

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG62T0065
โครงการ : การสำรวจศักยภาพและพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชน
ของประเทศไทย ระยะที่ 2
นักวิจัย : นราวดี บัวขวัญ¹ และปรัชญากรณ์ ไชยคช²
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่²
Email : drkorntat@hotmail.com
ระยะเวลาโครงการ : 1 ปี (ตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2562 – 14 มกราคม 2563)

การศึกษานี้วิจัยเรื่อง การสำรวจศักยภาพและพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย ระยะที่ 2 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและประเมินความพร้อมของชุมชนที่มีการท่องเที่ยวในประเทศไทย พัฒนาระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ชุมชนสามารถใช้งานตัวเอง และจัดทำแผนการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การสำรวจพื้นที่ การสัมภาษณ์ เชิง และการจัดประชุมกลุ่มย่อย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 4 กลุ่มหลัก คือ 1) หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับมาตรฐานการท่องเที่ยว 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้ประโยชน์ข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) ชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวท่องเที่ยว และ 4) นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษา พบว่า ชุมชนที่มีคุณสมบัติและความพร้อมในการจัดเก็บข้อมูลทั่วประเทศจำนวนทั้งสิ้น 355 ชุมชนทั่วประเทศ โดยให้ชุมชนเป็นผู้กรอกข้อมูลชุมชนด้วยตัวเอง ผ่านระบบฐานข้อมูลที่ได้รับการออกแบบ การทำงานในลักษณะของ Cloud Platform เลือกใช้ฐานข้อมูลเป็น NoSQL แทน Relational Database ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาสำหรับข้อมูลขนาดใหญ่ งานผ่าน Internet หรือ 4G และสามารถเปิดใช้ได้ตลอดโดย บนมือถือ คอมพิวเตอร์ PC หรือ Tablet ด้านมาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศ พบว่า ภาคเหนือ ชุมชนมีมาตรฐานด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคมและคุณภาพชีวิตที่ดี ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ชุมชนมีมาตรฐานด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน เป็นอันดับ 1 ในด้านการส่งมอบฐานข้อมูลทำได้ 2 รูปแบบ คือ ส่งมอบระบบฐานข้อมูลไปทั้งระบบโดยให้หน่วยงานที่รับไป ดำเนินการผ่านระบบยังอยู่ใน Flat form หรือส่งมอบข้อมูลทั้งหมดด้วยโปรแกรม Excel หรือโปรแกรมอื่นขึ้นอยู่กับความประสงค์ของหน่วยงานรับมอบ ในด้านการจัดทำแผนสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย การแบ่งส่วนการตลาด สื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และกิจกรรมการท่องเที่ยว จัดทำกลยุทธ์การบริหารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และสร้างคุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้า (Value Proposition) อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทยต้องได้รับการพัฒนาการทำงานร่วมกับผู้ประกอบการนำเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นจุดอ่อนที่สำคัญที่สุด และการพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน, ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย, เกณฑ์ชี้วัดมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน, การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยว, การตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชน, ฐานข้อมูล

Abstract

Project code : RDG62T0065
Project title : The Survey of The Potentiality and The Development of
Community - based Tourism Database of Thailand Phase 2
Investigator : Narawadee Buakwan¹ and Prachyakorn Chaiyakot²
Songkhla Rajabhat University¹, Hatyai Business School, Hatyai
University²
Email address : drkorntat@hotmail.com
Project duration : 1 year (From 15 January 2019 to 14 January 2020)

The Survey of the potentiality and the development of community - based tourism database of Thailand phase 2 aims to Study the potential and assess the readiness of community based tourism in Thailand, develop a community based tourism database can use by themselves, and create marketing communication plans for community based tourism. Documentary study, field survey, in-depth interview and focus group discussion were used to collect data. The sample population consists of 4 main groups which are 1) agencies involved in tourism standards, stakeholders in using community based tourism information, tourism management communities and academics that concerned. It found that 355 communities with the qualifications and readiness in collecting data nationwide by having the community fill in the community information by oneself through a database that is designed to work in the Cloud Platform that use the database as NoSQL instead of Relational Database, which was developed for big data, work over the internet or 4G and can be used throughout the mobile phone, PC, or tablet. In the term of the standard of community based tourism management in the country, it is found that the northern region has standards of economic management, society and good quality of life, while in the central, northeastern and southern regions, communities have the highest standard of conservation and promotion of cultural heritage. In the aspect of database delivery, there are 2 ways to do; deliver the entire database by allowing the receiving department to proceed through the system still in flat form or delivering all data with Excel or other programs depending on the wishes of the delivery agency. In the formulation of a

community based tourism marketing communication plan consisting of market segmentation, communicate marketing through social media and tourism activities, formulate management strategies to build good relationships with customers and create value that is delivered to the customer. However, community based tourism in Thailand must be developed to work with tour operators which is considered the most important weakness and the development of tourism service quality.

Key words: Community based tourism, Thailand community based tourism potential, Community tourism standardization criteria, Tourism marketing communications, Community based tourism Marketing, Database