การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

กฤษดา ขุ่ยอาภัย

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรกฎาคม 2552

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

กฤษดา ขุ่ยอาภัย

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กรกฎาคม 2552

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

กฤษดา ขุ่ยอาภัย

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์เศกสิน ศรีวัฒนานุกูลกิจ

.....กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร. โกสุมภ์ สายจันทร์

.....กรรมการ
อาจารย์ จิระ ปรังเขียว

30 กรกฎาคม 2552

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์ เศกสิน ศรีวัฒนานุกูลกิจ ประธานกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ช่วยเหลือให้คำแนะนำ ตรวจสอบ กลั่นกรองแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รองศาสตราจารย์ ดร.โกสุมภ์ สายจันทร์ และอาจารย์จิระ ปรังเขียว ที่กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ ผู้เขียนต้องขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ คุณอภิสิทธิ์ สุขเสริม คุณส่งเสริม วิริยะ คุณจณัฐ สงวนสุข คุณณภพ วานิชสาร คุณวฤทธิ์ชาติ ปาณชู คุณจิระเมศร์ พิพัฒน์คงถาวร คุณบุญทวี สุทธสม และ Mr. Ethan Conanan กัลยาณมิตร ผู้ให้ความช่วยเหลือผู้เขียนเสมอมา ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองทุกคน ที่ช่วยอำนวยความสะดวก ช่วยประสานงานจนงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณ คุณภาณุพงษ์ คุณบัวเพชร์ ขุ่ยอาภัย บิดามารดา คุณอุบลวรรณ ขุ่ยอาภัย คุณอินสนธ์ คุณสายพิณ และคุณไพศาล ขันชัยทิศ คุณย่าจันทร์ดี ขุ่ยอาภัย คุณยายคำใส บุญเรืองยา คุณอัมพร บุญเรืองยา และคุณวิรัตน์ บุญเรืองยา ที่เป็นกำลังใจให้ผู้เขียนศึกษาเล่าเรียนในสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จนทำให้ผู้เขียนประสบความสำเร็จในการศึกษาลงด้วยดี

กฤษดา ขุ่ยอาภัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายกฤษดา ขุ่ยอาภัย

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์เศกสิน ศรีวัฒนานุกูลกิจ ประธานกรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร. โกสุมภ์ สายจันทร์ กรรมการ

อาจารย์จิระ ปรังเขียว กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ศึกษาถึงศักยภาพ ความพร้อม วิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา และผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากข้อมูล 6 ส่วน คือ 1) การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร โดยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชน 2) รายการถามสำหรับสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 520 กลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็นชาวไทยจำนวน 260 กลุ่มตัวอย่าง และชาวต่างประเทศจำนวน 260 กลุ่มตัวอย่าง 3) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 4) แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านลวงเหนือ 5) การสนทนากลุ่ม ในกรณีการประชุมในชุมชนบ้านลวงเหนือ 6) การสังเกตแบบเข้าร่วมในกิจกรรมชุมชนต่าง ๆ

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความเห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่คือ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ส่วนในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศพบว่าการบอกต่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากคนใกล้ชิด หรือคนรู้จัก และอินเตอร์เน็ท มีอิทธิพลมากที่สุด ในด้านค่าครองชีพและงบประมาณในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนในด้านความน่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความเห็นว่า ยังไม่แน่ใจ และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความเห็นว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างชะลอตัวเนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจ และปัญหาทางการเมือง โดยเล็งเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีความสำคัญมากขึ้น สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าควรจะจัดขึ้นในรูปแบบของโฮมสเตย์ และต้องอาศัยการสนับสนุนจากภาครัฐ สำหรับความเห็นของผู้นำชุมชนบ้านลวงเหนือมีความเห็นสอดคล้องกับผู้ประกอบการ อีกทั้งยังพบปัญหา 3 ส่วน คือ 1) ปัญหาภายนอกชุมชน ได้แก่ ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาการเมือง 2) ปัญหาภายในชุมชน เช่น การขาดความเข้มแข็งของชุมชนในเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่น ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรและภาษาอังกฤษ เป็นต้น 3) ปัญหาจากภาครัฐ คือ การขาดการสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐเท่าที่ควร สำหรับผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถแบ่งได้สองส่วนคือ ผลกระทบด้านบวก ทำให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นรายได้ การประชาสัมพันธ์ชุมชน ส่วนผลกระทบด้านลบคือ อาจเกิดปัญหาด้านอาชญากรรม ยาเสพติด และโรคระบาด เป็นต้น แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านลวงเหนือคือ การพัฒนาในรูปแบบของโฮมสเตย์ และการสร้างแหล่งความรู้ชุมชน

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับได้เห็นว่า ยังไม่พร้อมในขณะนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังไม่แน่ใจในการท่องเที่ยว ประกอบกับปัญหาเศรษฐกิจและปัญหาการเมืองที่ทำให้ความน่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลดน้อยลง ในด้านศักยภาพและความพร้อมของชุมชน ผู้ศึกษาเห็นว่ามีความพร้อมค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นในการโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ การคมนาคมขนส่ง ที่พัก ความปลอดภัย เป็นต้น ประกอบกับผู้นำชุมชนมีความเข้มแข็ง ซึ่งสามารถผลักดันโครงการนี้ได้ ทั้งนี้โครงการนี้ควรจะรอจังหวะที่เหมาะสมก่อน คาดว่าน่าจะประมาณสองปี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Cultural Tourism: A Case Study of Ban Luang Nua, Luang Nua Sub-District, Doi Saket District, Chiang Mai Province

Author Mr. Kitsada kuiapai

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Seksin Srivatananukulkit Chairperson

Associate Professor Dr. Kusum Saichan Member

Lecturer Chira Prangkio Member

ABSTRACT

This study on cultural tourism: a case study of Ban Luang Nua, Luang Nua Sub-Ditrict, Doi Saket District, Chiang Mai Province had the objective of finding out the needs of the Thai and Foreign visitors in the Tai Lue cultural tourism at Ban Luang Nua as well as the capability and readiness. Analysis of the cause of the problems and effects from the cultural tourism was also conducted in order to suggest appropriate solutions for the development of the tourism in Ban Luang, Luang Nua Sub District, Chiang Mai Province.

The study was a qualitative research based on 6 sources of information comprising 1) documents, especially those concerning the community, 2) a check-list for 520 people in the sample group: 260 Thais and 260 foreigners, 3) interviews with tourism entrepreneurs in Chiang Mai Province, 4) interviews with the community leaders and government officials involved in the Ban Luang Nuan cultural tourism, 5) group discussions in a meeting at Ban Luang Nua Community and 6) observations by participating in community activities.

The study found that the Thai visitors felt that the tourism marketing factor which had the highest influence towards their decision in coming to Chiang Mai was the natural attractions whereas the foreign tourists felt that the culture, tradition and lifestyle had the most influence. As for the public relations, both Thai and Foreign visitors projected that the highest influence was by word of mouth from close friends and the Internet. As for the cost of living, the budget had the most influence. Both Thai and foreign visitors were unsure about the attractiveness of the cultural tourism. The tourism entrepreneurs reflected that the tourism situation in Chiang Mai had slowed

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

down due to the economic and political problems. They also said that Thai tourists had become more essential. The entrepreneurs suggested that the cultural tourism should be set up in the form of Homestay and it needed support from the government. The opinions of the community leader of Ban Luang Nua were consistent with those of the entrepreneurs. They also referred to three types of problems comprising 1) external problems of the community; economic and political ones, 2) internal problems; such as a lack of cultural strength in the local community, a lack of personnel and English skills and 3) problems from the government were due to the lack of good support. The effects from the cultural tourism can be divided into two parts; positive and negative effects. The positive effects were that it strengthened the community in terms of income and community public relations. The negative effects were crime, drugs and epidemics, and so on. The appropriate solutions in the development of cultural tourism in Ban Luang Nua should be developing the Homestays and establishing a community learning or knowledge center.

Day-tour visitors were not ready to come at this stage because they were unsure about the tourism condition in the villages and also the economic and political problems tended to reduce their interest in cultural tourism. Regarding the capability and readiness, the community was quite ready in terms of infrastructure, transportation, accommodation and security. The community leaders were strong and capable of running projects. However, they should wait for an appropriate time to launch the project, which should be around two years from now.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของเรื่องที่ศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ของการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยงเชิงวัฒนธรรม	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	7
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	11
2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	12
2.5 แนวคิดเรื่องศักยภาพในการรองรับได้ของพื้นที่	13
2.6 ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น	17
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	27
3.1 ประชาการและกลุ่มตัวอย่าง	27
3.2 ข้อมูลและแหล่งของข้อมูล	27
3.3 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
3.5 กรรมวิธีทางข้อมูล	28

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	32
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	83
5.1 สรุปและอภิปรายผล	83
5.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	91
บรรณานุกรม	92
ภาคผนวก	94
ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำหรับชาวไทย	95
ภาคผนวก ข แบบสอบถามสำหรับชาวต่างชาติ	99
ภาคผนวก ค แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ	103
ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้นำชุมชน	107
ประวัติผู้เขียน	111

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ	32
4.2	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามเพศ	32
4.3	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามเพศ	33
4.4	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	33
4.5	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามอายุ	34
4.6	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามอายุ	34
4.7	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ	35
4.8	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามสถานภาพ	35
4.9	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามสถานภาพ	36
4.10	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ	36
4.11	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามอาชีพ	37
4.12	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามอาชีพ	37
4.13	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการศึกษา	38
4.14	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการศึกษา	38
4.15	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามการศึกษา	39
4.16	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	39
4.17	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	40
4.18	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	40
4.19	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	41
4.20	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	42
4.21	แสดงร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	42

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.22	ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	43
4.23	ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	46
4.24	ความเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่อปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	49
4.25	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามความน่าสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่	52
4.26	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามความน่าสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่	53
4.27	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามความน่าสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่	53
4.28	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่	54
4.29	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่	54
4.30	ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่	55

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	26

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของเรื่องที่ศึกษา

รัฐบาลได้เริ่มบรรจุเรื่องการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2520-2524) เป็นครั้งแรก ซึ่งต่อมาก็ได้รับการบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตลอดมาจนถึงปัจจุบัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ที่ผ่านมาได้เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ให้ประชาชนทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกระดับ ทั้งด้านการวางแผนและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และเกิดความสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและสิ่งแวดล้อม (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย 2544: 1-4)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับโครงสร้างการพัฒนาประเทศให้เข้าสู่ดุลยภาพโดยยึดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาทุกมิติอย่างเป็นองค์รวมที่มีคนเป็นศูนย์กลาง โดยมุ่งสู่การพัฒนาอย่างมีคุณภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างความเป็นธรรมในสังคม สามารถก้าวตามโลกได้อย่างรู้เท่าทันและอำนวยประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ของประเทศ มีเป้าหมายดุลยภาพทางเศรษฐกิจที่จะเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว โดยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7-8 ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2544: 17-18)

แนวทางพัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญต่อการพิจารณาสมรรถนะในการรองรับของระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวและอนุรักษ์วัฒนธรรมอันดีงานของท้องถิ่น ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันกำหนดแนวทางบริหารจัดการที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว กำหนดเขตอนุรักษ์และเขตพัฒนาสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศิลปกรรมให้ชัดเจน ให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดและควบคุมการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และสามารถจัดเก็บรายได้เพื่อใช้ในการฟื้นฟูอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น พัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยการพัฒนาขีดความสามารถของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการเข้าออกประเทศ การเดินทางในประเทศ และการให้บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่งเสริมบทบาทชุมชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบวงจร การให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีระยะพักนานและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์และสร้างจิตสำนึกการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพเพื่อส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2544: 69 และ 94-95)

กลยุทธ์หนึ่งในแผนปฏิบัติการภายใต้วาระแห่งชาติเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 คือ โครงการนำร่องการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนจัดการการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นประเภทองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นการให้โอกาสผู้บริหารท้องถิ่น ประชาชน ผู้ทรงคุณวุฒิในท้องถิ่น รวมทั้งนักลงทุนภาคเอกชน ร่วมกันจัดทำแผนจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพื่อให้การท่องเที่ยวท้องถิ่นให้สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและเป็นเอกภาพ หน่วยงานรับผิดชอบประกอบด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล ประชาคมท้องถิ่น และองค์กรเอกชนอิสระ เป็นโครงการนำร่องในลักษณะการสัมมนาในท้องที่ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คิดว่ามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและมีองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่สนใจและเข้มแข็ง (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย 2544: 342)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญโดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาทพระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

บ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือก็เช่นกัน ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อ ซึ่งอพยพมาจากเขตสิบสองปันนา ทางตอนใต้ของมณฑลยูนนานสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยถือเป็นจุดขายสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ และลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ มีดังนี้ การจัดงานปอยโหลงเมิงโลง (ปอยหลวงเมืองลวง) ขึ้นทุกปีในช่วงก่อนงานสงกรานต์ประมาณ 1 อาทิตย์ มีการจัดสร้างบ้านไทลื้อ การทัศนศึกษาที่เมืองสิบสองปันนา ประเทศจีน เป็นต้น แสดงถึงกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับอดีตที่การท่องเที่ยวของอำเภอดอยสะเก็ดยังไม่เป็นที่แพร่หลาย มีสถานที่ท่องเที่ยวเพียงไม่กี่แห่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เช่น เขื่อนแม่กวงอุดมธารา วัดพระธาตุดอยสะเก็ด และหนองบัวพระเจ้าหลวง เป็นต้น การทำวิจัยนี้จะช่วยประเมินความเป็นไปได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (Demand Side) ศักยภาพของท้องถิ่น ความพร้อมทางด้านการท่องเที่ยว (Supply Side) ผลกระทบและหาแนวทางการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนาคต และเป็นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ให้กับอำเภอดอยสะเก็ดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1) เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

2) เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

3) เพื่อศึกษาปัญหาและวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา และผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือในปัจจุบัน

4) เพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนืออย่างยั่งยืน

1.3 ขอบเขตการศึกษา

สถานที่ในการวิจัย คือ บ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาในการทำวิจัย ประมาณ 6 เดือน คือตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2551 – มกราคม พ.ศ. 2552

ประชากร แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มที่สอง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มที่สาม คือ ชาวไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

เนื้อหา คือ ขอบเขตของเนื้อหา ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว มูลเหตุจูงใจด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ ความเห็นของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ ความเห็นของชุมชนชาวไทลื้อในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังกล่าว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1.4 ประโยชน์ของการศึกษา

งานวิจัยนี้จะช่วยพัฒนาการท่องเที่ยงเชิงวัฒนธรรมของบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ และบ้านลวงใต้ อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยชุมชนมีส่วนร่วม และภาคภูมิใจที่เกิดเป็นไทลื้อ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ให้กับอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่อีกทางหนึ่ง

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการความรู้หรือมีประสบการณ์ในวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น ด้านศิลปวัฒนธรรม การละเล่น อาหาร ดนตรี ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ เป็นต้น

นักท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติทั้งชายและหญิงที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของบริษัทนำเที่ยวที่มีประสบการณ์ ในการจัดนำเที่ยวด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ประชาชน หมายถึง ประชาชนไทลื้อที่อาศัยในบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Mclntoct and Goeldner กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์ก็เพื่อที่จะสร้างความคุ้นเคยกับประชาในท้องถิ่นอื่นๆ หรือประเทศอื่นๆ เพื่อที่จะเข้าใจซึ่งต่อวัฒนธรรมของประชากรเหล่านั้น ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้ และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความหมายอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต”

Reisinger กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความสนใจพิเศษในการสืบค้นและแสวงหาประสบการณ์การมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความสงบ สติปัญญา อารมณ์ และจิตใจ”

Smith กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวได้ซึมซับและมองเห็นถึงวิถีชีวิตของสังคมในอดีตผ่านสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏให้เห็นเช่น แบบบ้าน งานหัตถกรรม เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำมาหากิน และการแต่งกาย เป็นต้น”

Pigram กล่าวว่า “สิ่งจูงใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องของความแตกต่างในวิถีชีวิต การแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดซึ่งกันและกัน”

Greenwood กล่าวว่า “ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ของมนุษย์ (Ethnic Tourism) ล้วนแล้วแต่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงโดยมีโอกาสได้สัมผัสวัฒนธรรมที่แท้จริงของชนชาติต่างๆ อย่างใกล้ชิด”

Howell กล่าวว่า “ผู้คนเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เพื่อที่จะเรียนรู้หาประสบการณ์ และความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเห็นว่า คนท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมที่แปลกและโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวได้เช่นกันสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้โดดเด่นก็คือการที่นักท่องเที่ยวสามารถจะเพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดมุมมองทางด้านวัฒนธรรมที่กว้างไกลไปกว่าเดิม”

Richie and Zins กล่าวว่า ส่วนประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มีทั้งหมด 12 ประการด้วยกัน คือ

1. งานหัตถกรรม
2. ภาษา
3. ขนบธรรมเนียม พิธีปฏิบัติ
4. ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร การทำอาหาร
5. ศิลปะ และดนตรี รวมไปถึงภาพวาดและรูปปั้นแกะสลัก
6. ประวัติศาสตร์ และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
7. ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะในท้องถิ่น
8. งานสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่และดั้งเดิมในท้องถิ่น
9. ศาสนารวมไปถึงพิธีกรรมต่างๆ
10. ระบบการศึกษา
11. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
12. กิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ

Singer กล่าวคล้ายคลึงกันว่า ส่วนประกอบทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประวัติศาสตร์ งานหัตถกรรม กิจกรรมประเพณี ภาษา อาหาร ศิลปะ ดนตรี ศาสนา สถาปัตยกรรม การศึกษา การแต่งกาย งานและเทคโนโลยีของคนพื้นเมืองรวมทั้ง กิจกรรมยามว่าง

ตุ้ย ชุมสาย และญิบพัน พรหมโยธี กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่น่าสนใจก็เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มุมมานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวโยงกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมศิลปะนานาพรรณในหอศิลปะ เพื่อนมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหกรรม งานฉลอง และเพื่อชมการแสดงศิลปะครั้งสำคัญๆ”

พลอยศรี โปราณานนท์ กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการมีความรู้ หรือมีประสบการณ์ในวัฒนธรรมด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทนี้ จะอยู่ในรูปแบบที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมจากแหล่งท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็มีความเพลิดเพลินรวมอยู่ด้วย เช่น การมีประสบการณ์ด้านอาหาร ดนตรี การละเล่น การเต้นรำที่เป็นวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน เป็นต้น”

วิวัฒน์ชัย บุณยภักดิ์ กล่าวว่า “เมื่อสังคมมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปตามรสนิยมงานศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมบางอย่างก็ถูกปล่อยปละละเลยให้สูญหาย ด้วยสาเหตุของประโยชน์ใช้สอย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

น้อย ความไม่จำเป็นหรือไม่สะดวกต่อวิถีชีวิตสมัยใหม่ตลอดจนอิทธิพลของความเจริญหรือความเป็นเมือง (Civilization) แต่เมื่อมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาสู่ท้องถิ่นนั้นก็จะกระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูวัฒนธรรมพื้นบ้านขึ้นมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวจึงก่อประโยชน์ขึ้น 2 ทาง คือ การอนุรักษ์หรือสืบทอดวัฒนธรรมพื้นบ้าน และการพัฒนาวัฒนธรรมพื้นบ้านให้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว"

โครงการวิถีทรรศน์ กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสรรพสิ่งในโลกที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้" (อ้างในจิราวรรณ กาวิละ 2544: 20-22)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 5) กล่าวว่า "การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม"

จากความหมายของ "การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม" ดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งความสนใจพิเศษ โดยเฉพาะในเรื่องของการศึกษาและการเข้าร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม การชื่นชมในสุนทรียภาพของโบราณวัตถุสถาน คุณค่าทางวิทยาการและการศึกษา การเสริมสร้างมิตรภาพระหว่างผู้คน การเดินทางท่องเที่ยวเป็นโอกาสที่จะได้ทราบถึงวิถีชีวิตของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกัน ได้ไปมาหาสู่หรือคบค้าสมาคม ได้แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและประสบการณ์ซึ่งกันและกันซึ่งจะยังผลให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีของแต่ละสังคม เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างผู้คนต่างภูมิภาค หรือต่างท้องถิ่นเป็นการลดช่องว่างระหว่างชาวเมืองกับชาวชนบท นอกจากนี้ในระดับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างผู้คนต่างชาติต่างภาษา หรือต่างศาสนา ต่างวัฒนธรรมกระตุ้นให้เกิดความสนใจในความสวยงาม และคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อคุณภาพชีวิต ทำให้ทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่นหันมาสนใจที่จะบำรุงรักษาวัฒนธรรมประเพณี และปรับปรุงสภาพแวดล้อมของตนเองทั้งธรรมชาติและศิลปกรรมให้ดีขึ้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

Kottler (อ้างในชูสิทธิ์ ชูชาติ 2541: 16) ได้ให้แนวคิดทางด้านการตลาดของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ ส่วนผสมของการตลาด มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ (The Four Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์(Product) ซึ่งอาจมีลักษณะคงที่แน่นอนในลักษณะของสินค้าที่มีตัวตน หรือลักษณะของการบริการ ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และสถานที่ (Place) หรือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ช่องทางจัดจำหน่าย (Distribution) ในด้านการท่องเที่ยว จึงมีลักษณะ 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และสถานที่ ส่วนผสมของตลาดทั้ง 4 ประการ ต้องผสมกลมกลืนเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ดูภาพประกอบ

1. ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มิได้ หมายถึง ลักษณะรูปทรงของผลผลิตที่เสนอต่อลูกค้า แต่ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.1 พื้นฐานการออกแบบ (Basic Design) เช่น ในเรื่องโรงแรม องค์ประกอบดังกล่าว ได้แก่ ขนาดของโรงแรมอยู่ในระดับ เล็ก กลาง หรือใหญ่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในโรงแรมมีมากน้อยเพียงใด

1.2 การนำเสนอ (Presentation) การสร้างบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในสถานบริการให้เกิดความสวยงามประทับใจ เช่น การจัดสวนในที่สาธารณะในบริเวณโรงแรม การจัดห้องโถง (Lobby Room) ให้สวยงาม รวมทั้งการตกแต่งสถานที่บริเวณอื่นๆ ทั้งส่วนที่เป็นพื้นที่ใช้ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะภายในโรงแรม

1.3 การบริการ (Service) การบริการที่ดี เจตคติที่มีต่องานบริการ และบุคลิกภาพที่ดี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า

1.4 ยี่ห้อ (Brand) ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดี และมีจินตภาพที่ดีเกิดความประทับใจแก่คนทั่วไป

นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ยังมีส่วนประกอบที่สำคัญต่อไปนี้ 5 ประการรวมอยู่ด้วย (Middleton, 1979: 86 อ้างในชูสิทธิ์ ชูชาติ 2541: 17) ได้แก่

- ความน่าประทับใจและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และวัฒนธรรม (Destination Attraction and Environment)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

- สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Facilities and Service) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีที่พักประเภทต่างๆ ร้านอาหาร ระบบการขนส่ง กิจกรรมด้านกีฬาและนันทนาการ ร้านขายของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว ศูนย์บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ที่ทำการตำรวจท่องเที่ยว ฯลฯ

- การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility of the Destination) ความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้นการเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีการจัดสร้าง ปัจจัยพื้นฐานการผลิต เช่น สนามบิน ทางรถไฟ ท่าเรือ ยวดยานพาหนะ ที่มีความรวดเร็วและปลอดภัย และการส่งเสริมดูแลจากรัฐบาลในเรื่องการอำนวยความสะดวกสบายในสิ่งดังกล่าว

- จินตภาพของการท่องเที่ยว (Images of the Destination) ความประทับใจหรือจินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้บุคคลเกิดความใฝ่ฝัน ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเพราะมนุษย์มีประสาทแห่งการรับรู้ด้วยตา หู และสมอง ที่สามารถได้เห็น ได้ฟัง และบันทึกการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแล้ว มีความต้องการจะกลับไปเยี่ยมเยียนอีก หรือบอกต่อไปยังบุคคลอื่นๆ

- ราคาที่เสนอต่อผู้บริโภค (Price of the Customer) ราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการท่องเที่ยวที่เสนอต่อผู้บริโภคหรือนักท่องแตกต่างไปตามฤดูกาล เช่น ฤดูกาลท่องเที่ยว ราคาที่พักแพง แต่ฤดูกาลที่นักท่องเที่ยวน้อยราคาที่พักถูก นอกจากนี้ราคายังขึ้นอยู่กับการบริการและความสะดวกสบายที่ผู้บริโภคจะได้รับด้วย เช่น ที่พักในโรงแรมระดับ 5 ดาว ราคาย่อมแพงกว่าที่พักประเภทหอพัก หรือเรือนแรม (Guest House)

2. ราคา (Price) ราคาของสินค้าและการบริการในเรื่องการท่องเที่ยวไม่แน่นอน คงที่ มีความยืดหยุ่นสูง ขึ้นอยู่กับฤดูกาล วันหยุด และกิจกรรมซึ่งจัดในการนันทนาการและการใช้เวลาว่างของผู้บริโภค ถ้าเป็นวันหยุดหรือฤดูท่องเที่ยว ความต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการมีมาก ราคาย่อมสูงขึ้น ราคายังเปลี่ยนแปลงตามสภาวะเศรษฐกิจและการเมือง เกิดความวุ่นวาย ไม่ปลอดภัย ความต้องการการท่องเที่ยวจะลดลงส่งผลให้ราคาต่ำ นอกจากนี้ราคายังมีผลกับอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราและการขึ้นลงของน้ำมันเชื้อเพลิง คู่แข่งขันก็มีส่วนทำให้ราคาเปลี่ยนแปลงไป ถ้าหน่วยผลิตในตลาดการท่องเที่ยวมีมาก เช่น โรงแรมมีมากเกินความต้องการ การแข่งขันย่อมสูง การลดราคาก็เป็นปัจจัยหนึ่งในการแข่งขันเพื่อชนะคู่ต่อสู้ การกำหนดราคาค่าบริการด้านการท่องเที่ยวต้องกำหนดล่วงหน้าอย่างน้อย 1 ปี หรือมากกว่านั้น เพราะได้พิมพ์ราคาในแผ่นพับ (Brochure) ไว้ล่วงหน้า ดังนั้นการตั้งราคาต้องคำนึงถึงผลกระทบในอนาคต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ซึ่งบางอย่างอาจหลีกเลี่ยงได้ แต่บางอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะได้ตกลงราคาล่วงหน้ากับหน่วยธุรกิจเครือข่ายไว้แล้ว หรือประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดต้องอาศัยเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด (Promotion Tools) อันประกอบด้วยส่วนผสม 4 อย่าง ด้วยกัน คือ การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) และการขายโดยบุคคล(Personal Selling) ส่วนประกอบทั้ง 4 อย่างนี้ เรียกว่า "ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด" (Promotion Mix)

3.1 การโฆษณา(Advertising) การโฆษณา คือ การนำเสนอเกี่ยวกับเรื่ององค์กรและ/หรือ ผลิตภัณฑ์ขององค์กรไปยังผู้ที่สนใจโดยผ่านสื่อมวลชน (Khan Olsen and Var, 1993 อ้างในชูสิทธิ์ ชูชาติ 2541: 18) ดังนั้น สื่อกลางในการโฆษณา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในการโฆษณาต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงทุน

3.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การส่งเสริมการขายมักใช้ร่วมกับการโฆษณาและการขายโดยใช้พนักงานกระทำควบคู่กันไป การส่งเสริมการขายไปยัง ผู้บริโภค ประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การใช้ตัวอย่างสินค้า (Sample) การให้บัตรส่งเสริมการขาย คูปอง(Coupons) การเสนอเงินคืน (Money Refund Offer) การเสนอส่วนลด (Price Packs) การเสนอของแถม (Premium) การให้แสตมป์เก็บไว้แลกสินค้า (Trading Stamp) การแข่งขัน (Contest) การส่งฉลากชิงโชค (Sweepstake)

3.3 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการส่งเสริมการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยธุรกิจโดยตรง ซึ่งได้แก่ ผู้บริโภค ตัวแทนจำหน่าย พนักงาน รัฐบาล รวมทั้งสาธารณชนส่วนอื่นๆ

ความมุ่งหมายหลักของการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจินตนาการขององค์กรธุรกิจให้เกิดความรู้สึกที่ดีในสายตาของประชาชนทั่วไปมากกว่าการส่งเสริมการขาย

3.4 การขายโดยบุคคล (Personal Selling) เครื่องมือส่งเสริมการตลาดอันประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ เป็นการขายทางอ้อม (Indirect Selling) พนักงานขายสามารถติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ผลิตภัณฑ์จากหน่วยผลิต พ่อค้าขายส่ง (Whole sale) พ่อค้าขายปลีก (Retailer) และผู้บริโภค (Consumer) ได้รับการรับรู้จากพนักงานฝ่ายขายโดยตรงมิได้ผ่านการขายทางอ้อม โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-Way Communications) ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถต่อรองซักถามข้อสงสัยเพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อผลิตภัณฑ์หรือการบริการข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าได้รับก็สามารถย้อนกลับถึงหน่วยผลิตโดยผ่านการขายโดยบุคคล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. สถานที่ (Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution) ในด้านวัตถุประสงค์ของการตลาด สถานที่มิได้หมายถึงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานบริการด้านการท่องเที่ยว แต่ที่ตั้งหรือสถานที่ หมายถึง จุดขายทั้งหมดที่ทำให้ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในสถานบริการด้านการท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2539: 21 อ้างในสมศักดิ์ เตชะเอราวัณ 2544: 22) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมการซื้อ (Purchase Behavior) ผู้บริโภคมีรูปแบบการซื้อ 2 ประเภท คือ (1) การซื้อเพื่อทดลอง (Trial Purchase) (2) การซื้อซ้ำ (Repeat Purchase) ถ้าผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าเป็นครั้งแรกจะซื้อในปริมาณน้อยกว่าปกติ ในกรณีนี้ถือว่าเป็นการซื้อเพื่อทดลอง ช่วงทดลองเป็นช่วงการสำรวจพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคพยายามที่จะประเมินผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจของผู้บริโภคมีทฤษฎีขั้นตอนเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หรือ การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการของตน ซึ่งอาจเกิดเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น ความต้องการภายในบุคคลได้แก่ ความหิว ความกระหาย

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการให้อยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที แต่บางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการจะถูกจดจำไว้ เพื่อหาการตอบสนองในตอนหลังเมื่อความต้องการที่ถูกกระตุ้นสะสมไว้มาก จะทำให้เกิดการปฏิบัติในภาวะอย่างหนึ่ง คือ ความตั้งใจให้ได้รับการตอบสนองความต้องการ ซึ่งผู้บริโภคจะพยายามค้นหาข้อมูลเพื่อการตอบสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้น

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากขั้นที่สองผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจ และประเมินผลทางเลือกต่างๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่างๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือกกระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ง่ายและไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช่เป็นผู้ซื้อคนใดคนหนึ่งในทุกสถานการณ์การซื้อ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลพฤติกรรมในขั้น 3 จะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้อ

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จากการศึกษาแนวความคิดที่เกี่ยวกับความพอใจ รวบรวมได้ดังนี้

Cater Gord ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจที่เกิดจากความสนใจ และทัศนคติต่อบุคคลที่มีคุณภาพ และลักษณะสภาพของกิจกรรม

กุณฑลทิพย์ มาลากุล ได้สรุปว่า คือ ทฤษฎีว่าด้วยความรู้ 2 แบบ ของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ

ความรู้สึกในทางบวก คือ ความรู้สึกอาจเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้จะเป็นความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก จะเห็นได้ว่าความสุขที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้ก็มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

ความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ขอความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพอใจ สามารถแสดงออกมาในรูปของความรู้สึกทางบวกแบบต่างๆ ได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพอใจเพิ่มขึ้นอีกได้

Newman เสนอแนวคิดเรื่องพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสามารถศึกษาได้ชัดเจน เมื่อแยกออกเป็นการตอบรับ (Response) และปฏิบัติ (Reaction) ของมนุษย์ ต่อสภาพแวดล้อมทางกาย ปฏิกิริยาต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพหรือสรีระ ซึ่งสามารถวัดได้ง่าย เช่น การเปลี่ยนแปลงของอัตราการเต้นของหัวใจ อุณหภูมิของร่างกาย ฯลฯ ในขณะที่การตอบรับ หมายถึง การรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งรวมเรียกว่า การตอบรับทางสังคมจิตวิทยาและพฤติกรรม (Social-Psychological and Behavioral Response) ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เกิดการตอบรับในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ (1) ลักษณะของบุคคลผู้ตอบรับสภาพแวดล้อม (2) ลักษณะของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำให้เกิดการตอบรับ (3) การรับรู้ของบุคคล (4) การประเมินสภาพแวดล้อมบุคคลนั้น (5) ความพอใจในสภาพแวดล้อม (6) พฤติกรรมบุคคลเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมปัจจัย 2 ปัจจัยแรกเป็นสิ่งที่ป้อนเข้าระบบ โดยลักษณะของบุคคลรวมถึงปัจจัยต่างๆ ด้านประชากรศาสตร์ พื้นฐานทางสังคมเศรษฐกิจ และรูปแบบวงจรชีวิต ส่วนปัจจัย 4 กลุ่มหลังเป็นผลที่ส่งออกมาจากระบบ การที่บุคคลนั้น การประเมินผลความพอใจกายภาพของบุคคลตามมา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากการรับรู้ พฤติกรรมของบุคคลก็ตามมาจากการรับรู้ การประเมินผลการแสดงออกนี้จะสะท้อนว่าบุคคลนั้นมีความพึงพอใจสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นหรือไม่

นิยะดา ชุณหวงศ์ และนินารท โอฬารวรวุฒิ มีความเห็นว่าความพึงพอใจความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับทัศนคติ โดยถือเป็นพื้นฐานของทัศนคติเกิดความจูงใจที่ดี

แน่งน้อย พงษ์สามารถ กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงท่าทีทั่ว ๆไปที่เป็นผลมาจากท่าทีที่มีต่อสิ่งต่างๆ 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับกิจกรรม
2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคล
3. ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม

วิมลสิทธิ์ หรรยางค์กูล กล่าวว่า ความพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของเราที่สัมผัสกับโลกเกี่ยวกับความหมายของหารจัดการสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการจัดการสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ (อ้างในวรัญญา เทพวัลย์ 2545: 20 - 21)

จากคำจำกัดความและความหมายของความพึงพอใจที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่าส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นคล้ายคลึงกัน ซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งที่ต้องการ หรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่งความรู้สึกพึงพอใจที่ได้กล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนองโดยสิ่งที่ทำให้เกิด ความรู้สึก ความคิดเห็นหรือความพึงพอใจแก่มนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร (Resource) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบพอใจ คือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจ และความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่ต้องการครบถ้วน แต่เนื่องจากทรัพยากรในโลกนี้มีอยู่จำกัด ดังนั้น ความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมีการจัดการทรัพยากรอย่างถูกต้องเหมาะสม และสภาพแวดล้อมทางกายภาพก็เป็นทรัพยากรอย่างถูกต้องเหมาะสม และสภาพแวดล้อมทางกายภาพก็เป็นทรัพยากรของระบบความพอใจอันหนึ่ง

2.5 แนวคิดเรื่องศักยภาพในการรองรับได้ของพื้นที่

การส่งเสริมการจัดการและการวางแผนการท่องเที่ยว ควรพิจารณาถึงขนาดของพื้นที่ข้อจำกัดทางระบบนิเวศ และทัศนียภาพ เพื่อจะได้นำเสนอสิ่งที่มีในพื้นที่ความสามารถในการบริหารและจัดการ ให้ตลาดการท่องเที่ยวให้ขยายออกไปมากขึ้น (Adrien M, 1997, อ้างในเดชา โต้งสูงเนิน, 2543: 30)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มนัส สุวรรณ (2538: 46) ได้อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ โดยกล่าวว่า ธรรมชาติของแต่ละพื้นที่ย่อมมีขีดจำกัด ความสามารถที่รับได้อยู่ในระดับหนึ่ง ระดับความสามารถที่รับได้นี้แตกต่างกันไปตามความแตกต่างทางด้านกายภาพ และชีวภาพของพื้นที่และกิจกรรมของมนุษย์ที่กระทำในพื้นที่นั้น ซึ่งหากมีการใช้ประโยชน์จากพื้นที่เกินขีดจำกัดนี้ไปแล้ว จะทำให้สภาพและความสมดุลของพื้นที่สูญเสียไปจนเกิดปัญหาต่อเนื่องอื่นๆ ตามมา ความสามารถที่จะรับได้นี้สามารถแยกพิจารณาเป็น 3 ประเด็น คือ

1. ความสามารถที่จะรับได้ทางกายภาพ (Physical Carrying Capacity) ลักษณะหรือสภาพทางกายภาพของสถานที่ที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามความประสงค์เป็นขีดจำกัดที่กำหนดได้ชัดเจนและจับต้องได้มากกว่า เช่น ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แน่นอนตายตัว ย่อมเป็นตัวกำหนดว่าจะสามารถสร้างอาคารหรือสิ่งก่อสร้างได้จำนวนมากน้อยเท่าใด เป็นต้น

2. ความสามารถที่จะรับได้ทางสังคม (Social Carrying Capacity) หมายถึง ความสามารถของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวที่จะพัฒนาเพื่อให้หรือขายบริการแก่ผู้มาเที่ยว กล่าวอีกนัยหนึ่ง ความสามารถของสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในจำนวนสูงสุดโดยไม่ทำให้เกิดภาวะแออัด

3. ความสามารถที่รับได้ทางนิเวศ (Ecological Carrying Capacity) หมายถึง ความสามารถของภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ และในบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ที่จะรับได้ต่อการเปลี่ยนแปลงทางนิเวศวิทยา เกิดจากการพัฒนาสถานที่ดังกล่าวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะการที่นักท่องเที่ยวไปรวมตัวอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งจำนวนมาก ย่อมก่อให้เกิดความกดดันต่อพื้นที่นั้นโดยตรง ซึ่งบางครั้งอาจจะมากเกินกว่าพื้นที่นั้นจะรับได้

มนัส สุวรรณ (2538: 48) ได้กล่าวว่าการประเมินความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวต้องประเมินองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 4 ประการ คือ

1. ความปรารถนาของผู้เที่ยวต้องประเมินความต้องการในประเภทและการบริการการท่องเที่ยวของคนส่วนใหญ่ทั้งในปัจจุบันและอนาคต เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นธรรมชาติจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ดีกว่าชาวต่างประเทศ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน โบราณวัตถุ สิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น สามารถใช้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ดี

2. ความสามารถในการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ความสามารถด้านนี้มีขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง คือ การกำหนดค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายหรือซื้อบริการที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สมเหตุสมผล การตั้งค่าธรรมเนียมการใช้หรือซื้อบริการ ที่สูงจะทำให้นักท่องเที่ยวหันไปสนใจแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าได้ เป็นต้น

3. ความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวใดที่ตั้งอยู่ไกลเกินไปถึงแม้การคมนาคมจะสะดวก หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ใกล้แต่มีความยากลำบากในการเข้าถึงย่อมมีส่วนทำให้ผู้ท่องเที่ยวเกิดความท้อแท้ที่จะไปใช้บริการได้ง่าย อย่างไรก็ตาม สถานที่เช่นว่านั้นอาจจะเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่นิยมการผจญภัยหรือต้องการความท้าทาย

4. ความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ ซึ่งสามารถพิจารณาออกเป็น 3 ประเด็น คือ

(1) ความสามารถที่จะรับได้เชิงกายภาพ คือ แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพทางกายภาพที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามความประสงค์

(2) ความสามารถที่จะรับได้ทางสังคม คือ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละลักษณะจะมีข้อจำกัดที่แตกต่างกันไป และ

(3) ความสามารถที่จะรับได้เชิงนิเวศ คือ สภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติในแต่ละบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ที่จะรับได้ต่อการเปลี่ยนแปลงทางนิเวศวิทยาที่เกิดจากการพัฒนาสถานที่ดังกล่าวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะการพัฒนาสถานที่ใดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอาจต้องมีการสูญเสียทรัพยากรบ้างไม่มากก็น้อย แต่ก็ต้องมีความคุ้มค่ากับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ มนัส สุวรรณ และคณะ (2541: 67) ที่ได้กล่าวถึงการจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ดีต้องคำนึงถึงขีดความสามารถการรองรับการท่องเที่ยว (Carrying Capacity) คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้มีความเติบโตไม่ก่อให้เกิดความสูญเสียด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และสังคมมากจนเกินไป และได้มีนักวิชาการเสนอแนวทางการจัดการขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวไว้หลายๆ แนวทาง ดังนี้

1. แนวทางที่อิงสิ่งแวดล้อม (An Environmentally Base Perspective) เสนอว่าการจัดการขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการรักษาสมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยให้มีการกำหนดสภาวะของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าปรารถนาไว้ล่วงหน้า เพื่อใช้เป็นเกณฑ์สำหรับประเมินผลกระทบของการท่องเที่ยว

2. แนวทางที่อิงการตลาด (A Market-Driven Approach) เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มจนถึงระดับที่ไม่สามารถรองรับได้ จะส่งผลให้ความปรารถนาของนักท่องเที่ยวมีความต้องการอุปสงค์ทางการตลาดที่ลดลง จึงต้องมีมาตรการเพื่อนำมาแก้ไขสถานการณ์ดังกล่าวได้ อาจจะเป็นรูปแบบของการขยายการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว หรือการจำกัดกิจกรรมการท่องเที่ยวลงก็ได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. แนวทางที่อิงชุมชน(A Community-Based Perspective) มุ่งเน้นที่ความสามารถรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนก่อนที่ชุมชนบริเวณดังกล่าวจะรู้สึกถึงผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้น การจัดการขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวตามแนวทางนี้จำเป็นต้องอาศัยการสร้างความเห็นพ้องกันระหว่างทุกฝ่ายในชุมชน เช่น ผู้อาศัย หน่วยงานราชการ และเอกชน เพื่อกำหนดสภาวะที่พึงปรารถนาของแหล่งท่องเที่ยว และวิธีการจัดการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดร่วมกัน

ทั้งสามแนวทางแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันในรายละเอียด แต่ทุกแนวทางล้วนแล้วแต่ถือข้อตกลงสำคัญ 4 ประการ คือ

1) การท่องเที่ยวเป็นตัวเร่งเร้าให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและก่อให้เกิดทั้งผลประโยชน์และผลเสียทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

2) สภาวะที่พึงปรารถนาของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่สามารถกำหนดได้และหากสภาวะนี้ถูกทำลายการท่องเที่ยวก็ไม่อาจคงอยู่ต่อไปได้

3) สภาวะที่พึงปรารถนานี้มิได้คงที่ตายตัว แต่อาจแปรเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น รวมทั้งความเข้าใจเกี่ยวกับอิทธิพลของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อสภาพของท้องถิ่น

4) สามารถกำหนดและดำเนินกลยุทธ์การจัดการ เพื่อควบคุมอัตราและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการท่องเที่ยวได้ เพื่อรักษาไว้ซึ่งสภาวะที่พึงปรารถนาไว้

นอกจากแนวทางทั้งสามที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น Williams & Gill 1994 (อ้างใน มนัส สุวรรณ และคณะ, 2541: 72) ยังได้เสนอแนวคิดใหม่ของการจัดการขาดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด แม้ว่าทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมจะเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวก็ตาม แต่ทรัพยากรเหล่านั้นมิได้เป็นตัวกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว แต่หากเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการจัดการที่กำหนดโดยชุมชนนั้นเอง ดัชนีบ่งชี้ถึงความคงที่ของอัตราความเติบโตทางประชากร ได้แก่ ระดับการอพยพเข้า-ออก โครงสร้างทางอายุ เพศ ฉะนั้นหากเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของชุมชนเปลี่ยนแปลงไปดัชนีชี้วัดก็จะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการตรวจสอบกันอย่างสม่ำเสมอ

จากแนวคิดข้างต้น ขนาดของพื้นที่ ข้อจำกัดทางระบบนิเวศ และทัศนียภาพ เป็นการพิจารณาถึงขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ พื้นที่ในแหล่งธรรมชาติหนึ่งๆ ย่อมมีขีดจำกัดในการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ หากใช้เกินขีดจำกัดจะทำให้สูญเสียความสมดุลของพื้นที่นั้นๆ และนำมาซึ่งปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ตามมา ซึ่งขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ วัดได้จากความสามารถที่จะรับได้ทางกายภาพ ทางสังคม และทางนิเวศ ทั้งนี้เพื่อการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประเมินความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ความสามารถในการใช้บริการ ความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึง และความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้มีความเติบโตจะไม่ไปทำลายทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และสังคมจนเกินไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดการโดยชุมชนท้องถิ่นเป็นผู้กำหนด

2.6 ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

Fox กล่าวว่า "ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบที่มีคุณค่าทางสังคมหลายๆ ระบบของแหล่งท่องเที่ยวนั้น เช่น พฤติกรรมของคน ความสัมพันธ์ทางครอบครัว วิถีชีวิต ความปลอดภัย ศีลธรรมจรรยา การแสดงที่สร้างสรรค์ และการเปลี่ยนแปลงในหน่วยต่างๆ ของสังคม"

Wolf กล่าวว่า "ผลกระทบทางสังคมเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นกับคนโดยตรง เป็นสิ่งที่ประชาชนท้องถิ่นได้รับผลกระทบจากการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม"

Inskeep ได้กล่าวถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นทั้งในแง่บวกและแง่ลบไว้ดังนี้

ผลกระทบในแง่บวก

1. การท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์แหล่งสถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์ และโบราณคดีที่มีรูปแบบที่น่าสนใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ

2. การท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูประเพณี ศิลปะ งานฝีมือ การละคร และดนตรีของชุมชนนั้นๆ

3. การท่องเที่ยวช่วยด้านการเงินในการบำรุงรักษาสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรม เช่น อาคารพิพิธภัณฑ์ โรงละคร และอื่นๆ

4. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและเคารพต่อค่านิยมและประเพณีต่างๆ ของชุมชนนั้นๆ

ผลกระทบในแง่ลบ

1. การจัดงานเทศกาล ประเพณีต่างๆ ที่มุ่งเน้นเพื่อการท่องเที่ยวมักจะเน้นแต่ความสวยงาม ตื่นตาตื่นใจแก่ผู้พบเห็นจนละเลยที่จะนึกถึงความหมายที่แท้จริงของประเพณีดังกล่าวที่มีบทบาทและความสำคัญกับวิถีชีวิตของท้องถิ่น ทำให้งานประเพณีดังกล่าวหมดความหมายและคุณค่าที่แท้จริงของตัวเอง ไม่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของสังคมในชุมชนเช่นเดิม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. ด้านงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านอาจได้รับผลกระทบในแง่ของการลดคุณภาพ และมาตรฐานของงานศิลปะเพื่อให้สามารถผลิตได้เป็นจำนวนมากๆ ต้นทุนต่ำ และผลกำไรสูง โดยมิได้คำนึงถึงคุณภาพของงานฝีมือเหล่านั้น

3. เกิดการลอกเลียนแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านการแต่งกายและวิถีชีวิต จนทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างผู้คนในชุมชน และอาจทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมดั้งเดิมไป

นอกจากนี้ Inskeep ยังได้ให้แง่คิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้อย่างน่าสนใจดังนี้ คือ วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวนั้นจะแตกต่างไปจากวัฒนธรรมในประเทศของตนเอง เพราะนักท่องเที่ยวรู้สึกเป็นอิสระจากความผูกมัดของวัฒนธรรมปกติในการดำเนินชีวิต นักท่องเที่ยวจะรู้สึกว่าตนเองเป็นอิสระจากข้อบังคับทางสังคมหมดลงเมื่อตนเองเดินทางออกนอกประเทศ ในบางครั้งนักท่องเที่ยวบางคนจึงพยายามหาประสบการณ์ตื่นเต้นแปลกใหม่ที่วัฒนธรรมของตนเองไม่ยอมรับ

Coltman ได้แบ่งระยะของการท่องเที่ยวในประเทศที่กำลังพัฒนาและผลกระทบจากการท่องเที่ยวในระยะต่างๆ ดังนี้

<u>ระยะแรก</u> เป็นระยะที่ยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่มากนักเข้าไปท่องเที่ยว คนท้องถิ่นจะยินดีต้อนรับด้วยมองว่าการมีนักท่องเที่ยวเข้ามานั้นช่วยทำให้เศรษฐกิจของท้องถิ่นอยู่รอดไปได้

<u>ระยะที่สอง</u> เป็นระยะที่การท่องเที่ยวพัฒนาอย่างเต็มที่ มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น คนในท้องถิ่นยังคงยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว เกษตรกรจะเปลี่ยนอาชีพมาทำงานด้านการท่องเที่ยว ผู้คนจะย้ายถิ่นฐานเข้ามาประกอบอาชีพท่องเที่ยวเพื่อสร้างฐานะและความร่ำรวย ข้าวของต่างๆ และที่ดินจะแพงขึ้นจนคนทั่วไปหมดโอกาสเป็นเจ้าของ ประชาชนท้องถิ่นบางกลุ่มที่มุ่งหวังเงินทองเพื่อความร่ำรวย บวกกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการขโมยศิลปวัตถุที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีของท้องถิ่นเพื่อนำไปขาย ในบางครั้งก็เกิดการหลอกลวงนำของปลอมไปหลอกขาย และจากการที่เห็นนักท่องเที่ยวใช้ชีวิตที่หรูหราฟุ่มเฟือยทำให้คนท้องถิ่นเกิดการเปรียบเทียบ เกิดการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวจนถึงเกิดการฉกชิงวิ่งราวลักขโมย และทำร้ายเพื่อหวังทรัพย์สิน ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวก็เรียกร้องต้องการมาตรฐานของการบริการที่สูงกว่าที่เป็นอยู่ เรียกร้องอาหารที่ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งนำไปสู่ระยะที่สาม

<u>ระยะที่สาม</u> เป็นระยะที่ท้องถิ่นต้องนำเข้าสินค้าต่างๆ จากต่างถิ่น รวมถึงบางครั้งต้องนำเข้าแรงงานที่มีคุณภาพสูงกว่าที่มีอยู่ในท้องถิ่น และในระยะนี้ถ้าความแตกต่างทางวัฒนธรรม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นมากก็ยิ่งทำให้เกิดความแตกแยกที่ชัดเจนยิ่งขึ้นซึ่งจะนำไปสู่ระยะวิกฤติซึ่งเป็นระยะสุดท้าย

ระยะวิกฤติหรือระยะสุดท้าย เป็นระยะที่เกิดการแยกตัวระหว่างนักท่องเที่ยวกับประชาชนในท้องถิ่น เช่น โรงแรมหรูและแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งจะสร้างไว้เพื่อนักท่องเที่ยวเท่านั้นอาจจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นของแต่ละกลุ่มชน เช่น ชายหาดที่ไม่ต้อนรับนักท่องเที่ยวและชายหาดที่ไม่ต้องรับประชาชนในท้องถิ่น หรือแม้แต่ในที่ทำงานสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ลูกจ้างซึ่งเป็นคนท้องถิ่นที่จะขาดจรรยาบรรณในการทำงานจะมีการขาดงานบ่อย บริการล่าช้าไม่ประทับใจ ถ้าถึงขั้นร้ายแรงมากอาจจะเกิดการนัดหยุดงาน ก่อวินาศกรรม การจราจล ซึ่งความไม่ปลอดภัยต่างๆ เหล่านี้จะทำให้การท่องเที่ยวสิ้นสุดลง

Archer and Cooper กล่าวถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสังคมและวัฒนธรรม สรุปว่า ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศหรือแม้แต่ในประเทศเดียวกันแต่ต่างภูมิภาค แม้จะเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น แต่ในความแตกต่างทางกายภาพ หรือวัฒนธรรม ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่นก็อาจก่อให้เกิดปัญหาข้อขัดแย้งขึ้นได้ ปัญหาดังกล่าว ได้แก่

1. การที่นักท่องเที่ยวมีรูปแบบพฤติกรรม การแต่งกายตลอดจนการแสดงออกที่แตกต่างไปจากคนท้องถิ่นหรือแตกต่างไปจากสิ่งที่นักท่องเที่ยวเคยประพฤติปฏิบัติในประเทศของตน ความรู้สึกเป็นอิสระจากข้อผูกมัดทางสังคมของนักท่องเที่ยวเอง จะทำให้นักท่องเที่ยวประพฤติปฏิบัติตนตามความพอใจ ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมาเช่น ปัญหาโสเภณี ยาเสพติด การพนัน และการทำลายวัฒนธรรม เป็นต้น ในด้านของนักท่องเที่ยวเองก็อาจตกเป็นเหยื่อของการโจรกรรม อาชญากรรม โดยกลุ่มคนท้องถิ่น อันเนื่องมาจากการได้เห็นนักท่องเที่ยวใช้ชีวิตอย่างหรูหรา ฟุ่มเฟือย เกิดการเปรียบเทียบในการใช้ชีวิตที่เหลื่อมล้ำระหว่างนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น

2. การมุ่งเสนอวัฒนธรรมประเพณีให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ บางครั้งขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นนั้นๆ เป็นสิ่งที่เป็นความภาคภูมิใจและเป็นสิ่งที่หวงแหนของคนท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งให้ความสำคัญในเรื่องนี้มาก มีการนำเอาวัฒนธรรมที่น่าสนใจนั้นออกมานำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้ล่วงล้ำเข้าไปในเขตที่หวงแหนนั้นได้ อย่างไรก็ตามปัญหาหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบทางเลือกก็คือ การที่นักท่องเที่ยวพยายามเข้าไปสัมผัสชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด ดังนั้นบางแห่งจึงมีการจัดการและการวางแผนที่ดีเพื่อให้สามารถขจัดปัญหาดังกล่าวและสามารถดำรงรักษาวัฒนธรรมที่เป็นที่หวงแหนไว้ได้ แต่ก็มีอยู่ไม่น้อยที่การจำลองวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวชมเพื่อผลทางธุรกิจเป็นเหตุให้คุณค่าทาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วัฒนธรรมดั้งเดิมเสื่อมถอยลง เช่น การแสดงนาฏศิลป์ การเต้นรำ ตลอดจนทักษะในงานหัตถกรรมท้องถิ่นที่มีการลอกเลียนแบบเพื่อให้ราคาถูกลง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว

3. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก อาจทำให้ประชาชนเจ้าของพื้นที่ต้องเคลื่อนย้ายที่อยู่อาศัยไปยังแหล่งที่สงบกว่า และไม่ถูกรบกวนหรือมีการทำลายวิถีชีวิตเดิมโดยนักท่องเที่ยว

4. การที่คนท้องถิ่นได้เห็นการใช้ชีวิตอย่างหรูหราฟุ่มเฟือยของนักท่องเที่ยว ซึ่งตรงกันข้ามกับวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในฐานะยากจน ความแตกต่างที่เห็นก็อาจนำไปสู่การมุ่งมั่นทำงานเพื่อให้ได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น และเพื่อปรับมาตรฐานการใช้ชีวิตของตนให้ทัดเทียมกับนักท่องเที่ยว ซึ่งบางครั้งก่อให้เกิดความรู้สึกท้อแท้ หรือเกิดการต่อต้านที่รุนแรงได้

5. ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ชอบติดต่อสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับคนท้องถิ่น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวแบบทางเลือก (Alternative Tourists) อาจเกิดกลุ่มที่เรียกตัวแทน หรือนายหน้าทางวัฒนธรรม (Culture Broker) ซึ่งเป็นผู้ที่สามารถใช้ภาษาทั้งของนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นในการติดต่อสื่อสารกับทั้งสองฝ่ายได้ ตลอดจนเป็นผู้ที่มีความเข้าใจในวัฒนธรรมของทั้งสองฝ่ายเป็นอย่างดี จึงอาจมีการทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการชักนำนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าไปใกล้ชิดกับคนท้องถิ่นมากเกินไป ความแตกต่างในเรื่องของวัฒนธรรมระกว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่นอาจนำไปสู่ปัญหาต่างๆ ตามมาได้

6. การเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่มีการจัดการโดยไม่คำนึงถึงหลักสุขอนามัย ความสะอาด อาจก่อให้เกิดการระบาดแพร่เชื้อของโรคติดต่อต่างๆ เช่น เอดส์ อหิวาตกโรค ตับอักเสบ เป็นต้น

7. การที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งองเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งเป็นจำนวนมาก มีการใช้บริการสาธารณูปโภคหรือแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับคนท้องถิ่นมากๆ อาจทำให้ประชาชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกไม่อยากเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเคยไป แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งถูกจัดไว้เป็นเขตหวงห้ามสำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งอาจทำให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเกิดความไม่พอใจและอาจเกิดปัญหาตามมาได้

Pearce กล่าวว่า การที่ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวได้เห็นหรือได้ติดต่อกับนักท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายรูปแบบ ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นชาวพื้นเมืองอาจจะมีปฏิกิริยาต่อนักท่องเที่ยวทั้งในทางบวกและทางลบ ลักษณะใดขึ้นอยู่กับการได้เห็นหรือการติดต่อกับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง แต่โดยสรุปแล้วการได้เห็นหรือการติดต่อนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดผลกระทบโดยตรงและชัดเจนซึ่งอาจจะเป็นในด้านการแต่งกาย โดยการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แต่งกายของนักท่องเที่ยวจะเป็นตัวอย่างของคนพื้นเมือง การกินอาหาร หรือรูปแบบ วิธีการรับประทานอาหารก็สามารถสร้างให้คนพื้นเมืองเอาแบบอย่าง ความคิดเห็นต่อสิ่งที่ทันสมัย และเครื่องอำนวยความสะดวกก็สามารถเป็นตัวอย่างให้ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ผลของการได้เห็นนักท่องเที่ยวนำสิ่งต่างๆ เข้ามายิ่งสร้างความต้องการทางสังคมแบบต่างๆ ให้กับประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเช่นกัน

เปรมฤดี ชอบผล กล่าวว่า “การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมในสังคมท้องถิ่นที่มีการรับเอาวัฒนธรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอาจเริ่มต้นจากสิ่งเล็กๆ น้อยๆ เช่น การเอาอย่างการแต่งกายของนักท่องเที่ยว การเลียนแบบพฤติกรรมต่างๆ ค่านิยมต่อสิ่งอำนวยความสะดวก การเลียนแบบการใช้ชีวิตที่หรูหรา ฟุ่มเฟือย เรื่อยไปจนถึงการปรับเปลี่ยนอาชีพ เช่น จากอาชีพเกษตรกรรม ไปเป็นมัคคุเทศก์บริการนำเที่ยว เป็นโสเภณี ตลอดจนเป็นเด็กขอทาน ในบางชุมชนอาจจะเกิดการดูถูกวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเองว่าเชย และล้าหลัง ขาดความภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง เมื่อเป็นเช่นนี้วิถีชีวิตดั้งเดิมบางอย่างจะค่อยๆ สูญหายไปโดยไม่ได้รับความเอาใจใส่จากผู้คนในท้องถิ่น”

นิธิ เอียวศรีวงศ์ กล่าวว่า “วัฒนธรรมท่องเที่ยวเป็นวัฒนธรรมที่ฉาบฉวยเพราะเป็นแบบแผนพฤติกรรมและความคิดที่เกิดขึ้นชั่วระยะเวลาอันสั้นๆ ของผู้มาเที่ยว แล้วไม่ประพฤติปฏิบัติอย่างนี้อีกในชีวิตจริง ดังนั้น การที่คนท้องถิ่นจะรับเอาแบบอย่างของวัฒนธรรมท่องเที่ยว ซึ่งจัดว่าเป็นรูปแบบการกระทำที่นักท่องเที่ยวกำหนดขึ้นเองขณะท่องเที่ยว เพื่อให้ได้มาซึ่งความสุขสนุกสนานจากการท่องเที่ยว จึงเป็นอันตรายยิ่งไปกว่าการรับวัฒนธรรมต่างชาติ เพราะวัฒนธรรมท่องเที่ยวไม่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตจริงของใครเลย”

นอกจากนี้ นิธิ เอียวศรีวงศ์ ยังได้กล่าวในรายงาน “ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่” โดยโครงการอนุรักษ์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เมื่อปี พ.ศ. 2530 ว่า “วัฒนธรรมของคนท้องถิ่นใดก็ตามจะต้องสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้น หากมองว่าวัฒนธรรมเป็นสินค้าที่สามารถขายให้กับนักท่องเที่ยวได้แล้ว รัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ยังเชื่อว่าสิ่งที่ทำไปนั้นช่วยทำให้เกิดสำนึกในความเป็นไทย เป็นความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง เพราะเราเอารูปแบบของวัฒนธรรมไปรับใช้การท่องเที่ยว มากกว่าที่จะผดุงรักษาไว้ ให้สัมพันธ์กับชีวิต หากเราไม่ได้อยู่ร่วมกับวัฒนธรรมด้วยชีวิต แต่อยู่ร่วมกับวัฒนธรรมด้วยรูปแบบแล้ว เราจะไม่สามารถรักษาวัฒนธรรมนั้นไว้ได้ เพราะเราขาดจิตใจในการเป็นเจ้าของวัฒนธรรม” (อ้างใน จิราวรรณ กาวิละ 2544: 28 - 33)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541) ทำการศึกษาแผนปฏิบัติการเพื่อฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ (เชียงใหม่) ซึ่งในการศึกษานี้เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยทำการศึกษาตลาดของการท่องเที่ยวทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทาน ปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนายความสะดวก กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว การวิเคราะห์และการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลอดจนแนวทางการฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยทำการสอบถามความเห็นของนักท่องเที่ยวจำนวน 99 คน ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง พบว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 31.3 ให้ความเห็นว่านักท่องเที่ยวเองเป็นสาเหตุให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ที่เหลือเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลงตามธรรมชาติและถูกใช้ประโยชน์เกินขีดความสามารถ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลงตามธรรมชาติ ส่วนความเห็นของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่เห็นว่าเกิดจากการประสานงานที่ไม่มีประสิทธิภาพและความเห็นไม่ตรงกันระหว่างบุคคลในคณะกรรมการบริหาร

การศึกษานี้ทำการประเมินปัญหาแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 121 แห่ง พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีปัญหาเร่งด่วนมากกว่า 4 ปัญหา ใน 6 ปัญหา มีทั้งหมด 18 แห่ง ดังนี้

1. ประเภทธรรมชาติ 7 แห่ง ได้แก่ น้ำตกห้วยแก้ว ดอยอ่างขาง เขื่อนแม่งัด ถ้ำเชียงดาว ผาวิ่งชู้ ผาสิงห์เหลียว (ดอยเต่า) และหนองบัวพระเจ้าหลวง (ดอยสะเก็ด) ซึ่งใน 7 แห่งนี้ ได้เลือกจัดทำแผนฟื้นฟู 4 แห่งแรก ส่วน 3 แห่งหลังนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ควรส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ

2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและวัดต่าง ๆ มี 5 แห่ง ได้แก่ วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร วัดเจ็ดยอด วัดแสนฝาง เวียงท่ากาน และเวียงกุมกาม โดยมี 4 แห่งแรกได้รับการคัดเลือกจัดทำแผนฟื้นฟู

3. ประเภทศิลปะ วัฒนธรรมประเพณี และกิจกรรมมี 6 แห่ง ได้แก่ บ้านสันป่าเกี๊ยะ (เชียงดาว) บ้านม้งดอยปุย บ้านต้นเปา (กระดาษสา) บ้านบ่อสร้าง (ทำร่ม) บ้านเหมืองกุง (เครื่องปั้นดินเผา) และบ้านม้งแม่สาใหม่ โดยเลือกมาจัดทำแผนฟื้นฟู 4 แห่ง ใน 6 แห่ง โดยรวมบ้านต้นเปาและบ้านบ่อสร้างให้เป็นแหล่งเดียวกัน ส่วนบ้านม้งแม่สาใหม่มีลักษณะเหมือนกับบ้านม้งดอยปุย จึงเลือกเอาบ้านม้งดอยปุยมาจัดทำแผนฟื้นฟูเนื่องจากเป็นแหล่งประเพณีและวิถีชีวิตของชาวไทยภูเขา ทั้งยังอยู่ใกล้เมืองเชียงใหม่นักท่องเที่ยวจึงนิยมไปเที่ยวมากกว่า

จากแหล่งท่องเที่ยวที่มีปัญหา 18 แห่ง ในจำนวนนี้ 12 แห่งจะต้องเร่งฟื้นฟู ฯ ในระยะสั้น โดยมีแผนฟื้นฟูฯ ต่าง ๆ ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยว 2 ลักษณะที่มิได้ถูกประเมินแต่หากไม่มีการบริหารและการจัดการที่ดีแล้วอาจถึงขั้นวิกฤตได้ในอนาคตได้แก่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยานแห่งชาติ (ทั้งหมด 6 แห่ง) และแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่า ดังนั้นควรมีการฟื้นฟูด้วย

จิราวรรณ กาวิละ (2544) ศึกษาทางเลือกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบ้านวัวลาย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาปัญหาและวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านวัวลายในปัจจุบัน พบว่าสภาพปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านวัวลายที่เป็นเหตุให้สภาพการณ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านวัวลายเปลี่ยนแปลงไป ได้ยึดหลักองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ดีซึ่งประกอบด้วย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนายความสะดวกในการท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว พบว่า ปัญหาด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านวัวลายมีสาเหตุหลายประการได้แก่ สภาพถนนที่คับแคบ มีสิ่งกีดขวางไม่สะดวกในการสัญจร มีการทิ้งขยะบริเวณที่รกร้างขาดการเอาใจใส่ดูแล การขาดแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่เป็นสิ่งดึงดูดใจ และแหล่งท่องเที่ยวกระจายตัวอยู่ตามจุดต่าง ๆ เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีสาเหตุหลายประการได้แก่ การขาดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีที่จอดรถ ข้อจำกัดของคนท้องถิ่นในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ร้านอาหารและร้านขายของไม่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ไม่มีการจัดที่นั่งพักผ่อนและห้องน้ำสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยว สำหรับปัญหาด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้เน้นศึกษาปัญหาการประกอบอาชีพเครื่องเงินของชาวบ้านวัวลาย ซึ่งถือเป็นปัจจัยดึงดูดการท่องเที่ยวที่สำคัญของหมู่บ้านวัวลาย สาเหตุของปัญหาดังกล่าวได้แก่ ช่างฝีมือไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า ต้นทุนการผลิตสูงทำให้มีการลดคุณภาพของเนื้อเงินลง มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่อลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้สามารถขายสินค้าได้ ผู้ประกอบการขาดเงินทุนหมุนเวียน การว่างงานทำให้ช่างฝีมือต้องหันไปประกอบอาชีพอื่น ๆ ปัญหาการตลาด ความไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้าของลูกค้า ช่างฝีมือหันไปทำงานที่ง่ายได้เงินเร็ว ใช้เวลาน้อย และไม่ได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่าที่ควร การนำเสนอทางเลือกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านวัวลาย ในรูปของกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นการสังเคราะห์ปัญหา ได้นำเสนอโดยคำนึงถึงความต้องการของชุมชนเจ้าของพื้นที่ ความยั่งยืนทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน และประโยชน์ที่ชุมชนพึงจะได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้น ๆ ตลอดจนมีความสอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากภาครัฐ สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบัน กิจกรรมที่เสนอเป็นทางเลือกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านวัวลายได้แก่ การจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านวัวลาย การจัดตั้งศูนย์ศิลปหัตถกรรมบ้านวัวลาย การจัดงานเทศกาลเครื่องเงินบ้านวัวลาย การจัดท่องเที่ยวแบบถีบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จักรยานท่องวัฒนธรรมบ้านวัวลาย และการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์บ้านวัวลาย เป็นต้น โดยในระยะเริ่มแรกได้เสนอแนะให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรเข้าไปช่วยเหลือสนับสนุนชุมชนทั้งในด้านบุคลากร งบประมาณ วิชาการ และอื่น ๆ ให้ชุมชนพร้อมที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและเพื่อให้ชาวบ้านวัวลายสามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้ในอนาคต

สมศักดิ์ เตชะเอราวัณ (2544) ศึกษาการจัดการธุรกิจแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษาบ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม นอกจากนี้ยังศึกษาปัญหาและอุปสรรค พร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมกับธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม และเพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมกับธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาประกอบด้วย ผู้นำทางการและไม่เป็นทางการ ประชาชนในพื้นที่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ และกลุ่มนักธุรกิจเจ้าของสถานประกอบการที่กำลังทำ และสนใจจะทำโฮมสเตย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการศึกษาเก็บรวบรวมโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง แบบสอบถาม และการสังเกตด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลที่ได้มาแยกแยะพิจารณาถึงความเพียงและความสมบูรณ์ของข้อมูลเปรียบเทียบกับกรอบแนวความคิดและวัตถุประสงค์การวิจัย พบว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหมู่บ้านแม่กำปองมีศักยภาพและความพร้อมอยู่ในระดับดีทั้งในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนายความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง แต่มีข้อจำกัดในด้านกายภาพที่ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ ส่วนศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมของชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการ ความปลอดภัย และการตลาด อยู่ในระดับที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่ายังมีปัญหาและอุปสรรคอีก 4 ประเด็น คือ ด้านศักยภาพของพื้นที่ การจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม รูปแบบการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม และการตลาด โดยปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวจะนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการจัดการที่เหมาะสมกับธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วมในหมู่บ้านแม่กำปองต่อไป

นงเยาว์ ใจห้อ (2544) ศึกษาความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องเรื่องศักยภาพของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) เป็นการศึกษาศักยภาพและความพร้อมของศูนย์ฯ ในสภาพปัจจุบัน และเสนอแนวทางการบริหารจัดการที่เหมาะสม เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืน พบว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

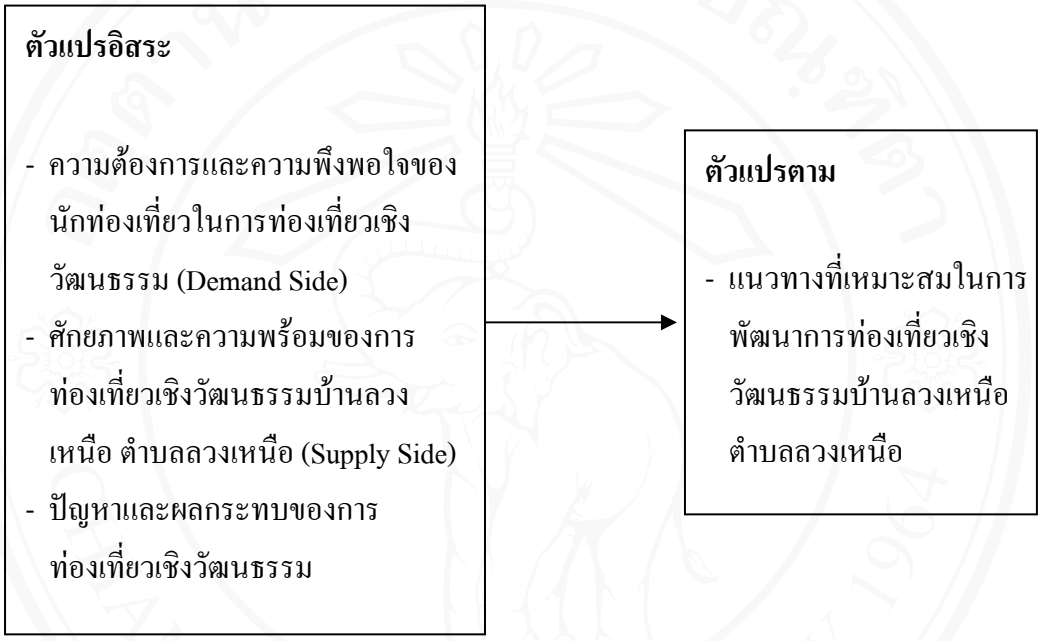
ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้มีความพร้อมระดับมากในด้านความดึงดูดใจ ความสวยงาม และด้านความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่มีความพร้อมระดับปานกลางในด้านสิ่งอำนายความสะดวก ด้านบุคลากร การจัดการในพื้นที่ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นกับแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อพื้นที่ถ้าจะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้น มีค่อนข้างสูงต่อความสวามารถในการรองรับของพื้นที่และพอสมควรต่อด้านข้อจำกัดของพื้นที่ที่อาจจะเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว สุดท้ายพบว่าปัญหาที่อาจเกิดต่อพื้นที่โดยตรงจัดอยู่ในระดับปานกลางด้วยเช่นกัน ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้ซึ่งคิดว่าจะเป็นประโยชน์สำหรับการวางแผนการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ คือ การวางแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่อยู่บนพื้นฐานการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญ

วรัญญา เทพวัลย์ (2545) ศึกษาปัจจัยสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกมาดอยตุง จังหวัดเชียงราย เป็นการศึกษาปัจจัยสาเหตุในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวดอยตุง และศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวดอยตุง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวดอยตุง เนื่องจากดอยตุงมีปัจจัยทางกายภาพที่พร้อม มีทิวทัศน์ที่สวยงาม มีความร่มรื่น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานอันได้แก่ ถนนหนทางที่กว้างขวาง มีน้ำ ไฟฟ้า สาธารณูปโภคพร้อม เป็นต้น ส่วนในด้านพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวดอยตุง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเคารพเลื่อมใสในสมเด็จย่า ดังนั้นจึงต้องการมานมัสการพระรูปของสมเด็จย่าที่พระตำหนักดอยตุง นอกจากนี้ดอยตุงยังเป็นโครงการในพระราชดำริ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกันในวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ และรู้จักดอยตุงจากทางโทรทัศน์ เพื่อนหรือญาติแนะนำมา

เศกสิน ศรีวัฒนานุกูลกิจ และ จีรพร ศรีวัฒนานุกูลกิจ (2547) ศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุปสงค์ของชาวต่างชาติด้านการพำนักระยะยาวที่จังหวัดเชียงใหม่ เน้นกลุ่มผู้เกษียณอายุและผู้พำนักด้วยเหตุอื่นที่มาพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้เกษียณอายุและผู้พำนักด้วยเหตุอื่นที่มาพำนักระยะยาวที่จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 61-70 ปี ระยะเวลาในการพักครั้งละไม่เกิน 3 เดือน โดยปัจจัยผลักดันให้เดินทางออกจากประเทศของตนได้แก่ ปัจจัยด้านค่าครองชีพสูง การเดินทางมาทำงาน และการมาอยู่กับครอบครัวซึ่งเป็นคนไทย ส่วนปัจจัยดึงดูดที่พบมาก ได้แก่ เชียงใหม่มีค่าครองชีพต่ำ สำหรับสิ่งที่ไม่ชอบมากที่สุดของ

เชียงใหม่ คือ การจราจรและมลพิษ สำหรับการเลือกที่พักนั้นจะให้ความสำคัญในเรื่องของความสงบเงียบของที่พักเป็นหลัก

2.8 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา มี 3 กลุ่ม คือ

1. นักท่องเที่ยว หมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทั้งชายและหญิงที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จากข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคเหนือ พบว่าข้อมูลปี พ.ศ. 2548 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 2,160,142 คน เฉลี่ยเดือนละ 180,011 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 1,837,634 คน เฉลี่ยเดือนละ 153,136 คน เมื่อพิจารณาจากตารางขนาดตัวอย่างของ Darwin Hendel โดยมีค่าความเชื่อมั่น 90% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวไทย 260 ตัวอย่างและชาวต่างชาติ 260 ตัวอย่าง (มนัส สุวรรณ, 2544: 72-73)

2. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 กลุ่มตัวอย่าง

3. กลุ่มผู้นำชุมชนทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งผู้นำอย่างเป็นทางการและผู้นำอย่างไม่เป็นทางการ ได้แก่ นายกเทศมนตรีตำบลลวงเหนือ รองนายกเทศมนตรีตำบลลวงเหนือ กำนันตำบลลวงเหนือ และสมาชิกเทศบาลตำบลลวงเหนือจำนวน 2 ท่าน รวม 5 ท่าน

3.2 ข้อมูลและแหล่งของข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยประกอบด้วยข้อมูล 6 ส่วน คือ

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร โดยรวบรวมจากเอกสารข้อมูลชุมชนและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษาและที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ถือเป็นแหล่งข้อมูลแบบทุติยภูมิ

2. รายการถามสำหรับสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 520 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นชาวไทย 260 กลุ่มตัวอย่าง และชาวต่างประเทศ 260 กลุ่มตัวอย่าง โดยแหล่งที่เก็บข้อมูล คือ ที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งได้ 4 ประเภท คือ

- โรงแรมระดับ 5 ดาว จำนวน 6 แห่ง สุ่มตัวอย่าง 1 แห่ง คือ โรงแรมแชงกรี-ลา เชียงใหม่
- โรงแรมบูติก จำนวน 11 แห่ง สุ่มตัวอย่าง 1 แห่ง คือ U Hotel, Chiang Mai
- โรงแรมทั่วไป จำนวน 30 แห่ง สุ่มตัวอย่าง 3 แห่ง คือ โรงแรมดิเอ็มเพรส เชียงใหม่, โรงแรมเซ็นทารา ดวงตะวัน และโรงแรมฮอไรซัน วิลเลจ เชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

- เกสต์เฮ้าส์ จำนวน 60 แห่ง สุ่มตัวอย่าง 6 แห่งคือ เกสต์เฮ้าส์บ้านอ้ายหล้า, บ้านเสลา, บ้านตะวัน, Royal Thai Guest House, Gap's House และ Western House

3. การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเชียงใหม่(Key Informants) โดยใช้แบบนำสัมภาษณ์ จำนวน 5 กลุ่มตัวอย่าง

4. การสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ โดยลงเก็บข้อมูลในพื้นที่บ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ

- การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในกรณีการประชุมในชุมชนบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ เป็นต้น

5. การสังเกตแบบเข้าร่วม (Participant Observation) ในกิจกรรมชุมชนต่าง ๆ เช่น งานปอยโหลงเมิงโลง เป็นต้น

3.3 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยอาศัยเครื่องมือช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ดังต่อไปนี้

- ข้อมูลจากเอกสาร
- รายการถาม
- แบบนำสัมภาษณ์
- การบันทึกเสียงโดยใช้เทปบันทึก
- ภาพถ่าย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดด้วยตนเอง โดยใช้เวลาประมาณ 2 เดือน

3.5 กรรมวิธีทางข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูล จะใช้วิธีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยอื่น ๆ ที่มีความใกล้เคียงเพื่อพิจารณาความแตกต่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล จะอธิบายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

3. เพื่อศึกษาปัญหาและวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา และผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือในปัจจุบัน

4. เพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนืออย่างยั่งยืน

5. โดยแยกประเภทข้อมูล ดังต่อไปนี้

5.1 ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Demand Side)

5.2 ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ (Supply Side)

สำหรับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ออกแบบแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ผู้ตอบเลือกตอบเรื่องเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อปัจจัยการตลาดและการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งเป็น

- สิ่งดึงดูดใจจากการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่ทำให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่
- การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ
- ค่าครองชีพในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
- ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่
- งบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
- ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
- โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ
- สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยลักษณะการตอบในตอนที่ 2 แต่ละข้อเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มีอิทธิพลมากที่สุด มีอิทธิพลมาก มีอิทธิพลปานกลาง มีอิทธิพลน้อย และ ไม่มีอิทธิพลเลย สำหรับการเปลี่ยนระดับเป็นคะแนน เป็นดังนี้

ตอบว่า ไม่มีอิทธิพลเลย	ให้ 1 คะแนน
ตอบว่า มีอิทธิพลน้อย	ให้ 2 คะแนน
ตอบว่า มีอิทธิพลปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
ตอบว่า มีอิทธิพลมาก	ให้ 4 คะแนน
ตอบว่า ตอบว่ามีอิทธิพลมากที่สุด	ให้ 5 คะแนน

ตอนที่ 3 ประกอบด้วยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ และข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นแบบให้กรอกเสนอความคิดเห็น

การประมวลผลข้อมูล

โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม
2. บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูล และเครื่องคอมพิวเตอร์ ตามลำดับ
3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์
4. ประมวลผลข้อมูลตามจุดประสงค์ของการวิจัย

ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อการเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างและดูการกระจายตัวของข้อมูล

เกณฑ์การแปลผล

การแปลผลค่าเฉลี่ยแต่ละช่วงของความคิดเห็นยึดเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1.00 – 1.49	ถือว่า	ไม่มีอิทธิพลเลย
1.50 – 2.49	ถือว่า	มีอิทธิพลน้อย
2.50 – 3.49	ถือว่า	มีอิทธิพลปานกลาง
3.50 – 4.49	ถือว่า	มีอิทธิพลมาก
4.50 – 5.00	ถือว่า	มีอิทธิพลมากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ออกแบบแบบนำสัมภาษณ์ สำหรับสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 กลุ่มตัวอย่าง และ ผู้นำชุมชนบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 กลุ่มตัวอย่าง โดยหัวข้อที่เกี่ยวข้องสำหรับการศึกษาในข้อนี้ คือ การสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเรื่อง ความน่าสนใจ, การนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดการกลุ่มลูกค้า และเงื่อนไขความสำเร็จ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 3 คือ เพื่อศึกษาปัญหา, วิเคราะห์สาเหตุของปัญหา และผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ออกแบบแบบนำสัมภาษณ์ สำหรับสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 กลุ่มตัวอย่าง และ ผู้นำชุมชนบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 กลุ่มตัวอย่าง โดยหัวข้อที่เกี่ยวข้องสำหรับการศึกษาในข้อนี้ คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต, ความเห็นในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ ปัญหาที่อาจจะเกิดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการสัมภาษณ์และศึกษาจากเอกสาร

วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 4 คือ เพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่อย่างยั่งยืน ผู้ศึกษาได้ออกแบบแบบนำสัมภาษณ์ สำหรับสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 กลุ่มตัวอย่าง และ ผู้นำชุมชนบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 กลุ่มตัวอย่าง โดยหัวข้อที่เกี่ยวข้องสำหรับการศึกษาในข้อนี้ คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เงื่อนไขที่จะนำมาสู่ความสำเร็จ และ ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 4
ผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ขอเสนอข้อมูลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	162	63
หญิง	95	37
รวม	257	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย ร้อยละ 63 และ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 37

ตารางที่ 4.2 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	154	63.6
หญิง	88	36.4
รวม	242	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.6 และ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 36.4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.3 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	316	63.3
หญิง	183	36.7
รวม	499	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.3 และ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 36.7

ตารางที่ 4.4 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 20 ปี	23	8.9
อายุ 20 – 30 ปี	120	46.7
อายุ 31 – 40 ปี	57	22.2
อายุ 41 – 50 ปี	35	23.6
อายุ 51 – 60 ปี	15	5.8
อายุ 60 ปีขึ้นไป	7	2.7
รวม	257	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 8.9 อายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 46.7 อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 22.2 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 13.6 อายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 5.8 และอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2.7 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าช่วงอายุระหว่าง 20 -30 ปี มีจำนวนมากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.5 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 20 ปี	9	3.7
อายุ 20 – 30 ปี	62	25.6
อายุ 31 – 40 ปี	91	37.6
อายุ 41 – 50 ปี	46	19.0
อายุ 51 – 60 ปี	27	11.2
อายุ 60 ปีขึ้นไป	7	2.9
รวม	242	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 3.7 อายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 25.6 อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 37.6 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 19.0 อายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 11.2 และอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2.9 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าช่วงอายุระหว่าง 31-40 มีจำนวนมากที่สุด

ตารางที่ 4.6 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 20 ปี	32	6.4
อายุ 20 – 30 ปี	182	36.5
อายุ 31 – 40 ปี	148	29.7
อายุ 41 – 50 ปี	81	16.2
อายุ 51 – 60 ปี	42	8.4
อายุ 60 ปีขึ้นไป	14	2.8
รวม	499	100

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 6.4 อายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 36.5 อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 29.7 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 16.2 อายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 8.4 และอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2.8 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าช่วงอายุระหว่าง 20-30 มีจำนวนมากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.7 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	155	60.3
สมรส	87	33.9
หย่าร้าง	15	5.8
รวม	257	100

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้มีสถานภาพโสดร้อยละ 60.3 ผู้มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 33.9 ผู้มีสถานภาพหย่าร้าง ร้อยละ 5.9 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าสถานภาพโสด มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 60.3

ตารางที่ 4.8 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	123	50.8
สมรส	80	33.1
หย่าร้าง	39	16.1
รวม	242	100

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้มีสถานภาพโสด ร้อยละ 50.8 ผู้มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 33.1 ผู้มีสถานภาพหย่าร้าง ร้อยละ 16.1 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าสถานภาพโสด มีจำนวนมากที่สุด คือ 123 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.9 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	278	55.7
สมรส	167	33.5
หย่าร้าง	54	10.8
รวม	499	100

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้มีสถานภาพโสด ร้อยละ 55.7 ผู้มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 33.5 ผู้มีสถานภาพหย่าร้าง ร้อยละ 10.8 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าสถานภาพโสด มีจำนวนมากที่สุด คือ 278 คน

ตารางที่ 4.10 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	58	22.6
ราชการ / รัฐวิสาหกิจ	86	33.5
พนักงานบริษัท	100	38.9
อื่น ๆ	13	5
รวม	257	100

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 22.6 อาชีพ ราชการ / รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 33.5 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 38.9 และอาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 5 ซึ่งได้แก่อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และค้าขาย เป็นต้น โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าอาชีพพนักงานบริษัท มีจำนวนมากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.11 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	45	18.6
ราชการ / รัฐวิสาหกิจ	65	26.9
พนักงานบริษัท	107	44.2
อื่น ๆ	25	10.3
รวม	242	100

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 18.6 อาชีพ ราชการ / รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 26.9 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 44.2 และอาชีพอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ นักธุรกิจและว่างงานโดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าอาชีพพนักงานบริษัท มีจำนวนมากที่สุด

ตารางที่ 4.12 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	103	20.6
ราชการ / รัฐวิสาหกิจ	151	30.3
พนักงานบริษัท	207	41.5
อื่น ๆ	38	7.6
รวม	499	100

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 20.6 อาชีพ ราชการ / รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 30.3 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 41.5 และอาชีพอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ นักธุรกิจและว่างงานโดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าอาชีพพนักงานบริษัท มีจำนวนมากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.13 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน หรือ นักศึกษา	34	13.2
มัธยมศึกษาตอนต้น	39	15.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย	60	23.3
อนุปริญญา หรือ ปวส.	61	23.7
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	63	24.5
รวม	257	100

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม เป็นจบการศึกษาระดับนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 13.2 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 15.2 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 23.3 จบการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ร้อยละ 23.7 และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 24.5 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 24.5

ตารางที่ 4.14 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน หรือ นักศึกษา	26	10.7
มัธยมศึกษาตอนต้น	48	19.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย	53	21.9
อนุปริญญา หรือ ปวส.	57	23.6
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	58	24
รวม	242	100

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้จบการศึกษาระดับนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 10.7 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 19.8 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 21.9 จบการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ร้อยละ 23.6 และจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ร้อยละ 24 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 24

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน หรือ นักศึกษา	60	12.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	87	17.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย	113	22.7
อนุปริญญา หรือ ปวส.	118	23.7
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	121	24.3
รวม	499	100

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้จบการศึกษาระดับนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 12.0 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 17.4 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 22.7 จบการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. ร้อยละ 23.7 และจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ร้อยละ 24.3 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 24.3

ตารางที่ 4.16 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	31	12.1
5,001 – 10,000 บาท	55	21.4
10,001 – 15,000 บาท	92	35.8
15,001 – 20,000 บาท	49	19.1
มากกว่า 20,000 บาท	30	11.7
รวม	257	100

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 12.1 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 21.4 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 35.8 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 19.1 และมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 11.7 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 35.8

ตารางที่ 4.17 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	9	3.7
5,001 – 10,000 บาท	18	7.4
10,001 – 15,000 บาท	46	19.0
15,001 – 20,000 บาท	60	24.8
มากกว่า 20,000 บาท	109	45
รวม	242	100

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 3.7 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 7.4 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 19.0 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 24.8 และมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 45 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 45

ตารางที่ 4.18 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	40	8.0
5,001 – 10,000 บาท	73	14.6
10,001 – 15,000 บาท	138	27.7
15,001 – 20,000 บาท	109	21.8
มากกว่า 20,000 บาท	139	27.9
รวม	499	100

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 8.0 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 14.6 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 27.7 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 21.8 และมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 27.9 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท และ ระหว่าง 10,001 – 15,000 มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 27.9 และ 27.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อน	90	35
เพื่อการประชุม สัมมนา	34	13.2
เพื่อการศึกษาวัฒนธรรม	32	12.5
เพื่อธุรกิจส่วนตัว	28	10.9
เพื่อความบันเทิง	50	19.5
เพื่อการกีฬา	13	5.1
เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อน	10	3.9
รวม	257	100

จากตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการพักผ่อน ร้อยละ 35 เพื่อการประชุมสัมมนา ร้อยละ 13.2 เพื่อการศึกษาวัฒนธรรมและประเพณี ร้อยละ 12.5 เพื่อธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 10.9 เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 19.5 เพื่อการกีฬา ร้อยละ 5.1 เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อน ร้อยละ 3.9 และอื่น ๆ ร้อยละ 0 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ คือ เพื่อการพักผ่อน มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 35 และ เพื่อการบันเทิง ร้อยละ 19.5 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.20 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อน	65	26.9
เพื่อการประชุม สัมมนา	20	8.3
เพื่อการศึกษาวัฒนธรรม	111	45.9
เพื่อธุรกิจส่วนตัว	22	9.1
เพื่อความบันเทิง	11	4.5
เพื่อการกีฬา	8	3.3
เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อน	5	2.1
รวม	242	100

จากตารางที่ 4.20 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการพักผ่อน ร้อยละ 26.9 เพื่อการประชุมสัมมนา ร้อยละ 8.3 เพื่อการศึกษาวัฒนธรรมและประเพณี ร้อยละ 45.9 เพื่อธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 9.1 เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 4.5 เพื่อการกีฬา ร้อยละ 3.3 เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อน และอื่น ๆ ร้อยละ 2.1 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ คือ เพื่อการศึกษาวัฒนธรรมประเพณี ร้อยละ 45.9

ตารางที่ 4.21 แสดงร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อน	155	31.1
เพื่อการประชุม สัมมนา	54	10.8
เพื่อการศึกษาวัฒนธรรม	143	28.7
เพื่อธุรกิจส่วนตัว	50	10.0
เพื่อความบันเทิง	61	12.2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.21 แสดงร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการกีฬา	21	4.2
เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อน	15	3.0
รวม	499	100

จากตารางที่ 4.21 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการพักผ่อน ร้อยละ 31.1 เพื่อการประชุมสัมมนา ร้อยละ 10.8 เพื่อการศึกษาวัฒนธรรมและประเพณี ร้อยละ 28.7 เพื่อธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 10.0 เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 12.2 เพื่อการกีฬา ร้อยละ 4.2 เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อนและอื่น ๆ ร้อยละ 3.0 โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ คือ เพื่อการพักผ่อน ร้อยละ 31.1

ตารางที่ 4.22 ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

รายการ	**ค่าเฉลี่ย**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)**	**จำนวนระดับการตัดสินใจ**				
			5	**4**	**3**	**2**	**1**
8. สิ่งดึงดูดใจจากการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่ทำให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่							
- โบราณสถาน โบราณวัตถุ	3.40	0.93	30	83	114	20	10
- ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต	3.79	0.94	53	126	59	9	10
- ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย	3.63	0.87	33	122	83	12	7
- แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	4.16	1.00	124	71	47	8	7
- แหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	3.82	0.81	44	141	59	9	4
- สถานให้ความบันเทิงยามราตรี	3.36	1.16	41	92	61	44	19
- ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	3.65	1.10	61	95	64	23	14

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.22 ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	จำนวนระดับการตัดสินใจ				
			5	4	3	2	1
9. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ							
- แผ่นพับ ใบปลิว	3.66	1.00	46	121	60	17	13
- หนังสือพิมพ์	3.54	1.11	48	104	62	25	18
- วิทยุ	2.71	0.88	6	34	118	78	21
- โทรทัศน์	3.29	1.04	20	108	75	35	19
- การบอกต่อจากคนใกล้ชิด หรือคนรู้จัก	3.91	1.07	96	73	63	18	7
- อินเตอร์เน็ต	3.79	1.09	89	62	75	26	5
- ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์	3.89	0.86	59	131	52	11	4
10. ค่าครองชีพในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	4.03	0.97	101	80	62	10	4
11. ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่	3.52	0.83	24	113	95	22	3
12. งบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	4.21	0.85	114	91	45	5	2
13. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	4.48	0.71	151	81	23	1	1
14. โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ							
- สภาพถนนหนทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.70	0.78	27	147	67	12	4
- ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์	3.91	0.71	49	141	62	5	0
- สาธารณูปโภคอื่น ๆ เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ เป็นต้น	3.78	0.76	40	130	79	6	2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.22 ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	จำนวนระดับการตัดสินใจ				
			5	4	3	2	1
15. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	3.96	0.69	51	150	51	5	0
- ความสะดวกสบายด้านที่พัก							
- ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน	3.88	0.84	62	115	70	8	2
- ความสะดวกสบายด้านการเดินทาง เช่น รถโดยสาร, รถประจำทาง เป็นต้น	4.18	0.86	109	94	46	6	2
- ความสะดวกสบายด้านความสามารถในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และบริการจากแหล่งท่องเที่ยว	3.75	0.88	49	116	76	11	5

จากตารางที่ 4.22 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า สิ่งดึงดูดใจจากการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ทำให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา คือ แหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึกเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.82 และลำดับสาม คือ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ตามลำดับ

สำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า การบอกต่อจากคนใกล้ชิดหรือคนรู้จักเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.91 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ ป้ายโฆษณา และประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.89 และ อินเตอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ ค่าเฉลี่ย 3.79

สำหรับค่าครองชีพในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.03

สำหรับระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.52

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.21

สำหรับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.48

สำหรับโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมา คือ สาธารณูปโภคอื่น ๆ เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ ค่าเฉลี่ย คือ 3.78 และ สภาพถนนหนทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว คือ ค่าเฉลี่ย 3.70

สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า ความสะดวกสบายด้านการเดินทาง เช่น รถโดยสาร และรถประจำทาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมา คือ ความสะดวกสบายด้านที่พัก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.96 และ ความสะดวกสบายด้านอาหารการกินและความสะดวกสบายด้านความสามารถในการรับรู้ข่าวสาร และบริการจากแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.88 และ 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	จำนวนระดับการตัดสินใจ				
			5	4	3	2	1
8. สิ่งดึงดูดใจจากการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่ทำให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่							
- โบราณสถาน โบราณวัตถุ	3.92	0.78	62	102	75	3	0
- ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต	3.96	0.99	88	77	62	10	5
- ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย	3.76	0.88	45	117	63	12	5
- แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	3.91	0.98	70	108	43	14	7
- แหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	3.40	0.89	29	75	106	29	3
- สถานให้ความบันเทิงยามราตรี	3.21	0.92	19	68	110	36	9
- ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	3.81	0.76	40	124	71	5	2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	จำนวนระดับการตัดสินใจ				
			5	4	3	2	1
9. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ							
- แผ่นพับ ใบปลิว	3.17	0.82	10	75	105	51	1
- หนังสือพิมพ์	3.24	0.90	19	73	103	42	5
- วิทยุ	2.24	1.02	10	19	44	114	55
- โทรทัศน์	2.92	0.93	11	47	112	56	16
- การบอกต่อจากคนใกล้ชิด หรือคนรู้จัก	4.19	0.86	102	98	32	7	3
- อินเตอร์เน็ต	4.31	0.84	126	73	38	3	2
- ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์	3.98	0.91	78	98	53	10	3
10. ค่าครองชีพในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	4.21	0.94	116	79	34	9	4
11. ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่	3.95	0.87	65	114	52	7	4
12. งบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	4.19	0.87	105	88	43	2	4
13. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	4.21	0.91	112	81	37	8	3
14. โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ							
- สภาพถนนหนทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.81	0.96	65	91	62	22	2
- ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์	3.61	0.79	34	89	113	3	3
- สาธารณูปโภคอื่น ๆ เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ เป็นต้น	3.51	0.80	26	92	105	18	1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	จำนวนระดับการตัดสินใจ				
			5	4	3	2	1
15. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่							
- ความสะดวกสบายด้านที่พัก	3.90	0.76	41	150	40	8	3
- ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน	3.99	0.89	69	122	36	10	5
- ความสะดวกสบายด้านการเดินทาง เช่น รถโดยสาร, รถประจำทาง เป็นต้น	4.08	0.79	77	114	46	3	2
- ความสะดวกสบายด้านความสามารถในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และบริการจากแหล่งท่องเที่ยว	3.75	0.90	35	141	45	12	9

จากตารางที่ 4.23 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า สิ่งดึงดูดใจจากการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ทำให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมา คือ โบราณสถาน โบราณวัตถุ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.92 และลำดับสาม คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ มีค่าเฉลี่ย 3.91 ตามลำดับ

สำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า อินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.31 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ การบอกต่อจากคนใกล้ชิดหรือคนรู้จัก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.19

สำหรับค่าครองชีพในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.21

สำหรับระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.95

สำหรับงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.19

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.21

สำหรับโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า สภาพถนนหนทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมา คือ ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ค่าเฉลี่ย คือ 3.61 และ สาธารณูปโภคอื่น ๆ เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ ค่าเฉลี่ย คือ 3.51

สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า ความสะดวกสบายด้านการเดินทาง เช่น รถโดยสาร และรถประจำทาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา คือ ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.99 และ ความสะดวกสบายด้านที่พัก และความสะดวกสบายด้านความสามารถในการรับรู้ข่าวสาร และบริการจากแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.90 และ 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 ความเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่อปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	จำนวนระดับการตัดสินใจ				
			5	4	3	2	1
8. สิ่งดึงดูดใจจากการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่ทำให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่							
- โบราณสถาน โบราณวัตถุ	3.65	0.88	92	185	189	23	10
- ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต	3.87	0.79	141	203	121	19	15
- ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย	3.70	0.68	78	239	146	24	12
- แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	4.04	0.78	194	179	90	22	14
- แหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	3.62	0.69	73	216	165	38	7
- สถานให้ความบันเทิงยามราตรี	3.29	0.82	60	160	171	80	28
- ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	3.72	0.96	101	219	135	28	16

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 ความเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่อปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	จำนวนระดับการตัดสินใจ				
			5	4	3	2	1
9. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ							
- แผ่นพับ ใบปลิว	3.42	0.72	56	196	165	68	14
- หนังสือพิมพ์	3.40	0.80	67	177	165	67	23
- วิทยุ	2.48	0.82	16	53	162	192	76
- โทรทัศน์	3.11	0.83	31	155	187	91	35
- การบอกต่อจากคนใกล้ชิด หรือคนรู้จัก	4.05	0.86	198	171	95	25	10
- อินเตอร์เน็ต	4.05	0.74	215	135	113	29	7
- ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์	3.94	0.91	137	229	105	21	7
10. ค่าครองชีพในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	4.12	0.84	217	159	96	19	8
11. ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่	3.73	0.77	89	227	147	29	7
12. งบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	4.20	0.77	219	179	88	7	6
13. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	4.34	0.91	263	162	60	9	5
14. โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ							
- สภาพถนนหนทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.75	0.86	92	238	129	34	6
- ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์	3.77	0.89	83	230	175	8	3
- สาธารณูปโภคอื่น ๆ เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ เป็นต้น	3.65	0.80	66	222	184	24	3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 ความเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่อปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	จำนวนระดับการตัดสินใจ				
15. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่							
- ความสะดวกสบายด้านที่พัก	3.93	0.86	92	300	91	13	3
- ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน	3.94	0.79	131	237	106	18	7
- ความสะดวกสบายด้านการเดินทาง เช่น รถโดยสาร, รถประจำทาง เป็นต้น	4.13	0.79	186	208	92	9	4
- ความสะดวกสบายด้านความสามารถในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และบริการจากแหล่งท่องเที่ยว	3.75	0.90	84	257	121	23	14

จากตารางที่ 4.24 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความเห็นว่าสิ่งดึงดูดใจจากการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ทำให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ มีค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมา คือ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต คือมีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมา คือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว คือมีค่าเฉลี่ย 3.72 ตามลำดับ

สำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า อินเทอร์เน็ตและการบอกต่อจากคนใกล้ชิดหรือคนรู้จักเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.05 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.94

สำหรับค่าครองชีพในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.12

สำหรับระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.73

สำหรับงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.20

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.34

สำหรับโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า ไฟฟ้า น้ำประปาโทรศัพท์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ย คือ 3.77 รองลงมา คือ สภาพถนนหนทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.75 และ สาธารณูปโภคอื่น ๆ เช่น ห้องน้ำที่ทิ้งขยะ เป็นต้น เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ย คือ 3.65

สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า ความสะดวกสบายด้านการเดินทาง เช่น รถโดยสาร และรถประจำทาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา คือ ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.94 และ ความสะดวกสบายด้านที่พัก และความสะดวกสบายด้านความสามารถในการรับรู้ข่าวสาร และบริการจากแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก คือ ค่าเฉลี่ย 3.93 และ 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามความน่าสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่

ความน่าสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
น่าสนใจ	75	28.5
ไม่น่าสนใจ	51	19.4
ไม่แน่ใจ	131	49.8
รวม	257	100

จากตารางที่ 4.25 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจ ร้อยละ 28.5 ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 19.4 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 49.8 จากการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความไม่แน่ใจมากที่สุด คือ ร้อยละ 49.8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.26 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามความน่าสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่

ความน่าสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
น่าสนใจ	82	33.9
ไม่น่าสนใจ	36	14.9
ไม่แน่ใจ	124	51.2
รวม	242	100

จากตารางที่ 4.26 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจ ร้อยละ 33.9 ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 14.9 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 51.2 จากการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความไม่แน่ใจมากที่สุด คือ ร้อยละ 51.2

ตารางที่ 4.27 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามความน่าสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่

ความน่าสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
น่าสนใจ	154	30.1
ไม่น่าสนใจ	87	17.5
ไม่แน่ใจ	255	51.4
รวม	499	100

จากตารางที่ 4.27 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจ ร้อยละ 30.1 ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 17.5 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 51.4 จากการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความไม่แน่ใจมากที่สุด คือ ร้อยละ 51.4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.28 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่

ความน่าสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
ไปแน่นอน	77	29.3
ไม่ไป	31	11.8
ไม่แน่ใจ	149	56.7
รวม	257	100

จากตารางที่ 4.28 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่จะเดินทางไปท่องเที่ยวแน่นอน ร้อยละ 29.3 ไม่ไป ร้อยละ 11.8 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 56.7 จากการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่จะไม่แน่ใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว คือ ร้อยละ 56.7

ตารางที่ 4.29 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกตามการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่

ความน่าสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
ไปแน่นอน	80	33.1
ไม่ไป	26	10.7
ไม่แน่ใจ	136	56.2
รวม	242	100

จากตารางที่ 4.29 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่จะเดินทางไปท่องเที่ยวแน่นอน ร้อยละ 33.1 ไม่ไป ร้อยละ 10.7 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 56.2 จากการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ จะไม่แน่ใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว คือ ร้อยละ 56.2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.30 ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำแนกตามการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่

ความน่าสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
ไปแน่นอน	157	31.5
ไม่ไป	57	11.4
ไม่แน่ใจ	285	57.1
รวม	499	100

จากตารางที่ 4.30 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่จะเดินทางไปท่องเที่ยวแน่นอน ร้อยละ 31.5 ไม่ไป ร้อยละ 11.4 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 57.1 จากการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ จะไม่แน่ใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว คือ ร้อยละ 57.1

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ขอเสนอข้อมูลการศึกษา ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ท่าน คือ

1. คุณมนต์นภา สารพัตร ผู้จัดการเกสต์เฮ้าส์บ้านอ้ายหล้า จังหวัดเชียงใหม่ (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว โดยให้บริการที่พักราคา 300 – 600 บาท) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างจะหดตัวลงอย่างมาก เนื่องจากปัญหาการปิดสนามบินสุวรรณภูมิ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างน้อยลง แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ซึ่งในอนาคตคาดว่านักท่องเที่ยวชาวไทยจะเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก แต่อย่างไรก็ดี ปัญหาทางเศรษฐกิจจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางลดลง

2. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ, การประชาสัมพันธ์, ค่าครองชีพที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่, งบประมาณในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว, โครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่น่าจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว เนื่องจากเชียงใหม่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น วัดวาอาราม หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ส่วนปัจจัยที่รองลงมา คือ งบประมาณในการท่องเที่ยว เนื่องจากค่าครองชีพในจังหวัดเชียงใหม่ไม่ค่อยสูงมาก ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวค่อนข้างมาก

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก –น้อยเพียงใด

มีความเห็นว่า ไม่ค่อยแน่ใจ โดยอธิบายว่า น่าจะเป็นการท่องเที่ยวที่นำเอาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนเชียงใหม่ มานำเสนอแก่ลูกค้า เช่น การทานอาหารแบบขันโตก เป็นต้น

2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

มีความเห็นว่าน่าสนใจ เพราะเป็นกิจกรรมใหม่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น จากการท่องเที่ยวตามฤดูกาล คือ ฤดูหนาวเท่านั้น

3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะนำเสนอในรูปแบบใด

มีความเห็นว่า ควรจะนำเสนอที่ความเรียบง่ายของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เหมือนกันที่หลวงพระบางที่มีการตักบาตรข้าวเหนียวตอนเช้า เป็นต้น

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการจัดการในเรื่องสถานที่อย่างไร

มีความเห็นว่า ควรจะมีสถานที่ที่เป็นต้นกำเนิดของวัฒนธรรมนั้นจริง ๆ ไม่ใช่การสร้างแล้วไปดึงคนจากที่อื่นมาอยู่ เพราะจะขาดบรรยากาศที่น่าสนใจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะกลุ่มลูกค้าประเภทใด เพราะเหตุใด

มีความเห็นว่า ควรจะเป็นกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างมั่นคง และมีความสนใจในเรื่องพวกนี้มากขึ้น นอกเหนือจากกลุ่มผู้สูงอายุ

6. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจ เพราะยังไม่เห็นเป็นรูปธรรม

7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า เงื่อนไขที่สำคัญที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ต เพราะค่อนข้างมีประสิทธิภาพ และรัฐควรจะสนับสนุนผู้ประกอบการในเรื่องเงินทุนและการประชาสัมพันธ์

8. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

ยังไม่มีความเห็น

2. คุณอัครพงศ์ บัวไพจิตร ผู้จัดการแผนกขายและการตลาด Horizon Village จังหวัดเชียงใหม่ (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว โดยให้บริการที่พักราคา 1,500 – 3,000 บาท) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า ปัญหาการเมืองและเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพราะส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

2. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ, การประชาสัมพันธ์, ค่าครองชีพที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ , งบประมาณในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว, โครงสร้าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

พื้นฐานในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพราะเป็นการเปิดตลาดการท่องเที่ยวให้ผู้อื่นรู้จัก และดึงดูดให้มีนักท่องเที่ยวมากขึ้น

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก –น้อยเพียงใด

มีความเห็นว่า รู้จัก เนื่องจากจบการศึกษามาจากคณะการท่องเที่ยวและโรงแรมโดยตรง แต่ไม่ค่อยเห็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจน ยกตัวอย่างเช่น การจัดหมู่บ้านชาวเขาโดยการนำกะเหรี่ยงคอยาวจากแม่ฮ่องสอนมาแสดงที่อำเภอแม่ริม ซึ่งดูเหมือนการจัดฉากมากกว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แท้จริง

2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

มีความเห็นว่าน่าสนใจ ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แท้จริง และเกิดจากชุมชน

3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะนำเสนอในรูปแบบใด

มีความเห็นว่า ควรจะนำเสนอวัฒนธรรมที่แท้จริงของชุมชนนั้น ๆ โดยปราศจากการปรุงแต่ง

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการจัดการในเรื่องสถานที่อย่างไร

มีความเห็นว่า ควรจะมีการให้ความรู้ในเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวก่อน และสถานที่ควรจะเป็นสถานที่ ที่ปลอดภัย มีมาตรฐานที่ยอมรับในมาตรฐานสากล

5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะกลุ่มลูกค้าประเภทใด เพราะเหตุใด

มีความเห็นว่า ควรจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นวัยทำงานและผู้ใหญ่ เพราะเป็นกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องนี้เป็นพิเศษ

6. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

มีความเห็นว่า ไป เพราะเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ

7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มีความเห็นว่า เงื่อนไขที่สำคัญที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์และรัฐควรสนับสนุนในการเพิ่มโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ในวงกว้างต่อไป

8. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ควรจะคัดเลือกสถานที่ที่เป็นต้นกำเนิดของเรื่องนั้น ๆ จริง ๆ และมีการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ น่าจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีการพัฒนาต่อไป

3. คุณกัตติกา แซ่เตีย ผู้จัดการแผนกขายและการตลาด โรงแรมแชงกรี-ลา เชียงใหม่ (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว โดยให้บริการที่พักราคา 4,000 – 50,000 บาท) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า ปัญหาเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพราะนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวน้อยลงมาก ประกอบกับการปิดสนามบินยิ่งเป็นการซ้ำเติมปัญหาให้รุนแรงขึ้น ซึ่งคาดว่าอีกประมาณ 2 ปี สถานการณ์การท่องเที่ยวน่าจะกลับเข้าสู่สภาพปกติ

2. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ, การประชาสัมพันธ์, ค่าครองชีพที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ , งบประมาณในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว, โครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีส่วนอย่างมากที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ประกอบกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ครบครัน การเดินทางโดยเครื่องบินที่มีเที่ยวบินค่อนข้างมาก และมีวัฒนธรรมที่โดดเด่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก –น้อยเพียงใด

มีความเห็นว่า รู้จัก โดยอธิบายว่า เป็นการนำวัฒนธรรมมาเป็นจุดขาย สิ่งที่เห็นได้ชัด คือ สถาปัตยกรรมล้านนา ซึ่งทุกโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่จะต้องมีการนำวัฒนธรรมล้านนามาแสดงในโรงแรม เช่น ชุดยูนิฟอร์ม การออกแบบ เป็นต้น

2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

มีความเห็นว่าน่าสนใจ เพราะสามารถขายให้กับนักท่องเที่ยวได้ ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่มีจุดแข็งด้านวัฒนธรรมอยู่แล้ว

3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะนำเสนอในรูปแบบใด

มีความเห็นว่า ควรจะนำเสนอโดยการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวไปด้วย เพราะการไปเดินดูธรรมดา ไม่น่าจะทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจได้ ดังนั้นต้องใช้เวลาในการท่องเที่ยวด้วย

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการจัดการในเรื่องสถานที่อย่างไร

มีความเห็นว่า ควรจะมีสาธารณูปโภคที่หลากหลาย อาจจะห่างไกลได้ แต่ต้องสะดวกสบาย โดยเฉพาะต้องมีไฟฟ้า และอาหารการกินที่สะอาดและสะดวก

5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะกลุ่มลูกค้าประเภทใด เพราะเหตุใด

มีความเห็นว่า ควรจะเป็นกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม เพราะสามารถทำการตลาดได้หมด เช่น กลุ่มครอบครัวก็สามารถนำเสนอในการพักผ่อนและมีกิจกรรมมาก ๆ กลุ่มวัยรุ่นหรือนักศึกษาก็เน้นในเรื่องกิจกรรมที่ท้าทาย ส่วนลูกค้าที่ชื่นชอบวัฒนธรรม ก็ควรจะมีการให้ความรู้ในเชิงลึก เป็นต้น

6. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

มีความเห็นว่า ไป เพราะเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ และสามารถทำเป็นโปรแกรมหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวของโรงแรมได้

7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มีความเห็นว่า เงื่อนไขที่สำคัญที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์และแหล่งเงินทุน ส่วนในเรื่องการบรรจุในโปรแกรมท่องเที่ยว ควรจะใช้ระบบเครือข่ายของโรงแรมและที่พักน่าจะนำเสนอได้ดีกว่า

8. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ระบบเครือข่ายการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ยังอ่อนอยู่ ซึ่งถ้าปรับปรุงเรื่องนี้ น่าจะมีส่วนช่วยในการสร้างการท่องเที่ยวแบบใหม่ได้

4. คุณเสกสรร อือตระกูล บรรณาธิการผู้จัดการ นิตยสาร Passport to Chiang Mai (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ด้านสื่อสารมวลชน) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างน่าเป็นห่วง เนื่องจากมีจำนวนห้องพักเพิ่มมากขึ้น แต่จำนวนนักท่องเที่ยวมิได้เพิ่มจำนวนมากตามไปด้วย ประกอบกับปัญหาความวุ่นวายทางการเมือง ส่งผลกระทบอย่างมาก ซึ่งคาดว่าในอนาคตจะเกิดภาวะหดตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

2. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ, การประชาสัมพันธ์, ค่าครองชีพที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ , งบประมาณในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว, โครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักมากขึ้น

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก –น้อยเพียงใด

มีความเห็นว่า รู้จัก เนื่องจากมีความสนใจในเรื่องการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยวในอนาคต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

มีความเห็นว่าน่าสนใจ เพราะเป็นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้จังหวัดเชียงใหม่

3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะนำเสนอในรูปแบบใด

มีความเห็นว่า ควรจะนำเสนอในรูปแบบของโฮมสเตย์ใช้ระยะเวลาประมาณ 2 วัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาหารการกิน วัฒนธรรมประเพณีของชุมชนอย่างเต็มที่

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการจัดการในเรื่องสถานที่อย่างไร

มีความเห็นว่า ควรจะมีจัดแบบโฮมสเตย์ แต่ต้องมีมาตรฐานการดูแลที่เป็นสากล ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความปลอดภัย สาธารณูปโภคต่าง ๆ และการเดินทางที่ไม่ลำบากจนเกินไป

5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะกลุ่มลูกค้าประเภทใด เพราะเหตุใด

มีความเห็นว่า ควรจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษาจนถึงคนทำงาน หรือผู้บริหารที่เป็นคนรุ่นใหม่ เพราะกลุ่มคนเหล่านี้มีการบริโภคสื่อเป็นประจำ โดยเฉพาะสื่อด้านอินเตอร์เน็ต ซึ่งจะส่งผลให้มีกลุ่มลูกค้าที่มีจำนวนมาก และมีการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากต่อไป

6. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

มีความเห็นว่า ไป เพราะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ถ้ามีการบริหารจัดการที่ดีและมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี

7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า เงื่อนไขที่สำคัญที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ และการสร้างกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน เนื่องจากจะทำให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยรัฐมี หน้าที่สร้างบรรยากาศให้มีความปลอดภัย เพราะจากสถานการณ์ปิดสนามบิน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่มีความเชื่อมั่นในการเดินทางในประเทศไทย ดังนั้นรัฐจำเป็นต้องดูแลสถานการณ์ต่าง ๆ ให้สงบเรียบร้อยที่สุด

8. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะส่งผลให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. คุณอาพรรณชนก สุนทรชัย เจ้าของและหุ้นส่วน บริษัท นอร์ทโพล ทราเวล จำกัด (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ด้านบริษัททัวร์ และรถเช่า) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า ปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวของเชียงใหม่ค่อนข้างมีอัตราการขยายตัวน้อย เนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งในช่วงปีสองปีนี้น่าจะยังส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอยู่

2. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ, การประชาสัมพันธ์, ค่าครองชีพที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่, งบประมาณในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว, โครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า งบประมาณในการท่องเที่ยวมีความสำคัญ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการการบริการการท่องเที่ยวราคาประหยัด แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องครบถ้วนในทุกสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก –น้อยเพียงใด

มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจ เนื่องจากยังไม่ชัดเจนในความหมาย

2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

มีความเห็นว่าน่าสนใจ ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แท้จริง ไม่ได้เป็นการจัดฉากเพื่อสร้างซัพพลายเทียม

3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะนำเสนอในรูปแบบใด

มีความเห็นว่า ควรจะนำเสนอแบบครบวงจร คือ บริการเรื่องการเดินทาง ที่พัก อาหาร กิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวไม่เบื่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการจัดการในเรื่องสถานที่อย่างไร

มีความเห็นว่า ควรจะมีการจัดการที่ครบวงจรและมีการบริหารจัดการที่ดี

5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะกลุ่มลูกค้าประเภทใด เพราะเหตุใด

มีความเห็นว่า ควรจะเป็นทุกกลุ่ม เพราะถ้าเรามีลูกค้าทุกประเภท ก็จะทำให้มีฐานลูกค้ามากขึ้น โดยเฉพาะลูกค้าที่พักผ่อนเป็นครอบครัว

6. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

มีความเห็นว่า ไป เพราะเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ

7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า เงื่อนไขที่สำคัญที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์และรัฐควรสนับสนุนในการเพิ่มโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ในวงกว้างต่อไป

8. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ควรจะคัดเลือกสถานที่ที่เป็นต้นกำเนิดของเรื่องนั้น ๆ จริง ๆ และมีการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ น่าจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีการพัฒนาต่อไป

กลุ่มตัวอย่างผู้นำชุมชน ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ท่าน คือ

1. คุณดวงแก้ว สะอาดล้วน นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552

ส่วนที่สอง ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า สถานการณ์น่าเป็นห่วง เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มีความเห็นว่า บ้านลวงเหนือยังไม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักมากนัก สถานที่ท่องเที่ยวหลัก คือ เขื่อนแม่กวงอุดมธารา ซึ่งเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งในปัจจุบันทางเทศบาลตำบลลวงเหนือได้มีแผนงานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตำบลให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เช่น บริเวณหมู่ 1 บ้านห้วยฮัก ซึ่งเราต้องนั่งเรือข้ามทะเลสาบเหนือเขื่อนแม่กวงฯ เป็นต้น นอกจากนี้ แหล่งวัฒนธรรมไทลื้อก็เป็นอีกความสนใจหนึ่งของทีมผู้บริหาร เนื่องจากตำบลลวงเหนือเป็นแหล่งของชาวไทลื้อขนาดใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหมู่ที่ 4 และหมู่ที่ 5 ซึ่งน่าจะมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

3. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ, การประชาสัมพันธ์, ค่าครองชีพที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ , งบประมาณในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว, โครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย และกิจกรรมการท่องเที่ยวน่าจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด

ส่วนที่สาม ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก –น้อยเพียงใด

มีความเห็นว่า มีความเข้าใจว่าเป็นการท่องเที่ยวที่นำเอาวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์มานำเสนอให้นักท่องเที่ยว โดยมีการให้ความรู้ประกอบไปด้วย

2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

มีความเห็นว่า มีความน่าสนใจ โดยเทศบาลตำบลลวงเหนือได้บรรจุแผนการท่องเที่ยวไว้เป็นแผนหนึ่งในการพัฒนาตำบลลวงเหนือด้วย เพราะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทลื้อที่น่าภาคภูมิใจ

3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะนำเสนอในรูปแบบใด

มีความเห็นว่า ควรจะมีการทำในรูปแบบของโฮมสเตย์ โดยให้นักท่องเที่ยวได้พักกับครอบครัวชาวไทลื้อ ได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ภาษาพูด การแต่งกาย อาหารการกิน และการละเล่นต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการจัดการในเรื่องสถานที่อย่างไร

มีความเห็นว่า ในเรื่องสถานที่ควรจะมีการใช้สถานที่ที่หมู่ 4 และ 5 เนื่องจากเป็นชุมชนใหญ่ มีประชากรชาวไทลื้อค่อนข้างมาก จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงบรรยากาศของความเป็นไทลื้อได้อย่างเต็มที่ และประเด็นสำคัญ คือ การเดินทางค่อนข้างสะดวกสบาย เนื่องจากห่างจากถนนเชียงใหม่-ดอยสะเก็ด เพียง 2 กิโลเมตร

5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะกลุ่มลูกค้าประเภทใด เพราะเหตุใด

มีความเห็นว่า กลุ่มลูกค้าควรจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย หรือชาวต่างชาติที่ชื่นชอบวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งในความเห็นส่วนตัว เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติน่าจะมีความน่าสนใจมากกว่า เพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะชื่นชอบในเรื่องเหล่านี้มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

6. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

มีความเห็นว่า น่าจะมีความเป็นไปได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชื่นชอบวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อ

7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า ความเข้มแข็งของวัฒนธรรมไทลื้อน่าจะมีความสำคัญที่สุด เพราะถ้าชุมชนมีจุดแข็งด้านนี้ จะเป็นตัวดึงดูดให้มีนักท่องเที่ยวมาเยือนอย่างแน่นอน ในทางตรงกันข้าม ถ้าวัฒนธรรมของเราไม่เข้มแข็ง ถึงจะมีการประชาสัมพันธ์อย่างไร นักท่องเที่ยวที่มาเยือนคงจะไม่ประทับใจอย่างแน่นอน ซึ่งในประเด็นนี้รัฐควรจะเข้ามาช่วยในการสนับสนุนให้มีการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น เช่นบรรจุในโรงเรียนประจำตำบลถึงเนื้อหาของวัฒนธรรมไทลื้อ เพื่อให้เยาวชนได้รู้และเข้าใจถึงความเป็นมาของชุมชนของเรามากขึ้น

8. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ควรจะมีการให้ความรู้แก่คนในชุมชนเรื่องของวัฒนธรรมไทลื้อมากขึ้น เพื่อสร้างความภาคภูมิใจต่อคนในชุมชน และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนมากขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. คุณวิรัตน์ บุญเรืองยา รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552

ส่วนที่สอง ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า หลังจากเกิดเหตุการณ์ปิดสนามบินสุวรรณภูมิ คาดว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่น่าจะซบเซาเป็นเวลานาน ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางน้อยลงอีกด้วย

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า ในปัจจุบันอาจจะยังมีแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย แต่คาดว่าในอนาคตจะมีการขยายตัวมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการที่ตำบลลวงเหนือมีจำนวนรีสอร์ทที่เพิ่มจำนวนขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่จะรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

3. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ, การประชาสัมพันธ์, ค่าครองชีพที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่, งบประมาณในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว, โครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีความสำคัญที่สุด เนื่องจาก จังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ดังนั้นถ้าเรามีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในตำบลลวงเหนือ น่าจะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังตำบลลวงเหนือมากขึ้น

ส่วนที่สาม ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก –น้อยเพียงใด

มีความเห็นว่า มีความเข้าใจพอสมควร โดยอธิบายว่า คือการท่องเที่ยวที่นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายสำคัญในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มีความเห็นว่า มีความน่าสนใจ เพราะทีมงานของเทศบาลตำบลลวงเหนือเล็งเห็นว่ารายได้จากการท่องเที่ยวถือเป็นช่องทางหนึ่งที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกปี เพราะฉะนั้นถ้ามีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ จะเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่นมากขึ้น

3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะนำเสนอในรูปแบบใด

มีความเห็นว่า ควรจะนำเสนอในรูปแบบของโฮมสเตย์ เพื่อเป็นการสร้างกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวต่างชาติจะมีความชื่นชอบเป็นพิเศษ

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการจัดการในเรื่องสถานที่อย่างไร

มีความเห็นว่า ควรจะมีการจัดการสถานที่ให้เหมาะสม สะอาด ได้มาตรฐานความปลอดภัย และมีสาธารณูปโภคที่ครบถ้วน เพื่อให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องลำบากในการใช้ชีวิตอยู่มากนัก

5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะกลุ่มลูกค้าประเภทใด เพราะเหตุใด

มีความเห็นว่า ควรจะเป็นลูกค้าทุกกลุ่ม แต่เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีศักยภาพมากกว่าชาวไทย เนื่องจากชาวไทย ไม่ค่อยสนใจในเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่นเท่าที่ควร

6. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

มีความเห็นว่า แน่นอนแต่อาจจะต้องรอจังหวะอีกสักนิด เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบัน อาจจะทำให้การท่องเที่ยวพัฒนาได้ช้าลง เมื่อเทียบกับ 2-3 ปีที่ผ่านมา

7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ น่าจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพัฒนาต่อไปได้

8. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีจากนี้น่าจะรอจังหวะในการพัฒนาการท่องเที่ยวออกไปก่อน เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจ แต่อย่างไรก็ดี โดยส่วนตัวมีความเชื่อว่า การท่องเที่ยวจะมีศักยภาพต่อไปในอนาคต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. คุณอรรถวิทย์ บุญยศยิ่ง รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552

ส่วนที่สอง ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า ปัญหาการเมืองและเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพราะส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวในตำบลลวงเหนือมีความสำคัญมาก เพราะมีการขยายตัวมากขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่าน ๆ มา แต่อย่างไรก็ดี เรายังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดีในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาไม่ค่อยมากเท่าที่ควร

3. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ, การประชาสัมพันธ์, ค่าครองชีพที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ , งบประมาณในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว, โครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่สาม ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก –น้อยเพียงใด

มีความเห็นว่า ยังไม่ค่อยเข้าใจมากนัก แต่จากการคาดเดา คิดว่าเป็นการท่องเที่ยวที่นำเอาวัฒนธรรมมาเสนอ คล้าย ๆ กับการนำเอาการแสดงต่าง ๆ เสนอแก่ลูกค้าในการทานขันโตก เป็นต้น

2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

มีความเห็นว่า น่าสนใจ เพราะนำมาซึ่งรายได้ที่มากขึ้นแก่ท้องถิ่น

3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะนำเสนอในรูปแบบใด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มีความเห็นว่า ควรจะนำเสนอโดยมีทางเลือกที่หลากหลาย เช่น อาจจะมีโฮมสเตย์บ้าง มีการจัดทำพิพิธภัณฑ์ของชุมชน การออกร้านของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับได้ เป็นต้น

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการจัดการในเรื่องสถานที่อย่างไร

มีความเห็นว่า ควรจะจัดสถานที่ที่หลากหลาย เช่น บ้านพัก, ร้านค้าชุมชน, แหล่งชุมนุมชน และตลาด เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกที่หลากหลายในการท่องเที่ยวมากขึ้น

5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะกลุ่มลูกค้าประเภทใด เพราะเหตุใด

มีความเห็นว่า ควรจะทำทุกกลุ่ม เพราะเราจะหวังพึ่งลูกค้ากลุ่มหนึ่งกลุ่มใดไม่ได้

6. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

มีความเห็นว่า ไปแน่นอน เพราะเป็นวัฒนธรรมของชาวไทลื้อที่เราเป็นสมาชิกหนึ่งอยู่แล้ว

7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า การสนับสนุนจากภาครัฐมีความสำคัญมาก เพราะท้องถิ่นยังขาดงบประมาณและความรู้ความสามารถ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการช่วยเหลือทางภาษา ถ้าเราจะทำการตลาดกับชาวต่างชาติ เพราะฉะนั้นรัฐต้องสนับสนุนด้านเทคนิคเป็นอย่างมาก

8. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ยังไม่มีความเห็นในเรื่องนี้

4. คุณกัลยา สะอาดล้วน ประธานกลุ่มแม่บ้านตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552 (มีความเห็นเช่นเดียวกับคุณดวงแก้ว สะอาดล้วน)

ส่วนที่สอง ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มีความเห็นว่า สถานการณ์น่าเป็นห่วง เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า บ้านลวงเหนือยังไม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักมากนัก สถานที่ท่องเที่ยวหลัก คือ เขื่อนแม่กวงอุดมธารา ซึ่งเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งในปัจจุบันทางเทศบาลตำบลลวงเหนือได้มีแผนงานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตำบลให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เช่น บริเวณหมู่ 1 บ้านห้วยฮัก ซึ่งเราต้องนั่งเรือข้ามทะเลสาบเหนือเขื่อนแม่กวงฯ เป็นต้น นอกจากนี้ แหล่งวัฒนธรรมไทลื้อก็เป็นอีกความสนใจหนึ่งของทีมผู้บริหาร เนื่องจาก ตำบลลวงเหนือเป็นแหล่งของชาวไทลื้อขนาดใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหมู่ที่ 4 และหมู่ที่ 5 ซึ่งน่าจะมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

3. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ, การประชาสัมพันธ์, ค่าครองชีพที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ , งบประมาณในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว, โครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย และกิจกรรมการท่องเที่ยวน่าจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด

ส่วนที่สาม ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก –น้อยเพียงใด

มีความเห็นว่า มีความเข้าใจว่าเป็นการท่องเที่ยวที่นำเอาวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์มานำเสนอให้นักท่องเที่ยว โดยมีการให้ความรู้ประกอบไปด้วย

2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

มีความเห็นว่า มีความน่าสนใจ โดยเทศบาลตำบลลวงเหนือได้บรรจุแผนการท่องเที่ยวไว้เป็นแผนหนึ่งในการพัฒนาตำบลลวงเหนือด้วย เพราะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทลื้อที่น่าภาคภูมิใจ

3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะนำเสนอในรูปแบบใด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มีความเห็นว่า ควรจะมีการทำในรูปแบบของโฮมสเตย์ โดยให้นักท่องเที่ยวได้พักกับครอบครัวชาวไทลื้อ ได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ภาษาพูด การแต่งกาย อาหารการกิน และการละเล่นต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการจัดการในเรื่องสถานที่อย่างไร

มีความเห็นว่า ในเรื่องสถานที่ควรจะมีการใช้สถานที่ที่หมู่ 4 และ 5 เนื่องจากเป็นชุมชนใหญ่ มีประชากรชาวไทลื้อค่อนข้างมาก จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงบรรยากาศของความเป็นไทลื้อได้อย่างเต็มที่ และประเด็นสำคัญ คือ การเดินทางค่อนข้างสะดวกสบาย เนื่องจากห่างจากถนนเชียงใหม่-ดอยสะเก็ด เพียง 2 กิโลเมตร

5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะกลุ่มลูกค้าประเภทใด เพราะเหตุใด

มีความเห็นว่า กลุ่มลูกค้าควรจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย หรือชาวต่างชาติที่ชื่นชอบวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งในความเห็นส่วนตัว เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติน่าจะมีความน่าสนใจมากกว่า เพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะชื่นชอบในเรื่องเหล่านี้มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

6. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

มีความเห็นว่า น่าจะมีความเป็นไปได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชื่นชอบวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของชาวไทลื้อ

7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า ความเข้มแข็งของวัฒนธรรมไทลื้อน่าจะมีความสำคัญที่สุด เพราะถ้าชุมชนมีจุดแข็งด้านนี้ จะเป็นตัวดึงดูดให้มีนักท่องเที่ยวมาเยือนอย่างแน่นอน ในทางตรงกันข้าม ถ้าวัฒนธรรมของเราไม่เข้มแข็ง ถึงจะมีการประชาสัมพันธ์อย่างไร นักท่องเที่ยวที่มาเยือนคงจะไม่ประทับใจอย่างแน่นอน ซึ่งในประเด็นนี้รัฐควรจะเข้ามาช่วยในการสนับสนุนให้มีการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น เช่นบรรจุในโรงเรียนประจำตำบลถึงเนื้อหาของวัฒนธรรมไทลื้อ เพื่อให้เยาวชนได้รู้และเข้าใจถึงความเป็นมาของชุมชนของเรามากขึ้น

8. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Copyright© by Mae Jo University
All rights reserved

มีความเห็นว่า ควรจะมีการให้ความรู้แก่คนในชุมชนเรื่องของวัฒนธรรมไทลื้อมากขึ้น เพื่อสร้างความภาคภูมิใจต่อคนในชุมชน และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนมากขึ้น

5. คุณสุพจน์ กาวิชัย กำนันตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552

ส่วนที่สอง ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่น่าจะมีปัญหา เห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง และมีการรายงานข่าวอยู่เสมอ

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า น่าจะเป็นสิ่งที่ดีต่อชุมชน เพราะนำมาซึ่งรายได้ทั้งต่อท้องถิ่นและต่อประชาชนด้วย

3. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ, การประชาสัมพันธ์, ค่าครองชีพที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ , งบประมาณในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว, โครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

มีความเห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีความสำคัญมากที่สุด ถ้าสถานที่ไม่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมา เรื่องอื่น ๆ ก็คงไม่มีความหมาย

ส่วนที่สาม ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ท่านมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก –น้อยเพียงใด

มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจ เพราะจบการศึกษาไม่สูง

2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

มีความเห็นว่า น่าสนใจ ถ้ามีการท่องเที่ยวมากขึ้นต่อชุมชน

3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะนำเสนอในรูปแบบใด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจ ขึ้นอยู่กับการสนับสนุนของภาครัฐ

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการจัดการในเรื่องสถานที่อย่างไร

มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจ ขึ้นอยู่กับการสนับสนุนของภาครัฐ

5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะกลุ่มลูกค้าประเภทใด เพราะเหตุใด

มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจ ขึ้นอยู่กับการสนับสนุนของภาครัฐ

6. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

มีความเห็นว่า น่าจะไป

7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า การสนับสนุนของภาครัฐมีความสำคัญมาก เพราะสามารถกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด

8. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

ยังไม่มีข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ เพื่อศึกษาปัญหา, วิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา และผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ขอเสนอข้อมูลการศึกษา ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ท่าน คือ

1. คุณมนต์นภา สารพัตร ผู้จัดการเกสต์เฮ้าส์บ้านอ้ายหล้า จังหวัดเชียงใหม่ (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว โดยให้บริการที่พักราคา 300 – 600 บาท) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างจะหดตัวลงอย่างมาก เนื่องจากปัญหาการปิดสนามบินสุวรรณภูมิ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างน้อยลง แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาว ซึ่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในอนาคตคาดว่านักท่องเที่ยวชาวไทยจะเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก แต่อย่างไรก็ดี ปัญหาทางเศรษฐกิจจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางลดลง

2. คุณอัครพงศ์ บัวไพจิตร ผู้จัดการแผนกขายและการตลาด Horizon Village จังหวัดเชียงใหม่ (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว โดยให้บริการที่พักราคา 1,500 – 3,000 บาท) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า ปัญหาการเมืองและเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพราะส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

3. คุณกัตติกา แซ่เตีย ผู้จัดการแผนกขายและการตลาด โรงแรมแชงกรี-ลา เชียงใหม่ (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว โดยให้บริการที่พักราคา 4,000 – 50,000 บาท) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า ปัญหาเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพราะนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวน้อยลงมาก ประกอบกับการปิดสนามบินยิ่งเป็นการซ้ำเติมปัญหาให้รุนแรงขึ้น ซึ่งคาดว่าอีกประมาณ 2 ปี สถานการณ์การท่องเที่ยวน่าจะกลับเข้าสู่สภาพปกติ

4. คุณเสกสรร อือตระกูล บรรณาธิการผู้จัดการ นิตยสาร Passport to Chiang Mai (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ด้านสื่อสารมวลชน) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างน่าเป็นห่วง เนื่องจากมีจำนวนห้องพักเพิ่มมากขึ้น แต่จำนวนนักท่องเที่ยวมิได้เพิ่มจำนวนมากตามไปด้วย ประกอบกับปัญหาความวุ่นวายทางการเมือง ส่งผลกระทบอย่างมาก ซึ่งคาดว่าในอนาคตจะเกิดภาวะหดตัวของธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. คุณอาพรรณชนก สุนทรชัย เจ้าของและหุ้นส่วน บริษัท นอร์ทโพล ทราเวล จำกัด (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ด้านบริษัททัวร์ และรถเช่า) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า ปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวของเชียงใหม่ค่อนข้างมีอัตราการขยายตัวน้อย เนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งในช่วงปีสองปีนี้น่าจะยังส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอยู่

กลุ่มตัวอย่างผู้นำชุมชน ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ท่าน คือ

1. คุณดวงแก้ว สะอาดล้วน นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า สถานการณ์น่าเป็นห่วง เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

2. คุณวิรัตน์ บุญเรืองยา รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า หลังจากเกิดเหตุการณ์ปิดสนามบินสุวรรณภูมิ คาดว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่น่าจะซบเซาเป็นเวลานาน ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางน้อยลงอีกด้วย

3. คุณอรรถวิทย์ บุญยศยิ่ง รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า ปัญหาการเมืองและเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพราะส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. คุณกัลยา สะอาดล้วน ประธานกลุ่มแม่บ้านตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552 (มีความเห็นเช่นเดียวกับคุณดวงแก้ว สะอาดล้วน)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า สถานการณ์น่าเป็นห่วง เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

5. คุณสุพจน์ กาวิชัย กำนันตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่น่าจะมีปัญหา เห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง และมีการรายงานข่าวอยู่เสมอ

นอกจากนี้ จากการศึกษาในเอกสารพบว่าผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด มีดังนี้

ผลกระทบในแง่บวก

1. การท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์แหล่งสถาปัตยกรรมไทลื้อที่สำคัญ คือ วัดรังสีสุทธาวาส (วัดลวงเหนือ) ซึ่งเป็นวัดสำคัญของชุมชนไทลื้อ

2. การท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูประเพณี ศิลปะ งานฝีมือ การละคร และดนตรีของไทลื้อ ดังจะเห็นได้จากการฟื้นฟูประเพณีปอยโหลงเมิงโลง โดยร่วมมือกับบ้านลวงใต้ ตำบลเชิงดอย อำเภอดอยสะเก็ด เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวช่วยด้านการเงินเข้ามาสู่ชุมชน ไม่ว่าจะเป็นรายได้จากการท่องเที่ยว รายได้จากการขายของที่ระลึก เช่น ผ้าฝ้ายโอทอประดับ 4 ดาวของบ้านข้างน้ำ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและเคารพต่อค่านิยมและประเพณีต่างๆ ของชุมชนนั้นๆ เช่นการแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าในกับชุมชนไทลื้อจังหวัดอื่น ๆ เช่นจังหวัดพะเยา, ลำพูน และน่าน เป็นต้น

ผลกระทบในแง่ลบ

1. การจัดงานเทศกาล ประเพณีต่างๆ ที่มุ่งเน้นเพื่อการท่องเที่ยวมักจะเน้นแต่ความสวยงาม ตื่นตาตื่นใจแก่ผู้พบเห็นจนละเลยที่จะนึกถึงความหมายที่แท้จริงของประเพณีดังกล่าว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ที่มีบทบาทและความสำคัญกับวิถีชีวิตของท้องถิ่น ทำให้งานประเพณีดังกล่าวหมดความหมายและคุณค่าที่แท้จริงของตัวเอง ไม่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของสังคมในชุมชนเช่นเดิม

2. ด้านงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านอาจได้รับผลกระทบในแง่ของการลดคุณภาพ และมาตรฐานของงานศิลปะเพื่อให้สามารถผลิตได้เป็นจำนวนมากๆ ต้นทุนต่ำ และผลกำไรสูง โดยมิได้คำนึงถึงคุณภาพของงานฝีมือเหล่านั้น

3. เกิดการลอกเลียนแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านการแต่งกายและวิถีชีวิต จนทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างผู้คนในชุมชน และอาจทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมดั้งเดิมไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือ เพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ขอเสนอข้อมูลการศึกษา ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ท่าน คือ

1. คุณมนต์นภา สารพัตร ผู้จัดการเกสต์เฮ้าส์บ้านอ้ายหล้า จังหวัดเชียงใหม่ (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว โดยให้บริการที่พักราคา 300 – 600 บาท) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า เงื่อนไขที่สำคัญที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ต เพราะค่อนข้างมีประสิทธิภาพ และรัฐควรจะสนับสนุนผู้ประกอบการในเรื่องเงินทุนและการประชาสัมพันธ์

2. คุณอัครพงศ์ บัวไพจิตร ผู้จัดการแผนกขายและการตลาด Horizon Village จังหวัดเชียงใหม่ (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว โดยให้บริการที่พักราคา 1,500 – 3,000 บาท) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า เงื่อนไขที่สำคัญที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์และรัฐควรสนับสนุนในการเพิ่มโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ในวงกว้างต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ควรจะคัดเลือกสถานที่ที่เป็นต้นกำเนิดของเรื่องนั้น ๆ จริง ๆ และมีการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ น่าจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีการพัฒนาต่อไป

3. คุณกัตติกา แซ่เตีย ผู้จัดการแผนกขายและการตลาด โรงแรมแชงกรี-ลา เชียงใหม่ (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว โดยให้บริการที่พักราคา 4,000 – 50,000 บาท) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า เงื่อนไขที่สำคัญที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์และแหล่งเงินทุน ส่วนในเรื่องการบรรจุในโปรแกรมท่องเที่ยว ควรจะใช้ระบบเครือข่ายของโรงแรมและที่พักน่าจะนำเสนอได้ดีกว่า

2. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ระบบเครือข่ายการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ยังอ่อนอยู่ ซึ่งถ้าปรับปรุงเรื่องนี้ น่าจะมีส่วนช่วยในการสร้างการท่องเที่ยวแบบใหม่ได้

4. คุณเสกสรร อือตระกูล บรรณาธิการผู้จัดการ นิตยสาร Passport to Chiang Mai (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ด้านสื่อสารมวลชน) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า เงื่อนไขที่สำคัญที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ และการสร้างกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน เนื่องจากจะทำให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยรัฐมี หน้าที่สร้างบรรยากาศให้มีความปลอดภัย เพราะจากสถานการณ์ปิดสนามบิน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่มีความเชื่อมั่นในการเดินทางในประเทศไทย ดังนั้นรัฐจำเป็นต้องดูแลสถานการณ์ต่าง ๆ ให้สงบเรียบร้อยที่สุด

2. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะส่งผลให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. คุณอาพรรณชนก สุนทรชัย เจ้าของและหุ้นส่วน บริษัท นอร์ทโพล ทราเวล จำกัด (ตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ด้านบริษัททัวร์ และรถเช่า) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2552 มีความเห็นดังนี้

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า เงื่อนไขที่สำคัญที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์และรัฐควรสนับสนุนในการเพิ่มโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ในวงกว้างต่อไป

2. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ควรจะคัดเลือกสถานที่ที่เป็นต้นกำเนิดของเรื่องนั้น ๆ จริง ๆ และมีการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ น่าจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีการพัฒนาต่อไป

กลุ่มตัวอย่างผู้นำชุมชน ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ท่าน คือ

1. คุณดวงแก้ว สะอาดล้วน นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า ความเข้มแข็งของวัฒนธรรมไทลื้อน่าจะมีความสำคัญที่สุด เพราะถ้าชุมชนมีจุดแข็งด้านนี้ จะเป็นตัวดึงดูดให้มีนักท่องเที่ยวมาเยือนอย่างแน่นอน ในทางตรงกันข้ามถ้าวัฒนธรรมของเราไม่เข้มแข็ง ถึงจะมีการประชาสัมพันธ์อย่างไร นักท่องเที่ยวที่มาเยือนคงจะไม่ประทับใจอย่างแน่นอน ซึ่งในประเด็นนี้รัฐควรจะเข้ามาช่วยในการสนับสนุนให้มีการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น เช่นบรรจุในโรงเรียนประจำตำบลถึงเนื้อหาของวัฒนธรรมไทลื้อ เพื่อให้เยาวชนได้รู้และเข้าใจถึงความเป็นมาของชุมชนของเรามากขึ้น

2. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ควรจะมีการให้ความรู้แก่คนในชุมชนเรื่องของวัฒนธรรมไทลื้อมากขึ้น เพื่อสร้างความภาคภูมิใจต่อคนในชุมชน และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนมากขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. คุณวิรัตน์ บุญเรืองยา รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ น่าจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพัฒนาต่อไปได้

2. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีจากนี้น่าจะรอจังหวะในการพัฒนาการท่องเที่ยวออกไปก่อน เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจ แต่อย่างไรก็ดี โดยส่วนตัวมีความเชื่อว่า การท่องเที่ยวจะมีศักยภาพต่อไปในอนาคต

3. คุณอรรถวิทย์ บุญยศยิ่ง รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า การสนับสนุนจากภาครัฐมีความสำคัญมาก เพราะท้องถิ่นยังขาดงบประมาณและความรู้ความสามารถ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการช่วยเหลือทางภาษา ถ้าเราจะทำการตลาดกับชาวต่างชาติ เพราะฉะนั้นรัฐต้องสนับสนุนด้านเทคนิคเป็นอย่างมาก

2. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ยังไม่มีความเห็นในเรื่องนี้

4. คุณกัลยา สะอาดล้วน ประธานกลุ่มแม่บ้านตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552 (มีความเห็นเช่นเดียวกับคุณดวงแก้ว สะอาดล้วน)

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มีความเห็นว่า ความเข้มแข็งของวัฒนธรรมไทลื้อน่าจะมีความสำคัญที่สุด เพราะถ้าชุมชนมีจุดแข็งด้านนี้ จะเป็นตัวดึงดูดให้มีนักท่องเที่ยวมาเยือนอย่างแน่นอน ในทางตรงกันข้ามถ้าวัฒนธรรมของเราไม่เข้มแข็ง ถึงจะมีการประชาสัมพันธ์อย่างไร นักท่องเที่ยวที่มาเยือนคงจะไม่ประทับใจอย่างแน่นอน ซึ่งในประเด็นนี้รัฐควรจะเข้ามาช่วยในการสนับสนุนให้มีการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น เช่นบรรจุในโรงเรียนประจำตำบลถึงเนื้อหาของวัฒนธรรมไทลื้อ เพื่อให้เยาวชนได้รู้และเข้าใจถึงความเป็นมาของชุมชนของเรามากขึ้น

2. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

มีความเห็นว่า ควรจะมีการให้ความรู้แก่คนในชุมชนเรื่องของวัฒนธรรมไทลื้อมากขึ้น เพื่อสร้างความภาคภูมิใจต่อคนในชุมชน และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนมากขึ้น

5. คุณสุพจน์ กาวิชัย กำนันตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2552

1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

มีความเห็นว่า การสนับสนุนของภาครัฐมีความสำคัญมาก เพราะสามารถกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด

2. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

ยังไม่มีข้อเสนอแนะ

กล่าวโดยสรุปทั้งผู้ประกอบการและผู้นำชุมชนมีความเห็นสอดคล้องกันว่า รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ การให้บริการแบบเกสต์เฮ้าส์ และการให้ความรู้ควบคู่กับการท่องเที่ยวไปด้วย นอกจากนี้การสนับสนุนจากภาครัฐก็มีความสำคัญในการประสบความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อบ้านลวงเหนือด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการให้เงินทุนสนับสนุน และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่จะประสบความสำเร็จในระยะยาวได้ สำหรับชุมชนเองก็มีความสำคัญในการให้ความรู้แก่บุคลากรไม่ว่าจะเป็นผู้นำชุมชนและเยาวชนเป็นต้น จะช่วยให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ศึกษาจากแบบสอบถาม เอกสาร การสัมภาษณ์บุคคล การสังเกตอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้ศึกษาได้สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะไว้ ดังนี้

5.1 สรุปและอภิปรายผล

1. ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Demand Side) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีข้อมูลทางสถิติ ดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุที่เดินทางมามากที่สุด คือ ช่วงอายุ 20-30 ปี สถานะส่วนใหญ่จะเป็นโสด ประกอบอาชีพส่วนใหญ่อยู่ในภาคเอกชน จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า รายได้อยู่ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เห็นว่า เพื่อการพักผ่อน และ เพื่อการบันเทิง ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นดังนี้ สิ่งดึงดูดใจจากการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมีอิทธิพลมากที่สุดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนสิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ เช่น ศิลปวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต, ความเห็นมิตรไมตรีของคนไทย, แหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก, สถานที่ให้ความบันเทิงยามราตรี และ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว มีอิทธิพลมากที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ในด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ พบว่า การบอกต่อจากคนใกล้ชิด หรือคนรู้จัก และอินเตอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว, หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์ และ ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในด้านค่าครองชีพในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่า มีอิทธิพลมากที่สุด ในด้านระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่า มีอิทธิพลมาก ในด้านงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นัดท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่า มีอิทธิพลมากที่สุด ในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่า มีอิทธิพลมาก ในด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่า มีอิทธิพลมาก ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวดต่าง ๆ ที่มีระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่า มีอิทธิพลมาก

ในด้านความน่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจ ในด้านความเห็นว่าถ้ามีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

สำหรับความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีข้อมูลทางสถิติ ดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุที่เดินทางมามากที่สุด คือ ช่วงอายุ 20-30 ปี สถานะส่วนใหญ่จะเป็นโสด ประกอบอาชีพส่วนใหญ่อยู่ในภาคเอกชน จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า รายได้สูงกว่า 20,000 บาท วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เห็นว่า เพื่อศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และ เพื่อการพักผ่อน ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความเห็นดังนี้ สิ่งดึงดูดใจจากการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเลือกเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต มีอิทธิพลมากที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนสิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ, ความเห็นมิตรไมตรีของคนไทย, แหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก, สถานที่ให้ความบันเทิงยามราตรี และ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว มีอิทธิพลมากที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ในด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ พบว่า การบอกต่อจากคนใกล้ชิด หรือคนรู้จัก และอินเตอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว, หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์ และ ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในด้านค่าครองชีพในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นว่า มีอิทธิพลมากที่สุด ในด้านระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นว่า มีอิทธิพลมาก ในด้านงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นว่า มีอิทธิพลมาก ในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นว่า มีอิทธิพลมากที่สุด ในด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นว่า มีอิทธิพลปานกลาง ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นว่า มีอิทธิพลมาก

ในด้านความน่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจ ในด้านความเห็นว่าถ้ามีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

สำหรับความเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีข้อมูลทางสถิติ ดังนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุที่เดินทางมามากที่สุด คือ ช่วงอายุ 20-30 ปี สถานะส่วนใหญ่เป็นโสด ประกอบอาชีพส่วนใหญ่อยู่ในภาคเอกชน จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า รายได้สูงกว่า 20,000 บาท วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เห็นว่า เพื่อการพักผ่อน และศิลปวัฒนธรรม ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความเห็นดังนี้ สิ่งดึงดูดใจจากการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีอิทธิพลมากที่สุดที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนสิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ เช่น ศิลปวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต, ความเห็นมิตรไมตรีของคนไทย, แหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก, สถานที่ให้ความบันเทิงยามราตรี และ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว มีอิทธิพลมากที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ในด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ พบว่า การบอกต่อจากคนใกล้ชิด หรือคนรู้จัก และอินเตอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว, หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์ และ ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในด้านค่าครองชีพในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเห็นว่า มีอิทธิพลมาก ในด้านระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวเห็นว่า มีอิทธิพลมาก ในด้านงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวเห็นว่า มีอิทธิพลมาก ในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวเห็นว่า มีอิทธิพลมาก ในด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นว่า มีอิทธิพลมาก ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวเห็นว่า มีอิทธิพลมาก

ในด้านความน่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจ ในด้านความเห็นว่าถ้ามีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

เมื่อนำแนวคิดทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาอธิบายผลการศึกษาที่เกิดขึ้น พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่มีความไม่แน่ใจในการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจากข้อมูลทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ เมื่อนำมาวิเคราะห์พบว่า เนื่องจากแนวความคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบันยังไม่เป็นรูปธรรมมากนัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เข้าใจว่าจะเป็นการท่องเที่ยวที่นำชาวบ้านมาฟ้อนรำ และทานอาหารมากกว่า (เทียบเคียงกับการทานขันโตก) ทำให้ไม่มีความแปลกใหม่มากนักในรูปแบบการท่องเที่ยว

นอกจากนี้เมื่อนำทฤษฎีส่วนประสมการตลาดมาวิเคราะห์ผลการศึกษาที่เกิดขึ้น พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) นั้น คือ ชุมชนไทลื้อ บ้านลวงเหนือ ยังไม่เป็นที่รู้จักซึ่งถือเป็นจุดอ่อนสำคัญในการทำการตลาดในอนาคต ด้านราคา (Price) นั้น เมื่อสอบถามนักท่องเที่ยวในด้านงบประมาณและค่าครองชีพในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมาก ดังนั้นกลยุทธ์ทางด้านราคาจึงมีความสำคัญมาก เพราะฉะนั้น ราคาในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องไม่สูงมากจนเกินไปนัก เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่าการโฆษณาที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ การโฆษณาแบบปากต่อปาก และอินเตอร์เน็ต เพราะนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ชัดเจน รอบด้าน และหลากหลายมากขึ้น ดังนั้นชุมชนจึงจำเป็นต้องเน้นในเรื่องการส่งเสริมการตลาดด้านนี้มากขึ้น ประกอบกับประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณามากกว่าการโฆษณาทางวิทยุ หรือนิตยสารต่าง ๆ เป็นต้น ด้านสถานที่ (Place) ควรจะมีการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนและมีการสร้างเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพและมีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างดี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. ศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาเรื่องศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด (Supply Side) ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ตัวอย่าง และกลุ่มผู้นำชุมชนตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ตัวอย่าง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยผู้ประกอบการที่พักในระดับราคา 300 – 600 บาท จำนวน 1 ท่าน ผู้ประกอบการที่พักในระดับราคา 1,500 – 4,000 บาท จำนวน 1 ท่าน ผู้ประกอบการที่พักในระดับราคา 4,000 – 50,000 บาท จำนวน 1 ท่าน ผู้ประกอบการด้านการประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1 ท่าน และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว (Travel Agent) จำนวน 1 ท่าน

โดยสรุปผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีความเห็นว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันค่อนข้างจะชะลอตัวเนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจ ประกอบกับปัญหาทางการเมือง โดยมีการปิดสนามบินสุวรรณภูมิ ส่งผลกระทบให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศขาดความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งส่งผลให้สถานการณ์การท่องเที่ยวในอนาคตยังคงประสบปัญหาอยู่ โดยคาดการณ์ว่าประมาณ 2-3 ปีจึงจะกลับเข้าสู่สภาวะปกติ

สำหรับปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่

ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจ เนื่องจากทุกท่านมีประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยวมาค่อนข้างนาน อย่างไรก็ดียังคงต้องมีการทำความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจนต่อไป สำหรับความเห็นในเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น ส่วนใหญ่เห็นว่าควรจะจัดเป็นแบบโฮมสเตย์ คือ จัดให้นักท่องเที่ยวพักอยู่กับชุมชน มีการเรียนรู้วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชนโดยได้รับประสบการณ์ตรง โดยต้องอาศัยความช่วยเหลือจากภาครัฐในการประชาสัมพันธ์ มีการบรรจุโปรแกรมการท่องเที่ยวในแผนที่การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น สำหรับกลุ่มลูกค้านั้น ส่วนใหญ่เห็นว่าลูกค้าชาวไทยมีความสำคัญ เนื่องจากปัญหาการปิดสนามบินส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศลดจำนวนลง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยจะเป็นตลาดที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวประเภทนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลุ่มผู้นำชุมชน 5 ท่านประกอบด้วย นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลวงเหนือ, รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลวงเหนือ จำนวน 2 ท่าน, ประธานกลุ่มแม่บ้านตำบลลวงเหนือ และ กำนันตำบลลวงเหนือ

โดยทั้ง 5 ท่านมีความเห็นตรงกันว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันยังมีปัญหาอยู่ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจ ประกอบกับตำบลลวงเหนือเองมีแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายนักมีเพียงเขื่อนแม่กวงอุดมธาราเท่านั้น อย่างไรก็ดีได้มีการบรรจุแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบลลวงเหนือไว้ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อต่อไป

สำหรับรูปแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อ คือ รูปแบบโฮมสเตย์และมีการจัดทำพิพิธภัณฑ์ไทลื้อ เพราะให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับได้ โดยต้องอาศัยความช่วยเหลือจากภาครัฐ 2 ด้าน คือ การประชาสัมพันธ์ และการสร้างวัฒนธรรมชุมชนให้เข้มแข็ง มีการบรรจุวัฒนธรรมท้องถิ่นในบทเรียนเพื่อให้เกิดความภาคภูมิในในท้องถิ่น สำหรับกลุ่มลูกค้านั้น กลุ่มผู้นำชุมชนเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศน่าจะชื่นชอบรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งถ้ามีการจัดทำสื่อเป็นภาษาอังกฤษน่าจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อ ตำบลลวงเหนือมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เมื่อนำแนวคิดเรื่องศักยภาพในการรองรับได้ของพื้นที่มาพิจารณา พบว่า ไทลื้อบ้านลวงเหนือ มีความสามารถในการรองรับได้ของการท่องเที่ยวทั้งในการกายภาพ คือ มีถนนหนทางที่สะดวกสบาย มีสถานที่พักแรม รีสอร์ทต่าง ๆ มีโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคมขนส่งที่ครบถ้วน ประกอบกับการเดินทางจากตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่ใช้เวลาเพียง 30 นาทีซึ่งสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยว

ความสามารถในการรองรับได้ทางสังคม ไทลื้อบ้านลวงเหนือมีความเข้มแข็งทางชุมชนและการมีผู้นำที่เข้มแข็ง ทำให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้

สำหรับความสามารถในการรองรับได้ทางนิเวศ ไทลื้อบ้านลวงเหนือมีสภาวะแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติของชุมชน ซึ่งคาดว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศของชุมชน เพราะมิได้มีการชุมนุมของนักท่องเที่ยวในจุดใดจุดหนึ่งเป็นเวลานาน ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. ปัญหา, สาเหตุของปัญหาและผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ สามารถวิเคราะห์ถึงปัญหาและสาเหตุที่เกิดขึ้นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด ดังนี้

3.1 ปัญหาภายนอก อันได้แก่ ปัญหาการชะลอตัวของธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีสาเหตุหลักมาจากปัญหาเศรษฐกิจ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวลดลง ประกอบกับประเทศไทยประสบปัญหาการขาดเสถียรภาพทางการเมือง มีเหตุการณ์ที่สำคัญ คือ การปิดสนามบินสุวรรณภูมิ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในการเดินทางมาประเทศไทย รวมถึงจังหวัดเชียงใหม่ด้วย

3.2 ปัญหาภายในชุมชนเอง คือ การขาดความเข้มแข็งของชุมชนในเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างจุดขายที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านภาษาเพื่อพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

3.3 ปัญหาจากภาครัฐ คือ การขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดีในการดึงดูดให้บรรจุการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลงในแผนที่การเดินทางสู่จังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลให้การท่องเที่ยวไม่เป็นที่แพร่หลายเท่าที่ควร

สำหรับผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด สามารถจำแนกออกเป็น 2 ด้าน คือ

ผลกระทบในด้านบวก

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีผลกระทบที่สำคัญ คือ การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ทำให้คนในชุมชนรู้จักรากเหง้าของตน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เป็นต้น โดยสิ่งที่จะตามมาคือ รายได้จากการท่องเที่ยวและของที่ระลึก ซึ่งจะช่วยให้เศรษฐกิจหมู่บ้านพัฒนาขึ้นด้วย

ผลกระทบในด้านลบ

ในทางตรงกันข้าม ถ้าชุมชนไม่เข้มแข็ง จะส่งผลให้ชุมชนเกิดความเปราะบาง ไม่ว่าจะเป็นการรับวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามา ปัญหาอาชญากรรม ยาเสพติด โรคระบาด เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และผู้นำชุมชนตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปได้ว่า แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ คือ การพัฒนาในรูปแบบของโฮมสเตย์ โดย โฮมสเตย์ คือ บ้านของชาวบ้านที่มีห้องหรือพื้นที่พอจะรับแขกผู้มาเยือนได้โดยเจ้าของบ้านพอใจยินดีจะแบ่งปันรับนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) โดยมีการให้การศึกษา (Education) เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มความรู้ (Knowledge) ประสบการณ์ (Experience) ความประทับใจ (Appreciation) เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยวและท้องถิ่น (ภราเดช พยัฆวิเชียร, 2542: 102) ซึ่งเหมาะจะเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพที่สุด อย่างไรก็ดีรูปแบบการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ก็มีข้อจำกัด คือ นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องพักอยู่ในชุมชนเป็นระยะเวลาค่อนข้างนาน ดังนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการการท่องเที่ยวที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ โดยมีการสร้างแหล่งความรู้ชุมชน เช่น พิพิธภัณฑ์ น่าจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อได้

ดังนั้นมาตรการที่ชุมชนควรกระทำเพื่อรักษาประเพณีที่ดีงามของไทลื้อ คือ ควรจะมีการประชุมระหว่างผู้รู้และผู้เกี่ยวข้องในด้านประเพณี เพื่อกำหนดประเพณีที่เป็นของไทลื้อแท้ ๆ โดยพยายามรักษาของเดิมและไม่ให้มีการประยุกต์มากเกินไป นอกจากนี้ควรมีการนำประเพณีพื้นเมืองเผยแพร่กับประชาชนและเยาวชนให้ทราบ และเกิดความตระหนักในคุณค่าของประเพณีดังกล่าว การเผยแพร่นอกจากจะดำเนินการโดยที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวแล้ว ควรจะมีการเข้าสู่ระบบการศึกษาของท้องถิ่นในระยะยาวด้วย เช่น บรรจุเป็นความรู้ในการศึกษาของประชาชน (สันทัด เสริมศรี, 2529: 168-169)

สรุป

ผู้ศึกษามีความเห็นโดยสรุปในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่า ยังไม่พร้อมในขณะนี้ เมื่อพิจารณาในด้านความต้องการ (Demand Side) ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินั้นพบว่ายังไม่มีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังไม่แน่ใจในการท่องเที่ยวประกอบกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัญหาเศรษฐกิจและปัญหาการเมือง ที่ทำให้ความน่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลดน้อยลง สำหรับในด้านศักยภาพและความพร้อมของชุมชน (Supply Side) นั้น ผู้ศึกษาเห็นว่ามีความพร้อมค่อนข้างมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ไม่ว่าจะเป็นในการโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ การคมนาคมขนส่ง ที่พัก ความปลอดภัย เป็นต้น ประกอบกับผู้นำชุมชนมีความเข้มแข็ง ซึ่งสามารถผลักดันโครงการนี้ได้ ทั้งนี้โครงการนี้ควรจะรอจังหวะที่เหมาะสมก่อน คาดว่าน่าจะประมาณสองปีจึงจะมีความพร้อมในการทำโครงการนี้ ซึ่งในระหว่างนี้ทางชุมชนเองอาจจะเตรียมความพร้อมในเรื่องการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยการสร้างกิจกรรมต่าง ๆ เตรียมงบประมาณในการทำโครงการ และให้ความรู้ในเรื่องวัฒนธรรมไทลื้อแก่ชุมชน มากขึ้น ซึ่งเมื่อถึงเวลาที่เศรษฐกิจดีขึ้น ชุมชนสามารถเริ่มต้นโครงการนี้ได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

5.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรมและนำเสนอต่อองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นต่อไป

2. ควรศึกษากลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ใหม่ ๆ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีระบบเครือข่ายและบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ที่เน้นจัดทัวร์เชิงอนุรักษ์

3. การพัฒนาคุณภาพของบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น การอบรมมัคคุเทศก์ และองค์กรท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้และความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว (พรทิพย์ เธียรธีรวิทย์, 2542: 123)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ.** กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540

จิราวรรณ กาวิละ. “ทางเลือกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาหมู่บ้านวัวลาย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.

จีรพร ศรีวัฒนานุกูลกิจ และ เศกสิน ศรีวัฒนานุกูลกิจ. **ความต้องการและความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. **รายงานการวิจัยการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการอนุรักษ์ป่าและระบบนิเวศเพื่อแก้ปัญหาภัยแล้ง.** ทุนอุดหนุนการวิจัยประเภทกำหนดเรื่อง สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ, 2541.

เดชา โต้งสูงเนิน. “การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตร: กรณีศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543.

นงเยาว์ ใจห้อ. “ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องเรื่องศักยภาพของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร”. การค้นคว้าแบบอิสระ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.

พรทิพย์ เธียรธีรวิทย์. **ศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง.** คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.

ภราเดช พยัฆวิเชียร. **การวางแผนตลาดการท่องเที่ยว.** เอกสารประกอบการสอน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.

มนัส สุวรรณ. **นิเวศวิทยากับการพัฒนาเศรษฐกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2538.

มนัส สุวรรณ. **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2544.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มนัส สุวรรณ และคณะ. **แผนปฏิบัติการเพื่อฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ (เชียงใหม่).** รายงานโครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมภาคเหนือ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2541.

ยศ สันตสมบัติ. **พลวัตและความยืดหยุ่นของสังคมชาวนา: เศรษฐกิจชุมชนภาคเหนือ และการปรับกระบวนทัศน์ว่าด้วยชุมชนในประเทศโลกที่สาม**. เชียงใหม่: บริษัท วิทอินดีไซน์ จำกัด, 2546.

วรัญญา เทพวัลย์. "ปัจจัยสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกมาดอยตุง จังหวัดเชียงราย". การค้นคว้าแบบอิสระ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. **การวิเคราะห์แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย.** กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2544.

สมศักดิ์ เตชะเอราวัณ. **"**การจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาบ้านแม่กำปองกิ่งอำเภอแม่ออนจังหวัดเชียงใหม่". การค้นคว้าแบบอิสระ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.

สันทัด เสริมศรี. "ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่". โครงการสังคมศาสตร์สิ่งแวดล้อม ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2529.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9.** กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2544.

เสกสรร สรรสรพิสุทธิ์. "อัตลักษณ์ของไทลื้อและการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดภายใต้ระบบเศรษฐกิจทุนนิยม กรณีศึกษาบ้านแม่สาบ ตำบลสะเมิง อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่". การค้นคว้าแบบอิสระ สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.

อนุรักษ์ โชติดิลก. **สถิติเพื่อการวิจัย: มุ่งสู่การปฏิบัติ.** กรุงเทพฯ: บริษัท วิรัตน์ เอดดูเคชั่น จำกัด, 2549.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามสำหรับชาวไทย

ชุดที่.....

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อ: กรณีศึกษาบ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีจุดประสงค์เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหลักสูตรศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คำตอบของท่าน ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและใช้เป็นข้อมูลเพื่อสรุปผลการศึกษาเป็นในลักษณะภาพรวม ดังนั้นคำตอบของท่านไม่เป็นผลเสียหายต่อท่านเป็นอย่างใด แต่จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี

โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ

<u>ส่วนที่ 1</u> ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (โปรดทำเครื่องหมาย √) ลงในช่อง ( ) เพียงข้อเดียว

1. เพศ

1 ( ) ชาย 2 ( ) หญิง

2. อายุ

1 ( ) ต่ำกว่า 20 ปี 2 ( ) 20 – 30 ปี

3 ( ) 31 – 40 ปี 4 ( ) 41 – 50 ปี

5 ( ) 51 – 60 ปี 6 ( ) 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1 ( ) โสด 2 ( ) สมรส

3 ( ) หย่าร้าง

4. อาชีพ

1 ( ) นักเรียน / นักศึกษา 2 ( ) ราชการ / รัฐวิสากิจ

3 ( ) พนักงานบริษัท 4 ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. การศึกษา

1 ( ) นักเรียน / นักศึกษา 2 ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น

3 ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย 3 ( ) อนุปริญญา / ปวส.

5 ( ) ปริญญาตรี 6 ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือน

1 ( ) ต่ำกว่า 5,000.- บาท 2 ( ) 5,001 – 10,000.- บาท

3 ( ) 10,001 – 15,000.- บาท 4 ( ) 15,001 – 20,000.- บาท

5 ( ) มากกว่า 20,000.- บาท

(นักเรียน / นักศึกษา ให้ถือรายได้ คือ เงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง)

7. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (เลือกตอบได้ 2 ข้อ โดยใส่หมายเลข1 และ 2 ในช่อง ()

1 ( ) เพื่อการพักผ่อน 2 ( ) เพื่อการประชุมสัมมนา

3 ( ) เพื่อการศึกษาวัฒนธรรม ประเพณี 4 ( ) เพื่อธุรกิจส่วนตัว

5 ( ) เพื่อความบันเทิง 6 ( ) เพื่อการกีฬา

7 ( ) เพื่อเยี่ยมญาติ / เพื่อน 8 ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

<u>ส่วนที่ 2</u> ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

(โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงในตารางระดับการประเมินตามระดับคะแนนที่ท่านคิดว่าเหมาะสมให้ตรงกับประเด็นการประเมินทุกประเด็น)

<u>หมายเหตุ</u>

5 = มีอิทธิพลมากที่สุด 4 = มีอิทธิพลมาก 3 = มีอิทธิพลปานกลาง

2 = มีอิทธิพลน้อย 1 = ไม่มีอิทธิพลเลย

<u>รายการ</u>	**ระดับการตัดสินใจ**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**
8. สิ่งดึงดูดใจจากการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่ทำให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ - โบราณสถาน โบราณวัตถุ					
- ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต					
- ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รายการ	**ระดับการตัดสินใจ**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**
- แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ					
- แหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก					
- สถานให้ความบันเทิงยามราตรี					
- ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว					
9. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ - แผ่นพับ ใบปลิว					
- หนังสือพิมพ์					
- วิทยุ					
- โทรทัศน์					
- การบอกต่อจากคนใกล้ชิด หรือคนรู้จัก					
- อินเตอร์เน็ต					
- ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์					
10. ค่าครองชีพในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่					
11. ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่					
12. งบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่					
รายการ	**ระดับการตัดสินใจ**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**
13. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่					
14. โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ - สภาพถนนหนทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
- ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์					
- สาธารณูปโภคอื่น ๆ เช่น ห้องน้ำ ที่ทิ้งขยะ เป็นต้น					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รายการ	**ระดับการตัดสินใจ**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**
15. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ - ความสะดวกสบายด้านที่พัก					
- ความสะดวกสบายด้านอาหารการกิน					
- ความสะดวกสบายด้านการเดินทาง เช่น รถโดยสาร, รถประจำทาง เป็นต้น					
- ความสะดวกสบายด้านความสามารถในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและบริการจากแหล่งท่องเที่ยว					

16. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่

( ) น่าสนใจ: ไปข้อ 17 ( ) ไม่น่าสนใจ ( ) ไม่แน่ใจ

17. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

( ) ไปแน่นอน ( ) ไม่ไป ( ) ไม่แน่ใจ

✍ กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่าน

นายกฤษดา ขุ่ยอาภัย (ผู้วิจัย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามสำหรับชาวต่างชาติ

No.….....

Questionnaire for foreign tourists

Cultural Tourism: A Case Study of Ban Luang Nue and Ban Luang Tai, Doi Saket District, Chiang Mai Province

This Questionnaire is a part of the individual study for a Master degree of Political Economy, Chiang Mai University. Your information will be extremely confidential.

Thank you for your kind cooperation

Part 1: Personal data

1. Gender

   1. Male 2. Female

2. Age

   1. under 20 yrs. 2. 20-30 yrs. 3. 31-40 yrs.
   4. 41-50 yrs. 5. 51–60 yrs. 6. 60 yrs. and above.

3. Marital status

   1. Single 2. Married 3. Others

4. Occupation

   1. Student 2. Government/State enterprise officer
   3. Corporate employee 4. Others,(Please indicate) ……..

5. Education Level (Highest)

   1. Lower than primary school 2. Secondary School (Grade 6-8)
   3. Secondary school (Grade 9-12) 4. Vocational school
   5. Bachelor degree 6. Others

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6. Average income per month

1. Below US$ 500
2. US$ 501 – 1,100
3. US$ 1,1001 – 1,700
4. US$ 1,701 – 2,300
5. US$ 2,301 – 2,900
6. Over US$ 2,901

7. Travel objectives

1. Leisure
2. Meeting & Seminar
3. Culture
4. Business
5. Entertain
6. Education
7. Visit friends & cousin
8. Other

Part II: Marketing Factors influencing the decision to travel in Chiang Mai

Remark: Degree of Influence

5 = Most Influence 4 = More Influence 3 = Medium 2 = Less Influence 1 = None Influence

Items	**Degree of Influence**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**
8. What are the attractive points of travel in Chiang Mai - Ancient City					
- Culture					
- Thai Hospitality					
- Natural Park					
- Shopping					
- Night Life					
- Diversity of Traveling Style					
9. How do you know about Chiang Mai Tourism (Public Relations) - Flyer					
- Newspaper / Travel Magazine					
- Radio					
- Television					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Items	Degree of Influence				
	5	4	3	2	1
- Friends / Cousin					
- Internet					
- Advertisement					
10. Total Traveling Expenses in Chiang Mai					
11. Total period of stay in Chiang Mai					
12. Traveling Budget in Chiang Mai					
13. Safety & Security Factor					
14. Infrastructure Factor - Road					
- Electricity / Water and Telephone					
- Others					
15. Facilities - Accommodation					
- Food & Beverage					
- Transportation					
- Access of travel information					

8. Do you interested to travel in Chiang Mai for Cultural Tourism?
    1. Yes
    2. No
    3. Not Applicable

9. If there is well managed Village Cultural Tourism in Chiang Mai, Do you want to visit?
    1. Yes
    2. No
    3. Not Applicable

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

10. Other suggestions/recommendations to improve.

……

……

……

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ค

แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการ

แบบนำสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่หนึ่ง ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อ ตำแหน่ง และชื่อองค์กรที่สังกัด

……

……...……

……

……..

ส่วนที่สอง ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

……

……...……

……

……...……

……

……

……..

2. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ, การประชาสัมพันธ์, ค่าครองชีพที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ , งบประมาณในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว, โครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

……
……
……
……
……
……
……

<u>ส่วนที่สาม ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม</u>

1. ท่านมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก –น้อยเพียงใด

……
……
……
……

2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่อย่างไร

……
……
……
……
……

3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะนำเสนอในรูปแบบใด

……
……
……
……
……

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการจัดการในเรื่องสถานที่อย่างไร

……
……
……
……
……

5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะกลุ่มลูกค้าประเภทใด เพราะเหตุใด

……
……
……
……
……

6. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

……
……
……
……
……

7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

……
……
……
……

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

8. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่าน

นายกฤษดา ขุ่ยอาภัย (ผู้วิจัย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ง

แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้นำชุมชน

แบบนำสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน

<u>ส่วนที่หนึ่ง ข้อมูลทั่วไป</u>

1. ชื่อ ตำแหน่ง และชื่อหน่วยงาน

……

……...……

……

……..

<u>ส่วนที่สอง ปัจจัยการตลาดของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่</u>

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันและอนาคต

……

……...……

……

……....

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

……

……

……

……

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ, การประชาสัมพันธ์, ค่าครองชีพที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ระยะเวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ , งบประมาณในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว, โครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……

<u>ส่วนที่สาม ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม</u>

1. ท่านมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาก –น้อยเพียงใด

……
……
……
……

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

……
……....……
……
……
……....

3. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะนำเสนอในรูปแบบใด

……
……....……
……
……..

4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการจัดการในเรื่องสถานที่อย่างไร

……
……....……
……
……..

5. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ควรจะกลุ่มลูกค้าประเภทใด เพราะเหตุใด

……
……....……
……
……..

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6. ท่านคิดว่าถ้าจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไม่

……
……...……
……
……

7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่มีเงื่อนไขใดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและรัฐควรจะมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

……
……...……
……
……

8. กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

.....
.....
.....
.....

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่าน

นายกฤษดา ขุ่ยอาภัย (ผู้วิจัย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายกฤษดา ขุ่ยอาภัย	
วันเดือนปีเกิด	1 กุมภาพันธ์ 2523	
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่	
	สำเร็จการศึกษารัฐศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 2) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2545	เจ้าหน้าที่บุคคล บริษัท สยาม มิตซุย พีทีเอ จำกัด บริษัทในเครือปูนซิเมนต์ไทย จังหวัดระยอง
	พ.ศ. 2548	เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและการตลาด เต๋า การ์เด้น เฮลท์ สปา แอนด์ รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่
	พ.ศ. 2550	เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม โรงแรมแชงกรี-ลา เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
	พ.ศ. 2552	ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved