

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 เมื่อนำไปเทียบระดับศักยภาพที่กำหนดไว้พบว่าอยู่ใน**ระดับดี หรือ 3 ดาว** และหมู่บ้านห้วยพ่าน อำเภอยางตลาด จังหวัดน่าน เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบัน หมู่บ้านห้วยพ่านได้รับคะแนนรวมเท่ากับ 70 คะแนน เมื่อนำไปเทียบระดับศักยภาพที่กำหนดไว้ พบว่าอยู่ใน**ระดับดี หรือ 3 ดาว** ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้จัดกิจกรรมการเพิ่มความรู้สู่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อเพิ่มความรู้ ความชำนาญ และความมั่นใจในการเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศทั้ง 2 แห่ง

(2) ผลการศึกษารูปแบบความต้องการระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศ พบว่าในด้านเนื้อหาข้อมูลที่เป็นที่ต้องการประกอบด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก และ ปฏิทิน/ช่วงเวลาที่น่าท่องเที่ยว ส่วนในด้านฟังก์ชันที่เป็นที่ต้องการประกอบด้วย การบริการแชทไฟล์/วิดีโอ การอัปเดตข่าว แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และงานต่าง ๆ การบริการค้นหา และการจัดการเส้นทางเดินทาง ในด้านของการจัดหมวดหมู่หน้าหลักของเว็บไซต์ ประกอบด้วย จัดตามเดือน/ฤดูกาล จัดตามประเภทของกิจกรรม/ประเพณี/เทศกาล จัดตามสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม และจัดตามโปรโมชั่นการท่องเที่ยว สำหรับผลการออกแบบและพัฒนาต้นแบบระบบสนับสนุนการตลาดออนไลน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบนผ่านแอปพลิเคชันแบบกลุ่มเมฆ 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) ข้อค้นพบจากการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศของหมู่บ้านมณีพุกฤษ์และหมู่บ้านห้วยพานที่เป็นพื้นที่ศึกษา 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 และการต่อยอดในส่วนของการทำงานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อขายสินค้าชุมชน 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