

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย

แนวทางการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์

แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

Potential Development Guidelines and On-line Marketing
Promotion for Community-based Ecotourism Attractions
in Upper Northern Region

โดย

รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อธิชัยกุล และคณะ

เมษายน 2562

เลขที่สัญญา RDG61T0019

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย

แนวทางการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์

แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

Potential Development Guidelines and On-line Marketing

Promotion for Community-based Ecotourism Attractions

in Upper Northern Region

คณะวิจัย

สังกัด

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อีสัยกุล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรสา เตตติวัฒน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและ

นวัตกรรม (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

แผนงานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ได้รับเงินทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.) ประจำปีงบประมาณ 2561 และได้รับการส่งเสริมด้านเวลาและสิ่งอำนวยความสะดวกจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ในโอกาสนี้ดิฉันขอพระขอบคุณอย่างสูงต่อผู้ประสานงานสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการที่ได้ให้โอกาสคณะวิจัยในการจัดทำโครงการวิจัยนี้ ขอขอบคุณที่ปรึกษาโครงการ ร.ต.ท. อาทิตย์ บุญญะโสภิต อธิบดีกรมการปกครอง ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการลงพื้นที่ของคณะวิจัย ขอขอบพระคุณหน่วยงาน ผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทุกท่านทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน และท้ายนี้ ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ได้สละเวลาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย และข้อคิดเห็นซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี รวมทั้งทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนให้ข้อคิดเห็นในการค้นคว้าวิจัยอันเป็นประโยชน์แก่คณะผู้วิจัย และท้ายนี้ ขอขอบคุณคณะวิจัยจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย ที่ได้ร่วมมือกันทำให้งานวิจัยนี้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อีสัยกุล และคณะ

วิชาเอกการจัดการการท่องเที่ยว
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ถนนแจ้งวัฒนะ ปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เมษายน 2562

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ชื่อแผนงานวิจัย แนวทางการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ
ในภาคเหนือตอนบน

Potential Development Guidelines and On-line Marketing Promotion for
Community-based Ecotourism Attractions in Upper Northern Region

ชื่อนักวิจัย รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อธิชัยกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตตวิวัฒน์

หน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลก ที่มีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้คาดการณ์ว่าใน พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศทั่วโลกจำนวนกว่า 1.8 พันล้านคน หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี ขณะที่การท่องเที่ยวของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว โดยประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560) อย่างไรก็ตามขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) อ้างถึงข้อมูลของ Travel and Tourism Competitiveness Index ในปี 2557 กล่าวถึงประเทศไทยว่ามีความสามารถในการแข่งขันในลำดับที่ 35 ของโลก และเป็นอันดับที่ 10 ในภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิกซึ่งเป็นอันดับที่สูงขึ้นจากเมื่อ พ.ศ. 2555 (ลำดับที่ 43) นอกจากนี้ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยยังต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์ (อันดับที่ 11 ของโลก) และมาเลเซีย (อันดับที่ 25 ของโลก) แต่เมื่อพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้าน พบว่าประเทศไทยมีจุดเด่นในด้านทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมทางอากาศ และโครงสร้างพื้นฐานในการบริการนักท่องเที่ยว แต่ปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนสำคัญของการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ ความปลอดภัย ความยั่งยืน ของสิ่งแวดล้อม และสุขอนามัย นอกจากนี้ปัญหาด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เกิดจากนโยบายเร่งส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว แต่ขาดการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จนก่อให้เกิดปัญหาการบุกรุกพื้นที่ธรรมชาติ ปัญหาขยะ น้ำเสีย มลพิษด้านระบบนิเวศวิทยา ศิลปวัฒนธรรม และโบราณสถานเสี่ยงต่อการถูกทำลาย ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ยังไม่มีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นยังกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเดิม ๆ เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา และภูเก็ต ซึ่งส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการรองรับ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2558)

ดังนั้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน ควรหันมาร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวของไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยเฉพาะแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในทุกมิติ ส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคต มีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างและหลากหลายกว่าในอดีต

นอกจากนี้ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยียังส่งผลต่อตลาดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการตลาดที่เน้นการใช้สื่อออนไลน์ เนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางด้วยตนเองเพิ่มขึ้น และยังนิยมใช้ Smart phone ในการติดต่อสื่อสาร และค้นหาข้อมูลด้านการเดินทาง ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวในการเตรียมตัวสำหรับเดินทางท่องเที่ยว สื่อออนไลน์ (Online Media) จึงกลายเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่เข้าถึงผู้คนทุกระดับในปัจจุบันและนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยทั้งที่อยู่ในช่วงวัยทำงานและกลุ่มวัยรุ่น

สำหรับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภาณี อธิชัยกุลและคณะ (2559) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในอุทยานแห่งชาติของไทย พบว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยานแห่งชาติมีมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมาตรฐานดีมากหรือ 4 ดาว แต่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่อยู่บริเวณนอกพื้นที่อุทยานแห่งชาติ แม้มีศักยภาพแต่ยังขาดมาตรฐานคุณภาพ เนื่องจากการจัดการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ยังไม่สมบูรณ์ และขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้อง อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศเหล่านั้น ยังขาดการส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจังและกว้างขวาง ขณะที่ชุมชนหลายแห่งซึ่งมีศักยภาพในการท่องเที่ยวให้ความสนใจ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ อยู่เป็นจำนวนมาก

คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่าการวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีความจำเป็นและเป็นสิ่งสำคัญต่อการยกระดับการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการศึกษาศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และการพัฒนาระบบฐานข้อมูลและส่งเสริมการตลาดออนไลน์เพื่อให้ชุมชนสามารถประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางแก่นักท่องเที่ยวยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

1.2.2 เพื่อศึกษาและพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

1.2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยด้านเนื้อหาเพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน และการส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(1) กลุ่มประชากรเพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาครัฐและเอกชน ได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ และประชุมกลุ่มย่อย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกและประชุมกลุ่มย่อยประกอบด้วยผู้บริหารของหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาคและชุมชน ประกอบด้วย

1) ผู้บริหารหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไทยในส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล คณะกรรมการหมู่บ้าน เป็นต้น จำนวน 10 คน

2) ผู้บริหาร/กรรมการหมู่บ้านของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ที่เป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 15 คน

3) นักวิชาการในสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ศึกษา เช่น อาจารย์ เป็นต้น จำนวน 2 คน

4) ผู้ประกอบกิจกรรมนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมัคคุเทศก์ในท้องถิ่น จำนวน 5 คน

(2) ประชากรที่ศึกษารูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชนที่จัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักวิชาการ และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มีประสบการณ์การใช้สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

(2.1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน จำนวน 20 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนที่จัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักวิชาการ และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

(2.2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน จำนวน 200 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชนที่จัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักวิชาการ และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติโดยแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย 70% และชาวต่างชาติ 30%

(3) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองใช้และประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆจำนวน 200 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านเทคโนโลยี

ต้นแบบของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือจะพัฒนาระบบในรูปแบบ Web Responsive รองรับการทำงานทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และโทรศัพท์มือถือ

1.3.4 พื้นที่วิจัย

คณะวิจัยทำการสำรวจและเลือกพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน จากฐานข้อมูลของศูนย์ประสานงานเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน ปี พ.ศ. 2559

1.3.5 ระยะเวลา ธันวาคม 2560-พฤศจิกายน 2561

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

1.4.1 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น ตำรา หนังสือ เอกสาร รายงาน และเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสถานศึกษาของไทยที่สอนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.4.2 สำรวจและเลือกพื้นที่ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่เป็นตัวแทนพื้นที่ภาคเหนือตอนบน

1.4.3 สร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวและแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อถามความต้องการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

1.4.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ (1) ผู้บริหารหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมชุมชนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไทยในส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และส่วนชุมชน เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และคณะกรรมการหมู่บ้าน (2) ผู้บริหาร/เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ที่เป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (3) ผู้ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (4) นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ และ (5) นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ

1.4.5 เก็บข้อมูลผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงานท้องถิ่น/ชุมชน สถาบันการศึกษา เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ผู้ใช้ประโยชน์ในชุมชนท้องถิ่น และบริษัทนำเที่ยว

1.4.6 เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศที่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อศึกษาความต้องการระบบสนับสนุนตลาดออนไลน์

1.4.7 พัฒนาและประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

1.4.8 ออกแบบและทดลองใช้ต้นแบบระบบการตลาดออนไลน์ในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

1.4.9 จัดกิจกรรมการเพิ่มความรู้สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อเพิ่มความรู้ ความชำนาญ และความมั่นใจในการเพิ่มศักยภาพให้ชุมชน

1.4.10 เสนอแนะแผนการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

2. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

2.1 ผลประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการประชุมกลุ่มย่อยของผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนเพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านมณีพฤกษ์และหมู่บ้านห้วยพ่าน สรุปได้ดังนี้

(2.1.1) หมู่บ้านมณีพฤกษ์ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน

หมู่บ้านมณีพฤกษ์เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบัน หมู่บ้านมณีพฤกษ์ได้รับคะแนนรวมเท่ากับ 67.5 คะแนน เมื่อนำไปเทียบระดับศักยภาพที่กำหนดไว้ พบว่าอยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว เพราะค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 61-70 คะแนน

สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อประกอบการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านมณีพฤกษ์พบข้อมูลสาระสำคัญที่เป็นรายละเอียด ดังนี้

ด้านที่ 1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านมณีพฤกษ์มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนค่อนข้างดี มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีสัตว์และพืชสมุนไพรหายากและมีประโยชน์ ธรรมชาติยังคงมีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ศึกษาเรียนรู้ รวมถึงเรื่องราวในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมประเพณีของชนเผ่า มีวิถีชีวิตที่สมดุลในการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับป่า แต่ยังต้องการการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานรวมถึงการรวบรวมจัดการความรู้เพื่อสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ของชนเผ่าอีกด้วย คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับปานกลาง (26 : 40 คะแนน)

ด้านที่ 2. การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านมณีพฤกษ์มีการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืนพอสมควร เนื่องจากติดปัญหาการขออนุญาตจัดการพื้นที่ในด้านการดำเนินการต่าง ๆ ดังกล่าว รวมถึงการขาดงบประมาณที่นำมาใช้ในการพัฒนาพื้นที่ที่ยั่งยืนและคาบเกี่ยวกับหลายหน่วยงานของรัฐ ประกอบกับรายได้จากการท่องเที่ยวที่ยังมีไม่มากที่จะสามารถนำมาบริหารจัดการพื้นที่ทางการท่องเที่ยวได้เอง ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการอย่างถูกวิธี จึงจะสามารถพัฒนาการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ได้อย่างเต็มที่ และจากการทำการท่องเที่ยวที่ผ่านมาอย่างไม่เคยมีการกำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High season) การกำหนดกิจกรรมที่เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศของแต่ละช่วงเวลา รวมถึงกิจกรรมที่ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อและทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรวมถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นด้วย หรือถ้าจำเป็นที่อาจส่งผลกระทบต่อ ก็ต้องมีการสร้างหรือการทดแทนทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้ไปเพื่อให้กลับมาใช้ได้อีกอย่างยั่งยืน แม้ที่ผ่านมาอาจยังส่งผลกระทบต่ออย่างไรก็ตาม จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการวางแผน จัดทำและดำเนินการตามแผนงานพัฒนาพื้นที่เพื่อใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน และสุดท้ายต้องมีการติดตามและประเมินผลกระทบ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงปรับปรุง แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลพบว่าบ้านมณีพฤกษ์ยังไม่เคยมีการทำแผนงานดังกล่าว คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับน้อย (8.5 : 20 คะแนน)

ด้านที่ 3. การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านมณีพฤกษ์มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่ ชาวบ้านมีความรู้ในเรื่องระบบนิเวศพอสมควรแต่ข้อมูลและเรื่องราวประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ยังคงต้องรอการจัดรวบรวมความรู้แบบน้อยอย่างเป็นระบบให้อยู่คู่กับบ้านมณีพฤกษ์ไว้ โดยการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของการบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวควรต้องมีการจัดการ กำหนดบุคลากรผู้รับผิดชอบในส่วนของสื่อออนไลน์ การ update ข้อมูล และการดูแลศูนย์บริการฯ เช่น การทำแผ่นพับ โปสเตอร์ บอร์ดกิจกรรมที่ผ่านมาและกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในรอบปี รวมถึงการตั้งกฎเกณฑ์ระเบียบในการปฏิบัติต่าง ๆ รวมถึงการสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวก่อนการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเคร่งครัดและเป็นรูปธรรม คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับปานกลาง (13 : 20 คะแนน)

ด้านที่ 4. การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านมณีพฤกษ์มีความกระตือรือร้นของกลุ่มชาวบ้านในช่วงแรกที่มีการท่องเที่ยวว่าเป็นของใหม่และสามารถสร้างรายได้เสริมให้กับชาวบ้านนอกเหนือจากที่เป็นอยู่ แต่ต่อมาเมื่อพบอุปสรรคหรือผลกระทบบางอย่างที่ทำให้ชาวบ้านรู้สึกและมองว่าการท่องเที่ยวไม่ได้มีความมั่นคงอย่างที่หวัง ชาวบ้านก็จะกลับมาร่วมอย่างเป็นครั้งคราวและเมื่อไม่ได้รับประโยชน์ก็จะไม่ร่วม จะค่อย ๆ แยกตัวออกจากการรวมกลุ่ม จนในที่สุดเหลือจำนวนชาวบ้านที่ตั้งใจทำการท่องเที่ยวจริงจังกแค่ 10 กว่าคน ดังนั้นผู้วิจัยคิดว่าหมู่บ้านมณีพฤกษ์จำเป็นต้องมีกระบวนการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชาวบ้านให้มากขึ้น โดยการให้ความรู้

ที่ถูกต้องด้านการท่องเที่ยว ทำให้ชาวบ้านเข้าใจและเห็นถึงความสำคัญของการเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นที่จะสามารถนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและวิถีชีวิตของท้องถิ่น เกิดการสร้างรายได้ การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นว่ามีประโยชน์อย่างไร รวมถึงการสร้างองค์ความรู้ให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรตามวิถีชีวิตของชาวบ้าน ที่ผ่านมามีประสบการณ์ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งเพียงแต่จำเป็นต้องมีกระบวนการจัดการอย่างยั่งยืน มิฉะนั้นก็จะไม่สามารถกลับสู่การรวมกลุ่มฯ และเส้นทางที่ถูกต้องได้ บ้านมณีพฤกษ์มีความพร้อมในด้านของศักยภาพที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อยู่แล้ว ในส่วนของชาวบ้านเชื่อว่าจะสามารถทำความเข้าใจและให้ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวได้ เพียงแต่ยังขาดการบริหารจัดการในการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างมีระบบ อย่างไรก็ตามที่ผ่านมามีชาวบ้านได้เคยมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนมาแล้ว คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับสูง (20 : 20 คะแนน)

กล่าวโดยสรุป จากข้อสรุปในภาพรวมทั้ง 4 หัวข้อ ที่ได้รับการประชุมกลุ่มย่อย เรื่องการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าหมู่บ้านมณีพฤกษ์ได้คะแนนรวมทั้งสิ้น 67.5 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว เพราะค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 61-70 คะแนน

(2.1.2) หมู่บ้านห้วยพ่าน อำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน

หมู่บ้านห้วยพ่านเป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบัน หมู่บ้านห้วยพ่านได้รับคะแนนรวมเท่ากับ 70 คะแนน เมื่อนำไปเทียบระดับศักยภาพที่กำหนดไว้ พบว่าอยู่ใน**ระดับดี หรือ 3 ดาว** เพราะค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 61-70 คะแนน

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อประกอบการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านห้วยพ่าน พบข้อมูลสาระสำคัญที่เป็นรายละเอียด ดังนี้

ด้านที่ 1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากข้อมูลสรุปได้ว่า บ้านห้วยพ่านมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศค่อนข้างดี มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีสัตว์และพืชพันธุ์ที่หายาก แหล่งธรรมชาติเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ศึกษาเรียนรู้ รวมถึงเรื่องราววัฒนธรรมประเพณีของชนเผ่าละว้าที่มีวิถีชีวิตที่สมดุลในการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับป่า แต่ยังคงต้องการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การจัดการด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการจัดการความรู้เพื่อสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ของชนเผ่า คะแนนรวมในหัวข้อนี้อยู่ในระดับปานกลาง (26: 40 คะแนน)

ด้านที่ 2. การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านห้วยพ่านมีการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน แต่ปัญหาการขออนุญาตจัดการพื้นที่ในเขตป่าสงวน และงบประมาณที่จำกัด ส่งผลให้การพัฒนาการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน และเอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมีอุปสรรค นอกจากนี้ บ้านห้วยพ่านยังขาดการจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยมีเพียงแผนการแต่เพียงเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูล เนื่องจากบ้านห้วยพ่านเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ คณะกรรมการในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับปานกลาง (11 : 20 คะแนน)

ด้านที่ 3. การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านห้วยพ่าน มีแผนในการบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และมีนักท่องเที่ยวหนาแน่นในช่วงฤดูที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้รับผิดชอบในการดูแลเฟสบุ๊คยังไม่สามารถตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และไม่มีการจัดศูนย์เพื่อบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ผู้ตอบคำถามหลัก คือ ผู้ใหญ่บ้านสมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม บ้านห้วยพ่านได้ถูกนำเสนอผ่านสื่อทีวีโทรทัศน์หลายรายการ จึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและต้องการเข้ามาท่องเที่ยวบ้านห้วยพ่าน โดยสามารถสรุปประเภทของนักท่องเที่ยวเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มากับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มที่เข้ามาโดยไม่ได้อัดฉีดล่วงหน้า และกลุ่มพรรคพวกคนรู้จัก ซึ่งแต่ละกลุ่มมีลักษณะเฉพาะที่ชาวบ้านจำเป็นต้องเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อสามารถจัดการบริการให้เป็นไปตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ ชาวบ้านซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวลัวะไม่ชินกับการตอบคำถามนักท่องเที่ยว จึงทำให้ขาดทักษะการสื่อสารความหมายและบอกเล่าเรื่องราวแก่นักท่องเที่ยว คณะกรรมการในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับปานกลาง (13 : 20 คะแนน)

ด้านที่ 4. การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านห้วยพ่านมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยมีทุนซึ่งเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ และทุนทางสังคมของชาวบ้านในชุมชนขนาดเล็ก และถึงแม้การจัดตั้งวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วยพ่านจะดำเนินการโดยผู้ที่ให้ความสนใจการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพียงบางกลุ่มแต่หากบ้านห้วยพ่านมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และชาวบ้านเห็นประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สามารถไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อาจทำให้ชาวบ้านหันมาสนใจประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยทำเป็นอาชีพเสริมจากอาชีพหลักที่มีอยู่ คณะกรรมการในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับสูง (20 : 20 คะแนน)

กล่าวโดยสรุป จากข้อสรุปในภาพรวมทั้ง 4 หัวข้อที่ได้รับจากการประชุมกลุ่มย่อย เรื่องการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าหมู่บ้านห้วยพ่านได้คะแนนรวมทั้งสิ้น 70 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว เพราะค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 61-70 คะแนน

2.2 ผลการพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

หลังจากทำการวิเคราะห์และออกแบบระบบแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ออกแบบระบบมาทำการพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ในรูปของ Web Application แบบ Responsive โดยพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนของบ้านมณีพฤกษ์ และบ้านห้วยพ่าน ดังแสดงตัวอย่างระบบของชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ ในภาพที่ 33-54 ทั้งนี้ต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนแบ่งผู้ใช้งานระบบออกเป็น 2 กลุ่มคือ

- 1) กลุ่มผู้ใช้งานที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ และ 2) กลุ่มผู้ใช้งานที่เป็นผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ และผู้ดูแลระบบ
- 1) สำหรับผู้ใช้งานทั่วไป จะเปิดมาเจอหน้าแรกของระบบดังแสดงในภาพที่ 1 ซึ่งมีเมนูของเว็บไซต์ประกอบด้วย ทั้งหมด 10 เมนู ได้แก่ 1) หน้าหลัก 2) กิจกรรม 3) การเดินทาง 4) ปฏิทิน 5) โปรแกรมเที่ยว 6) ที่พัก 7) ร้านอาหาร 8) โปรโมชั่น 9) รีวิว และ 10) กฎระเบียบ ดังแสดงในภาพที่ 8



ภาพที่ 1 แสดงองค์ประกอบหน้าจอหน้าหลัก

จากภาพที่ 1 มีส่วนประกอบของหน้าจอหลัก คือ 1) แถบเมนู 2) สไลด์รูปภาพประชาสัมพันธ์ 3) วิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับชุมชน 4) ลิงค์รวบรวมต่าง ๆ อย่างเช่น ยูทูบ รูปภาพ ของฝาก/ของที่ระลึก เว็บไซต์ และแสดงพยากรณ์อากาศ 5) แถบโซเชียลและข้อมูลการติดต่อ และ 6) ส่วนท้ายเว็บไซต์ (Footer)

2) สำหรับผู้ดูแลระบบ จะมีชื่อผู้ใช้งาน (Username) และรหัสผ่าน (Password) เพื่อเข้าไปแก้ไขและอัปเดตข้อมูลในเว็บไซต์ได้ ให้ผู้ดูแลระบบกรอกชื่อผู้ใช้งานและรหัสผ่านเพื่อเข้าสู่ระบบหลังบ้านเมื่อเข้ามาแล้วจะพบกับหน้าหลักดังภาพที่ 9 ซึ่งมีส่วนประกอบ ได้แก่ 1) แถบเมนู 2) ส่วนจัดการชื่อ 3) ส่วนจัดการโซเชียล และ 4) ส่วนติดต่อ ทั้งนี้เมนูของเว็บไซต์จะประกอบด้วย ทั้งหมด 12 เมนู ได้แก่ 1) จัดการ CBET 2) กฎระเบียบ 3) ประวัติ 4) สถานที่ท่องเที่ยว 5) ร้านอาหาร 6) ของฝาก/ของที่ระลึก 7) โปรแกรมเที่ยว 8) อัลบั้มภาพ 9) ประชาสัมพันธ์ 10) รวมลิงยูทูบ 11) รวมลิงค์เว็บไซต์ 12) สไลด์ และ 13) ออกจากระบบ

2.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

2.3.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆจากผู้ประกอบการ จำนวน 54 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี อายุระหว่าง 30-39 ปี และอายุระหว่าง 50-59 ปี มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 เท่ากัน มีส่วนใหญ่มัธยมศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ในส่วนของประสิทธิภาพของต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือ ด้าน Functional Requirement Test เป็นการประเมินความถูกต้องในการทำงานของระบบว่าตรงตามความต้องการของผู้ใช้ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.9 ด้าน Functional Test เป็นการประเมินความถูกต้องในการทำงานของระบบว่าสามารถทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.7 ด้าน Usability Test เป็นการประเมินลักษณะการออกแบบระบบว่ามีความง่ายต่อการใช้งาน มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.1 และด้าน Security Test มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.3 สำหรับความพึงพอใจเกี่ยวกับต้นแบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 82.7 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจในผลลัพธ์ที่ได้จากระบบมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 87.7 ความพึงพอใจในด้านคุณภาพของระบบ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 80.2 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของข้อมูลมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 78.4 และความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 84.6

2.3.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆจากนักท่องเที่ยว จำนวน 164 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 และเป็นเพศชาย จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 ในส่วนของประสิทธิภาพของต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือ ด้าน Functional Requirement Test เป็นการประเมินความถูกต้องในการทำงานของระบบว่าตรงตามความต้องการของผู้ใช้ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.2 และด้าน Usability Test เป็นการประเมินลักษณะการออกแบบระบบว่ามีความง่ายต่อการใช้งาน มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.7 สำหรับความพึงพอใจเกี่ยวกับต้นแบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 89.0 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีรายละเอียด ดังนี้ ความพึงพอใจในผลลัพธ์ที่ได้จากระบบมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 91.5 ความพึงพอใจในด้านคุณภาพของระบบมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 87.8 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 85.5 และความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 90.7

3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

3.1 ผลสำเร็จจากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อยของผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประกอบกับการวิเคราะห์ปัญหาของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศทั้ง 2 แห่ง ผู้วิจัยจะนำมาสังเคราะห์และวางแผนดำเนินกิจกรรมการเพิ่มความรู้สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อเพิ่มความรู้ ความชำนาญ และความมั่นใจในการเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนให้แก่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ทั้ง 2 แห่ง ดังนี้

(3.1.1) การกำหนดหัวข้อถ่ายทอดความรู้และวิทยากร

ผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อถ่ายทอดความรู้จากการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของชุมชน และกำหนดวิทยากรผู้รับผิดชอบแต่ละหัวข้อ สรุปได้ดังนี้

(1) การจัดการองค์การท่องเที่ยวโดยชุมชน (ดร. นนทฉัตร วีรานุกัตติ) ประกอบด้วยหัวข้อองค์ประกอบหลักของการจัดการองค์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน และกระบวนการมีส่วนร่วมและการสร้างคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

(2) **การจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (รศ.ดร. รชพร จันทรสว่าง)** ประกอบด้วยหัวข้อ การจัดการด้านกายภาพ การจัดการขยะ ความสะอาด สุขอนามัย การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยว การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และการผลิตและเพิ่มมูลค่าของที่ระลึก

(3) **การจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (รศ.ดร. ราณี อิลิชัยกุล)** ประกอบด้วยหัวข้อการต้อนรับนักท่องเที่ยว การคิดค่าบริการ การกำหนดเงื่อนไขการบริการ การจัดการที่พัก โฮมสเตย์ การจัดการอาหารและเครื่องดื่ม และการจัดการน้ำดื่มและยุวมัคคุเทศก์

(3.1.2) การจัดทำคู่มือถ่ายทอดความรู้

ผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือถ่ายทอดความรู้โครงการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ในภาคเหนือตอนบน รายละเอียดแสดงในภาคผนวก

(3.1.3) การกำหนดการถ่ายทอดความรู้

ผู้วิจัยได้กำหนดการถ่ายทอดความรู้แก่ชุมชนและหน่วยงานภาคท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องของหมู่บ้านมณีพฤกษ์ และหมู่บ้านห้วยพ่าน โดยจัดร่วมกับโครงการย่อย 2 หมู่บ้านละ 2 วัน คือ วันที่ 1-2 ตุลาคม 2561 และวันที่ 3-4 ตุลาคม 2561

3.2 ผลสำเร็จที่ได้จากพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ สรุปได้ดังนี้

3.2.1 ความต้องการในการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

3.2 ต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆที่เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ

3.3 การส่งเสริมการตลาดโดยใช้การตลาดสื่อออนไลน์ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถได้รับข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

3.4 จำนวนนักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ซึ่งจะนำมาซึ่งรายได้ ให้แก่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก

4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

4.1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

จากข้อค้นพบของผลการวิจัย คณะผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศของหมู่บ้านมณีพฤกษ์และหมู่บ้านห้วยพ่านที่เป็นพื้นที่ศึกษา ดังนี้

(1) **การเรียบเรียงความเป็นมาและค้นหาอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน** ชุมชนในหมู่บ้านควรศึกษาค้นคว้า เรียบเรียงประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านจากเอกสารหรือคำบอกเล่าของชาวบ้านจากรุ่นสู่รุ่นในพื้นที่ และร่วมกันค้นหาอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมประเพณีของตนเองที่มีความโดดเด่น นำไปสู่การพัฒนาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าของหมู่บ้าน เพื่อดึงดูด กระตุ้น และนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความอยากรู้ ความเข้าใจ ความชื่นชม และความอภิมรย์

(2) **การพัฒนาวิธีการสื่อความหมายและกิจกรรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** ชุมชนควรพัฒนาวิธีการสื่อความหมายและกิจกรรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยพิจารณาจากลักษณะและความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายหลัก ประเภทของข้อมูลที่น่าสนใจของงบประมาณที่มี ชีตความสามารถของบุคลากรของชุมชนในการพัฒนาสื่อที่ต้องการ และความเหมาะสมของสถานที่สำหรับสื่อความหมาย โดยเริ่มจากการพัฒนาวิธีการสื่อความหมายประเภทที่ใช้งบประมาณไม่สูง ไม่มีความซับซ้อนด้านเทคนิคก่อน และพัฒนาวิธีการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป ตัวอย่างเช่น (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

(2.1) แผ่นพับ หนังสือนำชม แผ่นพับเป็นสื่อที่จัดทำได้ง่าย ใช้งบประมาณน้อย สามารถจัดทำได้หลายภาษา และนำเสนอข้อมูล เรื่องราว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันได้

(2.2) แผนที่ การใช้แผนที่ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด ตั้งแต่ขนาดของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่สำคัญ กิจกรรม เส้นทาง และวิธีการเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

(2.3) ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูล ป้ายข้อมูลเป็นสื่อความหมายที่มีการใช้อย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะพื้นที่ที่ไม่มีบุคลากรประจำ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง

(2.4) ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว เช่น ศาลาเปิดโล่งหรือห้องที่จัดเป็นศูนย์ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นเอกสาร แผ่นพับ แผนที่ นิทรรศการ สิ่งของหรือวัตถุที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศูนย์บริการฯ ยังสามารถเป็นจุดรวมพลสำหรับนักท่องเที่ยวเมื่อมาถึงแหล่งท่องเที่ยว และเป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นสถานที่สำหรับจำหน่ายสินค้าหรือของที่ระลึก

(2.5) ผู้นำชม หรือ ยุวมัคคุเทศก์ เป็นทรัพยากรบุคคลผู้ให้ข้อมูลที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทันทีและสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกได้ และกำหนดพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมธรรมชาติได้

(2.6) เส้นทางท่องเที่ยวหรือศึกษาธรรมชาติ การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว (Trail) สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาต่างกัน เช่น 1 หรือ 3 ชั่วโมง หรือทั้งวัน และสามารถกำหนดประเภทข้อมูลนำเสนอสำหรับเส้นทางท่องเที่ยวแต่ละเส้นทางที่แตกต่างกัน

(2.7) การแสดงเพื่อเล่าเรื่องราว สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน และสอดแทรกความรู้ เช่น เรื่องราวบอกเล่าจากกาแปของหมู่บ้านมณีพฤกษ์ เรื่องราวควายประจำหมู่บ้านห้วยพ่าน เป็นต้น

(3) **การจัดทำแผนรักษาทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน** ชุมชนควรร่วมกันจัดทำแผนรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวางระบบการรักษาทรัพยากรธรรมชาติในหมู่บ้านอย่างยั่งยืน เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้มีความสมบูรณ์และคงอยู่ให้นานที่สุด มีวิถีชีวิตที่สมดุลในการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับป่า เพื่อให้ชุมชนได้ใช้ประโยชน์และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมธรรมชาติ

(4) **การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)** ชุมชนควรกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวันและฤดูกาล และการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่และบริการทำได้เฉพาะช่วงเวลาปกติ โดยมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว ไป-กลับต่อวัน ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวพักค้างคืนในโฮมสเตย์และ บริเวณลานกางเต็นท์

(5) การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรายได้เสริมที่มั่นคงของชุมชน ชุมชนควรพิจารณาสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งเพื่อความเพลิดเพลินและเพื่อให้ความรู้สำหรับกลุ่มศึกษาดูงาน

(6) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและถนนเข้าออกหมู่บ้าน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาและปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานและถนนเข้าออกหมู่บ้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าออกได้สะดวก

(7) การเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรท้องถิ่นด้วยการแปรรูปผลผลิต หมู่บ้านมณีพฤกษ์และหมู่บ้านห้วยพ่านมีผลผลิตทางการเกษตรที่ควรได้รับการพัฒนา แปรรูปผลผลิต และสร้างตราสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว และทำการพัฒนาหีบห่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เช่น กาแฟ ชিং หน่อไม้ เห็ด น้ำผึ้ง เป็นต้น

(8) การสร้างแรงจูงใจให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แม้ชุมชนบ้านมณีพฤกษ์และบ้านห้วยพ่านมีระบบการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยการจัดตั้งกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวและมีสมาชิกผู้ร่วมกลุ่มจำนวนหนึ่ง แต่สมาชิกบางส่วนมีส่วนร่วมสูงในระยะต้น แต่ต่อมาเริ่มลดลงเนื่องจากความไม่แน่นอนของจำนวนนักท่องเที่ยวและฤดูกาล ประธานกลุ่มจึงควรส่งเสริมให้สมาชิกมีส่วนร่วมมากขึ้นและสร้างแรงจูงใจให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมโดยแสดงให้เห็นถึงรายได้เสริมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวที่ทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น และชี้แจงให้กลุ่มทราบมูลค่ารายได้เสริมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเพื่อความโปร่งใสในการประชุมเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง

(9) การส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชนควรเปิดโอกาสและสนับสนุนให้คนรุ่นใหม่ได้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสืบทอดผู้นำจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง

(10) การขยายวงให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มขึ้น ในการให้บริการนักท่องเที่ยวชุมชนจำเป็นต้องจัดบริการที่พักและจัดอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการนักท่องเที่ยว ชุมชนเหล่านี้จะได้รับโอกาสจากการสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่ชาวบ้านคนอื่นควรปลูกผักผลไม้ และเลี้ยงสัตว์ไว้ประกอบอาหารให้นักท่องเที่ยว แทนที่จะซื้อวัตถุดิบในการประกอบอาหารมาจากนอกหมู่บ้าน จะทำให้ขยายวงชาวบ้านคนอื่นในการได้รับโอกาสในการสร้างรายได้ทางอ้อมจากการท่องเที่ยวด้วย

(11) การเก็บรวบรวมสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและการรับรู้ช่องทางทางการสื่อสารของนักท่องเที่ยว การเก็บสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจะช่วยให้ชุมชนสามารถเปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อปีได้ ทั้งนี้อาจเก็บข้อมูลได้จากหลายส่วน เช่น ที่พัก จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว เป็นต้น หรือใช้การประเมินเชิงสังคม (Social Return on Investment: SROI) เพื่อประเมินผลกระทบต่อสังคมในชุมชน

4.2 แนวทางการส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

ผลจากการวิจัยนี้ทำให้ได้ต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆเพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดโดยใช้การตลาดสื่อออนไลน์ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถได้รับข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย และเพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ซึ่งจะนำมาซึ่งรายได้ให้แก่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นต้นแบบระบบนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่อื่น ๆ หรือแบบอื่น ๆ ได้ นอกจากนี้ยังมีประโยชน์สำหรับผู้ประกอบธุรกิจและชุมชนทำให้สามารถส่งเสริมการตลาดประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยวทำให้สามารถสืบค้น หรือรับข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย เพื่อนำไปวางแผนหรือเตรียมตัวก่อนที่จะเดินทางมายังสถานที่จริง เป็นการช่วยเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนและประเทศไทยในท้ายที่สุด

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG61T0019

ชื่อแผนงาน : แนวทางการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ
ในภาคเหนือตอนบน

ชื่อนักวิจัย 1. รองศาสตราจารย์ ดร. รานี อีสัยกุล
หน่วยงาน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตติวัฒน์
หน่วยงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

E-mail Address : ranee.esi@stou.ac.th; esichai@gmail.com

ระยะเวลาโครงการ: 1 ธันวาคม 2560 ถึง 30 พฤศจิกายน 2561

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน (2) เพื่อศึกษาและพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ (3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและภาคีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชน เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกและประชุมกลุ่มย่อยประกอบด้วยผู้บริหารของหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ภาคชุมชน ภาควิชาการ และเพื่อสอบถามนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชน ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เมษายน 2561 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศหมู่บ้านมณีพุกข์อำเภอดงช้าง จังหวัดน่าน เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบัน หมู่บ้านมณีพุกข์ได้รับคะแนนรวมเท่ากับ 67.5 คะแนน จาก 100 คะแนน เมื่อนำไปเทียบระดับศักยภาพที่กำหนดไว้พบว่าอยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว และหมู่บ้านห้วยพ่าน อำเภอยางตลาด จังหวัดน่าน เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบัน หมู่บ้านห้วยพ่านได้รับคะแนนรวมเท่ากับ 70 คะแนน เมื่อนำไปเทียบระดับศักยภาพที่กำหนดไว้ พบว่าอยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้จัดกิจกรรมการเพิ่มความรู้สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อเพิ่มความรู้ ความชำนาญ และความมั่นใจในการเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศทั้ง 2 แห่ง

(2) ผลการศึกษารูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าในด้านเนื้อหาข้อมูลที่เป็นที่ต้องการประกอบด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยว เส้นทางเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก และ ปฏิทิน/ช่วงเวลาที่น่าท่องเที่ยว ส่วนในด้านฟังก์ชันที่เป็นที่ต้องการประกอบด้วย การบริการแชร์ไฟล์/วิดีโอ การอัปเดตข่าว แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และงานต่าง ๆ การบริการค้นหา และการจัดการเส้นทางเดินทาง ในด้านของการจัดหมวดหมู่หน้าหลักของเว็บไซต์ ประกอบด้วย จัดตามเดือน/ฤดูกาล จัดตามประเภทของกิจกรรม/ประเพณี/เทศกาล จัดตามสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม และจัดตามโปรโมชั่นการท่องเที่ยว สำหรับผลการออกแบบและพัฒนาด้านระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ใช้หลักการวิเคราะห์และออกแบบเชิงวัตถุ ด้วยเครื่องมือ Unified Modeling Language (UML) เพื่อใช้ในการจำลองระบบงาน และทำการพัฒนาในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันแบบ Responsive ซึ่งรองรับการทำงานทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และโทรศัพท์มือถือ ด้วยภาษา PHP 7.0 ร่วมกับ HTML5 เพื่อพัฒนาโปรแกรม และเรียกใช้เซิร์ฟเวอร์เพื่อเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศจากแอปพลิเคชันที่ต่างกัน ติดต่อสื่อสารถึงกันด้วยข้อมูลที่รับส่งอยู่ในรูปของ JSON ผ่านเว็บเซิร์ฟเวอร์แบบ REST (REpresentational State Transfer) และพัฒนา API เป็นตัวกลางเชื่อมต่อโปรแกรมประยุกต์เข้าด้วยกัน โดยระบบจะถูกจัดเก็บไว้ที่ Cloud Service ซึ่งสามารถบริหารจัดการ ปรับเปลี่ยน สภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสมกับการใช้งานได้อย่างง่าย และไม่กระทบกับการทำงานของระบบ และผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินต้นแบบระบบฯ ซึ่งเมื่อทำการพัฒนาระบบเสร็จเรียบร้อยแล้ว ได้นำต้นแบบของระบบไปทดลองใช้และประเมินระบบกับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม จำนวน 218 คน ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่จำนวน 54 คน พบว่า ประสิทธิภาพของต้นแบบระบบในด้าน Functional Requirement Test, Functional Test, Usability Test, และ Security Test มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดีและดีมาก คิดเป็นร้อยละ 69.9, 80.7, 84.1 และ 88.3 ตามลำดับ สำหรับความพึงพอใจเกี่ยวกับต้นแบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.7 และ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 164 คน พบว่า ด้าน Functional Requirement Test และด้าน Usability Test มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดีและดีมาก คิดเป็นร้อยละ 89.2 และ 87.7 ตามลำดับ สำหรับความพึงพอใจเกี่ยวกับต้นแบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.0 แสดงว่าต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศนี้ตรงกับความต้องการในด้านเนื้อหา ด้านฟังก์ชัน และด้านของการจัดหมวดหมู่หน้าหลัก สำหรับในอนาคตต้นแบบระบบนี้สามารถขยายไปสู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่อื่น ๆ

(3) ข้อค้นพบจากการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศของหมู่บ้านมณีพุกฤษและหมู่บ้านห้วยฟานที่เป็นพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วย การเรียบเรียงความเป็นมาและค้นหาอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน การพัฒนาวิธีการสื่อความหมายและกิจกรรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดทำแผนรักษาทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรายได้เสริมที่มั่นคงของชุมชน การพัฒนา

โครงสร้างพื้นฐานและถนนเข้าออกหมู่บ้าน การเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรท้องถิ่นด้วยการแปรรูปผลผลิต การสร้างแรงจูงใจให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การขยายวงให้ชุมชนมีส่วนร่วม ในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มขึ้น และการเก็บรวบรวมสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและการ รับรู้ช่องทางการสื่อสารของนักท่องเที่ยว สำหรับแนวทางในการส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยว ชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย การพัฒนาต่อยอดในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ รวมถึงพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม หรือจะพัฒนาในรูปแบบของเว็บไซต์เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว และการต่อยอดในส่วนของการทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อขายสินค้าชุมชน เพื่อเป็นอีก ช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

คำหลัก: การพัฒนาศักยภาพ การส่งเสริมการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ภาคเหนือตอนบน

ABSTRACT

Project Code: RDG61T0019

Project Title: Potential Development Guidelines and On-line Marketing Promotion for
Community-based Ecotourism Attractions in Upper Northern Region

Investigators: Esichaikul, R.; Chansawang, R.

Sukhothai Thammathirat Open University

E-mail Address: ranee.esi@stou.ac.th; esichai@gmail.com

Project Duration: 1 December 2017-30 November 2018

The purposes of this research were (1) to examine level of potential development of community-based ecotourism attractions in upper northern region; (2) to study and develop a prototype of online marketing support system of community-based ecotourism attractions; and (3) to provide some guidelines of how to develop and promote on-line for community-based ecotourism attractions in upper northern region.

This research was a mixed method of qualitative and quantitative research. Population were stakeholders related to community-based ecotourism of public sector, private sector, local communities, and academic experts in the upper northern region. Interviews and focus groups were conducted through purposive sampling from related key informants during January to April 2018. A questionnaire was distributed among sample eco-tourists. For quantitative data analysis, statistical tools for descriptive analysis was calculated. For qualitative data analysis, content analysis was used to analyze data.

The results showed that (1) the results of assessing potential attributes of community-based ecotourism attractions showed that Maneepruek community, Thung Chang District, Naan Province was natural areas with tourism development and received 67.5 points out of 100 or at a good level (3 stars). Huaypaan Community, Chiang Klang District, Naan Province was natural areas with tourism development and received 70 points out of 100 or at a good level (3 stars). As a result, the knowledge transfer activities were conducted to increase knowledge, skills and confidence for the two communities for ecotourism potential development.

(2) The results of requirement analysis of online marketing support system for community-based ecotourism attractions showed that for the content needed, it consisted of tourism activities, travel route, attractions, hotels, and calendar/travel time. For the functionality needed, it included file/video sharing service, news updates, tourist attractions and events, search function, and route management attractions. For the content structure of Home Page of a website, it should be organized by month/season, by type of activity/festivals/custom, popular attractions, and by travel promotions. The results of designing and developing a prototype of support system for online marketing of community-based ecotourism attractions, using the principle of object-oriented analysis and design, with Unified Modeling Language (UML) tools for use in system simulation, showed that a prototype was developed as a responsive web-based application that supports desktop computer, tablets, and mobile phones, using PHP 7.0 with HTML5 for programming. It provided services to access information from different applications, as well as communicate with the transmitted data in the form of JSON through a REST (REpresentational State Transfer) Web service, and develop an API that interconnects applications. The system was stored at Cloud Service. It was easy to manage and adjust the working environment to suit your needs. This would not affect the system. The results of conducting experiment and evaluating a prototype system with 2 user groups showed that the first group was 54 tour operators, officers and admin staff. The evaluation results found that they were satisfied at the high level (good and very good) of functional requirement test, functional test, usability test, security test at 69.9%, 80.7%, 84.1%, and 88.3% respectively. Also, respondents rated their satisfaction with the prototype of social media marketing system at high and the highest level of 82.7%. The second groups were 164 tourists. The evaluation results found that they were satisfied with functional requirement test at the high level (good and very good) of 89.2%, with usability test at the high level (good and very good) of 87.7%. The respondents rated the social media marketing model as a whole at the highest and highest level of 89.0%. This meant that a prototype of online marketing support system of community-based ecotourism site met the requirements in terms of contents, functions, and category management.

(3) The research findings lead to guidelines for the communities for developing ecotourism including exploring the history and identities of the village, interpretation development for community-based ecotourism attractions, formulating natural resources preservation plan, identifying tourist carrying capacity of the area, activity development for extra income of community, infrastructure development, value adding and processing agricultural products, community motivation for participation in tourism planning, encouragement of younger generation for participation for tourism planning, expanding community involvement in generating tourism income, and data collection for tourist arrivals and their perceived channels

of communication. The guidelines for on-line marketing promotion for community-based ecotourism attractions include an extension of online marketing support system to other ecotourism destinations and development of e-commerce for community products and services for tourists.

Keywords: Potential Development, On-line Marketing Promotion, Community-based Ecotourism Attraction, Upper Northern Region

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ค
บทคัดย่อ	ณ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	บ
สารบัญ	พ
สารบัญตาราง	ภ
สารบัญภาพ	ร
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของแผนงาน	2
กรอบขั้นตอนการวิจัย	2
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	4
การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผล	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม	7
แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย	40
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	41
วิธีดำเนินการวิจัย	41
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผลข้อมูล	49

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	51
ผลการประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศเป็นพื้นที่ศึกษา	51
ผลประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน	62
ผลการวิเคราะห์รูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ	88
ผลการออกแบบและพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ	127
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ	138
กิจกรรมการเพิ่มความรู้สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนเพื่อเพิ่มความรู้ ความชำนาญ และความมั่นใจในการเพิ่มศักยภาพให้ชุมชน	139
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	145
สรุปผลการวิจัย	145
อภิปรายผล	160
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	169
บรรณานุกรม	171
ภาคผนวก	179
ภาคผนวก ก: แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	181
ภาคผนวก ข: แบบสอบถามเชิงสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ภาษาไทย	189
ภาคผนวก ค: แบบสอบถามเชิงสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ภาษาอังกฤษ	199

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ข้อมูลป่าชุมชนตามภูมิภาค	15
ตารางที่ 2.2 สรุประดับความพร้อมของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในเอเชีย	22
ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์	47
ตารางที่ 3.2 จำนวนตัวอย่างที่ร่วมประชุมกลุ่มย่อยในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	47
ตารางที่ 4.1 สรุปการประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	51
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูล/เนื้อหาที่จำเป็นต้องมีเพื่อช่วยสนับสนุน การตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่เป็นประโยชน์	92
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	94
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละรูปแบบฟังก์ชันการใช้งานของระบบสนับสนุน การตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	96
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละลักษณะการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	97
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละการจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์	98
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ	102
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละการจัดกิจกรรมเชิงชุมชน (แคมเปญ) สนับสนุนการตลาด ออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	103
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละการที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	105
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ช่วยสนับสนุนการตลาด ออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	106
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละปัญหาหรือข้อจำกัดในการใช้งานระบบผ่านแอปพลิเคชัน แบบกลุ่มเมฆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	107
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย	108
ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย	109
ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของภูมิถิ่นอาศัยผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย	109
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพสมรสผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย	109
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย	110

ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเดือนผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย	110
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย	111
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย	111
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของการวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทางของผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย	112
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของการเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนของผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย	112
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและกิจกรรมที่ท่่านสนใจของผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย	113
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศกับใครมากที่สุด	113
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมากที่สุด	114
ตารางที่ 4.25	แสดงจำนวนและร้อยละของการพักค้างคืนในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	114
ตารางที่ 4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสถานที่พักค้างคืน	115
ตารางที่ 4.27	แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการพักค้างคืน	115
ตารางที่ 4.28	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเป็นค่าบริการประเภทใดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	116
ตารางที่ 4.29	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเฉลี่ยต่อคน	116
ตารางที่ 4.30	แสดงจำนวนและร้อยละของอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสบการณ์ในการใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	117
ตารางที่ 4.31	แสดงร้อยละของประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	117
ตารางที่ 4.32	แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ของท่าน	118
ตารางที่ 4.33	แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง	118
ตารางที่ 4.34	แสดงร้อยละระดับความต้องการในด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	119
ตารางที่ 4.35	แสดงร้อยละระดับความต้องการด้านฟังก์ชันงานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	121

ตารางที่ 4.36 แสดงร้อยละระดับความต้องการด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	122
ตารางที่ 4.37 แสดงร้อยละของการจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	123
ตารางที่ 4.38 แสดงร้อยละของปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน	124
ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของการทำการตลาดออนไลน์จะทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	125
ตารางที่ 5.1 สรุปการประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	148

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 ตัวอย่างสื่อสังคมออนไลน์	29
ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย	40
ภาพที่ 4.1 Use Case Diagram ของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยว	128
ภาพที่ 4.2 Class Diagram ของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	129
ภาพที่ 4.3 Activity Diagram สำหรับผู้ดูแลระบบ	130
ภาพที่ 4.4 Activity Diagram Activity Diagram สำหรับผู้ใช้ระบบ	131
ภาพที่ 4.5 สถาปัตยกรรมของ REST API บนระบบคลาวด์	133
ภาพที่ 4.6 สถาปัตยกรรมระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยว	134
ภาพที่ 4.7 ส่วนของ Web Front-End	135
ภาพที่ 4.8 ส่วนของ Web Back-End	136
ภาพที่ 4.9 แสดงองค์ประกอบหน้าจอหน้าหลัก	137
ภาพที่ 4.10 หน้าจอหน้าหลักของระบบหลังบ้าน	138

บทที่ 1

บทนำ

บทนำจะประกอบด้วยความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของแผนงาน คำถามวิจัย กรอบขั้นตอนการวิจัย นิยามศัพท์คำศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย ขอบเขตการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผล และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลก ที่มีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้คาดการณ์ว่าใน พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศทั่วโลกจำนวนกว่า 1.8 พันล้านคน หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี ขณะที่การท่องเที่ยวของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว โดยประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560) อย่างไรก็ตามขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) อ้างถึงข้อมูลของ Travel and Tourism Competitiveness Index ในปี 2557 กล่าวถึงประเทศไทยว่ามีความสามารถในการแข่งขันในลำดับที่ 35 ของโลก และเป็นอันดับที่ 10 ในภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก ซึ่งเป็นอันดับที่สูงขึ้นจากเมื่อ พ.ศ. 2555 (ลำดับที่ 43) นอกจากนี้ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยยังต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์ (อันดับที่ 11 ของโลก) และมาเลเซีย (อันดับที่ 25 ของโลก) แต่เมื่อพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้าน พบว่าประเทศไทยมีจุดเด่นในด้านทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมทางอากาศ และโครงสร้างพื้นฐานในการบริการนักท่องเที่ยว แต่ปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนสำคัญของการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ ความปลอดภัย ความยั่งยืน ของสิ่งแวดล้อม และสุขอนามัย นอกจากนี้ปัญหาด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เกิดจากนโยบายเร่งส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว แต่ขาดการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จนก่อให้เกิดปัญหาการบุกรุกพื้นที่ธรรมชาติ ปัญหาขยะ น้ำเสีย มลพิษด้านระบบนิเวศวิทยา ศิลปวัฒนธรรมและโบราณสถานเสี่ยงต่อการถูกทำลาย ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ยังไม่มีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นยังกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเดิม ๆ เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา และภูเก็ต ซึ่งส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการรองรับ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2558) ดังนั้น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน ควรหันมาร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวของไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยเฉพาะแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในทุกมิติ ส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างและหลากหลายกว่าในอดีต

นอกจากนี้ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยียังส่งผลต่อตลาดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการตลาดที่เน้นการใช้สื่อออนไลน์ เนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางด้วยตนเองเพิ่มขึ้น และยังนิยมใช้ Smart phone ในการติดต่อสื่อสาร และค้นหาข้อมูลด้านการเดินทาง ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวในการเตรียมตัวสำหรับเดินทางท่องเที่ยว สื่อออนไลน์ (Online Media) จึงกลายเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่เข้าถึงผู้คนทุกระดับในปัจจุบันและนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยทั้งที่อยู่ในช่วงวัยทำงานและกลุ่มวัยรุ่น

สำหรับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ราณี อิศัยกุลและคณะ (2559) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในอุทยานแห่งชาติของไทย พบว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยานแห่งชาติมีมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมาตรฐานดีมากหรือ 4 ดาว แต่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่อยู่บริเวณนอกพื้นที่อุทยานแห่งชาติ แม้มีศักยภาพแต่ยังขาดมาตรฐานคุณภาพ เนื่องจากการจัดการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ยังไม่สมบูรณ์ และขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้อง อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศเหล่านั้น ยังขาดการส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจังและกว้างขวาง ขณะที่ชุมชนหลายแห่งซึ่งมีศักยภาพในการท่องเที่ยวให้ความสนใจ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ อยู่เป็นจำนวนมาก

คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่าการวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนมีความจำเป็นและเป็นสิ่งสำคัญต่อการยกระดับการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการศึกษาศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และการพัฒนาระบบฐานข้อมูลและส่งเสริมการตลาดออนไลน์เพื่อให้ชุมชนสามารถประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางแก่นักท่องเที่ยวยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน

1. เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน
2. เพื่อศึกษาและพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย

- 1.3.1 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น ตำรา หนังสือ เอกสาร รายงาน และเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสถานศึกษาของไทย ที่สอนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 1.3.2 ติดต่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

1.3.3 สำรวจและเลือกพื้นที่ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่เป็นตัวแทนพื้นที่ภาคเหนือตอนบน

1.3.4 สร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวและแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อถามความต้องการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

1.3.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ (1) ผู้บริหารหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมชุมชนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไทยในส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และส่วนชุมชน เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และคณะกรรมการหมู่บ้าน (2) ผู้บริหาร/เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ที่เป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (3) ผู้ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (4) นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ และ (5) นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ

1.3.6 เก็บข้อมูลผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงานท้องถิ่น/ชุมชน สถาบันการศึกษา เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ผู้ใช้ประโยชน์ในชุมชนท้องถิ่น และบริษัทนำเที่ยว

1.3.7 เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศที่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อศึกษาความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์

1.3.8 พัฒนาและประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

1.3.9 ออกแบบและทดลองใช้ต้นแบบระบบการตลาดออนไลน์ในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

1.3.10 จัดกิจกรรมการเพิ่มความรู้สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อเพิ่มความรู้ ความชำนาญ และความมั่นใจในการเพิ่มศักยภาพให้ชุมชน

1.3.11 เสนอแนะแผนการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1.4.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.4.2 แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ หมายถึง ชุมชนท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศเข้าไปเกี่ยวข้อง โดยการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการ

เรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.4.3 การตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ หมายถึง การตลาดแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสังคม เช่น Facebook, Twitter, Youtube เป็นต้น

1.4.4 แอปพลิเคชันกลุ่มเมฆ หมายถึง แอปพลิเคชันที่การทำงานของผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์ผ่านอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการใดบริการหนึ่งกับผู้ใช้งาน โดยผู้ให้บริการจะแบ่งปันทรัพยากรให้กับผู้ต้องการใช้งานนั้น

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยด้านเนื้อหาเพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน และการส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(1) กลุ่มประชากรเพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาครัฐและเอกชน ได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ และประชุมกลุ่มย่อย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือการวิจัยเชิงคุณภาพทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกและประชุมกลุ่มย่อยประกอบด้วยผู้บริหารของหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาควิชาการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาคและชุมชน ประกอบด้วย

1) ผู้บริหารหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไทยในส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล คณะกรรมการหมู่บ้าน เป็นต้น จำนวน 10 คน

2) ผู้บริหาร/กรรมการหมู่บ้านของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ที่เป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 15 คน

3) นักวิชาการในสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ศึกษา เช่น อาจารย์ เป็นต้น จำนวน 2 คน

4) ผู้ประกอบกิจกรรมนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมัคคุเทศก์ในท้องถิ่น จำนวน 5 คน

(2) ประชากรที่ศึกษารูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชนที่จัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักวิชาการ และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มีประสบการณ์การใช้สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

(2.1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน จำนวน 20 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนที่จัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักวิชาการ และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

(2.2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน จำนวน 200 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชนที่จัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักวิชาการ และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติโดยแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย 70% และชาวต่างชาติ 30%

(3) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองใช้และประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆจำนวน 200 คน

1.5.3 ขอบเขตด้านเทคโนโลยี

ต้นแบบของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือจะพัฒนาระบบในรูปแบบ Web Responsive รองรับการทำงานทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และโทรศัพท์มือถือ

1.5.4 พื้นที่วิจัย

คณะวิจัยทำการสำรวจและเลือกพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนจากฐานข้อมูลของศูนย์ประสานงานเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน ปี พ.ศ. 2559

1.5.5 ระยะเวลา ธันวาคม 2560-พฤศจิกายน 2561

1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผล

1.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์มีการนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์แบบเนื้อหา (Content Analysis) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Technique) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลประกอบกันจาก 3 รูปแบบ คือ การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล ด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล และด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่และแหล่งบุคคล ที่แตกต่างกัน

2) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Triangulation Technique) คือ การใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันสำหรับรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยเริ่มศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งจากตำรา รายงาน และเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้อง และการเก็บข้อมูลจากแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

3) การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์มีการนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์แบบเนื้อหา (Content Analysis) ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบประเมินด้วยการวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพ

1.6.2 การแปลผลข้อมูล

แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

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

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ทำให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล สถาบันการศึกษา และหน่วยงานภาคเอกชน เช่น สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ผู้ประกอบการธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น
2. ได้ข้อมูลความต้องการตลาดทางสื่อออนไลน์สำหรับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน
3. ได้ต้นแบบการตลาดทางสื่อออนไลน์สำหรับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน เพื่อใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ
4. ได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สามารถสร้างอาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน ทำให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
5. ผู้มีส่วนได้เสียด้านการท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปกำหนดกรอบการพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่เหมาะสมและกำหนดกลุ่มตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่เหมาะสม
6. ผลงานวิจัยจะเป็นประโยชน์ในแง่ของการได้มาซึ่งองค์ความรู้ (body of knowledge) ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในด้านการเรียนการสอนของนักศึกษาหรือผู้ที่สนใจทั่วไปของสถาบันและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งภาคประชาชน ซึ่งจะได้เรียนรู้กระบวนการและวิธีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อไป

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

สาระสำคัญในบทนี้ เป็นการทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศและการส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับป่าชุมชนกับการท่องเที่ยว
- 2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.1.5 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.1.6 สถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.1.7 แนวคิดเกี่ยวกับระบบแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ
- 2.1.8 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- 2.1.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน (2542) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

จากนิยามข้างต้น จะเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีลักษณะสำคัญหลายประการ ดังนี้

1) **เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น** (Identity or Authentic/ Endemic/ Unique) เพราะเป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะของระบบนิเวศ (Eco-system) แต่ละแห่ง เช่น เที่ยวในป่าดงดิบมีความแตกต่างจากป่าสน เนื่องจากป่าทั้งสองแห่งมีระบบนิเวศเฉพาะที่แตกต่างกัน หรือท่องเที่ยวในภูเขาแตกต่างจากท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล เป็นต้น

2) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวในป่าบางแห่งก่อนไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางอาจผ่านหมู่บ้านที่มีผู้คนอาศัยที่มีวัฒนธรรมน่าสนใจศึกษา นักท่องเที่ยวอาจแวะเที่ยวชมวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้านนั้น เช่น หมู่บ้านชาวเขาหรือชนพื้นเมืองระหว่างทางเดินเที่ยวป่า เป็นต้น

3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ผู้ที่เกี่ยวข้องหมายถึงเจ้าของหรือผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบร่วมกัน เช่น การรักษาความสะอาด การจัดการขยะหรือน้ำตื้นน้ำเสียอย่างมีระบบ การป้องกันมลภาวะทางเสียงและทางอากาศ และการจัดการความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งการนำเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณค่าและคุณภาพที่ยั่งยืน

4) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการเรียนรู้ระบบนิเวศและธรรมชาติ จึงควรมีการให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบแก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดทำป้ายสื่อความหมายธรรมชาติ ป้ายบอกทางท่องเที่ยว แผนที่ท่องเที่ยวและคู่มือการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้และความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้นและมีจิตสำนึกของการปกป้องอนุรักษ์ให้สิ่งแวดล้อมเกิดความยั่งยืน

5) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจและสังคมร่วมกัน หน่วยงานผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวควรมีส่วนร่วมในการวางแผน จัดการและดำเนินการตามแผนร่วมกัน รวมทั้งการรับและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเสมอภาคร่วมกัน

6) เป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน พึงพอใจและประทับใจ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรได้รับความเพลิดเพลินและพึงพอใจ รวมทั้งการได้รับความรู้ใหม่และประสบการณ์ที่ประทับใจจากการเดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Components of Ecotourism) มี 4 ด้าน คือ (Diamantis, 2004: 7-13)

1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ธรรมชาติ (Natural-based Component) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ ในพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้นหากมององค์ประกอบด้านพื้นที่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature-based Tourism)

2) องค์ประกอบด้านการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainability Component) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Ecologically Responsible Travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการอย่างยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการศึกษาเรียนรู้ (Educational Component) เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว การสื่อความหมาย เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวทางสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental Education-based Tourism)

4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม (Involvement of local/host community or People participation) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น ที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย และในที่สุดแล้วท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี้เริ่มต้นจากระดับรากหญ้าจนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น และอาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation-based Tourism)

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการจัดการที่ประสานการจัดการในด้านต่าง ๆ ภายใต้หลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และองค์ประกอบในเชิงระบบของการท่องเที่ยว ซึ่งกระบวนการจัดการจะต้องมีการประสานงานกันอย่างใกล้ชิดและชัดเจนระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง แนวทางการจัดการควรกำหนดเป็นแนวทางด้านต่าง ๆ 6 ด้าน ซึ่งอาจกำหนดเป็นนโยบายและกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีประสิทธิภาพได้ มีดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542)

(1) ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

1) หน่วยงานที่รับผิดชอบควรกำหนดกรอบการพัฒนาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมีมาตรฐานที่ชัดเจนให้ยกเลิกการท่องเที่ยวในพื้นที่เปราะบาง สนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนดพื้นที่เหมาะสมในเขตอนุรักษ์

2) พัฒนาพื้นที่ธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศนอกเขตอนุรักษ์ ในเขตพื้นที่พุทธมณฑล พื้นที่เอกชนและเขตชุมชน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3) ประเมินขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว และกำหนดปริมาณการควบคุม และมาตรการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสม เพื่อป้องกันปัญหาความแออัด การคับคั่ง ขยะมูลฝอยตกค้าง เสี่ยงรบกวน และการทำลายพืชพรรณและสัตว์ป่า

4) วางแผนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามขอบเขตของขีดความสามารถที่รองรับได้ โดยการกำหนดเขตพื้นที่ท่องเที่ยว (Zoning) เขตสงวนเพื่อการศึกษาและรักษาสีงแวดล้อม เขตกันชน และเขตพื้นที่ที่เหมาะสมตามสภาพทรัพยากรและขนาดการรองรับของพื้นที่ต่อปริมาณและกิจกรรมการท่องเที่ยว

5) ใช้มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครอง ดูแลรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งอนุรักษ์ที่มีกฎหมายเฉพาะคุ้มครอง

6) ใช้มาตรการการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการควบคุมดูแลรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเขตอนุรักษ์ โดยกำหนดบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบตามความเหมาะสม

7) พัฒนากลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และโครงข่ายการท่องเที่ยวในท้องถิ่นระดับกลุ่มพื้นที่ ให้มีความเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยให้มีการกระจายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับที่สามารถทดแทนแหล่งท่องเที่ยวเกิดขีดความสามารถในการรองรับได้

8) จัดระบบข้อมูลข่าวสารในการเดินทาง เพื่อใช้ในการจัดการ การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวให้สมดุลกับความสามารถในการรองรับของแต่ละพื้นที่ และการถ่ายเทนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงอย่างเป็นระบบ

9) กำหนดมาตรการการป้องกันและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เข้มงวดมากขึ้น และให้การสนับสนุนการประกอบการที่มีมาตรการถูกต้องเหมาะสมเป็นรูปธรรม เช่น ประยุกต์ใช้ระบบจัดการสิ่งแวดล้อม (Environment Management System: EMS) ในการจัดการด้านการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว การบริการและกิจกรรมในพื้นที่ภายใต้ขอบเขตการจัดการ ระยะเวลา หรือที่กฎหมายรองรับ

10) ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ในการควบคุมคุณภาพการตรวจสอบ และการจัดการมลพิษสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว

11) เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในการวางแผนและจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

(2) ด้านการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก

1) หน่วยงานที่รับผิดชอบควรกำกับ ควบคุม ดูแล การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยให้เป็นการศึกษาจากระบบโรงเรียนที่ถือเอาการปฏิบัติในสนามเป็นบทเรียนของภาคการศึกษา ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงผลกระทบของกิจกรรมที่มีต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อม

2) พิจารณาจัดให้มีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรในระบบโรงเรียน และสถาบันการศึกษาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องด้วยการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน เช่น พัฒนาหลักสูตรให้มีการเรียนรู้ในการสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชน ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และประชาชนในท้องถิ่น

3) สนับสนุนสื่อสารมวลชนและสื่อข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ที่ส่งเสริมการศึกษาระบบอาชีวศึกษาและวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับใช้เป็นข้อมูลคู่มือและอุปกรณ์การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวตลอดจนผู้เกี่ยวข้อง เช่น พัฒนารายการในสื่อสาธารณะต่างๆ และเอกสารการท่องเที่ยวให้มีทิศทาง เนื้อหาและการนำเสนอที่เหมาะสม

4) สนับสนุนงบประมาณในการจัดสื่อความหมายธรรมชาติที่มีคุณภาพในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อพัฒนาสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น ป้ายสื่อความหมาย คู่มือท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว นิทรรศการ และจัดผู้นำทางไว้รองรับนักท่องเที่ยว

5) ให้มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชนในพื้นที่มาสื่อสารกับนักท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนให้ประชาชนเป็นมัคคุเทศก์เฉพาะหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้อย่างแท้จริงและเป็นการกระจายรายได้ที่เหมาะสม

6) ขยายการให้การศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดและเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งนี้ในระยะต้นให้มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้และจิตสำนึกของบุคลากรในภาครัฐและเอกชนซึ่งมีศักยภาพสูง และมีบทบาทในกระบวนการท่องเที่ยว

7) จัดให้มีศูนย์ข้อมูลสารสนเทศรวบรวมผลงานวิจัย การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อการเผยแพร่ ถ่ายทอด แลกเปลี่ยนและพัฒนากระบวนการอย่างต่อเนื่อง

(3) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น

1) หน่วยงานที่รับผิดชอบควรพัฒนาแบบแผนการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ตลอดจนรวมถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น เอกชน และประชาชนทั่วไปในด้านการลงทุน การผลิตสินค้าและบริการ ทั้งนี้ต้องมีความเสมอภาค เป็นธรรมในกรอบที่เหมาะสม สอดคล้องกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

2) ส่งเสริมการจัดตั้งข่ายความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในรูปขององค์กรหรือคณะกรรมการระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่น โดยมีเครือข่ายครอบคลุมผู้เกี่ยวข้องทุกส่วนและทุกระดับ โดยให้องค์กรมีขอบเขตความสามารถในการตัดสินใจและดำเนินการอย่างอิสระภายใต้กรอบที่ตอบสนองความจำเป็นในการจัดการแต่ละระดับ

3) เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ และติดตามประเมินผลตลอดจนได้รับประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งปรับทัศนคติและปรับปรุงขีดความสามารถของหน่วยงานของรัฐให้สามารถร่วมมือและเกื้อหนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนมากขึ้น

4) ส่งเสริมการรวมกลุ่มจัดตั้งองค์กรประชาชนที่ดูแลด้านสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งที่เป็นทางการ และไม่ใช่วิทางการ เช่น ชมรม สมาคม สหกรณ์ เป็นต้น

5) แก้ไข ปรับปรุง และพัฒนากฎหมายและระบบงบประมาณของภาครัฐให้สามารถส่งเสริมและเอื้ออำนวยต่อการประสานงานความร่วมมือของหน่วยงานปฏิบัติทุกระดับกับประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ในการให้ชุมชนมีโอกาสในการควบคุม กำกับ ดูแล และจัดการทรัพยากรด้วยตนเอง

6) พัฒนาศักยภาพของคน โดยการเพิ่มความรู้ ทักษะ และการมีจิตสำนึกในด้านการจัดการ พัฒนาการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว การอนุรักษ์ พื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชนให้กว้างขวางมากขึ้น

7) อบรมให้ความรู้และพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้มแข็งมีประสิทธิภาพในด้านการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีอิสระ และสามารถจัดเก็บรายได้เพื่ออนุรักษ์ พื้นฟูการท่องเที่ยวได้ตนเอง โดยให้มีการพัฒนาทักษะการจัดการที่ถูกต้อง

8) จัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจในบทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาทางสังคม รวมทั้งการนำความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้

(4) ด้านการส่งเสริมตลาดและการนำเที่ยว

1) ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในทิศทางที่เหมาะสมกับสภาพทรัพยากรและขีดความสามารถในการจัดการรองรับการท่องเที่ยว ละเว้นหรือชะลอการส่งเสริมตลาดในพื้นที่ที่ยังไม่พร้อมหรือง่ายต่อการถูกกระแทกกระเทือนจากการท่องเที่ยว

2) สนับสนุนการตลาดในรูปแบบประสานการท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายที่เหมาะสม ทั้งที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลอดโปรแกรม และแบบผสมผสานกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ เพื่อให้มีการกระจายนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม

3) ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษาและกิจกรรมเชิงนิเวศ สำหรับกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยมุ่งเน้นในกลุ่มเยาวชน กลุ่มแรงงาน และเกษตรกรเป็นพิเศษ ทั้งนี้รวมถึงการจัดการศึกษาและกิจกรรมตอบสนองตลาดต่างประเทศด้วย

4) ส่งเสริมการบริการนำเที่ยวเชิงนิเวศให้พัฒนาเป็นการบริการที่มีคุณภาพ มุ่งเน้นการให้การศึกษาศึกษาการเรียนรู้จากประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมอย่างเป็นธรรมกับชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนมีการสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการใช้มาตรฐานในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของการบริการอย่างเต็มที่

5) กำหนดเกณฑ์มาตรฐานการบริการการนำเที่ยว มาตรฐานการปฏิบัติตัวของนักศึกษาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในลักษณะที่มีความเข้มงวดมากเป็นพิเศษ ภายใต้การจัดการให้มีความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในระดับที่เหมาะสมโดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรที่อยู่เหนือความต้องการส่วนบุคคล

6) โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายใต้ขอบเขตการพัฒนา โดยการใช้สื่อที่หลากหลาย และมุ่งเน้นให้มีการพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาค

(5) ด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและบริการการท่องเที่ยว

1) จัดระบบการเดินทางเชื่อมโยงโครงข่ายการท่องเที่ยวให้มีความสะดวกตามควรให้เหมาะสมกับพื้นที่และกิจกรรม โดยเน้นด้านความปลอดภัยเป็นหลัก

2) ให้มีการใช้พลังงานอย่างประหยัด เหมาะสมตามความจำเป็น และตามขนาดพื้นที่ท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สนับสนุนการใช้พลังงานทดแทน ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่หมดเปลืองในกิจกรรมการท่องเที่ยว

3) พัฒนาระบบการสื่อสารโทรคมนาคม สร้างโครงข่ายที่ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกระจายตัวครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวและโครงข่ายการมีส่วนร่วมทุกระดับ เพื่อการติดต่อสื่อสารการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวและการบรรเทาสาธารณภัยในยามฉุกเฉิน

4) สนับสนุนให้การบริการการท่องเที่ยว ดำเนินการโดยภาคเอกชนหรือองค์กร หรือประชาชน ภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย โดยองค์กรของรัฐเป็นฝ่ายสนับสนุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการกำหนดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวรองรับ ทั้งนี้ให้มีการอบการพัฒนาด้านการบริการที่มีขนาดรูปแบบ และคุณภาพการบริการ ตามแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ที่พักแบบ Ecolodge ที่มีขนาดเล็กและออกแบบให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม บริการนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยมัคคุเทศก์เดินป่า เป็นต้น

5) การจัดการบริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้คำนึงถึงความเหมาะสมสอดคล้องตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของท้องถิ่น การเพิ่มโอกาสการมีส่วนร่วมและการกระจายรายได้แก่ชุมชนและประชาชนท้องถิ่น

6) กำหนดมาตรฐานและมาตรการในการควบคุมและส่งเสริมการบริการและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การสร้างมาตรการจูงใจการให้การรับรองมาตรฐานการบริการ การให้รางวัลการใช้มาตรการทางภาษี เป็นต้น

(6) ด้านการส่งเสริมการลงทุน

1) สนับสนุนผู้ประกอบการที่มีการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ที่กำหนด เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนสามารถพัฒนากระบวนการบริการที่มีคุณภาพ เช่น การลดข้อจำกัดด้านกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการ การใช้มาตรการทางภาษี การสร้างสิ่งจูงใจอื่น ๆ การตอบแทนในรูปแบบของรางวัล เป็นต้น

2) จัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนการลงทุนของชุมชนท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการให้ยืมหรือให้กู้ดอกเบี้ยต่ำจากสถาบันการเงินของรัฐ

3) สนับสนุนด้านงบประมาณ และสิทธิประโยชน์แก่องค์กรพัฒนาเอกชนในการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการสนับสนุนการพัฒนาของประชาชนท้องถิ่น

4) ส่งเสริมการลงทุนผลิตสินค้า อุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ในการจัดกิจกรรมเชิงนิเวศ การจัดการบริการ และการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวขึ้นภายในประเทศ หรือลดต้นทุนการนำเข้าสินค้าที่จำเป็นจากต่างประเทศ

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับป่าชุมชนกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ป่าไม้ถือเป็นแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญยิ่ง โดยพื้นฐานสังคมชนบทไทยชาวบ้านได้อาศัยทรัพยากรธรรมชาติในการดำรงชีวิต ในบางพื้นที่ป่าไม้ ไม่เพียงเป็นแหล่งต้นน้ำ และแหล่งสร้างผลผลิตเพื่อสร้างรายได้แก่ชุมชน แต่ป่าไม้ยังเป็นแหล่งที่มาของความเชื่อ ประเพณี และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นรากฐานของความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและผืนป่า รวมถึงบทบาทของป่าไม้กับความอยู่รอดของชุมชน ป่าชุมชนเป็นรูปแบบของการจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่เป็นการจัดการร่วมกันระหว่างภาครัฐกับชุมชนท้องถิ่น (กาญจนา คัมภีร์ 2558) “ป่าชุมชน” (Community Forest) เป็นคำที่เกิดขึ้นในช่วงเกือบ 30 ปีที่ผ่านมา เป็นทางเลือกในการจัดการทรัพยากรนิเวศป่าไม้โดยมีชุมชนเป็นฐาน หรือเป็นการจัดการทรัพยากรร่วมกันของชุมชนที่มีวิถีปฏิบัติเป็นระบบสิทธิหน้าหมู่ หรือเป็นระบบทรัพยากรร่วมของชุมชน (สมหญิง สุนทรวงษ์ 2557) โดยสมศักดิ์ สุขวงศ์ (อ้างในสมหญิง สุนทรวงษ์ 2557) กล่าวว่า ป่าชุมชน เป็นกิจกรรมของคนชนบทในการจัดการทรัพยากรต้นไม้และป่าไม้ เพื่อผลประโยชน์ของครอบครัวและชุมชน เป็นกิจกรรมที่สนับสนุนและมอบอำนาจให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการปลูก จัดการ ป้องกัน และเก็บหาผลประโยชน์จากป่าไม้ภายใต้ระบบการจัดการที่ยั่งยืน ที่รวมถึงป่า ทั้งที่เป็นป่าบก ป่าชายเลน รวมถึงป่าพรุและบึงทาม ประกอบด้วย ต้นไม้ พืชพันธุ์สัตว์ป่า แหล่งน้ำ และสรรพสิ่งในธรรมชาติที่เป็นระบบนิเวศทั้งหมด ป่าชุมชนอาจตั้งอยู่รอบหมู่บ้าน รอบแหล่งชุมชน หรืออาจอยู่ใกล้เคียงกับชุมชน และชุมชนนั้นอาจจะเป็นชุมชนที่เป็นทางการ เช่น หมู่บ้าน อบต. หรือชุมชนตามประเพณีก็ได้ และก็อาจจะเป็นหนึ่งชุมชน หรือหลายชุมชนที่มาจัดการป่าชุมชนร่วมกันก็ได้ โดยที่คนในชุมชนนั้น ๆ อาจเลือกใช้ประโยชน์จากป่าอย่างยั่งยืนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ และการรักษาระบบนิเวศก็ได้ขึ้นอยู่กับคนในชุมชนเป็นผู้วางแผนและตัดสินใจว่าจะใช้ประโยชน์อะไร และอย่างไรจากป่า จะดูแลรักษา ป่า และพัฒนาป่าชุมชนอย่างไร ป่าชุมชนมีขอบเขตขนาดไหนที่ชุมชนจะดูแลได้ทั่วถึง

ประเทศไทยมีการจัดการนิเวศป่าไม้ในรูปแบบป่าชุมชนมากกว่า 10,000 ป่าชุมชน ซึ่งรวมทั้งที่ขึ้นทะเบียนกับกรมป่าไม้ และอยู่ในพื้นที่อนุรักษ์โดยมีป่าชุมชนที่ขึ้นทะเบียนกับกรมป่าไม้รวมทั้งสิ้น 8,820 หมู่บ้าน มีเนื้อที่ประมาณ 3,583,074 ไร่ (ข้อมูลเดือนกุมภาพันธ์ 2557) และป่าชุมชนที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนกับกรมป่าไม้ และอยู่ในเขตพื้นที่อนุรักษ์อีก 1,906 ป่าชุมชนที่ครอบคลุม 10,726 หมู่บ้าน ซึ่งมีการประมาณการว่าชุมชนมีการจัดการพื้นที่ป่าในรูปแบบของป่าชุมชนมากกว่า 7,870,000 ไร่ (1.2 ล้านเฮกเตอร์) หรือประมาณร้อยละ 7 ของพื้นที่ป่าไม้ในประเทศไทย (ทั้งที่อยู่นอกเขตและในเขตพื้นที่อนุรักษ์) (สมหญิง สุนทรวงษ์ 2557) และแยกตามภูมิภาค ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลป่าชุมชนตามภูมิภาค (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2560)

ภาค	จำนวนหมู่บ้าน	รวมเนื้อที่ (ไร่)
ภาคเหนือ	3,291	2,881,561
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4,739	1,317,919
ภาคกลาง	1,196	533,001
ภาคใต้	797	189,298
รวมทั้งประเทศ	10,023	4,921,781

ที่มา ส่วนส่งเสริมการจัดการป่าชุมชน (2560)

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism)

ในส่วนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วยหัวข้อ 1) ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) องค์ประกอบของกระบวนการเรียนรู้ของ CBT 3) หลักการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4) การประเมินความเป็นไปได้ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(1) ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) เป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว (ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2555)

(2) องค์ประกอบของกระบวนการเรียนรู้ของ CBT

องค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการเรียนรู้ของ CBT ประกอบด้วย ศักยภาพของคน ศักยภาพของพื้นที่ การจัดการ การมีส่วนร่วม และ ผลกระทบจากการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีทั้งผลกระทบด้านบวกคือทำให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาตนเอง พึ่งพาตนเอง คิดเป็นทำเป็น มีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนาเกิดรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้การทำงานร่วมกันในที่สุด ส่วนผลกระทบด้านลบ คือ ทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม คือมีจำนวนขยะที่เพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว การใช้น้ำ ระบบนิเวศธรรมชาติ การรับวัฒนธรรมที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว เกิดกระแสการเลียนแบบ มีความขัดแย้งทางความคิด เสียความเป็นส่วนตัวในการที่จะต้องรองรับนักท่องเที่ยว และที่สำคัญคืออาจถึงกับสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหากมีการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไป ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ของ CBT มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

(2.1) ศักยภาพของคน ต้องเริ่มที่คนในชุมชนที่จะต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อน เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้

(2.2) ศักยภาพของพื้นที่ หมายรวมถึง ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนในชุมชนต้องรู้จัก ต้องรักและหวงแหนเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตน

สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้แล้วชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องแนวคิด พื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย

(2.3) การจัดการ เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักที่จะทำอะไร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืน สมดุลในกลุ่มคนหมู่มาก ดังนั้นชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการพูดคุยกำหนดแนวทางในการเตรียมความพร้อมชุมชนรู้ถึงพื้นที่ของตนจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ควรมีกิจกรรมอะไรบ้าง และจะมีการกระจายจัดสรรรายได้อย่างไร ทั้งหลายทั้งปวงที่กล่าวมานั้น สิ่งสำคัญที่สุดของชุมชนก็คือการมีส่วนร่วม อันหมายรวมถึง ร่วมในทุก ๆ สิ่ง ทุกอย่างเพื่อส่วนรวม

(2.4) การมีส่วนร่วม มีได้อย่างไร การสื่อสารพูดคุย เป็นการสื่อความคิดเห็น การแก้ปัญหา รวมถึงการหาทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากการระดมความคิดจากประสบการณ์ของนักวิจัยท้องถิ่นพบว่าชุมชนจัดให้มีเวทีพูดคุย ร่วมกันคิดวางแผนดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน สร้างกฎระเบียบของชุมชนทางด้านต่าง ๆ เพื่อให้คนในชุมชนรวมถึงผู้มาเยือนปฏิบัติตาม

(2.5) ผลกระทบจากการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทุกอย่างที่ได้ดำเนินการย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งที่ตั้งอยู่ สิ่งแวดล้อมโดยรอบทั้งสิ้น ซึ่งมีผลกระทบด้านบวกและด้านลบ ได้แก่

(2.5.1) ผลกระทบด้านบวก ส่งผลให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาตนเอง พึ่งพาตนเอง คิดเป็นทำเป็น มีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา เกิดรายได้เพิ่มขึ้นมีการรวมตัวกัน สร้างความเข้มแข็งในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตามความคาดหวังและความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้เป็นตามหลักการพัฒนายั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม 3) สิ่งแวดล้อม และสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนคือการรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา สืบสานสืบทอด ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ได้ เกิดความรักความภาคภูมิใจในความรู้สึกรักเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้การทำงานร่วมกันในที่สุด

(2.5.2) ผลกระทบด้านลบ เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ จำนวนขยะที่เพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว การใช้น้ำ ระบบนิเวศธรรมชาติ การรับวัฒนธรรมที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว เกิดกระแสการเลียนแบบ มีความขัดแย้งทางความคิด เสียความเป็นส่วนตัวในการที่จะต้องรองรับนักท่องเที่ยว และที่สำคัญคืออาจถึงกับสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่น หากมีการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไป (วิระพล ทองมา 2547 : 17-22)

ในส่วนการตลาดนั้นแต่ละชุมชนจะต้องให้ข้อมูลแนะนำชุมชนตนเองและชุมชนอื่นที่ถูกต้องและน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว และที่น่าภูมิใจสำหรับชุมชนคือ การรักษาระบบและห่วงโซาทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมา แต่ชุมชนไม่ได้ละทิ้งพื้นฐานเดิม หรือปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตไปตามกระแสวัฒนธรรม และไม่ได้มุ่งหวังรายได้จากการท่องเที่ยวที่จะได้ให้เป็นรายได้หลักของชุมชนโดยละทิ้งอาชีพดั้งเดิมที่จะเป็นการที่จะปรับตัวเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวที่เข้าไปในชุมชน

(3) หลักการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มองชุมชนเป็นศูนย์กลางหรือฐานเพื่อกำหนดทิศทาง แผนงาน แผนปฏิบัติการของตนเองโดยดำเนินการพร้อมกันทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมนั้น จึงทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมและเกี่ยวกับกลุ่มคนต่าง ๆ มากมาย เมื่อมองในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวจึงควรต้องมีหลักการร่วมกัน ดังนี้

(3.1) การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการวินิจฉัยวิเคราะห์สภาพปัญหา ผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านแล้ว ชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร

(3.2) สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมทั้งการคิดร่วม วางแผนร่วม ทำกิจกรรมร่วม ติดตามประเมินผลร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกันและรับประโยชน์ร่วมกัน

(3.3) ชุมชนต้องการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม เป็นองค์กร หรือจะเป็นองค์กรชุมชนเดิมที่มีอยู่แล้วเช่นกัน องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) ก็ได้ เพื่อกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมดในระดับหนึ่ง และดำเนินการด้านการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน

(3.4) รูปแบบ เนื้อหา กิจกรรม ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน มีความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์และลดผลกระทบในเชิงลบ

(3.5) มีกฎ กติกาที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถกำกับดูแลให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้

(3.6) ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไปและนักท่องเที่ยว ควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ถูกต้องเหมาะสม และมีความชัดเจน

(3.7) การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีมาตรฐานที่มาจากข้อตกลงร่วมภายในชุมชนด้วย เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้อง และพิจารณาร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับ

(3.8) รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีส่วนไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม

(3.9) การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อำชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยว จะเป็นการทำลายชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน

(3.10) องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากมองในแง่ความพร้อมของชุมชนและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นไปได้ด้วยดีนั้นยังต้องพิจารณาจากมิตินอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยได้แก่ การตลาด นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

(4) การประเมินความเป็นไปได้ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นสิ่งที่ต้องเกี่ยวข้องกับคนภายนอก ดังนั้น ทักษะความชัดเจน การจัดการให้เหมาะสม จึงเป็นเรื่องที่ชุมชนเองยังมีความกังวลอยู่พอสมควร แม้ว่าจะมีปัจจัยที่เอื้อและการสนับสนุนจากภายนอกพอสมควร แต่ชุมชนเองต้องสามารถคาดการณ์ และประเมินว่า วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร โดยการร่วมกันอภิปรายระดมความคิดเห็น จากชุมชนให้กว้างขวางจนสามารถสรุปด้วยมติของชุมชนเอง ซึ่งมีองค์ประกอบการประเมินอยู่ 7 ประการด้วยกัน คือ

(4.1) ผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชน สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก และสภาพปัญหาชุมชนตลอดจนมองแนวทางแก้ไขปัญหาได้แบบชัดเจน และมองกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่ง หรือกิจกรรมร่วมเชื่อมต่อกับทิศทางแก้ไขปัญหโดยภาพรวมของชุมชนได้ แล้วจึงได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์เป้าหมายการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

(4.2) การมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งหมด เนื่องจากเป็นเรื่องที่ต้องเกี่ยวข้องกับสิทธิของชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมชุมชนที่ชุมชนต้องมีการคิดไตร่ตรองวินิจฉัย และร่วมตัดสินใจจะเปิดหมู่บ้านรองรับอย่างไร ควรเป็นรูปแบบใด ใครบ้างที่เกี่ยวข้อง ใครมีบทบาทจัดการอย่างไร และภายหลังนักท่องเที่ยวกลับแล้วมีการลดผลกระทบอย่างไร ด้วยวิธีการใด ตลอดจนการแบ่งปันผลประโยชน์ภายในชุมชน

(4.3) ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดตั้งองค์กรภายในชุมชน เพื่อรับผิดชอบกิจกรรมนี้ หรือผลักดันให้องค์กรชุมชนอื่นที่พิจารณาแล้วว่า มีความพร้อมทำหน้าที่รับผิดชอบเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์กรนั้น ๆ แต่ทั้งนี้การดำเนินการขององค์กรต้องเป็นไปด้วยความโปร่งใส เพราะมีผลประโยชน์ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

(4.4) การพิจารณาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น หรือของดีในชุมชนเพื่อจัดปรับเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อชุมชน ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมให้น้อยที่สุดเท่าที่สามารถจะทำได้

(4.5) ความพร้อมของผู้ที่สนใจจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมท่องเที่ยว จะมีบทบาทหลากหลายมากขึ้น คือผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พัก อาหาร การดูแลความปลอดภัย การนำพานักท่องเที่ยว การสื่อความหมาย และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ต้องไม่ใช่กระจุกตัวอยู่เฉพาะกลุ่มแกนนำภายในชุมชนเท่านั้น ควรมีระบบกระจายที่ทั่วถึงและเป็นธรรม

4(6) การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ที่จะรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อสามารถจัดปรับกระบวนการให้เหมาะสม สอดคล้องยิ่งขึ้น และรวมแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการลดผลกระทบของการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป

(4.7) ประสบการณ์ทักษะในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องบูรณาการความต้องการความเพลิดเพลน ความตื่นตัวและการเรียนรู้ ให้เป็นโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของแต่ละพื้นที่

(5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากแนวคิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม ทำให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ปัจจุบันมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนหลายงานวิจัย ดังนี้

ปรัชญากรณ์ ไชยคช และคณะ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษาหมู่บ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 10 อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชนศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน จากนั้นจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวของชุมชนโดยใช้เครื่องมือที่ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร การสำรวจ การสังเกต และการประชุมกลุ่มย่อย ผลการวิจัยพบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์โบราณสถาน และการบริการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 7 ประเภท ประกอบด้วย ต้นไม้ใหญ่ สวนป่าพระปรมาภิไธย น้ำตก พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ ค่ายสู้รบ และรีสอร์ตชุมชน ส่วนโปรแกรมท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืนได้นำเสนอแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

รุ่งวิทย์ ตรีกุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนบึงปลาญชัยในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนในชุมชนบึงปลาญชัย จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 379 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้วิจัยคือ แบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนในชุมชนบึงปลาญชัย มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งในด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การปฏิบัติการการร่วมรับผลประโยชน์และการติดตามตรวจสอบ มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง มีคุณภาพ และมีความสมดุล โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้านและมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ ด้านการร่วมรับผลประโยชน์และด้านการติดตามตรวจสอบ

อาทิตย์ โชติวิริยวณิช และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนหลวงพรต-ท่านเลี่ยม เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยปฏิบัติแบบมีส่วนร่วม ให้ความสำคัญกับคนชุมชนมีส่วนร่วมวิจัยกับนักพัฒนา เริ่มจากการสร้างกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ศึกษาสถานการณ์ วิเคราะห์ปัญหา เก็บรวบรวม จากนั้นจัดเวทีประชุมเสวนาทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ พร้อมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การศึกษาดูงาน ระดมสมองและทดลองปฏิบัติการ ติดตามการประเมินผล จากนั้นสรุปบทเรียน กระจายข้อมูลข่าวสารไปสู่การรับรู้ของคนในชุมชน ผลจากการทดลองโดยชุมชนนำร่องครั้งแรกพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษา อาศัยอยู่

ในเขตลาดกระบัง มาท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว ได้รับทราบข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ จากผลประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำนวน 117 คน ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับคือความเข้มแข็ง ความสามัคคี ความร่วมมือกัน ในการทำกิจกรรมของชุมชน มีการดูแลสุขภาพแวดล้อมและทรัพยากรของชุมชน มีโอกาสหารายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนเป็นที่รู้จักในสังคมและทำให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง

อุไรวรรณ สุภานิตย (2554) ได้ทำการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา วัฒนวิถิชุมชน “โหนด นา เล” อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ซึ่งเริ่มจากเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสาร สัมภาษณ์ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้แบบสัมภาษณ์และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตรา ส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตามขอบเขตด้านเนื้อหา เสนอผลการศึกษาด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ นำเสนอในรูปแบบตาราง พบว่า ชุมชนการท่องเที่ยววัฒนวิถิ “โหนด นา เล” มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีการพัฒนาทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมภายในชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว และต้องการมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นในที่ประชุม จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรค พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิถีชีวิตชุมชน การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

2.1.5 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546) นิยามความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าหมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวที่เกี่ยวข้องเนื่องทางด้าน วัฒนธรรมและระบบนิเวศ โดยการจัดการการท่องเที่ยวในสถานที่เหล่านั้นจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

กรมการท่องเที่ยว (2556) ได้นิยามมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าหมายถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่มีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ องค์ประกอบด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ องค์ประกอบด้านการจัดการการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน องค์ประกอบด้านการจัดการการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก และองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ในกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีดัชนีชี้วัด ความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพ และ ความมีคุณภาพเพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นด้วย

ดัชนี (Index) หมายถึง ปัจจัยหรือตัวแปรที่ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อใช้กำหนดคุณลักษณะของ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (2) การจัดการการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน (3) การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก และ (4) การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัด (Indicator) หมายถึงปัจจัยหรือตัวแปรที่กำหนดขึ้นเพื่อแสดงถึงคุณสมบัติของแต่ละดัชนีซึ่งตัวชี้วัดในการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีทั้งที่อยู่ในรูปของค่าเชิงคุณภาพหรือในรูปของค่าเชิงปริมาณ

การกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในครั้งนี้ได้ยึดตามกรอบและแนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้แก่

- 1) ศักยภาพความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง ความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของพื้นที่โดยยึดตามหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2) การจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน หมายถึง ความสามารถในการควบคุมดูแลการดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 3) การสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม
 - การสร้างจิตสำนึก หมายถึง การกระทำที่ก่อให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบสนใจใส่ใจและการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม
 - การให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งธรรมชาติและ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- 4) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชน/ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณาตัดสินใจการดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในการเรื่องต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้น ๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น

2.1.6 สถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) ได้ทำการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย พบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยถือเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะทางรูปแบบหนึ่งที่ตอบกระแสอนุรักษ์ธรรมชาติ และการตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยได้รับความนิยมมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะสถานที่ที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรและกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยที่มีมาตรฐาน และเป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยถือเป็นการพักผ่อนกับธรรมชาติ และเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก เป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปแล้วได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นเต้น ทำทาย ผจญภัย และได้ประสบการณ์แปลกใหม่ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ประกอบการหลายรายหันมาให้ความสำคัญกับกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบนี้ เช่น การพายเรือคายัค ล่องแก่ง ปีนเขา ไรด์ตัว ดูนก และเดินป่า เป็นต้น โดยกิจกรรมถูกพัฒนาขึ้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความเป็นธรรมชาติ กลุ่มที่รักในความท้าทายหรือการนำความแปลกใหม่มาผสมผสานกับความท้าทาย ทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบประเทศไทยกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียพบว่า ความพร้อมโดยรวมในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทย อยู่ในระดับปานกลางเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย อย่างไรก็ตาม

นักท่องเที่ยวอาเซียนมีความสำคัญต่อประเทศไทยเพิ่มขึ้น ขณะที่นักท่องเที่ยวเอเซียตะวันออกมีความสำคัญลดลง ในปี พ.ศ. 2553 นักท่องเที่ยวอาเซียนมีจำนวนมากที่สุดจำนวน 4,415,789 คน คิดเป็นร้อยละ 27.87 ของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมด รองลงมาได้แก่ นักท่องเที่ยวยุโรป เอเชียตะวันออก เอเชียใต้ อเมริกา โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ตามลำดับ ทั้งนี้ ประเทศไทยยังไม่มีข้อได้เปรียบที่ชัดเจน เมื่อพิจารณาทรัพยากรของประเทศไทยพบว่า อยู่ในระดับเดียวกับคู่แข่งและยังไม่สามารถสร้างจุดแข็งที่ชัดเจนได้ รวมถึงในปัจจุบันชุมชนในท้องถิ่นยังไม่ให้ความสำคัญด้านการอนุรักษ์ ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีน มีการกำหนดมาตรการดูแลและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นรูปธรรมและบังคับใช้อย่างเข้มงวด ทั้งนี้ กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยยังมีอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเทียบกับคู่แข่ง และเนื่องจากขาดการควบคุมมาตรฐาน รวมถึงผู้ประกอบการขนาดเล็กไม่ให้ความสำคัญกับการสอดแทรกองค์ความรู้ จึงควรมีการปรับปรุงกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วน อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในภูมิภาคด้านการสื่อสารการตลาดที่ค่อนข้างทำได้ดี ผู้ประกอบการค่อนข้างมีความพร้อมและมีศักยภาพในการปรับตัวสูงกว่าประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน สรุประดับความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในเอเชียแสดงในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 สรุประดับความพร้อมของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในเอเชีย

ระดับความพร้อมในปัจจุบัน	เปรียบเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย
ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ (ความสมบูรณ์ ความหลากหลาย)	- ทรัพยากรธรรมชาติอยู่ในระดับใกล้เคียงกับคู่แข่ง - ญี่ปุ่นและจีนเริ่มมีการพัฒนาด้านการอนุรักษ์อย่างจริงจัง และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ - นักท่องเที่ยวมองว่าประเทศไทยไม่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์
ปัจจัยด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (ความท้าทาย ความรู้ ความปลอดภัย)	กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยยังต้องมีการพัฒนาทั้งด้านคุณภาพ และด้านความรู้
ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยว (ประสิทธิภาพการสื่อสาร)	การสื่อสารการตลาดมีระดับสูงในขณะที่คู่แข่งก็ทำได้ดีเช่นเดียวกัน
ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ	- ผู้ประกอบการไทยมีความพร้อมสูง และมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา - ผู้ประกอบการในญี่ปุ่นมีความรู้เฉพาะทางด้านนิเวศ เช่น การศึกษาแมลง พันธุ์พืช เป็นต้น

ผลวิเคราะห์พบว่า สถานการณ์โดยรวมด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยของประเทศไทยยังไม่มีชัดเจนมากนัก ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยยังมีจำนวนน้อย และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงให้ความเห็นว่า ประเทศไทยยังคงต้องมีการพัฒนาด้านการบริหารจัดการหลายด้าน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่อนุรักษ์หลายพื้นที่ยังมีจำนวนน้อยมาก และถูกจำกัดในระยะเวลาสั้น ๆ เท่านั้น เช่น เขาใหญ่จะมีปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดในเดือนธันวาคม

แต่จะพบว่า ช่วงสูงสุดของการท่องเที่ยวเขาใหญ่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นสั้นมาก ทำให้ผู้ประกอบการหันมา มุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีการใช้จ่ายน้อยกว่าชาวต่างชาติมาก ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยว ต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนนอกฤดูการท่องเที่ยว โดยกระตุ้นด้วยกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และ จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวในช่วงเดือนต่างๆ

เมื่อวิเคราะห์ความพร้อมของจังหวัดต่าง ๆ ในการส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อเป็นเป้าหมายสำหรับ นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย พบว่า ยังไม่มีจังหวัดใดที่มีความพร้อมในระดับสูง ทั้งนี้ พื้นที่ที่มีความพร้อมในปัจจุบันในระดับปานกลางได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ กาญจนบุรี นครราชสีมา สระบุรี นครนายก ปราจีนบุรี เลย และกระบี่ ส่วนจังหวัดที่มีความพร้อมในปัจจุบันในระดับน้อย ได้แก่ จังหวัดน่าน แม่ฮ่องสอน พิชณุโลก เพชรบูรณ์ เพชรบุรี หนองคาย และตรัง อย่างไรก็ตาม หลายจังหวัดที่มีความพร้อม ในปัจจุบันไม่สูงนัก แต่มีโอกาสในการพัฒนาเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยหลายพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ ที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ และกิจกรรมที่มีความพร้อมอยู่แล้ว เหลือเพียงการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ กาญจนบุรี นครราชสีมา กระบี่ และตรัง เป็นต้น ทั้งนี้ การพัฒนาจังหวัดเหล่านี้ให้เป็น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยต้องมีการวางแผนการพัฒนาร่วมกัน เพื่อให้เกิดการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ เพราะหากวางแผนและดำเนินการแยกส่วน ก็จะขาดความต่อเนื่อง และสร้างความสับสนต่อนักท่องเที่ยว

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต้องอาศัยต้นทุนในการพัฒนาในระดับสูง เช่น เส้นทางคมนาคม การสื่อสาร โรงพยาบาล และระบบขนส่ง ดังนั้น กลุ่มจังหวัดที่มีโครงสร้างพื้นที่ที่อยู่ในระดับสูง ควรเป็นกลุ่มเป้าหมายแรกในการ พัฒนาระบบการเดินทางเพื่อเชื่อมโยงกับเมืองรอง และกระจายนักท่องเที่ยวไปยังเมืองรองในภูมิภาคเดียวกัน ทั้งนี้ ควรมีการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด โดยเริ่มจากจังหวัดหลักในภูมิภาคต่าง ๆ ได้แก่ เชียงใหม่ นครราชสีมา กระบี่ และกาญจนบุรี โดยทั้ง 4 จังหวัดควรมุ่งเน้นการพัฒนาด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ และผจญภัยอย่างบูรณาการ ในขณะที่จังหวัดที่เป็นกลุ่มที่สองคือจังหวัดที่เป็นเมืองรอง ซึ่งควรมุ่งเน้นไปที่ การพัฒนากิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์มากเพียงพอ ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมา ท่องเที่ยว ทั้งนี้ การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ควรมีการเชื่อมโยงกับจังหวัดหลัก ในการสื่อสารไปยัง นักท่องเที่ยว และกำหนดระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ทั้งนี้ เนื่องจาก ในปัจจุบันความโดดเด่นของกิจกรรมยังไม่ชัดเจน และขาดแรงจูงใจเพียงพอในการใช้เวลาการเดินทางเป็นเวลานาน สำหรับแนวทางการพัฒนาด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัยนั้น สามารถสรุปได้เป็น 7 ประเด็นได้แก่

1. อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การประเมินศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่และ นำมาบังคับใช้อย่างจริงจัง กิจกรรมฟื้นฟูธรรมชาติโดยผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการ บังคับใช้กฎระเบียบในการใช้พื้นที่อนุรักษ์และต้องปฏิบัติตาม เคร่งครัด และเพิ่มบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืน
2. กลยุทธ์ด้านการพัฒนาการเดินทางแบบองค์รวม เช่น การพัฒนาระบบ Logistics เป็นการนำระบบ GPS มาช่วย ในการเลือกเส้นทาง วางแผนเส้นทาง การมี Hotline ให้คำปรึกษาในการเดินทาง และมีระบบมาตรฐานในการเดินทาง การ เชื่อมโยงสายการบินต่างประเทศ ในการกำหนดเส้นทางและการสื่อสารความร่วมมือ ทั้งการเดินทางทางอากาศและทางเรือ

3. การบริหารจัดการที่พักเชิงอนุรักษ์ เช่น การจัดที่พักให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ โดยกำหนดจำนวนห้องพักและจำนวนนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม รวมถึงประชาสัมพันธ์ที่พักเชิงอนุรักษ์ และการจัดการมาตรฐาน (Certify) เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบว่า ที่พักใดเป็นที่พักเชิงนิเวศ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ เช่น โครงการใบไม้เขียว (The Green Leaf Certificate)

4. การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีระบบเตือนภัยเพื่อป้องกันภัยธรรมชาติ รวมถึงการท่องเที่ยวแบบ Hard Adventure เป็นกิจกรรมที่มาพร้อมความเสี่ยง ดังนั้นระบบรักษาความปลอดภัย และการรักษาพยาบาลเบื้องต้นจึงมีความสำคัญ เพื่อความมั่นใจของนักท่องเที่ยว หรือแม้กระทั่ง Soft Adventure เช่น การเดินป่าต้องมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น

5. การส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วม รวมถึงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่เอกสารที่สร้างจิตสำนึกต่อการรับผิดชอบทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแก่ประชาชนในท้องถิ่นและ ผู้ประกอบการ เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากร ธรรมชาติและร่วมกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว

6. สร้างความชัดเจนในเรื่องกฎระเบียบการใช้พื้นที่อนุรักษ์ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว จัดทำการศึกษากระบวนการขอเข้าใช้พื้นที่ของผู้ประกอบการ และดำเนินการลดขั้นตอนในการขออนุญาตสำหรับผู้ประกอบการในการประสานงานขอ อนุญาตเข้าใช้พื้นที่ เพื่อจัดระบบให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบที่บริหารจัดการได้

7. ในด้านการส่งเสริมการตลาดควรมีการประชาสัมพันธ์ตามกลุ่มประเภทกิจกรรมและ สื่อแบบเฉพาะเจาะจง เช่น ประชาสัมพันธ์เส้นทางโอโซน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติและสัตว์ป่า ประชาสัมพันธ์สะสมไมล์

2.1.7 แนวคิดเกี่ยวกับระบบแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

ปัจจุบัน Cloud Computing หรือการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ กำลังเป็นกระแสที่ได้รับการพูดถึงเป็นอย่างมาก โดยนิตยสาร eWeek ได้จัด Cloud Computing เป็น 1 ใน 5 ของเทคโนโลยีที่ต้องจับตาในปี 2009 ซึ่ง 5 เทคโนโลยีนี้ ได้แก่ Cloud Computing, Virtualization, Notebook/Netbook Adoption, Open Source Software และ Online Social Networking นอกจากนี้ Gartner ได้กล่าวในงาน Gartner Symposium/ITxpo เมื่อเดือนตุลาคม 2008 ผ่านมาว่า 10 เทคโนโลยี ที่จะมีบทบาทสำคัญสำหรับการวางกลยุทธ์ในปี 2009 คือ Virtualization, Cloud Computing, Servers - Beyond Blades, Web-Oriented Architectures, Enterprise Mashups, Specialized Systems, Social Software and Social Networking, Unified Communications, Business Intelligence และ Green IT ซึ่ง Cloud Computing ก็เป็นหนึ่งในนั้นด้วย

Cloud Computing ช่วยลดการลงทุนในการทำธุรกิจโดยเปลี่ยนจากการลงทุนเป็นไปเช่าใช้ระบบสารสนเทศจากผู้ให้บริการแทน ทำให้องค์กรขนาดเล็กสามารถใช้ระบบสารสนเทศได้เช่นเดียวกับองค์กรขนาดใหญ่ และนอกจากนี้ผู้ให้บริการยังมีผู้เชี่ยวชาญดูแลระบบตลอดเวลา อีกทั้งยังอาจจะมีบริการที่หลากหลาย โดยผู้ใช้สามารถเลือกใช้ตามความต้องการ และจ่ายค่าบริการตามการใช้งานจริงได้ ซึ่งด้วยความสามารถที่ผู้ให้บริการสามารถจ่ายค่าบริการตามที่ตนเองใช้งานนั้น ยังมีผลให้ผู้ให้บริการได้รับความสะดวกในการปรับขนาดลดหรือขยายการให้บริการ เช่น บริการเช่า Server ของ Amazon EC2 ผู้ใช้สามารถกำหนดรายละเอียด

ของ Server ตามความต้องการของ Application ที่ผู้ใช้บริการจะนำไปใช้ และยังสามารถปรับเปลี่ยนรายละเอียดภายหลัง หากความต้องการเปลี่ยนไปได้ทันที เปรียบเทียบกับการลงทุน Server เองที่มีความยุ่งยากมากกว่าในการขยายระบบไม่ว่าจะเป็นการ Upgrade อุปกรณ์บางส่วนหรือการเปลี่ยนอุปกรณ์ทั้งหมด

(1) Cloud Computing ในประเทศไทย

ปัจจุบันในประเทศไทยได้มีนักพัฒนาหลายคนได้พัฒนาระบบบน Cloud Computing แล้ว ซึ่งส่วนมากเป็น Application ที่ใช้สำหรับคนทั่วโลก ไม่ได้เน้นเฉพาะคนไทยเป็นหลัก โดยปัญหาหลัก คือ Bandwidth ของไทยที่ไปต่างประเทศนั้นน้อยกว่า Bandwidth ในประเทศรวมทั้งราคา Bandwidth ต่างประเทศแพงกว่า Bandwidth ในประเทศหลายเท่า ดังนั้นผู้ให้บริการประเภท Web Service ที่มีลูกค้าเป็นคนไทยจึงยังไม่สนใจให้บริการ Cloud Computing จากต่างประเทศ

ส่วนการให้บริการ Cloud Computing ในไทยยังไม่มีผู้ให้บริการประเภทนี้ แต่มีหลายองค์กรที่เริ่มศึกษาและเริ่มนำมาใช้องค์กรก่อน หรือเรียกได้ว่าเป็น Private Cloud เช่น เครือซีพี โดย คุณพูนลาภ ชัชวาลโมฆี ที่ปรึกษาอาวุโสของซีพี ได้ให้ข่าวกับทางหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ว่า ในปี 2009 กลุ่มบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ (ซีพี) วางแผนศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่จะให้บริการ IT แบบพร้อมใช้งานทันที โดยใช้ Cloud Computing ตัวอย่างเช่น การจัดเก็บข้อมูล (Storage Infrastructure) ซึ่งไม่สามารถขยายได้เร็วตามที่ใช้ต้องการ เป็นต้น

ในอนาคต cloud computing จะเข้ามามีบทบาทสำคัญและก่อประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ไทย เพราะ cloud computing เหมาะแก่แอปพลิเคชันพื้นฐานที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก และยังช่วยลดต้นทุนให้กับผู้ประกอบการ เพราะไม่ต้องลงทุนสร้างเครือข่าย และสามารถพัฒนาซอฟต์แวร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใคร ๆ ก็สามารถตั้งต้นเป็นผู้ให้บริการ Cloud Computing ได้ ขอเพียงแต่สามารถลงทุนเชื่อมต่อเครื่องคอมพิวเตอร์เข้าด้วยกัน และมีซอฟต์แวร์และระบบบริหารจัดการทรัพยากรคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งสามารถจัดวางจอร์อินเทอร์เนตความเร็วสูงเพื่อเชื่อมต่อไปโครงข่าย Cloud Computing เข้าด้วยกัน ในกรณีที่มีการแยกอาคารสถานที่ติดตั้ง การพัฒนาขีดความสามารถของโครงข่ายสื่อสารข้อมูล โดยเฉพาะอินเทอร์เนตความเร็วสูง และหากจะให้ดียิ่งขึ้นจะเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ใยแก้วนำแสง ซึ่งปัจจุบันรองรับด้วยเทคโนโลยี FTTH (Fiber To The Home) จะช่วยทำให้องค์กรธุรกิจหรือหน่วยงานต่าง ๆ สามารถเชื่อมต่อกับผู้ประกอบการ Cloud Computing ด้วยวงจรสื่อสารความเร็วสูง และจะได้ลดข้อจำกัดในเรื่องของความเร็วในการเชื่อมต่อลงได้ อาจกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่านอกเหนือจากพฤติกรรมหรือไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคที่นิยมการใช้งานอินเทอร์เนตเพื่อรับสื่อมัลติมีเดียแล้ว กระแสความนิยมในบริการ Cloud Computing ของภาคธุรกิจหรือหน่วยงานต่าง ๆ ก็จะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผลักดันให้มีการขยายเพิ่มขีดความสามารถของโครงข่ายบรอดแบนด์ในประเทศไทย ปัจจุบันมีบริษัทขนาดเล็กหลายแห่งในประเทศไทย ลงทุนสร้างเครือข่าย Cloud Computing รับประมวผลให้กับลูกค้าองค์กรที่เป็นบริษัทขนาดย่อม ๆ กันแล้ว เมื่อใดก็ตามที่กระแสความนิยมในเทคโนโลยี Cloud Computing ในบ้านเราเปิดกว้างมากขึ้น ประกอบกับการขยายขีดความสามารถของเครือข่ายบรอดแบนด์อย่างต่อเนื่อง เราจะได้เห็นการเติบโตแบบก้าวกระโดดของธุรกิจใหม่นี้ อย่างแน่นอน เชื่อได้เลยว่าอนาคตที่เวลานั้นอยู่ไม่ไกลเกินไปนัก (ชุมชนชาวการจัดสรรสนเทศ, 2554)

(2) สถาปัตยกรรมของการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ

การจัดเก็บข้อมูลบนเมฆ มีโครงสร้างพื้นฐานแบบเสมือนชั้นสูง และมีขอบเขตกว้างเหมือนระบบการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ ในแง่ของการติดต่อที่สามารถเข้าถึงอย่างยืดหยุ่น เหมือนอยู่ใกล้ ๆ ขยายขีดความสามารถได้ใช้ร่วมกันได้ และตรวจวัดทรัพยากรที่มีได้ บริการจัดเก็บเมฆสามารถนำไปใช้ประโยชน์จากบริการนอกสถานที่ (Amazon S3) หรือนำไปใช้ในสถานที่ (VION)

การจัดเก็บข้อมูลบนเมฆ มักจะหมายถึงเป็นเจ้าภาพการบริการจัดเก็บวัตถุทางอิเล็กทรอนิกส์ แต่คำนี้ปัจจุบันได้มีการขยายความหมายเพื่อรวมประเภทอื่นๆ ของการจัดเก็บข้อมูลในด้านบริการ เช่น ที่เก็บบล็อก (บริการฝากข้อความสนทนากลุ่ม)

บริการจัดเก็บวัตถุเช่น Amazon S3 และ Microsoft Azure, การจัดเก็บข้อมูลวัตถุของซอฟต์แวร์ เช่น OpenStack Swift, ระบบจัดเก็บข้อมูลของวัตถุ เช่น EMC Atmos และ Hitachi Content Platform, และข้อมูลการวิจัยด้านธุรกิจการค้า เช่น OceanStore และเมฆเสมือน เป็นตัวอย่างของการจัดเก็บข้อมูล ที่สามารถเป็นเจ้าภาพและนำไปใช้กับลักษณะการจัดเก็บเมฆ

(3) การบริการบนระบบการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ สามารถแบ่งรูปแบบของชั้น ดังนี้

(3.1) การให้บริการซอฟต์แวร์ หรือ Software as a Service (SaaS) จะให้บริการการประมวลผลแอปพลิเคชันที่แม่ข่ายของผู้ให้บริการ และเปิดให้บริการทางด้านซอฟต์แวร์ต่าง ๆ

(3.2) การให้บริการแพลตฟอร์ม หรือ Platform as a Service (PaaS) เป็นการประมวลผลซึ่งมีระบบปฏิบัติการ และการสนับสนุนเว็บแอปพลิเคชันเข้ามาพร้อมด้วย

(3.3) การให้บริการโครงสร้างพื้นฐาน หรือ Infrastructure as a Service (IaaS) เป็นการให้บริการเฉพาะโครงสร้างพื้นฐาน มีประโยชน์ในการประมวลผลทรัพยากรจำนวนมาก

(3.4) บริการระบบจัดเก็บข้อมูล หรือ data Storage as a Service (dSaaS) ระบบการจัดเก็บข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ไม่จำกัด รองรับการสืบค้นและการจัดการข้อมูลขั้นสูง

(3.5) บริการรวบรวมลำดับความเชื่อมโยง หรือ Composite Service (CaaS) คือส่วนทำหน้าที่รวมโปรแกรมประยุกต์ หรือจัดลำดับการเชื่อมโยงแบบ workflow ข้ามเครือข่าย รวมถึงการจัดการด้านความปลอดภัย

2.1.8 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ในส่วนแนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประกอบด้วยหัวข้อ

- 1) ความหมายของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- 2) ประเภทของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และ
- 3) การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(1) ความหมายของการตลาดออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์

Dahnil, Marzuki, Langgat & Fabeil (2014) ได้ให้คำจำกัดความการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไว้ว่า การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นช่องทางการทำธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการทำการตลาดเกี่ยวกับสินค้า บริการ ข้อมูล และไอเดีย ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

Kaplan & Haenlein (2010) กล่าวไว้ว่า การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในฐานะเครื่องมือที่จะเติมเต็มสิ่งที่ขาดในการตลาดแบบเดิม เป็นกิจกรรมการตลาดที่ทำผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ที่ทำให้สามารถส่งผ่านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการกระจายสู่ผู้บริโภค

Kietzmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre (2011) และ Kim & Ko (2012) กล่าวว่า การใช้ประโยชน์จากโทรศัพท์มือถือและเว็บไซต์เพื่อสร้างการปฏิสัมพันธ์ในระดับที่ผู้บริโภคตั้งกลุ่มพูดคุย แชร์ และรวมถึงการสร้างข้อมูลโดยผู้บริโภคเองซึ่งจากการควบคุมดูแลข้อมูลที่สร้างโดยผู้บริโภคจะทำให้ธุรกิจสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภคในอนาคตได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

(2) ประเภทของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์

การทำการตลาดบนโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ในยุค WEB 2.0 จะมีการเชื่อมโยงโปรแกรมประยุกต์บนเว็บไซต์ ซึ่งมีลักษณะส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันข้อมูล การพัฒนาในด้านแนวความคิดการออกแบบที่เน้นผู้ใช้งานหรือลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (User-centered design) และ การร่วมสร้างข้อมูลในโลกของอินเทอร์เน็ต โดยออกแบบเว็บไซต์ทำให้กลุ่มผู้ใช้งานสามารถปฏิสัมพันธ์และร่วมมือกันในลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการโต้ตอบกันได้ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ดังนั้นสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้กันในยุคนี้สามารถแบ่งออกเป็น 10 ประเภท คือ

(2.1) บล็อก (Blogs หรือเรียกอีกชื่อว่า Weblogs) คือ สื่อส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็น บันทึกส่วนตัว โดยสามารถแบ่งปันให้บุคคลอื่น ๆ โดยผู้รับสารสามารถเข้าไปอ่าน หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ ซึ่งการแสดงเนื้อหาของบล็อกนั้นจะเรียงลำดับจากเนื้อหาใหม่ไปสู่เนื้อหาเก่า ผู้เขียนและผู้อ่านสามารถค้นหาเนื้อหาย้อนหลังเพื่ออ่านและแก้ไขเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา เช่น Bloggang, Blogger, Okanation เป็นต้น

(2.2) หน่วยงานสามารถสร้างข้อมูลและเปลี่ยนข้อมูล (สถานะของตน) เผยแพร่รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นเครือข่ายทางสังคมที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม (Social Community) โดยที่บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความชอบหรือส่งต่อ หรือเผยแพร่ หรือแสดงความคิดเห็น ได้ตอบการสนทนา หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ ตัวอย่างเครือข่ายทางสังคมในอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook, Hi5, LinkedIn, MySpace, Youmeo, Google+, Badoo เป็นต้น ทั้งนี้ในปัจจุบันนี้ Hi5 ได้ปิดตัวลงไปแล้ว

(2.3) บล็อกจิ๋ว (Micro Blogging และ Micro Sharing) เป็นเว็บเซอร์วิสหรือเว็บไซต์ที่ให้บริการแก่บุคคลทั่วไป สำหรับให้ผู้ให้บริการเขียนข้อความสั้น ๆ ประมาณ 140 ตัวอักษร ที่เรียกว่า “Status” หรือ “Notice” เพื่อแสดงสถานะของตัวเองว่ากำลังทำอะไรอยู่ หรือแจ้งข่าวสารต่าง ๆ แก่กลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ (Online Social Network) (Wikipedia, 2010) รวมทั้งสามารถใช้เครื่องหมาย # (hashtag) เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ ตัวอย่างบล็อกจิ๋ว เช่น Blauk, Weibo, Tout, Tumblr และที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายคือ Twitter

(2.4) วิดีโอออนไลน์ (Online Video) เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเนื้อหาที่น่าสนใจในวิดีโอออนไลน์ไม่ถูกจำกัดโดยผังรายการที่แน่นอนและตายตัว ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถติดตามชมได้อย่างต่อเนื่อง เพราะไม่มีโฆษณาคั่น รวมทั้งผู้ใช้สามารถเลือกชมเนื้อหาได้ตามความต้องการและยังสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้จำนวนมากอีกด้วยเช่น YouTube, MSN, Yahoo ซึ่งในปัจจุบัน MSN ได้ปิดตัวลงไปแล้ว ส่วน Yahoo ได้เปลี่ยนชื่อเป็น Altaba

(2.5) การแบ่งปันรูปภาพ (Photo Sharing) เป็นเว็บไซต์ที่เน้นให้บริการฝากรูปภาพโดยผู้ใช้บริการสามารถอัปโหลดและดาวน์โหลดรูปภาพเพื่อนำมาใช้งานได้ ที่สำคัญนอกเหนือจากผู้ใช้บริการจะมีโอกาสแบ่งปันรูปภาพแล้ว ยังสามารถใช้เป็นพื้นที่เพื่อเสนอขายภาพที่ตนเองนำเข้าไปฝากได้อีกด้วย เช่น Flickr, Photobucket, Photoshop, Express, Zoom

(2.6) แหล่งรวบรวมหรือข้อมูลความรู้ (Wikis) เป็นเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นแหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/Knowledge) ซึ่งผู้เขียนส่วนใหญ่อาจจะเป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านต่าง ๆ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ซึ่งผู้ใช้สามารถเขียนหรือแก้ไขข้อมูลได้อย่างอิสระ เช่น Wikipedia, Google Earth, digg Favorites Online

(2.7) การสร้างโลกจินตนาการ (Virtual Worlds) คือการสร้างโลกจินตนาการโดยจำลองส่วนหนึ่งของชีวิตลงไป จัดเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่บรรดาผู้ที่ท่องโลกไซเบอร์ใช้เพื่อสื่อสารระหว่างกันบนอินเทอร์เน็ตในลักษณะโลกเสมือนจริง (Virtual Reality) ซึ่งผู้ที่เข้าไปใช้บริการอาจจะบริษัทหรือองค์กรด้านธุรกิจ ด้านการศึกษา รวมถึงองค์กรด้านสื่อ เช่น สำนักข่าวรอยเตอร์ สำนักข่าวซีเอ็นเอ็น ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อพื้นที่เพื่อให้บุคคลในบริษัทหรือองค์กรได้มีช่องทางในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเครือข่ายผู้ใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มลูกค้าทั้งหลักและรอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทหรือองค์กรก็ได้ ปัจจุบันเว็บไซต์ที่ใช้หลัก Virtual Worlds ที่ประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียง คือ Second life ตัวอย่างการสร้างโลกจินตนาการ

(2.8) การค้นหาคำตอบและวิธีการแก้ปัญหา (Crowd Sourcing) เป็นหลักการขอความร่วมมือจากบุคคลในเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยสามารถจัดทำในรูปของเว็บไซต์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อค้นหาคำตอบและวิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ ทั้งทางธุรกิจ การศึกษา รวมทั้งการสื่อสาร โดยอาจจะเป็นการดึงความร่วมมือจากเครือข่ายทางสังคมมาช่วยตรวจสอบข้อมูลเสนอความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะกลุ่มคนที่เข้ามาให้ข้อมูลอาจจะประชาชนทั่วไปหรือผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่อยู่ในภาคธุรกิจหรือแม้แต่ในสังคม นักข่าว ข้อดีของการใช้หลักการค้นหาคำตอบและวิธีการแก้ปัญหา คือ ทำให้เกิดความหลากหลายทางความคิดเพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนช่วยตรวจสอบหรือคัดกรองข้อมูลซึ่งเป็นปัญหาสาธารณะร่วมกันได้ ตัวอย่างการค้นหาคำตอบและวิธีการแก้ปัญหา เช่น IdeaStorm, mystarbucks Idea

(2.9) การบันทึกภาพและเสียงเพื่อเผยแพร่ (Podcasting หรือ Podcast) มาจากการรวมตัวของสองคำ คือ “Pod” กับ “Broadcasting” ซึ่ง “POD” หรือ Personal-On-Demand คือ อุปสงค์หรือความต้องการส่วนบุคคล ส่วน “Broadcasting” เป็นการนำสื่อต่าง ๆ มารวมกันในรูปของภาพและเสียง หรืออาจกล่าวง่าย ๆ Podcast คือ การบันทึกภาพและเสียงแล้วนำมาไว้ในเว็บเพจ (Web Page) เพื่อเผยแพร่ให้บุคคลภายนอก (The public in general) ที่สนใจดาวน์โหลดเพื่อนำไปใช้งาน ตัวอย่างการบันทึกภาพและเสียงเพื่อเผยแพร่ เช่น Dual Geek Podcast, Wiggly Podcast

(2.10) การแสดงความคิดเห็น (Discuss/Review/Opinion) เป็นเว็บบอร์ดที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถแสดงความคิดเห็น โดยอาจจะเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ประเด็นสาธารณะทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ตัวอย่างการแสดงความคิดเห็น เช่น Epinions, Mouthshut, Yahoo!Answers, Pantip, Yelp



ภาพที่ 2.1 ตัวอย่างสื่อสังคมออนไลน์

ที่มา: สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนการสอน (2557)

(3) การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

(3.1) ความหมายและความสำคัญของการสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์

การตลาดแบบปากต่อปาก หรือ การตลาดแบบบอกต่อ (Viral Marketing) คือเทคนิคทางการตลาดที่ใช้ในยุคก่อนที่จะมีบริการเครือข่ายสังคมเพื่อเพิ่มการรับรู้ในตราสินค้า หรือเพื่อจุดประสงค์อื่นทางการตลาด (เช่น ยอดขาย) ผ่านการพูดแบบปากต่อปาก ที่คล้ายกับการแพร่ของเชื้อไวรัสหรือไวรัสในคอมพิวเตอร์ อาจหมายถึงการพูดปากต่อปากผ่านทางอินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์อาจทำได้ในรูปแบบของคลิป เกมในแบบแฟลช แอดแวร์เกม อีบุ๊ก ซอฟต์แวร์เกี่ยวกับแบรนด์ ภาพ หรือแม้แต่ข้อความ (การโฆษณาประชาสัมพันธ์กับการสื่อสารแบบปากต่อปาก: กรณีการสืบค้นและการเยี่ยมชมเว็บไซต์, 2554)

การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ (Word-of-Mouth: WOM) หรือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก เป็นพลังของการสื่อสารที่มีอำนาจอย่างเหลือเชื่อในการประกอบการทางธุรกิจต่าง ๆ โดยผู้ประกอบการในปัจจุบัน ได้หันมาให้ความสนใจในเรื่องนี้กันเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในธุรกิจด้านการ

บริการ เพราะความก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยีและการกระจายข้อมูลถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ข่าวสารและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันเป็นเรื่องปกติ จากผลการวิจัยล่าสุดของ Nielsen ร้อยละ 92 ของผู้บริโภคไว้วางใจในสื่อที่น่าเชื่อถืออย่าง WOM หรือคำแนะนำจากเพื่อนและครอบครัว รองลงมา ร้อยละ 70 ของผู้บริโภคเชื่อคำแนะนำ ในสื่อออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ที่มีผู้บริโภคเข้าไปแบ่งปันประสบการณ์อย่าง เว็บไซต์ TripAdvisor หรือ Pantip จะเห็นได้ว่า WOM มีบทบาทสำคัญมากในธุรกิจด้านการบริการ ซึ่งผู้ประกอบการควรจะเข้าใจ ความสัมพันธ์และคุณภาพการให้บริการที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เช่น พฤติกรรมผู้บริโภคแบบ ปากต่อปากเชิงบวก เป็นต้น โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยว ถือเป็นตัวอย่างที่ดีอย่างหนึ่งที่ผู้บริโภคสามารถแบ่งปันข้อมูล และความคิดเห็นทั้งในกลุ่มบุคคล (Offline) และทางสื่ออินเทอร์เน็ตต่าง ๆ (Online) ซึ่งอิทธิพลของ กลุ่มคนนั้นถือว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องและประเมินได้ล่วงหน้า

เมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล การสื่อสารมีความสะดวกมากขึ้นเกิดอินเทอร์เน็ตขึ้นนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบของการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (eWOM) (Cheung & Thadani, 2012) โดยการสื่อสารแบบปากต่อปากในรูปแบบนี้เกิดขึ้นบนกระดานสนทนา อีเมลกลุ่มข่าวหรือบนแพลตฟอร์มสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยม โดยถูกผู้ส่งสารอาจจะเป็นผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้า ลูกค้าปัจจุบันหรือลูกค้าในอดีตของบริษัท สินค้าหรือแบรนด์ (Hennig-Thurau, Gwinner, Walsh, & Gremler, 2004) ได้รับคำนิยามที่เหมาะสมและถูกอ้างอิงอย่างกว้างขวางมาจากการศึกษาของ Hennig-Thurau และคณะ (2004) กล่าวว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอินเทอร์เน็ตคือ “คำกล่าวทั้งแง่บวกและลบจากคนที่มิสทิเป็นลูกค้า ลูกค้า และอดีตลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าหรือบริษัท ซึ่งถูกทำให้แพร่หลายแก่คนจำนวนมากผ่านทางอินเทอร์เน็ต”

(3.2) จุดประสงค์ของนักการตลาดเพื่อสร้างความสำเร็จการตลาดแบบปากต่อปาก

เพื่อสร้างความโดดเด่นแสดงตัวตนกับแนวโน้มทางเครือข่ายสังคม (Social Networking Potential) และสร้างการแพร่กระจายของสาระให้ปรากฏกับคนส่วนหนึ่งของผู้คนและมีความเป็นไปได้สูงที่จะแทนที่คู่แข่ง มีดังนี้

(3.1.1) การสื่อสารปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล (E-mail Word of Mouth) หมายถึง การใช้อีเมลในการส่งข้อมูลหรือบอกต่อข้อมูลเกี่ยวกับห้องพักทำให้ลูกค้าทราบรายละเอียดโปรโมชั่นใหม่ ๆ ที่ชัดเจนครบถ้วนซึ่งสามารถประชาสัมพันธ์ห้องพักทางอีเมลได้ทุกอย่างถึง โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และการบอกต่อเกี่ยวกับข้อมูลของห้องพักทางอีเมล เป็นการประชาสัมพันธ์ห้องพักที่สามารถดำเนินการได้อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของผู้ที่ได้รับข้อมูล

(3.1.2) การสื่อสารปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางวิดีโอออนไลน์ (VDO Online Word of Mouth) หมายถึง การใช้วิดีโอออนไลน์ในการส่งผ่านข้อมูลหรือบอกต่อข้อมูลเกี่ยวกับห้องพัก โดยการบอกต่อด้วยวิดีโอออนไลน์สามารถแสดงรูปภาพสถานที่จริงได้โดยละเอียด พร้อมทั้งเสียง และภาพเคลื่อนไหวประกอบที่ดึงดูดความสนใจของผู้ชม และสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่พักได้อย่างครบถ้วนและชัดเจน ซึ่งสามารถเชิญชวนผู้เข้าพักได้ดี

(3.1.3) การสื่อสารปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Word of Mouth) หมายถึง การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการส่งผ่านข้อมูลหรือบอกต่อข้อมูลห้องพักซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายและทั่วถึง สะดวกและรวดเร็ว ซึ่งช่วยให้การตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น

2.1.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.9.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ปิยะนุช พรประสิทธิ์ และสุธินี ฤกษ์ขำ (2558) ศึกษาเครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการดำเนินงาน เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีประสิทธิภาพ (Importance-performance analysis: IPA) ที่ใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการในหลายหน่วยงาน รวมทั้งหน่วยงานการท่องเที่ยว พบว่างานวิจัยที่ประยุกต์ใช้ IPA กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังมีจำกัด และนำเสนอแนวคิด IPA เพื่อสร้างความเชื่อถือและประยุกต์ใช้เครื่องมือ IPA เพื่อช่วยในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไทยอย่างมีประสิทธิภาพ คือการนำ IPA มาใช้ต้องกำหนดคำจำกัดความของความสำคัญและผลการดำเนินงานที่ชัดเจน ควรมีการกำหนดคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ชัดเจน เพื่อสะท้อนบริบทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทยที่มีลักษณะเฉพาะ และควรกำหนดการอธิบายผลการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานต่อไปได้ เนื่องจาก IPA ถูกพัฒนามาจากแนวคิดทางการตลาดที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหลัก เมื่อนำมาปรับใช้กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอาจทำให้คุณลักษณะด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกได้คะแนนเฉลี่ยของผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพต่ำ อย่างไรก็ตามการประยุกต์ใช้แนวคิด IPA กับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถเป็นแนวทางในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ทราบจุดอ่อนและจุดแข็งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับการตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด และใช้ข้อมูลเพื่อกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เกิดความยั่งยืน อีกทั้งยังเพิ่มศักยภาพในการจัดการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนบนเส้นทางสีเขียว กรณีพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดความยั่งยืนบนเส้นทางสีเขียว ประกอบด้วยปัจจัยด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมและกระบวนการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วม และด้านการบริหารจัดการ รวมทั้งด้านศักยภาพของผู้นำเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาให้สัมฤทธิ์ผล โดยใช้องค์ความรู้สมัยใหม่และภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานวัฒนธรรมประเพณีชุมชนเป็นฐานเชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติและสิ่งที่ชุมชนสร้างสรรค์ เพื่อการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง และเพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ควรให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาองค์ความรู้ โดยภาครัฐควรมีบทบาทในการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคการพัฒนาทุกภาคส่วนในการแก้ปัญหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องให้มากขึ้น เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของ

ประชาชนในพื้นที่ให้สามารถมีรายได้เพิ่มขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีศักยภาพ และในการดูแล อนุรักษ์พันธุ์พืชหายากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างถูกวิธีให้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน

กฤษณ์ โคตรสมบัติ (2553) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับแนวทางในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตแก่งสามพันโบก เนื่องจากการทำให้เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น ชาวบ้านมีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้สภาพปัจจุบันการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนยังไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมมากนัก ส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาโดยกลุ่มนายทุน และกลุ่มผู้นำบางกลุ่มเท่านั้น และแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี ควรดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษารูปแบบที่เหมาะสมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมุ่งเน้นในรูปแบบธรรมชาติ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ควรพัฒนาระบบสาธารณูปโภค เพื่ออำนวยความสะดวกและบริการนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ควรมีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยไว้คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ควรพัฒนาระบบการรักษาความสะอาดเพื่อรักษาความสะอาดของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และควรพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง อาทิ ป้ายประชาสัมพันธ์การบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว

ประยูร ดาศรี (2557) ได้สำรวจมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติปางสีดา จังหวัดสระแก้ว เพื่อศึกษาคำมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติปางสีดา และนำผลจากการวิจัยไปบูรณาการการจัดการการท่องเที่ยว โดยผลจากการวิจัยนี้ถูกเสนอแนะเพื่อเป็นข้อมูลในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติปางสีดา เช่น การจัดการการท่องเที่ยวที่ควรคำนึงถึงมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวต่อการรองรับนักท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ควรให้ชุมชนทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม การจัดการการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และการส่งเสริมเรื่องฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางและนักท่องเที่ยวทั่วโลกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น รวมถึงการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติปางสีดาที่ต้องคำนึงถึงความเป็นมรดกโลกของอุทยานแห่งชาติปางสีดา

สมชาย เดชะพรหมพันธุ์ และภัทราพร สร้อยทอง (2545) ได้ศึกษาเปรียบเทียบจัดระดับการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติในภาคตะวันออก และทดสอบแบบจำลองการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานการบริหารและการจัดการเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ ในอุทยานแห่งชาติภาคตะวันออก จำนวน 7 แห่ง คือ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง เขาแหลมหญ้าและหมู่เกาะเสม็ด น้ำตกพลิ้ว เขาคิชฌกูฏ เขาชะเมา-เขาวง ทับลาน และปางสีดา พบว่า อุทยานแห่งชาติทั้ง 7 แห่ง มีความสามารถในการบริหารและการจัดองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน ระดับความสามารถในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติแต่ละแห่งมีความใกล้เคียงกันมากตามลำดับ ดังนี้ อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง ได้ระดับคะแนน 43 รองลงมา คือ อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว 42 คะแนน อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ อุทยานแห่งชาติทับลาน ได้แต่ละ 41 คะแนน อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้าและหมู่เกาะเสม็ดได้ 40 คะแนน

และอุทยานแห่งชาติปางสีดาได้ 38 คะแนน และเมื่อเฉลี่ยเปรียบเทียบระหว่างอุทยานแห่งชาติทางบกกับทางทะเลพบว่า อุทยานแห่งชาติทางบกมีระดับความสามารถสูงกว่าอุทยานแห่งชาติทางทะเลเพียงเล็กน้อยที่ระดับ 41:40.50 คะแนน สำหรับแบบจำลองการบริหารและการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถปฏิบัติได้กับกิจกรรมที่อุทยานแห่งชาติทั้ง 7 แห่ง โดยมีการดำเนินการในระดับสูงตั้งแต่ร้อยละ 79.18 ถึง 89.58 ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าแบบจำลองการบริหารและการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะสามารถเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานการบริหาร และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่น ๆ ได้

อัศวิน แสงพิกุล (2554) ได้สังเคราะห์แนวคิด หลักการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์และตัวบ่งชี้ของคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศ โดยนำหลักเกณฑ์และตัวบ่งชี้มากำหนดเป็นตัวต้นแบบทฤษฎีที่เรียกว่า 6 E's Ecotourism Model for Tour Operators (EMTO) เพื่อเป็นแนวทางการประเมินการจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศของผู้ประกอบการ โดยตัวต้นแบบเชิงทฤษฎีที่สังเคราะห์ได้ประกอบด้วย 6 หลักเกณฑ์และ 27 ตัวบ่งชี้ โดย 6 หลักเกณฑ์ประกอบด้วย 1) การจัดนำเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ 2) การให้ความรู้/การเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ 3) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว 4) การคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว 5) การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว และ 6) นโยบายธุรกิจโดยผู้ประกอบการหรือนักวิชาการสามารถนำตัวต้นแบบเชิงทฤษฎีที่สร้างขึ้น (EMTO) ไปประยุกต์ใช้หรือปรับใช้ได้ตามความเหมาะสมเพื่อให้เกิดแนวทางปฏิบัติที่ดีสำหรับผู้ประกอบการ โดยตัวต้นแบบเชิงทฤษฎีถูกนำไปปรับใช้เป็นแนวทางประเมินการจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศของผู้ประกอบการไทย 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง คือ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้รับรางวัลด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนกลุ่มที่สองเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศทั่วไป ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การจัดนำเที่ยวของทั้งสองกลุ่มแตกต่างกันในหลายประเด็น โดยผู้ประกอบการกลุ่มแรกจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศได้ดีกว่ากลุ่มที่สองในหลายด้าน เช่น การสร้างจิตสำนึกและการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว การคำนึงถึงผลกระทบจากการจัดนำเที่ยว และการช่วยพัฒนาชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น อย่างไรก็ตามการจัดนำเที่ยวของผู้ประกอบการกลุ่มแรกมีการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากนัก และยังมีความแตกต่างระหว่างกันในเรื่อง การสร้างจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว และการให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว เป็นต้น ในภาพรวมการจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดพบว่ามี ความแตกต่างกันค่อนข้างมาก โดยเฉพาะหลักเกณฑ์ด้านการให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องสภาพแวดล้อมธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว งานวิจัยจึงมีการเสนอแนะแนวทางปฏิบัติที่ดีที่เป็นไปได้สำหรับผู้ประกอบการโดยยึดหลักแนวคิดของตัวต้นแบบเชิงทฤษฎี และผลการวิจัยเพื่อใช้ประกอบข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนทั้งในภาคธุรกิจ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม อีกทั้งแนวทางปฏิบัติที่ดี ดังกล่าวยังสามารถนำไปปรับใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินและแยกแยะผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงนิเวศที่แท้จริงและไม่ใช่ออกจากกัน นอกจากนี้งานวิจัย

ชั้นนี้ยังได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในมุมมองที่มาจากหลักแนวคิด EMTO และยังได้กล่าวถึงประโยชน์ของงานวิจัยที่มีต่อการพัฒนาตัวชี้วัดคุณภาพ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศในเรื่องการทำมาตรฐาน (Industry Standard) การเทียบเคียงสมรรถนะ (Benchmarking) และการรับรองคุณภาพ (Certification)

อภิรติ ช้วนตัน เสาวลักษณ์ รุ่งตะวันเรืองศรี และชนิภา ชูสุข (2554) การประเมินศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน: กรณีศึกษาถ้ำภูผาเพชร และถ้ำเจ็ดคต ตำบลปาล์มพัฒนา อำเภอมะนัง จังหวัดสตูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินและศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณถ้ำภูผาเพชรและถ้ำเจ็ดคต จังหวัดสตูล โดยใช้แบบศักยภาพ 3 รูปแบบ ผลการประเมินศักยภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกัน ได้แก่ แบบประเมินศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ออกแบบเฉพาะเจาะจงสำหรับพื้นที่ศึกษา มีผลการประเมินศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ออกแบบเฉพาะเจาะจงสำหรับพื้นที่ศึกษา มีผลการประเมินศักยภาพอยู่ในระดับสูง แบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศพบว่า มีมาตรฐานคุณภาพอยู่ในระดับดี แบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พบว่ามีมาตรฐานอยู่ในระดับสามดาว (ซึ่งการกำหนดระดับมาตรฐานตามลำดับสูงไปหาต่ำ ได้แก่ ห้าดาว-หนึ่งดาว) แนวทางการพัฒนาศักยภาพจากผลการจัดประชุม พบว่ามีประเด็นในการกำหนดแนวทางพัฒนาศักยภาพ 15 ประเด็น โดยมีประสิทธิภาพที่กำหนดแนวทางให้ชุมชนร่วมมือกับองค์กรผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ 6 ประเด็น ได้แก่ ความสามารถในการรับการเปลี่ยนแปลงต่อระบบนิเวศและวัฒนธรรม การจัดการขยะ ประโยชน์ต่อชุมชนด้านการอนุรักษ์ ประโยชน์ต่อชุมชนด้านเศรษฐกิจ และการจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ ส่วนอีก 9 ประเด็นเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพที่เสนอต่อองค์กร ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ให้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพที่ดียิ่งขึ้น

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิภาส (2557) ศึกษาแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อการยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เพื่อวิเคราะห์การประเมินตามมาตรฐานการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว และเพื่อสร้างกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการในการยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กิจกรรม “Appreciation – Influence – Control” (AIC) ผลการวิจัย พบว่า การประเมินระดับความเป็นมาตรฐานของอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม คุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา และการบริหารจัดการเพื่อการยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในภาพรวมของการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อการยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ควรมุ่งเน้นการสร้างกลยุทธ์ปฏิบัติการ ได้แก่ การจัดการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ การบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยว การอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาบุคลากร

ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ การสร้างคุณภาพร้านอาหาร และการปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา
มาตรฐานการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อความยั่งยืน

อภิญา เลื่อนฉวี (2547) ได้ศึกษามาตรการทางกฎหมายในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ: ศึกษาเฉพาะกรณีอุทยานแห่งชาติ พบว่าอุทยานแห่งชาติของประเทศไทยได้ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อ
วัตถุประสงค์ตามที่ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 คือ เป็นพื้นที่ที่มี
สภาพธรรมชาติที่น่าสนใจในการพิทักษ์รักษาให้คงอยู่ในสภาพเดิม เพื่อสงวนไว้ให้เป็นประโยชน์แก่การศึกษา
และความรื่นรมย์ของประชาชน จากวัตถุประสงค์จึงเห็นว่า อุทยานแห่งชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ
ที่อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีทิวทัศน์สวยงามเหมาะสำหรับการพักผ่อน มีคุณค่าทางการศึกษาในการหา
ความรู้ค้นคว้าและวิจัย และเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่านานาชนิดและพันธุ์พืชหายาก ดังนั้น รูปแบบและ
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่พึงมีและเหมาะสมสำหรับอุทยานแห่งชาติ จึงควรเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ในการบริหารจัดการพื้นที่อุทยานแห่งชาติเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น ปรากฏว่าในปัจจุบัน อุทยาน
แห่งชาติของไทยยังประสบปัญหาในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านกฎหมายที่ใช้บังคับแก่อุทยานฯ ที่ไม่
เอื้ออำนวยต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และปัญหาด้านพฤติกรรมของผู้เข้ามาใช้ประโยชน์ในอุทยาน
แห่งชาติ ที่ไม่เป็นไปตามหลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างแท้จริง ซึ่งประเด็นของปัญหาและมาตรการ
การแก้ไข ประกอบด้วยปัญหาทางกฎหมาย ปัญหาอันเกิดจากราษฎรและนักท่องเที่ยวและปัญหาเกี่ยวกับการ
บริหารจัดการอุทยานแห่งชาติ

ชีน ศรีสวัสดิ์ และเกริกไกร แก้วล้วน (2550) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาวัฒนธรรม
ของชุมชนชาวกวยในเขตอีสานใต้และลาวใต้ พบว่า ชุมชนชาวกวยในเขตอีสานใต้ยังมีอยู่เป็นจำนวนมาก
โดยเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และบางส่วนของจังหวัดมหาสารคาม
โดยมีอยู่หนาแน่นในเขตพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดสุรินทร์ ส่วนในลาวใต้ส่วนใหญ่จะอยู่ในแขวงสาละวัน
และจำปาสัก ลักษณะเด่นของชุมชน คือ แนวคิด ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม และการประกอบอาชีพ เช่น
การเลี้ยงช้าง และการทอผ้า ชุมชนชาวกวยทั้งในเขตอีสานใต้และลาวใต้มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันทั้งในทาง
ประวัติศาสตร์ ทางชาติพันธุ์และทางวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่พูดภาษาไทยในตระกูล
มอญ-เขมร มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาร่วมกัน โดยมีการอพยพมาจากภาคเหนือของประเทศอินเดีย
แถบเทือกเขาหิมาลัยด้วยกัน เมื่อประมาณ 3,500 ปีก่อน และมีการกระจายกันอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ของเอเชีย
ตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งเขตอีสานใต้และลาวใต้ด้วย แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน
ชาวกวยอาจทำได้โดยการสำรวจสภาพชุมชนที่มีลักษณะเด่นทางวัฒนธรรม และขึ้นบัญชีไว้อย่างเป็นระบบใน
รูปแบบของฐานข้อมูลในคอมพิวเตอร์ แล้วเผยแพร่ให้กับธุรกิจท่องเที่ยวโดยผ่านการประชุมสัมมนา ในรูปของ
เอกสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ และอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เกิดการรับรู้และเข้าใจในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืน ทั้งต่อนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาวแนวทางการกำหนด
ยุทธศาสตร์เพื่อการพึ่งพาในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านสามารถทำได้โดยการประสานความร่วมมือระหว่างประเทศที่มี
ทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน เช่น การอำนวยความสะดวกในการเดินทางโดยไม่ต้องมีวีซ่าระหว่างกัน การให้

ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางทั้งของประเทศของตนเองและประเทศเพื่อนบ้านที่มีแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกัน และการใช้บัตรการเดินทางร่วมกันของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

กาญจนา คุ่มทรัพย์. (2558) ศึกษาเรื่องการจัดการป่าชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาป่าชุมชนบ้านดอนหมู จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีศึกษากระบวนการจัดการป่าชุมชน ว่างเงื่อนไขของการจัดการป่าชุมชนอย่างไรจึงนำไปสู่ความสำเร็จและมีความสอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ชุมชนบ้านดอนหมูมีกระบวนการจัดการป่าชุมชนที่ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง นำวัฒนธรรมชุมชนอันเป็นทุนทางสังคมที่เข้มแข็งผสมผสานกับการจัดการป่าชุมชนตามหลักวิทยาศาสตร์ ซึ่งการจัดการป่าชุมชนนี้ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน กระบวนการเรียนรู้ที่เป็นระบบผ่านการวิจัย นอกจากนี้ชุมชนยังมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากภายนอกอย่างสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน ทำให้ชุมชนมีกระบวนการเชื่อมโยงกิจกรรมการจัดการป่าชุมชนเข้ากับการพัฒนาชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

เชียวชาญ จวงจันทร์ อีระ ฤทธิรอด และสุนันต์ สกลไชย (2558) ศึกษาแนวทางการพัฒนาป่าชุมชนดงสาละเหม็นเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า ป่าชุมชนดงสาละเหม็นมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ น้ำตกหลายแห่ง พืชดอกไม้ต่างๆ และเสาเฉลียง จึงมีศักยภาพและความเหมาะสมที่จะได้รับการส่งเสริมเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผลจากการวิจัยยังเสนอแนะให้องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยยางจัดหาและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จัดสร้างห้องน้ำ ติดตั้งระบบไฟฟ้า ระบบประปา และสร้างถนน เพื่อให้สามารถเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยวได้สะดวก รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จักพื้นที่ป่าชุมชนมากขึ้น และจัดทำแผนการตลาดที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

กรวรรณ สังขกร และคณะ (2559) ศึกษาเรื่อง การศึกษาเพื่อการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางอารยธรรมล้านนา พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกเป็นรายกลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น จีน และกลุ่มประเทศซีโลกใต้ มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ตามระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว การได้รับข้อมูลข่าวสาร ทั้งจากการบอกต่อจากเพื่อนและคนรู้จัก และจากสื่อสารสนเทศ ทำให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกัน โดยมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูร่างกายจิตใจ เรียนรู้และทำความเข้าใจชีวิต วัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น และชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเป็นประเพณีวัด โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ กิจกรรมที่ชื่นชอบส่วนมาก คือการชิมอาหารพื้นเมือง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อความโดดเด่นทางวัฒนธรรม สถานที่พักผ่อน อาหาร อธยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่ และบรรยากาศที่เป็นมิตรของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและญี่ปุ่นนิยมซื้อ คือ ของฝากประเภทอาหาร ส่วนนักท่องเที่ยวจากอเมริกา ยุโรป และจีน ชอบซื้อเครื่องแต่งกายพื้นเมืองซึ่งต่างจากกลุ่มประเทศซีโลกใต้ที่ชอบซื้อของที่ระลึกเป็นของใช้ต่าง ๆ เช่น สมุดโน้ต และเครื่องเขียน

ในส่วนของผู้ประกอบการฯ มีความสามารถทางการแข่งขันที่เข้มแข็งในด้านมาตรฐานการออกแบบของสินค้าและบริการ มีพนักงานที่พอเพียงกับการให้บริการ และพนักงานที่มีความรู้ความสามารถอยู่ในระดับเดียวกันกับคู่แข่ง แต่ผู้ประกอบการยังคงประสบปัญหาในการประชาสัมพันธ์ และยังต้องการการพัฒนาเพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขัน โดยแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางอารยธรรมล้านนา คือ การพัฒนาความรู้ ความสามารถในการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านภาษา การพัฒนาด้านนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวและการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อสร้างจุดขาย การจัดสร้างเครือข่ายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางอารยธรรมล้านนา มีผู้นำในการขับเคลื่อนพัฒนาตลาดและการมีศูนย์กลางแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในกลุ่มผู้ประกอบการ การสนับสนุนจากภาครัฐและท้องถิ่นที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางอารยธรรมล้านนา นอกจากนี้ยังพบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามเส้นทางอารยธรรมล้านนามีจุดขายที่วิถีไทยวิถีล้านนาในบริบทของการท่องเที่ยวนั้นจะต้องสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน โดยมีการสร้างมูลค่าของสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมผ่านเรื่องราวที่แฝงความหมาย มีคุณค่าที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรักใคร่ของคนไทย รวมถึงการร้อยเรียง เนื้อหาสาระ และถ่ายทอดความเป็นมาไปถึงนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพจึงจะก่อให้เกิดแรงกระตุ้นและเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว

2.1.9.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้แอปพลิเคชันกลุ่มเมฆ

คมกริช อุดารักษ์ (2558) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกลุ่มเมฆของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 6 จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกลุ่มเมฆ และเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกลุ่มเมฆ ของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 6 จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 6 จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 338 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แบบสอบถามมีความเที่ยงในระหว่าง 0.06-1 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งชุดอยู่ที่ 0.97 สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Independent Samples t-test, One-way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกลุ่มเมฆในด้าน Peer to Peer, Web Application, Software as a Service อยู่ในระดับมากทุกด้าน มีค่าเฉลี่ย 3.68, 3.47 และ 3.69 ตามลำดับ ส่วนด้าน Software Plus Services มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 อยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกลุ่มเมฆ ในด้านเพศ สถานภาพสมรส อายุ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งหน้าที่และกลุ่มสาระการเรียนรู้ มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกลุ่มเมฆแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนในด้านระดับการศึกษา มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกลุ่มเมฆไม่แตกต่างกัน

มณีวรรณ ศุภติมัสโร และคณะ (2557) ได้ทำการศึกษาการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ (Cloud Computing) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากมีต้นทุนที่ต่ำทำให้องค์กร

ขนาดเล็กสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้ง่ายขึ้น โดยจำลอง วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ซอฟต์แวร์บริหารโครงการบนกลุ่มเมฆในองค์กรเอกชนในประเทศ และได้นำปัจจัยจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM 2 บางส่วนมาใช้ ซึ่งแบบจำลองนี้จะช่วยให้นักพัฒนาซอฟต์แวร์ได้พัฒนาซอฟต์แวร์บริหารโครงการบนกลุ่มเมฆตรงกับความต้องการของผู้ใช้ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 331 คน นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยผลการวิจัยได้พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน การทำงานร่วมกันและการใช้งานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ซอฟต์แวร์บริหารโครงการบนกลุ่มเมฆในองค์กรเอกชน

ภูมิ ชยานนท์ และ สรัญญา เชื้อทอง (2557) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์แบบ Responsive โดยเริ่มจากการศึกษาหลักการและทฤษฎีที่จะนำมาใช้ จากนั้นสร้างแบบสำรวจความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์ จำนวน 200 คน แบ่งเป็นลูกค้า 160 คน พนักงาน 40 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยการจับฉลาก ผลวิจัยคือ ลูกค้าและพนักงานมีความต้องการใช้เว็บไซต์แบบ Responsive จึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์จัดระบบ สรุปแนวคิดเพื่อจัดวางโครงสร้างจัดเตรียมข้อมูลและส่วนประกอบต่าง ๆ ในเว็บไซต์ และทำการสร้างเว็บไซต์ หลังจากนั้นได้นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน แบ่งเป็นด้านเนื้อหาและด้านสื่อเว็บไซต์เพื่อทำการประเมินคุณภาพ ผลการประเมินพบว่าอยู่ในระดับดีมาก สามารถนำเว็บไซต์แบบ Responsive กรณีศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว บริษัท ซิลเวอร์สโตนทัวร์ แอนด์ แทรเวล จำกัดมาใช้งานได้จริง

เอมิกา เหมมินทร์ (2557) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ปัจจุบันมีผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทั่วโลกจำนวนมาก เป็นที่นิยมอย่างมากในโลกออนไลน์ และมีแนวโน้มการใช้งานที่เพิ่มขึ้น ด้วยประโยชน์ที่มากมายจากการใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สามารถสื่อสารได้ง่ายและเป็นวงกว้าง หลากหลายรูปแบบ สามารถสื่อสารกับคนที่มีความชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือรวมตัวกันทำกิจกรรมที่มีประโยชน์ นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งพูดคุยกับเพื่อนที่ไม่เจอกันมานาน หรือเพื่อนที่อยู่ไกลกัน โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 คน ในช่วงอายุระหว่าง 15-44 ปีในกรุงเทพมหานคร ที่มีบัญชีผู้ใช้เครือข่ายออนไลน์ และใช้เป็นประจำอย่างน้อยสัปดาห์ละ 4 วัน และนำมาหาค่าสถิติ คือค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 ปีขึ้นไปมากที่สุด ประชาชนใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook บ่อยที่สุด มีช่องทางที่ประชาชนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุดคือ Smartphone ประชาชนส่วนใหญ่เปิดบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ตลอดทั้งวัน ช่วงเวลาที่ประชาชนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ 18.00-06.00 น. ประชาชนมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 1-3 ชั่วโมงต่อวันมากที่สุด และประชาชนส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด

Popesku (2014) ได้ทำการวิจัยการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนการตลาดองค์กรธุรกิจการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถช่วยสนับสนุนการตลาดในธุรกิจท่องเที่ยวได้ โดยผลการวิจัยพบว่าการทำการตลาดบนสื่อสังคม

ออนไลน์สามารถช่วยให้คำแนะนำนักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางตั้งแต่จุดเริ่มต้นการเดินทาง ถึงจุดหมายปลายทาง โดยการใช้เครื่องมือผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการสามารถช่วยสนับสนุนการวางแผนการท่องเที่ยวอีกทั้งช่วยในการตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

Schaupp & Bélanger (2014) ได้ทำการศึกษาการสร้างมูลค่าของสื่อสังคมออนไลน์สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในทุก ๆ ขนาดไม่ว่าแต่กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก เพราะการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานขายกับกลุ่มของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือเพื่อติดต่อสื่อสารด้านการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นหน่วยงานองค์กรธุรกิจขนาดเล็กควรให้ความสำคัญในการใช้เทคโนโลยีด้านระบบการตลาดสื่อสังคมออนไลน์เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ ถึงแม้องค์กรธุรกิจจะมีขนาดเล็กก็ตาม โดยผลการศึกษาพบว่าเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงที่ทันสมัย และสภาพแวดล้อมของลูกค้าที่มีการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสารเป็นแรงกดดันที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานภายในองค์กรธุรกิจขนาดเล็ก ทั้งทางด้านการตลาด การบริการลูกค้าและการขาย ซึ่งองค์กรธุรกิจขนาดเล็กต้องมีความตระหนักเป็นสำคัญ

Tomše & Snoj (2014) ได้ทำวิจัยเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารทางการตลาดของเครือข่ายสังคมในช่วงเวลาของธุรกิจที่เกิดเหตุการณ์วิกฤติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหารูปแบบทางออกของการทำธุรกิจในช่วงเวลาที่วิกฤติโดยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่สำคัญใช้เป็นทางออกเพื่อการขยายการตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ในสังคมที่มีความแตกต่างเพิ่มมากขึ้น โดยผลการวิจัยพบว่าการทำการตลาดที่ใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์จะมีความแตกต่างจากการตลาดในแบบดั้งเดิม โดยการตลาดสื่อสังคมออนไลน์สามารถช่วยสนับสนุนในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่และเพิ่มยอดขายในช่วงวิกฤตของธุรกิจได้เป็นอย่างดี เพราะงบประมาณในการใช้จ่ายจะมีต้นทุนน้อยกว่าการทำธุรกิจในรูปแบบดั้งเดิม

Recine, Prichard, & Chaudhury (2013) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์และวิวัฒนาการของการสื่อสารการตลาดเพื่อการใช้ด้านไอที โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการทำตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ที่เสริมด้วยการใช้การตลาดฐานข้อมูลเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า(CRM) เพื่อที่จะได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลดังกล่าวเป็นรูปแบบธุรกิจที่ช่วยสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจเป็นระบบธุรกิจอัจฉริยะ โดยผลการวิจัยพบว่าการดำเนินธุรกิจสามารถใช้ช่องทางการตลาดจากสื่อสังคมออนไลน์นำไปสู่การผลักดันสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรทางธุรกิจได้

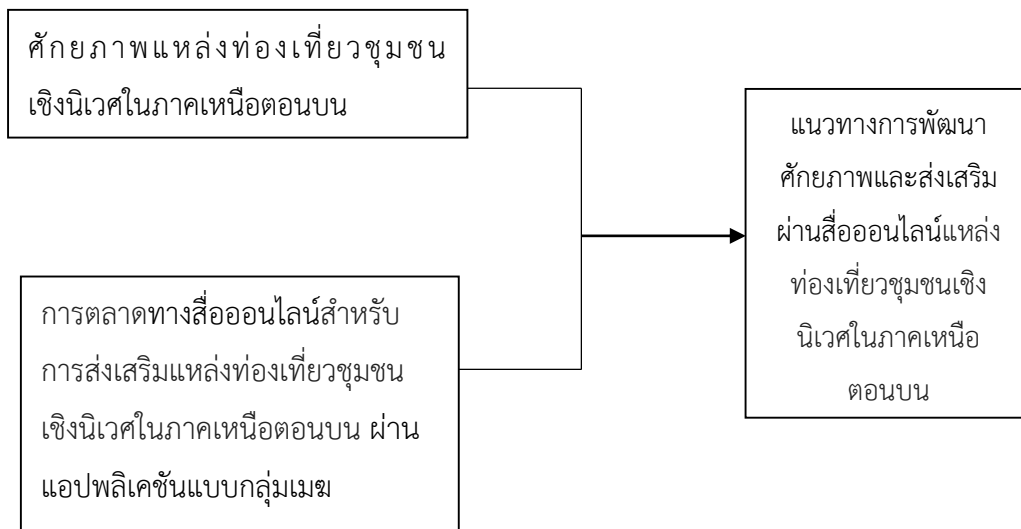
Akar & Topcu (2011) ได้ทำการตรวจสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้บริโภคต่อการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและระบุปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ โดยมี 7 ปัจจัย คือ ปัจจัยที่ 1 ด้านทัศนคติต่อการตลาดที่มี ปัจจัยที่ 2 ด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ปัจจัยที่ 3 ด้านความรู้สื่อสังคมออนไลน์ ปัจจัยที่ 4 ด้านการรับผลกระทบจากอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ ปัจจัยที่ 5 ด้านการตรวจสอบและติดตามสื่อสังคมออนไลน์ ปัจจัยที่ 6 ด้านการมองอนาคตเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ และปัจจัยที่ 7 ด้านความกลัวเกี่ยวกับการตลาดกับสังคมออนไลน์ โดยผลการวิจัย

พบว่าปัจจัยทั้ง 7 ด้านมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมกับรูปแบบการทำธุรกิจการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ โดยองค์กรธุรกิจที่ทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

Hewitt (2011) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบของการจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เครือข่ายสังคม (Social Networking) และการตลาดสังคมออนไลน์ (Social Marketing) ทั้งสามรูปแบบสามารถเป็นกุญแจสำคัญในการทำการตลาดทางด้านสุขภาพได้ (Healthcare Marketing) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมขององค์กรประกอบดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์เพื่อสนับสนุนธุรกิจในตลาดทางด้านสุขภาพได้ โดยผลวิจัยพบว่าการใช้รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์สามารถช่วยอำนวยความสะดวกเป็นช่องทางการตลาดที่เชื่อมโยงข้อมูลให้กับผู้ป่วยได้รับทราบข้อมูลต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการดูแลสุขภาพ

2.2 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพและมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของกรมการท่องเที่ยว และองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสถาบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดสื่อออนไลน์ และแนวคิดเกี่ยวกับระบบแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ซึ่งผู้วิจัยได้บูรณาการกรอบแนวคิดของการวิจัยแสดงในภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาศักยภาพและพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีสาระสำคัญเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัยแต่ละข้อดังต่อไปนี้

- 3.1 วิธีดำเนินการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผลข้อมูล

3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้เป็นแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพโดยวิธีการสัมภาษณ์และเชิงปริมาณโดยแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

(1) รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น ตำรา หนังสือ เอกสาร รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ การตลาดสื่อสังคมออนไลน์ และเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสถานศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่ปรับปรุงจากแบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยว แล้วนำแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข เมื่อปรับปรุงแก้ไขแล้วจึงนำมาใช้เก็บข้อมูล

(2) ติดต่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน

(3) สืบค้นและเลือกพื้นที่ศึกษาจุดหมายปลายทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่มีศักยภาพ จากฐานข้อมูลของศูนย์ประสานงานเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน ปี พ.ศ. 2559 และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกชุมชนที่นักวิจัยพัฒนาขึ้นจากการบูรณาการมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยว และมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

- (3.1) เป็นชุมชนที่มีศักยภาพความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- (3.2) เป็นชุมชนที่มีประสบการณ์ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาในระยะเริ่มต้น

(3.3) เป็นชุมชนที่มีการสร้างจิตสำนึกและสร้างการเรียนรู้ที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม

(3.4) เป็นชุมชนที่มีผู้นำเข้มแข็งและประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศร่วมกัน

โดยทำการคัดเลือกจากตัวแทนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 และตอนบน 2 อย่างละ 1 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดน่าน และทำการสำรวจจังหวัดละ 2 แห่ง

(4) สร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และแบบสอบถามเพื่อถามความต้องการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

(5) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารหรือผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานชุมชน/ท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ สถาบันการศึกษา ผู้ใช้ประโยชน์ในชุมชนท้องถิ่น เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

(6) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อประเมินระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน และสอบถามความต้องการด้านสื่อออนไลน์ โดยเก็บข้อมูลผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงานท้องถิ่น/ชุมชน สถาบันการศึกษา เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการนำเที่ยว และผู้ใช้ประโยชน์ในชุมชนท้องถิ่น

(7) เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศที่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อศึกษาความต้องการระบบสนับสนุนตลาดออนไลน์

(8) ออกแบบและทดลองใช้ต้นแบบระบบการตลาดออนไลน์ในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

(9) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนและส่งเสริมการตลาดออนไลน์ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

(10) จัดกิจกรรมการเพิ่มความรู้สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อเพิ่มความรู้ ความชำนาญ และความมั่นใจในการเพิ่มศักยภาพให้ชุมชน

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ประชากรประกอบด้วยผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

(1) ผู้บริหารหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมชุมชนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไทยในส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และส่วนชุมชน เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล คณะกรรมการหมู่บ้าน เป็นต้น

(2) ผู้บริหาร/เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ที่เป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

(3) ผู้ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่

(4) นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่

(5) นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกและประชุมกลุ่มย่อยประกอบด้วยผู้บริหารของหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาควิชาการที่เกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาคและชุมชนประกอบด้วย

(1) ผู้บริหารหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไทยในส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล คณะกรรมการหมู่บ้าน เป็นต้น จำนวน 10 คน

(2) ผู้บริหาร/กรรมการหมู่บ้านของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ที่เป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 15 คน

(3) นักวิชาการในสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ศึกษา เช่น อาจารย์ เป็นต้น จำนวน 2 คน

(4) ผู้ประกอบกิจกรรมนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมัคคุเทศก์ในท้องถิ่น จำนวน 5 คน

3.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษารูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

ประชากรเพื่อศึกษารูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วยผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชนที่จัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักวิชาการ และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มีประสบการณ์การใช้สื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัย แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มคือ

(1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย 2 กลุ่มคือ

(1.1) กลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน จำนวน 27 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย นักวิชาการ องค์กรพิเลียง (ททท. ทกจ. สกว.อพท. NGOs) และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย

(1.2) กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน จำนวน 200 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งประกอบด้วย นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ โดยแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย 70% และชาวต่างชาติ 30%

(2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองใช้และประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ จำนวน 200 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน มี 2 ชนิด คือ

(1) **แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)** ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) จากหน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ อีกทั้งนักวิชาการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์บริบทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนและ ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมมีลักษณะเป็น คำถามปลายเปิด เพื่อใช้ในการตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1

(2) **แบบประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)** เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ของผู้มีส่วนได้เสียจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อใช้ในการประเมิน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของไทย แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ผู้วิจัยได้ปรับปรุง จากแบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับระดับ ความสามารถของชุมชน โดยทำการประเมินในการประชุมกลุ่มย่อยโดยผู้มีส่วนได้เสียเพื่อใช้ในการตอบคำถาม การวิจัยข้อที่ 1 ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดปัจจัยหรือตัวแปรเพื่อกำหนดเป็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อการประเมิน 4 องค์ประกอบ โดยแต่ละองค์ประกอบจะมีดัชนีที่เป็นตัวชี้วัด ดังนี้

2.1) **ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** ประกอบด้วย 4 ดัชนี ได้แก่ แหล่งธรรมชาติมีจุด ดึงดูดด้านการท่องเที่ยวและเรียนรู้ ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ แหล่งธรรมชาติมีความเกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรมท้องถิ่น และความปลอดภัยของแหล่งธรรมชาติในการท่องเที่ยว

2.2) **การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน** ประกอบด้วย 4 ดัชนี ได้แก่ การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของตัวแหล่งท่องเที่ยว การจัดการด้านบริการนักท่องเที่ยว การจัดการด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว และการจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

2.3) **การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก** ประกอบด้วย 2 ดัชนี ได้แก่ มีบริการที่ให้ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และมีการให้ความรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและ การอนุรักษ์กับนักท่องเที่ยวและชุมชนที่อยู่โดยรอบพื้นที่

2.4) **การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว** ประกอบด้วย 2 ดัชนี ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่นได้ มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

3.3.2 เครื่องมือในการศึกษาการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือสำหรับพัฒนาระบบ และเครื่องมือสำหรับการประเมินระบบ ซึ่งมีรายละเอียดการสร้างเครื่องมือดังนี้

(1) เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์รูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ แบบสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ภาษาไทย และแบบสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ภาษาอังกฤษ ซึ่งมีรายละเอียดการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

(1.1) คณะผู้วิจัยทำการศึกษาและรวบรวมความรู้เกี่ยวกับเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การตลาด และสื่อสังคมออนไลน์ และนำข้อมูลที่ได้จากหลายแหล่งความรู้มากำหนดโครงสร้างของข้อคำถาม

(1.2) กำหนดโครงสร้างของแบบสัมภาษณ์ทั้งมีโครงสร้างและสำนวนภาษาของข้อคำถาม

(1.3) นำแบบสัมภาษณ์ และแบบสำรวจที่ได้ออกแบบไว้เสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านพิจารณา และตรวจสอบความเหมาะสมของสำนวนภาษาที่คณะผู้วิจัยได้ออกแบบไว้ในแบบสัมภาษณ์ และแบบสำรวจ

(1.4) ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

(1.5) จัดพิมพ์แบบสัมภาษณ์และแบบสำรวจ ฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับไว้

(2) เครื่องมือสำหรับพัฒนาระบบ ประกอบด้วย

(2.1) Software

- XAMPP เป็นชุดโปรแกรมสำเร็จรูปที่นำเอา 3 โปรแกรมมารวมกัน คือ Apache, PHP, MySQL เพื่อความสะดวกในการติดตั้งใช้งาน

- Java Script

- Sublime Text 3 เป็นเครื่องมือสำหรับสร้างจอภาพติดต่อกับผู้ใช้

- Adobe Photoshop CC เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการจัดการตกแต่งภาพ

- Rational Rose v.7.0 โปรแกรมที่ใช้ในการจัดการสร้างแผนภาพต่าง ๆ

- UMN Map Server และใช้ P. mapper เป็น Tools ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ

(2.2) Hardware

- คอมพิวเตอร์ หน่วยความจำไม่ต่ำกว่า 2 GB ฮาร์ดดิสก์ 200 GB

- อุปกรณ์ต่อพ่วง เช่น ปริ้นเตอร์

(3) เครื่องมือสำหรับการประเมินระบบ คือแบบประเมินความพึงพอใจในประสิทธิภาพของต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ สำหรับผู้ประกอบการ นักวิชาการ นักท่องเที่ยว และผู้สนใจการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ซึ่งมีรายละเอียดการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

(3.1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินระบบในแต่ละด้าน และนำข้อมูลที่ได้จากมากำหนดโครงสร้างของข้อคำถาม

(3.2) กำหนดโครงสร้างของแบบสำรวจและสำนวนภาษาของข้อคำถาม

(3.3) นำแบบสำรวจที่ได้ออกแบบไว้เสนอให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและตรวจสอบความเหมาะสมของสำนวนภาษาที่คณะผู้วิจัยได้ออกแบบไว้ในแบบสำรวจ

(3.4) ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

(3.5) จัดพิมพ์แบบสำรวจฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การเก็บข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ใช้วิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้

3.4.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร รายงาน และข้อมูลที่รวบรวมได้จากหน่วยงานราชการและเอกชน และข้อมูลจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

3.4.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อยผู้มีส่วนได้เสียจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน

(1) การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนภูมิภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและเลือกพื้นที่ศึกษาจุดหมายปลายทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่มีศักยภาพ จากฐานข้อมูลของศูนย์ประสานงานเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน ปี พ.ศ. 2559 และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกชุมชนที่นักวิจัยพัฒนาขึ้นจากการบูรณาการมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยว และมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ระหว่างเดือนมกราคม 2561 ถึง เมษายน 2561 และได้เลือกพื้นที่ศึกษา 2 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านมณีพฤษ์ และบ้านห้วยพ่าน จังหวัดน่าน

โดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. โทรศัพท์ติดต่อบุคคลในหน่วยงานที่ประสงค์จะขอสัมภาษณ์ แนะนำคณะผู้วิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัย นัดวันและเวลาการสัมภาษณ์

2. ส่งหัวข้อหรือประเด็นที่จะสัมภาษณ์ให้ผู้ที่จะให้สัมภาษณ์ทางไปรษณีย์, E-mail, LINE

3. เดินทางไปสัมภาษณ์ และบันทึกเสียงการสัมภาษณ์

4. การสัมภาษณ์ทั้งหมดมีความสั้นยาวแตกต่างกัน ความยาวในการสัมภาษณ์โดยเฉลี่ยประมาณ 60 นาทีต่อคน

5. สรุปจำนวนตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด 17 คน ตามรายละเอียดแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์

หน่วยงาน / ธุรกิจ	จำนวน (คน)
ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ	6
ผู้แทนหน่วยงานภาคเอกชน	3
ผู้แทนภาคชุมชน	5
ผู้แทนภาควิชาการและมูลนิธิ	3
รวม	17

(2) การเก็บข้อมูลด้วยการประชุมกลุ่มย่อย ผู้วิจัยได้ดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศจำนวน 2 แห่ง คือ หมู่บ้านห้วยพ่าน และหมู่บ้านมณีพฤกษ์ เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ โดยผู้ประเมินที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่จากภาครัฐ เอกชน และภาคชุมชน โดยมีกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อยเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 26 คน ในเดือนเมษายน-พฤษภาคม 2561

ทั้งนี้ได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. โทรศัพท์ติดต่อบุคคลในหน่วยงานที่ประสงค์จะขอเชิญมาประชุมกลุ่มย่อย แนะนำคณะผู้วิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัย นัดวันและเวลาการประชุมกลุ่มย่อย
2. ส่งหัวข้อหรือประเด็นที่จะอภิปรายและประเมินร่วมกันให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมาทางไปรษณีย์, E-mail, LINE
3. กำหนดและดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย และบันทึกเสียงการประชุม
4. การประชุมกลุ่มย่อยมีความยาวประมาณ 3 ชั่วโมง
5. สรุปจำนวนตัวอย่างที่ร่วมประชุมกลุ่มย่อยในสองหมู่บ้านทั้งสิ้น 26 คน ดังรายละเอียดแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 จำนวนตัวอย่างที่ร่วมประชุมกลุ่มย่อยในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (คน)

หน่วยงาน / ธุรกิจ	หมู่บ้านมณีพฤกษ์	หมู่บ้านห้วยพ่าน
ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง	1	3
ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	2	2
ผู้แทนภาคชุมชน/เอกชน	6	8
นักวิชาการ	2	2
รวม	11	15

3.4.2 การเก็บข้อมูลความต้องการการการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ใช้วิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษารูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน โดยมีขั้นตอนดังนี้

1.1 ทำการวิจัยจากเอกสาร โดยการศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การตลาดออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆจากเอกสาร หนังสือ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วดำเนินการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์

1.2 ทำการเก็บรวบรวมความรู้จากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย นักวิชาการ องค์กรพิเลียง (ททท. ทกจ. สกว.อพท. NGOs) และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย จำนวน 27 คน

1.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ จำนวน และร้อยละ แล้วสรุปผล

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสำรวจ เพื่อสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมดังนี้

2.1 ทำการวิจัยเอกสาร โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การตลาดออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามในแบบสำรวจ

2.2 นำแบบสำรวจไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน จำนวน 296 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งประกอบด้วย นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย จำนวน 277 คน และชาวต่างชาติ จำนวน 19 คน

2.3 นำแบบสำรวจมาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้ววิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบประเมิน เพื่อประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมดังนี้

3.1 ทำการวิจัยเอกสาร โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินระบบ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามในแบบประเมิน

3.2 นำแบบประเมินที่สมบูรณ์แล้วนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองใช้ และประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ จำนวน 218 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และนักวิชาการ จำนวน 54 คน และนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ จำนวน 164 คน

3.3 นำแบบสำรวจมาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้ววิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผลข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ผู้วิจัยใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Technique) กล่าวคือเมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และจดบันทึก ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบดังนี้

(1) ใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Data Triangulation) ซึ่งตรวจสอบข้อมูลว่าข้อมูลเหล่านั้นถูกต้องมากน้อยเพียงใดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความแท้จริงที่สุด อีกทั้งสามารถตอบปัญหาการวิจัยได้ โดยการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล พิจารณาแหล่งเวลาซึ่งหมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะได้ข้อมูลเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่อันหมายความว่าถ้าข้อมูลมาจากต่างสถานที่กันจะข้อมูลจะเหมือนกันหรือไม่ และแหล่งบุคคลซึ่งหมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไป ข้อมูลเหล่านั้นจะเหมือนเดิมหรือไม่ ไรงานวิจัยนี้ใช้การตรวจสอบแหล่งสถานที่ของข้อมูลจากหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ 2 แห่งในจังหวัดน่าน และแหล่งบุคคลที่ให้ข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียประกอบด้วยผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ผู้แทนผู้ประกอบการกิจกรรมท่องเที่ยว และผู้แทนภาคชุมชน โดยตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้จากทุกแหล่งเหมือนหรือแตกต่างกัน

(2) ใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Triangulation Technique) คือ การใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันสำหรับรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ ประชุมกลุ่มย่อย และศึกษาข้อมูลจากเอกสารประกอบด้วย

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินการโดยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์แบบเนื้อหา (Content Analysis)

(3) สำหรับการประเมินระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

(4) การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล มีการจัดระบบข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ จำแนก ตลอดจนการประเมินและวิเคราะห์ศักยภาพตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

สำหรับการแปลผลข้อมูลแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

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

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วคณะผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสอบถามรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

2. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน มี 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ตอบแบบสำรวจเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และเติมข้อความในช่องว่าง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ความต้องการด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ จะมีลักษณะของแบบสำรวจเป็นแบบมาตราประมาณค่า 3 ระดับ โดยให้ผู้ตอบความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการดังกล่าวนี้ แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และเติมข้อความในช่องว่าง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

3. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ มี 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และเติมข้อความในช่องว่าง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในประสิทธิภาพของต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ จะมีลักษณะของแบบสำรวจเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ โดยให้ผู้ตอบความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการดังกล่าวนี้ แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาหาค่าร้อยละ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

บทนี้เป็นการนำเสนอข้อค้นพบของงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ของโครงการและตามขั้นตอนของการวิจัย ดังนี้

4.1 ผลการประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศเป็นพื้นที่ศึกษา

คณะวิจัยได้ทำการสำรวจและเลือกพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนจากฐานข้อมูลของศูนย์ประสานงานเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน ปี พ.ศ. 2559 โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศจำนวน 2 แห่ง ที่มีศักยภาพความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชนมีประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และมีผู้นำที่มีความเข้มแข็ง แต่ยังต้องการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน จากตัวแทนกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 และตอนบน 2 อย่างละ 1 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่และน่าน โดยทำการสำรวจหมู่บ้าน 2 ในแต่ละจังหวัด คือ บ้านแม่แมะและบ้านห้วยทุ่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ บ้านมณีพุกษ์และบ้านห้วยพ่าน ในจังหวัดน่าน

ผลการประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่ได้รับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจากการสัมภาษณ์ในการลงพื้นที่ศึกษาในภาคเหนือตอนบน สรุปได้เป็นภาพรวมผลการประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่า ในภาพรวม บ้านมณีพุกษ์ อยู่ในระดับต่ำ บ้านห้วยพ่านอยู่ในระดับปานกลาง บ้านห้วยทุ่งอยู่ในระดับสูง และบ้านแม่แมะอยู่ในระดับสูง ตามตารางที่ 4.1 ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงตัดสินใจที่จะพัฒนาบ้านมณีพุกษ์ และบ้านห้วยพ่าน ที่ประเมินได้ในระดับต่ำและปานกลาง เพราะหากพิจารณารายด้าน พบว่า บ้านมณีพุกษ์ และบ้านห้วยพ่าน มีระดับศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับสูง แต่องค์ประกอบด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการจัดการอย่างยั่งยืน ด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง เพื่อให้ชุมชนได้สามารถเพิ่มศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนให้เกิดความยั่งยืนได้จากความเข้มแข็งภายในมากกว่าการพึ่งพาหน่วยงานภายนอกเท่านั้น

ตารางที่ 4.1 สรุปการประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

หมู่บ้าน	ระดับค่าเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
มณีพุกษ์	2.06	ต่ำ
ห้วยพ่าน	2.65	ปานกลาง
ห้วยทุ่ง	3.53	สูง
แม่แมะ	3.82	สูง

ข้อมูลผลการประเมินบ้านมณีพฤกษ์และบ้านห้วยพ่าน สรุปได้ดังนี้

4.1.1 บ้านมณีพฤกษ์

หมู่บ้านมณีพฤกษ์ หมู่ที่ 11 ตำบลงอบ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน

ระยะเวลาในการลงพื้นที่ ช่วงระหว่างวันที่ 21-23 มกราคม พ.ศ. 2561

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการจดบันทึก การสังเกต และการบันทึกเสียง จากนั้นนำมาประเมินด้วยแบบประเมินเพื่อคัดเลือกชุมชน จัดทำขึ้นจากการบูรณาการมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยวฯ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนขององค์การบริหารเพื่อพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสถาบัน CBTI

ผู้ให้ข้อมูล 1. คุณสังพงษ์ จินดาพล ประธานชมรมที่พักจังหวัดน่าน (ผู้ประกอบการฯ)

2. คุณวิชัย กำเนิดมงคล (กล้วย) รองนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลงอบ และประธานกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์

บ้านมณีพฤกษ์มีทำเลที่ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 11 ของตำบลงอบ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน โดยมีพื้นที่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติดอยภูคา เดิมมิได้มีชื่อวามณีพฤกษ์เพราะในอดีตเคยเป็นพื้นที่สีแดงที่มีผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์หนาแน่น ต่อมาทางรัฐบาลได้ทำการยึดคืนพื้นที่โดยมีนายทหารที่สำคัญ 2 นาย มีชื่อว่า มณี และพฤกษ์ จึงได้นำชื่อดังกล่าวมารวมตั้งเป็นชื่อหมู่บ้านเพื่อเป็นเกียรติจนถึงทุกวันนี้ ชาวบ้านประกอบด้วย 2 ชนเผ่าได้แก่ เผ่าม้ง ซึ่งมาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน และเผ่าลัวะ มาจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พิษเกษตรที่ทำการเพาะปลูกได้แก่ ข้าวโพด ฝรั่ง และกะหล่ำตามเชิงเขาด้านล่าง ส่วนด้านบนมีการปลูกต้นกาแฟ ในเบื้องต้นแต่ต่อมาเลิกไปจนกระทั่งมีชาวต่างชาติพวกมิชชันนารีสอนศาสนาเดินทางมาที่นี่ และได้ทดลองนำกาแฟพันธุ์ใหม่มาปลูกคือ พันธุ์อาราบิก้าจากประเทศปานามา สายพันธุ์เกอชา ซึ่งชื่อสายพันธุ์เป็นชื่อหมู่บ้านที่อยู่ในประเทศเอธิโอเปียที่ปลูกกาแฟพันธุ์นี้และได้รับชื่อเสียงว่ามีความหอมติดอันดับโลก ปรากฏว่าสามารถปลูกได้ดีจนกลายเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่สร้างรายได้จากการจำหน่ายออกไปทั่วภูมิภาคให้กับชุมชนในหมู่บ้าน แต่อย่างไรก็ตามในด้านวิถีชีวิตของชุมชนก็ยังคงดำเนินชีวิตคู่กับป่า มีการทำไร่ ปลูกข้าวโพดไว้เป็นอาหารแกสัตว์ และเลี้ยงไก่ไว้กินไข่ เป็นต้น ปัจจุบันบ้านมณีพฤกษ์อยู่ในพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลตำบลงอบ ร่วมกับสำนักงานโครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคง (พมพ.) ด้วยเนื่องจากในอดีตพื้นที่เคยเป็นพื้นที่สีแดง หน่วยงานดังกล่าวเป็นหน่วยงานของทหารที่ยังคงดูแลพื้นที่ด้านความปลอดภัยมาตลอด

ในส่วนของการท่องเที่ยวบ้านมณีพฤกษ์เริ่มทำการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนถึงปัจจุบัน บ้านมณีพฤกษ์มีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ถ้ำ น้ำตก ดอย และหน้าผาจุดชมวิวต่างๆ รวมถึงมีดอกไม้มีชื่อเสียงคือ ดอกชมพูภูคา และดอกพญาเสือโคร่งซึ่งจะออกดอกสวยงามในช่วงเวลาที่ต่างกัน นอกจากนั้นยังมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ ได้แก่ สมรภูมิดอยภูคา ซึ่งเคยเป็นพื้นที่สีแดง พิธีกรรมโบราณที่มีความเชื่อในเรื่องของการเซ่นไหว้ ชาวบ้านยังมีประเพณีท้องถิ่นที่สืบทอดกันมายาวนาน เช่น ประเพณีตีมีด (มีดที่ดีจะทำมาจากแหวนของรถยนต์ทำให้มีความแข็งแรง ทนทาน ต่างจากการตีจากเหล็กธรรมดา) การทอดผ้าโยกกันขง (ต้นคล้ายต้นกล้วย) การทำผ้าปักม้ง การเป่าแคน ประเพณีตีพิ คือ พิธีขับไล่สิ่ง

ชั่วร้ายออกจากบ้าน เป็นต้น การท่องเที่ยวที่บ้านมณีพฤกษ์ได้เริ่มกลับมาพัฒนาและได้รับการประชาสัมพันธ์เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวที่นิยมการท่องเที่ยวในแบบศึกษารัฐธรรมนูญ ประวัติศาสตร์ ประเพณีและวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวในแบบผจญภัย โดยคุณวิชัย กำเนิดมงคล (กล้วย) ประธานกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ ได้จัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวที่รวมตัวกันจากชาวบ้านประมาณ 60 คน โดยแบ่งหน้าที่กันประกอบด้วยกลุ่มมัคคุเทศก์นำเที่ยว กลุ่มที่พักแบบโฮมสเตย์ เป็นต้น คุณวิชัยนับเป็นคนหนุ่มรุ่นใหม่ที่ได้ถือกำเนิดขึ้นภายในท้องถิ่นที่เดินทางออกมาเรียนหนังสือจนสำเร็จปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้กลับมาและมีความคิดริเริ่มใหม่ ๆ ที่อยากจะพัฒนาบ้านเกิดจากทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ผนวกรวมกับการท่องเที่ยว โดยชุมพลผลิตที่เด่นชัดและมีชื่อเสียงในหมู่บ้าน คือ ผลผลิตกาแฟสายพันธุ์เกอิซา ซึ่งเป็นตัวนำพาชื่อเสียงมาสู่บ้านมณีพฤกษ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในชื่อว่า “กาแฟเดอมัง” พร้อมทั้งสร้างสื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ทั้งด้านการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ควบคู่กับด้านของผลผลิตทางกาแฟจนเป็นที่รู้จักและเริ่มมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากขึ้นเรื่อย ๆ ในชื่อสื่อในเฟซบุ๊กว่า “บ้านมณีพฤกษ์” และ “กาแฟเดอมัง”

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลทุติยภูมิที่ได้ศึกษาก่อนมาลงพื้นที่จริง และเพื่อพิสูจน์และทดสอบข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ และการสังเกตในข้อมูลดังกล่าว คณะวิจัยจึงได้ลงสำรวจพื้นที่จริงและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีในพื้นที่ เช่น ดอยผาผึ้ง ถ้ำผาผึ้ง พื้นที่ในการชมดอกไม้ ศึกษารัฐธรรมนูญ และพื้นที่ในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว บ้านพักโฮมสเตย์ บ้านพักรับรองในพื้นที่สำนักงานโครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคง (พมพ.) ร้านค้า ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น โดยสอบถามคนในชุมชนถึงบริบทการท่องเที่ยว และความต้องการของกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวบ้านมณีพฤกษ์ว่าต้องการจะพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างไร เพื่อนำไปประเมินศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงนิเวศตามแบบประเมินฯ โดยแบ่งตามหัวข้อประเมินแล้วทางคณะผู้วิจัยพบข้อค้นพบสำคัญ ดังนี้

1) **ด้านศักยภาพของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นถือว่ามีความเป็นจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดีเพราะมีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ มีเรื่องราวของวัฒนธรรมประเพณี เพียงแต่ลักษณะของการดูแลธรรมชาติกับวิถีชีวิตของชาวบ้านที่ต้องพึ่งพาทรัพยากรดังกล่าวควรต้องมีการจัดการที่ดีกว่านี้ เพื่อให้เกิดบำรุงรักษาและการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืน รวมถึง มาตรฐานด้านความปลอดภัยที่ยังไม่ได้มาตรฐาน และเนื่องจากหมู่บ้านตั้งอยู่ในพื้นที่ซึ่งมีความสูงทำให้ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างยากและทางไกลที่จะเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น

2) **ด้านการจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน** ในภาพรวมถือว่าควรต้องมีการปรับปรุงค่อนข้างมาก เนื่องจากชุมชนมีลักษณะของการจัดการการท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นระบบ มีการจดทะเบียนเพื่อจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวในแบบขององค์กรชุมชน แต่องค์ประกอบดังกล่าวทั้ง 4 ด้าน ยังไม่ครบตามเกณฑ์ลักษณะของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม อย่างยั่งยืน ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ ซึ่งหมายรวมถึงการมีปราชญ์ของชุมชนที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วย นอกจากนั้นในส่วนสำคัญคือสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวยังไม่มีความพร้อม เช่น ขาดข้อมูลและกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพอและเป็นรูปธรรม ไม่มีร้านอาหารที่

สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ที่พัก เช่น โฮมสเตย์ เต็นท์ รวมถึงที่พักรับรองในพื้นที่สำนักงานโครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคงยังไม่เพียงพอ และยังไม่ได้มาตรฐานของโฮมสเตย์ นอกจากนี้ ชาวบ้านยังขาดองค์ความรู้ในการจัดการผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ในชุมชน เช่น การทำผ้าปัก ผ้าทอต่างๆ ไม่ได้ได้รับการสนับสนุนให้นำมาสู่การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในการเรียนรู้ หรือนำไปเป็นสินค้าที่ระลึกเพื่อสร้างรายได้แก่ชุมชนท้องถิ่น

3) **ด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก** สอดคล้องกับแบบประเมินในข้อที่ 2 คือ ชุมชนยังขาดระบบหรือโครงสร้างพื้นฐานในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่งผลให้ลักษณะและกระบวนการที่สร้างขึ้น เพื่อเป็นกิจกรรมการเรียนรู้ด้านจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมระหว่างชาวบ้านและผู้มาเยือน คือ นักท่องเที่ยวไม่สามารถเกิดขึ้นได้

4) **ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน** ชาวบ้านยังไม่ค่อยให้ความร่วมมือในการมีส่วนร่วมเท่าที่ควร จากการสัมภาษณ์พบว่า ชาวบ้านจะมีความกระตือรือร้นในช่วงแรกเมื่อถูกกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนจากหน่วยงานภาคนอกหรือผู้นำชุมชน เนื่องจากชาวบ้านต้องมีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการเข้าอบรมเพื่อสร้างความรู้ในการท่องเที่ยว แต่เมื่อพบปัญหาหรืออุปสรรคก็มักจะถอยและไม่ร่วมแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้น และกลับไปพอใจกับการดำเนินวิถีชีวิตแบบเดิม ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนจึงต้องมีกระบวนการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชาวบ้านให้มากกว่านี้ โดยการทำความเข้าใจกับชาวบ้าน และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและวิถีชีวิตของท้องถิ่น กระบวนการสร้างรายได้ การดูแลสุขภาพทรัพยากรธรรมชาติ และอนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่นว่าจะเกิดประโยชน์กับชุมชนอย่างไร รวมถึงการสร้างองค์ความรู้ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรตามวิถีชีวิตของชาวบ้านควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นด้วย

สรุปผลการประเมิน ผลการประเมินตามแบบประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

บ้านมณีพฤกษ์ จ.น่าน

แบบประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

แบบประเมินเพื่อคัดเลือกชุมชนจัดทำขึ้นจากการบูรณาการมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยว มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสถาบัน CBTI ดังนี้

ตัวชี้วัดการประเมิน: ระดับ 1 = ต่ำมาก 2 = ต่ำ 3 = ปานกลาง 4 = สูง 5 = สูงมาก

1. ด้านศักยภาพความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ไม่มี	1	2	3	4	5
1.1 ชุมชนมีแหล่งธรรมชาติที่มีจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					✓	
1.2 แหล่งธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และมีวิถีชีวิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน				✓		
1.3 แหล่งธรรมชาติมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					✓	
1.4 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนมีความปลอดภัย			✓			
1.5 ชุมชนอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่มีชื่อเสียงและเข้าออกได้ง่าย			✓			
2. ด้านการจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	ไม่มี	1	2	3	4	5
2.1 ชุมชนมีข้อตกลงร่วมกันสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ				✓		
2.2 ชุมชนมีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวร่วมกันและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้			✓			
2.3 ชุมชนมีการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			✓			
2.4 ชุมชนมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สร้างการเรียนรู้และนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม		✓				
2.5 ชุมชนมีการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			✓			
2.6 ชุมชนมีผู้นำและปราชญ์ชุมชนที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ		✓				
3. ด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก	ไม่มี	1	2	3	4	5
3.1 ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถสร้างการเรียนรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง		✓				
3.2 ชุมชนมีระบบการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน		✓				
3.3 ชุมชนมีการสร้างจิตสำนึกและการเรียนรู้เรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว		✓				

4. ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน	ไม่มี	1	2	3	4	5
4.1 ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			✓			
4.2 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			✓			
4.3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น			✓			
ผลคะแนน		6	15	6	8	
คะแนนรวม	35 คะแนน จาก 85 คะแนน คิดเป็นค่าเฉลี่ย = 2.06 (ระดับต่ำ)					

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง ระดับสูงที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง ระดับสูง

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง ระดับต่ำ

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง ระดับต่ำที่สุด

สรุปภาพรวมการประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ บ้านมณีพุกษ์ จ.น่าน อยู่ใน
ระดับต่ำ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตัวชี้วัดการประเมินในระดับสูง ได้แก่ ชุมชนมีแหล่งธรรมชาติที่มีจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และแหล่งธรรมชาติมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สำหรับตัวชี้วัดการประเมินในระดับปานกลาง คือ แหล่งธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และมีวิถีชีวิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ขณะที่ตัวชี้วัดการประเมินในระดับต่ำ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนมีความปลอดภัย และชุมชนอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่มีชื่อเสียงและเข้าออกได้ง่าย

ด้านการจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตัวชี้วัดการประเมินในระดับปานกลาง ได้แก่ ชุมชนมีข้อตกลงร่วมกันสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับตัวชี้วัดการประเมินในระดับต่ำ ได้แก่ ชุมชนมีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวร่วมกันและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ ชุมชนมีการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ ชุมชนมีการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขณะที่ตัวชี้วัดการประเมินในระดับต่ำมาก ได้แก่ ชุมชนมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สร้างการเรียนรู้และนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม และชุมชนมีผู้นำและปราชญ์ชุมชนที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

4.1.2 บ้านห้วยพ่าน

ระยะเวลาในการลงพื้นที่ ช่วงแรกระหว่างวันที่ 21-23 มกราคม พ.ศ. 2561

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการจดบันทึก การสังเกต และการบันทึกเสียง จากนั้นนำมาประเมินด้วยแบบประเมินเพื่อคัดเลือกชุมชน จัดทำขึ้นจากการบูรณาการมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยวฯ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนขององค์การบริหารเพื่อพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสถาบัน CBTI

1. คุณสมบัตินี้ ใจปึง ผู้ใหญ่บ้านห้วยพ่าน
2. ครชมเดือน คำยันต์

หมู่บ้านห้วยพ่าน มีทำเลที่ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 13 ตำบลเปือ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดยโสธร เป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ต้นน้ำในลำน้ำพ่าน ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ คูแลรับผิตขอบพื้นที่โดยกรมป่าไม้ และฝ่ายปกครองขึ้นอยู่กับ 2 อำเภอ ได้แก่ อำเภอยางชุมน้อย และอำเภอธวัชบุรี คูแลรับผิตขอบพื้นที่โดยกรมป่าไม้ และฝ่ายปกครองขึ้นอยู่กับ 2 อำเภอ ได้แก่ อำเภอยางชุมน้อย และอำเภอธวัชบุรี คูแลรับผิตขอบพื้นที่โดยกรมป่าไม้ และฝ่ายปกครองขึ้นอยู่กับ 2 อำเภอ ได้แก่ อำเภอยางชุมน้อย และอำเภอธวัชบุรี คูแลรับผิตขอบพื้นที่โดยกรมป่าไม้ และฝ่ายปกครองขึ้นอยู่กับ 2 อำเภอ ได้แก่ อำเภอยางชุมน้อย และอำเภอธวัชบุรี

น่าพอใจทั้งในส่วนของการรายได้ และการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงความพอใจในแหล่งท่องเที่ยวจากความเห็นของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น การจัดกิจกรรมในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและประเพณีของบ้านห้วยพาน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำประกอบด้วยการล่องแพไม้ไผ่ในลำน้ำน่าน การท่องเที่ยวในแบบผจญภัย เช่น การล่องแก่ง และพายเรือคายัค นอกจากนั้น มีการทำนาขั้นบันได การสร้างบ้านดิน มีศูนย์การเรียนรู้ของหมู่บ้าน การเดินป่าศึกษาธรรมชาติป่าชุมชน ในด้านวัฒนธรรมและประเพณี ได้แก่ ประเพณีตีพิ (รำพิ) จ้อย และฟ้อนเจิง ประเพณีชนข้าว เป็นต้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวห้วยพานชอบการผจญภัย และบางส่วนเข้ามาเป็นอาสาสมัคร เพื่อช่วยพัฒนาสิ่งก่อสร้างในชุมชน ซึ่งกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม และที่สำคัญการมีผู้นำที่เข้มแข็ง คือ ผู้ใหญ่สมบูรณ์ ใจปิง ซึ่งเป็นผู้ใหญ่บ้านรุ่นที่ 4 โดยทุกรุ่นปกครองบ้านห้วยพานด้วยตระกูลนี้ทั้งหมด และมีทีมงานที่จัดตั้งเป็นองค์กรคณะกรรมการชุมชน โดยใช้ชื่อว่า วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยพาน ในเบื้องต้นมีสมาชิก 20 คนโดยแบ่งหน้าที่กันแต่ละฝ่ายประกอบด้วย ฝ่ายการขนส่ง ฝ่ายกิจกรรมทางน้ำ-ทางบก ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายที่พัก และฝ่ายร้านอาหารในชุมชน มีระบบบริหารจัดการที่ชัดเจน เช่น การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวตามความเหมาะสมกับบริบทของถนนและต้องทำการจองล่วงหน้า เมื่อปีที่ผ่านมากำหนดไว้ให้นักท่องเที่ยวเข้าได้ไม่เกิน 100 คนต่อเดือน มีการสร้างบ้านดินและตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชนธรรมชาติบ้านห้วยพาน กิจกรรมที่ทำประจำคือจัดการเรียนการสอนแก่เด็กเล็กในหมู่บ้านในลักษณะอาสาสมัคร เป็นต้น การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) มีชื่อว่า “บ้านห้วยพาน เชียงกลาง น่าน” และ “บ้านห้วยพาน บ้านเราเองนะ”

อย่างไรก็ตามจากข้อมูลทุติยภูมิที่ได้ศึกษาก่อนมาลงพื้นที่จริง การสำรวจพื้นที่ เพื่อพิสูจน์และทดสอบข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ รวมทั้งการสังเกตในข้อมูลดังกล่าว คณะวิจัยได้ทดลองลงพื้นที่จริงด้วยการทดสอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีในพื้นที่ เช่น การล่องแพไม้ไผ่ในลำน้ำน่าน การศึกษาพื้นที่ในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น บ้านพักโฮมสเตย์ ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น ประกอบกับการสอบถามถึงความต้องการของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านห้วยพาน คือผู้ใหญ่สมบูรณ์ ใจปิง ถึงความต้องการในการพัฒนาพื้นที่ทางการท่องเที่ยว เพื่อนำไปประเมินศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงนิเวศตามแบบประเมินฯ โดยแบ่งตามหัวข้อประเมินแล้ว ทางคณะผู้วิจัยพบข้อค้นพบสำคัญ ดังนี้

1) **ด้านศักยภาพของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นถือว่าเป็นจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดีเพราะมีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ มีเรื่องราวของวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ชาวบ้านมีวิถีชีวิตในการอยู่กับป่าและพึ่งพาป่าเป็นหลักแต่เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่งเริ่มทำการจัดการท่องเที่ยว ปัญหาที่พบอาจยังไม่มากแต่ความสำคัญอยู่ที่กระบวนการดำเนินการท่องเที่ยวนั้นมาถูกทางหรือไม่ และการดูแลรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมจะมีกระบวนการดูแลอย่างไรให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน นอกจากนั้นแหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่ายและอยู่ใกล้เมืองและแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ เพียงแต่ติดปัญหาทางด้านการจัดการในส่วนทางเข้าออกพื้นที่ที่ติดปัญหาการทับซ้อนกันของเขตอำเภอกิ่งสองแห่งที่ทำให้การเดินทางเข้าออกของนักท่องเที่ยวยังไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร และเนื่องจากพื้นที่ของชุมชนอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ การพัฒนาพื้นที่จึงค่อนข้างทำได้ยากในการดำเนินการขออนุญาตต่าง ๆ อีกด้วย

2) **ด้านการจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน** ในรอบปีที่ผ่านมาชุมชนได้ทำการจัดการพื้นที่ทางการท่องเที่ยวโดยมีการจัดตั้งองค์กรชุมชนโดยทำการตกลงร่วมกันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ในการแบ่งหน้าที่ในการดำเนินการทางการท่องเที่ยวค่อนข้างชัดเจน แต่ในส่วนขององค์กรดังกล่าวในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนอาจยังไม่ชัดเจนอาจต้องใช้เวลามากกว่านี้ เนื่องจากชุมชนเพิ่งเริ่มจัดการท่องเที่ยวมาแค่ 1 ปี การจัดกิจกรรมและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวทางการเรียนรู้ยังมีน้อยไป ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่ถือว่าพอใช้ มีการจัดที่พักในแบบโฮมสเตย์ มีร้านค้าจำหน่ายอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยวพอสมควรกับพื้นที่และมีปราชญ์ท้องถิ่น คือ ผู้ใหญ่สมบูรณ์ซึ่งถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการถ่ายทอดความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้กับชาวบ้านและมีความมุ่งมั่นในการดำเนินการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง แต่นอกจากการพัฒนาพื้นที่แล้วการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยวยังเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะการส่งมอบจากคนรุ่นเก่าสู่การยอมรับให้กับคนรุ่นใหม่ที่จะขึ้นมาดูแลพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการจัดการที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

3) **ด้านความรู้และการสร้างจิตสำนึก** ลักษณะของกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของบ้านห้วยพานที่เน้นกิจกรรมทั้งบนบก คือ การศึกษาป่าชุมชนธรรมชาติ และกิจกรรมทางน้ำ คือ การล่องแพและล่องแก่งซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมที่สร้างกระบวนการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้านในชุมชน เนื่องจากชาวบ้านมีวิถีชีวิตที่ต้องพึ่งพิงทั้งป่าและน้ำ แต่การนำกิจกรรมดังกล่าวมาสร้างเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีกระบวนการจัดการในส่วนของ การปลูกสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมประกอบไปด้วย รวมถึงชาวบ้านในชุมชนเองก็ต้องมีความตระหนักในการดูแลรักษาทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีคุณค่าอย่างยั่งยืน

4) **ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน** ในรอบปีที่ผ่านมาชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยในแต่ละส่วนมีการจัดการแบบแบ่งหน้าที่และร่วมรับผลประโยชน์กัน จากการมีรายได้รวมมากกว่า 100,000 บาท ภายในระยะเวลาแค่ 6 เดือนที่การจัดการท่องเที่ยว และเปิดให้บริการการท่องเที่ยวในช่วงเดือน พ.ค. ถึง ต.ค. เพราะเป็นฤดูฝนและไม่สามารถจัดการท่องเที่ยวได้สะดวก ยากลำบากในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แต่ในส่วนของ การมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น สอดคล้องกับข้อที่ 3 เนื่องจากชุมชนเพิ่งเริ่มทำการจัดการท่องเที่ยว ดังนั้นจะต้องเร่งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งสร้างความรู้และความเข้าใจร่วมกันว่าเมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่จะก่อให้เกิดผลกระทบอย่างไรบ้าง ไม่ปล่อยให้การท่องเที่ยวมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน การท่องเที่ยวเป็นเพียงเครื่องมือที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชนเท่านั้น

สรุปผลการประเมิน ผลการประเมินตามแบบประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ สรุปสาระสำคัญ ได้ดังนี้

บ้านห้วยฟาน จ.น่าน
แบบประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

แบบประเมินเพื่อคัดเลือกชุมชนจัดทำขึ้นจากการบูรณาการมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยว มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสถาบัน CBTI ดังนี้

ตัวชี้วัดการประเมิน: ระดับ 1 = ต่ำมาก 2 = ต่ำ 3 = ปานกลาง 4 = สูง 5 = สูงมาก

1. ด้านศักยภาพความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ไม่	1	2	3	4	5
1.1 ชุมชนมีแหล่งธรรมชาติที่มีจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					✓	
1.2 แหล่งธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และมีวิถีชีวิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน				✓		
1.3 แหล่งธรรมชาติมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น				✓		
1.4 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนมีความปลอดภัย			✓			
1.5 ชุมชนอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่มีชื่อเสียงและเข้าออกได้ง่าย			✓			
2. ด้านการจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	ไม่มี	1	2	3	4	5
2.1 ชุมชนมีข้อตกลงร่วมกันสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ				✓		
2.2 ชุมชนมีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวร่วมกันและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้				✓		
2.3 ชุมชนมีการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ				✓		
2.4 ชุมชนมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สร้างการเรียนรู้และนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม			✓			
2.5 ชุมชนมีการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			✓			
2.6 ชุมชนมีผู้นำและปราชญ์ชุมชนที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ				✓		

3. ด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก	ไม่มี	1	2	3	4	5
3.1 ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถสร้างการเรียนรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง				✓		
3.2 ชุมชนมีระบบการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน						
3.3 ชุมชนมีการสร้างจิตสำนึกและการเรียนรู้เรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว			✓			
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน	ไม่มี	1	2	3	4	5
4.1 ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ				✓		
4.2 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ				✓		
4.3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น			✓			
ผลคะแนน			14	27	4	
คะแนนรวม	45 คะแนน จาก 85 คะแนน คิดเป็นค่าเฉลี่ย = 2.65 (ระดับปานกลาง)					

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง ระดับสูงที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง ระดับสูง

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง ระดับต่ำ

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง ระดับต่ำที่สุด

สรุปภาพรวมการประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ บ้านห้วยพ่าน จ.น่าน อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตัวชี้วัดการประเมินในระดับสูง คือ ชุมชนมีแหล่งธรรมชาติที่มีจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับตัวชี้วัดการประเมินในระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งธรรมชาติมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและ แหล่งธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และมีวิถีชีวิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ขณะที่ตัวชี้วัดการประเมินในระดับต่ำ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนมีความปลอดภัย และชุมชนอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่มีชื่อเสียงและเข้าออกได้ง่าย

ด้านการจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตัวชี้วัดการประเมินในระดับปานกลาง ได้แก่ ชุมชนมีข้อตกลงร่วมกันสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชนมีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวร่วมกันและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ ชุมชนมีการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และชุมชนมีผู้นำและปราชญ์ชุมชนที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับตัวชี้วัดการประเมินในระดับต่ำ ได้แก่ และ ชุมชนมีการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และชุมชนมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สร้างการเรียนรู้และนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม

ด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก ตัวชี้วัดทุกตัวอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถสร้างการเรียนรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง ขณะที่ตัวชี้วัดที่อยู่ในระดับต่ำ ได้แก่ ชุมชนมีระบบการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน และชุมชนมีการสร้างจิตสำนึกและการเรียนรู้เรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว

ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน ตัวชี้วัดการประเมินในระดับปานกลาง ได้แก่ ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขณะที่ตัวชี้วัดที่อยู่ในระดับต่ำ คือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

4.2 ผลประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2 คือ ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน เก็บข้อมูลทุติยภูมิจากการประชุมกลุ่มย่อยของผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน สรุปได้ดังนี้

4.2.1 หมู่บ้านมณีพฤกษ์ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน

แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ชื่อแหล่งท่องเที่ยว **หมู่บ้านมณีพฤกษ์**

หน่วยงานผู้รับผิดชอบ/ผู้ดูแล **โครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคงพื้นที่ลุ่มน้ำน่าน**

หมู่ที่ 11 บ้าน มณีพฤกษ์ ตำบล งอบ อำเภอ ทุ่งช้าง จังหวัด น่าน

ส่วนที่ 1 ด้านที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

- ✓ เป็นพื้นที่ธรรมชาติ หรือเป็นพื้นที่ที่ยังคงความเป็นธรรมชาติที่มีวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง
- ✓ การใช้พื้นที่ไม่ขัดต่อกฎหมายเป็นบางส่วน เนื่องจากอยู่ในพื้นที่ป่าสงวน หากจะก่อสร้างอะไรต้องขออนุญาตกรมป่าไม้ก่อน

ส่วนที่ 2 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

- ลักษณะการจัดการด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ธรรมชาติ

☐ เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่ยังไม่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

☒ เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบัน

1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			
1.1 จุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวและเรียนรู้ของแหล่งธรรมชาติ หมายเหตุ แหล่งธรรมชาติที่จะจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องมีสิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเที่ยวชมได้เป็นอย่างดี และจุดดึงดูดดังกล่าวต้องก่อให้เกิดการเรียนรู้ในเรื่องระบบนิเวศ สร้างความภาคภูมิใจ ความหวงแหน และจิตสำนึกในการที่จะรักษาสິงนั้นให้คงอยู่ตลอดไป เช่น การมีสัตว์หรือพืชที่มีลักษณะโดดเด่น หายาก ใกล้สูญพันธุ์ เป็นต้น			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• แหล่งธรรมชาติไม่มี สัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐานประเภทใดที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว	0	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐาน เป็นประเภทที่สามารถพบได้ทั่วไปในประเทศไทย	1	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐานที่พบได้ในแหล่งธรรมชาติบางแห่งในประเทศไทย	2	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือ ธรณีสัณฐานประเภทที่พบน้อยแห่งในประเทศไทย แต่โอกาสที่จะพบเห็นมีน้อย	3	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐานประเภทที่พบน้อยแห่งในประเทศไทย และโอกาสที่จะพบเห็นมีปานกลาง	4	2	8
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐานประเภทที่พบน้อยแห่งในประเทศไทย แต่โอกาสที่จะพบเห็นมีมาก และ นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะไปชมสิ่งดังกล่าว	5	2	
คะแนน			8

1.2 ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ

หมายเหตุ แหล่งธรรมชาติควรที่จะคงสภาพความเป็นธรรมชาติคงเดิมไว้ได้มากที่สุด และมีการรบกวนโดยมนุษย์น้อยที่สุด แหล่งธรรมชาติที่ถูกบุกรุกหรือทำลายโดยมนุษย์จนไม่เหลือสภาพเดิมจะทำให้การเรียนรู้ระบบนิเวศและการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ลดลงไปด้วย

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• แหล่งธรรมชาติดั้งเดิมถูกทำลายไปหมด และมีสิ่งก่อสร้างต่างๆ ของมนุษย์ เข้ามาแทนที่	0	2	
• แหล่งธรรมชาติเดิมถูกทำลายเป็นส่วนใหญ่ คงเหลือเพียงบางจุดเล็กๆ ที่ยังคงสภาพธรรมชาติเดิม	1	2	
• แหล่งธรรมชาติเดิมถูกทำลายเป็นส่วนใหญ่ แต่มีบางจุดที่มีขนาดพื้นที่มากพอ และยังคงสภาพธรรมชาติเดิม	2	2	
• แหล่งธรรมชาติคงสภาพเดิมในระดับปานกลาง โดยกึ่งหนึ่งของพื้นที่มีการถูกรบกวน หรือตัดแปลงจากการกระทำของมนุษย์	3	2	
• แหล่งธรรมชาติคงสภาพเดิมเป็นส่วนใหญ่ และมีร่องรอยการรบกวน โดยมนุษย์เพียงส่วนน้อย	4	2	8
• แหล่งธรรมชาติคงสภาพเดิมและไม่ถูกรบกวนโดยมนุษย์	5	2	
คะแนน			8

1.3 ความเกี่ยวข้องของวัฒนธรรมท้องถิ่นกับแหล่งธรรมชาติ

หมายเหตุ ความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจะมีส่วนสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนในการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ ซึ่งชุมชนควรมีลักษณะเป็นชุมชนดั้งเดิมที่อาศัยอยู่ในแหล่งธรรมชาติ และยังคงรักษาวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีดั้งเดิมไว้ได้ เช่น ชุมชนผิตองเหลือง หรือชุมชนชาวเขาเผ่าเล็กๆ หรือแหล่งธรรมชาตินั้นอาจมีหลักฐานชัดเจน ที่แสดงถึงการตั้งถิ่นฐานและการเป็นแหล่งวัฒนธรรมในอดีต เช่น ภาพเขียนฝาผนังถ้ำหรือบริเวณหน้าผา เป็นต้น

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• แหล่งธรรมชาติไม่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนและไม่มีหลักฐานการค้นพบการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์	0	2	
• แหล่งธรรมชาติไม่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน แต่พื้นที่ส่วนหนึ่งของแหล่งธรรมชาติเคยมีประวัติการตั้งถิ่นฐานหรือใช้ประโยชน์โดยชุมชนในอดีต	1	2	
• แหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่โดยรอบน้อย	2	2	
• แหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนในระดับปานกลาง โดยชุมชนใช้ทรัพยากรส่วนหนึ่งจากธรรมชาติและส่วนหนึ่งจากภายนอก	3	2	6
• แหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนค่อนข้างมาก โดยที่ ชุมชนยังใช้ทรัพยากรจากภายนอกอยู่บ้าง แต่อยู่ในระดับน้อย	4	2	
• แหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนอย่างเห็นได้ชัด โดยชุมชนมีวิถีชีวิตที่ต้องพึ่งพาธรรมชาติในบริเวณนั้นเป็นหลักอาจเป็นชุมชนที่อยู่มาดั้งเดิมในพื้นที่ หรือมีหลักฐานการตั้งถิ่นฐาน และเป็นแหล่งวัฒนธรรมในอดีต	5	2	
คะแนน			6

1.4 ความปลอดภัยของแหล่งธรรมชาติในการท่องเที่ยว

หมายเหตุ โดยจะพิจารณาจากโอกาสที่จะเกิดอันตรายจากตัวพื้นที่เองในบริเวณเส้นทางท่องเที่ยว เช่น แผ่นดินไหว สึนามิ น้ำป่า ดินถล่ม หน้าผาสูงชัน กระแสน้ำรุนแรง สัตว์ดุร้าย มาลาเรีย และปัจจัยภายนอก เช่น ภัยจากโจรสลัด โรคระบาดอื่นๆ เป็นต้น

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตรายบ่อยตลอดปี	0	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตรายในบางฤดูกาลหรือเพียงบางช่วงของปี	1	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตราย 1-2 ครั้งต่อปี	2	2	4
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 3 ปี	3	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 5 ปี	4	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 10 ปี หรือนานกว่า	5	2	
คะแนน			4
คะแนนรวม			26

2. การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

2.1 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของตัวแหล่งท่องเที่ยว

หมายเหตุ การพิจารณาจะต้องประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้

- ก. การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว เช่น มีการแบ่งเขตพื้นที่สงวน พื้นที่นันทนาการและพื้นที่พักอาศัย
- ข. การกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวันและฤดูกาล
- ค. การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว ให้พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่และการบริการ

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• ไม่มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค	0	1	
• มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค น้อยมากและไม่เป็นระบบ	1	1	
• มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค น้อยและไม่เป็นระบบ มีการวางระบบไว้บ้าง แต่การปฏิบัติมีข้อบกพร่องสูง	2	1	2
• มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐานอย่างน้อย 1 ข้อ	3	1	
• มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐาน 2 ข้อ	4	1	
• มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐานครบ 3 ข้อ	5	1	
คะแนน			2

2.2 การจัดการด้านบริการนักท่องเที่ยว

หมายเหตุ การประเมินในดัชนีนี้จะพิจารณาจากการดำเนินงานด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว โดยมีการจัดการที่เหมาะสมให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการได้รับบริการที่คุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• จำนวนบุคลากรด้านบริการมีเพียงพอที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่	0, 1	1	0
• มีระบบเตือนภัยนักท่องเที่ยว และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	0, 1	1	0
• มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภค เช่น ถนน น้ำ ไฟฟ้า ห้องสุขา และขยะ ที่เหมาะสมและกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	0, 1	1	1
• มีการจัดการด้านอาหารและโภชนาการที่ถูกต้องลักษณะ มีการจัดเก็บขยะ และรักษาความสะอาด	0, 1	1	1
• มีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น ที่พักแบบโฮมสเตย์	0, 1	1	0.5
คะแนน			2.5

2.3 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่ที่มีความเปราะบางทางนิเวศวิทยา เช่น พื้นที่ที่ผู้คนอยู่ในระยะสืบพันธุ์ กำลังสร้างรัง วางไข่	0, 1	1	1
• กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ และไม่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมอันดี หรือวัฒนธรรมของชาติ	0, 1	1	1
• มีการศึกษา วิจัย สถานภาพของทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมในท้องถิ่นในพื้นที่ และนำข้อมูลมาวางแผนทางที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น	0, 1	1	0
• กิจกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้และมีส่วนร่วม	0, 1	1	1
• กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ	0, 1	1	1
คะแนน			4

2.4 การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• มีแผนการดำเนินงาน	0,1	1	0
• มีแผนการดำเนินงาน และมีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงาน	0,1	1	0
• มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงาน และมีการวิเคราะห์ประเมินผลกระทบ	0,1	1	0
• มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงาน มีการวิเคราะห์ประเมินผลกระทบ และมีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว	0,1	1	0
• มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงาน มีการวิเคราะห์ประเมินผลกระทบ มีการปรับปรุง และแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว และมีการปฏิบัติด้านการติดตาม การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง	0,1	1	0
คะแนน			0

คะแนนรวม	8.5
3. การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก	

3.1 มีบริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว			
หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• มีการให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีการรับโทรศัพท์ และตอบอีเมล	0, 1	2	2
• มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูล และข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวก่อนการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เช่น แผ่นพับ และโปสเตอร์	0, 1	2	2
• มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว	0, 1	2	0
• สื่อท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ และเป็นข้อมูลปัจจุบัน	0, 1	2	0
• มีบุคลากรที่มีความรู้พอที่จะอธิบายเกี่ยวกับระบบนิเวศ และการอนุรักษ์โดยเรียนรู้จากประสบการณ์ และการบอกเล่า	0, 1	2	2
คะแนน			6

3.2 มีการให้ความรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและการอนุรักษ์กับนักท่องเที่ยวและชุมชนที่อยู่โดยรอบพื้นที่ หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• มีการจัดอบรมชุมชนเกี่ยวกับคุณค่าของ ทรัพยากรธรรมชาติและการอนุรักษ์เป็น ระยะๆ ตามความเหมาะสม	0, 1	2	2
• มีการจัดเส้นทางศึกษาธรรมชาติและป้ายสื่อความหมายบนเส้นทาง เพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว	0, 1	2	1
• มีการจัดกิจกรรมด้านการศึกษาธรรมชาติให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ด้าน เช่น กิจกรรมการดูนก การศึกษาพันธุ์ไม้ ฯลฯ เป็นครั้งคราว	0, 1	2	0
• มีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น หรือ ระดับประเทศ เช่น รายการวิทยุและโทรทัศน์	0, 1	2	2
• มีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์	0, 1	2	2
คะแนน			7
คะแนนรวม			13
4. การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
4.1 ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
• มีตัวแทนของชุมชนในการวางแผนหรือบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0, 1	2	2
• การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลและรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ในพื้นที่ท่องเที่ยว	0, 1	2	2
• ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น	0, 1	2	2
• กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น	0, 1	2	2
• มีการก่อตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่างๆ ที่เกิดจากท้องถิ่นซึ่งมี บทบาทต่อการ จัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0, 1	2	2
คะแนน			10
4.2 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว (หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน)			
• ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหาร	0, 1	2	2
• ชุมชนมีรายได้จากการขายสินค้าพื้นเมือง	0, 1	2	2
• ชุมชนมีรายได้จากการนำเที่ยวและให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว	0, 1	2	2
• ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก เช่น การจัดโฮมสเตย์	0, 1	2	2
• ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมือง	0, 1	2	2
คะแนน			10
คะแนนรวม			20
คะแนนรวมทั้งหมด (100)			67.5

หมู่บ้านมณีพฤกษ์ได้รับคะแนนรวมเท่ากับ 67.5 คะแนน เมื่อนำไปเทียบระดับศักยภาพที่กำหนดไว้พบว่าอยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว เพราะค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 61-70 คะแนน

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อประกอบการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านมณีพฤกษ์ พบข้อมูลสาระสำคัญที่เป็นรายละเอียด ดังนี้

ด้านที่ 1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

1.1 จุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวและเรียนรู้ของแหล่งธรรมชาติ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียพบว่า บ้านมณีพฤกษ์ค่อนข้างมีจุดเด่นทางด้านทรัพยากรธรรมชาติสูง มีป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์เนื่องจากพื้นที่อยู่ในเขตอนุรักษ์ของอุทยานแห่งชาติดอยภูคา มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ดอยผาผึ้ง ถ้ำผาผึ้ง และน้ำตกที่เป็นแหล่งน้ำธรรมชาติที่สมบูรณ์ตลอดปี และในฤดูร้อนสามารถผันน้ำไปใช้เพื่อช่วยแบ่งเบาประปาภูเขาในด้านการเกษตรได้ มีพันธุ์ไม้ดอกที่หลากหลายสายพันธุ์ ที่มีชื่อเสียงได้แก่ ดอกชมพูภูคา และดอกพญาเสือโคร่ง (ซากุระเมืองไทย) เป็นต้น

1.2 ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ ผู้วิจัยพบว่าบ้านมณีพฤกษ์มีพื้นที่มีการใช้ประโยชน์ทางการเพาะปลูกด้านการเกษตร ชาวบ้านปลูกกระหล่ำปลีและขิงเพื่อขายและบริโภค แต่ที่มีชื่อเสียงและเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้คือการปลูกกาแฟกว่า 500 ไร่ และจะขยายขึ้นอีกในพื้นที่มีการนำกาแฟพันธุ์อาราบิก้า สายพันธุ์เกอิซานำเข้ามาปลูกซึ่งเป็นพันธุ์กาแฟชั้นดีจากประเทศปานามา จนมีชื่อเสียงติดตลาด ณ ขณะนี้ภายใต้ตราสินค้า “กาแฟเดอแม้ง” มีที่มาจากชาติพันธุ์ของชาวเผ่าที่อพยพมาอยู่ในหมู่บ้านอันประกอบด้วย 2 ชนเผ่าคือเผ่าม้ง และเผ่าลื้อ ซึ่งมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีของเผ่าพันธุ์ที่แตกต่างกันแต่สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างลงตัว เช่น ประเพณีตีพิ ประเพณีการทำไร่และสู้ขวัญข้าวของชาวลื้อ ประเพณีขึ้นปีใหม่ของชาวม้ง (ระหว่างกลางถึงปลายเดือนธันวาคม) เป็นต้น ในส่วนวิถีชีวิตชุมชนก็ยังคงดำเนินชีวิตคู่กับป่า มีการทำไร่ ปลูกข้าวโพดไว้เป็นอาหารแกสัตว์ และเลี้ยงไก่ไว้กินไข่ เป็นต้น ส่วนอาชีพหลักของชุมชนแบ่งเป็นกลุ่มได้แก่ กลุ่มการตีมีด กลุ่มการทำจักสาน กลุ่มผ้าปักผ้าทอโยกันชนแม่บ้าน กลุ่มสมุนไพรแม่บ้าน และกลุ่มการปลูกและทำกาแฟ แหล่งธรรมชาติภายในพื้นที่นอกจากจะมีความสมบูรณ์ด้านการเพาะปลูกในการทำเกษตรแล้ว ยังคงมีความสมบูรณ์ทางด้านสัตว์ป่าอีกด้วย โดนสามารถพบเห็นสัตว์ป่าสงวนหรือสัตว์ที่หาพบได้ยากในปัจจุบัน เช่น หมูป่า เก้ง กวาง ไก่ฟ้า ไก่ป่า นกยูง รวมถึงหมีพันธุ์ต่าง ๆ ด้วย ซึ่งความสมบูรณ์ตามธรรมชาติเหล่านี้แม้ว่าบ้านมณีพฤกษ์จะเปิดตัวด้านการท่องเที่ยวมานานพอสมควรตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ต้องถือว่าธรรมชาติได้ถูกรักษาไปบ้างแต่เป็นเพียงส่วนน้อย ยังคงรักษาสภาพเดิมไว้ได้เป็นส่วนใหญ่

1.3 ความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นกับแหล่งธรรมชาติ พบว่าบ้านมณีพฤกษ์มีพื้นที่ยังมีเรื่องราวในประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจและน่าเรียนรู้ นั่นคือในอดีตพื้นที่นี้เป็นพื้นที่สีแดง เป็นพื้นที่ป่าติดชายแดนที่มีผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์เข้ามายึดครองอยู่ในพื้นที่และทางราชการต้องส่งทหารเข้ามาปราบปรามเป็นสมรภูมิที่มีการทำการสู้รบและเป็นที่มาแม้กระทั่งชื่อของหมู่บ้านก็ได้ตั้งชื่อไว้ตามชื่อของนายทหารท่านหนึ่งที่เป็นผู้นำกำลังมาปราบปรามคอมมิวนิสต์ในพื้นที่จนเกิดความสงบในที่สุด ดังนั้นจึงมีร่องรอยของการต่อสู้

ในพื้นที่ให้เห็น เช่น สมรภูมิเขาหัวล้าน และมีการตั้งศูนย์สำนักงาน พมพ. (โครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคง) อย่างถาวรและยังคงเป็นส่วนราชการที่มีทหารคอยดูแลอยู่ ณ ปัจจุบัน ทำให้บ้านมณีพฤกษ์เปรียบเสมือนพื้นที่พิเศษที่มีการดูแลพื้นที่จากหน่วยงานหลักคือกรมอุทยานฯ และกรมป่าไม้แล้ว ภาครัฐด้านการดูแลและปกครองพื้นที่ระดับท้องถิ่น คือเทศบาลตำบลอบ และยังคงมีสำนักงาน พมพ.ดูแลในส่วนของการทหารอีกส่วนหนึ่งด้วย ให้เป็นตำนานคู่กับบ้านมณีพฤกษ์ตลอดมา นอกจากนั้นวัฒนธรรมประเพณีของชาวบ้านทั้งสองชนเผ่ายังมีความเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพราะชาวบ้านใช้ชีวิตร่วมกับป่า การหาสมุนไพรในป่าใช้ประโยชน์จากป่า ประเพณีการตีพิ การตีมีด การทำผ้าถักทอโยกันซง การทำขวัญสู่ขวัญข้าวข้าว การทำไร่กาแฟ เป็นต้น

1.4 ความปลอดภัยของแหล่งธรรมชาติในการท่องเที่ยว คืออีกส่วนหนึ่งที่สำคัญในการที่ต้องการความพร้อมของศักยภาพที่จะสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีได้คือ การดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่าบ้านมณีพฤกษ์มีสถานเอนกมัยอยู่ภายในพื้นที่ ที่ผ่านมามีไม่เคยมีนักท่องเที่ยวได้รับอันตรายร้ายแรงหรือเจ็บไข้จนถึงชีวิต แต่ยังมีอันตรายที่อาจมาจากสาเหตุอื่น เช่น การเดินทางขึ้นมามหาภูมิต๋ายด้วยสภาพของถนนลาดยางแม้ว่ารถยนต์จะสามารถวิ่งขึ้นมาได้แต่ด้วยความที่ถนนเป็นทางชันเขา บางช่วงยังทำไม่เรียบร้อยมีสภาพเป็นหลุมบ่อ อีกทั้งถนนยังคงแคบเกี่ยวกับเหลี่ยมเขาถ้าคนขับไม่มีความชำนาญอาจพลัดตกเขาได้ โดยเฉพาะเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางขึ้นมาแล้วก็มักเดินทางต่อไปยังดอยผาผึ้งเพื่อชมวิวทิวทัศน์ด้วยรถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากไม่ต้องการจ้างคนขับรถในพื้นที่พาไป ซึ่งเส้นทางดังกล่าวเป็นเส้นทางตัดเข้าผ่านป่าและต้องวิ่งขึ้นเขา ถ้าขาดความชำนาญอาจทำให้พลัดตกเหลี่ยมเขาได้ ที่ผ่านมามีเกิดเหตุการณ์เช่นนั้นบ่อยแต่ไม่ได้รับอันตรายมากเพียงแต่ต้องลากจูงรถของนักท่องเที่ยวขึ้นมาบ้างบางกรณีบางกรณีก็อาจหลงป่าได้เพราะป้ายบอกทางยังไม่มีมีความชัดเจนชาวบ้านอาศัยความชำนาญมากกว่า

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านมณีพฤกษ์มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนค่อนข้างดี มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีสัตว์และพืชสมุนไพรหายากและมีประโยชน์ ธรรมชาติยังคงมีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ศึกษาเรียนรู้ รวมถึงเรื่องราวในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมประเพณีของชนเผ่า มีวิถีชีวิตที่สมดุลในการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับป่า แต่ยังต้องการการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบในส่วนของการสร้างพื้นฐานรวมถึงการรวบรวมจัดการความรู้เพื่อสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีต่างๆของชนเผ่าอีกด้วย คณะกรรมการในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับปานกลาง (26 : 40)

ด้านที่ 2. การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

2.1 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของตัวแหล่งท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่าบ้านมณีพฤกษ์มีต้นทุนทางธรรมชาติที่สวยงามแต่ปัญหาที่พบคือพื้นที่อยู่ในความรับผิดชอบของภาครัฐ 2 หน่วยงาน คืออุทยานแห่งชาติดอยภูคา และกรมป่าไม้เนื่องจากบางส่วนของพื้นที่เข้าไปอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ ดังนั้นการกระทำการหรือใช้ประโยชน์ใดๆ ในพื้นที่ต้องศึกษาขอบเขตอำนาจและดำเนินการขออนุญาตก่อน นอกจากนั้นในส่วนการปกครองขึ้นอยู่กับเทศบาลตำบลอบ อำเภอทุ่งช้าง ทำให้การดำเนินการพัฒนาในด้าน

ต่าง ๆ เป็นไปด้วยความล่าช้า การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของบ้านมณี พฤษสามารถแบ่งได้เป็นสองส่วน ได้แก่ การจัดการจากภาครัฐ และการจัดการที่เกิดจากชาวบ้านในพื้นที่เอง ในส่วนของภาครัฐฝ่ายปกครอง ได้แก่ เทศบาลตำบลงอบ และอำเภอทุ่งช้าง ได้จัดสรรงบประมาณในส่วนการพัฒนาการท่องเที่ยวมาพัฒนาในรูปแบบของการจัดอบรมบุคลากรในพื้นที่ เช่นที่ผ่านมามีการจัดอบรมให้ความรู้ทางด้านการส่งเสริมอาชีพทางการเกษตรอย่างยั่งยืน (ลดการใช้สารเคมี) และการอบรมให้ความรู้ทางด้านการทำอาหารแก่กลุ่มแม่บ้าน (เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในรูปแบบ Homestay) ในส่วนของการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชาวบ้านเอง ในด้านการส่งเสริมการเกษตร มีการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ เช่น กะหล่ำปลี ขิง กาแฟ และข้าวโพดสำหรับเลี้ยงไก่ เนื่องจากสภาพอากาศข้างบนดอยไม่เหมาะในการปลูกข้าวโพดเพื่อบริโภค การเลี้ยงไก่เพื่อกินไข่ เป็นต้น เพื่อการค้าขายและการบริโภค

2.2 การจัดการด้านบริการนักท่องเที่ยว พบว่า บ้านมณีพฤษได้รับการช่วยเหลือจากทางภาครัฐในด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานด้านการบริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า (ติดตั้งระบบไฟตามทาง) ประปา (การวางและเดินท่อประปาภูเขา) การซ่อมแซมถนนหนทางขึ้นหมู่บ้าน (เป็นบางช่วงที่ต้องปรับปรุง) โทรศัพท์พื้นฐานและสัญญาณ internet ของรัฐจะติดตั้งไว้ที่จุดราชการที่สำคัญคือที่โรงเรียน สถานีอนามัย และศูนย์สำนักงาน พมพ. (โครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคง) โดยทั้งหมดนี้เป็นการใช้งบท้องถิ่นซึ่งได้รับไม่มากนักในแต่ละปี ส่วนสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ได้จะมีอยู่ 2 เครือข่ายเอกชนได้แก่ True และ AIS นอกจากนั้นแล้วทางอำเภอทุ่งช้างยังมีแนวคิดการพัฒนาการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว แต่ขณะนี้ยังไม่มีแผนอย่างเป็นทางการ เนื่องจากการดำเนินการขออนุญาตต่างๆจากหลายหน่วยงาน เช่น กรมป่าไม้ และกรมอุทยานฯ ต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการนานมาก ในส่วนด้านการบริการนักท่องเที่ยวของชาวบ้านมีที่พักในรูปแบบของบ้านพักห้องเดียว ปัจจุบันมีอยู่ 3 หลังในพื้นที่ของศูนย์สำนักงาน พมพ. (โครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคง) และยังมี Homestay ในแบบของชาวบ้านเองอีกด้วย นอกจากนั้นมีการใช้พื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้มาพักแบบนอนเต็นท์ มีร้านอาหารแบบร้านก๋วยเตี๋ยวและร้านขายของชำเล็กน้อย

2.3 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยภาพรวมแล้วพบว่ามีการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ในส่วนการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนมากเป็นการนำเที่ยวชมธรรมชาติมากกว่า เช่น นำเที่ยวดอยผาผึ้ง เที่ยวชมทุ่งดอกไม้ชมดอกชมพูภูคา และดอกพญาเสือโคร่ง (ซึ่งทั้งสองพันธุ์นี้จะออกดอกในเวลาและฤดูกาลต่างกัน) ซึ่งถือเป็น High light ของที่นี่ ในส่วนนี้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวและเป็นการบริการขับรถให้นักท่องเที่ยว อีกทั้งสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านด้วยเพราะนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางได้เองเนื่องจากไม่คุ้นเส้นทางผ่านป่าและการเดินทางต้องใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อเท่านั้น อีกส่วนที่สำคัญเช่นกันเมื่อเกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวขึ้นนั้นคือการจัดการขยะและการบริการด้านสุขอนามัย บ้านมณีพฤษมีการจัดการขยะด้วยการฝังกลบเนื่องจากยังมีพื้นที่ที่สามารถจัดการได้แต่ทางด้านสุขอนามัยด้านความสะอาด ห้องสุขา ยังไม่ได้มาตรฐานควรต้องปรับปรุงให้ดีขึ้นรวมถึงมาตรฐานระดับ Homestay ภายในหมู่บ้านและบ้านพักในส่วนพื้นที่ของศูนย์สำนักงาน พมพ. (โครงการพัฒนาเพื่อความมั่นคง) ด้วย

2.4 การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว พบว่าบ้านมณีพฤกษ์ ยังคงมีแค่แนวคิดทั้งจากภาครัฐและตัวชุมชนเองเพียงแค่ว่าตั้งใจที่จะดำเนินการที่จะวางแผนการดำเนินงานเท่านั้น และยังไม่มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่แต่อย่างใด จำเป็นต้องมีการทำแผนและดำเนินการอย่างเร่งด่วน

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านมณีพฤกษ์มีการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืนพอสมควร เนื่องจากติดปัญหาการขออนุญาตจัดการพื้นที่ในการดำเนินการต่างๆดังกล่าว รวมถึงการขาดงบประมาณที่นำมาใช้ในการพัฒนาพื้นที่ที่ยั่งยืนและควบคู่กับหลายหน่วยงานของรัฐ ประกอบกับรายได้จากการท่องเที่ยวที่ยังมีไม่มากที่จะสามารถนำมาบริหารจัดการพื้นที่ทางการท่องเที่ยวได้เอง ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการอย่างถูกวิธี จึงจะสามารถพัฒนาการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ได้อย่างเต็มที่ และจากการทำการท่องเที่ยวที่ผ่านมาไม่เคยมีการกำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆทางการท่องเที่ยว เช่น การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High season) การกำหนดกิจกรรมที่เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศของแต่ละช่วงเวลา รวมถึงกิจกรรมที่ต้องไม่ส่งผลกระทบและทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรวมถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นด้วย หรือถ้าจำเป็นที่อาจส่งผลกระทบก็จะต้องมีการสร้างหรือการทดแทนทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้ไปเพื่อให้นำกลับมาใช้ได้อีกอย่างยั่งยืน แม้ที่ผ่านมาอาจยังส่งผลกระทบไม่มากแต่อย่างไรก็ตาม จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการวางแผน จัดทำ และดำเนินการตามแผนงานพัฒนาพื้นที่เพื่อใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน และสุดท้ายต้องมีการติดตามและประเมินผลกระทบเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงปรับปรุง แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลพบว่าบ้านมณีพฤกษ์ยังไม่มีเคยมีการทำแผนงานดังกล่าว คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับน้อย (8.5 : 20)

ด้านที่ 3. การจัดการด้านทำให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก

3.1 มีบริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่าในปัจจุบันบ้านมณีพฤกษ์มีการให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ช่องทางเดียวคือ Facebook page ซึ่งมีอยู่ 2 pages ชื่อคือ บ้านมณีพฤกษ์ และอีก page คือ กาแฟเดอม้ง ซึ่งทั้งหมดดูแลโดย คุณกล้วย หรือคุณวิชัย กำเนิดมงคล รองนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลอบ และประธานกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ การจัดการสื่อดังกล่าวก็ยังไม่มียระบบเนื่องจากขาดคนดูแลและ update ข้อมูลปัจจุบัน ทำให้สื่อเก็บไว้แต่ข้อมูลเก่าขาดความน่าสนใจในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งถือเป็นเสน่ห์ทางการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวอย่างหนึ่งในการวางแผนการท่องเที่ยว นอกจากนั้นถ้านักท่องเที่ยวเดินทางมายังพื้นที่ด้วยตัวเองโดยไม่ผ่านการจอง แม้บ้านมณีพฤกษ์จะมีศูนย์กลางในการบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบของศูนย์บริการ โดยที่ผ่านมาในช่วงแรกเริ่มการท่องเที่ยวใหม่ๆมีการจัดตั้งศูนย์บริการไว้ตรงหน้าทางขึ้นหมู่บ้าน มีเจ้าหน้าที่ดูแลคอยต้อนรับนักท่องเที่ยวประจำศูนย์ดังกล่าว แต่มาช่วงหลังโดยเฉพาะถ้าไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางผ่านการจองทางศูนย์ฯก็จะไม่เปิดบริการ ยังไม่มีแผ่นพับหรือโปสเตอร์ไว้บริการนักท่องเที่ยว ต้องอาศัยครูรูปและข้อมูลจาก pages ดังกล่าว

3.2 มีการให้ความรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและ การอนุรักษ์กับนักท่องเที่ยวและชุมชนที่อยู่โดยรอบพื้นที่ ในส่วนของการให้ความรู้ในระบบนิเวศแก่นักท่องเที่ยวและชาวบ้านเอง ผู้วิจัยพบว่าที่ผ่านมา นอกเหนือจากทางภาครัฐมาจัดอบรมด้านการให้ความรู้ทางการเกษตร และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติแล้ว พบว่าผู้ที่มีความรู้จริงในแบบปราชญ์ชาวบ้านก็มีแต่ผู้นำได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านปรีชาซึ่งอยู่ในตำแหน่งมาประมาณ 20 ปี แล้วก็จะสามารถถ่ายทอดตำนาน เรื่องราวประวัติศาสตร์ต่างๆได้ดี ประธานการท่องเที่ยวโดยชุมชน คุณกล้วยเองก็เป็นบุคคลรุ่นใหม่แต่ก็มีความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะพัฒนาพื้นที่อย่างเต็มที่ ส่วนการสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่ผ่านมายังไม่มีกฎระเบียบที่ชัดเจน ยังไม่มีการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ จะมีแต่การจัดอบรมจากภาครัฐหรือกลุ่มอนุรักษ์ อาสาสมัคร NGO มาอบรมให้กับชาวบ้านบ้าง ตัวอย่างเช่น ชาวบ้านขอร้องไม่ให้นักท่องเที่ยวนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ถ้ำผาผึ้ง แต่ก็มิให้นักท่องเที่ยวแอบนำไปบ้าง ชาวบ้านเองก็ต้องมาตามเก็บขยะ ขวดน้ำ ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตามด้วยความงดงามและสมบูรณ์ตามธรรมชาติของพื้นที่ บ้านมณีพฤกษ์ได้รับการเผยแพร่ข้อมูลจากสื่อทางการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นและระดับประเทศอยู่เสมอ เช่นในรายการวิทยุโทรทัศน์ เช่น รายการเนวิเกเตอร์ (Navigator) ที่มักจะเข้าไปสำรวจป่าที่อุดมสมบูรณ์และมีความเป็นธรรมชาติสูง ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างดีโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่รักการผจญภัย เดินป่าและกลุ่มที่ให้ความสนใจเฉพาะด้าน เช่น การศึกษาพันธุ์ไม้ เป็นต้น

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านมณีพฤกษ์มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่ ชาวบ้านมีความรู้ในเรื่องระบบนิเวศพอสมควรแต่ข้อมูลและเรื่องราวประวัติศาสตร์ต่างๆยังคงต้องรอการจัดรวบรวมความรู้แบบนี้อย่างเป็นระบบให้อยู่คู่กับบ้านมณีพฤกษ์ไว้โดยการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของการบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวควรต้องมีการจัดการกำหนดบุคลากรผู้รับผิดชอบในส่วนของการสื่อสารออนไลน์ การ update ข้อมูล และการดูแลศูนย์บริการฯ เช่น การทำแผ่นพับ โปสเตอร์ บอร์ดกิจกรรมที่ผ่านมาและกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในรอบปี รวมถึงการตั้งกฎเกณฑ์ระเบียบในการปฏิบัติต่างๆรวมถึงการสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวก่อนการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเคร่งครัดและเป็นรูปธรรม คณะกรรมการในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับปานกลาง (13 : 20)

ด้านที่ 4. การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว

4.1 ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่าบ้านมณีพฤกษ์เริ่มทำการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 จนถึงปัจจุบันโดยการรวมตัวของชาวบ้านจัดตั้ง “กลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์” ขึ้น ในระยะแรกมีสมาชิกกว่า 80 คน ชาวบ้านพอใจในการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมีการนำพืช ผัก ผลไม้มาขายแก่นักท่องเที่ยว และมีความกระตือรือร้นในช่วงแรก มีความพอใจในรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว ชาวบ้านให้การยอมรับกับการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น และสนใจมีส่วนร่วมในการเข้าอบรมเพื่อสร้างความรู้ในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นในระยะแรก พอการท่องเที่ยวซบเซาลงไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวมาเหมือนก่อนโดยเฉพาะเมื่อเจอปัญหาและอุปสรรคก็ไม่สู้ สมาชิกกลุ่มฯ ค่อยๆหายไปไม่มารวมกลุ่มช่วยกันพัฒนาเหมือนก่อน จึงยังคงมีผู้ร่วมก่อตั้งชุดเดิมอยู่ซึ่ง ณ ปัจจุบันเหลืออยู่ประมาณ 10 กว่าคน

4.2 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว จากการทำการท่องเที่ยวที่ผ่านมา พบว่าบ้านมณีพฤกษ์ มีการจัดการรายได้จากการท่องเที่ยว เช่น การขายอาหารและเครื่องดื่ม การบริการที่พัก (Home stay และการพักแบบการนอนเต็นท์) การขายสินค้าพื้นเมือง การแสดงศิลปะพื้นเมือง (ต้องทำการจองล่วงหน้า) โดยรวมหักเงินรายได้ไว้ 3 % จากรายได้ทุกช่องทางเพื่อสมทบเข้าเก็บไว้ที่กองทุนหมู่บ้านฯ และนำมาปันผลให้กับชาวบ้านที่มีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านมณีพฤกษ์มีความกระตือรือร้นของกลุ่มชาวบ้านในช่วงแรกที่มีการท่องเที่ยวว่าเป็นของใหม่และสามารถสร้างรายได้เสริมให้กับชาวบ้านนอกเหนือจากที่เป็นอยู่ แต่ต่อมาเมื่อพบอุปสรรคหรือผลกระทบบางอย่างที่ทำให้ชาวบ้านรู้สึกและมองว่าการท่องเที่ยวไม่ได้มีความมั่นคงอย่างที่หวัง ชาวบ้านก็จะกลับมารวมอย่างเป็นครั้งคราวและเมื่อไม่ได้รับประโยชน์ก็จะไม่ร่วม จะค่อยๆ แยกตัวออกจากการรวมกลุ่มจนในที่สุดเหลือจำนวนชาวบ้านที่ตั้งใจทำการท่องเที่ยวจริงจังกแค่ 10 กว่าคน ดังนั้นผู้วิจัยคิดว่าหมู่บ้านมณีพฤกษ์จำเป็นต้องมีกระบวนการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชาวบ้านให้มากขึ้น โดยการให้ความรู้ที่ถูกต้องด้านการท่องเที่ยว ทำให้ชาวบ้านเข้าใจและเห็นถึงความสำคัญของการเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นที่จะสามารถนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและวิถีชีวิตของท้องถิ่น เกิดการสร้างรายได้ การดูแลสุขภาพทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นว่ามีประโยชน์อย่างไร รวมถึงการสร้างองค์ความรู้ให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรตามวิถีชีวิตของชาวบ้าน ที่ผ่านมามีถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งเพียงแต่จำเป็นต้องมีกระบวนการจัดการอย่างยั่งยืน มิฉะนั้นก็จะไม่สามารถกลับสู่การรวมกลุ่มฯ และเส้นทางที่ถูกต้องได้ บ้านมณีพฤกษ์มีความพร้อมในด้านของศักยภาพที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อยู่แล้ว ในส่วนของชาวบ้านเชื่อว่าจะสามารถทำความเข้าใจและให้ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวได้ เพียงแต่ยังขาดการบริหารจัดการในการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างมีระบบ อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาถือว่าชาวบ้านได้เคยมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนมาแล้ว คะแนนรวมในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับสูง (20 : 20)

กล่าวโดยสรุป จากข้อสรุปในภาพรวมทั้ง 4 หัวข้อที่ได้รับจากการประชุมกลุ่มย่อย เรื่องการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าหมู่บ้านมณีพฤกษ์ได้คะแนนรวมทั้งสิ้น 67.5 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว เพราะค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 61-70 คะแนน

4.2.2 หมู่บ้านห้วยพ่าน อำเภอเชียงกลาง

แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ชื่อแหล่งท่องเที่ยว **หมู่บ้านห้วยพ่าน**

หน่วยงานผู้รับผิดชอบ/ผู้ดูแล **หมู่บ้านห้วยพ่าน**

หมู่ที่ 13 บ้าน ห้วยพ่าน ตำบล เปือ อำเภอ เชียงกลาง จังหวัด น่าน

ส่วนที่ 1 ด้านที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

- ✓ เป็นพื้นที่ธรรมชาติ หรือเป็นพื้นที่ที่ยังคงความเป็นธรรมชาติที่มีวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง
- ✓ การใช้พื้นที่ไม่ขัดต่อกฎหมายเป็นบางส่วน เนื่องจากอยู่ในพื้นที่ป่าสงวน หากจะก่อสร้างอะไรต้องขออนุญาตก่อน

ส่วนที่ 2 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

- ลักษณะการจัดการด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ธรรมชาติ
- ☐ เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่ยังไม่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
- ✓ เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบัน

1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.1 จุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวและเรียนรู้ของแหล่งธรรมชาติ

หมายเหตุ แหล่งธรรมชาติที่จะจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องมีสิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเที่ยวชมได้เป็นอย่างดี และจุดดึงดูดดังกล่าวต้องก่อให้เกิดการเรียนรู้ในเรื่องระบบนิเวศ สร้างความภาคภูมิใจ ความหวงแหน และจิตสำนึกในการที่จะรักษาสິงนั้นให้คงอยู่ตลอดไป เช่น การมีสัตว์หรือพืชที่มีลักษณะโดดเด่น หายาก ใกล้สูญพันธุ์ เป็นต้น

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• แหล่งธรรมชาติไม่มี สัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐานประเภทใดที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว	0	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐาน เป็นประเภทที่สามารถพบได้ทั่วไปในประเทศไทย	1	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐานที่พบได้ในแหล่งธรรมชาติบางแห่งในประเทศไทย	2	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือ ธรณีสัณฐานประเภทที่พบน้อยแห่งในประเทศไทย แต่โอกาสที่จะพบเห็นมีน้อย	3	2	6
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐานประเภทที่พบน้อยแห่งในประเทศไทย และโอกาสที่จะพบเห็นมีปานกลาง	4	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐานประเภทที่พบน้อยแห่งในประเทศไทย แต่โอกาสที่จะพบเห็นมีมาก และ นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะไปชมสิ่งดังกล่าว	5	2	
คะแนน			6

1.2 ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ

หมายเหตุ แหล่งธรรมชาติควรที่จะคงสภาพความเป็นธรรมชาติคงเดิมไว้ได้มากที่สุด และมีการรบกวนโดยมนุษย์น้อยที่สุด แหล่งธรรมชาติที่ถูกบุกรุกหรือทำลายโดยมนุษย์จนไม่เหลือสภาพเดิมจะทำให้การเรียนรู้ระบบนิเวศและการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ลดลงไปด้วย

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• แหล่งธรรมชาติดั้งเดิมถูกทำลายไปหมด และมีสิ่งก่อสร้างต่างๆ ของมนุษย์ เข้ามาแทนที่	0	2	
• แหล่งธรรมชาติเดิมถูกทำลายเป็นส่วนใหญ่คงเหลือเพียงบางจุดเล็กๆ ที่ยังคงสภาพธรรมชาติเดิม	1	2	
• แหล่งธรรมชาติเดิมถูกทำลายเป็นส่วนใหญ่แต่มีบางจุดที่มีขนาดพื้นที่มากพอและยังคงสภาพธรรมชาติเดิม	2	2	
• แหล่งธรรมชาติคงสภาพเดิมในระดับปานกลาง โดยกึ่งหนึ่งของพื้นที่มีการถูกรบกวนหรือตัดแปลงจากการกระทำของมนุษย์	3	2	
• แหล่งธรรมชาติคงสภาพเดิมเป็นส่วนใหญ่ และมีร่องรอยการรบกวน โดยมนุษย์เพียงส่วนน้อย	4	2	8
• แหล่งธรรมชาติคงสภาพเดิมและไม่ถูกรบกวนโดยมนุษย์	5	2	
คะแนน			8

1.3 ความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นกับแหล่งธรรมชาติ

หมายเหตุ ความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจะมีส่วนสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนในการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ ซึ่งชุมชนควรมีลักษณะเป็นชุมชนดั้งเดิมที่อาศัยอยู่ในแหล่งธรรมชาติ และยังคงรักษาวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีดั้งเดิมไว้ได้ เช่น ชุมชนผีตองเหลือง หรือชุมชนชาวเขาเผ่าเล็กๆ หรือแหล่งธรรมชาตินั้นอาจมีหลักฐานชัดเจน ที่แสดงถึงการตั้งถิ่นฐานและการเป็นแหล่งวัฒนธรรมในอดีต เช่น ภาพเขียนฝาผนังถ้ำหรือบริเวณหน้าผา เป็นต้น

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• แหล่งธรรมชาติไม่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนและไม่มีหลักฐานการค้นพบการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์	0	2	
• แหล่งธรรมชาติไม่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน แต่พื้นที่ส่วนหนึ่งของแหล่งธรรมชาติเคยมีประวัติการตั้งถิ่นฐานหรือใช้ประโยชน์โดยชุมชนในอดีต	1	2	
• แหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่โดยรอบน้อย	2	2	
• แหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนในระดับปานกลาง โดยชุมชนใช้ทรัพยากรส่วนหนึ่งจากธรรมชาติและส่วนหนึ่งจากภายนอก	3	2	
• แหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนค่อนข้างมาก โดยที่ ชุมชนยังใช้ทรัพยากรจากภายนอกอยู่บ้าง แต่อยู่ในระดับน้อย	4	2	8
• แหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนอย่างเห็นได้ชัด โดยชุมชนมีวิถีชีวิตที่ต้องพึ่งพาธรรมชาติในบริเวณนั้นเป็นหลักอาจเป็นชุมชนที่อยู่มาดั้งเดิมในพื้นที่ หรือมีหลักฐานการตั้งถิ่นฐาน และเป็นแหล่งวัฒนธรรมในอดีต	5	2	
คะแนน			8

1.4 ความปลอดภัยของแหล่งธรรมชาติในทางท่องเที่ยว

หมายเหตุ โดยจะพิจารณาจากโอกาสที่จะเกิดอันตรายจากตัวพื้นที่เองในบริเวณเส้นทางท่องเที่ยว เช่น แผ่นดินไหว สึนามิ น้ำป่า ดินถล่ม ภูเขาไฟสูงชัน กระแสน้ำรุนแรง สัตว์ดุร้าย มาลาเรีย และปัจจัยภายนอก เช่น ภัยจากโจรสลัด ภัยโรคระบาดอื่นๆ เป็นต้น

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตรายบ่อยตลอดปี	0	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตรายในบางฤดูกาลหรือเพียงบางช่วงของปี	1	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตราย 1-2 ครั้งต่อปี	2	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 3 ปี	3	2	6
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 5 ปี	4	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 10 ปี หรือนานกว่า	5	2	
คะแนน			6
คะแนนรวม			26

2. การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

2.1 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของตัวแหล่งท่องเที่ยว

หมายเหตุ การพิจารณาจะต้องประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้

- ก. การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว เช่น มีการแบ่งเขตพื้นที่สงวน พื้นที่นันทนาการและพื้นที่พักอาศัย
- ข. การกำหนดเวลาในการเข้าพื้นที่ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวันและฤดูกาล
- ค. การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว ให้พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่และการบริการ

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• ไม่มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค	0	1	
• มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค น้อยมากและไม่เป็นระบบ	1	1	
• มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค น้อยและไม่เป็นระบบ มีการวางระบบไว้บ้าง แต่การปฏิบัติมีข้อบกพร่องสูง	2	1	
• มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐานอย่างน้อย 1 ข้อ	3	1	3
• มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐาน 2 ข้อ	4	1	
• มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐานครบ 3 ข้อ	5	1	
คะแนน			3

2.2 การจัดการด้านบริการนักท่องเที่ยว หมายเหตุ การประเมินในดัชนีนี้จะพิจารณาจากการดำเนินงานด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว โดยมีการจัดการที่เหมาะสมให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการได้รับบริการที่คุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• จำนวนบุคลากรด้านบริการมีเพียงพอที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่	0, 1	1	0.5
• มีระบบเตือนภัยนักท่องเที่ยว และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและ ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	0, 1	1	0.5
• มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภค เช่น ถนน น้ำ ไฟฟ้า ห้องสุขา และขยะ ที่เหมาะสมและกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	0, 1	1	0.5
• มีการจัดการด้านอาหารและโภชนาการที่ถูกต้องเหมาะสม มีการจัดเก็บขยะ และรักษาความสะอาด	0, 1	1	0.5
• มีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น ที่พักแบบโฮมสเตย์	0, 1	1	0.5
คะแนน			2.5
2.3 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่ที่มีความเปราะบางทางนิเวศวิทยา เช่น พื้นที่ที่ฝูงนกอยู่ในระยะสืบพันธุ์ กำลังสร้างรัง วางไข่	0, 1	1	1
• กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ไม่รบกวนความสงบสุข ของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ และไม่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมอันดี หรือวัฒนธรรมของชาติ	0, 1	1	1
• มีการศึกษา วิจัย สถานภาพของทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมในท้องถิ่นในพื้นที่ และนำข้อมูลมาวางแผนทางที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น	0, 1	1	1
• กิจกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้และมีส่วนร่วม	0, 1	1	1
• กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ	0, 1	1	0.5
คะแนน			4.5

2.4 การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• มีแผนการดำเนินงาน	0,1	1	1
• มีแผนการดำเนินงาน และมีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงาน	0,1	1	0
• มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงาน และมีการวิเคราะห์ประเมินผลกระทบ	0,1	1	0
• มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงาน มีการวิเคราะห์ประเมินผลกระทบ และมีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว	0,1	1	0
• มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงาน มีการวิเคราะห์ประเมินผลกระทบ มีการปรับปรุง และแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว และมีการปฏิบัติด้านการติดตาม การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง	0,1	1	0
คะแนน			1

คะแนนรวม	11
3. การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก	

3.1 มีบริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว			
หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• มีการให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีการรับโทรศัพท์ และตอบอีเมล	0, 1	2	2
• มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูล และข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวก่อนการท่องเที่ยว ในแหล่งธรรมชาติ เช่น แผ่นพับ และโปสเตอร์	0, 1	2	1
• มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว	0, 1	2	0
• สื่อท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ และเป็นข้อมูลปัจจุบัน	0, 1	2	1
• มีบุคลากรที่มีความรู้พอที่จะอธิบายเกี่ยวกับระบบนิเวศ และการอนุรักษ์โดยเรียนรู้จากประสบการณ์ และการบอกเล่า	0, 1	2	1
คะแนน			5

3.2 มีการให้ความรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและการอนุรักษ์กับนักท่องเที่ยวและชุมชนที่อยู่โดยรอบพื้นที่ หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• มีการจัดอบรมชุมชนเกี่ยวกับคุณค่าของ ทรัพยากรธรรมชาติและการอนุรักษ์เป็นระยะๆ ตามความเหมาะสม	0, 1	2	1
• มีการจัดเส้นทางศึกษาธรรมชาติและป้ายสื่อความหมายบนเส้นทาง เพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว	0, 1	2	1
• มีการจัดกิจกรรมด้านการศึกษาธรรมชาติให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน เช่น กิจกรรมการดูนก การศึกษาพันธุ์ไม้ ฯลฯ เป็นครั้งคราว	0, 1	2	2
• มีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น หรือระดับประเทศ เช่น รายการวิทยุและโทรทัศน์	0, 1	2	2
• มีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์	0, 1	2	2
คะแนน			8
คะแนนรวม			13

4. การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
4.1 ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
• มีตัวแทนของชุมชนในการวางแผนหรือบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0, 1	2	2
• การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลและรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ในพื้นที่ท่องเที่ยว	0, 1	2	2
• ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น	0, 1	2	2
• กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น	0, 1	2	2
• มีการก่อตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่างๆ ที่เกิดจากท้องถิ่นซึ่งมี บทบาทต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0, 1	2	2
คะแนน			10

4.2 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว			
หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
• ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหาร	0, 1	2	2
• ชุมชนมีรายได้จากการขายสินค้าพื้นเมือง	0, 1	2	2
• ชุมชนมีรายได้จากการนำเที่ยวและให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว	0, 1	2	2
• ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก เช่น การจัดโฮมสเตย์	0, 1	2	2
• ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปพื้นเมือง	0, 1	2	2
คะแนน			10
คะแนนรวม			20
คะแนนรวมทั้งหมด (100)			70

หมู่บ้านห้วยพ่านได้รับคะแนนรวมเท่ากับ 70 คะแนน เมื่อนำไปเทียบระดับศักยภาพที่กำหนดไว้พบว่าอยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว เพราะค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 61-70 คะแนน

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อประกอบการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านห้วยพ่านพบข้อมูลสาระสำคัญที่เป็นรายละเอียด ดังนี้

ด้านที่ 1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.1 จุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวและเรียนรู้ของแหล่งธรรมชาติ ธรรมชาติ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียพบว่า บ้านห้วยพ่านเป็นจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวและเรียนรู้ของแหล่งธรรมชาติที่มีทั้งพันธุ์สัตว์ เช่น ควาย จำนวนถึงเกือบ 300 กว่าตัว ซึ่งปล่อยให้หากินตามธรรมชาติ และมีจำนวนมากกว่าประชากรในชุมชน ปลานานาชนิดในลำน้ำน่าน และลำน้ำห้วยพ่าน ซึ่งได้รับการอนุรักษ์เป็นอุทยานปลาและจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งสัตว์ป่านานาชนิด อีกทั้งพันธุ์พืชท้องถิ่น เช่น กระเช้าสีดา (ชายผ้าสีดา ภาษาถิ่น) กระบก (มะมื่น) ซึ่งมีลักษณะคล้ายอัลมอนต์ และมะพลอด ซึ่งเป็นผลไม้รสเปรี้ยวของทางภาคเหนือออกผลในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ ผลดิบสีเขียวสามารถนำมารับประทานร่วมกับน้ำพริก ทำส้มตำ และแกงส้ม ผลสุกใช้รับประทานเป็นผลไม้ หรือแปรรูป มะพลอดเป็นผลไม้ที่อุดมไปด้วยวิตามินซี หมู่บ้านห้วยพ่านจึงมีทั้งสัตว์และพืชที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเที่ยวชม และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้เรื่องระบบนิเวศ เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความภาคภูมิใจ ความหวงแหน และจิตสำนึกของชุมชนในการที่จะรักษาสีงเหล่านนั้นให้คงอยู่อย่างยั่งยืน นอกจากนี้เส้นทางศึกษาธรรมชาติยังมีเป็นอีกแหล่งการเรียนรู้ที่น่าสนใจของหมู่บ้านห้วยพ่าน หมู่บ้านได้พัฒนาเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ “โต๊ะแพ่เจ๊ง” ที่ได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิส่งเสริมและพัฒนาเด็กและเยาวชน ที่กำหนดจุดศึกษาธรรมชาติ 10 จุด ได้แก่ จุดศึกษาธรรมชาติที่ 1 การฟื้นตัวของป่าชุมชน จุดศึกษาธรรมชาติที่ 2 วัฒนธรรมวิถีกับพื้นที่ทำนา จุดศึกษา

ธรรมชาติที่ 3 มะกอกป่า จุดศึกษาธรรมชาติที่ 4 กระบกป่า จุดศึกษาธรรมชาติที่ 5 เฟิร์นชายผ้าสีดาบนต้นมะค่าโมง จุดศึกษาธรรมชาติที่ 6 แนวเขตพื้นที่ป่าอนุรักษ์ จุดศึกษาธรรมชาติที่ 7 ความหลากหลายทางนิเวศธรรมชาติ จุดศึกษาธรรมชาติที่ 8 ไลเคน นักสร้างดิน จุดศึกษาธรรมชาติที่ 9 เอื้องหมายนา หวายป่า และเฟิร์น และจุดศึกษาธรรมชาติที่ 10 จุดพักผ่อน ระบบนิเวศลำห้วยพ่าน แต่อย่างไรก็ดีทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังอาจขาดความหลากหลาย

1.2 ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ ผู้วิจัยพบว่าแหล่งธรรมชาติคงสภาพเดิมเป็นส่วนใหญ่ และมีร่องรอยการรบกวน โดยมนุษย์เพียงส่วนน้อย โดยแหล่งธรรมชาติที่เคยถูกบุกรุกหรือทำลายโดยมนุษย์ในอดีต ได้รับการอนุรักษ์และฟื้นฟูขึ้นใหม่ ทั้งการอนุรักษ์พันธุ์ปลาให้อยู่ตามธรรมชาติและมีระเบียบของหมู่บ้านที่ตกลงร่วมกันในการกำหนดพื้นที่ห้ามตก/จับปลา ซึ่งระเบียบนี้ยังครอบคลุมและประกาศไม่ให้นักท่องเที่ยวหรือคนภายนอกที่เข้าไปตก/จับปลาด้วย ชุมชนบ้านห้วยพ่านให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยใช้จารีตของหมู่บ้านเป็นกฎในการใช้ประโยชน์จากป่าและดูแลรักษาป่ามาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งหมู่บ้านสืบมาจนปัจจุบัน

ด้านป่าไม้ พื้นที่ป่าชุมชนบ้านห้วยพ่านมีอาณาบริเวณ 10.1315 ไร่ 88 ตารางวา ซึ่งพื้นที่ทั้งหมดเป็นป่าชุมชน แบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) ป่าดั้งเดิม อยู่บริเวณด้านทิศตะวันตกของหมู่บ้าน จำนวน 9,000 ไร่ เป็นพื้นที่ที่ชาวบ้านอนุรักษ์ไว้ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งหมู่บ้าน ปัจจุบันเป็นป่าที่สมบูรณ์ และมีคณะกรรมการหมู่บ้านดูแลรักษาร่วมกับชาวบ้าน 2) ป่าปล่อยให้ฟื้นตัวเองตามธรรมชาติ อยู่บริเวณด้านทิศตะวันตกของหมู่บ้านจำนวน 1,044.88 ไร่ เป็นป่าเขตรอบต่อป่าดั้งเดิม เคยเป็นที่ทำกินเดิมของชาวบ้านในหมู่บ้านห้วยพ่าน และหมู่บ้านแพะกลาง คณะกรรมการหมู่บ้านได้ขอคืนพื้นที่เมื่อประมาณ 20 กว่าปีที่ผ่านมา และปล่อยให้ป่าเติบโตเองตามธรรมชาติ ขณะที่ชาวบ้านทำหน้าที่ในการดูแลป้องกันไฟป่าไม่ให้เข้าเผาพื้นที่ ปัจจุบันเป็นป่าที่ค่อนข้างสมบูรณ์ และชาวบ้านสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ได้โดยยื่นขอไปที่คณะกรรมการหมู่บ้าน 3) ป่าเขตอนุรักษ์อยู่บริเวณทิศใต้ของหมู่บ้าน จำนวน 271 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่ด้านทิศตะวันตก บริเวณเขาปุก เขาพุโป่งคก ทิศตะวันออกบริเวณเขาวังหัวเมือง และเขาจำบอน โดยชุมชนกำหนดให้เป็นเขตอนุรักษ์ห้ามล่าสัตว์และเขตอนุรักษ์พันธุ์กรรมพืช ซึ่งต่อมาได้นำถวายแด่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาสยามมิ่งกุฎราชกุมารี โดยชาวบ้านทำหน้าที่ดูแลรักษา นอกจากนี้ชาวบ้านยังเข้าร่วมโครงการนาแลกป่า คือ เมื่อเกษตรกรคืนพื้นที่ป่า 4 ไร่ โครงการจะชดเชยให้ 1 ไร่ โดยชดเชยน้ำ ปรับหน้าดิน และเตรียมการจัดการน้ำ เพื่อให้ชาวบ้านปลูกข้าวหรือทำเกษตรแบบประณีต มีการตั้งศูนย์เรียนรู้ เพื่อสนับสนุนการจัดการองค์ความรู้เกี่ยวกับต้นกล้า เมล็ดพันธุ์ และกลไกการตลาด ส่วนป่าพื้นที่ 3 ไร่ จะปล่อยให้ฟื้นฟูเป็นพื้นที่ป่าชุมชน หรือป่าสงวน โดยชาวบ้านจะทำข้อตกลงร่วมกันว่าจะไม่รุกรานพื้นที่ป่าเข้าไปอีก พร้อมทั้งคณะกรรมการควบคุมพื้นที่ป่าชุมชน จัดกิจกรรมการบวชป่า และจัดทำแนวกันไฟ ซึ่งเป็นการบริหารป่าชุมชนอย่างยั่งยืน และโครงการน้ำแลกป่า เน้นการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการน้ำเพื่อการเกษตรให้กับกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ เพื่อแลกกับพื้นที่ที่นำไปปลูกข้าวโพด เนื่องจากมีน้ำไม่เพียงพอต่อการปลูกข้าวหรือพืชอื่นๆ ซึ่งการมีน้ำพอใช้สำหรับการเกษตรก็ทำให้ได้ผลผลิตที่ดีขึ้นในพื้นที่ที่น้อยลง

ด้านพันธุ์ปลา ชุมชนบ้านห้วยพ่านได้ร่วมกันกำหนดเขตอนุรักษ์พันธุ์ปลาในลำน้ำน่าน และลำน้ำห้วยพ่าน คือ 1) เขตอนุรักษ์พันธุ์ปลาถาวรในลำน้ำห้วยพ่าน ซึ่งเป็นบริเวณลำห้วยที่บรรจบกับลำน้ำน่าน ตั้งแต่สบน้ำห้วยพ่านไปจนถึงสบน้ำห้วยจัน ความยาวประมาณ 300 เมตร เป็นเขตอนุรักษ์ ที่ห้ามใช้เครื่องมือทุกชนิดจับปลาอย่างถาวร แนวคิดอนุรักษ์ลำน้ำน่านเกิดขึ้นเมื่อราวเดือนเมษายน พ.ศ. 2544 เมื่อผู้ใหญ่บ้านและครูได้ปรึกษาหารือกัน และตระหนักถึงปัญหาทรัพยากรในลำน้ำต่างๆ ที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากชาวบ้านโดยส่วนใหญ่จับปลาด้วยวิธีต่างๆ เช่น ระเบิดปลา ไฟฟ้าช็อต เปือปลา เป็นต้น จึงมีการเสนอแนวคิดการกำหนดเขตอนุรักษ์พันธุ์ปลาในลำน้ำน่าน และต่อมาได้ทำประชาคมหมู่บ้านและชาวบ้านยอมรับพื้นที่ดังกล่าว และในช่วงแรกชาวบ้านนำอาหารปลาไปหว่านให้ทุกเย็น และเมื่อไม่ถูกรบกวน ปลาจึงมาอาศัยมากขึ้นและขยายพันธุ์ ปัจจุบันในเขตพื้นที่อนุรักษ์มีปลาขนาดต่างๆ จำนวนมากหลากหลายสายพันธุ์อาศัยอยู่ เมื่อมีอาหารปลาโปรยหว่านให้ก็สามารถเห็นตัวได้ชัดเจน โดยเฉพาะ ในช่วงตั้งแต่เดือนตุลาคม-เมษายน ซึ่งเป็นฤดูหนาวต่อฤดูแล้วจะเป็นช่วงที่น้ำน่านใส 2) เขตอนุรักษ์พันธุ์ปลากิ่งถาวร ตั้งแต่บริเวณปากลำห้วยพ่านจนสุดเขตวัด ประมาณ 500 เมตร เป็นที่มีการอนุรักษ์และประกาศให้เป็นเขตสงวนพันธุ์สัตว์น้ำ ในช่วง พ.ศ. 2543 จะเป็นช่วงการขยายผลจากการอนุรักษ์ในเขตลำน้ำน่าน ไม่นอนุญาตให้ชาวบ้านจับปลา แต่หากมีเหตุจำเป็น เช่น มีกิจกรรมสำคัญอันสมควรก็สามารถจับปลาในลำห้วยพ่านมาประกอบอาหารได้ ทั้งนี้ ต้องได้รับการยอมรับจากประชาคมและชาวบ้านก่อน 3) เขตอนุรักษ์พันธุ์ปลาเฉพาะฤดูกาล กำหนดพื้นที่บริเวณใต้เขตอนุรักษ์สบห้วยพ่านไปจนถึงวังหัวเมือง ห้ามให้มีการจับปลาตั้งแต่เดือนตุลาคม – กุมภาพันธ์ รวม 4 เดือน ทั้งนี้ เป็นผลสืบเนื่องจากการอนุรักษ์พันธุ์ปลาในลำน้ำน่านเมื่อเวลาผ่านไป 3 ปี ชาวบ้านเห็นชัดเจนว่าปริมาณพันธุ์ปลามีเพิ่มมากขึ้นทั้งในบริเวณเขตอนุรักษ์และบริเวณนอกเขต ส่งผลให้ชาวบ้านกำหนดเขตขยายผลต่อเนื่อง และในช่วงเดือนมีนาคมของทุกปี ชาวบ้านจะจัดประชาคมหมู่บ้าน เพื่อกำหนดวันเปิดให้มีการจับปลาในเขตดังกล่าวพร้อมๆ กัน เมื่อถึงวันที่กำหนดผู้ที่ประสงค์จับปลาจะต้องเสียค่าบำรุงหมู่บ้าน 100 บาทต่อคน โดยในการจับปลาไม่จำกัดเครื่องมือจับปลาแบบพื้นบ้าน และเงินที่ได้จะนำไปเข้าเป็น “กองทุนเงินหน้าบ้าน”

1.3 ความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นกับแหล่งธรรมชาติ ผู้วิจัยพบว่าแหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชนค่อนข้างมาก และชุมชนใช้ทรัพยากรจากภายนอกอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากชาวบ้านที่อยู่ในหมู่บ้านเป็นชนเผ่าลื้อและคนพื้นเมือง ที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานตั้งแต่ พ.ศ. 2516 และได้รับการรับรองจัดตั้งเป็นหมู่บ้านอย่างเป็นทางการเมื่อ พ.ศ. 2529 โดยใช้ชื่อทางการว่า “หมู่บ้านห้วยพ่าน” หมู่ 13 ต.เปือ อ.เชียงกลาง จ.น่าน ชุมชนจึงมีวัฒนธรรมประเพณีที่ทำสืบกันมา คือ การตีพิ ซึ่งเป็นประเพณีการชนข้าวจากไธนาเอามาไว้ยั้งข้าว โดยจะมีการลงแขกชนข้าวร่วมกัน

1.4 ความปลอดภัยของแหล่งธรรมชาติในการท่องเที่ยว พบว่าหมู่บ้านห้วยพ่านมีโอกาสที่จะเกิดอันตรายจากตัวพื้นที่เองในบริเวณเส้นทางท่องเที่ยว เช่น น้ำป่า และดินสไลด์บ้างในบางพื้นที่ แต่พื้นที่ดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยว และในช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว มักไม่เป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้าน

จากข้อมูลสรุปได้ว่า บ้านห้วยพ่านมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศค่อนข้างดี มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีสัตว์และพืชพันธุ์ที่หายาก แหล่งธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ศึกษาเรียนรู้ รวมถึงเรื่องราววัฒนธรรมประเพณีของชนเผ่าลัวะที่มีวิถีชีวิตที่สมดุลในการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับป่า แต่ยังคงต้องการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การจัดการด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการจัดการความรู้เพื่อสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ของชนเผ่า คณะกรรมการในหัวข้อนี้อยู่ในระดับปานกลาง (26: 40)

ด้านที่ 2. การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

2.1 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของตัวแหล่งท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลพบว่า หมู่บ้านห้วยพ่านมีการกำหนดเขตการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว เช่น เขตพื้นที่สงวน พื้นที่ใช้สอย และพื้นที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว สำหรับการกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวันและฤดูกาล ยังไม่มีการกำหนดที่ชัดเจน แต่โดยทั่วไปเมื่อถึงฤดูฝนจะไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในบ้านห้วยพ่าน เนื่องจากลำน้ำจะมีตะกอนดินสีแดง ไม่ใสสะอาด ทำให้ไม่เห็นปลาในลำน้ำ และไม่เหมาะกับการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ส่วนด้านการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่และบริการนั้น หมู่บ้านเคยกำหนดไว้ในจำนวน 150 ต่อครั้ง/ช่วงระยะเวลาจัดกิจกรรมท่องเที่ยว แต่ที่ผ่านมายังมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในห้วยพ่านไม่มากนัก นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ภายนอกหมู่บ้านที่ให้การสนับสนุนบ้านห้วยพ่านมองว่าชาวลัวะ ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของหมู่บ้านทำหน้าที่ดูแลรักษาป่าไม่ได้ดี และทุกปีจะมีการคืนพื้นที่ป่าสงวน โดยลดพื้นที่การทำไร่ข้าวโพดที่ชาวบ้านตระหนักแล้วว่าการปลูกข้าวโพดส่งผลกระทบต่อทรัพยากรดินและสิ่งแวดล้อม รวมถึงบางปีราคาข้าวโพดที่ตกต่ำทำให้ชาวบ้านเกิดการขาดทุน

2.2 การจัดการด้านบริการนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่าการดำเนินงานด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว มีการจัดการในทุกด้าน คือ การมีบุคลากรเพียงพอที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีระบบเตือนภัย และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภค เช่น น้ำ ไฟฟ้า สุขา และขยะ แต่ถนนซึ่งเป็นถนนสายหลักในการเดินทางเข้าถึงหมู่บ้านห้วยพ่านยังมีสภาพที่เป็นหลุมบ่อและประสบปัญหาถนนทางเข้าอยู่ในพื้นที่ของอำเภอทุ่งช้างบางส่วน ทำให้ไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุนเท่าที่ควร มีการจัดการด้านอาหารและโภชนาการที่ถูกต้องลักษณะ มีการจัดเก็บขยะ การรักษาความสะอาด และการทิ้งที่บ่อขยะ แต่ยังไม่มีการแยกประเภทของขยะ และมีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น ที่พักแบบโฮมสเตย์ แต่ยังไม่ได้รับการตรวจรับรองมาตรฐานจากกรมการท่องเที่ยว

2.3 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่ากิจกรรมที่จัดไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่ที่มีความเปราะบางทางนิเวศวิทยา เช่น พื้นที่ที่ฝูงนกอยู่ในระยะสืบพันธุ์ กำลังสร้างรัง และวางไข่ กิจกรรมเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น โดยไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ และไม่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมอันดี หรือวัฒนธรรมของชาติ มีการศึกษาสถานภาพของทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมในท้องถิ่น และนำข้อมูลมาวางแผนแนวทางที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น การจัดการกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้และมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าชมท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนทำฝายน้ำ และสร้างบ้านดิน เป็นต้น และกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะ และของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ

2.4 การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว พบว่ามีเพียงแผนการดำเนินงานเท่านั้น แต่ยังไม่มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงานแต่อย่างใด

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านห้วยพ่านมีการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน แต่ปัญหาการขออนุญาตจัดการพื้นที่ในเขตป่าสงวน และงบประมาณที่จำกัด ส่งผลให้การพัฒนาการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน และเอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมีอุปสรรค นอกจากนี้บ้านห้วยพ่านยังขาดการจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยมีเพียงแผนการแต่เพิ่งเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูล เนื่องจากบ้านห้วยพ่านเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ คณะกรรมการในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับปานกลาง (11 : 20)

ด้านที่ 3. การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก

3.1 มีบริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียพบว่า หมู่บ้านมีการให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีการรับโทรศัพท์ และตอบอีเมล แต่ยังไม่มียี่สิบสี่ชั่วโมงในการให้ข้อมูลและข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และยังไม่มียี่สิบสี่ชั่วโมงในการต้อนรับนักท่องเที่ยว สื่อท่องเที่ยวมีความน่าสนใจแต่อาจไม่เป็นข้อมูลปัจจุบัน และยังไม่มียี่สิบสี่ชั่วโมงในการให้ความรู้พอที่จะอธิบายเกี่ยวกับระบบนิเวศ และการอนุรักษ์โดยเรียนรู้จากประสบการณ์ และการบอกเล่า เนื่องจากคนในหมู่บ้านยังมีความไม่คุ้นชินกับนักท่องเที่ยว จึงเป็นการอธิบายในลักษณะถามคำตอบคำ

3.2 มีการให้ความรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและการอนุรักษ์กับนักท่องเที่ยวและชุมชนที่อยู่โดยรอบพื้นที่ ผู้วิจัยพบว่าการจัดอบรมชุมชนเกี่ยวกับคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและการอนุรักษ์เป็นระยะ ๆ ตามความเหมาะสมและตามงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น และผู้ใหญ่บ้านเดินทางไปรับการอบรมจากหน่วยงานภายนอกบ้าง มีการจัดเส้นทางศึกษาธรรมชาติให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน เช่น กิจกรรมการเดินป่า มีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นหรือระดับประเทศ เช่น รายการโทรทัศน์ช่องอัมรินทร์ทีวี สบายใจไทยแลนด์ เจษฎาจัดให้ และไทยพีบีเอส เป็นต้น และยังมีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก และยูทูบ เป็นต้น รวมถึงมีการบอกปากต่อปากจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวที่บ้านห้วยพ่าน

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านห้วยพาน มีแผนในการบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และมีนักท่องเที่ยวหนาแน่นในช่วงฤดูที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้รับผิดชอบในการดูแลเฟสบุ๊คยังไม่สามารถตอบคำถามแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และไม่มีการจัดศูนย์เพื่อบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ผู้ตอบคำถามหลัก คือ ผู้ใหญ่บ้านสมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม บ้านห้วยพานได้ถูกนำเสนอผ่านสื่อทีวีโทรทัศน์หลายรายการ จึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและต้องการเข้ามาท่องเที่ยวบ้านห้วยพาน โดยสามารถสรุปประเภทของนักท่องเที่ยวเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มากับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มที่เข้ามาโดยไม่ไดติดต่อล่วงหน้า และกลุ่มพรรคพวกคนรู้จัก ซึ่งแต่ละกลุ่มมีลักษณะเฉพาะที่ชาวบ้านจำเป็นต้องเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อสามารถจัดการบริการให้เป็นไปตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ ชาวบ้านซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวลีละไม่ชินกับการตอบคำถามนักท่องเที่ยว จึงทำให้ขาดทักษะการสื่อความหมายและบอกเล่าเรื่องราวแก่นักท่องเที่ยว คณะกรรมการในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับปานกลาง (13 : 20)

ด้านที่ 4. การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว

4.1 ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่า มีตัวแทนของชุมชนในการวางแผนหรือบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยหมู่บ้านห้วยพานได้จัดตั้ง “วิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนห้วยพาน” ที่เปิดโอกาสให้ชาวบ้านทุกครัวเรือนมีส่วนร่วมในการเป็นสมาชิกวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนห้วยพาน โดยชาวบ้านที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปให้ถือหุ้นคนละอย่างน้อยหนึ่งหุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท แต่หากใครต้องการมีมากกว่าหนึ่งหุ้นสามารถทำได้ สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแล และรักษาทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ท่องเที่ยว และการที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นวิถีชีวิตปกติของชาวบ้าน เพราะบ้านห้วยพานตั้งอยู่ในเขตป่าสงวน และชาวบ้านตระหนักในการดูแลและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยมีข้อตกลงร่วมกันชุมชน โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชุมชนจะจัดดำเนินการจะต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการหมู่บ้านก่อน และมีการจัดตั้งวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนห้วยพาน ที่เกิดจากท้องถิ่นซึ่งมีบทบาทต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

4.2 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว ผู้วิจัยพบว่าชุมชนมีรายได้จากการขายอาหารแก่นักท่องเที่ยว รายได้ จากการขายสินค้าพื้นเมือง เช่น เครื่องจักสาน น้ำผึ้ง และของป่า เป็นต้น รายได้จากการนำเที่ยวและการให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ล่องแพ เดินป่า และจากการให้บริการที่พักโฮมสเตย์และกางเต็นท์ เป็นต้น อีกทั้งรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมืองที่ต้องมีการจองล่วงหน้า

จากข้อมูลสรุปได้ว่าบ้านห้วยพานมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยมีทุนซึ่งเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ และทุนทางสังคมของชาวบ้านในชุมชนขนาดเล็ก และถึงแม้การจัดตั้งวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านห้วยพานจะดำเนินการโดยผู้ที่ให้ความสนใจการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพียงบางกลุ่ม แต่หากบ้านห้วยพานมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และชาวบ้านเห็นประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สามารถไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อาจทำให้ชาวบ้านหันมาสนใจประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยทำเป็นอาชีพเสริมจากอาชีพหลักที่มีอยู่ คณะกรรมการในหัวข้อนี้จึงอยู่ในระดับสูง (20 : 20)

กล่าวโดยสรุป จากข้อสรุปในภาพรวมทั้ง 4 หัวข้อที่ได้รับจากการประชุมกลุ่มย่อย เรื่องการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าหมู่บ้านห้วยฟ่านได้คะแนนรวมทั้งสิ้น 70 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว เพราะค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 61-70 คะแนน

ข้อค้นพบเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องฯ

นอกจากข้อสรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน ผู้วิจัยมีข้อค้นพบสำคัญอีกประการสำคัญในการเก็บข้อมูลในชุมชน คือ กระบวนการในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเบื้องต้นที่เกิดขึ้นได้มักมีที่มาจากการขับเคลื่อนผ่านระบบผู้นำชุมชนทั้งสิ้น ดังนั้น**บทบาทและภาวะผู้นำของชุมชนมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของท้องถิ่น**อย่างปฏิเสธไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นด้านการกำหนดนโยบายที่ได้รับจากส่วนกลาง การรวมกลุ่มชาวบ้านเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน กระบวนการต่างๆ ล้วนจำเป็นต้องผ่านและส่งต่อจากผู้นำสู่ชาวบ้าน เช่น การจัดตั้งกลุ่มหรือองค์กรชุมชน การจัดการรายได้และผลประโยชน์ของชุมชน การจัดสรรงบประมาณที่ได้รับมาจากส่วนกลาง การประสานงานระหว่างชุมชนกับภาครัฐและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในเรื่องสิทธิประโยชน์ต่างๆของชุมชน รวมถึงการติดตามและการเฝ้าระวังผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวอีกด้วย บ้านมณีพุกษ์เองก็เป็นหนึ่งกลุ่มที่มีการรวมกลุ่มเพื่อจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีผู้นำคือประธานกลุ่มฯ (คุณวิชัย) เป็นบุคคลรุ่นใหม่ที่มีความตั้งใจที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายในพื้นที่ ส่วนอีกบุคคลหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญได้แก่ผู้ใหญ่บ้านปรีชาซึ่งเปรียบเสมือนปราชญ์ชาวบ้าน มีความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญภายในพื้นที่อย่างยิ่ง มาร่วมกันจัดตั้งกลุ่มชาวบ้านเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพุกษ์ เพียงแต่การท่องเที่ยวที่ผ่านมามีมาอาจยังไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามที่หวังแต่ก็ถือว่าทำได้ดีในระดับหนึ่ง อาจต้องการความรู้ความเข้าใจกับระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในทุกมิติให้มากขึ้น และด้วยศักยภาพและทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นที่มีประกอบกับองค์ความรู้ที่จะได้รับเชื่อว่าบ้านมณีพุกษ์จะสามารถทำและจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพตามบริบทของตน สำหรับบ้านห้วยฟ่านมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็งคือผู้ใหญ่บ้านสมบูรณ์เป็นผู้ชักชวนชาวบ้านให้วางแผนและจัดการท่องเที่ยวโดยได้กำหนดกฎเกณฑ์ในการพัฒนาร่วมกัน

แต่อย่างไรก็ตามแนวคิดในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การร่วมวางแผน วิเคราะห์ ตัดสินใจ ปฏิบัติ ยอมรับ แบ่งปัน ติดตาม แก้ไข และปรับปรุงในการจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น การมีผู้นำที่เข้มแข็งก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถขับเคลื่อนไปได้ด้วยดี แต่จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีระบบการจัดการและรวบรวมความรู้ เรื่องราวตำนาน และประวัติศาสตร์ต่างๆในพื้นที่ ผ่านกระบวนการถ่ายทอดและการสร้างผู้นำรุ่นต่อรุ่น และสิ่งสำคัญที่ผู้นำและชุมชนจะต้องทำความเข้าใจร่วมกันคือการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นต้องไม่มาทำลายวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ในบริบทของตน การท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริมจากสิ่งที่เคยได้รับที่สามารถนำมาพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว เสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นให้กับชุมชนไปพร้อมกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนด้วย

4.3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

(1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

คณะผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 27 คน สามารถสรุปข้อมูลความคิดเห็นได้ดังนี้

(1.1) ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศและ การใช้เทคโนโลยี สรุปดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์เชิงลึกมีจำนวนทั้งหมด 27 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 51.85 และเป็นเพศหญิง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 48.15 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานะเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมา คือ นักวิชาการ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 สมาคม/องค์กรพี่เลี้ยง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 18.52 และ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 ตามลำดับ

(1.1.1) การสัมภาษณ์เกี่ยวกับการวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทางของนักท่องเที่ยว พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 27 ท่านมีความคิดเห็นว่่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทาง ทั้งนี้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่สนับสนุนเกี่ยวกับการวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทาง มีดังนี้

...มีการวางแผนล่วงหน้า ส่วนมากก็จะเป็นเรื่องที่กิน เที่ยว การเดินทางและที่พักนั้นแหละหลักๆ จะได้เตรียมเรื่องค่าใช้จ่ายด้วย มาถึงเมืองน่านแล้วเขาจะไปยังไงกันต่อ

(ผู้ประกอบการ ชาย, 35 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...มีการวางแผนล่วงหน้า เพราะเขากำหนดระยะเวลามาแล้วว่าอยากจะไปที่ไหนบ้างจะพักแบบไหน อยากสัมผัสบรรยากาศแบบไหนถ้ามาเที่ยวที่นี่ ถ้าลงนามบินน่านแล้ว จะไปยังไงต่อ ข้อมูลพวกนี้ก็สำคัญนะ สำหรับนักท่องเที่ยว

(นักวิชาการ, หญิง, 59 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...มีการวางแผนล่วงหน้า เพราะต้องเตรียมตัวก่อนออกเดินทาง จะได้ไม่เสียเวลา อย่างน้อยจะได้รู้ว่าที่กิน ที่เที่ยวอยู่ตรงไหน มีค่าใช้จ่ายเท่าไร

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...มีการวางแผนล่วงหน้า เพราะเขาไม่รู้หรอกว่าเส้นทางจะต้องเดินทางยังไง ธารไรเข้าได้บ้าง ไม่ได้บ้าง ถ้าไม่เอารถส่วนตัวเข้าไป จะติดต่อใครให้มารับได้บ้าง

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

(1.1.2) การสัมภาษณ์เกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมากที่สุด พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า แหล่งข้อมูลที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมาจากข้อมูลอินเทอร์เน็ตมากที่สุดมีจำนวนถึง 26 คน รองลงมา คือ โทรทัศน์/วิทยุ จำนวน 23 คน จากเพื่อน/ครอบครัวมีจำนวน 20 คน จากหน่วยงานภาครัฐ เช่น อพท. กรมการท่องเที่ยว/ททท. จำนวน 20 คน จากนิตยสารท่องเที่ยวมีจำนวน 19 คน จากบริษัททัวร์มีจำนวน 14 คน และจากสถาบันการศึกษา จำนวน 8 คน ตามลำดับ

(1.1.3) การสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมักเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนมากที่สุด คือ จำนวน 26 คน รองลงมา คือ เดินทางกับครอบครัว เป็นจำนวน 25 คน เดินทางกับเพื่อนร่วมงาน จำนวน 22 คน เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ จำนวน 21 คน เดินทางกับครู อาจารย์ จำนวน 20 คน เป็นต้น

(1.1.4) การสัมภาษณ์เกี่ยวกับรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่เที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 16 คน รองลงมาคือ มีรายได้ระหว่าง 10,000 บาทหรือน้อยกว่า จำนวน 7 คน มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 3 คน และมีรายได้ระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 1 คน ตามลำดับ

(1.1.5) การสัมภาษณ์เกี่ยวกับยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่านักท่องเที่ยวที่เที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 26 คน รองลงมาคือ เดินทางโดยรถเช่าเหมา จำนวน 24 คน เดินทางโดยรถนำเที่ยว จำนวน 17 คน เดินทางโดยรถประจำทาง จำนวน 16 คน เดินทางโดยรถไฟ จำนวน 8 คน เดินทางโดยวิธีอื่นๆ จำนวน 4 คน ตามลำดับ

(1.1.6) การสัมภาษณ์ข้อมูลการพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่พักค้างคืน จำนวน 21 คน รองลงมาคือ ไม่พักค้างคืน จำนวน 6 คน ตามลำดับ

(1.1.7) การสัมภาษณ์เกี่ยวกับประเภทที่พักของนักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่พักที่โฮมสเตย์ จำนวน 24 คน รองลงมาคือ พักที่บังกาโล/รีสอร์ท จำนวน 18 คน พักที่โรงแรม จำนวน 17 คน พักที่บ้านพักรับรอง จำนวน 16 คน พักที่วัด/โรงเรียน จำนวน 13 คน และพักที่อื่นๆ จำนวน 5 คน ตามลำดับ

(1.1.8) การสัมภาษณ์เกี่ยวกับระยะเวลาที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ระหว่าง 1 – 3 วัน จำนวน 24 คน รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาน้อยกว่า 1 วัน จำนวน 18 คน ใช้ระยะเวลาระหว่าง 4 – 6 วัน จำนวน 12 คน ใช้ระยะเวลาระหว่าง 7 – 9 วัน จำนวน 9 คน ใช้ระยะเวลาระหว่าง 10 – 12 วัน จำนวน 9 คน และใช้ระยะเวลามากกว่า 12 วัน จำนวน 5 คน ตามลำดับ

(1.1.9) การสัมภาษณ์เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าคุณค่าของนักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 12 คน รองลงมาคือ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,001 – 3,000 บาท จำนวน 9 คน มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 3,001 – 5,000 บาท จำนวน 3 คน เป็นต้น

(1.1.10) การสัมภาษณ์เกี่ยวกับประเภทค่าบริการที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าคุณค่าของนักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่เสียค่าอาหารมากที่สุด จำนวน 24 คน รองลงมาคือ ค่าที่พัก จำนวน 23 คน ค่ากิจกรรมท่องเที่ยว จำนวน 22 คน ค่าคนนำเที่ยว จำนวน 21 คน ค่าเดินทาง จำนวน 18 คน ค่าธรรมเนียมเยี่ยมชม จำนวน 6 คน ตามลำดับ

(1.1.11) การสัมภาษณ์เกี่ยวกับประสบการณ์การใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าคุณค่าของนักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟน (แอนดรอยด์) จำนวน 25 คน รองลงมาใช้สมาร์ทโฟน (ไอโอเอส) จำนวน 6 คน ใช้โน้ตบุ๊ก (แล็ปท็อป) จำนวน 4 คน ใช้คอมพิวเตอร์เดสก์ท็อป จำนวน 1 คน และใช้แท็บเล็ต จำนวน 1 คน ตามลำดับ

ทั้งนี้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประกอบเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์เทคโนโลยี ดังนี้

...เครื่องมือสื่อสาร น่าจะเป็นแอนดรอยด์มากกว่า แบบสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์มีน้อยคะ

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 35 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

...ใช้ทั้งแอนดรอยด์และ ไอโอเอส ตรงห้วยพ่านไม่มีปัญหา ผมลากสัญญาณมือถือเข้าไปหมดละ ส่วนผมมีทุกยี่ห้อ ก็สัญญาณมือถือถึงหมดละครับ เดี่ยวนี้สบาย ผมคุยกับทางมือถือให้ลากเข้าไปให้แล้วครับ ขาดทุนแต่เราก็ทำตอนนี้มี 3 เครือข่ายละ ทั้ง AIS TRUE และ TOT

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ปัจจุบันเป็นสมาร์ทโฟนนี้แหละ แอนดรอยด์มีบ้าง จำเป็นต้องจองผ่านโทรศัพท์ ชำระเงินผ่านการโอน มือถือธรรมดาคงไม่มีแล้วละ ฉะนั้น สมาร์ทโฟนสำคัญ

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

(1.1.12) การสัมภาษณ์เกี่ยวกับประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าคุณค่าของนักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็น Facebook จำนวน 26 คน รองลงมาคือ ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็น Line จำนวน 20 คน ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็น YouTube จำนวน 16 คน ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็น Google+ จำนวน 11 คน ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็น Instagram จำนวน 6 คน ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็น Twitter จำนวน 3 คน และใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็น Foursquare จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 11.10 ตามลำดับ

ทั้งนี้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประกอบเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้

...ส่วนมากก็คงหนีไม่พ้น Facebook และ Line ส่วน Foursquare ไม่ค่อยมี แล้วแต่ความถนัดของผู้ใช้งาน แต่หลักๆ ก็คง Facebook, Line, Instagram, YouTube, และ Twitter

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 35 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

.....การใช้สื่อออนไลน์ในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวฮิตมาๆคงจะเป็นเฟสบุ๊ค ไลน์ อินสตราแกรม ทวิตเตอร์ละครับ ใครถนัดอันไหนก็เสพข้อมูลโปรแกรมนั่นบ่อยเป็นพิเศษ

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...พูดถึงว่าถ้ากรณีชุมชนน่าจะใช้โทรศัพท์ทุกคนอยู่แล้ว แต่ถ้ามีเอกสารแจกก็จะดีส่วนหนึ่ง หน่วยงานต้องอัปเดตข้อมูล มากที่สุด คงหนีไม่พ้นเฟส ไลน์ เช็किनกันตลอด

(นักวิชาการ, หญิง, 54 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

ในส่วนข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่สนับสนุนเกี่ยวกับแบรนด์ (brand) หรือตราสินค้าของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ มีดังนี้

...เอกลักษณ์ก็คือ ธรรมชาติ คือถ้ามาช่วงน้ำใส ไปยืนบนสะพานจะเห็นปลา ชาวบ้านจะทำ 3 โซน โซนอนุรักษ์ 800-900 เมตร อนุรักษ์พันธุ์ปลา ถัดมาทางใต้หน่อยก็ไว้สำหรับจับปลาได้ แต่เป็นเทศกาลเท่านั้น เช่น เทศกาลกินปลาห้วยพ่าน ชุมชนสามารถมาลงจับได้ เอารายได้เข้าชุมชน โซนที่ 3 ชุมชนสามารถไปจับมากินเป็นอาหารได้

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ห้วยพ่าน การล่องแพ เป็นความประทับใจ มณีพฤกษ์ ก็เที่ยวชมธรรมชาติเป็นอัตลักษณ์...

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ห้วยพ่านน่าจะนึกถึงการล่องแพ ถ้ามณีพฤกษ์จะเป็นกาแพ มัลเบอร์รี่ มันมีอีกหลากหลาย แต่กาแพเพิ่งมาดัง ดังจริงๆ ก็เป็นดอยผาผึ้ง มณีพฤกษ์เขาเป็นม้ง คงจะไม่พ้นวิถีม้ง

(นักวิชาการ, หญิง, 59 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

... ถ้าเป็นห้วยพ่านต้องควาย ธรรมชาติ ล่องแพ ล่องแก่ง สะพานแขวน มณีพฤกษ์ก็คงเป็นกาแพ เริ่มดังแล้วละ เกอิชา แล้วก๊วกิมม้ง ดอยผาผึ้งที่นักท่องเที่ยวเขาชอบไปกันนะ

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

ในส่วนข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นคุณค่า (Value) ของการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ มีดังนี้

...ได้เยี่ยมชมธรรมชาติ พักผ่อน แล้วก็ชมวิถีชุมชนเผ่าลัวะ แทบหาชมไม่ได้เลย จริงๆ แล้วการที่เราเอาไม้ไผ่ขัดแตะ มันเป็นวิถีของลัวะอยู่แล้ว

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

....คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้ก็คือ สภาพอากาศที่เขาได้ เช่น ห้วยพ่าน สิงหา กันยา ดูนาค้าว นาขั้นบันได

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ห้วยพ่านเขาจะได้วิถีแบบแพไม้ธรรมชาติวิถีลัวะ ส่วนมณีพุกษ์ เมืองหนาวจะหลากหลาย ผลไม้เมืองหนาว ล้มผลอากาศหนาว

(นักวิชาการ, หญิง, 59 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...การล้มผลอากาศหนาวที่สดชื่นของมณีพุกษ์ ส่วนห้วยพ่านก็คงเป็นวิถีชนเผ่าลัวะ ล่องแพ สะพานแขวนเช่นกัน

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

(1.2) ความต้องการด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและรายละเอียดข้อมูล/เนื้อหาที่จำเป็นต้องมีเพื่อช่วยสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่เป็นประโยชน์

ข้อมูล/เนื้อหาที่จำเป็นต้องมีเพื่อช่วย		
สนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่เป็นประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว	21	77.80 (3)
ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว	23	85.20 (1)
ข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว	20	74.10 (6)
ลักษณะการท่องเที่ยว	15	55.60 (15)
รายละเอียดการท่องเที่ยวในสถานที่	15	55.60 (16)
ข้อมูลร้านอาหาร	19	70.40 (8)
ข้อมูลโรงแรมที่พัก	21	77.80 (4)
ข้อมูลเส้นทางการเดินทาง	22	81.50 (2)
ข้อมูลโปรโมชั่น/ทริปการเดินทาง	18	66.70 (10)

ข้อมูล/เนื้อหาที่จำเป็นต้องมีเพื่อช่วย		
สนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
ชุมชนเชิงนิเวศที่เป็นประโยชน์		
รูปภาพสถานที่ท่องเที่ยว	19	70.40 (9)
วิดีโอสถานที่ท่องเที่ยว	18	66.70 (11)
ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	18	66.70 (12)
การบริการข้อมูลและศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว	20	74.10 (7)
ปฏิทิน/ช่วงเวลาที่น่าท่องเที่ยว	21	77.80 (5)
ข้อมูลสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง	16	59.30 (13)
ร้านค้า OTOP		
ข้อมูลสินค้าของที่ระลึก	16	59.30 (14)

จากตารางที่ 4.2 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูล/เนื้อหาที่จำเป็นต้องมีเพื่อช่วยสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่เป็นประโยชน์ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า ข้อมูล/เนื้อหาที่จำเป็นต้องมีเพื่อช่วยสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 85.20 รองลงมาคือข้อมูลเส้นทางการเดินทาง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 77.80 ข้อมูลโรงแรมที่พัก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 77.80 ปฏิทิน/ช่วงเวลาที่น่าท่องเที่ยว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 77.80 ข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 74.10 การบริการข้อมูลและศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 74.10 ข้อมูลร้านอาหาร จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 70.40 รูปภาพสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 70.40 ข้อมูลโปรโมชั่น/ทริปการเดินทาง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 วิดีโอสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 18 คิดเป็นร้อยละ 66.70 ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 ข้อมูลสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ร้านค้า OTOP จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 ข้อมูลสินค้าของที่ระลึก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 ลักษณะการท่องเที่ยว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 และรายละเอียดการท่องเที่ยวในสถานที่ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 ตามลำดับ

ทั้งนี้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่สนับสนุนเกี่ยวกับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่ช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

....สิ่งที่อาจารย์สอบถามมาก็ควรจะมียในระบบทั้งหมดแหละคะ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลร้านอาหาร ข้อมูลโรงแรมที่พัก ข้อมูลเส้นทางการเดินทาง ข้อมูลโปรโมชั่น/ทริปการเดินทาง รูปบรรยากาศสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว รายละเอียดการท่องเที่ยว โปรโมชั่น/ทริปการเดินทาง ภาพถ่าย วิดีโอสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง สิ่งสำคัญคือปฏิทินท่องเที่ยวแต่ละช่วง สรุปก็ควรมีทั้งหมดนะคะ

(ผู้ประกอบการ, หญิง, 42 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

...มันก็โอเคเนะครับ สถานที่ก็โอเค มันก็ต้องทุกอย่างเนะครับ สำคัญและเป็นข้อมูลที่จะช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวทั้งนั้นเลย ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก การเดินทาง รูปภาพ รูปถ่าย วิดีโอ ปฏิทินท่องเที่ยว ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร เบอร์โทรศัพท์และช่องทางการติดต่ออื่นๆ ฯลฯ ตามที่อาจารย์กำหนดมาเป็นสาระสำคัญทั้งสิ้นครับ ใสในระบบทั้งหมดเลยครับ อีกอย่างหนึ่งในเว็บไซต์ควรมีโปรแกรมหรือแพ็คเกจการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวไปเลือกตามความสนใจครับ

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...น่าจะมียทั้งหมด ครบถ้วนแล้วครับที่อาจารย์ระบุมา ผมว่าจะเป็นข้อมูลที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้ ครบถ้วนเลยทีเดียวนะครับ แต่สิ่งเน้นย้ำคือเรื่อง เบอร์โทรศัพท์ของผู้ดูแลศูนย์ข้อมูลข่าวสารปัญหาที่พบคือผมเคยโทรไป ก็ไม่พอเดท ติดต่อก็ไม่ได้ ต้องโทรหาคนนั้น คนนี้ กว่าจะติดต่อสอบถามได้

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ข้อมูลที่นำเสนอมาเห็นด้วยว่าควรมีทั้งหมดนะคะ โดยเฉพาะกิจกรรมท่องเที่ยว ประวัตินี้ก็ดีควรเป็น story ประกอบเรื่อง ข้อมูลที่พัก อาหารการกิน ไปแล้วไม่มีที่พัก ไปกลับลำบาก Event แต่ละเทศกาล เช่น ช่วงเวลาที่ดีที่สุด กินสตอร์เบอร์รี่ที่ไหน เดือนไหนดี กินปลาบ้านห้วยพวน เดือนไหน

(นักวิชาการ, หญิง, 54 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
ความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	18	66.70 (4)
ความสะอาด	22	81.50 (2)
ความเป็นระเบียบเรียบร้อย	20	74.10 (3)
ความปลอดภัย	23	85.20 (1)
การส่งเสริมการตลาด	13	48.10 (7)
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	14	51.90 (5)
กระบวนการให้บริการ	14	51.90 (6)

จากตารางที่ 4.3 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ส่วนใหญ่เป็นความปลอดภัย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 85.20 รองลงมาคือ ความสะอาด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 ความเป็นระเบียบเรียบร้อย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 74.10 ความสวยงามและ ความเป็นเอกลักษณ์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 51.90 และกระบวนการให้บริการ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 51.90 ตามลำดับ

ทั้งนี้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่สนับสนุนเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้
...องค์ประกอบที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ไม่ว่าจะเป็นความสวยงาม เอกลักษณ์มันจำเป็นทั้งสิ้น โดยเฉพาะ ความปลอดภัยน่าจะสำคัญที่สุด ธรรมชาตินี้ได้อยู่แล้วคนนำทางก็จะต้องมีความรู้ด้วย เพราะนักท่องเที่ยว จะได้สาระความรู้กลับไปด้วย กายภาพเราสมบูรณ์พร้อมเที่ยวชมอยู่แล้ว

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 50 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

....ผมพูดมาตลอดเรื่องความสะอาด ตั้งแต่วันแรกที่เราไปเริ่มต้นกับเขา แต่ว่าเรื่องจัดเก็บขยะได้ละ ก็คือ คนเคลียร์เข้าเย็น จัดเวรยาม สุ่มไปก็พอได้อยู่ เศษอะไรที่ลงข้างแม่น้ำใช้ได้ แต่สุขอนามัยน้อยไปหน่อยแค่นั้นเอง ส่วนเรื่องความปลอดภัย พอได้ เพราะชุมชนขนาดเล็ก ทางปิด วัลย์ของคนชนเผ่าลัวะ มีจิตใจโอบอ้อมอารี มีพื้นฐานดี อีกอย่างหนึ่ง ผมถึงบอกว่าถ้ามีห้องน้ำดีๆ มีลานกางเต็นท์ก็จบละ บริษัทประชารัฐมันทำให้ไม่ได้ เราเลยบอกให้เขาทำ แต่ก็ยังไม่ทำ ชุมชนเน้นเอาเงินไปซื้อเรือยางเขาเห็นว่าตรงนั้นจับต้องได้ แต่เขาลืมเรื่องห้องน้ำ ห้องส้วม แยกชาย หญิง ดูให้สะอาดส้วม ไฟก็ใช้โซล่าเซลล์เอา คุยกันแบบนี้ มีลานกางเต็นท์ นักท่องเที่ยวจะเข้าไปอีกเยอะ โห่ย บรรยากาศแบบนี้หาได้ที่ไหนละ

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

... นักท่องเที่ยวบางคนไม่เข้าใจบริบทเรื่องความสะอาด มีแต่พูดว่าโฮมสเตย์ต้องมีมาตรฐาน จริงๆ แล้วมันไม่จำเป็น ที่พัก ความสะอาด อาจจะสะอาดตามวิถีของเขา แต่ไม่สะอาดของเราแบบนี้ละ บางทีมันเป็นเรื่องที่เราพัฒนาได้ยากจริงๆ ส่วนเรื่องมาตรฐานต้องมาว่ากันอีกทีนึง รวมทั้งข้อพึงปฏิบัติ เช่น ถ้าเอาถุงขนม เข้าไปต้องเก็บกลับมาด้วย

(นักวิชาการ, หญิง, 54 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ดอยผาหิ้ง เป็นเอกลักษณ์ของการเดินทางไปเที่ยวมณีพฤกษ์ หากไปแล้วไม่ได้ไปดอยผาหิ้งถือว่าไปไม่ถึงน่าน ส่วนมากคนจะมาดอยผาหิ้ง และก็ดอกชมพูภูคา ถ้า กาแฟ ประเพณีแบบนี้ละ ประเพณีที่รู้จักก็ท่องเที่ยวแบบนิเวศมากกว่า ส่วนกาแฟไม่ค่อยเท่าไร ส่วนมากจะธรรมชาติ มณีพฤกษ์เมื่อก่อน มันเป็นทางตัน ถ้าจะมีประวัติศาสตร์ที่เป็นจุดขาย เรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ สิ่งแวดล้อม ตำนานคอมมิวนิสต์ นักท่องเที่ยวจะได้สาระความรู้กลับไปด้วย

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละรูปแบบฟังก์ชันการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์
แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

รูปแบบฟังก์ชันการใช้งานของระบบสนับสนุน	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
การตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ		
บริการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว	15	55.60 (6)
บริการค้นหาและจัดการเส้นทางการเดินทาง	16	59.30 (3)
แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศแหล่งใหม่	16	59.30 (4)
มี Wish list สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่		
ต้องการเที่ยว	16	59.30 (5)
มีการอัพเดทข่าว สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ		
และงานต่างๆ	19	70.40 (2)
มีบริการแชร์ไฟล์/วิดีโอ	20	74.10 (1)
มีบริการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม	14	51.90 (7)
มีบริการสนทนาและเปลี่ยนข้อมูล	13	48.10 (8)

จากตารางที่ 4.4 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบฟังก์ชันการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีฟังก์ชันบริการแชร์ไฟล์/วิดีโอ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 74.10 รองลงมาคือ มีการอัพเดทข่าว สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศและงานต่างๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 70.40 มีบริการค้นหาและจัดการเส้นทางการเดินทาง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 มีแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศแหล่งใหม่ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 มี Wish list สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่ต้องการเที่ยว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 มีบริการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 มีบริการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 51.90 และมีบริการสนทนาและเปลี่ยนข้อมูล จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 48.10 ตามลำดับ

ทั้งนี้มีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่สนับสนุนเกี่ยวกับรูปแบบฟังก์ชันการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ดังนี้

...จริงๆ ผมว่าน่าจะเป็นแบบเชื่อมโยง สมมติไปห้วยฟ่านจะเชื่อมต่อไปที่ไหน ไปวัดอะไรมัย มันจะมีวัดหนองแดง พระธาตุ เชื่อมโยงที่จะไปหากันได้ คือ ถ้าไปห้วยฟ่านอย่างเดียว ความคุ้มค่าอาจจะไม่ได้ และก็เสริมว่าที่พักที่ใกล้เคียงมีอะไร หูหน้อยก็มาพักแสงทอง คนกิน คนเที่ยวจะต้องการข้อมูลพวกนี้นะครับ ที่สำคัญต้องข่าวอัพเดทสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศและงานต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวรับรู้ ส่วนที่อาจารย์แนะนำมานั้น ผมว่าก็ต้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นมีบริการแชร์ไฟล์/วิดีโอ ข่าวอัพเดทสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศและงานต่างๆ บริการต่างๆ ค้นหาเส้นทาง แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ โอเค ทุกข้อเลยนะครับนี่ วิดีโอสถานที่ท่องเที่ยวนี้ เราทำไปหลายรอบมากเลย

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ระบบที่ดีต้องไม่ยุ่งยาก ติดตั้งได้ด้วยตนเองได้ง่ายแล้วคนจะอยากใช้งาน มันก็ดีนะครับถ้าสามารถดูได้ทุกรูปแบบ มันจะเปลี่ยนไปตามความต้องการของผู้ใช้งานนะครับ บริหารจัดการได้ง่ายกว่าสำหรับผู้ดูแลระบบด้วย ปัจจัยสนับสนุนต่อการใช้งาน ถ้าเราทำเว็บ น่าจะความเร็วในการใช้งานอันดับแรก อัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน มันต้องมีคนดูแลทุกวันหรือไม่ก็อาทิตย์ละครั้ง สองครั้ง ข้อมูลปัจจุบันที่มีอยู่นั้นเป็นข้อมูลที่เก่ามาก

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ข้อมูลทั้งหมดล้วนจำเป็นทั้งนั้น สำหรับนักท่องเที่ยวระดับอาจารย์ ทุกรายการต้องนำมาใส่ในระบบให้ครบถ้วน แล้วระบบจะช่วยตอบข้อสงสัยของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะมีบริการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม บริการค้นหาและจัดการเส้นทางการเดินทาง จริงๆ แล้ว google Map ก็แนะนำเส้นทางได้ โอเคเนครับ จะได้คุ้มค่าและไม่เสียเวลาเดินทาง เพราะหลงทาง รวมถึงข่าวอัปเดตสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศและงานต่างๆ ของชุมชนด้วย อีกอย่างหนึ่งน่าจะมี บริการแชร์ไฟล์/วิดีโอ ถ้าภาพนิ่งๆ อย่างเดียว มันดูแห้งๆ ไป ไม่น่าสนใจ

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 35 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ข่าวอัปเดตจะต้องมีแน่นอน รวมทั้งโชว์เรื่อง Event ต่างๆ ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว การจัดลำดับสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมก็เป็นข้อมูลในการตัดสินใจได้ส่วนหนึ่ง ภาพสวยๆ ที่แชร์กันในโลกโซเชียลก็สำคัญเหมือนกันคะ

(นักวิชาการ, หญิง, 59 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...การแชร์ภาพหรือวิดีโอ จะเหมือนกับ Trip Adviser อย่างการล่องแพจะมีวิดีโอสนุกสนาน คนล่องแพเขาไม่พกโทรศัพท์ไปแน่นอน ทำยังไงให้เขามีภาพติดมือกลับไปก็แชร์เอาไว้ให้เขาโหลดเก็บเป็นที่ระลึกบนมือถือได้เลย โดยที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องกังวลกับการถ่ายรูป ก็อำนวยความสะดวกและแชร์บนระบบให้นักท่องเที่ยวได้เลย

(อาสาสมัครมูลนิธิอิฐก้อนเมืองน่าน, ชาย, 40 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละลักษณะการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ลักษณะการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
กระบวนการใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก	18	66.70 (2)
มีการตอบสนองในการใช้งานที่รวดเร็ว	19	70.40 (1)
สามารถติดตั้งได้ด้วยตัวเอง	16	59.30 (4)
ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถปรับแก้ไขข้อมูลขึ้นเองได้	11	40.70 (6)
แสดงผลเป็นระบบเวลาจริง (Real Time)	18	66.70 (3)
สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลโต้ตอบกันได้	16	59.30 (5)

จากตารางที่ 4.5 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับลักษณะการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะต้องมีการตอบสนองในการใช้งานที่รวดเร็ว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 70.40 รองลงมาคือ กระบวนการใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 แสดงผลเป็นระบบเวลาจริง (Real Time) จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 สามารถติดตั้งได้ด้วยตัวเอง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลโต้ตอบกันได้ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถปรับแก้ไขข้อมูลขึ้นเองได้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 ตามลำดับ

ทั้งนี้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่สนับสนุนลักษณะการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ดังนี้

...ระบบที่ดีและเกิดประโยชน์สูงสุด จะต้องตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้ เข้าถึงง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ติดตั้งด้วยตนเองได้เหมือนเราโหลด App มือถือ ที่สามารถเลือกกดเอง โหลดเองได้ตามใจชอบ มิฉะนั้นผู้ใช้เขาจะรำคาญและไม่สนใจระบบของเราเลย ทั้งนี้ข้อมูลสำคัญต้องแสดงผลเป็นระบบเวลาจริง หากมีข้อมูลแก้ไขเพิ่มเติม ผู้เกี่ยวข้องต้องสามารถเข้าไปแก้ไขได้ทันที โดยไม่ยุ่งยาก ถึงจะเป็นระบบที่เอื้อต่อการใช้งานอย่างแท้จริง

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 50 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

....ความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล เพราะว่าสมาร์โฟนมันต้องเสียบ่าใช้จ่าย เป็นข้อจำกัดเลย ระบบเครือข่ายก็สำคัญ เขาเข้าถึง แต่ไม่ถึง 4G ยังเป็นปัญหาอยู่ ห่วยพ่น ยังไปใหญ่ ใช้รู้ได้อย่างเดียว ยุคนี้สมัยนี้ ออนไลน์มันสำคัญมากที่สุด รวดเร็ว ว่องไว คล่องแคล่ว

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละการจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์

การจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
จัดตามประเภทของกิจกรรม/ประเพณี	17	63.00 (2)
จัดตามข้อมูลภูมิภาค/จังหวัด	4	14.80 (6)
จัดตามเทศกาลสำคัญ	5	18.50 (4)
จัดตามสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม	9	33.30 (3)
จัดตามข้อมูลที่ถูกค้นหามากที่สุด	2	7.40 (7)
จัดตามโปรโมชั่นการท่องเที่ยว	5	18.50 (5)
จัดตามเดือน/ฤดูกาล	25	92.60 (1)

จากตารางที่ 4.6 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความต้องการให้จัดหมวดหมู่ตามเดือน/ฤดูกาล จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 92.60 รองลงมาคือ มีการจัดหมวดหมู่ตามประเภทของกิจกรรม/ประเพณี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 มีการจัดหมวดหมู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 มีการจัดหมวดหมู่ตามเทศกาลสำคัญ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 มีการจัดหมวดหมู่ตามโปรโมชั่นการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 มีการจัดหมวดหมู่ตามข้อมูลภูมิภาค/จังหวัด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และมีการจัดหมวดหมู่ตามข้อมูลที่ถูกค้นหามากที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 ตามลำดับ

ทั้งนี้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่สนับสนุนการจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ดังนี้
...การจัดหมวดหมู่ส่วนมากเราจะเน้นฤดูหนาวค่ะ แล้วก็ตามฤดูกาลจัดตามที่ท่องเที่ยวยอดนิยมและตามประเภทกิจกรรม นักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 10% นาน ใครไม่ตั้งใจมา ไม่ถึง

(ผู้ประกอบการ, หญิง, 42 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

...ผมว่า จัดตามเทศกาลดีกว่า ตั้งแต่ช่วงนี้ไปห้วยพานไม่เหมาะที่จะเที่ยวละ เส้นทางลำบาก อันตราย แต่มันก็จะมีส่วนที่นำไป คือ ตามกิจกรรมดีกว่า ช่วงไหนมีกิจกรรมอะไร กิจกรรมก็จะลัดตามฤดูกาลอยู่แล้ว

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ในความคิดผม น่าจะจัดตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ยอดเยี่ยม และสองจัดตามกิจกรรมประเพณี ซึ่งจะตรงกับฤดูกาล

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...การจัดหมวดหมู่ก็ต้องจัดตามกิจกรรม ช่วงเวลา อย่างเดือนนี้ไปได้ ไม่มีปลา แต่มีกิจกรรมอื่นอะไรทดแทน จัดให้เห็นถึง Timeline ของกิจกรรมแต่ละเดือน

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...จัดตามฤดูกาลให้สอดคล้อง ทำเป็นตารางหากิจกรรมทดแทนแต่ละเดือน

(เจ้าของแสงทองรีสอร์ท, ชาย, 45 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...น่าจะต้องจัดตามเดือน วัฒนธรรมก็จะเป็นผ้าปัก ตีมีด คั่วกาแฟ ผ้าทอโยกันซง แล้วก็ประวัติศาสตร์ ก็จะมีสมรภูมิภูหัวล้าน แล้วก็ประเพณีปีใหม่ม้ง เดือนธันวาคม ช่วงดอกไม้ก็เป็นดอกชมพูภูคา ดอกพญาเสือโคร่ง ช่วงกุมภาพันธ์ ดอกไม้จะเริ่มตั้งแต่พญาเสือโคร่ง กลางๆ ธันวาคมถึงสิ้นมกราคม ส่วนดอกท้อ ดอกสาละ ลูกไหน ดอกชมพูภูคา จะช่วงกุมภาพันธ์ แล้วมีนาคม จะเป็นดอกเสี้ยวขาว ตั้งแต่มีนาคมถึงต้นเมษายนขึ้นไป จะเป็นช่วงชมดอกกาแฟ ที่ดูได้ทั้งปี คงจะเป็นปักผ้า ตีมีด เป่าแคน คั่วกาแฟ พวกนี้ก็ต้องบอกล่วงหน้ามาก่อน ช่วงพฤษภาคม จะไม่มีการท่องเที่ยว ตั้งแต่สิ้นฤดูดอกไม้จนถึงเริ่มฤดูหนาว สิ่งที่ทำได้คือ ตีมีด เป่าแคน ช่วงหน้าฝนก็แล้วแต่นักท่องเที่ยวที่ชอบลุย ช่วงฤดูหนาว นักท่องเที่ยวจะเริ่มมาช่วงเย็น แล้วไปดูพระอาทิตย์ตกดินที่บ้านสวนเกอixa เข้าก็ไปดอยผาผึ้ง กินข้าวเช้า ลอดถ้ำ พอลอดถ้ำออกมาแล้วก็แล้วแต่เลือกว่าจะไปดูวิถีชีวิตม้ง ถ้าช่วงดอกชมพูภูคาไปดูดอกชมพูภูคา แต่ที่พลาดไม่ได้คือ ดอยผาผึ้ง

(รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลงอบ, ชาย, 35 ปี, 2 พฤษภาคม 2561)

ในส่วนเรื่องแผนการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ดังนี้

...แผนการตลาดยังไม่มีการทำหรอกครับ นอกจากเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มากกว่า

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน,ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ไม่มี เรายังไม่เคยทำแผนการตลาด

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

ในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับผิดชอบหลักในการบริหารจัดการระบบและสิทธิในการจัดการข้อมูลในระบบ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็น ดังนี้

...คนจัดการข้อมูล อพเทคข้อมูลน่าจะเป็นเทศบาลนะครับ ถ้าชาวบ้านบางครั้งอาจจะไม่มีความรู้ และไม่ได้อัปเดตข้อมูลตลอด เทศบาลมีเจ้าหน้าที่ดูแล เราน่าจะให้เขาอัปเดต โดยเฉพาะเรื่องจองที่พักให้ชาวบ้านดูแลไปเลย เทศบาลจะอัปเดตข้อมูลทั่วไปให้ได้

(รองปลัดเทศบาลตำบลงอบ,หญิง,41 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

...จริงๆ ผมว่าน่าจะชุมชนนะ แต่ว่าอาจจะให้สิทธิกับพี่เลี้ยงของชุมชน เพื่ออัปเดตข้อมูลเพิ่มเติม เช่นของชุมชนห้วยพ่านก็อาจจะให้คุณมนตรี เชี่ยวสุวรรณมาช่วยดูแลให้ก็ได้

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ชุมชนน่าจะดูแลเอง เพราะเขารู้ว่าหน้าที่ไหน ช่วงนี้ควรจะมาหรือไม่ เดือนนี้มีกิจกรรมอะไร ชุมชนนั้นแหละรู้มากที่สุด และควรแบ่งสิทธิการเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วน

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน,ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ก็น่าจะเป็นชุมชนเอง เพราะเขาเป็น CBT กันหมดแล้ว เดียวนี้เยาวชนในชุมชนเขาก็เก่งเขาสามารถทำได้ รวมทั้ง อปท.เจ้าของเรื่องโดยตรงเขาก็น่าจะมีสิทธิในะคะ

(ครูวิทยาลัยเทคนิคบ้าน, หญิง, 54 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ควรให้ชุมชนดูแลเอง เพราะว่าจอร์จข้อมูลทั้งหมด และจะสะดวกในการติดต่อ การจอง และควรแบ่งสิทธิการเข้าถึงข้อมูลให้แต่ละหน้าที่

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

ในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพและความเพียงพอของข้อมูลในปัจจุบันสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็น ดังนี้

...ส่วนของมณีพฤษฯ เรายังขาดเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูล มีแต่เพจธรรมดาที่ไม่ได้อัปเดตอย่างเดียว

(ผู้อำนวยการกองการศึกษา,หญิง,43 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

...ไม่เพียงพอครับ นักท่องเที่ยวเยอะพอ ภาคธุรกิจจะตามไปเอง ถ้าชุมชนไม่มี ธุรกิจก็ไม่กล้าลงทุน

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ผมว่า ไม่พอ ทั้งห้วยฟ่านและมณีพุกฤษ ข้อมูลที่ผมลองค้นหามันมีแค่นี้เอง แล้วก็ไม่มีราคาบอกด้วยเขาจะรู้ รู้แค่เรื่องนี้ ราคาเท่าไร แต่ละกิจกรรมราคาเท่าไร ต้องบอกให้ละเอียด มันเป็นข้อมูลที่ล้ำค่าจะครับ อาจจะต้องเชิญสื่อมวลชนและภายนอกเข้ามา เพื่อให้เกิดการบรรยาย เผยแพร่ ฟันทีป ผมว่าดีที่สุด เปิดฟังก์ชันให้เขารีวิวได้ในเพจของเราอะครับ

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ไม่พอคะ ควรจะมีมากกว่านี้สำหรับนักท่องเที่ยวคะ การตัดสินใจไปท่องเที่ยว ข้อมูลเท่านี้ช่วยประกอบการตัดสินใจได้ส่วนน้อย เว็บก็ควรจะแยกออกมาเป็นของเขาเอง ไม่ควรไปแฉวนรวมกับ อปท.

(ผู้ประกอบการ, หญิง, 54 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

ในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับฟังก์ชันประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับฟังก์ชันประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีดังนี้

...ควรจะมีเป็นอย่างยิ่ง ระบบประเมินความพึงพอใจเอาแบบเช็คติ๊กๆ ได้เลย ง่ายดี เพราะส่วนมากเขาใช้สมาร์ตโฟนกัน ระบบจะต้องสามารถโต้ตอบได้

(รองปลัดเทศบาลตำบลงอบ, หญิง, 41 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

...ควรจะมีครับ มันเหมือนการให้คะแนนของ Agoda ให้เป็นดาวๆ ง่ายดี คลิ๊กครั้งเดียวรู้ผล

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...น่าจะต้องมีนะเรื่องการประเมิน เพราะมาแล้วก็ต้องรู้ว่า มาแล้วประทับใจอะไรมั้ย ตรงไหนควรปรับปรุงตรงไหนบ้าง

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

....การประเมินความพึงพอใจควรจะต้องมีนะคะ เพราะมันจะทำให้ชุมชนรู้ว่า อะไรที่นักท่องเที่ยวประทับใจ แล้วมีอะไรที่เราจะต้องปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นไป เพื่อรองรับการให้บริการ

(ครูวิทยาลัยเทคนิคน่าน, หญิง, 54 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

ในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลการกำหนดเป้าหมายกลุ่มนักท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดเป้าหมายกลุ่มนักท่องเที่ยว มีดังนี้

...ควรจะมีกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยว แต่ละกลุ่มวัย การทำกิจกรรมการท่องเที่ยวจะแตกต่างกัน

(ผู้อำนวยการกองการศึกษา, หญิง, 43 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

...ใช้ครับ ใช้ ควรแยกกิจกรรมตามกลุ่มเป้าหมาย แต่ถามว่าที่เราพูดเขาทำมัย ก็จะมีไปจุดต้นไม้สามารถทำได้เลย ทางทำไปครั้งนึงละ รถ APV ข้างบนจะมีต้นไม้ขนาด 6-7 คนโอบ ถ้าเราจะจัดเส้นทางมันก็ได้ ถ้าไม่มีคนขัดแย้ง ถ้าแย้งก็มีปัญหาอีก การจัดการยากนะ นานเนี่ยะ ความสวยงามพอไปได้

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ควรจัด เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย บางคนก็คาดหวังเห็นภาพถ่ายออกมาสวย บางทีก็คนละหน้า
อาจจะผิดหวัง ก็ต้องบอกว่ากิจกรรมนี้เดือนไหน

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...น่าจะมีการกำหนดกิจกรรมหลายๆ แบบ เช่นมาบ้านห้วยฟ่าน มาล่องแพ แต่ใส่กางเกงยีนส์ เป็น
การแต่งกายที่ไม่เหมาะสมกับการทำกิจกรรม น่าจะอยู่ในส่วนรายละเอียดละคะ

(ครูวิทยาลัยเทคนิคน่าน, หญิง, 54 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

ในส่วนเรื่องการตลาดออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์
เห็นด้วยว่า การทำการตลาดออนไลน์จะทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ดังคำสัมภาษณ์ ดังนี้

...ตลาดออนไลน์ทำให้ชุมชนเกิดรายได้เพิ่มขึ้น เพราะมันเป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้ชุมชนขยายตลาด
ได้กว้างมากกว่าการบอกกันปากต่อปากของนักท่องเที่ยว มันเป็นตัวช่วยที่สำคัญและขาดไม่ได้ในปัจจุบันนี้
แล้วละ

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 42 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

(1.3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่ง
ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ สรุปได้ดังนี้

**ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์
แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ**

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุน		
การตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิง นิเวศ	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
ลักษณะส่วนบุคคล	3	11.10 (11)
การเข้าถึงข้อมูล	14	51.90 (2)
การจัดเก็บข้อมูล	11	40.70 (3)
ความรวดเร็วในการใช้งาน	17	63.00 (1)
ตอบสนองตรงความต้องการ	10	37.00 (5)
ด้านการประชาสัมพันธ์/โฆษณา	9	33.30 (6)
ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร	9	33.30 (7)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุน		
การตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิง นิเวศ	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
ความชื่นชอบ	5	18.50 (9)
อิทธิพลจากเพื่อน	4	14.80 (10)
อิทธิพลจากครอบครัว	3	11.10 (12)
ความทันสมัย	9	33.30 (8)
ความสะดวกสบาย	11	40.70 (4)

จากตารางที่ 4.7 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นความรวดเร็วในการใช้งาน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาคือ เป็นการเข้าถึงข้อมูล จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 51.90 เป็นการจัดเก็บข้อมูล จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 เป็นความสะดวกสบาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 ตอบสนองตรงความต้องการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 ด้านการประชาสัมพันธ์/โฆษณา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ความทันสมัย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ความชื่นชอบ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 อิทธิพลจากเพื่อน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 ลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 11.10 อิทธิพลจากครอบครัว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 11.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละการจัดกิจกรรมเชิงชุมชน (แคมเปญ) สนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

การจัดกิจกรรมเชิงชุมชน (แคมเปญ)		
สนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยว ชุมชนเชิงนิเวศ	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
การได้รับรางวัล	11	40.70 (4)
จากการถูกใจสูงสุด	16	59.30 (2)
จากยอดการแชร์ข้อมูล/รูปภาพสูงสุด	20	74.10 (1)
จากยอดการรีวิวสูงสุดหรือการจัดกิจกรรม	14	51.90 (3)
รับคำทำด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์		

จากตารางที่ 4.8 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเชิญชวน (แคมเปญ) สนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าส่วนใหญ่มาจากยอดการแชร์ข้อมูล/รูปภาพสูงสุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 74.10 รองลงมาคือ จากการกดถูกใจสูงสุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 จากยอดการรีวิวสูงสุดหรือการจัดกิจกรรมรับคำทำด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 51.90 และการได้รับรางวัล จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 ตามลำดับ

ทั้งนี้มีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่สนับสนุนเกี่ยวกับกิจกรรมเชิญชวน (แคมเปญ) มีดังนี้

...หากกดเช็คอินสถานที่ท่องเที่ยว อาจจะได้รับส่วนลดเรื่องที่พักหรืออาจจะได้รับของที่ระลึกจากชุมชนหรือส่วนลดต่างๆ ที่ชุมชนสามารถจัดให้ได้

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...หากมีการถ่ายและโพสต์ภาพสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน จะมีการให้ส่วนลดด้านที่พัก กิจกรรมนำเที่ยวกับนักท่องเที่ยว ลด แลก แจก แถม เพื่อให้เขาภูมิใจที่ได้มาเที่ยวในชุมชนของเรา

(ผู้ประกอบการ, หญิง, 42 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...การได้รับรางวัลจากยอดการแชร์ข้อมูล/รูปภาพและวิดีโอ น่าจะเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำมากที่สุด เวลาเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชน เพราะว่า ปัจจุบันถือสมาร์ตโฟนติดตัวมาทุกคน แคมเปญนี้น่าจะเป็นกิจกรรมที่จะช่วยสร้างแรงจูงใจที่จะให้นักท่องเที่ยวช่วยเราโปรโมทได้เป็นจุดเด่นของเว็บไซต์ที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาหาข้อมูลจากเว็บของเรา แคมเปญก็สำคัญนะ รีวิว ก็สำคัญเหมือนกันนะคะ ถ่ายรูปสวยๆ

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 50 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

...การรีวิวสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน น่าจะเป็นการสร้างการรับรู้สู่ภายนอกมากที่สุด หากนักท่องเที่ยวนำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวไปรีวิว แสดงว่าเขามีความสนใจและอยากบอกต่อให้คนอื่นได้รับรู้และสนใจแหล่งท่องเที่ยว

(อาสาสมัครมูลนิธิรักษ์เมืองน่าน , ชาย, 48 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...การมีรายการทีวีมาทำรายการ จะเป็นการกระตุ้นได้มาก คนจะอยากไปเที่ยว หรือจะเป็นคนดังมาก็ช่วยให้คนอยากตามไป คนดูทีวีเห็นก็อยากไป การจัดรายการสดก็ช่วยได้ เป็นการกระตุ้นช่องทางหนึ่งได้เลยคะ

(ผู้อำนวยการกองการศึกษา, 43 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละการที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

การที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
ด้านข้อมูลสารสนเทศและระบบบริการ	9	33.30 (8)
ด้านการจัดระบบคมนาคมขนส่ง	18	66.70 (5)
ด้านการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	21	77.80 (2)
ด้านที่พักและบริการ	23	85.20 (1)
ด้านบริการร้านอาหาร	20	74.10 (3)
ด้านการจัดระบบสินค้าของที่ระลึก	13	48.10 (7)
ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและ	20	74.10 (4)
ประชาสัมพันธ์ด้านความปลอดภัย	18	66.70 (6)

จากตารางที่ 4.9 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าส่วนใหญ่เป็นด้านที่พักและบริการ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 85.20 รองลงมาคือ ด้านการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 77.80 ด้านบริการร้านอาหาร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 74.10 ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 74.10 ด้านการจัดระบบคมนาคมขนส่ง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 ด้านความปลอดภัย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 ด้านการจัดระบบสินค้าของที่ระลึก จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 48.10 ด้านข้อมูลสารสนเทศและระบบบริการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ตามลำดับ

ทั้งนี้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ มีดังนี้

...ประชาชนเจ้าของพื้นที่จะต้องมีส่วนร่วมจัดการการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการจัดนำเที่ยว ชุมชนต้องเป็นทั้งมัคคุเทศก์ ของที่ระลึกชุมชนก็ต้องจัดการ ต้องกลับไปพัฒนาเขา ทำยังไงให้เขามีของที่ระลึก ห้วยพ่านไม่มีน้ำ ผมเสนอให้ชุมชนทำกระบอกน้ำดีๆ หน่อยมีสัญลักษณ์ห้วยพ่าน และก็อาจจะมีส่วนน้ำดื่มเอากะบอกไปกรอกน้ำฟรีได้ตลอดเลย นักท่องเที่ยวก็จะได้ไม่ต้องเอายะไปทิ้ง เกิดความคุ้มค่า แต่ก็ต้องมีระบบกรองมาตรฐาน เป็นผลดี ลดปริมาณขยะในชุมชน

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ชุมชนเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและดำเนินกิจกรรมทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่พักและบริการ บริการร้านอาหาร การจัดระบบสินค้าของที่ระลึก การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ และที่สำคัญคือ ช่วยกันดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามา

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ชุมชนต้องมีส่วนร่วมทุกด้านที่กล่าวมา ผลประโยชน์ทั้งหมดทั้งมวลก็ต้องเป็นการบริหารจัดการภายในชุมชนเองทุกฝ่ายที่แบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบ

(นักวิชาการ, หญิง, 54 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ช่วยสนับสนุนการตลาดออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ช่วยสนับสนุน		
การตลาดออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
ภูเขา	22	81.50 (2)
น้ำตก	18	66.70 (6)
ป่า	22	81.50 (3)
โบราณสถาน	2	7.40 (8)
ประเพณี-พิธีกรรม	23	85.20 (1)
ภูมิปัญญาท้องถิ่น	20	74.10 (5)
งานศิลปหัตถกรรม	11	40.70 (7)
แปลงเกษตร-เรือกสวนไร่ นา	21	77.80 (4)

จากตารางที่ 4.10 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ช่วยสนับสนุนการตลาดออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าส่วนใหญ่เป็นประเพณี-พิธีกรรมจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 85.20 รองลงมาคือ ภูเขา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 ป่า จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 แปลงเกษตร-เรือกสวนไร่ นา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 77.80 ภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 74.10 น้ำตก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 งานศิลปหัตถกรรมจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 และโบราณสถาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 ตามลำดับ

ทั้งนี้ข้อมูลสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ช่วยสนับสนุนการตลาดออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ มีดังนี้

...เอกลักษณ์ก็คือ ป่าธรรมชาติ คือ ถ้ามาช่วงน้ำใส ไปยืนบนสะพานจะเห็นปลาในแม่น้ำน่าน ชาวบ้านจะทำ 3 โซน โซนอนุรักษ์ 800-900 เมตร อนุรักษ์พันธุ์ปลา ถัดมาทางใต้หน่อยก็ไว้สำหรับจับปลาได้ แต่เป็นเทศกาลเท่านั้น เช่น เทศกาลกินปลาห้วยฟ่าน ชุมชนสามารถมาลงจับได้ เอาราบได้เข้าชุมชน โซนที่ 3 ชุมชนสามารถไปจับหามาเป็นอาหารได้

(กรรมการผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัดน่าน, ชาย, 53 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ห้วยฟ่าน จะมีแม่น้ำน่าน ปลาอนุรักษ์และนาขั้นบันได ส่วนมณีพฤกษ์ จะมีสวนดอกไม้เกษตรเมืองหนาว กาแฟ ชนเผ่าก็มีอยู่ มะม่วง ลิ้นจี่ มีความโดดเด่นเลยละครับ

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ห้วยฟ่านต้องแม่น้ำเป็นหลัก น้ำตกก็มี ส่วนมณีพฤกษ์ ก็คงเป็นวิถีชีวิตชุมชนมะม่วง กาแฟก็แค่ส่วนหนึ่งผลไม้เมืองหนาว ผักก็เป็นสาขาของโครงการหลวง ผักมีเอามาขายด้านล่างอยู่นะคะ

(นักวิชาการ, หญิง, 59 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ทรัพยากรการท่องเที่ยวของเรามีเยอะทั้งภูเขา น้ำตก ถ้าเกิดมีจุดเด่นเพิ่มก็ต้องเติมเข้าไปเอกลักษณ์ของเราจะเป็นความสวยงามกับทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมก็เด่นทั้งมังและลิ้นจี่ สมัยโบราณจะเป็นการนับถือผี มังจะเด่นกว่าลิ้นจี่ กลุ่มชาติพันธุ์น้อย

(ผู้ประกอบการ, หญิง, 42 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละปัญหาหรือข้อจำกัดในการใช้งานระบบผ่านแอปพลิเคชัน แบบกลุ่มเมฆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ปัญหาหรือข้อจำกัดในการใช้งานระบบผ่าน แอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ		
แอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
อุปกรณ์	4	14.80 (4)
ระบบเครือข่าย	19	70.40 (1)
การเข้าถึงล่าช้า	9	33.30 (2)
ราคา	2	7.40 (5)
ขาดความรู้ความเข้าใจ	9	33.30 (3)

จากตารางที่ 4.11 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาหรือข้อจำกัดในการใช้งานระบบผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นระบบเครือข่าย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 70.40 รองลงมาคือ การเข้าถึงล่าช้า จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ขาดความรู้ความเข้าใจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 อุปกรณ์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 ราคา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 ตามลำดับ

ทั้งนี้มีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้รับผิดชอบหลักในการบริหารจัดการระบบและสิทธิในการจัดการข้อมูลในระบบ ดังนี้

...อุปสรรคก็เป็นเรื่องถนนหนทาง ความปลอดภัยในการเดินทาง ระบบเครือข่าย อย่างห้วยพ่าน รถเก๋งคงไม่สมควร มันก็เป็นการตัดโอกาสไปแล้วละคะ ระบบเครือข่ายก็เข้าถึงยาก มีสัญญาณเข้าไปในชุมชนน้อย ติดต่อแต่ละครั้งก็ยังลำบากสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

(ผู้ประกอบการ, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ปัญหาอุปสรรคเราก็คงเป็นเรื่องระบบเครือข่าย มันมีทुरुกับเอไอเอสนะคะ แต่ดีที่สัญญาณแรงกว่า มันเป็นเขตป่า มันทำยากมากๆ แต่ตอนนี้ได้มาแล้ว

(ผู้อำนวยการกองการศึกษา, หญิง, 43 ปี, 3 พฤษภาคม 2561)

...ขาดความรู้ความเข้าใจด้านการสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ก็มีความสำคัญพอสมควร

(ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน, ชาย, 50 ปี, 4 พฤษภาคม 2561)

...ตอนนี้ปัญหาของเรา ณ ตอนนี้คือเขาค้นหาใน google เพจเราไม่ขึ้น เพจแรกที่ขึ้นคือ เสน่ห์น่าน ข้อมูลของเขายังไม่ค่อยครบ นักท่องเที่ยวก็ได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วน

(รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอบ, ชาย, 35 ปี, 2 พฤษภาคม 2561)

(2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสำรวจจากการสำรวนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสำรวจกับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 33 คน แล้วนำแบบสำรวจมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผล สามารถแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ตอบแบบสำรวจ 2) ความต้องการด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน และ 4) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ มีรายละเอียดดังนี้

(2.1) ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย

เพศ	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
ชาย	8	24.20 (2)
หญิง	24	72.70 (1)
ไม่ระบุเพศ	1	3.10 (3)
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยตอบแบบสำรวจทั้งหมด 33 คน โดยจำแนกเป็นเพศหญิง 24 คน คิดเป็นร้อยละ 72.70 เป็นเพศชาย 8 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 และไม่ระบุเพศ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย

อายุ	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
ต่ำกว่า 20 ปี	2	6.10 (4)
20 – 29 ปี	11	33.30 (2)
30 – 39 ปี	15	45.50 (1)
50 – 59 ปี	3	9.10 (3)
60 ปีขึ้นไป	2	6.10 (5)
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจชาวไทย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.30 อายุระหว่าง 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.10 อายุต่ำกว่า 20 ปี และ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.10 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของภูมิถิ่นอาศัยผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย

ภูมิถิ่นอาศัย	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
ภาคเหนือ	32	97.00 (1)
ไม่ระบุภูมิถิ่นอาศัย	1	3.00 (2)
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีภูมิถิ่นอาศัยภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 97.00 และไม่ระบุภูมิถิ่นอาศัย 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพสมรสผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
โสด	13	39.40 (2)
สมรส	20	60.60 (1)
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 60.60 รองลงมาคือ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 39.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
มัธยมศึกษา	7	21.20 (2)
อนุปริญญา/ปวส.	4	12.10 (3)
ปริญญาตรี	16	48.50 (1)
ปริญญาโท	3	9.10 (4)
อื่นๆ	1	3.00 (6)
ไม่ระบุระดับการศึกษา	2	6.10 (5)
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาคือ ระดับศึกษามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.20 ระดับศึกษาอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 12.10 ระดับการศึกษาปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 9.10 ไม่ระบุระดับการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.10 และระดับการศึกษาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเดือนผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
10,000 บาท หรือ น้อยกว่า	18	54.50 (4)
10,001 – 20,000 บาท	10	30.30 (2)
20,001 – 30,000 บาท	4	12.10 (1)
30,001 – 40,000 บาท	1	3.00 (3)
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 4.17 พบว่า รายได้ของผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 บาทหรือน้อยกว่า คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.30 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.10 รายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผู้ตอบแบบสำรวจ
นักท่องเที่ยวชาวไทย

สถานะเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย	17	51.50 (1)
สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	1	3.00 (5)
ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	1	3.00 (6)
นักวิชาการ	1	3.00 (7)
องค์กรพี่เลี้ยง (ททท. ทกจ. สกว. อพท. NGOs)	5	15.20 (2)
อื่นๆ	3	9.10 (4)
ไม่ระบุสถานะเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	5	15.20 (3)
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีสถานะเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาคือ มีสถานะเป็นองค์กรพี่เลี้ยง (ททท. ทกจ. สกว. อพท. NGOs) และไม่ระบุสถานะ คิดเป็นร้อยละ 15.20 เท่ากัน มีสถานะเป็นอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.10 มีสถานะเป็นสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และนักวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 3.00 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
รับจ้างทั่วไป	5	15.20 (2)
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	1	3.00 (8)
ข้าราชการ	5	15.20 (3)
ลูกจ้างในหน่วยงานราชการ	13	39.40 (1)
เกษตรกร	2	6.10 (5)
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	3	9.10 (4)
อื่นๆ	2	6.10 (6)
ไม่ระบุอาชีพ	2	6.10 (7)
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอาชีพลูกจ้างในหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 39.40 รองลงมาคือ อาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 15.20 เท่ากัน อาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 9.10 อาชีพเกษตรกร อาชีพอื่นๆ และไม่ระบุอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 6.10 เท่ากัน และอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของการวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทางของผู้ตอบแบบสำรวจ
นักท่องเที่ยวชาวไทย**

การวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
มีการวางแผนล่วงหน้า	24	72.70 (1)
ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า	3	9.10 (3)
ไม่ระบุการวางแผนล่วงหน้า	6	18.20 (2)
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 4.20 พบว่าในส่วนการวางแผนล่วงหน้า ผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 72.70 รองลงมาคือ ไม่ระบุการวางแผนล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 18.20 และไม่มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 9.10 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของการเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือ
ตอนบนของผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย**

เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ในภาคเหนือตอนบน	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	16	48.50 (1)
ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	13	39.40 (2)
ไม่ระบุการเคยเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเชิง นิเวศ	4	12.10 (3)
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน คิดเป็นร้อยละ 48.50 ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน คิดเป็นร้อยละ 39.40 และไม่ระบุว่าเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน คิดเป็นร้อยละ 12.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและกิจกรรมที่ท่านสนใจของ
ผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประเภทแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและกิจกรรมที่ ท่านสนใจ	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
ศึกษาธรรมชาติเดินป่า	17	51.50	9
เที่ยวน้ำตก	24	72.70	1
พักผ่อนรับประทานอาหาร	21	63.60	4
ดูดาว/ดูนก/ส่องสัตว์	13	39.40	11
พักแรมด้วยเต็นท์	19	57.60	7
โบราณสถาน/ศิลปวัฒนธรรม	18	54.50	8
เที่ยวสวนเกษตร	21	63.60	5
เทศกาลประเพณี	24	72.70	2
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/นวดสมุนไพร	15	45.50	10
ซื้อสินค้าพื้นเมือง	23	69.70	3
วิถีชีวิตชุมชนและบ้านพักชนบท	21	63.60	6

จากตารางที่ 4.22 พบว่าประเภทแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ ส่วนใหญ่
ท่องเที่ยวชมธรรมชาติและท่องเที่ยวเทศกาลประเพณี คิดเป็นร้อยละ 72.70 เท่ากัน รองลงมาคือ ท่องเที่ยวซื้อสินค้า
พื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 69.70 ท่องเที่ยวพักผ่อนรับประทานอาหาร ท่องเที่ยวสวนเกษตร และท่องเที่ยววิถีชีวิต
ชุมชนและบ้านพักชนบท คิดเป็นร้อยละ 63.60 เท่ากัน ท่องเที่ยวพักแรมด้วยเต็นท์ คิดเป็นร้อยละ 57.60 ท่องเที่ยว
โบราณสถาน/ศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 54.50 ท่องเที่ยวศึกษาธรรมชาติเดินป่า คิดเป็นร้อยละ 51.50 ท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพ/นวดสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 45.50 และท่องเที่ยวดูดาว/ดูนก/ส่องสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 39.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศกับใครมากที่สุด

แหล่งข้อมูลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ชุมชนเชิงนิเวศกับใคร	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
เพื่อน	32	97.00	1
ครอบครัว	32	97.00	2
เพื่อนร่วมงาน	31	93.90	3
กรุ๊ปทัวร์	25	75.80	4
ครู อาจารย์	22	66.70	5
อื่นๆ	2	6.10	6

จากตารางที่ 4.23 พบว่าแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสำรวจชาวไทย ส่วนใหญ่เลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมากที่สุด คือ เพื่อน และครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 97.00 เท่ากัน รองลงมา คือ เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 93.90 กรู๊ปทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 75.80 ครู อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 66.70 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมากที่สุด

ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
รถยนต์ส่วนบุคคล	32	97.00	1
รถประจำทาง	26	78.80	3
รถเช่าเหมา	28	84.80	2
รถไฟ	19	57.60	5
รถนำเที่ยว	22	66.70	4
อื่นๆ	2	6.10	6

จากตารางที่ 4.24 พบว่า นักท่องเที่ยวใช้ยานพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 97.00 รองลงมา คือ รถเช่าเหมา คิดเป็นร้อยละ 84.80 รถประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 78.80 รถนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 66.70 รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 57.60 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของการพักค้างคืนในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

การพักค้างคืนของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	จำนวน	ร้อยละ (ลำดับที่)
พักค้างคืน	24	72.70 (1)
ไม่พักค้างคืน	6	18.20 (2)
ไม่ระบุการพักค้างคืน	3	9.10 (3)
รวม	33	100.0

จากตารางที่ 4.25 พบว่า นักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ส่วนใหญ่มีการพักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 72.70 รองลงมาคือ ไม่พักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 18.20 และไม่ระบุการพักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 9.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสถานที่พักค้างคืน

ประเภทสถานที่พักค้างคืน	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
โรงแรม	27	81.80	2
โฮมสเตย์	27	81.80	1
บังกะโล/รีสอร์ท	23	69.70	3
บ้านพักรับรอง	18	54.50	4
วัด/โรงเรียน	18	54.50	5
อื่นๆ	3	9.10	6
รวม		100.0	

จากตารางที่ 4.26 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นที่พักประเภท โฮมสเตย์ และโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.80 รองลงมาคือ บังกะโล/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 69.70 บ้านพักรับรองและวัด/โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 54.50 เท่ากัน และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการพักค้างคืน

ระยะเวลาในการพักค้างคืน	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่า 1 วัน	6	18.20	2
1-3 วัน	22	66.70	1
มากกว่า 12 วัน	1	3.00	4
อื่นๆ	4	12.10	3
รวม	33	100.0	

จากตารางที่ 4.27 พบว่านักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการพักค้างคืน ส่วนใหญ่พักค้างคืน ระหว่าง 1-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 66.70 รองลงมาคือ พักค้างคืนน้อยกว่า 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 18.20 ไม่ระบุระยะเวลาในการพักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 12.10 พักค้างคืนมากกว่า 12 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเป็นค่าบริการประเภทใดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ค่าใช้จ่ายเป็นค่าบริการประเภทใด ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
ค่าธรรมเนียมเยียมชม	18	54.50	5
ค่าอาหาร	28	84.80	1
ค่าที่พัก	26	78.80	2
ค่าเดินทาง	26	78.80	3
ค่าคนนำเที่ยว	13	39.40	6
ค่ากิจกรรมท่องเที่ยว	19	57.60	4
รวม		100.0	

จากตารางที่ 4.28 พบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่เป็นค่าบริการประเภทค่าอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.80 รองลงมาคือ ค่าที่พักและค่าเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 78.80 เท่ากัน ค่ากิจกรรมท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 57.60 ค่าธรรมเนียมเยียมชม คิดเป็นร้อยละ 54.50 และค่าคนนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 39.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเฉลี่ยต่อคน

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เฉลี่ยต่อคน	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	8	24.20	3
1,001-3,000 บาท	12	36.40	1
3,001-5,000 บาท	9	27.30	2
ไม่ระบุค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิง นิเวศ	4	12.10	4
รวม	33	100.0	

จากตารางที่ 4.29 พบว่านักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเฉลี่ยต่อคน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุด ระหว่าง 1,001-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.40 รองลงมาคือ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 3,001-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.30 มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.20 ไม่ระบุค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คิดเป็นร้อยละ 12.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสบการณ์ในการใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสบการณ์ในการใช้ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
คอมพิวเตอร์เดสก์ท็อป	20	60.60	3
โน้ตบุ๊ก (แล็ปท็อป)	22	66.70	2
แท็บเล็ต	18	54.50	5
สมาร์ทโฟน (ไอโอเอส)	20	60.60	4
สมาร์ทโฟน (แอนดรอยด์)	24	72.70	1

จากตารางที่ 4.30 พบว่า นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์การใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศมากที่สุดคือ สมาร์ทโฟน (แอนดรอยด์) คิดเป็นร้อยละ 72.70 รองลงมาคือ โน้ตบุ๊ก (แล็ปท็อป) คิดเป็นร้อยละ 66.70 คอมพิวเตอร์เดสก์ท็อป และสมาร์ทโฟน (ไอโอเอส) คิดเป็นร้อยละ 60.60 และแท็บเล็ต คิดเป็นร้อยละ 54.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดงร้อยละของประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
Instagram	14	42.40	5
Facebook	26	78.80	1
Twitter	10	30.30	6
Google+	15	45.50	4
Line	22	66.70	2
YouTube	21	63.60	3
Foursquare	8	24.20	7

จากตารางที่ 4.31 พบว่า นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนใหญ่ใช้ Facebook มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.80 รองลงมา คือ การใช้ Line คิดเป็นร้อยละ 66.70 การใช้ YouTube คิดเป็นร้อยละ 63.60 การใช้ Google+ คิดเป็นร้อยละ 45.50 การใช้ Instagram คิดเป็นร้อยละ 42.40 การใช้ Twitter คิดเป็นร้อยละ 30.30 และ การใช้ Foursquare คิดเป็นร้อยละ 24.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ของท่าน (ต่อสัปดาห์)

ความถี่ในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์(ต่อสัปดาห์)	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
ทุกวัน	22	66.70	1
5-6 วันต่อสัปดาห์	1	3.00	5
3-4 วันต่อสัปดาห์	2	6.10	4
1-2 วันต่อสัปดาห์	3	9.10	3
ไม่ระบุความถี่ในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์	5	15.20	2
รวม	33	100.0	

จากตารางที่ 4.32 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ต่อสัปดาห์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 66.70 รองลงมาคือ ไม่ระบุความถี่ในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 15.20 ใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ 1-2 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 9.10 ใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ 3-4 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 6.10 และใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ 5-6 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง

ระยะเวลาในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	7	21.20	2
1-2 ชั่วโมง	8	24.20	1
3-4 ชั่วโมง	7	21.20	3
5-6 ชั่วโมง	2	6.10	6
มากกว่า 6 ชั่วโมง	3	9.10	5
ไม่ระบุระยะเวลาในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง	6	18.20	4
รวม	33	100.0	

จากตารางที่ 4.33 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) แต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมง แต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.20 รองลงมาคือ มีการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 3-4 ชั่วโมงแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.20 เท่ากัน ไม่ระบุระยะเวลาในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.20 มีการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ มากกว่า 6 ชั่วโมงแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.10 และมีการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ 5-6 ชั่วโมงแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.10 ตามลำดับ

(2.2) ความต้องการด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ตารางที่ 4.34 แสดงร้อยละระดับความต้องการในด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ด้านฟังก์ชันของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ระดับความต้องการ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ข้อมูลเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	-	50.00	50.00
2. ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน	-	37.50	62.50
3. ข้อมูลกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว	-	53.10	46.90
4. ข้อมูลประวัติความเป็นมา	3.10	59.40	37.50
5. ข้อมูลร้านอาหาร	15.60	31.30	53.10
6. ข้อมูลโรงแรม ที่พัก หรือรีสอร์ท	6.30	34.40	59.40
7. ข้อมูลบริการด้านการคมนาคมขนส่ง	6.30	34.40	59.40
8. ข้อมูลเส้นทางการเดินทาง	3.10	34.40	62.50
9. ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้ง	3.10	43.80	53.10
10. การบริการข้อมูลและศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว	6.30	50.00	43.80
11. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ร้านค้า OTOP	6.30	53.10	40.60
12. ข้อมูลบริการด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน	9.40	37.50	53.10
13. ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวชุมชน เชิงนิเวศ	12.50	37.50	50.00
14. ข้อมูลโปรโมชั่น/ทริปการเดินทาง	6.30	43.80	50.00
15. ข้อมูลค่าใช้จ่ายต่างๆ	6.30	34.40	59.40
16. กฎ/ข้อห้ามต่างๆ ในการท่องเที่ยว		43.80	56.30
17. มาตรการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนเชิงนิเวศ	3.10	46.90	50.00
18. รีวิวจากผู้ที่เคยท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมาแล้ว	-	50.00	50.00
19. รูปภาพสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	-	37.50	62.50
20. วิดีโอสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	-	50.00	50.00
21. จุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	-	50.00	50.00
22. ปฏิทิน/ช่วงเวลาที่น่าท่องเที่ยว	3.10	31.30	65.60
23. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่อยู่ใกล้เคียง	-	45.20	54.80

จากตารางที่ 4.34 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความต้องการในด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบ ฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความต้องการใช้บริการในต่างๆ ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

- 1) มีบริการข้อมูลร้านอาหาร อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 15.60
- 2) มีข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 12.50
- 3) มีข้อมูลบริการด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 9.40
- 4) มีข้อมูลโรงแรมที่พัก หรือรีสอร์ทที่ได้มาตรฐาน อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 6.30
- 5) มีข้อมูลบริการด้านการคมนาคมขนส่ง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 6.30
- 6) มีการบริการข้อมูล และศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 6.30
- 7) มีข้อมูลสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ร้านค้า OTOP อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 6.30
- 8) มีข้อมูลโปรโมชั่น/ทริปการเดินทาง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 6.30
- 9) มีข้อมูลค่าใช้จ่ายต่างๆ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 6.30
- 10) มีข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 3.10
- 11) มีข้อมูลเส้นทางการเดินทาง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 3.10
- 12) มีข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 3.10
- 13) มีมาตรการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 3.10
- 14) มีปฏิทิน/ช่วงเวลาที่น่าท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 3.10

ตารางที่ 4.35 แสดงร้อยละระดับความต้องการด้านฟังก์ชันงานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			
ด้านฟังก์ชันของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ระดับความต้องการ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. มีบริการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	3.00	36.40	60.60
2. มีบริการค้นหาและจัดการเส้นทางการเดินทาง	3.00	39.40	57.60
3. แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศแหล่งใหม่	6.10	42.40	51.50
4. มี Wish list สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่ต้องการเที่ยว	9.10	45.50	45.50
5. ข่าวอัปเดตสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และงานต่างๆ	9.40	40.60	50.00
6. มีบอร์ดสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูล	18.20	45.50	36.40
7. มีบริการระบบแชร์ไฟล์รูปภาพ/วิดีโอ	6.10	54.50	36.40
8. เปิดให้ผู้รีวิวสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ	-	51.50	48.50
9. เปิดให้ผู้ประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	6.10	42.40	51.50
10. มีให้ดาวน์โหลดเป็น Mobile App	15.20	39.40	45.50

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความต้องการด้านฟังก์ชันของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความต้องการใช้บริการในต่างๆ ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

- 1) มีบอร์ดสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูล อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 18.20
- 2) มีให้ดาวน์โหลดเป็น Mobile App อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 15.20
- 3) มีข่าวอัปเดตสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศและงานต่างๆ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 9.40
- 4) มี Wish list สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่ต้องการเที่ยว อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 9.10
- 5) แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศแหล่งใหม่ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 6.10

- 6) มีบริการระบบแพร่ไฟล์รูปภาพ/วิดีโอ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 6.10
- 7) เปิดให้ผู้ใช้งานประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก คิดเป็น ร้อยละ 6.10
- 8) มีบริการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 3.00
- 9) มีบริการค้นหาและจัดการเส้นทางการเดินทาง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 3.00

ตารางที่ 4.36 แสดงร้อยละระดับความต้องการด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ระดับความต้องการ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. กระบวนการใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก	6.30	37.50	56.30
2. สามารถใช้งาน Application บนอุปกรณ์ที่หลากหลาย	12.10	39.40	48.50
3. มีการตอบสนองการใช้งานที่รวดเร็ว	9.10	42.40	48.50
4. สามารถติดตั้งได้ด้วยตัวเอง	12.10	33.30	54.50
5. ความหลากหลายของหน้าที่ใน Application	15.20	30.30	54.50
6. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถปรับแก้ไขข้อมูลเองได้	15.20	36.40	48.50
7. สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ตอบกันได้	9.10	48.50	42.40
8. แสดงผลเป็นระบบเวลาจริง (Real Time)	6.10	48.50	45.50

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความต้องการด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความต้องการใช้บริการในต่างๆ ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

- 1) มีความหลากหลายของหน้าที่ใน Application อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 15.20
- 2) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถปรับแก้ไขข้อมูลเองได้ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 15.20
- 3) สามารถใช้งาน Application บนอุปกรณ์ที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 12.10
- 4) สามารถติดตั้งได้ด้วยตนเอง อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 12.10
- 5) มีการตอบสนองการใช้งานที่รวดเร็ว อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 9.10
- 6) สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ตอบกันได้ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 9.10
- 7) กระบวนการใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 6.30
- 8) แสดงผลเป็นระบบเวลาจริง (Real Time) อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 6.10

ตารางที่ 4.37 แสดงร้อยละของการจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์ในการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
ตามประเภทของกิจกรรม/งาน ประเพณี	17	53.10	2
ตามข้อมูลภูมิภาค/จังหวัด	13	40.60	4
ตามเทศกาลสำคัญ	5	15.60	6
ตามสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม	14	43.80	3
ตามข้อมูลที่ถูกค้นหามากที่สุด	5	15.60	7
ตามโปรโมชั่นการท่องเที่ยว	2	6.30	9
ตามรีวิว	5	15.60	8
ตามเดือน/ฤดูกาล	18	56.30	1
ตามโปรแกรมท่องเที่ยว	12	37.50	5
รวม		100.00	

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ส่วนใหญ่การจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์ เป็นการจัดหมวดหมู่ตามเดือน/ฤดูกาลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.30 รองลงมาคือ เป็นการจัดหมวดหมู่ตามประเภทของกิจกรรม/งานประเพณี คิดเป็นร้อยละ 53.10 เป็นการจัดหมวดหมู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม คิดเป็นร้อยละ 43.80 เป็นการจัดหมวดหมู่ตามข้อมูลภูมิภาค/จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 40.60 เป็นการจัดหมวดหมู่ตามโปรแกรมท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 37.50 เป็นการจัดหมวดหมู่ตามเทศกาลสำคัญ ตามข้อมูลที่ถูกค้นหามากที่สุด และตามรีวิว คิดเป็นร้อยละ 15.60 เท่ากัน และเป็นการจัดหมวดหมู่ตามโปรโมชั่นการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 6.30 ตามลำดับ ข

(2.3) การการสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

ตารางที่ 4.38 แสดงร้อยละของปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

ปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้ระบบ			
สนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
ลักษณะส่วนบุคคล	6	18.20	10
ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร	17	51.50	3
ใช้งานง่าย	13	39.40	4
กิจกรรมเชิงชุมชน	7	21.20	9
การประชาสัมพันธ์/โฆษณา	22	66.70	1
การให้บริการข้อมูลข่าวสาร	20	60.60	2
ความชื่นชอบ	4	12.10	13
ทรัพยากรชุมชน	6	18.20	11
อิทธิพลจากเพื่อน	9	27.30	8
อิทธิพลจากครอบครัว	2	6.10	15
ความทันสมัย	6	18.20	12
การมีส่วนร่วม	4	12.10	14
ตอบสนองความต้องการ	11	33.30	7
ความสะดวกสบาย	12	36.40	5
เอกลักษณ์ของชุมชน	12	36.40	6

จากตารางที่ 4.38 พบว่าปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ส่วนใหญ่มีการประชาสัมพันธ์/โฆษณามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.70 รองลงมาคือ การให้บริการข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 60.60 ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 51.50 ใช้งานง่าย คิดเป็นร้อยละ 39.40 ความสะดวกสบายและเอกลักษณ์ของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 36.40 เท่ากัน ตอบสนองความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 33.30 อิทธิพลจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 27.30 กิจกรรมเชิงชุมชน คิดเป็นร้อยละ 21.20 ลักษณะส่วนบุคคลทรัพยากรชุมชน และความทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 18.20 เท่ากัน ความชื่นชอบและการมีส่วนร่วม คิดเป็นร้อยละ 12.10 เท่ากัน และอิทธิพลจากครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 6.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของการทำการตลาดออนไลน์จะทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

การทำการตลาดออนไลน์จะทำให้ รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	คะแนนรวม	ร้อยละ	อันดับ
เห็นด้วย	30	90.90	1
ไม่ระบุความคิดเห็น	3	9.10	2
รวม	33	100.0	

จากตารางที่ 4.39 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการทำการตลาดออนไลน์จะทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 90.90 และไม่ระบุความคิดเห็น ร้อยละ 9.10 ตามลำดับ

สรุปผลการเปรียบเทียบการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทยและชาวต่างชาติ สามารถสรุปได้ดังนี้

ความต้องการด้านเนื้อหาของระบบ พบว่า ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลด้านเนื้อหา 5 อันดับแรก ประกอบด้วย 1) ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว 2) ข้อมูลเส้นทางการเดินทาง 3) ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว 4) ข้อมูลโรงแรมที่พัก และ 5) ปฏิทิน/ช่วงเวลาที่น่าท่องเที่ยว(ตารางที่ 16) และข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลด้านเนื้อหาข้อมูลอยู่ในระดับมากเหมือนกัน ประกอบด้วย ข้อมูลร้านอาหาร ข้อมูลโรงแรม ที่พัก หรือรีสอร์ท ข้อมูลบริการด้านการคมนาคมขนส่ง ข้อมูลเส้นทางการเดินทาง ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้ง กฎ/ข้อห้ามต่างๆ ในการท่องเที่ยว รีวิวกจากผู้ที่เคยท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมาแล้ว รูปภาพสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ จุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ปฏิทิน/ช่วงเวลาที่น่าท่องเที่ยว ข้อมูลประวัติความเป็นมา ข้อมูลบริการด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน และ ข้อมูลค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ส่วนที่ต่างกันคือส่วนที่นักท่องเที่ยวไทยมีความต้องการระดับมากเพิ่มเติม คือ ข้อมูลเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ข้อมูลโปรโมชั่น/ทริปการเดินทาง มาตรการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ วิดีโอสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่อยู่ใกล้เคียง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความต้องการระดับมากเพิ่มเติม คือ ข้อมูลที่เกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ร้านค้า OTOP

ความต้องการด้านฟังก์ชันของระบบ พบว่า ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกส่วนใหญ่ต้องการ 5 อันดับแรก ประกอบด้วย 1) มีบริการแชต/ไลฟ์/วิดีโอ 2) มีการอัปเดตข่าว สถานที่ท่องเที่ยว และงานต่างๆ 3) บริการค้นหาและจัดการเส้นทางการเดินทาง 4) แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศแหล่งใหม่ และ 5) มี Wish list สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยว (ตารางที่ 18) และข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทยและชาวต่างชาติพบว่า ฟังก์ชันงานของระบบที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการระดับมากเหมือนกัน คือ ฟังก์ชันบริการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ส่วนที่ต่างกันคือส่วนที่นักท่องเที่ยวไทยมีความต้องการระดับ

มากเพิ่มเติม ประกอบด้วย ฟังก์ชันบริการค้นหาและจัดการเส้นทางการเดินทาง แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศแหล่งใหม่ ข่าวอัปเดตสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และงานต่าง ๆ เปิดให้ผู้ใช้งานวีวีสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ เปิดให้ผู้ใช้งานประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และให้ดาวน์โหลดเป็น Mobile App ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความต้องการระดับมากเพิ่มเติม คือ ฟังก์ชันบริการระบบแชร์ไฟล์รูปภาพ/วิดีโอ

ความต้องการด้านการใช้งาน พบว่า ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกส่วนใหญ่ต้องการ 5 อันดับแรก ประกอบด้วย 1) มีการตอบสนองในการใช้งานที่รวดเร็ว 2) กระบวนการใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก 3) แสดงผลเป็นระบบเวลาจริง (Real Time) 4) สามารถติดตั้งได้ด้วยตัวเอง และ 5) สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ตอบกันได้ (ตารางที่ 19) และข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ความต้องการด้านการใช้งานของระบบที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการระดับมากเหมือนกัน คือ กระบวนการใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก มีการตอบสนองในการใช้งานที่รวดเร็ว สามารถติดตั้งได้ด้วยตัวเอง และมีความหลากหลายของหน้าที่ใน Application ส่วนที่ต่างกันคือส่วนที่นักท่องเที่ยวไทยมีความต้องการระดับมากเพิ่มเติม ประกอบด้วย สามารถใช้งาน Application บนอุปกรณ์ที่หลากหลาย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถปรับแก้ไขข้อมูลเองได้ สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ตอบกันได้ และแสดงผลเป็นระบบเวลาจริง (Real Time) ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความต้องการระดับมากเพิ่มเติม (ตารางที่ 107)

ความต้องการด้านการจัดหมวดหมู่หน้าหลักเว็บไซต์ พบว่า ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีการจัดหมวดหมู่ 5 อันดับแรก ประกอบด้วย 1) จัดตามเดือน/ฤดูกาล 2) จัดตามประเภทของกิจกรรม/ประเพณี 3) จัดตามสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม 4) จัดตามเทศกาลสำคัญ และ 5) จัดตามโปรโมชั่นการท่องเที่ยว (ตารางที่ 20) และข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความต้องการจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์ตามประเภทของกิจกรรม/งานประเพณีมากที่สุด อันดับรองลงมานักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการการจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์ตามสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม ตามข้อมูลภูมิภาค/จังหวัด ตามเดือน/ฤดูกาล ตามเทศกาลสำคัญ ตามโปรแกรมท่องเที่ยว ตามการรีวิว ตามโปรโมชั่นการท่องเที่ยว และ ตามข้อมูลที่ถูกค้นหามากที่สุด ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการให้จัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์ตามข้อมูลภูมิภาค/จังหวัด ตามสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม ตามโปรแกรมท่องเที่ยว ตามเดือน/ฤดูกาล ตามเทศกาลสำคัญ และ ตามการรีวิว

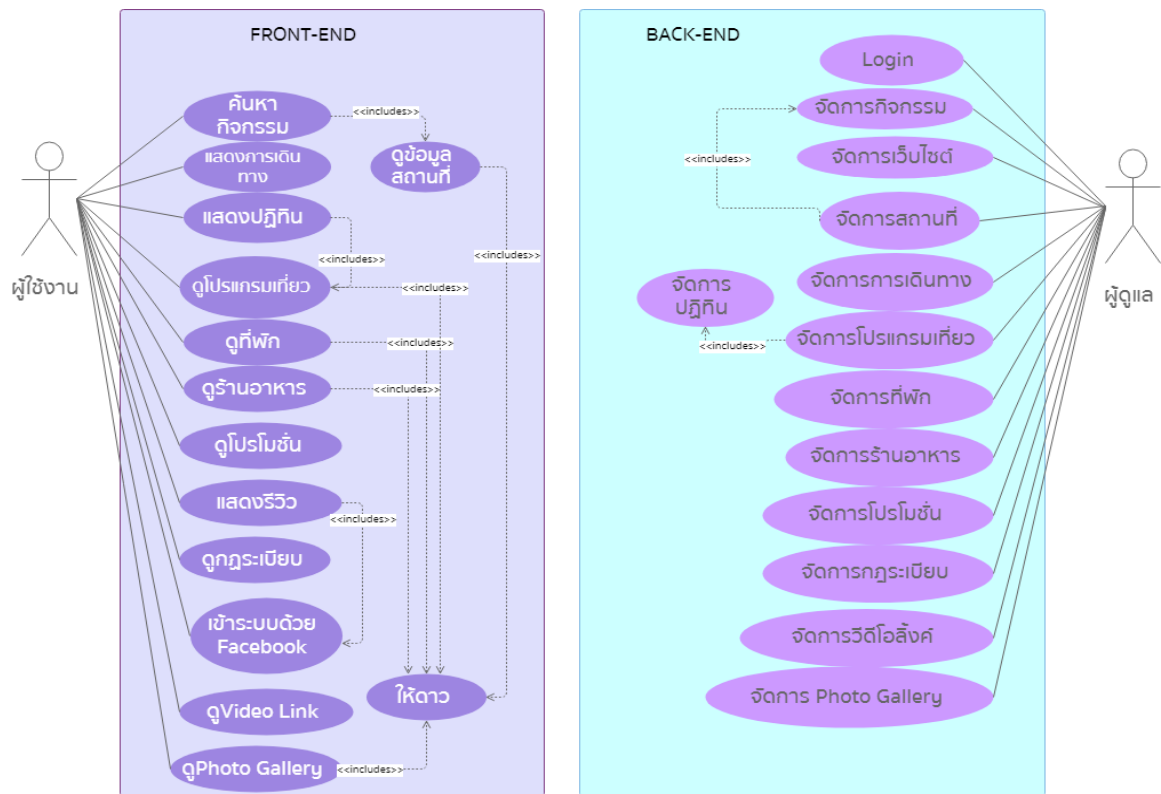
ความต้องการด้านปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ พบว่า ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกส่วนใหญ่ต้องการใช้บริการในด้านเนื้อหา 5 อันดับแรก ประกอบด้วย 1) ความรวดเร็วในการใช้งาน 2) การเข้าถึงข้อมูล 3) การจัดเก็บข้อมูล 4) ความสะดวกสบาย และ 5) ตอบสนองตรงความต้องการ (ตารางที่ 21) และข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้บริการฯ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย 5 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ใช้งานง่าย การประชาสัมพันธ์/โฆษณา ความสะดวกสบาย และ การให้บริการข้อมูลข่าวสาร ส่วนปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้บริการฯ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 อันดับแรก คือ ลักษณะส่วนบุคคล ใช้งานง่าย ความสะดวกสบาย ความทันสมัย อิทธิพลจากครอบครัว ความชื่นชอบ และ อิทธิพลจากเพื่อน ตามลำดับ

4.4 ผลการออกแบบและพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

4.4.1 ผลการวิเคราะห์และออกแบบระบบ

จากผลการศึกษาในขั้นตอนการศึกษารูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในส่วนนี้มาทำการวิเคราะห์และออกแบบระบบ โดยใช้หลักการการวิเคราะห์และออกแบบเชิงวัตถุ ด้วยเครื่องมือ Unified Modeling Language (UML) เพื่อใช้ในการจำลองระบบงาน ซึ่งในแต่ละแผนภาพหรือไดอะแกรม (Diagram) จะเปรียบเสมือนมุมมองในด้านต่าง ๆ ของระบบ เพื่อให้สามารถเข้าใจระบบงานได้มากที่สุด ไดอะแกรม UML ประกอบด้วย 1) Use Case Diagram 2) Sequence Diagram 3) Collaboration Diagram 4) State Diagram 5) Activity Diagram 6) Class Diagram 7) Component Diagram และ 8) Deployment Diagram แต่ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้ 3 ไดอะแกรมในการออกแบบ คือ 1) Use Case Diagram ในการออกแบบจากมุมมองผู้ใช้ภายนอก 2) Class Diagram ในการออกแบบโมดูล (Module) ต่าง ๆ ในการใช้ประมวลผล และ 3) Activity Diagram ในการอธิบายการทำงานภายในระบบ เนื่องจากทั้ง 3 แผนภาพนี้สามารถอธิบายการรับส่งข้อมูลการทำงานต่าง ๆ ได้

1) Use Case Diagram ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ระบบนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนที่เป็น Front END ซึ่งก็คือ เว็บไซต์สำหรับนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและใช้เป็นช่องทางติดต่อกับผู้ใช้งานในการใช้งานระบบ และ 2) ส่วนที่เป็น Back End ซึ่งก็คือ เว็บไซต์สำหรับให้ผู้ดูแลระบบ ใช้ในการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ในระบบ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 4.1 Use Case Diagram ของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยว

2) Class Diagram คลาสที่ถูกกำหนดไว้ภายในระบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ประกอบด้วย

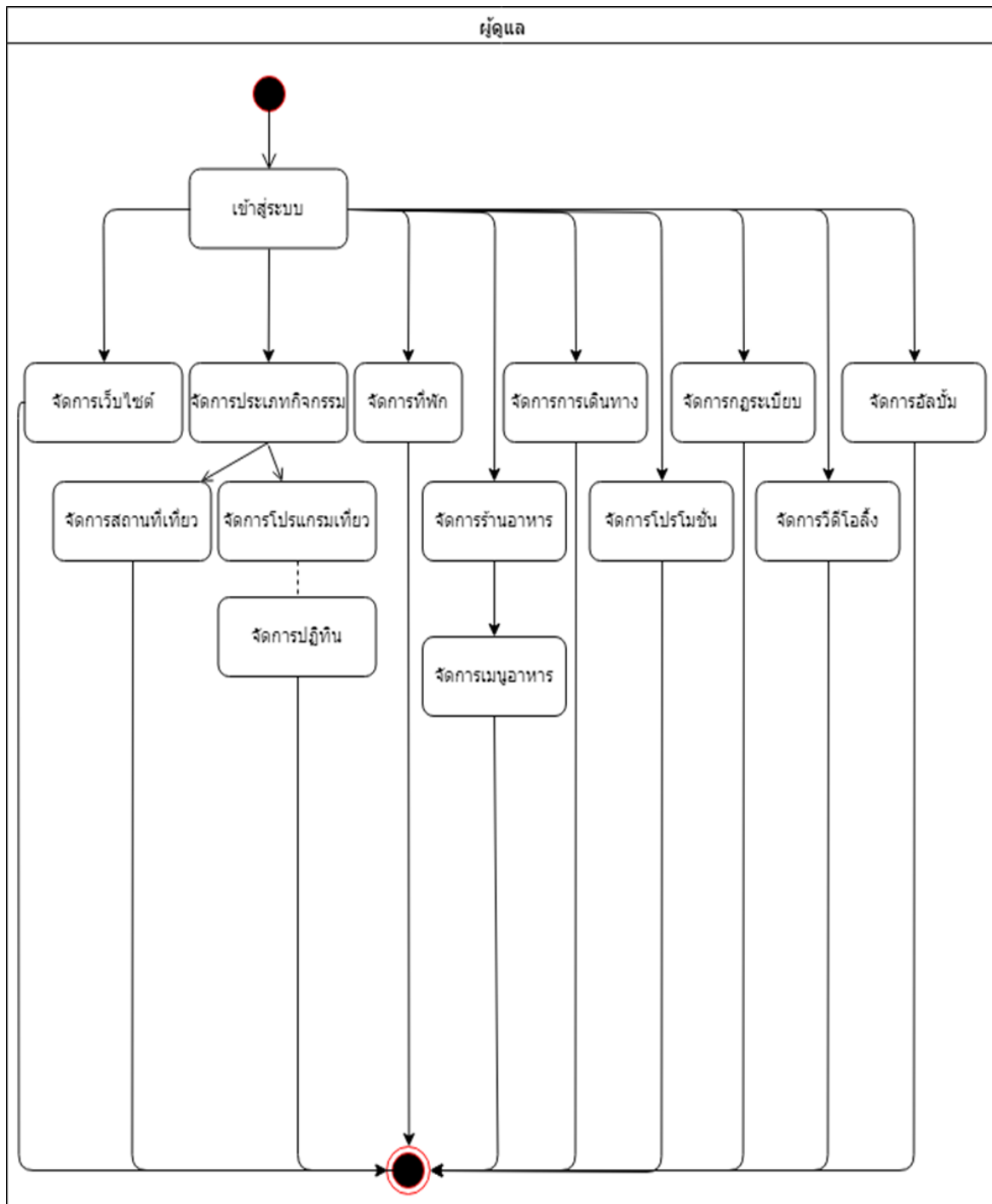
- 1) คลาส CBET (ข้อมูลระบบ)
- 2) คลาส Trip (โปรแกรมเที่ยว)
- 3) คลาส Restaurant (ร้านอาหาร)
- 4) คลาส Restaurant Menu (เมนูอาหาร)
- 5) คลาส Album (อัลบั้มภาพ)
- 6) คลาส Album Photo (รูปภาพในอัลบั้ม)
- 7) คลาส Place (สถานที่)
- 8) คลาส Activity Type (ประเภทกิจกรรม)
- 9) คลาส Room (ที่พัก)
- 10) คลาส VDO Link (ลิงค์ Youtube)
- 11) คลาส Review (รีวิว)
- 12) คลาส Star (คะแนน)
- 13) คลาส User (ผู้ใช้งาน)

ดังแสดงในภาพที่ 2

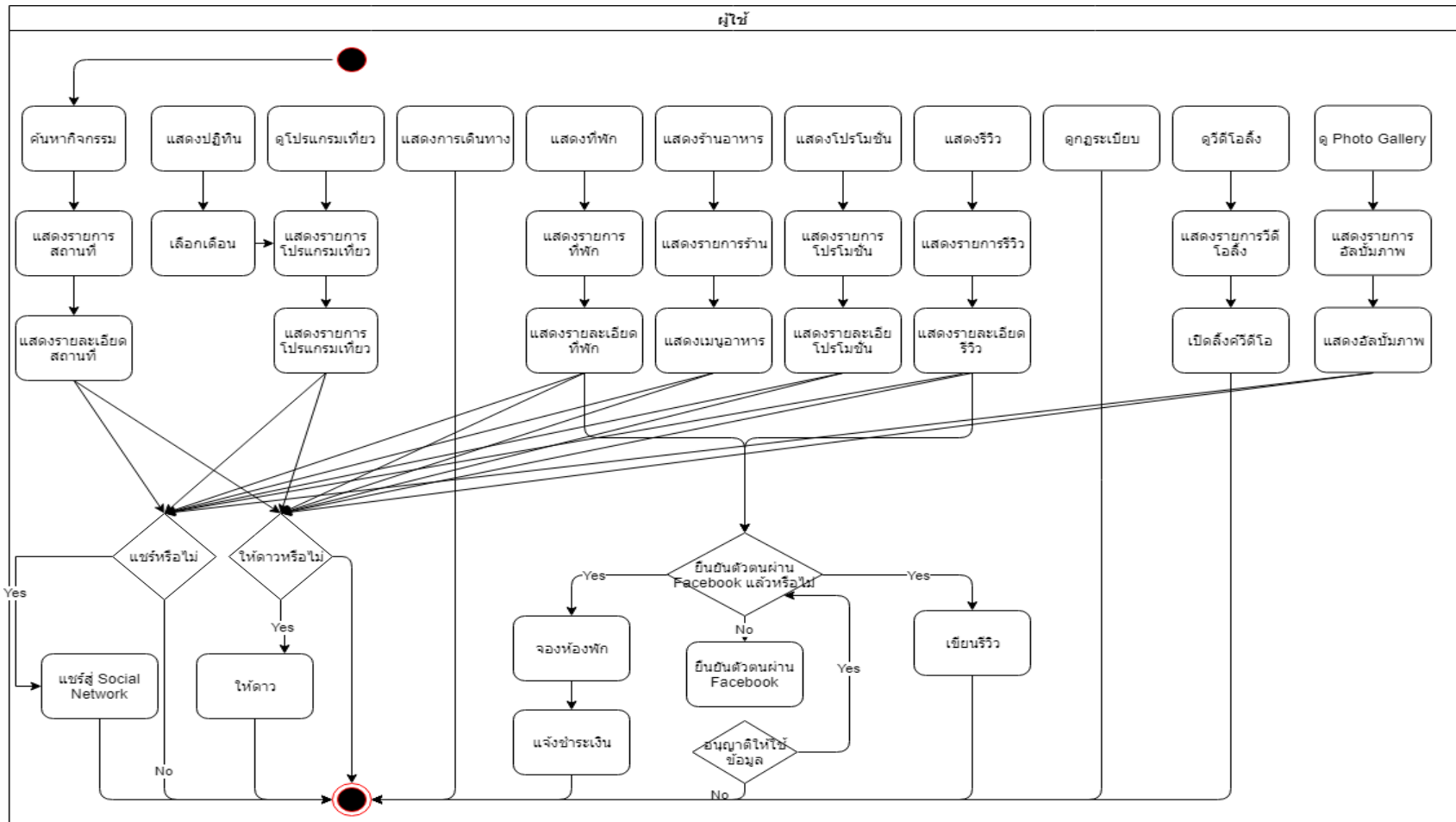


ภาพที่ 4.2 Class Diagram ของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

3) Activity Diagram ในภาพที่ 3 เป็น Activity Diagram สำหรับผู้ดูแลระบบ โดยผู้ดูแลต้องเข้าสู่ระบบก่อนจัดการข้อมูลต่างๆ จากนั้นผู้ดูแลระบบจะเริ่มจากจัดข้อมูลต่าง ๆ ของเว็บไซต์จัดการประเภทกิจกรรม จากนั้น สร้างข้อมูลสถานที่เที่ยว โปรแกรมเที่ยวโดยต้องเลือกเดือนที่เหมาะสมกับโปรแกรม จัดการข้อมูลที่ปัก จัดการข้อมูลร้านอาหารและเมนูอาหาร จัดการข้อมูลโปรโมชั่น จัดการข้อมูลการเดินทาง จัดการข้อมูลกฎระเบียบ จัดการข้อมูลลี้ขีวิตโฮมสเตย์ และจัดการข้อมูล Photo Gallery สำหรับในภาพที่ 4 เป็น Activity Diagram สำหรับผู้ใช้งานระบบ เริ่มต้นโดยผู้ใช้งานสามารถค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวจากประเภทกิจกรรมที่ทางระบบได้จัดการไว้ แล้วระบบจะแสดงรายการของสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น ๆ มาให้ผู้ใช้งานเลือก จากนั้น เมื่อเลือกสถานที่จากรายการนั้น ก็แสดงรายละเอียดของสถานที่นั้น ๆ มาให้ผู้ใช้งาน จากนั้น ผู้ใช้งานสามารถเลือกที่จะแชร์ข้อมูลรายละเอียดสถานที่ ไปที่ Social Media และ เลือกที่จะให้ดาวกับสถานที่เที่ยวนั้นได้



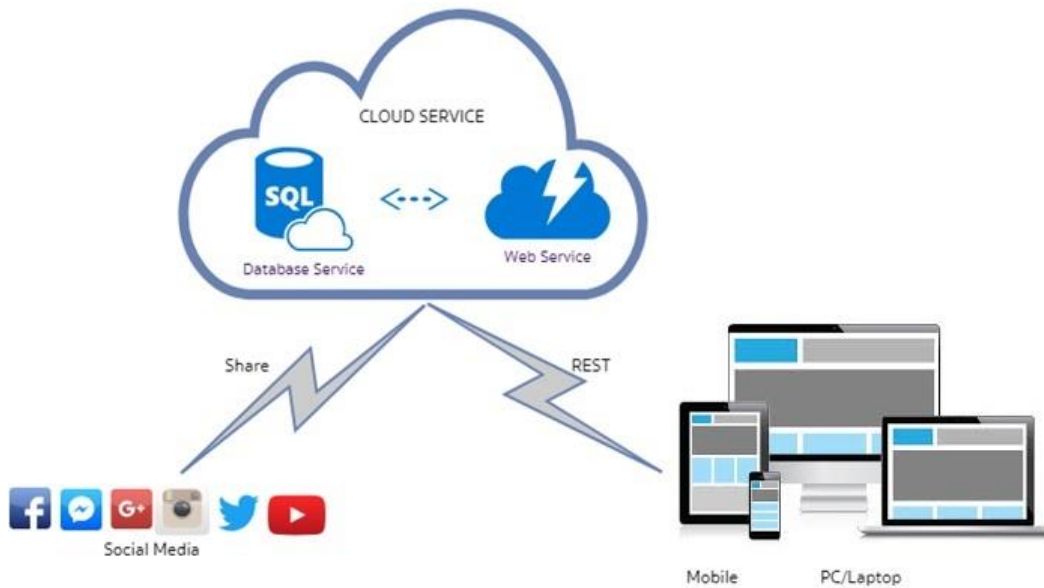
ภาพที่ 4.3 Activity Diagram สำหรับผู้ดูแลระบบ



ภาพที่ 4.4 Activity Diagram Activity Diagram สำหรับผู้ระบบ

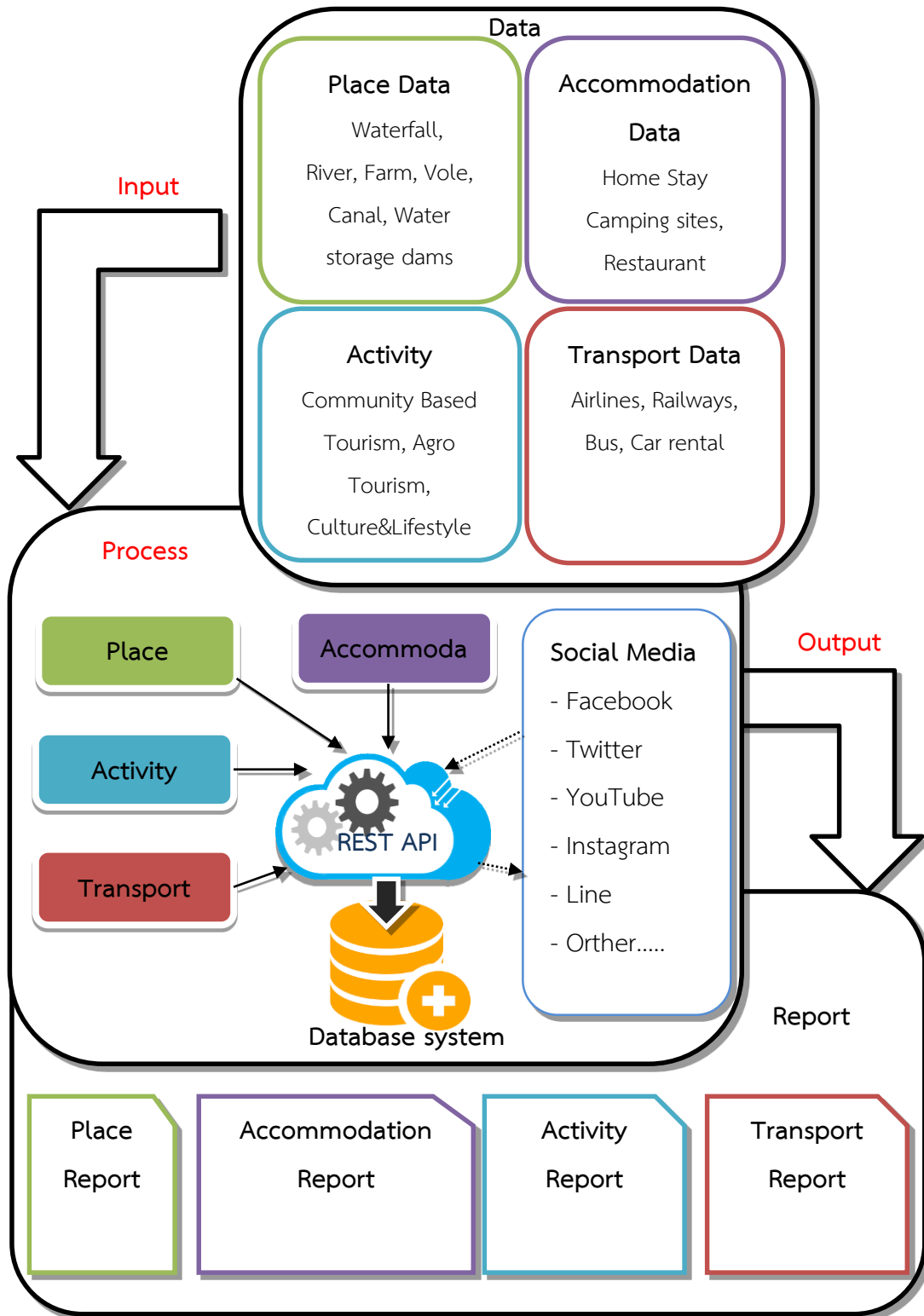
4.4.2 ผลการออกแบบสถาปัตยกรรมของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศนี้พัฒนาในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันโดยใช้ภาษา PHP 7.0 ร่วมกับ HTML5 เพื่อพัฒนาโปรแกรม และเรียกใช้เซิร์ฟเวอร์เพื่อเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศจากแอปพลิเคชันที่ต่างกัน ติดต่อสื่อสารถึงกันด้วยข้อมูลที่รับส่งอยู่ในรูปของ JSON ผ่านเว็บเซิร์ฟเวอร์แบบ REST (REpresentational State Transfer) เพื่อช่วยในการจัดการ และพัฒนา API (Application Program Interface) เป็นตัวกลางเชื่อมต่อโปรแกรมประยุกต์เข้าด้วยกัน ให้บริการในรูปแบบการทำงานของเว็บเซิร์ฟเวอร์ REST API เพื่อรองรับคำสั่งการเรียกใช้งานจากแอปพลิเคชันอื่นที่ต่างกันบนอินเทอร์เน็ตในฐานะข้อมูล Social Media ช่วยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Facebook, Twitter, YouTube, Instagram Google Plus ในลักษณะให้บริการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบ JSON มีการรับส่งข้อมูลในลักษณะ Client-Server ผ่านการใช้งาน Web Application และสามารถเข้าถึงการใช้งานบนโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน (Smart Phone) ผ่าน Mobile Application ทั้งระบบ Android App และ IOS App บนมาตรฐานโปรโตคอล HTTP Method ซึ่งประกอบด้วย 4 รูปแบบ ประกอบไปด้วย รูปแบบที่ 1 การเรียกแสดงข้อมูล (HTTP Method GET), รูปแบบที่ 2 การปรับปรุงข้อมูล (HTTP Method PUT), รูปแบบที่ 3 การเพิ่มข้อมูลใหม่ (HTTP Method POST) และ รูปแบบที่ 4 การลบข้อมูล (HTTP Method DELETE) โดย REST API มีข้อดีสามารถเรียกใช้ทรัพยากรในแต่ละ Stage ปริมาณข้อมูลที่รับส่งข้อมูลน้อยทำให้ใช้ช่องสัญญาณ Bandwidth น้อยลงตามไปด้วย อีกทั้งการทำงานยังรองรับการพัฒนาโปรแกรมรูปแบบ Web Responsive รองรับการทำงานทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือ อำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกสถานที่และทุกเวลา โดยระบบจะถูกจัดเก็บไว้ที่ Cloud Service ซึ่งสามารถบริหารจัดการ ปรับเปลี่ยน สภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสมกับการใช้งานได้อย่างง่าย และไม่กระทบกับการทำงาน ของระบบ การปรับเพิ่มหรือปรับลด หรือ สำรองข้อมูลสามารถจัดการได้สะดวก เสมือนเป็น Server ส่วนตัว สถาปัตยกรรมของ REST API บนระบบคลาวด์แสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4.5 สถาปัตยกรรมของ REST API บนระบบคลาวด์
(REST API Architecture on Cloud)

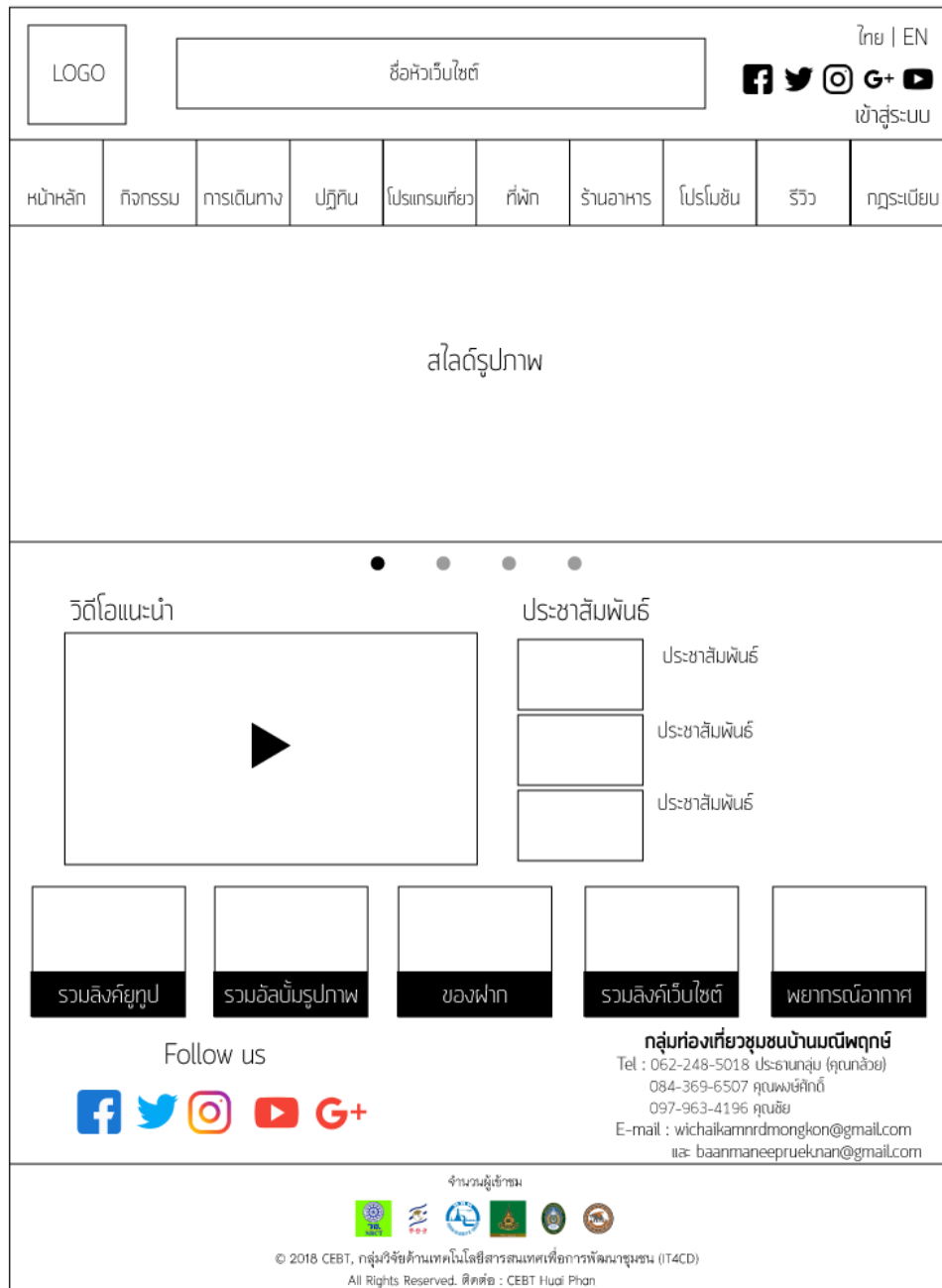
ภาพที่ 5 แสดงขั้นตอนการทำงานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ แสดง โดยเริ่มตั้งแต่การนำข้อมูลเข้า (Input) โดยข้อมูลประกอบไปด้วยข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลที่พักของนักท่องเที่ยว ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว และข้อมูลเส้นทางการขนส่งต่างๆ โดยผู้ใช้งานระบบจะนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่ระบบเพื่อทำการประมวลผลข้อมูล (Process) และข้อมูลในระบบจะมีการเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter YouTube Instagram Google Plus ผ่านอินเทอร์เฟซ REST API ซึ่งระบบจะสามารถช่วยให้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media ทำง่ายขึ้น และเมื่อข้อมูลทำการประมวลผลเสร็จสิ้นแล้วก็จะส่งออกข้อมูล (Output) ในรูปของรายงานผลต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว ตัวอย่างการรายงานผลข้อมูล เช่น รายงานผลข้อมูลสถานที่แหล่งท่องเที่ยว แนะนำที่พัก ร้านอาหาร แนะนำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานที่แหล่งท่องเที่ยว และแนะนำเส้นทางการเดินทางให้นักท่องเที่ยวจากจุดเริ่มต้นเดินทางมายังจุดหมายปลายทางแหล่งท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.6 สถาปัตยกรรมระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยว

4.4.3 ผลการออกแบบ User Interface

ในส่วนของการออกแบบ User Interface มีอยู่ 2 ส่วน คือ Web Front-End ส่วนที่ใช้แสดงผลให้ผู้ใช้งานระบบ ดังแสดงในภาพที่ 4.7 และส่วนของ Web Back-End สำหรับ Staff หรือ Admin ใช้งาน ดังแสดงในภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.7 ส่วนของ Web Front-End

จันทร CBET
รายละเอียดชื่อ และ URL รายละเอียดโซเชียลมีเดีย รายละเอียดการติดต่อ

ภาพที่ 4.8 ส่วนของ Web Back-End

4.4.4 ผลการพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

หลังจากทำการวิเคราะห์และออกแบบระบบแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ออกแบบระบบมาทำการพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในรูปของ Web Application แบบ Responsive โดยพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนของบ้านมณีพฤกษ์ และบ้านห้วยพ่าน ดังแสดงตัวอย่างระบบของชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ ในภาพที่ 33-54 ทั้งนี้ต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนแบ่งผู้ใช้งานระบบออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1) กลุ่มผู้ใช้งานที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ และ 2) กลุ่มผู้ใช้งานที่เป็นผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่และผู้ดูแลระบบ

1) สำหรับผู้ใช้งานทั่วไป จะเปิดมาเจอหน้าแรกของระบบดังแสดงในภาพที่ 8 ซึ่งจะมีเมนูของเว็บไซต์ประกอบด้วย ทั้งหมด 10 เมนู ได้แก่ 1) หน้าหลัก 2) กิจกรรม 3) การเดินทาง 4) ปฏิทิน 5) โปรแกรมเที่ยว 6) ที่พัก 7) ร้านอาหาร 8) โปรโมชั่น 9) รีวิว และ 10) กฎระเบียบ ดังแสดงในภาพที่ 8



ภาพที่ 4.9 แสดงองค์ประกอบหน้าจอหน้าหลัก

จากภาพที่ 4.9 มีส่วนประกอบของหน้าจอหน้าหลัก คือ 1) แถบเมนู 2) สไลด์รูปภาพประชาสัมพันธ์ 3) วิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับชุมชน 4) ลิงค์รวบรวมต่าง ๆ อย่างเช่น ยูทูป รูปภาพ ของฝาก/ของที่ระลึก เว็บไซต์ และแสดงพยากรณ์อากาศ 5) แถบโซเชียลและข้อมูลการติดต่อ และ 6) ส่วนท้ายเว็บไซต์ (Footer)

2) สำหรับผู้ดูแลระบบ จะมีชื่อผู้ใช้งาน (Username) และรหัสผ่าน (Password) เพื่อเข้าไปแก้ไขและอัปเดตข้อมูลในเว็บไซต์ได้ ให้ผู้ดูแลระบบกรอกชื่อผู้ใช้งานและรหัสผ่านเพื่อเข้าสู่ระบบหลังบ้านเมื่อเข้ามาแล้วจะพบกับหน้าหลักดังภาพที่ 4.10 ซึ่งมีส่วนประกอบ ได้แก่ 1) แท็บเมนู 2) ส่วนจัดการชื่อ 3) ส่วนจัดการโซเชียล และ 4) ส่วนติดต่อ ทั้งนี้เมนูของเว็บไซต์จะประกอบด้วย ทั้งหมด 12 เมนู ได้แก่ 1) จัดการ CBET 2) กฎระเบียบ 3) ประวัติ 4) สถานที่ท่องเที่ยว 5) ร้านอาหาร 6) ของฝาก/ของที่ระลึก 7) โปรแกรมเที่ยว 8) อัลบั้มภาพ 9) ประชาสัมพันธ์ 10) รวมลิงก์ยูทูป 11) รวมลิงค์เว็บไซต์ 12) สไลด์ และ 13) ออกจากระบบ

The screenshot shows the 'CBET BACK-END' management interface. At the top, there is a navigation bar with 12 menu items: จัดการ CBET, กฎระเบียบ, ประวัติ, สถานที่ท่องเที่ยว, ร้านอาหาร, โปรแกรมเที่ยว, อัลบั้มภาพ, ประชาสัมพันธ์, รวมลิงก์ยูทูป, รวมลิงค์เว็บไซต์, สไลด์, and ออกจากระบบ. The main content area is divided into four sections, each highlighted with a red box and a green number: 1) User Management (CBET_CODE, NAME, CBET URL), 2) Social Media (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Google Plus), 3) Contact Information (Phone, Email), and 4) Logout/Save buttons.

ภาพที่ 4.10 หน้าจอหน้าหลักของระบบหลังบ้าน

4.5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

4.5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆจากผู้ประกอบการ จำนวน 54 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี อายุระหว่าง 30-39 ปี และอายุระหว่าง 50-59 ปี มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 เท่ากัน มีส่วนใหญ่มัธยมศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ในส่วนของประสิทธิภาพของต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือ ด้าน Functional Requirement Test เป็นการประเมินความถูกต้องในการทำงานของระบบว่าตรงตามความต้องการของผู้ใช้ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.9 ด้าน Functional Test เป็นการประเมินความถูกต้องในการทำงานของระบบว่าสามารถทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.7 ด้าน Usability Test เป็นการประเมินลักษณะการออกแบบระบบว่ามี

ความง่ายต่อการใช้งาน มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.1 และด้าน Security Test มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.3 สำหรับความพึงพอใจเกี่ยวกับต้นแบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 82.7 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจในผลลัพธ์ที่ได้จากระบบมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 87.7 ความพึงพอใจในด้านคุณภาพของระบบ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 80.2 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของข้อมูลมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 78.4 และความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 84.6

4.5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆจากนักท่องเที่ยวน จำนวน 164 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 และเป็นเพศชาย จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 ในส่วนของประสิทธิภาพของต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือ ด้าน Functional Requirement Test เป็นการประเมินความถูกต้องในการทำงานของระบบว่าตรงตามความต้องการของผู้ใช้ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.2 และด้าน Usability Test เป็นการประเมินลักษณะการออกแบบระบบว่ามีความง่ายต่อการใช้งาน มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.7 สำหรับความพึงพอใจเกี่ยวกับต้นแบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 89.0 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีรายละเอียด ดังนี้ ความพึงพอใจในผลลัพธ์ที่ได้จากระบบมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 91.5 ความพึงพอใจในด้านคุณภาพของระบบมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 87.8 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 85.5 และความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 90.7

4.6 กิจกรรมการเพิ่มความรู้สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อเพิ่มความรู้ ความชำนาญ และความมั่นใจในการเพิ่มศักยภาพให้ชุมชน

จากผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อยของผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประกอบกับการวิเคราะห์ปัญหาของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศทั้ง 2 แห่ง ผู้วิจัยจะนำมาสังเคราะห์และวางแผนดำเนินการถ่ายทอดความรู้ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศทั้ง 2 แห่ง ดังนี้

4.6.1 การกำหนดหัวข้อถ่ายทอดความรู้และวิทยากร

ผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อถ่ายทอดความรู้จากการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของชุมชน และกำหนดวิทยากรผู้รับผิดชอบแต่ละหัวข้อ สรุปได้ดังนี้

(1) การจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ดร. นนทลฉัตร วีรานูวัตต์)

- องค์ประกอบหลักของการจัดการองค์การท่องเที่ยวโดยชุมชน
- ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน
- กระบวนการมีส่วนร่วมและการสร้างคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

(2) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (รศ.ดร. รชพร จันทรสว่าง)

- การจัดการด้านกายภาพ
- การจัดการขยะ ความสะอาด สุขอนามัย
- การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว
- การพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยว
- การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
- การผลิตและเพิ่มมูลค่าของที่ระลึก

(3) การจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (รศ.ดร. ราณี อลิชัยกุล)

- การต้อนรับนักท่องเที่ยว
- การคิดค่าบริการ การกำหนดเงื่อนไขการบริการ
- การจัดการที่พัก โฮมสเตย์
- การจัดการอาหารและเครื่องดื่ม
- การจัดการน้ำเที่ยวและยุวมัคคุเทศก์

4.6.2 การจัดทำคู่มือถ่ายทอดความรู้

ผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือถ่ายทอดความรู้โครงการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน รายละเอียดแสดงในภาคผนวกย่อย 1

4.6.3 การกำหนดการถ่ายทอดความรู้

ผู้วิจัยได้กำหนดการถ่ายทอดความรู้แก่ชุมชนและหน่วยงานภาคท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องของหมู่บ้านมณีพฤกษ์และหมู่บ้านห้วยพ่าน โดยจัดร่วมกับโครงการย่อย 2 หมู่บ้านละ 2 วัน ดังนี้

**กำหนดการถ่ายทอดความรู้ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ หมู่บ้านมณีพฤษ
โครงการการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน
ณ เทศบาลตำบลอบ อำเภอร่องคำ จังหวัดน่าน**

.....

วันจันทร์ที่ 1 ตุลาคม 2561

- เวลา 08.30-09.00 น. ลงทะเบียนรับเอกสาร เปิดการอบรม
- เวลา 09.00-10.30 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตตติวัฒน์
- เวลา 10.30-10.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง
- เวลา 10.45-12.00 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการใช้งานเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตตติวัฒน์
- เวลา 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- เวลา 13.00-14.30 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เชิงนิเวศ โดย รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อธิชัยกุล
- เวลา 14.30-14.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง
- เวลา 14.45-16.00 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการคิดค่าบริการและการกำหนดเงื่อนไขการบริการ โดย รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อธิชัยกุล

วันอังคารที่ 2 ตุลาคม 2561

- เวลา 09.00-10.30 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ โดย รองศาสตราจารย์ ดร. รชพร จันทรวงศ์
- เวลา 10.30-10.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง
- เวลา 10.45-12.00 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดย รองศาสตราจารย์ ดร. รชพร จันทรวงศ์
- เวลา 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- เวลา 13.00-14.30 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดย ดร. นนทลฉัตร วีรานุกต์ดี
- เวลา 14.30-14.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง
- เวลา 14.45-16.00 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ต่อ) โดย ดร. นนทลฉัตร วีรานุกต์ดี

กำหนดการถ่ายทอดความรู้ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ หมู่บ้านห้วยพ่าน
โครงการการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน
ณ เทศบาลตำบลอบ อำเภอร่องคำ จังหวัดน่าน

.....

วันพุธที่ 3 ตุลาคม 2561

- เวลา 08.30-09.00 น. ลงทะเบียนรับเอกสาร เปิดการอบรม
- เวลา 09.00-10.30 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตติวัฒน์
- เวลา 10.30-10.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง
- เวลา 10.45-12.00 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการใช้งานเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตติวัฒน์
- เวลา 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- เวลา 13.00-14.30 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ โดย รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อธิชัยกุล
- เวลา 14.30-14.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง
- เวลา 14.45-16.00 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการคิดค่าบริการและการกำหนดเงื่อนไขการบริการ โดย รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อธิชัยกุล

วันพฤหัสบดีที่ 4 ตุลาคม 2561

- เวลา 09.00-10.30 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ โดย รองศาสตราจารย์ ดร. รชพร จันทร์สว่าง
- เวลา 10.30-10.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง
- เวลา 10.45-12.00 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดย รองศาสตราจารย์ ดร. รชพร จันทร์สว่าง
- เวลา 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- เวลา 13.00-14.30 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการจัดการองค์การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดย ดร. นนทลฉัตร วีรานุกต์ดี
- เวลา 14.30-14.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง
- เวลา 14.45-16.00 น. บรรยายและอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการจัดการองค์การท่องเที่ยวโดยชุมชน (ต่อ) โดย ดร. นนทลฉัตร วีรานุกต์ดี

4.6.4 การประเมินผลการอบรมถ่ายทอดความรู้ เรื่องการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

จากการอบรมถ่ายทอดความรู้ เรื่องการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ในสองพื้นที่ จังหวัดน่าน มีการประเมินผล ดังนี้

(1) ผลการประเมินการอบรมถ่ายทอดความรู้ เรื่องการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน วันที่ 1-2 ตุลาคม 2561 หมู่บ้านมณีพฤกษ์ จังหวัดน่าน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 48.15) มีอายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 48.15) เป็นกรรมการกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนหมู่บ้านมณีพฤกษ์ (ร้อยละ 77.74) มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (ร้อยละ 51.85) และมีวัตถุประสงค์ในการอบรมเพื่อ เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (ร้อยละ 39.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการอบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) โดยอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ประโยชน์ที่คิดว่าจะนำความรู้ที่รับไปประยุกต์ใช้งาน ($\bar{x} = 4.59$) รองลงมา คือ ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาหลังการอบรมอยู่ในระดับมากที่สุดถึงมาก ด้านการจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ($\bar{x} = 4.52$) ด้านการจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน และด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 4.41$) ขณะที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน ($\bar{x} = 4.41$) สำหรับความคิดเห็นต่อความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหา ก่อนการอบรมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และด้านการจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 2.59$) และการจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{x} = 2.56$) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับวิทยากรและคู่มืออบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.24$) โดยอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การถ่ายทอดและความรู้ของวิทยากร ($\bar{x} = 4.59$) รองลงมา คือ การตอบคำถามของวิทยากร ($\bar{x} = 4.44$) ระยะเวลาในการอบรม และคู่มืออบรมและอุปกรณ์ที่ใช้ในการอบรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 3.96$) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ที่ได้รับและความพึงพอใจต่อโครงการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.61$) โดยอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การได้รับความรู้จากโครงการนี้ และการแนะนำผู้อื่น หากมีการจัดโครงการอบรมนี้อีก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 4.59$) รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อโครงการนี้ ($\bar{x} = 4.78$) และความสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและชุมชน ($\bar{x} = 4.48$) ตามลำดับ

(2) ผลการประเมินการอบรมถ่ายทอดความรู้ เรื่องการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน วันที่ 4-5 ตุลาคม 2561 หมู่บ้านห้วยพ่าน จังหวัดน่าน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 53.34) มีอายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 33.33) เป็นกรรมการหมู่บ้านห้วยพ่าน (ร้อยละ 90.01) มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (ร้อยละ 50.00) และมีวัตถุประสงค์ในการอบรมเพื่อ เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (ร้อยละ 37.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการอบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$) โดยอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ประโยชน์ที่คิดว่าจะนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้งาน ($\bar{x} = 4.50$) รองลงมา คือ ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาหลังการอบรมอยู่ในระดับมาก ด้านการจัดการองค์การการท่องเที่ยวชุมชน ($\bar{x} = 4.37$) ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และความเหมาะสมของเนื้อหาในการอบรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 4.30$) และด้านการจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ($\bar{x} = 4.27$) สำหรับความคิดเห็นต่อความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหา ก่อนการอบรมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{x} = 2.67$) ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และด้านการจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 2.60$) และ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับวิทยากรและคู่มืออบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) โดยอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การถ่ายทอดและความรู้ของวิทยากร ($\bar{x} = 4.57$) รองลงมา คือ ระยะเวลาในการอบรม ($\bar{x} = 4.07$) การตอบคำถามของวิทยากร ($\bar{x} = 3.87$) และคู่มืออบรมและอุปกรณ์ที่ใช้ในการอบรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 3.80$) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ที่ได้รับและความพึงพอใจต่อโครงการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.43$) โดยอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การได้รับความรู้จากโครงการนี้ และการแนะนำผู้อื่น หากมีการจัดโครงการอบรมนี้อีก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 4.50$) รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อโครงการนี้ ($\bar{x} = 4.43$) การได้รับความรู้จากโครงการนี้ ($\bar{x} = 4.43$) และความสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและชุมชน ($\bar{x} = 4.37$) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทนี้เป็นการนำเสนอสรุปผลที่ได้จากการวิจัยทั้งหมด ตามคำถามของการวิจัยในแต่ละข้อ ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และการนำวรรณกรรมที่ได้พบทวนมาอภิปรายผลประกอบการตอบผลการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของแผนการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

- (1) เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน
- (2) เพื่อศึกษาและพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

- (3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

5.1.2 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้เป็นแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพโดยวิธีการสัมภาษณ์และเชิงปริมาณ โดยแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

- (1) รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลต่าง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่ปรับปรุงจากแบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกรมการท่องเที่ยว แล้วนำแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข เมื่อปรับปรุงแก้ไขแล้วจึงนำมาใช้เก็บข้อมูล

- (2) ติดต่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน

- (3) สสำรวจและเลือกพื้นที่ศึกษาจุดหมายปลายทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่มีศักยภาพ และได้เลือกพื้นที่ศึกษา 2 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านมณีพฤษ์ และบ้านห้วยพ่าน จังหวัดน่าน

- (4) สร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และแบบสอบถามเพื่อถามความต้องการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

(5) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารหรือผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานชุมชน/ท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ สถาบันการศึกษา ผู้ใช้ประโยชน์ในชุมชนท้องถิ่นเพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

(6) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อประเมินระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน และสอบถามความต้องการด้านสื่อออนไลน์ โดยเก็บข้อมูลผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงานท้องถิ่น/ชุมชน สถาบันการศึกษา เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการนำเที่ยว และผู้ใช้ประโยชน์ในชุมชนท้องถิ่น

(7) เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศที่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อศึกษาความต้องการระบบสนับสนุนตลาดออนไลน์

(8) ออกแบบและทดลองใช้ต้นแบบระบบการตลาดออนไลน์ในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

(9) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนและส่งเสริมการตลาดออนไลน์ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

(10) จัดกิจกรรมการเพิ่มความรู้สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อเพิ่มความรู้ ความชำนาญ และความมั่นใจในการเพิ่มศักยภาพให้ชุมชน

5.1.3 ผลการวิจัย

(1) ผลการศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนภาคเหนือตอนบน

ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 คือ ผลการศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนในภาคเหนือตอนบน เก็บข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่ได้รับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนเป็นพื้นที่ต้นน้ำของประเทศ และมีบทบาททางเศรษฐกิจหลายด้าน เช่น เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญในระดับนานาชาติ เป็นแหล่งผลิตผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะพืชผักผลไม้เมืองหนาว เป็นแหล่งผลิตพลังงานไฟฟ้าของประเทศ และเป็นแหล่งอุตสาหกรรมโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และเซรามิก เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีความโดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรมล้านนาและชนเผ่า รวมทั้งเป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายสินค้าหัตถอุตสาหกรรมที่มีเอกลักษณ์แห่งหนึ่งของโลก โดยแต่ละจังหวัดมีบทบาทสำคัญด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป จะเห็นได้ว่าภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับชาติและนานาชาติและเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงไปยังกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง โดยปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดการท่องเที่ยว ได้แก่ จุดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และความเป็นมิตรไมตรีของคนในพื้นที่ (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1, 2561) สำหรับภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

ซึ่งประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน พะเยา ลำพูน ลำปาง แพร่ และน่านนั้น จัดเป็นพื้นที่ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับราณี อธิชัยกุล (2557) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพของพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ระบบนิเวศจึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจทางการท่องเที่ยวหรือเป็นส่วนประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และเป็นระบบที่ได้รับผลกระทบทางอ้อมจากการท่องเที่ยว ระบบนิเวศของพื้นที่จึงมีความสำคัญมากต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นระบบที่ต้องรักษาไว้ในยั่งยืน นอกจากนี้ ภาคเหนือของประเทศไทยถือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิต ซึ่งทำให้เกิดรูปแบบการต่าง ๆ ขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น (กิตติกรณ สมยศ ราชาวดี สุขภิรมย์ และสไบทิพย์ อินโสย, 2558)

การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ โดยเฉพาะภาคเหนือตอนบน 1 ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และแม่ฮ่องสอน นับเป็นพื้นที่ที่มีฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนวิถีชีวิต โดยสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ในปี พ.ศ. 2557 พบว่ามีนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศรวมทั้งสิ้น 6,262,138 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยวกว่า 22,758.01 ล้านบาท ซึ่งถือได้ว่ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 มีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และจากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว “วิถีถิ่น วิถีไทย” ของรัฐบาล ซึ่งเป็นการนำอัตลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนล้านนา มาเป็นจุดดึงดูดเพื่อสร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวโน้ม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันและอนาคต (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1, 2559)

อย่างไรก็ดีแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ครอบครองโดยหน่วยงาน และชุมชนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อศักยภาพการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อาทิ การศึกษาของราณี อธิชัยกุลและคณะ (2559) พบว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยานแห่งชาติบางแห่งมีมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมาตรฐานดีมากหรือ 4 ดาว ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนบริเวณนอกพื้นที่อุทยานแห่งชาติมีศักยภาพ แต่ยังไม่เข้ามาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากการจัดการการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ยังไม่สมบูรณ์ และขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้อง ทั้งที่หลายชุมชนที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวมีความต้องการและความสนใจพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมากขึ้น

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือของประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกัน เช่น การจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ กฎหมายป่าไม้ที่ไม่เอื้อและไม่ทันสมัยต่อสถานการณ์ ซึ่งเป็นผลที่นำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างเจ้าหน้าที่กับชุมชน โดยเฉพาะชุมชนที่อยู่ในพื้นที่เขตอนุรักษ์ ความเหลื่อมล้ำทางสังคม การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว รวมถึง การขาดความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริงในเรื่องการท่องเที่ยว

เชิงนิเวศของผู้ประกอบการ การเตรียมความพร้อมในเรื่องการบริหารจัดการแหล่งและการควบคุมดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดี ยังคงถูกปล่อยให้มีปัญหา โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่คณะวิจัยสำรวจ พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ยังไม่มีการคมนาคมเพื่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นยังไม่สะดวกเท่าที่ควร รวมถึงการขาดการบูรณาการในการทำงาน การประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน

ดังนั้น ปัญหาซึ่งพบในแหล่งท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบนเป็นเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนซึ่งมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สร้างมูลค่าเพิ่ม อันจะส่งผลต่อการสร้างรายได้ พื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยการดำเนินการดังกล่าว ต้องอาศัยการจัดการข้อมูลเชิงลึก และกระบวนการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างต้นแบบ และพื้นที่อันเป็นรูปธรรมซึ่งจะนำไปสู่ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพและยั่งยืน ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีความสอดคล้องกับนโยบายของกลุ่มจังหวัดในภาคเหนือตอนบน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวก่อเกิดการสร้างรายได้ และกระจายสู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1, 2559)

(2) ผลการประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ภาพรวมผลการประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่า ในภาพรวม บ้านมณีพุกข์ จังหวัดน่านอยู่ในระดับต่ำ บ้านห้วยพ่าน จังหวัดน่านอยู่ในระดับปานกลาง บ้านหัวทุ่งจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับสูง และบ้านแม่แม่จังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับสูง ตามตารางที่ 5.1 ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงตัดสินใจที่จะพัฒนาบ้านมณีพุกข์ และบ้านห้วยพ่าน ที่ประเมินได้ในระดับต่ำและปานกลาง เพราะหากพิจารณารายด้านพบว่า บ้านมณีพุกข์ และบ้านห้วยพ่าน มีระดับศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับสูง แต่องค์ประกอบด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการจัดการอย่างยั่งยืน ด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง เพื่อให้ชุมชนได้สามารถเพิ่มศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนให้เกิดความยั่งยืนได้จากความเข้มแข็งภายในมากกว่าการพึ่งพาหน่วยงานภายนอกเท่านั้น

ตารางที่ 5.1 สรุปการประเมินเพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

หมู่บ้าน	ระดับค่าเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
มณีพุกข์	2.06	ต่ำ
ห้วยพ่าน	2.65	ปานกลาง
หัวทุ่ง	3.53	สูง
แม่แม่	3.82	สูง

(3) ผลประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2 คือ ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการประชุมกลุ่มย่อยของผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนเพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนหมู่บ้านมณีพฤกษ์และหมู่บ้านห้วยพ่าน สรุปได้ดังนี้

(3.1) หมู่บ้านมณีพฤกษ์ อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน

หมู่บ้านมณีพฤกษ์เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบัน หมู่บ้านมณีพฤกษ์ได้รับคะแนนรวมเท่ากับ 67.5 คะแนน เมื่อนำไปเทียบระดับศักยภาพที่กำหนดไว้ พบว่าอยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว เพราะค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 61-70 คะแนน

(3.2) หมู่บ้านห้วยพ่าน อำเภอเชียงกลาง จังหวัดน่าน

หมู่บ้านห้วยพ่านเป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบัน หมู่บ้านห้วยพ่านได้รับคะแนนรวมเท่ากับ 70 คะแนน เมื่อนำไปเทียบระดับศักยภาพที่กำหนดไว้ พบว่าอยู่ในระดับดี หรือ 3 ดาว เพราะค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 61-70 คะแนน

ข้อค้นพบเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

นอกจากข้อสรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน ผู้วิจัยมีข้อค้นพบสำคัญอีกประการในการเก็บข้อมูลในชุมชน คือ กระบวนการในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเบื้องต้นที่เกิดขึ้นได้มักมีที่มาจากการขับเคลื่อนผ่านระบบผู้นำชุมชนทั้งสิ้น ดังนั้นบทบาทและภาวะผู้นำของชุมชนมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของท้องถิ่นอย่างปฏิเสธไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นด้านการกำหนดนโยบายที่ได้รับจากส่วนกลาง การรวมกลุ่มชาวบ้านเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง กระบวนการต่าง ๆ ล้วนจำเป็นต้องผ่านและส่งต่อจากผู้นำสู่ชาวบ้าน เช่น การจัดตั้งกลุ่มหรือองค์กรชุมชน การจัดการรายได้และผลประโยชน์ของชุมชน การจัดสรรงบประมาณที่ได้รับมาจากส่วนกลาง การประสานงานระหว่างชุมชนกับภาครัฐและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในเรื่องสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ของชุมชน รวมถึงการติดตามและการเฝ้าระวังผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวอีกด้วย บ้านมณีพฤกษ์เองก็เป็นหนึ่งกลุ่มที่มีการรวมกลุ่มเพื่อจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีผู้นำคือประธานกลุ่มฯ (คุณวิชัย) เป็นบุคคลรุ่นใหม่ที่มีความตั้งใจที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายในพื้นที่ ส่วนอีกบุคคลหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญได้แก่ผู้ใหญ่บ้านปรีชา ซึ่งเปรียบเสมือนปราชญ์ชาวบ้าน มีความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญภายในพื้นที่อย่างยิ่ง มาร่วมกันจัดตั้งกลุ่มชาวบ้านเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤกษ์ เพียงแต่การท่องเที่ยวที่ผ่านมาอาจยังไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามที่หวังแต่ก็ถือว่าทำได้ดีในระดับหนึ่ง อาจต้องการความรู้ความเข้าใจกับระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในทุกมิติให้มากขึ้น และด้วยศักยภาพและทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นที่มีประกอบกับองค์ความรู้ที่จะได้รับเชื่อว่าบ้านมณีพฤกษ์จะสามารถทำและจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพตามบริบทของตน สำหรับบ้านห้วยพ่านมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็งคือผู้ใหญ่บ้านสมบูรณ์ เป็นผู้ชักชวนชาวบ้านให้วางแผนและจัดการท่องเที่ยวโดยได้กำหนดกฎเกณฑ์ในการพัฒนาร่วมกัน

แต่อย่างไรก็ตามแนวคิดในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การร่วมวางแผน วิเคราะห์ ตัดสินใจ ปฏิบัติ ยอมรับ แบ่งปัน ติดตาม แก้ไข และปรับปรุงในการจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น การมีผู้นำที่เข้มแข็งก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถขับเคลื่อนไปได้ด้วยดี แต่จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีระบบการจัดการและรวบรวมความรู้เรื่องราว ตำนาน และประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ในพื้นที่ ผ่านกระบวนการถ่ายทอดและการสร้างผู้นำรุ่นต่อรุ่น และสิ่งที่สำคัญที่ผู้นำและชุมชนจะต้องทำความเข้าใจร่วมกันคือการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นต้องไม่มาทำลายวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ในบริบทของตน การท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริมจากสิ่งที่เคยได้รับที่สามารถนำมาพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว เสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นให้กับชุมชนไปพร้อมกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนด้วย

(4) ปัญหาเร่งด่วนที่ต้องการแก้ไขปรับปรุง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย ทำให้ผู้วิจัยวิเคราะห์ปัญหาเร่งด่วนของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศทั้ง 2 แห่ง สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

(4.1) หมู่บ้านมณีพฤกษ์

ปัญหาเร่งด่วนของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หมู่บ้านควรพิจารณาเร่งดำเนินการแก้ไข ได้แก่

(1) การให้ความรู้ที่ถูกต้องและการทำความเข้าใจกับชาวบ้านถึงข้อดีและข้อเสียของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น รวมถึงการปลูกฝังจิตสำนึกในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ และกระบวนการสร้างแรงจูงใจให้ชาวบ้านเกิดการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

(2) การเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน และฤดูฝน ถนนบางช่วงเป็นดินลูกรัง อาจเข้าถึงลำบากโดยเฉพาะการเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่ เช่น ดอยผาผึ้ง เป็นต้น

(3) การปรับปรุงศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้มีข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและการสื่อความหมายจากการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายการต้อนรับ แผ่นพับ โปสเตอร์ บอร์ดแสดงการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ฯลฯ

(4) การกำหนดกฎ ระเบียบ ข้อตกลงร่วมกันระหว่างชาวบ้าน กับนักท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยวในพื้นที่

(5) การจัดการโครงสร้างพื้นฐานทางสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา ห้องน้ำ การจัดการขยะและของเสีย โทรศัพท์พื้นฐาน สัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ สัญญาณ Internet ฯลฯ

(6) การจัดการด้านการบริการที่พักในแบบ Home stay ร้านอาหาร สินค้าพื้นเมือง และของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว ให้มีมาตรฐาน

(7) การจัดการด้านการบริการสื่อสังคมออนไลน์ ในการเพิ่มความหลากหลายในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงบุคลากรที่รับผิดชอบในส่วนนี้ที่ต้องการความรู้ความสามารถเฉพาะทาง

(8) การดูแลด้านความปลอดภัยให้ได้มาตรฐาน รวมถึงการรักษาพยาบาลเบื้องต้นแก่นักท่องเที่ยว

- (9) การจัดการด้านรายได้และผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ให้อยู่ดีธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้
- (10) การให้ความรู้ด้านการดูแลต้อนรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการอบรม แนะนำ ให้ความรู้ด้านการประกอบอาชีพเสริมจากการใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบของท้องถิ่น
- (11) การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว (High season)
- (12) การพัฒนาบุคลากรด้านการเรียนรู้และสื่อสารกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน
- (13) การจัดการความรู้ เรื่องราว ตำนาน ประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ของหมู่บ้าน รวมถึงกระบวนการในการถ่ายทอดและการสร้างผู้นำอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

(4.2) หมู่บ้านห้วยพ่าน

ปัญหาเร่งด่วนของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หมู่บ้านควรพิจารณาเร่งดำเนินการแก้ไข ได้แก่

- (1) การเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวในฤดูฝน ถนนบางช่วงเป็นดินลูกรัง อาจเข้าถึงลำบากโดยเฉพาะการเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่ และที่ตั้งของหมู่บ้านอยู่ตำบลเปือ อำเภอยางชุมน้อย แต่ทางเข้าอยู่ตำบลงอบ อำเภอยางชุมน้อย ทำให้ได้รับงบประมาณการสร้าง/ปรับปรุงถนนทางเข้าน้อย
- (2) ทางเข้าหมู่บ้านต้องผ่านสะพานแขวน ซึ่งปัจจุบันมีสภาพทรุดโทรม จึงควรวางแผนสำหรับแก้ไข ปัญหา สะพาน โดยพิจารณาจัดที่จอดรถด้านนอกและไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวขับรถข้ามสะพานแขวน
- (3) การไม่มีรถสาธารณะเข้าถึงหมู่บ้านห้วยพ่าน ทำให้นักท่องเที่ยวต้องเช่าเหมารถเข้ามาเอง
- (4) การจัดการโครงสร้างพื้นฐานทางสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา ห้องน้ำ การจัดการขยะและของเสีย โทรศัพท์พื้นฐาน สัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ สัญญาณ Internet ฯลฯ
- (5) การจัดการด้านการบริการที่พักในแบบ Home stay ร้านอาหาร สินค้าพื้นเมือง และของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว ให้มีมาตรฐาน
- (6) การคำนวณค่าใช้จ่ายเพื่อตั้งราคาสินค้าและบริการท่องเที่ยวบ้านห้วยพ่าน
- (7) การต้อนรับ การบริการ และการเจรจาต่อรองกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทำตามระเบียบของหมู่บ้าน
- (8) การหางบประมาณสนับสนุน เนื่องจากหมู่บ้านห้วยพ่านตั้งอยู่ในเขตป่าสงวน การพัฒนาพื้นที่จึงต้องขออนุญาตจากกรมป่าไม้ก่อนจึงทำได้ ซึ่งในทางปฏิบัติทำให้เกิดการล่าช้าในการทำงาน หรือไม่สามารมาใช้งบประมาณได้ จึงทำให้ไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจัง
- (9) ความไม่สม่ำเสมอของนักท่องเที่ยว ทำให้ยากต่อการจัดการบุคลากรเพื่อต้อนรับหรือให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้สภาพหมู่บ้านห้วยพ่านไม่เหมาะแก่การท่องเที่ยวตลอดปี ดังนั้น ควรมีการกำหนดปฏิทินกิจกรรมที่ชัดเจนและนำเสนอ/ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว เพื่อป้องกันความผิดหวัง

(5) สรุปผลการศึกษารูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

(5.1) สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย นักวิชาการ องค์กรพี่เลี้ยง (ททท. ททช. สกว. อพท. NGOs) และนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย จำนวน 27 คน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศและ การใช้เทคโนโลยี สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเพศชาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 51.85 และเป็นเพศหญิง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 48.15 คน ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานะเป็น ผู้ประกอบการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 ส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทาง แหล่งข้อมูล ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมาจากข้อมูลอินเทอร์เน็ตมากที่สุด และมัก เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนมากที่สุด นักท่องเที่ยวที่เที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่มีรายได้ ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล พักค้างคืนและพักที่โฮมสเตย์มากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ระหว่าง 1 – 3 วัน มีค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 1,000 บาท และมักจะใช้จ่ายเป็นค่าอาหารมากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้สมาร์ตโฟน และจะใช้ระบบ แอนดรอยด์มากกว่าไอโอเอส โดยใช้สมาร์ตโฟนเปิดสื่อสังคมออนไลน์ Facebook มากที่สุด

2. ความต้องการด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุน สรุปได้ว่า ข้อมูล/เนื้อหาที่จำเป็นต้องมีเพื่อช่วยสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่เป็น ประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว รองลงมา คือ ข้อมูลเส้นทางการเดินทาง ข้อมูล สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลโรงแรมที่พัก ปฏิทิน/ช่วงเวลาที่น่าท่องเที่ยว ข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว การบริการข้อมูลและศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ข้อมูลร้านอาหาร รูปภาพสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลโปรโมชั่น/ทริป การเดินทาง วิดีโอสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ร้านค้า OTOP ข้อมูลสินค้าของที่ระลึก ลักษณะการท่องเที่ยว และรายละเอียดการท่องเที่ยวในสถานที่ ทั้งนี้ องค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่สำคัญและจำเป็นมากที่สุดคือความปลอดภัย รองลงมาคือ ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และกระบวนการ ให้บริการ ตามลำดับ ทั้งนี้ระบบควรมีฟังก์ชันบริการแชทไฟล์/วิดีโอมากที่สุด รองลงมาคือ มีการอัพเดทข่าว สถานที่ ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศและงานต่าง ๆ มีบริการค้นหาและจัดการเส้นทางการเดินทาง มีแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ชุมชนเชิงนิเวศแหล่งใหม่ มี Wish list สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่ต้องการเที่ยว มีบริการค้นหาสถานที่ ท่องเที่ยว มีบริการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม และมีบริการสนทนาและเปลี่ยนข้อมูล ตามลำดับ ทั้งนี้ลักษณะ การใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศต้องมีการตอบสนองในการใช้ งานที่รวดเร็วมากที่สุด รองลงมาคือ กระบวนการใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก แสดงผลเป็นระบบเวลาจริง (Real Time) สามารถติดตั้งได้ด้วยตัวเอง สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ตอบกันได้ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถ ปรับแก้ไขข้อมูลขึ้นเองได้ ตามลำดับ มีความต้องการให้จัดหมวดหมู่เว็บไซต์ตามเดือน/ฤดูกาลมากที่สุด รองลงมาคือ มีการจัดหมวดหมู่ตามประเภทของกิจกรรม/ประเพณี มีการจัดหมวดหมู่ตามสถานที่ท่องเที่ยว ยอดนิยม มีการจัดหมวดหมู่ตามเทศกาลสำคัญ มีการจัดหมวดหมู่ตามโปรโมชั่นการท่องเที่ยว มีการจัด หมวดหมู่ตามข้อมูลภูมิภาค/จังหวัด และมีการจัดหมวดหมู่ตามข้อมูลที่ถูกค้นหามากที่สุด ตามลำดับ

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นความรวดเร็วในการใช้งาน รองลงมาคือ เป็นการเข้าถึงข้อมูล เป็นการจัดเก็บข้อมูล เป็นความสะดวกสบาย ตอบสนองตรงความต้องการ ด้านการประชาสัมพันธ์/โฆษณา ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ความทันสมัย ความชื่นชอบ อิทธิพลจากเพื่อน ลักษณะส่วนบุคคล อิทธิพลจากครอบครัว ตามลำดับ ทั้งนี้มีการจัดกิจกรรมเชิญชวน (แคมเปญ) สนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่มาจากยอดการแชร์ข้อมูล/รูปภาพสูงสุด รองลงมาคือ จากการกดถูกใจสูงสุด จากยอดการรีวิวสูงสุดหรือการจัดกิจกรรมรับคำทำด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ และการได้รับรางวัล ตามลำดับ และการที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศจะเป็นเรื่องที่ดีมาก เนื่องจากว่า ประชาชนเจ้าของพื้นที่จะต้องมีส่วนร่วมจัดการการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการจัดนำเที่ยว ชุมชนต้องเป็นทั้งมัคคุเทศก์ ของที่ระลึก ชุมชนก็ต้องจัดการ ต้องกลับไปพัฒนาเขา ทำอย่างไรให้เขามีของที่ระลึก ห้วยพานไม่มีน้ำ ผมเสนอให้ชุมชนทำกระบอกน้ำดี ๆ หน่อยมีสัญลักษณ์ห้วยพาน และก็อาจจะมีส้อมน้ำดื่ม เอากระบอกไปกรอกน้ำฟรีได้ตลอดเลย นักท่องเที่ยวก็จะได้ไม่ต้องเอายะไปทิ้ง เกิดความคุ้มค่า แต่ก็ต้องมีระบบรองรับมาตรฐาน เป็นผลดี ลดปริมาณขยะในชุมชน ทั้งนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ช่วยสนับสนุนการตลาดออนไลน์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมากที่สุดคือ ประเพณี-พิธีกรรม แต่ทั้งนี้การนำแอปพลิเคชันไปใช้งานก็ส่งผลให้เกิดปัญหาหรือข้อจำกัดในการใช้งานระบบผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่เป็นระบบเครือข่าย

(5.2) สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจโดยการใช้แบบสำรวจกับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย จำนวน 277 คน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยตอบแบบสำรวจทั้งหมด 277 คน โดยจำแนกเป็นเพศหญิง 162 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 เป็นเพศชาย 115 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.1 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 53.1 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 67.1 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.4 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 34.7 มีรายได้ระหว่าง 10,000 บาทหรือน้อยกว่า คิดเป็นร้อยละ 45.8 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทาง ประเภแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและกิจกรรมที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยอันดับที่ 1 คือ ประเภทการพักผ่อนรับประทานอาหาร อันดับที่ 2 คือ ประเภทเทศกาลประเพณี อันดับที่ 3 คือ ประเภทท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/นวดสมุนไพร อันดับที่ 4 คือ ประเภทซื้อสินค้าพื้นเมืองและอันดับที่ 5 คือ ประเภทพักผ่อนด้วยเต็นท์ ตามลำดับ แหล่งข้อมูลใดที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ อันดับที่ 1 คือ เพื่อน/ครอบครัว บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย อันดับที่ 1 คือ ครอบครัว และส่วนให้เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล มีการพักค้างคืน และโรงแรม ใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าอาหารมากที่สุด อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพในการใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุดคือ คือ สมาร์ทโฟน (ไอโอเอส) และใช้ Facebook มากที่สุด โดยมีการใช้งานทุกวันมากที่สุด และใช้แต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมง

2. ความต้องการด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศครบทุกประเด็น ซึ่งแยกความต้องการในประเด็นที่สนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านเนื้อหาคือ มีข้อมูลเส้นทางการเดินทาง มีข้อมูลบริการด้านการคมนาคมขนส่ง และมีวิดีโอสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ตามลำดับ ด้านรูปแบบฟังก์ชันระบบ คือ มีบริการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ มีบริการค้นหาและจัดการเส้นทางการเดินทาง และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศแหล่งใหม่ ตามลำดับ และด้านการใช้งานของระบบคือ มีกระบวนการใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก สามารถใช้งาน Application บนอุปกรณ์ที่หลากหลาย และมีการตอบสนองการใช้งานที่รวดเร็ว ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มักมีความต้องการจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์ เป็นการจัดหมวดหมู่ตามประเภทของกิจกรรม/งานประเพณีมากที่สุด

3. การการสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน สรุปได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ส่วนใหญ่มักมีความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด รองลงมาคือ ใช้งานง่าย การประชาสัมพันธ์/โฆษณา ความสะดวกสบาย การให้บริการข้อมูลข่าวสาร ความทันสมัย ตอบสนองความต้องการลักษณะส่วนบุคคล ความชื่นชอบ เอกลักษณ์ของชุมชน อิทธิพลจากเพื่อน กิจกรรมเชิงชุมชน ทรัพยากรชุมชน อิทธิพลจากครอบครัว และการมีส่วนร่วม ตามลำดับ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการทำการตลาดออนไลน์จะทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

(5.3) สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสำรวจกับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวต่างชาติ จำนวน 19 คน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตอบแบบสอบถามทั้งหมด 19 คน โดยจำแนกเป็นเพศหญิง 13 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 เพศชาย 6 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 ตามลำดับ ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.2 มาจากประเทศจีนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.2 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 73.7 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.6 เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 63.2 มีรายได้ระหว่าง 10,000 บาทหรือน้อยกว่า คิดเป็นร้อยละ 36.8 ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คิดเป็นร้อยละ 52.5 ที่มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 73.7 แต่ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนของไทย คิดเป็นร้อยละ 84.2 ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนและกิจกรรมที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงสุดคือ เทียนน้ำตก เพื่อน/ครอบครัวคือแหล่งข้อมูลใดที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศกับเพื่อนมากที่สุด มีการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลพักค้างคืนที่โรงแรม ค้างคืนระหว่าง 1-3 วัน มีการใช้จ่ายในส่วนค่าบริการในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในส่วนของการค่าอาหาร ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุด ระหว่าง 3,001-5,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ สมาร์ทโฟน (ไอโอเอส) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ Instagram มีการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ทุกวันโดยมีการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ในแต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมง

2. ความต้องการด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความต้องการในด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศครบทุกประเด็น ซึ่งแยกความต้องการในประเด็นที่สนใจ 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านเนื้อหา คือ ข้อมูลร้านอาหาร การบริการข้อมูลและศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว และรูปภาพสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ตามลำดับ ด้านรูปแบบฟังก์ชันระบบ คือ มีบริการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ มีบริการระบบแชร์ไฟล์รูปภาพ/วิดีโอ และมีบอร์ดสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูล ตามลำดับ และด้านการใช้งานของระบบคือ กระบวนการใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก มีการตอบสนองการใช้งานที่รวดเร็ว และสามารถติดตั้งได้ด้วยตัวเอง ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความต้องการจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์ เป็นการจัดหมวดหมู่ตามประเภทของกิจกรรม/งานประเพณีมากที่สุด

3. จากการสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน สรุปได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล รองลงมา คือ ใช้งานง่าย อิทธิพลจากครอบครัว ความทันสมัย และความสะดวกสบาย ความชื่นชอบ อิทธิพลจากเพื่อน การประชาสัมพันธ์/โฆษณา การให้บริการข้อมูลข่าวสารและการมีส่วนร่วม ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารและกิจกรรมเชิงชุมชน ทรัพยากรชุมชนและเอกลักษณ์ของชุมชน ส่วนปัจจัยตอบสนองความต้องการไม่มีส่วนสำคัญต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน เชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการทำการตลาดออนไลน์จะทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

(6) สรุปผลการออกแบบและพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

ระบบนี้พัฒนาในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันโดยใช้ภาษา PHP 7.0 ร่วมกับ HTML5 เพื่อพัฒนาโปรแกรม และเรียกใช้เซิร์ฟเวอร์เพื่อเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศจากแอปพลิเคชันที่ต่างกัน ติดต่อสื่อสารถึงกันด้วยข้อมูลที่รับส่งอยู่ในรูปของ JSON ผ่านเว็บเซิร์ฟเวอร์แบบ REST (REpresentational State Transfer) เพื่อช่วยในการจัดการ และพัฒนา API (Application Program Interface) เป็นตัวกลางเชื่อมต่อโปรแกรมประยุกต์เข้าด้วยกัน ให้บริการในรูปแบบการทำงานของเว็บเซิร์ฟเวอร์ REST API เพื่อรองรับคำสั่งการเรียกใช้งานจากแอปพลิเคชันอื่นที่ต่างกันบนอินเทอร์เน็ตในฐานข้อมูล Social Media ช่วยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Facebook, Twitter, YouTube, Instagram Google Plus ในลักษณะให้บริการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบ JSON มีการรับส่งข้อมูลในลักษณะ Client-Server ผ่านการใช้งาน Web Application และสามารถเข้าถึงการใช้งานบนโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน (Smart Phone) ผ่าน Mobile Application ทั้งระบบ Android App และ IOS App บนมาตรฐานโปรโตคอล HTTP Method ซึ่งประกอบด้วย 4 รูปแบบ ประกอบไปด้วย รูปแบบที่ 1 การเรียกแสดงข้อมูล (HTTP Method GET), รูปแบบที่ 2 การปรับปรุงข้อมูล (HTTP Method PUT), รูปแบบที่ 3 การเพิ่มข้อมูลใหม่ (HTTP Method POST)

และ รูปแบบที่ 4 การลบข้อมูล (HTTP Method DELETE) โดย REST API มีข้อดีสามารถเรียกใช้ทรัพยากรในแต่ละ Stage ปริมาณข้อมูลที่รับส่งข้อมูลน้อยทำให้ใช้ช่องสัญญาณ Bandwidth น้อยลงตามไปด้วย อีกทั้งการทำงานยังรองรับการพัฒนาโปรแกรมรูปแบบ Web Responsive รองรับการทำงานทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ และ โทรศัพท์มือถือ อำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกสถานที่และทุกเวลา โดยระบบจะถูกจัดเก็บไว้ที่ Cloud Service ซึ่งสามารถบริหารจัดการ ปรับเปลี่ยน สภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสมกับการใช้งานได้อย่างง่าย และไม่กระทบกับการทำงาน ของระบบ การปรับเพิ่มหรือปรับลด หรือ สำรองข้อมูลสามารถจัดการได้สะดวก เสมือนเป็น Server ส่วนตัว

(7) สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆจากผู้ประกอบการ จำนวน 54 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี อายุระหว่าง 30-39 ปี และอายุระหว่าง 50-59 ปี มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 เท่ากัน มีส่วนใหญ่มิ่ระดับการศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ในส่วนของประสิทธิภาพของต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือ ด้าน Functional Requirement Test เป็นการประเมินความถูกต้องในการทำงานของระบบว่าตรงตามความต้องการของผู้ใช้ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี+ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 69.9 ด้าน Functional Test เป็นการประเมินความถูกต้องในการทำงานของระบบว่าสามารถทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี+ ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 80.7 ด้าน Usability Test เป็นการประเมินลักษณะการออกแบบระบบว่ามีความง่ายต่อการใช้งาน มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี+ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 84.1 และด้าน Security Test มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี+ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 88.3 สำหรับความพึงพอใจเกี่ยวกับต้นแบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก+มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.7 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีรายละเอียด ดังนี้ ความพึงพอใจในผลลัพธ์ที่ได้จากระบบมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก+มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.7 ความพึงพอใจในด้านคุณภาพของระบบ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก+มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.2 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของข้อมูลมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก+มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.4 และความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก+มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.6

2. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆจากนักท่องเที่ยว จำนวน 164 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 และเป็นเพศชาย จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 มีการศึกษา

ระดับปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 ในส่วนของประสิทธิภาพของต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ในภาคเหนือ ด้าน Functional Requirement Test เป็นการประเมินความถูกต้องในการทำงานของระบบ ว่าตรงตามความต้องการของผู้ใช้ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี+ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 89.2 และด้าน Usability Test เป็นการประเมินลักษณะการออกแบบระบบว่ามีความง่ายต่อการใช้งาน มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี+ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 87.7 สำหรับความพึงพอใจเกี่ยวกับต้นแบบระบบการตลาดทางสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับดี+ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 89.0 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีรายละเอียด ดังนี้ ความพึงพอใจในผลลัพธ์ที่ได้จากระบบมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับดี+ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 91.5 ความพึงพอใจในด้านคุณภาพของระบบมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก+มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.8 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 85.5 และความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก+มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.7

(8) กิจกรรมการเพิ่มความรู้สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนเพื่อเพิ่มความรุ้ ความชำนาญ และความมั่นใจในการเพิ่มศักยภาพให้ชุมชน

จากผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อยของผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประกอบกับการวิเคราะห์ปัญหาของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศทั้ง 2 แห่ง ผู้วิจัยจะนำมาสังเคราะห์และวางแผนดำเนินการถ่ายทอดความรู้ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศทั้ง 2 แห่ง ดังนี้

(8.1) การกำหนดหัวข้อถ่ายทอดความรู้และวิทยากร

ผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อถ่ายทอดความรู้จากการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของชุมชน และกำหนดวิทยากรผู้รับผิดชอบแต่ละหัวข้อ สรุปได้ดังนี้

(1) การจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ดร. นนทฉัตร วีรานูวัตต์)

- องค์ประกอบหลักของการจัดการองค์การท่องเที่ยวโดยชุมชน
- ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน
- กระบวนการมีส่วนร่วมและการสร้างคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

(2) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (รศ.ดร. รชพร จันทรสว่าง)

- การจัดการด้านกายภาพ
- การจัดการขยะ ความสะอาด สุขอนามัย
- การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว
- การพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยว
- การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
- การผลิตและเพิ่มมูลค่าของที่ระลึก

(3) การจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (รศ.ดร. ราณี อิลิชัยกุล)

- การต้อนรับนักท่องเที่ยว
- การคิดค่าบริการ การกำหนดเงื่อนไขการบริการ
- การจัดการที่พัก โฮมสเตย์
- การจัดการอาหารและเครื่องดื่ม
- การจัดการนำเที่ยวและยุวมัคคุเทศก์

(8.2) การจัดทำคู่มือถ่ายทอดความรู้

ผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือถ่ายทอดความรู้โครงการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน รายละเอียดแสดงในภาคผนวก

(8.3) การกำหนดการถ่ายทอดความรู้

ผู้วิจัยได้กำหนดการถ่ายทอดความรู้แก่ชุมชนและหน่วยงานภาคท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องของหมู่บ้านมณีพฤกษ์และหมู่บ้านห้วยพ่าน โดยจัดร่วมกับโครงการย่อย 2 หมู่บ้านละ 2 วัน คือ วันที่ 1-2 ตุลาคม 2561 และวันที่ 3-4 ตุลาคม 2561

(8.4) การประเมินผลการอบรมถ่ายทอดความรู้ เรื่องการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

จากการอบรมถ่ายทอดความรู้ เรื่องการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ในสองพื้นที่ จังหวัดน่าน มีการประเมินผล ดังนี้

(8.4.1) ผลการประเมินการอบรมถ่ายทอดความรู้ เรื่องการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน วันที่ 1-2 ตุลาคม 2561 หมู่บ้านมณีพฤกษ์ จังหวัดน่าน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 48.15) มีอายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 48.15) เป็นกรรมการกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนหมู่บ้านมณีพฤกษ์ (ร้อยละ 77.74) มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (ร้อยละ 51.85) และมีวัตถุประสงค์ในการอบรมเพื่อ เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (ร้อยละ 39.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการอบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) โดยอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ประโยชน์ที่คิดว่าจะนำความรู้ที่รับไปประยุกต์ใช้งาน ($\bar{x} = 4.59$) รองลงมา คือ ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาหลังการอบรมอยู่ในระดับมากที่สุดถึงมาก ด้านการจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ($\bar{x} = 4.52$) ด้านการจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน และด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 4.41$) ขณะที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของเนื้อหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน ($\bar{x} = 4.41$) สำหรับความคิดเห็นต่อความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหา ก่อนการอบรมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และด้านการจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 2.59$) และการจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{x} = 2.56$) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับวิทยาการและคู่มืออบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.24$) โดยอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การถ่ายทอดและความรู้ของวิทยาการ ($\bar{x} = 4.59$) รองลงมา คือ การตอบคำถามของวิทยาการ ($\bar{x} = 4.44$) ระยะเวลาในการอบรม และคู่มืออบรมและอุปกรณ์ที่ใช้ในการอบรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 3.96$) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ที่ได้รับและความพึงพอใจต่อโครงการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.61$) โดยอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การได้รับความรู้จากโครงการนี้ และการแนะนำผู้อื่น หากมีการจัดโครงการอบรมนี้อีก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 4.59$) รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อโครงการนี้ ($\bar{x} = 4.78$) และความสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและชุมชน ($\bar{x} = 4.48$) ตามลำดับ

(8.4.2) ผลการประเมินการอบรมถ่ายทอดความรู้ เรื่องการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

เชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน วันที่ 4-5 ตุลาคม 2561 หมู่บ้านห้วยพ่าน จังหวัดน่าน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 53.34) มีอายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 33.33) เป็นกรรมการหมู่บ้านห้วยพ่าน (ร้อยละ 90.01) มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (ร้อยละ 50.00) และมีวัตถุประสงค์ในการอบรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (ร้อยละ 37.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการอบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$) โดยอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ประโยชน์ที่คิดว่าจะนำความรู้ที่รับไปประยุกต์ใช้งาน ($\bar{x} = 4.50$) รองลงมา คือ ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาหลังการอบรมอยู่ในระดับมาก ด้านการจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{x} = 4.37$) ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และความเหมาะสมของเนื้อหาในการอบรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 4.30$) และด้านการจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ($\bar{x} = 4.27$) สำหรับความคิดเห็นต่อความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหา ก่อนการอบรมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการจัดการองค์การการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{x} = 2.67$) ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และด้านการจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 2.60$) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับวิทยาการและคู่มืออบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$) โดยอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การถ่ายทอดและความรู้ของวิทยาการ ($\bar{x} = 4.57$) รองลงมา คือ ระยะเวลาในการอบรม ($\bar{x} = 4.07$) การตอบคำถามของวิทยาการ ($\bar{x} = 3.87$) และคู่มืออบรมและอุปกรณ์ที่ใช้ในการอบรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 3.80$) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ที่ได้รับและความพึงพอใจต่อโครงการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.43$) โดยอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การได้รับความรู้จากโครงการนี้ และการแนะนำผู้อื่น หากมีการจัดโครงการอบรมนี้อีก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x} = 4.50$) รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อโครงการนี้ ($\bar{x} = 4.43$) การได้รับความรู้จากโครงการนี้ ($\bar{x} = 4.43$) และความสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและชุมชน ($\bar{x} = 4.37$) ตามลำดับ

2. อภิปรายผล

2.1 บริบทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนภาคเหนือตอนบน

ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพโดดเด่น ซึ่งมีทั้งแหล่งทรัพยากรต้นน้ำทางธรรมชาติ แหล่งผลิตผลผลิตทางการเกษตร รวมทั้งศิลปวัฒนธรรมล้านนาและชนเผ่าซึ่งมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ดังนั้น ภูมิภาคนี้จึงมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ที่มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมาของซัพพล ทร่งสุนทรวงศ์ (2554) ที่กล่าวว่าภาคเหนือมีพื้นที่ป่าไม้อยู่หลายประเภท ทำให้มีความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ภาคเหนือมีความได้เปรียบในด้านทัศนียภาพ ภูมิอากาศ ตลอดจนความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลากหลายรูปแบบ และกลายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย นอกจากนี้ ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว และอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ยังส่งผลให้พื้นที่ภาคเหนือตอนบนเป็นภูมิภาคที่มีความเข้มแข็งและหลากหลายทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่สุดของประเทศไทย (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1, 2559) โดยเฉพาะศักยภาพด้านความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิต ซึ่งทำให้เกิดรูปแบบการต่าง ๆ ขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น ในหลายพื้นที่ในจังหวัดน่าน และ จังหวัดเชียงใหม่ (กิตติกรณ สมยศ ราชาวดี สุขภิรมย์ และสไบทิพย์ อินไสย, 2558) สำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ผ่านการจัดการชุมชนที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของภูษณิศา เตชเถกิง สันธุ์ สโลบล ภัทริกา มณีพันธุ์ และทัตพงศ์ อวิโรธนานนท (2556) พบว่าแหล่งธรรมชาติที่สมบูรณ์ในจังหวัดเชียงใหม่สามารถนำมาพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ได้ โดยชุมชนมีความสามารถในการจัดการการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและมีการเลือกผู้นำชุมชนกันเอง แต่ชุมชนควรเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบการอย่างต่อเนื่อง และสร้างความแตกต่างในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการผจญภัย โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการเป็นกลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนของภาคเหนือตอนบนยังมีปัญหาเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนซึ่งมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มอันจะส่งผลต่อการสร้างรายได้ รวมถึงการฟื้นฟูและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยการดำเนินการดังกล่าวต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างต้นแบบอันจะนำไปสู่ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพและยั่งยืน สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับนโยบายของกลุ่มจังหวัดในภาคเหนือตอนบน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวก่อเกิดการสร้างรายได้ และกระจายสู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2.2 ผลประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศบ้านมณีพฤกษ์ ตำบลงอบ อำเภอทุ่งช้าง และบ้านห้วยพ่าน ตำบลเปือ อำเภอยางตลาด จังหวัดน่าน ซึ่งมีศักยภาพในระดับปานกลางและต่ำ โดยคณะวิจัยประเมินจากแบบประเมินเปรียบเทียบกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีศักยภาพสูงตามที่กล่าวแล้วข้างต้น ในส่วนนี้จึงนำเสนอการอภิปรายผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศใน 2 พื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน โดยเมื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนประเมินตนเอง พบว่าทั้ง 2 ชุมชนมีความคิดเห็นว่าตนเองมีศักยภาพในระดับดี ดังนี้

ด้านที่ 1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

จากข้อมูลของ 2 แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ บ้านมณีพฤกษ์มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนค่อนข้างดีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ เช่น ทิวทัศน์ที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของหน้าผา และถ้ำ อากาศที่หนาวเย็นในฤดูหนาว ดอกนางพญาเสือโคร่งและดอกชมพูภูคา ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมทุกปี จัดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตามฤดูกาล รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมประเพณีของชนเผ่า โดยเฉพาะชาวม้ง ที่สนใจการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ชาวบ้านยังพยายามสร้างสรรค์กิจกรรมจากผลผลิตกาแฟ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินชมสวนกาแฟและเรียนรู้กระบวนการชงกาแฟ โดยอาศัยชื่อเสียงจากกาแฟในท้องถิ่นเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น กาแฟเดอะม้ง และกาแฟมณีพฤกษ์ เป็นต้น ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศของบ้านมณีพฤกษ์จึงขึ้นอยู่กับทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะภูมิประเทศ และภูมิอากาศ ตลอดจนวิถีชีวิตของชาวบ้าน ขณะที่บ้านห้วยพ่านมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศค่อนข้างดีเช่นกัน เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีสัตว์ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างควาญจำนวนสูงถึง 300 กว่าตัว ที่ถูกเลี้ยงตามธรรมชาติและดูแลโดยอาศัยการพึ่งพาอาศัยกันและกันของคนในชุมชน ปลาจากลำธารที่ชาวบ้านมีแนวทางในการอนุรักษ์อย่างเป็น

รูปธรรมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน และด้วยที่ตั้งของหมู่บ้านอยู่บริเวณแหล่งต้นน้ำที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ สำหรับพืชพันธุ์ที่หายาก บริเวณพื้นที่ในหมู่บ้านห้วยพ่านมีต้นชาผู่ฝ้าสีดาเป็นจำนวนมาก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ล่องแพ เดินป่าชมธรรมชาติ ตลอดจนเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนทั้งการเข้ามาร่วมกับชาวบ้าน ศึกษาประกอบอาชีพเกษตรกรรม และร่วมรับประทานอาหารจากธรรมชาติในท้องถิ่น ซึ่งเป็นวัฒนธรรมประเพณีของชนเผ่าลัวะที่มีวิถีชีวิตที่สมดุลในการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับป่า ดังนั้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติซึ่งประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ รวมถึงปรากฏการณ์ตามธรรมชาติเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชม เพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อศึกษาหาความรู้ในแหล่งเที่ยวนั้น โดยทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาตินั้นยังมีความสำคัญต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว (ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2554) โดยบ้านมณีพฤกษ์และบ้านห้วยพ่านมีทรัพยากรทางธรรมชาติเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (สมชัย เบญจชัย, 2549) ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจไปเที่ยวชม ทั้งกิจกรรมที่เกิดจากธรรมชาติและกิจกรรมที่สร้างสรรค์จากทรัพยากรทางธรรมชาติ ขณะที่วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านซึ่งอาจเรียบง่ายในสายตาของชาวบ้านกลับสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับประภาศรี ศรีประดิษฐ์และคณะ (2557) ที่กล่าวว่าจังหวัดน่านมีจุดแข็งด้านทรัพยากรธรรมชาติและป่าไม้ที่สมบูรณ์หลากหลาย เป็นต้นกำเนิดแม่น้ำน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางเกษตร และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจำนวนมาก โดยเฉพาะวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น และด้วยกระแสนิยมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติจึงมีโอกาสในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ด้านที่ 2. การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

จากข้อมูลของ 2 แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ทั้งบ้านมณีพฤกษ์และบ้านห้วยพ่านมีการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน แต่เนื่องจากพื้นที่ของทั้งสองหมู่บ้านอยู่ในบริเวณพื้นที่อุทยานแห่งชาติและเขตป่าสงวนซึ่งมีข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ เช่น ปัญหาการขออนุญาตจัดการพื้นที่ในด้าน การดำเนินการ การขาดงบประมาณ รวมถึงการประสานงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในทั้งสองหมู่บ้านจึงยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างจริงจัง การจัดการโครงสร้างพื้นฐานทางสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา ห้องน้ำ การจัดการขยะและของเสีย ตลอดจนสัญญาณการสื่อสารของบ้านมณีพฤกษ์จึงควรได้รับการพัฒนา เส้นทางคมนาคมในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทั้งสองหมู่บ้านยังไม่สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของประภาศรี ศรีประดิษฐ์และคณะ (2557) ที่ศึกษาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน โดยเฉพาะบ้านห้วยพ่าน ซึ่งมีถนนเข้าหมู่บ้านเพียงระยะไม่กี่กิโลเมตรแต่ทางเข้าจากถนนสายหลักอยู่นอกพื้นที่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดูแลบ้านห้วยพ่าน การดำเนินการเพื่อของบประมาณในการพัฒนาเส้นทางและสิ่งอำนวยความสะดวกจึงเป็นไปอย่างล่าช้า อย่างไรก็ตาม เนื่องจากทั้งสองหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ทำให้พื้นที่ทั้งสองแห่งนี้จึงยังไม่มีนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับ ทั้งนี้ในกระบวนการถ่ายทอดความรู้ของคณะวิจัย ได้มีการนำเสนอประเด็นการวางแผนและการคำนึงถึงการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High season) การกำหนดกิจกรรมที่เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศและ

ภูมิอากาศของแต่ละช่วงเวลา การจัดกิจกรรมที่ต้องไม่ส่งผลกระทบและทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรวมถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และการติดตามประเมินผลการดำเนินการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน โดยมีผู้เข้าร่วมเรียนรู้จากหน่วยงานจากชุมชนและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้น หากผู้เข้ารับการอบรมนำความรู้ดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวก็จะช่วยให้กระบวนการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ตามนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในบริบทที่เหมาะสม โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นผ่านกระบวนการจัดทำแผน และขับเคลื่อนแผนพัฒนาระดับชุมชน เพื่อให้เกิดประโยชน์และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ประชาชนอย่างแท้จริง (คณะกรรมการ นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2559)

ด้านที่ 3. การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก

จากข้อมูลของ 2 แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าทั้งบ้านมณีพฤกษ์และบ้านห้วยพ่านมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่ ชาวบ้านมีความรู้ในเรื่องระบบนิเวศ แต่ข้อมูลและเรื่องราวความเป็นมาของชุมชนยังขาดการรวบรวมความรู้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะบ้านมณีพฤกษ์มีเพียงการบอกเล่าและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง สำหรับการบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวยังขาดการจัดการข้อมูลและการพัฒนาสื่อออนไลน์โดยชุมชน มีเพียงการเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวที่มีการบอกกันปากต่อปาก การแชร์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว และผ่านเว็บไซต์ของคนในชุมชนบ้าง นอกจากนี้ยังมีรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ข้อมูลของชุมชนให้นักท่องเที่ยวรู้จัก การให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องที่ทั้งสองหมู่บ้านจำเป็นต้องพัฒนาต่อไป โดยประเด็นนี้เป็นสิ่งที่ทั้งสองหมู่บ้านต้องการได้รับความช่วยเหลือ ทั้งนี้ ในการถ่ายทอดความรู้ของโครงการวิจัยนี้ มีการสอนและสร้างสื่อออนไลน์เพื่อให้ชุมชนได้ใช้เป็นฐานข้อมูลและพัฒนาต่อไป เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารการตลาดของชุมชนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ Popesku (2014) ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว และพบว่าการทำตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์สามารถช่วยให้คำแนะนำนักท่องเที่ยววางแผนการเดินทาง ตั้งแต่จุดเริ่มต้นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง โดยการใช้เครื่องมือผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่สามารถสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการ ซึ่งนอกจากจะสามารถช่วยสนับสนุนการวางแผนการท่องเที่ยวแล้ว ยังช่วยในการตัดสินใจเพื่อเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย

ด้านที่ 4. การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว

จากข้อมูลของ 2 แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าทั้งสองหมู่บ้านมีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวจากความต้องการของชาวบ้านในชุมชนที่เล็งเห็นประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยวหมู่บ้านและวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม พบว่าชาวบ้านในทั้งสองหมู่บ้านนี้ให้ความสนใจและเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไม่ต่อเนื่อง เนื่องจากทั้งสองหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และเป็นยังไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวสามารถมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ประกอบกับชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตรเป็นหลัก นอกจากนี้

ชาวบ้านบางคนยังคิดว่าการท่องเที่ยวยังไม่สามารถทำรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน ดังนั้น การเผยแพร่ความรู้ให้ชาวบ้านเข้าใจถึงบริบทการท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยวด้านการบริการ การบริหารการเงิน และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้ คณะวิจัยได้มีการเผยแพร่ความรู้แก่ชุมชนทั้งสองแห่งดังกล่าวมาแล้วข้างต้น เพื่อให้ชาวบ้านเข้าใจบริบทการท่องเที่ยวมากขึ้น และเข้ามามีส่วนร่วมในการกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดกลไกการพัฒนาชุมชนด้วยตนเองตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม ยกระดับคุณภาพชีวิต โดยนำผลตอบแทนที่ได้รับจากการท่องเที่ยวกลับมาพัฒนาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชน (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1, 2559)

2.3 ผลการออกแบบและพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

ในงานวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสำรวจกับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทยและชาวต่างชาติ และการประเมินประสิทธิภาพของระบบจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ซึ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบนี้ทำให้ได้รูปแบบความระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆจากความต้องการจริง ๆ จากกลุ่มตัวอย่าง และเป็นข้อมูลที่ทันสมัยอีกด้วย ดังที่ พิชิต ฤทธิ์จรูญ (2543) ได้ให้ความหมายของข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลขั้นต้นที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลโดยตรง เป็นข้อมูลที่ลงมือเก็บครั้งแรกด้วยตนเอง หรือจากบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แล้วนำเอาข้อมูลเหล่านั้นใช้เป็นเอกสารอ้างอิงเมื่อต้องการข้อมูลเหล่านี้ก็จะไปทำการวัดหรือสังเกตเอามาโดยตรง ได้มาจากการสำรวจ การสัมภาษณ์ การทดลอง และการส่งแบบสอบถามไปให้กรอก เป็นต้น ข้อมูลที่ได้จะมีความถูกต้องและทันสมัยเป็นปัจจุบันมากกว่าข้อมูลทุติยภูมิ ทั้งนี้ระบบนี้พัฒนาในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันโดยใช้ภาษา PHP 7.0 ร่วมกับ HTML5 เพื่อพัฒนาโปรแกรม และจากการงานวิจัยของ เอมิกา เหมมินทร์ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3 ปีขึ้นไปมากที่สุด ประชาชนใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook บ่อยที่สุด มีช่องทางที่ประชาชนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุดคือ Smartphone ประชาชนส่วนใหญ่เปิดบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ตลอดทั้งวัน ช่วงเวลาที่ประชาชนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ 18.00-06.00 น. ประชาชนมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 1-3 ชั่วโมงต่อวันมากที่สุด และประชาชนส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยกับเพื่อนมากที่สุด นำมาประกอบกับการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศทำให้ทราบว่ามีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์กันทุกวัน ผู้วิจัยจึงมีการเรียกใช้เซอร์วิสเพื่อเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศจากแอปพลิเคชันที่ต่างกันบนอินเทอร์เน็ตในฐานข้อมูล Social Media ช่วยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Facebook, Twitter, YouTube, Instagram Google Plus อีกด้วย และเพื่อให้การทำงานของระบบนี้ยังรองรับการทำงานทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือ

อำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกสถานที่และทุกเวลาผู้วิจัยจึงทำการพัฒนาโปรแกรมรูปแบบ Web Responsive เช่นเดียวกับ ภูมิ ชยานนท์ และ สรัญญา เชื้อทอง (2557) ที่ได้ทำการศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์แบบ Responsive ผลวิจัยคือ ลูกค้าและพนักงานมีความต้องการใช้เว็บไซต์แบบ Responsive จึงนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ จัดระบบ สรุปแนวคิดเพื่อจัดวางโครงสร้างจัดเตรียมข้อมูลและส่วนประกอบต่าง ๆ ในเว็บไซต์ และทำการสร้างเว็บไซต์ หลังจากนั้นได้นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน แบ่งเป็นด้านเนื้อหาและด้านสื่อเว็บไซต์เพื่อทำการประเมินคุณภาพ ผลการประเมินพบว่าอยู่ในระดับดีมาก และที่สำคัญระบบนี้จะถูกจัดเก็บไว้ที่ Cloud Service ซึ่งสามารถบริหารจัดการ ปรับเปลี่ยน สภาพแวดล้อมในการทำงานให้เหมาะสมกับการใช้งานได้อย่างง่าย และไม่กระทบกับการทำงานของระบบ การปรับเพิ่มหรือปรับลด หรือ สำรองข้อมูลสามารถจัดการได้สะดวก เสมือนเป็น Server ส่วนตัว เช่นเดียวกับ คมกริช อุดารักษ์ (2558) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกลุ่มเมฆของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 6 จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกลุ่มเมฆในด้าน Peer to Peer, Web Application, Software as a Service อยู่ในระดับมากทุกด้าน และงานวิจัยของ มณีวรรณ ศุภติมีโส และคณะ (2557) ได้ทำการศึกษาการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ (Cloud Computing) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากมีต้นทุนที่ต่ำทำให้องค์กรขนาดเล็กสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้ง่ายขึ้น

3. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

3.1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

จากข้อค้นพบของผลการวิจัย คณะผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศของหมู่บ้านมณีพฤกษ์และหมู่บ้านห้วยพ่านที่เป็นพื้นที่ศึกษา ดังนี้

(1) **การเรียบเรียงความเป็นมาและค้นหาอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน** ชุมชนในหมู่บ้านควรศึกษาค้นคว้าเรียบเรียงประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านจากเอกสารหรือคำบอกเล่าของชาวบ้านจากรุ่นสู่รุ่นในพื้นที่ และร่วมกันค้นหาอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมประเพณีของตนเองที่มีความโดดเด่น นำไปสู่การพัฒนาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าของหมู่บ้าน เพื่อดึงดูด กระตุ้น และนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความอยากรู้ ความเข้าใจ ความชื่นชม และความภูมิใจ

(2) **การพัฒนาวิธีการสื่อความหมายและกิจกรรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** ชุมชนควรพัฒนาวิธีการสื่อความหมายและกิจกรรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยพิจารณาจากลักษณะและความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายหลัก ประเภทของข้อมูลที่น่าเสนอ งบประมาณที่มีขีดความสามารถของบุคลากรของชุมชนในการพัฒนาสื่อที่ต้องการ และความเหมาะสมของสถานที่สำหรับสื่อความหมาย โดยเริ่มจากการพัฒนาวิธีการสื่อความหมายประเภทที่ใช้งบประมาณไม่สูง ไม่มีความซับซ้อนด้านเทคนิคก่อน และพัฒนาวิธีการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป ตัวอย่างเช่น (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

(2.1) แผ่นพับ หนังสือนำชม แผ่นพับเป็นสื่อที่จัดทำได้ง่าย ใช้งบประมาณน้อย สามารถจัดทำได้หลายภาษา และนำเสนอข้อมูล เรื่องราว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันได้

(2.2) แผนที่ การใช้แผนที่ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด ตั้งแต่ขนาดของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่สำคัญ กิจกรรม เส้นทาง และวิธีการเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

(2.3) ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูล ป้ายข้อมูลเป็นสื่อความหมายที่มีการใช้อย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะพื้นที่ที่ไม่มีบุคลากรประจำ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง

(2.4) ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว เช่น ศาลาเปิดโล่งหรือห้องที่จัดเป็นศูนย์ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นเอกสาร แผ่นพับ แผนที่ นิทรรศการ สิ่งของหรือวัตถุที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศูนย์บริการฯ ยังสามารถเป็นจุดรวมพลสำหรับนักท่องเที่ยวเมื่อมาถึงแหล่งท่องเที่ยว และเป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นสถานที่สำหรับจำหน่ายสินค้าหรือของที่ระลึก

(2.5) ผู้นำชม หรือ ยูแมคคุเทศก์ เป็นทรัพยากรบุคคลผู้ให้ข้อมูลที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทันทีและสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกได้ และกำหนดพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมธรรมชาติได้

(2.6) เส้นทางท่องเที่ยวหรือศึกษาธรรมชาติ การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว (Trail) สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาต่างกัน เช่น 1 หรือ 3 ชั่วโมง หรือทั้งวัน และสามารถกำหนดประเภทข้อมูลนำเสนอสำหรับเส้นทางท่องเที่ยวแต่ละเส้นทางที่แตกต่างกัน

(2.7) การแสดงเพื่อเล่าเรื่องราว สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน และสอดแทรกความรู้ เช่น เรื่องราวบอกเล่าจากกาแฟของหมู่บ้านมณีพฤกษ์ เรื่องราวควายประจำหมู่บ้านห้วยพ่าน เป็นต้น

(3) **การจัดทำแผนรักษาทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน** ชุมชนควรร่วมกันจัดทำแผนรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวางระบบการรักษาทรัพยากรธรรมชาติในหมู่บ้านอย่างยั่งยืน เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้มีความสมบูรณ์และคงอยู่ให้นานที่สุด มีวิถีชีวิตที่สมดุลในการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับป่า เพื่อให้ชุมชนได้ใช้ประโยชน์และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมธรรมชาติ

(4) **การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)** ชุมชนควรกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวันและฤดูกาล และการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่และบริการทำได้เฉพาะช่วงเวลาปกติ โดยมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวไป-กลับต่อวันในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวพักค้างคืนในโฮมสเตย์และ บริเวณลานกางเต็นท์

(5) **การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปี** ชุมชนควรพิจารณาสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งเพื่อความเพลิดเพลินและเพื่อให้ความรู้สำหรับกลุ่มศึกษาดูงาน

(6) **การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและถนนเข้าออกหมู่บ้าน** องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาและปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานและถนนเข้าออกหมู่บ้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าออกได้สะดวก

(7) การเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรท้องถิ่นด้วยการแปรรูปผลผลิต หมู่บ้านมณีพฤกษ์และหมู่บ้านห้วยพ่านมีผลผลิตทางการเกษตรที่ควรได้รับการพัฒนา แปรรูปผลผลิต และสร้างตราสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว และทำการพัฒนาหีบห่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เช่น กาแฟ ชিং หน่อไม้ เห็ด น้ำผึ้ง เป็นต้น

(8) การสร้างแรงจูงใจให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แม้ชุมชนบ้านมณีพฤกษ์และบ้านห้วยพ่านมีระบบการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยการจัดตั้งกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวและมีสมาชิกผู้ร่วมกลุ่มจำนวนหนึ่ง แต่สมาชิกบางส่วนมีส่วนร่วมสูงในระยะต้น แต่ต่อมาเริ่มลดลงเนื่องจากความไม่แน่นอนของจำนวนนักท่องเที่ยวและฤดูกาล ประธานกลุ่มจึงควรส่งเสริมให้สมาชิกมีส่วนร่วมมากขึ้นและสร้างแรงจูงใจให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมโดยแสดงให้เห็นถึงรายได้เสริมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวที่ทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น และชี้แจงให้กลุ่มทราบมูลค่ารายได้เสริมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเพื่อความโปร่งใสในการประชุมเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง

(9) การส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชนควรเปิดโอกาสและสนับสนุนให้คนรุ่นใหม่ได้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสืบทอดผู้นำจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง

(10) การขยายวงให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มขึ้น ในการให้บริการนักท่องเที่ยวชุมชนจำเป็นต้องจัดบริการที่พักและจัดอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการนักท่องเที่ยว ชุมชนเหล่านี้จะได้รับโอกาสจากการสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่ชาวบ้านคนอื่นควรปลูกผักผลไม้และเลี้ยงสัตว์ไว้ประกอบอาหารให้นักท่องเที่ยว แทนที่จะซื้อวัตถุดิบในการประกอบอาหารมาจากนอกหมู่บ้าน จะทำให้ขยายวงชาวบ้านคนอื่นในการได้รับโอกาสในการสร้างรายได้ทางอ้อมจากการท่องเที่ยวด้วย

3.2 แนวทางการส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ

จากข้อค้นพบของผลการวิจัย คณะผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศของหมู่บ้านมณีพฤกษ์และหมู่บ้านห้วยพ่านที่เป็นพื้นที่ศึกษา ดังนี้

(1) การเลือกเครื่องมือ/ช่องทางการสื่อสารให้เหมาะกับการท่องเที่ยวของชุมชน ชุมชนควรพิจารณาเลือกเครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวของชุมชนจากตัวเลือกต่างๆ ต่อไปนี้

(1.1) ช่องทางสื่อสารหลักสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook และ LINE@ ข้อดีก็คือสามารถเผยแพร่เนื้อหาได้หลายรูปแบบทั้งข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือการ Live สด ข้อแนะนำคือควรเลือกช่องทางหลักก่อนไม่เกิน 2 ช่องทาง จากนั้นค่อยๆ ขยายไปยังช่องทางอื่นๆ

(1.2) เครื่องมือที่ช่วยให้การค้นหาข้อมูลแสดงผลหรือเนื้อหาที่ตรงตามที่ต้องการ โดยปรับแต่งเว็บไซต์ติดอันดับได้ด้วยการทำ Search Engine Optimization (SEO) ซึ่งวิธีนี้ยั่งยืนและฟรีแต่อาจจะต้องใช้เวลา

(1.3) การเขียนบล็อก (Blogging) ช่วยส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวได้ โดยสร้างเนื้อหาให้โดนใจลูกค้า หากบทความที่เขียนนั้นโดนใจลูกค้าก็จะเกิดการแชร์ต่อ ทำให้การค้นหานั้นติดอันดับต้นๆ

(1.4) วิดีโอเป็นช่องทางสำคัญที่ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ด้วยการนำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยว นำมาสรรค์สร้างให้เกิดความน่าสนใจ และทำให้เกิดการรับรู้มากขึ้น โดยสามารถเข้าถึงคนได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว

(2) การปรับปรุงข้อมูล ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวในหน้าเว็บ และสื่อสังคมออนไลน์ ต่างๆ ให้ครบถ้วนและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ชุมชนควรปรับปรุงข้อมูล ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวในหน้าเว็บ และสื่อสังคมออนไลน์ ต่างๆ ให้ครบถ้วนและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสถานที่ ที่พัก การเดินทาง และกิจกรรมต่างๆ ที่มีในแหล่งท่องเที่ยว

(3) การสื่อสารเชิงลึกผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อแบบเดิมกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ชุมชนควรสื่อสารเชิงลึกผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อแบบเดิมกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยเน้นย้ำถึงเรื่องราววิถีชีวิตความเป็นอยู่ ธรรมชาติ ชักชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาค้นหาต้นกำเนิดและสิ่งที่อยู่เบื้องหลังสัญลักษณ์ (Icon) ด้านการท่องเที่ยวของไทยที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก เช่น เมืองกาแฟ เรื่องราว ‘วัฒนธรรมชาวเขาเผ่าแม้ว’ ที่จะนำพาให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่แตกต่าง มีคุณค่า และสามารถสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวได้ทุกครั้งสัมผัส พร้อมทั้งนำเสนอภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าคุณภาพและบริการที่น่าประทับใจเพื่อยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชน

(4) การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ชุมชนควรจัดโปรแกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละเดือน ผ่านหน้าเว็บและสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนเชิงนิเวศ และควรจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้เหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และในแต่ละช่วงเวลา

(5) การกระตุ้นการส่งเสริมการตลาดแก่นักท่องเที่ยว ชุมชนควรพิจารณาเผยแพร่กิจกรรมต่างๆ ในรูปแบบ ไลฟ์วิดีโอ ภาพถ่าย อินโฟกราฟิก ควรจัดแผนการตลาดของชุมชนให้นักท่องเที่ยวทราบผ่านหน้าเว็บ facebook และ Youtube ควรส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวแล้ว มาช่วยรีวิวโดยการเขียน Blog หรือ โฟสภาพถ่าย วิดีโอหรือ ทวิตข้อความให้กับเพื่อนๆ ควรสร้าง Banner ไปลงโฆษณา หรือแลกเปลี่ยน Banner ตามเว็บต่างๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

(6) การวัดผลการตลาดออนไลน์ ชุมชนควรมีการวัดผลการตลาดออนไลน์ โดยใช้เครื่องมือวัดผล เช่น Google Analytics, Facebook Analytics เป็นต้น โดยมีการวัดผลดังนี้

(6.1) จำนวนคนที่เข้าเว็บไซต์ ระยะเวลาที่อยู่บนเว็บไซต์ มีหน้าไหนบ้างที่เข้าชมให้ความสนใจ มีอัตราการกลับมาเยี่ยมชมซ้ำเท่าไร เป็นต้น โดยทีมงานสามารถใช้ข้อมูลตรงนี้ไปปรับปรุงเว็บไซต์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น

(6.2) แหล่งที่มาของคนที่เข้าเว็บไซต์ของชุมชน ไม่ว่าจะโดยตรง (Direct) ผ่านมาจากเว็บไซต์อื่นๆ (Referral) หรือจากแคมเปญที่ทำ จะได้นำมาวิเคราะห์ได้ว่ากิจกรรมทางการตลาดอันไหนได้ผล และควรโฟกัสกับช่องทางไหนมากเป็นพิเศษ

(6.3) จำนวนผู้ที่เปลี่ยนสถานะ เช่น สั่งจองรายการนำเที่ยว ที่พัก ลงทะเบียนรับส่วนลด โดยมีความหวังว่าผู้ที่เข้ามาชมจะเกิดการเปลี่ยนสถานะ ตัวเลขอัตราการเปลี่ยนสถานะเพิ่มมากเท่าไร ก็ยังเป็นผลดีต่อแคมเปญนั้นๆ

3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

(1) งานวิจัยต่อไปควรขยายผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศไปในหมู่บ้านอื่นในภาคเหนือตอนบน หรือหมู่บ้านที่มีศักยภาพในภาคเหนือตอนล่าง เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศอื่น

(2) ควรขยายผลเว็บไซต์ด้วยการพัฒนาต่อยอดในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้านอื่น ๆ รวมถึงพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม หรือจะพัฒนาในรูปแบบของเว็บท่าเพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

(3) ควรขยายผลเว็บไซต์ด้วยการต่อยอดในส่วนของการทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อขายสินค้าชุมชน เพื่อเป็นอีกช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยววนั้น ๆ

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2556). *คู่มือประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรวรรณ สังขกร และคณะ. (2559). *การศึกษาเพื่อการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทางอารยธรรมล้านนา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- กฤษณ์ โคตรสมบัติ. (2553). *การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- กองบังคับการสืบสวนสอบสวนตำรวจภูธรภาค 5. (2561). พื้นที่รับผิดชอบ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2561 จาก <http://www.police5ic.com/station60.html>
- กาญจนา คัมทรัพย์. (2558). การจัดการป่าชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาป่าชุมชนบ้านดอนหมู จังหวัดอุบลราชธานี. *การเกษตรราชภัฏ*, 14 (1), 31-36.
- กาญจนา แสงลิมสุวรรณ และศรัณยา แสงลิมสุวรรณ. (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. *วารสารนักบริหาร*, 32 (4): 139-146.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). *โครงการศึกษาศักยภาพและขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวสุขภาพ กลุ่มกอล์ฟ กลุ่มการแต่งงานและฮันนีมูน และกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1. (2559). *รายงานผลการดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพขีดความสามารถของชุมชนท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานราก*. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://goo.gl/jXtiDw>
- กิตติกรณ์ สมยศ ราชวดี สุขภิรมย์ และสไบทิพย์ อินไสย. (2558). *การวิจัยการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมในชุมชนตำบลคูใต้ อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน*. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2561 จาก http://www.nancc.ac.th/nancc/research/s04_3.pdf
- คมกริช อุดารักษ์. (2558). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกลุ่มเมฆของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 6 จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 2 (2): 25-38
- จุฑามาส เพ็งโคณา. (ม.ป.ป.). *แนวทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่ตลาดโลก*. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2560 จาก <http://www.chumphon2.mju.ac.th/km/?p=620>

- ชุมชนชาวการจัดสรรสนเทศ. (2554). *Cloud Computing – การประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ*. สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2560 จาก <https://impattani.wordpress.com/2011/07/29/cloud-computing-การประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ>
- คณินิจ ฟองสา. (2553). *การใช้ประโยชน์และการจัดการทรัพยากรป่าไม้ในป่าชุมชน หมู่บ้านแม่เมะ ตำบลแม่ละ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ*. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- จำเริญ ชุนทโสภาค (2553). *รูปแบบการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน โดยการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง*. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาเอก บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จิราวรรณ คำขาว และคณะ. (2558). *การปรับตัววิถีพึ่งตนเองบนฐานทรัพยากรของชุมชนบ้านหัวทุ่ง ตำบลเชียงดาว อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ระยะที่ 1*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2554). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว*. ในเอกสารการสอน ชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน. (หน่วยที่ 4) นนทบุรี: สาขาวิชา วิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชื่น ศรีสวัสดิ์ และเกริกไกร แก้วล้วน. (2550). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาวัฒนธรรมของชุมชนชาวกลายในเขตอีสานใต้และลาวใต้*. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- เชียวชาญ จวงจันทร์ อีระ ฤทธิรอด และสมนต์ สกลไชย. (2558). *แนวทางการพัฒนาป่าชุมชนดงสาละ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. *วารสารการบริหารท้องถิ่น*, 8 (1), 37-43.
- ฐากร โกมารกุล ณ นคร. (2555). *ยืนหยัดบนผืนแผ่นดินนี้...บ้านมณีพุก (อสท)*. สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2561 จาก <http://travel.kapook.com/view47433.html>
- ทักษิณา แสนเย็น. (2558). *รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ล้านนา*. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 6 (2), 350-362.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2560). *แบกกล้องเที่ยวบ้านห้วยพ่าน..สวรรค์ท่ามกลางขุนเขาที่หนาว*. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2561 จาก <https://www.thairath.co.th/content/890667>
- นงลักษณ์ จันทาภากุล และนรินทร์ สังข์รักษา. (2556). *การศึกษาศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาเงินจังหวัดราชบุรี*. *วารสารวิทยบริการ*, 24(2): 143-156.
- น้ำฝน เจนสมบูรณ์. (2553). *พัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์บ้านแม่ละ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ*. เชียงใหม่: เครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบน สำนักงาน คณะกรรมการการอุดมศึกษา.

- บรรจง อุปแก้ว วัชรภรณ์ ชัยวรรณ และสำออง ธนะวัติ. (2556). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดสภารศ อำเภอเมือง จังหวัดน่าน. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร*. (ฉบับพิเศษสาขาศิลปะศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และการท่องเที่ยว): 74-85.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปเนต มโนมัยวิบูลย์ และคณะ. (2561). รายงานสรุปผลการวิจัยเบื้องต้น การสูญเสียและการฟื้นฟูป่าไม้ในจังหวัดน่าน. สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://goo.gl/aZJrrN>
- ประภาศรี ศรีประดิษฐ์ และคณะ. (2557). การศึกษาศักยภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ของจังหวัดอุดรดิษฐ์ แพร์ และน่านในเขตภาคเหนือ. รายงานฉบับสมบูรณ์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- ประยูร ดาศรี. (2557). การสำรวจมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติปางสีดา จังหวัดสระแก้ว. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 10 (2), 14-31.
- ประวัติหมู่บ้านมณีพฤษ์ จังหวัดน่าน. (2561) สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2561 จาก moslaus.blogspot.com
- ปิยะนุช พรประสิทธิ์ และสุธินี ฤกษ์ขำ. (2559). เครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการดำเนินงานเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีประสิทธิภาพ. *วารสารวิทยาการจัดการ* 32 (1), 123-144.
- ประธานชุมชน. (2561). *กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านมณีพฤษ์*. (ข้อมูลการสัมภาษณ์, 9 มกราคม 2561)
- ปรัชญาภรณ์ ไชยคช นิตาชล สกฤษาญนรงค์ และนิติจิตติกันต์ เหมสุวรรณ. (2559). ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านจุฬาภรณ์พัฒนา 10 อำเภอเบตง จังหวัดยะลา. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่: 424-436. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2560. จาก <https://goo.gl/X4FwMw>
- แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดน่าน. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม, 2561. จาก <https://www.novabizz.com/Map/8.html>
- พื้นที่พิเศษเมืองเก่า. (2561). *ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดน่าน*. สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <http://www.dasta.or.th/dastaarea6/th/component/k2/item/116-116>
- ภูษณิศ เทชเลกิจ สันธุ์ สโลบล ภัทริกา มณีพันธุ์ และทัตพงศ์ อวิโรธนานนท. (2556). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ผ่านการจัดการชุมชนโดยเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พัฒนาผู้ประกอบการชุมชน และการตลาดตามแนวพระราชดำริพื้นที่ ตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด เชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2561 จาก http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5550088

- ภูมิ ชยานนท์ และสร้อยญา เชื้อทอง. (2557). *การพัฒนาเว็บไซต์แบบ Responsive โดยใช้การเรียนรู้ด้วยตนเอง กรณีศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว บริษัท ซิลเวอร์สโตนทัวร์ แอนด์ แทรเวล จำกัด*. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลการวิจัยระดับชาติ และนานาชาติ กลุ่มระดับชาติ ด้านการศึกษา, 3 (6): 367 สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2560 จาก <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/5-03/article/view/204/140>
- มนรัตน์ ใจเอื้อ และคณะ. (2558). รูปแบบการตลาดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม: ชุมชนบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*: 12-24. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2560 จาก <http://www.east.spu.ac.th/journal/booksearch/upload/1482-12-3-3.pdf>.
- มณีวรรณ ศุภติมัสโร และคณะ. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ซอฟต์แวร์บริหารโครงการ บนกลุ่มเมฆในองค์กรเอกชน. The Tenth National Conference on Computing and Information Technology, NCCIT2014*: 840. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2560 จาก http://202.44.34.144/nccitedoc/admin/nccit_files/NCCIT-20141011102521.pdf
- มาลินี ศรีมัยตรี. (2559). การพัฒนารูปแบบและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 11 (2), 53-65.
- มานิช ขาบรา. (2558). รูปแบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำโขง. *วารสารวิชาการสถาบันการพลศึกษา*. 7 (1): 131-148.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิภาส. (2556). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน. *Journal of Community Development Research*, 2013; 6(1): 42-60.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิภาส. (2557). แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติ ดอยอินทนนท์. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน*, 7 (1), 44-55.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ. (2558). ความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของชาวชุมชนแม่แมะ ตำบลแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 7 (3), 51-62.
- รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์. (2557). การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบัว จังหวัดน่าน. *วารสาร อารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน*, 5(1): 29-41.
- ราณี อีสัยกุล. (2557). *การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง*. นนทบุรี: โครงการส่งเสริมการแต่งตำรา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- ราณี อีสัยกุลและคณะ. (2559). *การพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย*.
รายงานฉบับสมบูรณ์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และสำนักงานคณะกรรมการ
วิจัยแห่งชาติ.
- รุ่งวิทย์ ตรีกุล. (2558). การมีส่วนร่วมของชุมชนบึงปลาอู๋ชัยในการจัดการ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ, 8 (2): 133-150. สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2560 จาก
https://mba.kku.ac.th/journal/allimages/pdf/pH8Sy_Z35KA_Rungwit.pdf
- วีระพล ทองมา. (2547). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) สำหรับ
การพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้*. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2560 จาก
www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc
- วีระศักดิ์ กราปัญญา. (2554). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ป่าชุมชนบ้านอ่าวท่า
เลน-บ้านท่าพรุ ตำบลเขาทอง อำเภอ จังหวัดกระบี่. *มสธ.วิจัย ประจำปี 2554*. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนธรรมชาติบ้านห้วยพ่าน. (2557). *เจ้าหน้าที่ศูนย์การเรียนรู้ฯ (ข้อมูลเอกสาร
ประกอบและการสัมภาษณ์, 9 มกราคม 2561)*.
- ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2555). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 8
มกราคม 2560 จาก [https://thaicomunitybasedtourismnetwork.
wordpress.com/cbt/](https://thaicomunitybasedtourismnetwork.wordpress.com/cbt/)
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ. (2559). *ความหมาย Mobile Application*. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2560
จาก [http://www.dpt.go.th/itc/index.php?option=com_content
&view=article&id=135mobile-application](http://www.dpt.go.th/itc/index.php?option=com_content&view=article&id=135mobile-application)
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). *รายงานขั้นสุดท้ายเรื่องการ
ดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัย
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สมชัย เบญจชัย. (ม.ป.ป). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2560 จาก [www.dnp
.go.th/fca16/file/96qfwxab5harkte.doc](http://www.dnp.go.th/fca16/file/96qfwxab5harkte.doc)
- สมชาย เดชะพรหมพันธุ์ และภัทราพร สร้อยทอง. (2545). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัยการ
บริหารและการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติในภาคตะวันออก*. ชลบุรี:
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). *รายงานผลการศึกษาการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนบนเส้นทางสีเขียว กรณีพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*.
กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

- สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ. (2555). *ทิศทางการพัฒนากลุ่มจังหวัด/จังหวัดภาคเหนือ*. สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 สาขาพิษณุโลก. (2561). *ป่าสงวนแห่งชาติ*. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://goo.gl/NWK8ND>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). *วัยรุ่นไทยครองแชมป์ใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด*. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2560 จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/article/Infographic59/16.ICT/3.ICT.pdf>
- สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2561). *ชุมชนห้วยฟ่าน*. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <http://www.uniserv.cmu.ac.th/file/2559/QR-Tour/QR-Code%20ชุมชนบ้านห้วยฟ่าน%20+%20รูปภาพ.pdf>
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1. (2561). *แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 (พ.ศ. 2553-2560)* สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://goo.gl/4eE3ci>
- สุวัฒน์ กิขุนทด. (2560). *ชู “บ้านห้วยฟ่าน” เป็นต้นแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <http://codi.or.th/index.php/public-relations/news/15207-2016-12-16-09-22-10>
- สินธุ์ สโรบล. (2557). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2560 จาก http://www.trf.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=957:2012-07-01-03-23-01&catid=35:research-forum&Itemid=146
- สุรีย์ บุญญานุพงศ์ และคณะ. (2559). *รายงานฉบับสมบูรณ์แผนงานการบริหารจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางอารยธรรมล้านนาเชื่อมโยงกับสปป.ลาว สหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุรีย์ บุญญานุพงศ์ และอัษฎางค์ โปราณานนท์. (2552). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเส้นทางอารยธรรมล้านนา : ลำปาง ลำพูน เชียงใหม่*. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2560 จาก http://www.sri.cmu.ac.th/~srilocal/research_a/DATA/52_E.html
- หลักการของการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชน. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2560 จาก www.krabi.go.th/krabi2015/m_file/lifetravel/25.pdfCachedSimilar
- อภิญา เลื่อนฉวี. (2547). *มาตรการทางกฎหมายในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ศึกษาเฉพาะกรณีอุทยานแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

อภริตี ช้วนตัน เสาวลักษณ์ รุ่งตะวันเรืองศรี และชนิภา ชูสุข. (2554). การประเมินศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน:กรณีศึกษาอำเภอฟากเพอร์ และอำเภอเจ็ดคต ตำบลปาล์มพัฒนา อำเภอมนัง จังหวัดสตูล. *วารสารสงขลานครินทร์* (ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์), 17 (1), 47-74.

อนุวัตร อินทนา. (2561). *บ้านหัวทุ่ง*. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2561 จาก

http://www.cbti.or.th/?ge=article&article_ge=show_article&gen_lang=18112014204215&id_category=11072012170044#.Wl94NK7XaM8

อังคณา หวลศรี. (2554). *บทบาทของชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้: กรณีศึกษาชุมชนบ้านหัวทุ่ง อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

อัศวิน แสงพิกุล. (2554). *แนวทางปฏิบัติที่ดีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2560 จาก

<http://www.dpu.ac.th/dpurc/research-274>

อาทิตย์ โชติวิริยวานิชย์ ปัญญา หมั่นเก็บ และทิพวรรณ ลิ้มกูร. (2556). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนหลวงพุดตานเลี่ยม เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร.

วารสารเกษตรพระจอมเกล้า, 2 (31): 47-57. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2560 จาก

<https://goo.gl/yg1fht>

อุไรวรรณ สุภานิตย. (2554). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา วัฒนธรรมชุมชน “โหนดนา เล” อำเภอสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร*, (ฉบับพิเศษ การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล); 11-19. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2560 จาก <http://journal.rmutp.ac.th/wp-content/uploads/2014/08/Special-LiberalArt-Humanity-Tourist-02.pdf>

เอมิกา เหมมินทร์. (2557). พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต*, 9-10 (16-17): 120. สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2560 จาก

<http://www.rsu.ac.th/jla/public/upload/journal/article/abstract/20160623abstractBCJ0120-140.pdf>

Akar, E., & Topcu, B. (2011). An Examination of the Factors Influencing Consumers' Attitudes Toward Social Media Marketing. *Journal of Internet Commerce*, 10 (1): 35-67.

Dahnil, M. I., Marzuki, K. M., Langgat, J., & Fabeil, N. F. (2014). Factors influencing SMEs adoption of social media marketing. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 119-126.

Diamantis, D. (2004). *Ecotourism: Management and Assessment*. London: Thomson.

Fennell, D. (1999). *Ecotourism: an introduction*. London: Routledge.

- Hewitt, A. M. (2011). *Aligning Social Media, Social Networking and Social Marketing: Engagement as the Key to Healthcare Marketing*. Proceedings of the Northeast Business & Economics Association: 211-214.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53 (1), 59–68.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
- 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.
- Popescu, J. (2014). Social Media as a Tools of Destination Marketing Organizations. *Singidunum. Journal of Applied Sciences*, 715-721. doi: 10.15308/SInteZa-2014-715-721
- Recine, M., Prichard, J., & Chaudhury, A. (2013). Social Media and Evolving Marketing Communication Using IT. *Communications of the Association for Information Systems*, 33: 115-128.
- Richardson, J. (1993). *Ecotourism & Nature Based Holiday*. Sydney: Australian Print Group.
- Schaupp, L. C., & Bélanger, F. (2014). The Value of Social Media for Small Businesses. *Journal of Information Systems*, 28 (1): 187-207. doi: 10.2308/isis-50674
- Simoni. S. (2014). Analyzing an Ecotourism Destination: Grand Canyon National Park. *Agricultural Management/Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 16(4): 5-11.
- Tomše, D., & Snoj, B. (2014). Marketing Communication on Social Networks - Solution in the Times of Crisis. *Marketing komuniciranje posredstvom socijalnih mreža – Rešenje u vreme krize*, 45(2): 131-138.
- United Nations Environment Programme. (2005). *Integrating Sustainability into Business: A Management Guide for Responsible Tour Operations*. UNEP: Paris, France.
- Weaver, David. (2007). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Wood, M. E., Norman, W., Frauman, E., & Toepper, L. (2010). *The Green Evaluation Program: Preliminary Results from a Pilot Ecotourism Monitoring Program for Nature Tour Operators*. Retrieved from <https://environment.yale.edu/publication-series/documents/downloads/0-9/99WoodNorman.pdf>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก: แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ภาคผนวก ข: แบบสอบถามเชิงสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุน
การตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ภาคผนวก ค: แบบสอบถามเชิงสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุน
การตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ภาษาอังกฤษ

ภาคผนวก ก

แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ชื่อแหล่งท่องเที่ยว
หน่วยงานผู้รับผิดชอบ/ผู้ดูแล
ที่อยู่
หมู่ที่.....บ้าน.....ตำบล.....
อำเภอ..... จังหวัด.....
ที่ตั้งตามพิกัดทางภูมิศาสตร์
.....

ผู้ประเมิน (ชื่อ-นามสกุล)
(หน่วยงาน)
ประเมินเมื่อ วันที่ เดือน พ.ศ.

ส่วนที่ 1 ด้านที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

- ☐ เป็นพื้นที่ธรรมชาติ หรือเป็นพื้นที่ที่ยังคงความเป็นธรรมชาติที่มีวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง
- ☐ การใช้พื้นที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย

ส่วนที่ 2 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

- ลักษณะการจัดการด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ธรรมชาติ

- ☐ เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่ยังไม่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
- ☐ เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบัน

หมายเหตุ ในกรณีที่พื้นที่ธรรมชาติยังไม่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ให้ทำการประเมินเฉพาะองค์ประกอบด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.1 จุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวและเรียนรู้ของแหล่งธรรมชาติ

หมายเหตุ แหล่งธรรมชาติที่จะจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องมีสิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเที่ยวชมได้เป็นอย่างดี และจุดดึงดูดดังกล่าวต้องก่อให้เกิดการเรียนรู้ในเรื่องระบบนิเวศ สร้างความภาคภูมิใจ ความหวงแหน และจิตสำนึกในการที่จะรักษาสິงนั้นให้คงอยู่ตลอดไป เช่น การมีสัตว์หรือพืชที่มีลักษณะโดดเด่น หายาก ใกล้สูญพันธุ์ เป็นต้น

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• แหล่งธรรมชาติไม่มี สัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐานประเภทใดที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว	0	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐาน เป็นประเภทที่สามารถพบได้ทั่วไปในประเทศไทย	1	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐานที่พบได้ในแหล่งธรรมชาติบางแห่งในประเทศไทย	2	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือ ธรณีสัณฐานประเภทที่พบน้อยแห่งในประเทศไทย แต่โอกาสที่จะพบเห็นมีน้อย	3	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐานประเภทที่พบน้อยแห่งในประเทศไทย และโอกาสที่จะพบเห็นมีปานกลาง	4	2	
• แหล่งธรรมชาติมีสัตว์ พืช หรือธรณีสัณฐานประเภทที่พบน้อยแห่งในประเทศไทย แต่โอกาสที่จะพบเห็นมีมาก และ นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะไปชมสิ่งดังกล่าว	5	2	
คะแนน			

1.2 ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ

หมายเหตุ แหล่งธรรมชาติควรที่จะคงสภาพความเป็นธรรมชาติคงเดิมไว้ได้มากที่สุด และมีการรบกวนโดยมนุษย์น้อยที่สุด แหล่งธรรมชาติที่ถูกบุกรุกหรือทำลายโดยมนุษย์จนไม่เหลือสภาพเดิมจะทำให้การเรียนรู้ระบบนิเวศและการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ลดลงไปด้วย

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• แหล่งธรรมชาติดั้งเดิมถูกทำลายไปหมด และมีสิ่งก่อสร้างต่างๆ ของมนุษย์ เข้ามาแทนที่	0	2	
• แหล่งธรรมชาติเดิมถูกทำลายเป็นส่วนใหญ่ คงเหลือเพียงบางจุดเล็กๆ ที่ยังคงสภาพธรรมชาติเดิม	1	2	
• แหล่งธรรมชาติเดิมถูกทำลายเป็นส่วนใหญ่ แต่มีบางจุดที่มีขนาดพื้นที่มากพอ และยังคงสภาพธรรมชาติเดิม	2	2	
• แหล่งธรรมชาติคงสภาพเดิมในระดับปานกลาง โดยกึ่งหนึ่งของพื้นที่มีการถูกรบกวน หรือดัดแปลงจากการกระทำของมนุษย์	3	2	
• แหล่งธรรมชาติคงสภาพเดิมเป็นส่วนใหญ่ และมีร่องรอยการรบกวน โดยมนุษย์เพียงส่วนน้อย	4	2	
• แหล่งธรรมชาติคงสภาพเดิมและไม่ถูกรบกวนโดยมนุษย์	5	2	
คะแนน			

1.3 ความเกี่ยวข้องของวัฒนธรรมท้องถิ่นกับแหล่งธรรมชาติ

หมายเหตุ ความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจะมีส่วนสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนในการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ ซึ่งชุมชนควรมีลักษณะเป็นชุมชนดั้งเดิมที่อาศัยอยู่ในแหล่งธรรมชาติ และยังคงรักษาวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีดั้งเดิมไว้ได้ เช่น ชุมชนผิวดงเหลือง หรือชุมชนชาวเขาเผ่าเล็กๆ หรือแหล่งธรรมชาตินั้นอาจมีหลักฐานชัดเจน ที่แสดงถึงการตั้งถิ่นฐานและการเป็นแหล่งวัฒนธรรมในอดีต เช่น ภาพเขียนฝาผนังถ้ำหรือบริเวณหน้าผา เป็นต้น

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• แหล่งธรรมชาติไม่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนและไม่มีหลักฐานการค้นพบการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์	0	2	
• แหล่งธรรมชาติไม่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน แต่พื้นที่ส่วนหนึ่งของแหล่งธรรมชาติเคยมีประวัติการตั้งถิ่นฐานหรือใช้ประโยชน์โดยชุมชนในอดีต	1	2	
• แหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่โดยรอบน้อย	2	2	
• แหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนในระดับปานกลาง โดยชุมชนใช้ทรัพยากรส่วนหนึ่งจากธรรมชาติและส่วนหนึ่งจากภายนอก	3	2	
• แหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนค่อนข้างมาก โดยที่ ชุมชนยังใช้ทรัพยากรจากภายนอกอยู่บ้าง แต่อยู่ในระดับน้อย	4	2	
• แหล่งธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนอย่างเห็นได้ชัด โดยชุมชนมีวิถีชีวิตที่ต้องพึ่งพาธรรมชาติในบริเวณนั้นเป็นหลักอาจเป็นชุมชนที่อยู่มาดั้งเดิมในพื้นที่ หรือมีหลักฐานการตั้งถิ่นฐาน และเป็นแหล่งวัฒนธรรมในอดีต	5	2	
คะแนน			

1.4 ความปลอดภัยของแหล่งธรรมชาติในการท่องเที่ยว

หมายเหตุ โดยจะพิจารณาจากโอกาสที่จะเกิดอันตรายจากตัวพื้นที่เองในบริเวณเส้นทางท่องเที่ยว เช่น แผ่นดินไหว สึนามิ น้ำป่า ดินถล่ม หน้าผาสูงชัน กระแสน้ำรุนแรง สัตว์ดุร้าย มาลาเรีย และปัจจัยภายนอก เช่น ภัยจากโจรสลัดร้าย โรคระบาดอื่นๆ เป็นต้น

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตรายบ่อยตลอดปี	0	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตรายในบางฤดูกาลหรือเพียงบางช่วงของปี	1	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตราย 1-2 ครั้งต่อปี	2	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 3 ปี	3	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 5 ปี	4	2	
• มีสถิติการเกิดเหตุอันตราย 1-2 ครั้ง ในรอบ 10 ปี หรือนานกว่า	5	2	
คะแนน			

คะแนนรวม	
----------	--

2. การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

2.1 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของตัวแหล่งท่องเที่ยว

หมายเหตุ การพิจารณาจะต้องประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้

- ก. การกำหนดเขตการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว เช่น มีการแบ่งเขตพื้นที่สงวน พื้นที่นันทนาการและพื้นที่พักอาศัย
- ข. การกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวันและฤดูกาล
- ค. การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว ให้พอเหมาะกับศักยภาพของพื้นที่และการบริการ

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• ไม่มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค	0	1	
• มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค น้อยมากและไม่เป็นระบบ	1	1	
• มีการจัดการในข้อ ก ข และ ค น้อยและไม่เป็นระบบ มีการวางระบบไว้บ้าง แต่การปฏิบัติมีข้อบกพร่อง	2	1	
• มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐานอย่างน้อย 1 ข้อ	3	1	
• มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐาน 2 ข้อ	4	1	
• มีการจัดการที่เป็นระบบหรือได้มาตรฐานครบ 3 ข้อ	5	1	
คะแนน			

2.2 การจัดการด้านบริการนักท่องเที่ยว

หมายเหตุ การประเมินในดัชนีนี้จะพิจารณาจากการดำเนินงานด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว โดยมีการจัดการที่เหมาะสมให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการได้รับบริการที่คุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยว หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• จำนวนบุคลากรด้านบริการมีเพียงพอที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่	0, 1	1	
• มีระบบเตือนภัยนักท่องเที่ยว และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	0, 1	1	
• มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภค เช่น ถนน น้ำ ไฟฟ้า ห้องสุขา และขยะ ที่เหมาะสมและกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	0, 1	1	
• มีการจัดการด้านอาหารและโภชนาการที่ถูกต้องเหมาะสม มีการจัดเก็บขยะ และรักษาความสะอาด	0, 1	1	
• มีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น ที่พักแบบโฮมสเตย์	0, 1	1	
คะแนน			

2.3 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว			
หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่ที่มีความเปราะบางทางนิเวศวิทยา เช่น พื้นที่ที่ฝูงนกอยู่ในระยะสืบพันธุ์ กำลังสร้างรัง วางไข่	0, 1	1	
• กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น ไม่รบกวนความสงบสุขของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ และไม่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมอันดี หรือวัฒนธรรมของชาติ	0, 1	1	
• มีการศึกษา วิจัย สถานภาพของทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมในท้องถิ่นในพื้นที่ และนำข้อมูลมาวางแผนทางที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น	0, 1	1	
• กิจกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้และมีส่วนร่วม	0, 1	1	
• กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้แหล่งธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ	0, 1	1	
คะแนน			
2.4 การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• มีแผนการดำเนินงาน	0,1	1	
• มีแผนการดำเนินงาน และมีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงาน	0,1	1	
• มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงาน และมีการวิเคราะห์ประเมินผลกระทบ	0,1	1	
• มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงาน มีการวิเคราะห์ประเมินผลกระทบ และมีการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว	0,1	1	
• มีแผนการดำเนินงาน มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตามแผนการดำเนินงาน มีการวิเคราะห์ประเมินผลกระทบ มีการปรับปรุง และแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว และมีการปฏิบัติด้านการติดตาม การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง	0,1	1	
คะแนน			
คะแนนรวม			

3. การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก

3.1 มีบริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• มีการให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีการรับโทรศัพท์ และตอบอีเมล	0, 1	2	
• มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูล และข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวก่อนการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เช่น แผ่นพับ และโปสเตอร์	0, 1	2	
• มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว	0, 1	2	
• สื่อท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ และเป็นข้อมูลปัจจุบัน	0, 1	2	
• มีบุคลากรที่มีความรู้พอที่จะอธิบายเกี่ยวกับระบบนิเวศ และการอนุรักษ์ โดยเรียนรู้จากประสบการณ์ และการบอกเล่า	0, 1	2	

คะแนน

3.2 มีการให้ความรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและการอนุรักษ์กับนักท่องเที่ยวและชุมชนที่อยู่โดยรอบพื้นที่

หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
• มีการจัดอบรมชุมชนเกี่ยวกับคุณค่าของ ทรัพยากรธรรมชาติและการอนุรักษ์เป็นระยะๆ ตามความเหมาะสม	0, 1	2	
• มีการจัดเส้นทางศึกษาธรรมชาติและป้ายสื่อความหมายบนเส้นทาง เพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว	0, 1	2	
• มีการจัดกิจกรรมด้านการศึกษาระบบนิเวศให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ เฉพาะด้าน เช่น กิจกรรมการดูนก การศึกษาพันธุ์ไม้ ฯลฯ เป็นครั้งคราว	0, 1	2	
• มีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น หรือระดับประเทศ เช่น รายการวิทยุและโทรทัศน์	0, 1	2	
• มีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์	0, 1	2	

คะแนน

คะแนนรวม

4. การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว			
ดัชนี	คะแนน (A)	ค่าน้ำหนัก (B)	ค่าคะแนน (A*B)
4.1 ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
• มีตัวแทนของชุมชนในการวางแผนหรือบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0, 1	2	
• การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลและรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ในพื้นที่ท่องเที่ยว	0, 1	2	
• ชุมชนมีส่วนร่วมในการรักษาวินัยธรรมท้องถิ่น	0, 1	2	
• กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น	0, 1	2	
• มีการก่อตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่างๆ ที่เกิดจากท้องถิ่นซึ่งมีบทบาทต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0, 1	2	
คะแนน			
4.2 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว หากไม่มีคุณสมบัติตรง ให้ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรง ให้ 1 คะแนน			
• ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหาร	0, 1	2	
• ชุมชนมีรายได้จากการขายสินค้าพื้นเมือง	0, 1	2	
• ชุมชนมีรายได้จากการนำเที่ยวและให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว	0, 1	2	
• ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก เช่น การจัดโฮมสเตย์	0, 1	2	
• ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมือง	0, 1	2	
คะแนน			
คะแนนรวม			
คะแนนรวมทั้งหมด (100)			

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

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเชิงสำรวจ

รูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน ผลที่ได้จะนำมาพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการตลาดให้กับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย คณะผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านแสดงความคิดเห็นและตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ครบถ้วน ความเห็นของท่านมีความสำคัญยิ่งต่อการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความต้องการด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หรือ เติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20-29 ปี ☐ 30-39 ปี
☐ 40-49 ปี ☐ 50-59 ปี ☐ 60 ปีขึ้นไป
3. ภูมิลำเนา ☐ ภาคกลาง ☐ ภาคเหนือ ☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
☐ ภาคตะวันออก ☐ ภาคตะวันตก ☐ ภาคใต้

4. สถานภาพสมรส ☐ โสด ☐ สมรส ☐ หม้าย
☐ หย่าร้าง ☐ แยกกันอยู่
5. ระดับการศึกษา ☐ มัธยมศึกษา ☐ อนุปริญญา /ปวส. ☐ปริญญาตรี
☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก ☐ อื่นๆ (ระบุ)
- 6.อาชีพ ☐ รับจ้างทั่วไป ☐ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ☐ ข้าราชการ
☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ ลูกจ้างในหน่วยงานราชการ ☐ พนักงานเอกชน
☐ เกษตรกร ☐ นักเรียน นิสิต นักศึกษา
☐ ไม่มีอาชีพ (พ่อบ้าน/แม่บ้าน) ☐ อื่นๆ (ระบุ)
7. รายได้ต่อเดือน ☐ 10,000 บาท หรือ น้อยกว่า ☐ 10,001 - 20,000 บาท
☐ 20,001 - 30,000 บาท ☐ 30,001 - 40,000 บาท
☐ 40,001- 50,000 บาท ☐ 50,001- 60,000 บาท
☐ 60,001- 70,000 บาท ☐ 70,001 บาทขึ้นไป
- 8.สถานะของท่านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ
☐ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย ☐ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวต่างชาติ
☐ สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ☐ สมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
☐ ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ☐ นักวิชาการ
☐ องค์กรพี่เลี้ยง (ททท. ทกจ. สกว. อพท. NGOs) ☐ อื่นๆ (ระบุ)

9. จากประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของท่าน ท่านมีการวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทางหรือไม่

☐ มี อธิบายว่ามีการวางแผนอะไรและวางแผนอย่างไร

.....

.....

.....

☐ ไม่มี อธิบายเหตุผล

.....

.....

.....

10. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนหรือไม่

..... ไม่เคย .

..... เคย (ระบุสถานที่ และความรู้สึกต่อสถานที่ดังกล่าว)

.....

.....

11. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและกิจกรรมที่ท่านสนใจ กรุณาใส่หมายเลขหน้าข้อความ โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยสุด (1 = มากที่สุด, 2 = มาก, 3 = ปานกลาง, 4 = น้อย และ 5 = น้อยที่สุด)

..... ศึกษาธรรมชาติเดินป่า	 เทียน้ำตก	 ที่พักผ่อนรับประทานอาหาร
..... ดูดาว/ดูนก/ส่องสัตว์	 พักแรมด้วยเต็นท์	 โบราณสถาน/ศิลปวัฒนธรรม
..... เที่ยวสวนเกษตร	 เทศกาลประเพณี	 ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/นวดสมุนไพร
..... ช้อปปิ้งสินค้าพื้นเมือง	 วิถีชีวิตชุมชนและบ้านพักชนบท	
..... อื่นๆ (ระบุ).....		

12. แหล่งข้อมูลใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ กรุณาใส่หมายเลขหน้าข้อความ โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยสุด (1 = มากที่สุด, 2 = มาก, 3 = ปานกลาง, 4 = น้อย และ 5 = น้อยที่สุด)

..... เพื่อน/ครอบครัว บริษัททัวร์ นิตยสารท่องเที่ยว
 โทรศัพท์ / วิทยุ อินเทอร์เน็ต สถาบันการศึกษา
 หน่วยงานภาครัฐ เช่น อพท. กรมการท่องเที่ยว/ทททอื่นๆ (ระบุ).....

13. ในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ ท่านเดินทางท่องเที่ยวกับบุคคลใดบ้าง กรุณาใส่หมายเลขหน้าข้อความ โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยสุด (1 = มากที่สุด, 2 = มาก, 3 = ปานกลาง, 4 = น้อย และ 5 = น้อยที่สุด)

..... เพื่อน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน
 กรุ๊ปทัวร์ ครู อาจารย์ อื่นๆ (ระบุ).....

14. ท่านมักใช้ยานพาหนะใดในการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ กรุณาใส่หมายเลขหน้าข้อความ โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยสุด (1 = มากที่สุด, 2 = มาก, 3 = ปานกลาง, 4 = น้อย และ 5 = น้อยที่สุด)

..... รถยนต์ส่วนบุคคล รถประจำทาง รถเช่าเหมา
 รถไฟ รถนำเที่ยว อื่นๆ (ระบุ).....

15. ในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศส่วนใหญ่ของท่านมีการพักค้างคืนหรือไม่

..... พักค้างคืน ไม่พักค้างคืน (ข้ามไปส่วนที่ 2)

16. สถานที่พักค้างคืนของท่านเป็นที่พักประเภทใดบ้าง กรุณาใส่หมายเลขหน้าข้อความ โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยสุด (1 = มากที่สุด, 2 = มาก, 3 = ปานกลาง, 4 = น้อย และ 5 = น้อยที่สุด)

..... โรงแรม โฮมสเตย์ บังกาโล/รีสอร์ท
 บ้านพักรับรอง วัด/โรงเรียน อื่นๆ (ระบุ).....

17. ระยะเวลาการพักค้างคืน

..... น้อยกว่า 1 วัน 1-3 วัน 4-6 วัน
 7-9 วัน 10-12 วัน มากกว่า 12 วัน

18. ค่าใช้จ่ายที่จ่าย ๆ ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่าใช้จ่ายเป็นค่าบริการประเภทใดมากที่สุด เรียงลำดับก่อนไปหลัง

..... ค่าธรรมเนียมเยี่ยมชม ค่าอาหาร ค่าที่พัก
 ค่าเดินทาง ค่าคนนำเที่ยว ค่ากิจกรรมท่องเที่ยว
 อื่น ๆ

19. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคน

..... ต่ำกว่า 1,000 บาท 1,001-3,000 บาท 3,001-5,000 บาท
 5,001-7,000 บาท 7,001-9,000 บาท มากกว่า 9,000 บาท

20. สำหรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศนี้ท่านคิดว่าอะไรเป็นแบรนด์ (brand) หรือตราสินค้าของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศนี้

.....

21. สำหรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศนี้ท่านคิดว่าอะไรเป็นคุณค่า (value) ของการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศนี้

.....

22. ท่านมีวิธีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศนี้อย่างไร

.....

23. อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศดังต่อไปนี้ ที่ท่านมีประสบการณ์การใช้ กรุณาใส่หมายเลขหน้าข้อความ โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยสุด (1 = มากที่สุด, 2 = มาก, 3 = ปานกลาง, 4 = น้อย และ 5 = น้อยที่สุด)

..... คอมพิวเตอร์เดสทอป โน้ตบุ๊ก (แล็ปท็อป) แท็บเล็ต

..... สมาร์ทโฟน (ไอโอเอส) สมาร์ทโฟน (แอนดรอยด์)

..... อื่นๆ (ระบุ).....

24. สื่อสังคมออนไลน์ดังต่อไปนี้ ที่ท่านมีประสบการณ์การใช้ กรุณาใส่หมายเลขหน้าข้อความ โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยสุด (1 = มากที่สุด, 2 = มาก, 3 = ปานกลาง, 4 = น้อย และ 5 = น้อยที่สุด)

..... Instagram Facebook Twitter

..... Google+ Line YouTube

..... Foursquare อื่นๆ (ระบุ).....

25. ความถี่ในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ของท่าน (ต่อสัปดาห์)

☐ ทุกวัน ☐ 5-6 วันต่อสัปดาห์

☐ 3-4 วันต่อสัปดาห์ ☐ 1-2 วันต่อสัปดาห์

26. ระยะเวลาในการใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) แต่ละครั้งของท่าน

☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ☐ 1-2 ชั่วโมง ☐ 3-4 ชั่วโมง

☐ 5-6 ชั่วโมง ☐ มากกว่า 6 ชั่วโมง

ส่วนที่ 2 ความต้องการด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบฟังก์ชัน และด้านการใช้งานของระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความต้องการใช้บริการด้านเนื้อหาที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อมูล	ระดับความต้องการ		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
1. ข้อมูลเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
2. ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
3. ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชน			
4. ข้อมูล ประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
5. ข้อมูลร้านอาหาร			
6. ข้อมูลโรงแรม ที่พัก หรือรีสอร์ทที่ได้มาตรฐาน			
7. ข้อมูลบริการด้านการคมนาคมขนส่ง			
8. ข้อมูลเส้นทางการเดินทาง			
9. ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
10. การบริการข้อมูล และศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว			
11. ข้อมูลสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง ร้านค้า OTOP			
12. ข้อมูลบริการด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน			
13. ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
14. ข้อมูลโปรโมชั่น/ทริปการเดินทาง			
15. ข้อมูลค่าใช้จ่ายต่าง ๆ			
16. กฎ/ข้อห้ามต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
17. มาตรการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
18. รีวิวจากผู้ที่เคยท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศมาแล้ว			
19. รูปภาพสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
20. วิดีโอสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
21. จุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
22. ปฏิทิน / ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
23. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่อยู่ใกล้เคียง			
24. อื่นๆ (ระบุ)			
25. อื่นๆ (ระบุ)			

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความต้องการใช้บริการในด้านฟังก์ชันที่เหมาะสมที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อมูล	ระดับความต้องการ		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
1. ด้านฟังก์ชัน			
มีบริการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
มีบริการค้นหาและจัดการเส้นทางการเดินทาง			
แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศแหล่งใหม่			
มี Wish list สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศที่ต้องการเที่ยว			
ข่าวอัปเดตสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ และงานต่างๆ			
มีบอร์ดสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูล			
มีบริการระบบแชร์ไฟล์รูปภาพ/วิดีโอ			
เปิดให้ผู้สำรวจสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ			
เปิดให้ผู้ประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว			
มีให้ดาวน์โหลดเป็น Mobile App			
2. ด้านการใช้งาน			
กระบวนการใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก			
สามารถใช้งาน Application บนอุปกรณ์ที่หลากหลาย			
มีการตอบสนองการใช้งานที่รวดเร็ว			
สามารถติดตั้งได้ด้วยตัวเอง			
ความหลากหลายของหน้าที่ใน Application			
ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถปรับแก้ไขข้อมูลเองได้			
สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลโต้ตอบกันได้			
แสดงผลเป็นระบบเวลาจริง (Real Time)			
อื่นๆ (ระบุ)			

ท่านคิดว่าหน้าหลักของเว็บไซต์ควรมีการจัดหมวดหมู่อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| ☐ ตามประเภทของกิจกรรม/งานประเพณี | ☐ ตามข้อมูลภูมิภาค/จังหวัด |
| ☐ ตามเทศกาลสำคัญ | ☐ ตามสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม |
| ☐ ตามข้อมูลที่ถูกค้นหามากที่สุด | ☐ ตามโปรโมชั่นการท่องเที่ยว |
| ☐ ตามรีวิว | ☐ ตามเดือน/ฤดูกาล |
| ☐ ตามโปรแกรมท่องเที่ยว | ☐ อื่นๆ (ระบุ) |

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ

ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้ระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---|--|---|
| ☐ ลักษณะส่วนบุคคล | ☐ ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร | |
| ☐ ใช้งานง่าย | ☐ กิจกรรมเชิญชวน | |
| ☐ การประชาสัมพันธ์/โฆษณา | ☐ การให้บริการข้อมูลข่าวสาร | |
| ☐ ความชื่นชอบ | ☐ ทรัพยากรชุมชน | ☐ อิทธิพลจากเพื่อน |
| ☐ อิทธิพลจากครอบครัว | ☐ ความทันสมัย | ☐ การมีส่วนร่วม |
| ☐ ตอบสนองความต้องการ | ☐ ความสะดวกสบาย | ☐ เอกลักษณ์ของชุมชน |
| ☐ อื่นๆ (ระบุ) | ☐ อื่นๆ (ระบุ) | ☐ อื่นๆ (ระบุ) |

ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า การทำการตลาดออนไลน์จะทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อธิบายเหตุผล

- ☐ เห็นด้วย อธิบายเหตุผล.....
- ☐ ไม่เห็นด้วย อธิบายเหตุผล.....

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

Email ที่ติดต่อได้

ขอขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถามมากค่ะ

ภาคผนวก ค

แบบสอบถามเชิงสำรวจรูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ
ภาษาอังกฤษ

Survey Questionnaire

Requirements of Support System for Online Marketing of Community-Based Ecotourism in the Upper North Region

Explanation

This questionnaire was prepared for the purpose of identifying the requirements of support systems for online marketing of community-based ecotourism in the Upper North region.

The results will be used to develop a prototype support system for online marketing of community-based ecotourism in the Upper North region, through cloud applications to enhance Thailand's ecotourism marketing capabilities.

The researchers request your assistance to express your opinion and answer this questionnaire truthfully and completely. Your opinion is very important to this research and is highly appreciated.

Thank you very much for your cooperation.

This questionnaire is divided into four parts:

Part 1: General information and information on the activities of community based tourism, and the use of information technology in those activities.

Part 2: System processing requirements, content and format of a Support System for online marketing of community-based ecotourism in the Upper North region via a Cloud-Based Application.

Part 3: Factors affecting the use of online marketing support systems for ecotourism in the Upper North region of Thailand.

Part 4: Additional recommendations.

Please check ✓ in the box or fill in the blanks.

Part 1: Respondent's general information and behavior of community based tourism and use of information technology of the respondent.

1. Gender ☐ Male ☐ Female

2. Age ☐ Below 20 years old ☐ 20-29 years old
☐ 30-39 years old ☐ 40-49 years old
☐ 50-59 years old ☐ Above 60 years old

3. Home Country

4. Marriage Status ☐ Single ☐ Married ☐ Widowed
☐ Divorced ☐ Separated

5. Education ☐ High School ☐ Diploma ☐ Bachelor Degree
☐ Master Degree ☐ PhD ☐ Others (Specify)

6. Occupation ☐ General Contractors ☐ Business Owner ☐ Government official
☐ State Enterprise Employee ☐ Employee in government agencies
☐ Private Company Employees ☐ Farmer ☐ Student
☐ Unemployed ☐ Other (Please Specify)

7. Income (per month) ☐ 10,000 Baht (\$285) or Lesser ☐ 10,001 - 20,000 Baht (\$286-\$572)
☐ 20,001 - 30,000 Baht (\$573-\$857) ☐ 30,001 - 40,000 Baht (\$858-\$1142)
☐ 40,001 - 50,000 Baht (\$1142-\$1428) ☐ 50,001 - 60,000 Baht (\$1429-\$1714)
☐ 60,001 - 70,000 Baht (\$1715-\$2000) ☐ Above 70,001 Baht (\$2001)

8. Your status related to community ecotourism

- ☐ Community eco-tourist ☐ Association of Thailand Ecotourism and Adventure
☐ Thailand Responsible Tourism Association ☐ Academic/ Researcher / Scholar
☐ Business/Providers of community ecotourism ☐ Organization Mentor
☐ Other (Please Specify).....

9. From your experience in tourism, do you plan your trip before your travel?

- ☐ Yes. Explain what you do when you plan, and how do you plan?

.....

- ☐ No. Explain the reasons.....

.....

10. Have you ever visited an eco-community in the Upper North region of Thailand?

- ☐ No

- ☐ Yes. Please identify the place and feel for the place.....

11. Types of community based tourism attractions and activities that you are interested in?

Please put a number the blank in descending order from highest to lowest

(1 = most, 2 = average, 3 = moderate, 4 = low and 5 = least).

- | | | |
|------------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| Nature trail trekking | Waterfall | Eating out |
| Bird Watching | Camping | Historic / Art & Culture |
| Agro Tourism | Traditional festivals | Health Travel/Herbal Massage |
| Buying a local product | Community lifestyle | Others (Specify) |

12 .What information sources made you decide to travel to community based ecotourism sites?

Please fill the number in the blank in descending order from highest to lowest

(1 = most, 2 = average, 3 = moderate, 4 = low and 5 = least).

..... Friends / Family Travel Agency Travel Magazine
 TV / Radio Internet Educational institution
 Government agencies such as Department of Tourism Others (Specify)

13 Who do you travel with the most in community based ecotourism?

Please fill the number in the blank in descending order from highest to lowest

(1 = most, 2 = average, 3 = moderate, 4 = low and 5 = least).

..... Friends Family Colleagues
 Group ToursTeacher Others (Specify)

14. What kind of vehicle do you use to travel to community based ecotourism?

Please fill the number in the blank in descending order from highest to lowest

(1 = most, 2 = average, 3 = moderate, 4 = low and 5 = least).

..... Private Car Rental Car Train
 Public Bus Tour bus Others (Specify)

15. Do you stay overnight when visiting community based eco-tourism sites?

.....Yes No (skip to Question number 18)

16. What type of accommodation do you usually choose for your overnight accommodation?

Please fill the number in the blank in descending order from highest to lowest

(1 = most, 2 = average, 3 = moderate, 4 = low and 5 = least).

..... Hotel Homestay Bungalows / Resort
 Guest Room Temple / School Others (Specify)

17. How many days do you usually stay at the community based eco-tourism site?

..... Less than 1 day

..... 1-3 days

..... 4-6 days

..... 7-9 days

..... 10-12 days

..... More than 12 days

18. What expenditures do you usually pay at the community based eco-tourism site?

Please fill the number in the blank in descending order from highest to lowest

(1 = most, 2 = average, 3 = moderate, 4 = low and 5 = least).

..... Visit Fee

..... Food Purchase

..... Accommodation

..... Transportation cost

..... Tour operator

..... Tourism activities

..... Others (Specify)

19. What is your average expenditure per person per visit at a ecotourism site?

..... Less than 1,000 baht

..... 1,001-3,000 baht

..... 3,001-5,000 baht

..... 5,001-7,000 baht

..... 7,001-9,000 baht

..... More than 9,000 baht

20. What do you think is the brand of community based eco-tourism destination?

.....

21. What do you think is the value of visiting community based ecotourism site?

.....

22. How do you search for information about community based eco-tourism site?

.....

.....

.....

23. What computer or mobile equipment are that you would use to find information?

Please fill the number in the blank in descending order from highest to lowest

(1 = most, 2 = average, 3 = moderate, 4 = low and 5 = least).

..... Desktop Computer Notebook (Laptop)

..... Tablet Smartphone (iOS)

..... Smartphone (Android) Other (Specify)

.....

24. What social media would you use to find information?

Please fill the number in the blank in descending order from highest to lowest

(1 = most, 2 = average, 3 = moderate, 4 = low and 5 = least).

..... Instagram Facebook Twitter

..... Google+ LINE YouTube

..... Foursquare Others (Specify)

25. How often do you use social media/social network (per week)?

☐ Every day ☐ 5-6 days per week ☐ 3-4 days per week ☐ 1-2 days per week

26. How many hours do you use social media/social network each time you use it?

☐ Less than one hour ☐ 1-2 hours ☐ 3-4 hours

☐ 5-6 hours ☐ More than six hours

Part 2: Requirements for the content and format of Support System for online marketing of community-based ecotourism in the Upper North Region via Cloud-Based Application.

Mark ✓ in the box of level of service requirements in the field of content that matches your comments.

Information / Data	The level of satisfactory		
	Highest (3)	Neutral (2)	Lowest (1)
1. Identity of community based ecotourism			
2. Ecological Community Attractions			
3. Community-related tourism activities			
4. History of community based ecotourism			
5. Restaurant information			
6. Hotel/resort Information			
7. Information on transport services			
8. Route information			
9. Location information of ecotourism sites.			
10. Information Services/Tourist Information Center			
11. Shopping information about local products.			
12. Information on basic infrastructure			
13. Information on travel facilities.			
14. Information on promotion / travel / tours.			
15. Information on travel costs/prices			
16. Rules and restrictions in community based ecotourism.			
17. Security measures in community based ecotourism sites			
18. Reviews from community based eco-tourists			
19. Photos of community based ecological attractions.			
20. Videos of community based eco-tourism attractions.			
21. Highlights of community based eco-tourism attractions			
22. Season / Best time to visit community based eco-tourism			
23. Information about community based eco-tourism nearby			
24. Other (Specify).....			

Mark ✓ in the box of service level requirements for appropriate functions that match your comments.

Information / Data	The level of satisfactory		
	Highest (3)	Neutral (2)	Lowest (1)
The functional and technical facilities			
1 Searching for community based eco-tourism attractions			
2 Search and route management services			
3 Recommendation on new community based eco-tourism attractions			
4 Wish list of desired community based eco-tourism attractions			
5 News updates on various community based eco-tourism attractions			
6 Online discussion forum to exchange information			
7 Photos and video file sharing service			
8 Allowing users to review community based eco-tourism attractions by comments, suggestions, or rating.			
9 Allowing users to evaluate visitor satisfaction			
10 Available for download as a Mobile App.			
11 Others (Specify).....			

Information / Data	The level of satisfactory		
	Highest (3)	Neutral (2)	Lowest (1)
2. Operations			
12 User-friendly, hassle-free process			
13 Can be used on various applications			
14 Fast response time			
15 Self-installation			
16 A variety of functions in the application			
17 Involved parties can create their own web pages			
18 Interactive information exchange			
19 Present output in a real time			
20 Others (Specify).....			

How do you think the main page of your website should be **Categorized**? (Answer more than 1)

- ☐ Type of Activity / Tradition
 ☐ Region / Province
 ☐ Carnival
- ☐ Top Destinations
 ☐ Most searched information
 ☐ Promotional tour
- ☐ Review
 ☐ Month/Season
 ☐ Travel Program
- ☐ Others (Specify)

Part 3: Factors affecting the use of Support System for Online Marketing of Community-Based Ecotourism Attractions in the Upper North Region via Cloud-Based Application.

What do you think is important to use of Support System for Online Marketing of Community-Based Ecotourism Attractions in the Upper North Region via Cloud-Based Application (Answer more than 1)

- ☐ Personal characteristics ☐ Rapid communication ☐ Ease of use
☐ Public relations/advertising ☐ information and news services ☐ Passion
☐ Influence from friends ☐ Influence from the family. ☐ Modern
☐ Meet the match requirement. ☐ Convenient ☐ Community Resources
☐ Community Identity ☐ Participation ☐ Invitation
☐ Others (Specify)

Do you agree? Online marketing to generate revenue from tourism increased, explain why?

- ☐ Yes, they do. (Explain what plan)

.....

- ☐ No, they don't. (Explain the reasons)

.....

Part 4: Additional Recommendations

.....

.....

Email Contact:

.....

Thank you very much for answering the survey.