

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการขยายตัวสูงขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อภาคเศรษฐกิจของประเทศ (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีได้กำหนดกรอบการวิจัยและนวัตกรรมกลุ่มบริการมูลค่าสูงเพื่อเพิ่มความสามารถภาคการผลิตและบริการให้มีมูลค่าเพิ่มสูงในตลาดโลกและสร้างความเข้มแข็งกับชุมชนและสังคมเพื่อความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จากนโยบายประเทศไทย 4.0 มุ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวในระดับโลกบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย ในแต่ละประเทศมีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นไปความคาดหวังที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของผู้บริโภค ทั้งมาตรฐานความพึงพอใจและปรับเปลี่ยนแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งในภูมิภาคเอเชียและยุโรป ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเมินว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนจะทำให้ธุรกิจของตนเองดีขึ้น (ร้อยละ 41) จากการทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้นและนักท่องเที่ยวใช้เวลาเที่ยวในพื้นที่นานขึ้น (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) ปัจจุบันแนวโน้มการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบ่งได้หลายแบบ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการความเรียบง่ายต้องการความสะดวกสบาย กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ค้นหาความแตกต่างทางวัฒนธรรมเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ค้นหาความโดดเด่นในสังคมโดยนิยมแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ทำให้เกิดนักท่องเที่ยวกลุ่มนิยมสื่อเทคโนโลยีออนไลน์ กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ตามหารางวัลแคว้นหลังจากทำงานซึ่งอาจเป็นการท่องเที่ยวหรรษาหรือสันทนาการพักผ่อนคลาย กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีข้อผูกมัดโดยมีจุดหมายหลักในการทำกิจกรรม เช่น กิจกรรมทางธุรกิจหรือการประชุม กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับจริยธรรมสิ่งแวดล้อม สังคม เช่น การท่องเที่ยวแบบจิตอาสา การท่องเที่ยวโดยชุมชน พฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้ง 6 กลุ่มนี้จะเป็นแนวโน้มนักท่องเที่ยวที่จะเกิดในอนาคต (Amadeus, 2018) ซึ่งมีลักษณะเป็นผู้ค้นหาความโดดเด่นในสังคมโดยมีการใช้สื่อออนไลน์การแบ่งปันประสบการณ์ที่ได้รับจากสินค้าและบริการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่ใช้สื่อออนไลน์ที่เรียกว่าการท่องเที่ยว So Lo Mo (Social Local หรือ Location และ Mobile) เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้สื่อออนไลน์ทางด้านเทคโนโลยีเป็นหลัก (Tourism Review Online Magazine, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับการใช้เทคโนโลยีในการทำตลาดด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคต การขับเคลื่อนเข้าสู่ความเป็นดิจิทัลจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ปัจจุบันการประกอบธุรกิจโดยใช้สังคมออนไลน์มีความนิยมกันมาก ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดย

ผู้ใช้งานสามารถเข้ามาแบ่งปันความรู้ ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ให้แก่กันได้อย่างอิสระและสามารถโต้ตอบแสดงความคิดเห็นกันได้อย่างทันทีทันใด สื่อออนไลน์จะผ่านช่องทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ ๆ ไม่ว่าจะเป็นบนเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ได้ การสื่อสารผ่านช่องทางเหล่านี้จะช่วยให้การทำการตลาดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น การทำตลาดดิจิทัล ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในรูปร่างของเศรษฐกิจโลก ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีโลกาภิวัตน์หรือสิ่งแวดล้อม การทำตลาดบนโลกออนไลน์โดยใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตเทคโนโลยีและเครื่องข่ายสังคมออนไลน์ ผสมผสานกันเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดจะขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ที่จะการสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจยุทธวิธีที่ทันสมัย ในการทำตลาดดิจิทัลในการท่องเที่ยวจะต้องทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกจดจำ ตระหนัก สอบถามหาข้อมูลได้ง่าย มีข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ และการบอกต่อในโลกออนไลน์ในทางที่ดี ดังนั้นการวางแผนการตลาดและการทำกลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัลจึงมีส่วนสำคัญมาก ทั้งนี้หากได้มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจผสมผสานกับการนำหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในศาสตร์พระราชาคือ การพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวตนเองในพื้นที่ฐานความรู้ คุณธรรม นำมาใช้ก็จะทำให้ชุมชนมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวกล่าวถึงมากที่สุดเป็นอันดับ 3 รองจากจังหวัดกรุงเทพมหานครและจังหวัดภูเก็ต (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) พื้นที่ในเขตลุ่มน้ำแม่วาว ตำบลแม่วาว อำเภอแม่วาว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นส่วนหนึ่งที่มีทรัพยากรธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก ตำบลแม่วาวแบ่งการปกครองออกเป็น 19 หมู่บ้าน ประชากรทั้งหมด 12,342 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลแม่วาว, 2560) ประกอบด้วยคนไทย กะเหรี่ยง และม้ง พื้นที่ร้อยละ 90 เป็นภูเขาและป่าไม้มีที่ราบระหว่างหุบเขาแคบ ๆ พื้นที่ความสูงตั้งแต่ 400 เมตร ถึง 1,600 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล แม่น้ำสายสำคัญ คือ แม่น้ำวาว ต้นน้ำเกิดจากลำน้ำหลาย ๆ สาย ได้แก่ แม่วาวซ้าย แม่วาวขวา แม่สะปोक แม่มุด แม่วีน แม่เตียน และห้วยโป่งสมิ แม่น้ำวาวไหลลงสู่แม่น้ำขานแล้วลงสู่แม่น้ำปิง พื้นที่ดังกล่าวระบบนิเวศป่าและความหลากหลายทางชีวภาพค่อนข้างสมบูรณ์ กลุ่มชาติพันธุ์ชาติแรกที่เข้ามาอยู่ในดินแดนแถบนี้ คือ ลัวะ ต่อมากะเหรี่ยง เข้ามาตั้งถิ่นฐานประมาณ 200 ปีมาแล้ว ม้งและคนไทย เข้ามาตั้งถิ่นฐานประมาณไม่เกิน 150 ปี ปัจจุบันดินแดนเขตตำบลแม่วาว ลุ่มน้ำวาวจึงประกอบด้วย กะเหรี่ยง ม้ง และคนไทย อาชีพของประชาชนดังกล่าวแล้ว ทำนา ทำสวน ทำไร่ เลี้ยงสัตว์ ค้าขาย รับจ้าง ช่างไม้ งานฝีมือ การท่องเที่ยวและการปลูกพืชเศรษฐกิจส่งโครงการหลวง และจำหน่ายอิสระ การท่องเที่ยวเป็นอาชีพสำคัญอย่างหนึ่งของชาวบ้าน หมู่บ้านห้วยโป่ง บ้านแม่มุด บ้านใหม่วังผา ปูน บ้านสบวีน และบ้านแม่สะปोक การท่องเที่ยวแบบเดินป่า ชี้อ้าง ล่องแพ เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 2535 แล้วขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง ปัจจุบันประสบปัญหาเนื่องจากมีนายทุนมาเอาเปรียบเปรียบกับชุมชนทำให้รายได้ส่วนใหญ่เป็นของนายทุน พ่อค้านักธุรกิจเข้ามาลงทุนเพื่อแสวงหาผลกำไรแต่ไม่พัฒนาชุมชน ชาวบ้านได้ประโยชน์จากทรัพยากรของตนน้อย ส่งผลให้ไม่เห็นคุณค่าไม่เกิดความรักและสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรในชุมชน ทำให้วัฒนธรรม

เก่าแก่บางอย่างเริ่มหายไป การปรับตัวทางเศรษฐกิจของชุมชนไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงจึงมักจะ ถูกเอาเปรียบอยู่เสมอ (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2561)

จากความสำคัญปัญหาและแนวคิดการท่องเที่ยว 4.0 จึงมีแนวคิดพัฒนาระบบ การตลาดดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ โดย กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน วิธีการเริ่มจากการสร้างกลยุทธ์จากการตลาดเพื่อได้โมเดล ธุรกิจตลาดดิจิทัลตามความต้องการชุมชนภายใต้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นำโมเดลมา สร้างต้นแบบพัฒนาระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นช่องทาง สื่อกลางในการติดต่อระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนให้เกิดความสะดวกประทับใจ สามารถ สอบถามข้อมูลได้และเกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับรู้แหล่ง ท่องเที่ยวที่น่าเสนอในระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลสร้างจดจำและการประชาสัมพันธ์บอกต่อได้ จัดการอบรมการพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลให้กับชุมชนสามารถนำไปปรับใช้เองตามความ เหมาะสมและพัฒนาต่อยอดด้วยตนเองได้ รวมทั้งการสร้างความเข้าใจกับชุมชนในการเข้าใจหลัก ของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนำไปปรับใช้กับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 สร้างโมเดลธุรกิจตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ต.แม่วิน อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่
- 1.2.2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ต.แม่วิน อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่
- 1.2.3 ประชาสัมพันธ์ช่องทางการตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัล
- 1.2.4 ถ่ายทอดความรู้การตลาดดิจิทัลส่งเสริมการท่องเที่ยวตามหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ที่มีนักวิจัย ผู้นำชุมชนท้องถิ่นและนักศึกษาที่เรียนด้านคอมพิวเตอร์เข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัยเพื่อนำไปปรับปรุง ในการเรียนการสอน

- 1.3.1 ประชากรในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการของ ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัด เชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการของ ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ โดย การเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง

- 1.3.2 กิจกรรมที่ศึกษา คือ ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาบริบทชุมชนโดย การสัมภาษณ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้นำชุมชน จัดเวทีแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ โดยมีประเด็น

คำถามเกี่ยวข้องกับการตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าและบริการของชุมชน อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับทิศทางรูปแบบตลาดดิจิทัลแก่ชุมชน ระดมความคิดจากผู้วิจัย ผู้นำชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยนำองค์ความรู้ที่ได้มาสังเคราะห์ศักยภาพและหารูปแบบระบบตลาดดิจิทัลที่เหมาะสม จัดประชุมระดมความคิดแลกเปลี่ยนแนวทางการวางแผนพัฒนาระบบการตลาดดิจิทัล โดยยึดหลักทฤษฎีการพัฒนาแบบ SDLC พัฒนาสื่อวีดิทัศน์ ทดสอบ ติดตั้ง และการนำไปใช้งานจริงจากหลักการพัฒนาระบบ ประเมินจากความพึงพอใจของผู้ใช้งานโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม ประชาสัมพันธ์ช่องทางการตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย จัดอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้งานระบบตลาดดิจิทัลส่งเสริมการท่องเที่ยวตามหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จัดประชุมแบบมีส่วนร่วมระหว่างชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้วิจัยเพื่อสรุปผล

1.3.3 พื้นที่ในการศึกษาคือ ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่

1.3.4 หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ 3) องค์การบริหารส่วนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1.4.1 ด้านวิชาการ

- ได้ข้อมูลด้านบริบท องค์ความรู้ทางการตลาดของชุมชน เข้าใจสถานการณ์สังเคราะห์ศักยภาพของชุมชน องค์ความรู้ในการผลิตและการจำหน่ายของชุมชน และนำองค์ความรู้มาหารูปแบบระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

- นักศึกษาที่เป็นทีมวิจัยร่วม ได้ความรู้ กระบวนการในทำวิจัย นำไปฝึกปฏิบัติจริงในการเรียนได้

- ผู้วิจัย สามารถนำความรู้ไปปรับปรุงในกระบวนการเรียนการสอนได้

1.4.2 ด้านพัฒนา

- ช่วยพัฒนาเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ความรู้ด้านการตลาดเพื่อเข้าไปใช้เป็นช่องทางการตลาดเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของตนได้

1.4.3 ด้านการผลิต

- ได้องค์ความรู้ทางการตลาดของชุมชน สามารถเป็นแนวทางนำไปปรับปรุงด้านการตลาดสินค้าOTOP ของชุมชนได้

- ได้ระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัล นำไปบริหารจัดการธุรกิจสินค้า OTOP ได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น

1.4.4 ด้านเศรษฐกิจ

- ช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนมากขึ้น โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนได้หลาย