



รายงานผลการวิจัย

เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง
เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่

People Participation in Development of Local Souvenirs for
Sustainable Tourism in Chiang Mai ,Thailand

ได้รับการจัดสรรงบประมาณวิจัย ประจำปี 2553

จำนวน 80,000 บาท

หัวหน้าโครงการ

นางสาวรภัศรณี คงชนजारุอนันต์

ผู้ร่วมโครงการ

นายชัช พงษ์ศิริวัฒน์

งานวิจัยเสร็จสิ้นสมบูรณ์

16/กรกฎาคม/2554

คำนิยม

โครงการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่(People Participation in Development of Local Souvenirs for Sustainable Tourism in Chiang Mai ,Thailand) ดำเนินการจนสำเร็จลุล่วง โดยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประจำปีงบประมาณ 2553 ผู้วิจัยขอขอบคุณ กลุ่มผู้ประกอบการผลิตสินค้า และกลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง ที่ได้ให้ข้อมูลวิจัยรวมถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นองค์ประกอบในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และขอขอบคุณคณะเศรษฐศาสตร์และคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่อนุเคราะห์สถานที่ และอุปกรณ์บางอย่างที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์

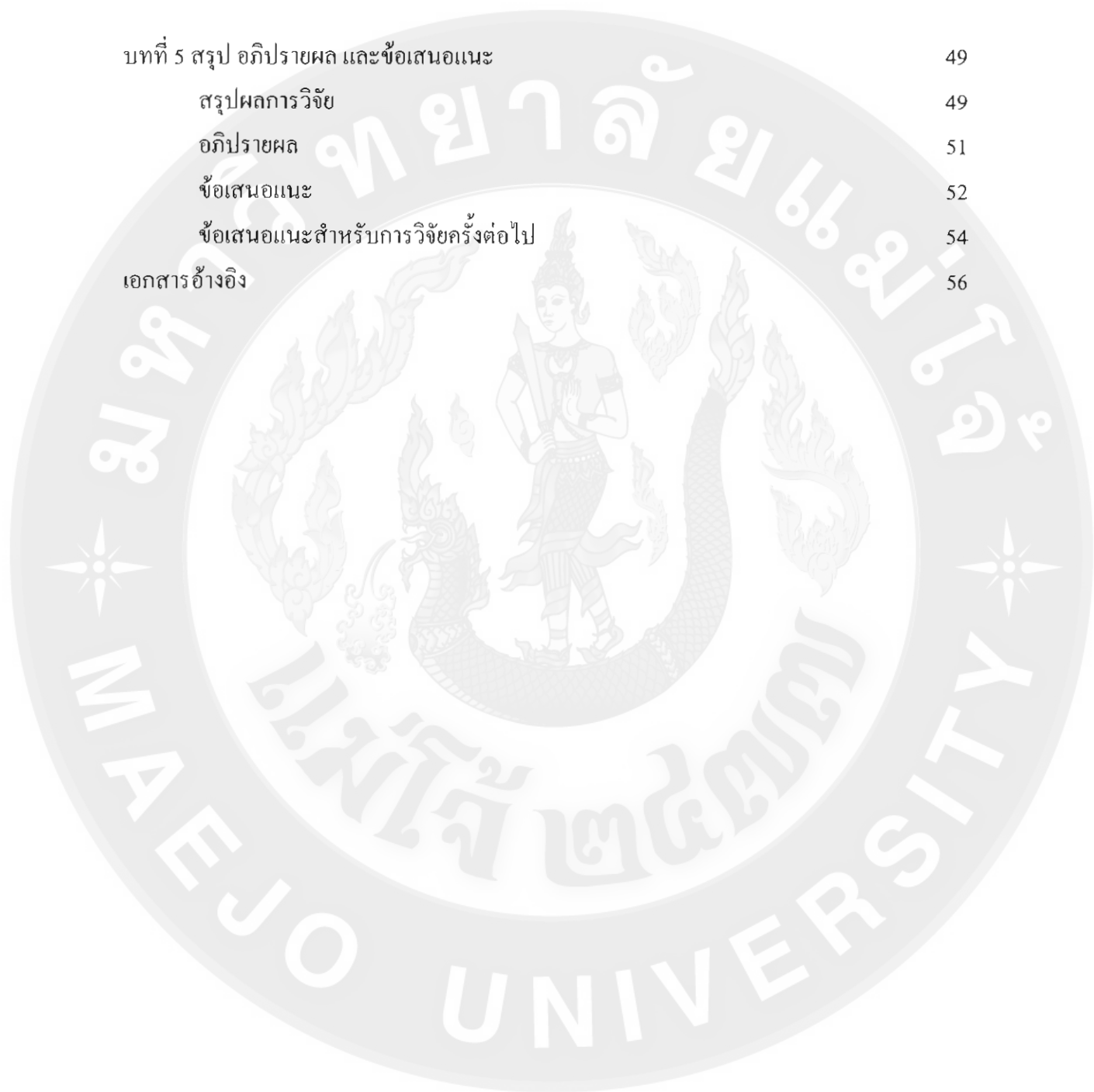
ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ	ก
สารบัญตาราง	ก
สารบัญภาพ	ง
บทคัดย่อ	1
Abstract	2
บทที่ 1 บทนำ	4
ความสำคัญของปัญหา	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
นิยามคำศัพท์	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
แนวคิดและทฤษฎี	8
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน	8
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์	11
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง	14
ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
กรอบแนวคิดของการวิจัย	31
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	32
ประชากร	32
กลุ่มตัวอย่าง	32
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	35
การวิเคราะห์ข้อมูล	36
บทที่ 4 ผลการวิจัย	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 5 สรุปลง อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	49
สรุปลงการวิจัย	49
อภิปรายผล	51
ข้อเสนอแนะ	52
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	54
เอกสารอ้างอิง	56



สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน และร้อยละ	39
ตารางที่ 1	แสดงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน และร้อยละ (ต่อ)	40
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนร้อยละของความสนใจในสินค้าของฝากพื้นเมือง ของนักท่องเที่ยว	41
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนร้อยละของความต้องการในสินค้าของฝากพื้นเมือง ของนักท่องเที่ยว	42
ตารางที่ 4	แสดงเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว	43
ตารางที่ 5	แสดงองค์ประกอบในการผลิตสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการ ผลิตสินค้าของฝากพื้นเมือง	44
ตารางที่ 6	แสดงองค์ประกอบในการเลือกจำหน่ายสินค้าของฝากพื้นเมือง	45
ตารางที่ 7	แสดงจำนวนผู้ประกอบการผลิตสินค้าต่อปัญหาและอุปสรรคที่พบ	46
ตารางที่ 8	แสดงจำนวนผู้ประกอบการต่อรูปแบบความช่วยเหลือหรือ การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ	46
ตารางที่ 9	แสดงจำนวนเฉลี่ย (ครั้ง) ในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี	47
ตารางที่ 10	แสดงจำนวนวันในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้ง	48

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1	วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle)	หน้า 13
ภาพที่ 2	กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย	31



การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง
เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่

People Participation in Development of Local Souvenirs for
Sustainable Tourism in Chiang Mai ,Thailand

รภัศรณ ครงนजारูนันต์¹ และชัช พงษ์ศิริวัฒน์²

Raprassorn Kongtanajaruanun¹ and Chat Pongsiwat²

¹คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จ.เชียงใหม่ 50290

²คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จ.เชียงใหม่ 50290

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาถึงประเภท และรูปลักษณะของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมใน จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาถึงการมีส่วนร่วมในความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษา และกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ยั่งยืนใน จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาสินค้าของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในจังหวัดเชียงใหม่ เท่านั้น ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีธุรกิจท่องเที่ยวในเติบโตในอัตราที่ค่อนข้างสูงโดยจะแบ่งอาณาเขตสถานที่เก็บข้อมูลวิจัย 5 อันดับแรกที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยว ได้แก่ ดอยสุเทพ ถนนคนเดินท่าแพ สวนสัตว์เชียงใหม่ ดอยอินทนนท์ และพิชสวนโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2551) จากข้อกำหนดขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยจะใช้เวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูลในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคม - เมษายน อีกทั้งได้จำกัดขอบเขตโดยลักษณะประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น จำนวน 400 ตัวอย่าง และข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการผลิตสินค้า และผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้า พบว่าจากข้อมูล

ข้างต้น และการอภิปรายผลในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า ผ้าไทยพื้นเมือง เครื่องเงิน และผลิตภัณฑ์กระดาษสา เป็นสินค้าที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยว โดยเน้นที่คุณภาพของสินค้า การออกแบบ และเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งนี้เพราะเป็นที่สนใจ และต้องการในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีความต้องการผ้าไทยพื้นเมืองสูงสุด เครื่องเงินรองลงมา และผลิตภัณฑ์กระดาษสา ได้รับความต้องการในอันดับต่อมา ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ สรุปข้อมูลจากผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองมี รูปแบบ และวิธีการประชาสัมพันธ์ โดยการการบอกเล่าปากต่อปาก สื่อสารสนเทศ และเอกสารแนะนำร้านและสินค้าด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ อันดับแรกคือการผลิตตามความนิยม การผลิตตามคำแนะนำของลูกค้า และจากหน่วยงานราชการแนะนำ องค์ประกอบของเหตุผลในการเลือกผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง อันดับแรกคือคุณภาพของสินค้า เอกลักษณ์ความเป็นไทย และการออกแบบ สรุปข้อมูลจากผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง มีรูปแบบ และวิธีการประชาสัมพันธ์ ในอันดับแรกคือการบอกเล่าปากต่อปาก สื่อสารสนเทศ และเอกสารแนะนำร้านและสินค้า ด้านข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง อันดับแรกคือการออกแบบ โดดเด่น การใช้ประโยชน์ และการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น องค์ประกอบของเหตุผลในการเลือกจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง อันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้า เอกลักษณ์ความเป็นไทย และการออกแบบ

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่ ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชน ได้แก่ นักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการผลิตสินค้า และกลุ่มผู้ประกอบการจำหน่าย รวมถึงหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

Abstract

This research entitled, "People Participation in Development of Local Souvenirs for Sustainable Tourism in Chiang Mai, Thailand," had the following objectives: 1) to study the types and nature of local souvenirs suited for Chiang Mai, 2) to study people participation in the needs of the tourists toward the local souvenirs in Chiang Mai, and 3) to study and establish guidelines for the development of the local souvenirs suitable and conforming to the needs of the sustainable tourists in Chiang Mai using statistical parameters such as percentage, mean, and standard deviation values.

This is study on the development of local souvenirs for sustaining the tourists on Chiang Mai only, a province where tourism industry is growing at quite a high rate. Data were collected from five areas. Firstly, the places which is popular to the Thai people, namely, Doi Suthep, Thapae walking street, Chiang Mai Zoo, Doi Intanon, and World Horticultural Fair /Garden (Tourism Authority of Thailand (TAT), 2008). Due to time limitations, the researcher conducted the study during peak seasons or January to April and subject limitations, only Thai tourists or 400 subjects. Data from the sample group or souvenir entrepreneur and sellers of the local souvenirs were also collected. The study showed that local cloth, silver jewelry, and mulberry paper products are the local souvenirs that can be developed for tourism by focusing on their quality, design, and Thai uniqueness because of their attractiveness and moderate demand by the tourists coming to Chiang Mai. Local cloth, silver jewelry, and mulberry paper products were in demand in descending order and conforming to the development of souvenirs toward sustaining the tourists in Chiang Mai. In summary of the data from entrepreneurs / producers of local souvenirs, public relations were by mouth to mouth, information technology, and brochures. Based from the suggestions of customers, and government offices, the reasons for choosing local souvenirs were the following: 1) quality, 2) Thai uniqueness, and 3) design. In summary of the data from the sellers of the local souvenirs, where promotion of local souvenirs was by mouth to mouth, information technology, and brochures, development of the local souvenirs should emphasize on its outstanding design, usefulness, and local materials. Reasons for buying local souvenirs were: quality, Thai uniqueness, and design.

The study concluded that development of local souvenirs for sustainable tourism in Chiang Mai should rely on people participation of tourists, producers and sellers of local souvenirs, and the government and private sector.

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

จากอดีตจนถึงปัจจุบันประเทศไทยมีทรัพยากรและสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายแห่ง โดยภาครัฐได้มีการรณรงค์ให้ประชาชนในประเทศ ท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้น จนในปัจจุบันสามารถพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมหลักในระบบเศรษฐกิจของประเทศไปแล้ว ซึ่งนำไปสู่โอกาสในการจัดหางานโดยมีการกระจายรายได้ไปสู่ภาคประชาชนและภาคเศรษฐกิจของภาคนั้นๆ ในประเทศ ดังนั้นเมื่อมีผลกระทบใดๆเกิดขึ้นต่อการท่องเที่ยวผลกระทบนั้นๆ ย่อมมีผลต่อประชาชน และเศรษฐกิจของประเทศด้วยซึ่งผลิตภัณฑ์พื้นเมืองก็เป็นสินค้าอีกประเภทหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น และในจังหวัดนั้นๆ โดยแต่ละภาคของประเทศไทยจะมีลักษณะสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของฝากพื้นเมืองที่แตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละภาคมีทรัพยากรพื้นเมืองที่มีลักษณะต่างกัน ไปตามสภาพภูมิศาสตร์ของประเทศ ดังนั้นในแต่ละภาคต้องมียุทธศาสตร์ในการผลิต และพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกในการท่องเที่ยว โดยควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรตามธรรมชาติ รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นเมืองในท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อไปเป็นของฝากของที่ระลึก โดยต้องมีคุณค่าและประสิทธิภาพควบคู่กันไป รายได้จากการขายสินค้าของที่ระลึกของฝากให้กับนักท่องเที่ยวนั้นถือเป็นรายได้หลักอย่างหนึ่ง ในธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศ โดยจากการสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2550 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 380,417 ล้านบาท (สถิติจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ซึ่งมีค่าใช้จ่ายซื้อสินค้าของที่ระลึกของฝาก ในปี2550 คิดเป็นร้อยละ 27 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด และพบว่า ยังไม่มีสินค้าพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ของคนเชียงใหม่ที่ชัดเจน จากการสำรวจ พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2550 จังหวัดเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาเที่ยวจำนวนรวมทั้งสิ้น 2,598,041 คน (สถิติจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2550)

สินค้าของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทสินค้าหัตถกรรม ซึ่งค่อนข้างหายาก ผลิตยาก ต้องอาศัยฝีมือและความชำนาญรองลงมาจะเป็นประเภท

อาหารพื้นเมือง ซึ่งจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าส่วนใหญ่สินค้าของฝากของที่ระลึกพื้นเมืองประเภทหัตถกรรมจำเป็นต้องมีการปรับปรุงในด้านการผลิต คุณภาพ ระยะเวลาผลิต การออกแบบการผลิต และกระบวนการต่างๆของการผลิต ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนอาจมีรสนิยม ค่านิยม ความชอบ ความพึงพอใจในสินค้าแต่ละประเภทแตกต่างกันจึงส่งผลให้สินค้าที่นักท่องเที่ยวต้องการที่จะซื้ออาจต่างกันไป ซึ่งประเภทสินค้าหัตถกรรมเป็นสินค้าพื้นเมืองประจำจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้ ร่ม ,กระดาศษา ,งานไม้ ,ผ้าทอ ,เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน เครื่องเงิน ,เครื่องเงิน และสินค้าเบ็ดเตล็ด ทั้งหมด 8 ประเภท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2550) ซึ่งคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์นั้นมีลักษณะที่มีคุณค่าอยู่ในตัวผลิตภัณฑ์ที่ต้องอาศัยฝีมือ ความละเอียด ความชำนาญในการผลิตแต่ละชิ้นงาน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยจะศึกษาถึง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีการวางแผนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยว นั้น จะเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ที่เป็นนักท่องเที่ยว ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ และผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของฝากพื้นเมืองซึ่งเป้าหมายสามารถเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน โดยจะเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย โดยให้มีการจัดส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชนในชุมชนท้องถิ่น จัดในรูปแบบการพัฒนาฝึกอบรมให้ความรู้ในการเพิ่มผลผลิตโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ โดยฝึกทักษะด้านอาชีพ ที่เกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยมีการศึกษาวิจัยถึงความต้องการ รวมทั้งข้อคิดเห็น ของนักท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมือง และเพื่อเป็นการจัดอันดับความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการสร้างจุดขึ้นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงประเภท และรูปลักษณะของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมใน จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงการมีส่วนร่วมในความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่

3. เพื่อศึกษา และกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ยั่งยืนใน จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาสินค้าของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในจังหวัดเชียงใหม่ เท่านั้น ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีธุรกิจท่องเที่ยวในเติบโตในอัตราที่ค่อนข้างสูง โดยจะแบ่งอาณาเขตสถานที่การเก็บข้อมูลวิจัย 5 อันดับแรกที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยว ได้แก่ ดอยสุเทพ ถนนคนเดิน สวนสัตว์เชียงใหม่ ดอยอินทนนท์ และพีชสวนโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) จากข้อกำหนดขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยจะใช้เวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูล ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคม – เดือนเมษายนเพราะสามารถเก็บข้อมูลได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งได้จำกัดขอบเขตโดยลักษณะประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่ มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ทำให้ทราบประเภท และรูปลักษณะ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ ว่าผลิตภัณฑ์ใดควรให้การส่งเสริม สนับสนุนในการผลิตและจัดจำหน่าย อีกทั้งเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชน และพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อีกด้วย
2. ทำให้รับทราบถึงความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง และเพื่อเป็นการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง ในจังหวัดเชียงใหม่ให้มีมาตรฐานอีกด้วย

นิยามศัพท์

สินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่นำมาเป็นสินค้าเพื่อแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ในท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งทำให้ผู้ที่มาเยือน หรือนักท่องเที่ยวได้ระลึกถึงสถานที่ที่เคยไป สะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์และประเพณีบางอย่าง ซึ่งวัสดุที่นำมาประดิษฐ์มักมีภายในท้องถิ่นมา ดัดแปลงเป็นสินค้า และเป็นอุตสาหกรรมภายในครัวเรือน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า หมายถึง การปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์สินค้า รวมถึง กระบวนการผลิตให้มีคุณภาพและมีความทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และตอบสนองกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อันจะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อฝ่ายผู้ผลิตและผู้บริโภค

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อย่างมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์และเคารพในกฎระเบียบของสถานที่ เป็นเพียงการเยี่ยมชมและเก็บ เป็นความทรงจำกลับไป โดยไม่ได้ทำลายสภาพแวดล้อมให้เสื่อมลง และยังสามารถเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและยังช่วยกันอนุรักษ์ให้คงอยู่สภาพนั้นต่อไป

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

แนวคิดและทฤษฎี

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

องค์การอนามัยโลก (WHO)(1978 : 11) ให้ความหมาย การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่กลุ่มของประชาชน ก่อให้เกิดการรวมตัวที่สามารถจะกระทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากร และมีความรับผิดชอบในกิจกรรมที่กระทำโดยกลุ่ม

ยูวัฒน์ วุฒิเมธี (2526 : 253) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในความคิดริเริ่ม การพิจารณา ตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติ และร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆอันมีผลกระทบต่อตัวประชาชน

เสนห์ จามริก (2527 : 22) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของชุมชนว่าไม่ได้หมายความว่าดั่งประชาชนเข้ามาร่วมกิจกรรมตามที่นักวิชาการหรือองค์กรพัฒนาตั้งขึ้น แท้จริงแล้วต้องให้ชุมชนมีกิจกรรม และวิธีดำเนินการของเขาเองในชุมชน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 28) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่นทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ไว้ว่า การสนับสนุนส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์ และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดความรัก ความหวงแหน การสร้างจิตสำนึกในการดูแลปกป้องทรัพยากรท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

ทำนอง ภูเกิดพิมพ์ (2551) ได้ให้ความหมายของ การมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพความคิด ความเชื่อ และความเชื่อมั่นของแต่ละบุคคล แต่ละหน่วยงาน แต่ละองค์กร อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับกาลเวลาแต่ละยุคแต่ละสมัยอีกด้วย การมีส่วนร่วมเป็นหัวใจของการเสริมสร้างพลังการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม (Teamwork) ที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนา เพราะการมีส่วนร่วมทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนร่วมเข้าใจสถานการณ์ และอุทิศตนมากยิ่งขึ้น เพื่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

อำนาจ อนันตชัย (2527 : 31-34) ได้นำทฤษฎีของมาสโลว์มากล่าวไว้ในเรื่องของการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยสรุปว่า หากมนุษย์ได้รับการเกลี้ยกล่อมหรือชักจูง ในเรื่องที่ตรงกับความต้องการพื้นฐานที่เกิดความพึงพอใจแล้วก็ย่อมจะส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมได้ในที่สุด

ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ (2527 : 2) ได้นิยามว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงนั้น คือ การที่ประชาชนมีโอกาสอย่างอิสระปราศจากการแทรกแซง ครอบงำ บังคับให้ได้พัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดแจง ใช้ควบคุมระดมทรัพยากรและปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ประโยชน์เพื่อการดำรงชีพตามความจำเป็นอย่างศักดิ์ศรี ในฐานะสมาชิกของสังคม เป็นการพัฒนาระบวนการเรียนรู้และภูมิปัญญา ซึ่งแสดงออกในรูปการตัดสินใจ ที่จะกำหนดวิถีชีวิตของตนอย่างเชื่อมั่นเพื่อเป้าหมายแห่งการพึงตนเองได้ในที่สุด

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (2527) (อ้างในปิยพร ทาวิกุล, 2544 : 13) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนอาจตีกรอบได้แตกต่างกัน แต่เดิกรัฐมักมองในแง่ของการเน้นการมีส่วนร่วมสนกร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำงาน และร่วมบำรุงรักษา มากกว่าร่วมสมทบด้านวัตถุและเงิน ซึ่งอาจมีความจำเป็นอยู่ก็ตาม โดยภาพรวมแล้วการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนานั้นจะต้องเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

1. ร่วมศึกษาปัญหา สาเหตุของปัญหาและความต้องการของชุมชน
2. ร่วมคิดสร้างรูปแบบการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของชุมชน
3. ร่วมกำหนดทิศทาง แผนงาน โครงการหรือกิจกรรม
4. ร่วมตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีขีดจำกัดให้ได้ประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม
5. ร่วมบริหารงาน พัฒนาทั้งสติปัญญา แรงงาน และทุนตามขีดความสามารถ รวมทั้งการควบคุม ติดตาม ประเมินผล และซ่อมบำรุงรักษาผลที่เกิดจากการกระทำกิจกรรมนั้น ๆ

ลือชัย ศรีเงินขวงและผาสุก เอนกกวณิช (2526 : 12-13) การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงจะต้องไม่หมายความว่าเพียงแต่การดึงประชาชนเข้ามาร่วม โครงการที่รัฐเป็นผู้กำหนด “รูปแบบเป้าหมายของงาน” และ “กำหนดให้มีการเข้าร่วมงาน” ดังที่ผ่านมา แต่จะต้องเป็นการมีส่วนร่วมอย่างมีสำนึกรับผิดชอบ และมีบทบาทอย่างเต็มที่ตั้งแต่ค้นคิดปัญหา วางแผนปฏิบัติงานดูแล กำกับตลอดจนประเมินผล ติดตามงาน การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงจะต้องหมายถึง

การมอบอำนาจอธิปไตยขั้นพื้นฐานคืนสู่ประชาชน การพยายามจัดตั้งและพัฒนาองค์กรประชาชนให้เข้มแข็งบนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเองเป็นสำคัญ

Hollnsteiner (1982 : 39) (อ้างในคันฉัตร ตันเสถียร, 2537 : 12) ได้เสนอว่า “ในกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น คำว่าประชาชนไม่ได้หมายถึงทุก ๆ คนในชุมชน แต่หมายถึง คนยากจนส่วนใหญ่ซึ่งคือโอกาสและอำนาจ โดยกลุ่มคนเหล่านั้นจะต้องรวมตัวกันขึ้นมาในประเด็นเดียวกัน Cohen & Uphoff (1980 : 5-8) ได้เสนอว่า “จำเป็นต้องแยกแยะให้ออกระหว่างชาวบ้าน ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่รัฐและบุคคลภายนอก เมื่อพูดถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น กลุ่มคนที่จะต้องให้ความสำคัญสูงสุด คือ มวลพื้นฐาน ซึ่งนั่นก็คือชาวบ้านเอง” ในเอกสารฉบับเดียวกันนั้น ได้มีการเสนอนอกจะพิจารณาว่าใครคือผู้ที่เข้าร่วมแล้ว จะต้องพิจารณาว่ากระบวนการเข้ามามีส่วนร่วมนั้นเป็นอย่างไร ซึ่งเสนอให้พิจารณาในประเด็นต่อไปนี้คือ

1. การริเริ่มเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมนั้นเกิดจากข้าราชการ หรือชาวบ้าน
2. การชักนำเข้ามามีส่วนร่วมนั้น เป็นความสนใจ หรือบีบบังคับ
3. โครงสร้างและช่องทางของการมีส่วนร่วมเป็นอย่างไร
4. ระยะเวลาและขอบเขตของการมีส่วนร่วมเป็นอย่างไร (ครั้งเดียว, เป็นครั้งคราว, ต่อเนื่อง)
5. ได้มีการพัฒนาศักยภาพของชุมชนแค่ไหน (การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการตัดสินใจหรือการดำเนินงานไปสู่ผลที่หวังไว้อย่างมีประสิทธิภาพมากน้อยแค่ไหน)

Allen (1982: 3) (อ้างในคันฉัตร ตันเสถียร, 2537 : 14) ได้ให้ความเห็นว่า อุปสรรคประการหนึ่งที่ทำให้แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนไม่เป็นจริง คือ การต่อต้านจากข้าราชการเองเพราะกลัวสูญเสียอำนาจไม่ว่าจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม และจากความคิดเห็นไม่ตรงกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่ทำงานในลักษณะต่างฝ่ายต่างทำ ดังนั้น สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่าการให้การศึกษาแก่ชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วม คือ การให้การศึกษาแก่ข้าราชการให้ยอมรับแนวคิดนี้

Cohen & Uphoff (1980 : 213-218) กล่าวว่าองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าควรประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ประกอบด้วยการริเริ่มตัดสินใจดำเนินการตัดสินใจและตัดสินใจในปฏิบัติการ
2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม อาจเป็นไปในรูปของการเข้าร่วมโดยการสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหาร การร่วมมือรวมทั้งการร่วมแรงร่วมใจ

3. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็ผลประโยชน์ทางด้านวัตถุ ผลประโยชน์ทางด้านสังคมหรือผลประโยชน์ทางด้านส่วนบุคคล
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล เป็นการเข้าร่วมในการควบคุมและตรวจสอบการดำเนินการทั้งหมด

การพิจารณาการมีส่วนร่วมเป็นทั้งเป้าหมายและวิธีการนำไปสู่การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการที่ขาดไม่ได้ ในการบรรลุเป้าหมายของการจัดการการท่องเที่ยว เนื่องจากการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่เพิ่มคุณค่าให้กับตัวเอง โดยการแสดงออกซึ่งเสรีภาพของประชาชนในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหากแต่ทุกอย่างประชาชนจะต้องคิดค้นขึ้นมาเอง สามารถสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน ถูกตีความหมายไปในลักษณะที่เน้นการให้ประชาชนมีโอกาสเป็นผู้กำหนดการตัดสินใจคิดค้นปัญหาและดำเนินการในขั้นตอนต่าง ๆ ของการจัดการ คือ การที่ประชาชนได้เพิ่มศักยภาพในการควบคุมทรัพยากร รวมถึงตลอดถึงการใช้การจัดการทรัพยากรที่มีสังคมด้วยตนเอง

มิศรา สามารต (2543 : 29) การมีส่วนร่วมชุมชนท้องถิ่น ต้องตระหนักถึงความสำคัญ ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์โดยไม่เบียดบังทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลท้องถิ่น การเตรียมการจัดการ การวางแผน การควบคุมดูแลการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การมีส่วนร่วมในบริการ และการได้รับประโยชน์จากการบริการ

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่พัฒนามาจากเครื่องใช้ไม้สอย เครื่องประดับหรือวัตถุทางศิลปะ ถูกกำหนดให้ออกมาในรูปแบบลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามอิทธิพลของสิ่งต่างๆตั้งแต่เริ่มสร้างสืบต่อกันมาเช่น ความผูกพันกับความเชื่อ ศาสนา การเมือง วัฒนธรรมเศรษฐกิจและสังคม ฯลฯ ทำให้มีรูปแบบที่แตกต่างกันมากมาย ซึ่งถ้าได้มีการจัดแบ่งประเภทของที่ระลึกอาจสามารถกำหนดแบ่งได้ดังนี้ (ประเสริฐ ศิลรัตน์. 2531)

1. จุดประสงค์ในการสร้าง จะเป็นรูปลักษณะที่สร้างขึ้นตามประเพณีนิยม, ตามสมัยนิยมหรือสร้างขึ้นมาจากบุคคล เฉพาะเหตุการณ์ เฉพาะสถานที่เฉพาะงาน
2. วัสดุและเทคนิควิธีสร้าง จะเป็นของที่ระลึกที่สร้างหรือดัดแปลงขึ้นจากวัสดุธรรมชาติ, วัสดุสังเคราะห์ หรือเศษวัสดุที่หาได้ทั่วไป
3. แบ่งตามรูปลักษณะที่ปรากฏ จะเป็นของที่ระลึกที่มีรูปลักษณะต่างๆ เช่น

ตัวอักษร,รูปทรงเรขาคณิต, รูปลักษณะตามลัทธิและความเชื่อ, รูปตามธรรมชาติ,ผลผลิตและเครื่องมือเครื่องใช้ หรือรูปลักษณะอิสระตามจินตนาการ

4. คุณค่าแห่งการนำไปใช้ จะเป็นของที่ระลึกประเภทของบริโภค, ที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้, ที่เป็นประโยชน์ตักแต่ง หรือวัตถุทางศิลปะ ความหมายของผลิตภัณฑ์ (เกศศิริ มีชัยและคณะ,2548)

- ลูกค้าที่เสนอขาย
- ลูกค้าซื้อความพอใจ
- อาจจะเป็นสินค้าหรือบริการ

โอกาสในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ (Generation of New Product Opportunities)

- การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ (Economic change)
- การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรและสังคม
- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (Technological change)
- การเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมืองและกฎหมาย

ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้มีการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินการทางการตลาด มาตรฐานอาชีพ ผู้จัดส่ง และ ผู้จัดจำหน่าย

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Components)

- ชื่อ (Brand)
- Product idea ได้แก่
 - คุณลักษณะ (Physical Good)
 - คุณภาพ (Quality level)
 - บริการ (Service)
 - บรรจุภัณฑ์ (Package)

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product life Cycle)

1. แนะนำ (Introduction)

- การวิจัยเพื่อหาข้อมูล Primary ทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- กระบวนการปรับปรุงและแก้ไข
- การพัฒนาผู้จัดส่ง

2. เจริญเติบโต (Growth)

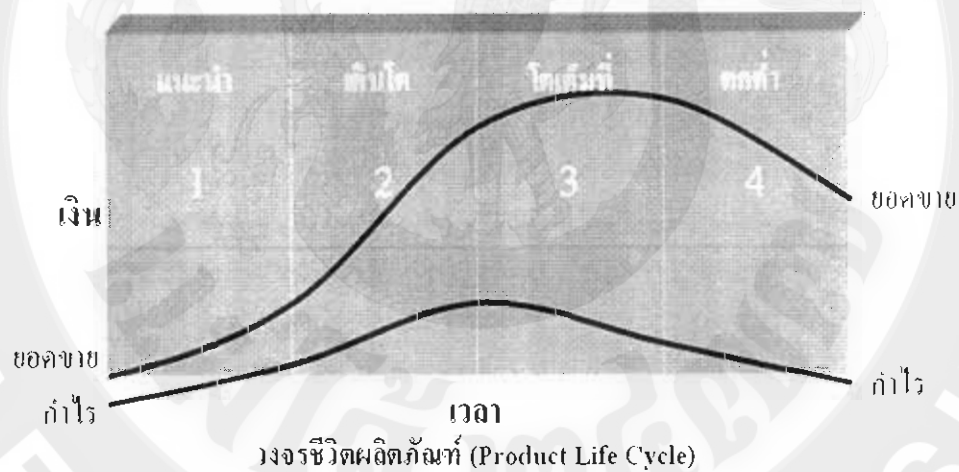
- การออกแบบผลิตภัณฑ์เริ่มคงที่
- การพยากรณ์อย่างมีประสิทธิภาพ
- เพิ่มความสามารถในการผลิต

3. เจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity)

- มีคู่แข่งเพิ่มขึ้น
- สินค้ามีความจำเป็นในการปรับปรุงและพัฒนา
- เป็นการควบคุมต้นทุน ลดสายผลิตภัณฑ์ของสินค้า

4. ตกต่ำ (Decline)

- ลดการผลิตลง
- วางแผนในการกำจัดสินค้า



ภาพที่ 1 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development Stages)

- การสร้างแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- กำหนดความสามารถของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ
- ความต้องการของลูกค้า
- ลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์ตามหน้าที่
- ลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์
- การทดสอบตลาด

- การแนะนำสินค้าออกสู่ตลาด
- การประเมินผล

การสร้างแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Idea Generation Stage)

- กำหนดแนวความคิดจากฝ่ายการตลาด 60 – 80 % และฝ่ายการผลิต 20 % ส่วนที่เหลือจากฝ่ายอื่นๆ
- ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ความต้องการของลูกค้า (Customer Requirements Stage)

- มาจากแบบทดสอบ
- มาจากพนักงานขาย
- มาจากเทรน

ความหมายและ แนวคิดเกี่ยวกับของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง

ข้อมูลเกี่ยวกับของที่ระลึก มีข้อมูลดังนี้ ของที่ระลึก ความหมายว่า มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่คบหากันทำให้เกิดความผูกพันกัน โดยมีการบันทึกเรื่องราว เหตุการณ์ บุคคล ตลอดจนสิ่งต่างๆที่ได้รับสัมผัสรับรู้ในลักษณะของความทรงจำ และเมื่อเวลาผ่านไป ความทรงจำในสิ่งที่ได้สัมผัสอาจเกิดความลืมเลือนไป ดังนั้นมนุษย์จึงพยายามหาวิธีการกระตุ้นความทรงจำในเรื่องราวที่ได้เกี่ยวข้อง โดยการออกแบบสร้างสรรค์สื่อหรือสิ่งใดๆ เพื่อใช้กระตุ้นจิตใจให้เกิดการระลึกถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอๆ นั่นเอง(ประเสริฐ สีรัตน์, 2530)

ในปัจจุบัน “ของที่ระลึก” ในรูปลักษณะสินค้าที่มีอยู่มากมายในท้องตลาด ทั้งของที่ระลึกที่มีลักษณะเฉพาะและของที่ระลึกที่มีลักษณะตามสมัยนิยม บางครั้งความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ก็อาจก่อให้เกิดความสับสนยากแก่การชี้ชัดได้ว่า ผลผลิตชิ้นใดคือของที่ระลึกที่แท้จริงนั้นควรมีคุณสมบัติทางกายภาพและคุณสมบัติทางความรู้สึกเป็นอย่างไร (ประเสริฐ สีรัตน์, 2551)

สาเหตุที่สินค้าของที่ระลึกของฝากมีรูปแบบที่แตกต่างกัน (เพ็ญศรี เจริญวานิช, 2546)

1. ความแตกต่างอันเนื่องมาจากวัสดุที่ใช้ทำ (material)

โดยสภาพทางภูมิศาสตร์และสภาพดินฟ้าอากาศอันแตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่นทรัพยากรและวัฒนธรรมในแต่ละที่ไม่เหมือนกัน บางแห่งเป็นป่าเขา บางแห่งเป็นที่ราบลุ่มประกอบด้วยแม่น้ำคลอง หนอง บึง ฯลฯ การที่วัสดุในแต่ละท้องถิ่นไม่เหมือนกัน ย่อมทำให้สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมานั้นแตกต่างกัน

เช่น ท้องถิ่นที่เป็นป่าดงลาน ก็ย่อมได้ลานมาทำผลิตภัณฑ์ใบลาน ในท้องถิ่นที่ปลูกข้าวก็นำฟางมาเป็นเชื้อเพลิงในการทำเครื่องปั้นดินเผา จากไร่จากสวน ก็ได้ใบตองมาสร้างสรรค์ศิลปะประดิษฐ์จากใบไม้ก็ได้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน เป็นต้น นั่นคือผลจากทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นซึ่งมนุษย์ผู้ทำอาชีพอยู่ต่างกัน แม้ในท้องถิ่นเดียวกันจะนำวัสดุในท้องถิ่นเดียวกันมาใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์แต่รูปแบบของสิ่งที่สร้างอาจจะแตกต่างกันออกไปได้ ขึ้นอยู่กับประโยชน์และหน้าที่ในการนำไปใช้เป็นสำคัญนอกจากนี้การที่มนุษย์รู้จักนำเอาวัสดุมาใช้ในแต่ละช่วงของการพัฒนาการ ก็เป็นสาเหตุทำให้รูปแบบของสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแตกต่างกันออกไปอีก เช่น มนุษย์ในยุคก่อนประวัติศาสตร์รู้จักนำเอาวัสดุที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น หิน เปลือกหอย หนังสัตว์ กระดุก ไม้ไผ่ ไม้ ฯลฯ มาใช้ประโยชน์ต่อการดำรงชีพ ต่อมาจึงมีการประดิษฐ์ดัดแปลง แต่ง ต่อเติม เพิ่ม ลดรูปแบบของธรรมชาติได้เหมาะสมมีประสิทธิภาพในการใช้สอย และมีความสวยงามยิ่งขึ้นครั้งเมื่อมนุษย์สามารถคิดค้นวัสดุใหม่ขึ้นนอกเหนือจากวัสดุธรรมชาติ รูปแบบของสิ่งประดิษฐ์สร้างสรรค์ก็เปลี่ยนแปลงออกไปอีก โดยถือเอาความสอดคล้องกับคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุและคุณสมบัติประโยชน์ ในด้านการนำมาใช้ประโยชน์เป็นสำคัญในระยะแรก ระยะต่อมาจึงถือเอาคุณค่าทางด้านความงามมา ประกอบร่วม เมื่อต้องการทางด้านการใช้สอยลดลง

2. ความแตกต่างอันเนื่องมาจากเทคนิคการทำ (Technique)

วิวัฒนาการทางด้านการผลิตอันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ทักษะและความชำนาญ ทำให้รู้จักวิธีสร้างสรรค์เทคนิควิธีในการผลิต ตลอดจนคิดค้นหาเครื่องมือเครื่องใช้ที่มีประสิทธิภาพมาช่วยในการผลิต ซึ่งทั้งเทคนิคในการสร้างและเครื่องมือช่วยในการสร้างสิ่งต่างๆ นี้ ส่งผลให้รูปแบบสิ่งที่สร้างขึ้นแตกต่างกัน เพราะขีดจำกัดความสามารถในการผลิตแต่ละเทคนิคการทำนั้นต่างกัน โดยเฉพาะในปัจจุบันจากเทคโนโลยีและความก้าวหน้าในเรื่องเครื่องจักรกล ยังเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในการสร้างผลิตสิ่งของ เครื่องใช้ เครื่องประดับ ฯลฯ ให้มีรูปลักษณะที่ผิดแผกแตกต่างกันออกไปตามการออกแบบสร้างสรรค์ของมนุษย์จากเทคนิคการทำอันมากมายนี้ทำให้เราสามารถที่จะเลือกสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากกรรมวิธีที่แตกต่างกันได้ที่แสดงออกถึงความสามารถ ทักษะและความชำนาญของตัวผู้สร้างหรือสิ่งที่สร้างขึ้น โดยอาศัยเทคนิคการผลิตระหว่างงานฝีมือกับเครื่องจักรกล กับงานที่สร้างขึ้นโดยใช้เครื่องจักรกล มีคุณค่าที่แตกต่างกันออกไป คุณค่าของงานอยู่ที่ความสามารถในการผลิตจำนวนมากโดยใช้ระยะเวลาอันสั้น ทั้งความประณีตทันทานผลงานที่ผลิตสร้างด้วยเครื่องจักรกล คุณค่าที่ปรากฏอาจเป็นไปในด้านเศรษฐกิจ คือมีราคาถูกลงจำนวนมากขึ้น

3. ความแตกต่างอันเนื่องมาจากค่านิยมหรือประเพณีในท้องถิ่น (Tradition Fashion)

แต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์ สภาพทางดินฟ้าอากาศ ทรัพยากร และวัสดุในท้องถิ่นทำให้รูปแบบและรูปร่างสิ่งที่สร้างขึ้นต่างกันไป และมีการสืบทอดวัฒนธรรมทางรูปแบบโดยการสร้างสมในทางปฏิบัติกัน และจากการศึกษารูปร่างของเครื่องใช้ ผลผลิต ผลิตภัณฑ์บางชนิด ทราบได้ว่าเทคนิคการทํานั้นอาจคล้ายคลึงกัน แต่ทางด้านรูปร่าง รูปแบบ หรือลวดลายย่อมมีความแตกต่างกันออกไปตามความนิยมของท้องถิ่นแต่ละท้องถิ่น

สาเหตุที่ทำให้สินค้าของที่ระลึกพัฒนาเปลี่ยนแปลงไป(เพ็ญศรี เจริญวานิช, 2546)

การพัฒนาเปลี่ยนแปลงของ “ของที่ระลึก” ทั้งในด้านจุดประสงค์ของการสร้างรูปแบบรูปทรงและการนำไปใช้นั้น อาจเนื่องมาจากสาเหตุใหญ่ 2 ประการ คือ

1. การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม

รูปแบบค่านิยม หรือประเพณีในท้องถิ่นที่สร้างวัตถุขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายในการบริโภค จุดมุ่งหมายในการใช้สอย หรือสร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องประดับตกแต่งและเป็นวัตถุทางศิลปะ โดยมีเป้าหมายการนำไปใช้และรูปแบบที่สืบทอดกันมานับชั่วอายุคนของแต่ละท้องถิ่น อันถือว่าเป็นวัฒนธรรม (Culture) ของท้องถิ่นนั้น ๆ เมื่อมีการติดต่อกันในระหว่างกลุ่มชนต่างวัฒนธรรมไม่ว่าจะด้วยระบบแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายก็ตาม ย่อมทำให้เกิดการลอกเลียน การประยุกต์ การดัดแปลง ในสิ่งที่ได้รับรู้ใหม่ให้เหมาะสมกลมกลืนกับสิ่งที่มีอยู่ สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ก็จะมี การพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปเช่น การสร้างเครื่องปั้นดินเผาที่บ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา ได้มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของชาวบ้านกับชาวเมือง จนทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงหลายอย่าง คือ การสร้างเครื่องปั้นดินเผาเดิมสร้างไหปลาร้าเพื่อใช้สอน ได้เปลี่ยนหน้าที่และรูปแบบมาเป็นนกฮูก ฯลฯ สำหรับใส่หลอดไฟฟ้าหรือสำหรับตกแต่งบริเวณ เปลี่ยนบุคคลจากผู้ใช้ชาวบ้านมาเป็นชาวเมือง เปลี่ยนรูปแบบจากดั้งเดิมมาเป็นสมัยใหม่

2. ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ในทางเศรษฐกิจ ก่อนที่จะมีระบบการเงิน การผลิตสร้างสิ่งต่าง ๆ ขึ้นก็เพื่อประโยชน์เพื่อความปลอดภัย เพื่อคุณค่าทางความงาม และเพื่อความสะดวกสบายในการใช้เฉพาะคนและสมาชิกในครอบครัวเท่านั้น งานที่ทํานั้นจึงมาจากความพึงพอใจและคุณค่าเพื่อประโยชน์ใช้สอย รูปแบบของงานจึงไม่แน่นอน จึงเป็นรูปแบบเฉพาะตัว มีการกำหนดโครงสร้างและลวดลายตกแต่งต่างความพอใจระยะต่อมางานส่วนตัวก็เริ่มเปลี่ยนเข้าสู่งานอาชีพ เมื่อบุคคลบางคนได้ใช้ความสามารถพิเศษในการกระทำผลงานเป็นที่สนใจของคนอื่น ๆ เพื่อต้องสนองการเลือกใช้การ

แลกเปลี่ยนผลงานซึ่งกันแล้วพัฒนามาถึงการแลกเปลี่ยนผลงานกับสิ่งของเครื่องใช้กับอาหารและการเป็นระบบซื้อขายขึ้น เมื่อบุคคลหนึ่งได้รับความสำเร็จบุคคลอื่นซึ่งมีความสามารถเหมือนกันก็มีความประสงค์จะได้รับความสำเร็จระบบการทำงานเพื่อแข่งขันจึงเริ่มขึ้นการแข่งขันก็มักจะแข่งขันกันในเรื่องของอัตราประโยชน์ก่อน จากนั้นก็มาแข่งขันกันในเรื่องของรูปแบบส่วนโครงสร้างเรื่องของคุณภาพและสัดส่วน ต่อมาจึงแข่งขันกันในเรื่องของคุณภาพสบายการนำไปใช้ ในเรื่องความปลอดภัย และในเรื่องของความสวยงาม พอมาถึงระยะนี้ผลงานนั้น ๆ ก็ได้รูปแบบแน่นอนว่าเป็นอะไรหรืออย่างไร เป็นเครื่องมือ เครื่องใช้ เป็นเครื่องประดับ เป็นเครื่องมือทางศิลปะ ก็หมายความว่า บุคคลกลุ่มหนึ่งในกลุ่มสังคมนั้น ๆ สามารถจะมีอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ฯลฯ จากการทำผลงานสิ่งของเครื่องใช้ ฯลฯ ขึ้นมาเพื่อการแลกเปลี่ยนหรือซื้อขาย ให้ได้มาซึ่งอาหารหรือเครื่องนุ่งห่มนั้น เป็นการเริ่มต้นงานอาชีพของบุคคล ต่อมาก็เป็นงานอาชีพของครอบครัว และอาจถึงขั้นอุตสาหกรรมโรงงาน แต่เดิมการผลิตงานต่าง ๆ มักจะทำโยคนคนเดียว ต่อมาเมื่อการผลิตขึ้นเป็นสินค้าในปริมาณที่มากขึ้นจึงมีการแบ่งงานกันทำในทางสังคม เมื่อสภาพกาลเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับสภาพความเป็นอยู่ของผู้คนจากการสร้างสรรค์เพื่อตนเองและครอบครัว มาเป็นการสร้างเพื่อการแลกเปลี่ยนซื้อขาย จากชีวิตความเป็นอยู่ที่มีเอกลักษณ์ของกลุ่ม ของชุมชน ของท้องถิ่น เมื่อมีการแลกเปลี่ยนหรือถูกครอบงำทางวัฒนธรรมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปทำให้รูปแบบสิ่งของต่าง ๆ ค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงไป ขณะเดียวกันรูปแบบเดิมของสิ่งต่าง ๆ บางอย่างก็กลายมาเป็นสินค้าที่ของในฐานะของที่ระลึกของท้องถิ่น ไม่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายในชีวิตประจำวันของผู้คนอย่างแต่ก่อนต่อไป

สินค้าพื้นเมือง ได้แก่ สินค้าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น โดยคนในพื้นที่นั้นๆ มีการใช้ทรัพยากรวัตถุดิบต่างๆที่มีอยู่ตามธรรมชาติในท้องถิ่น โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ชาวบ้านจะต้องมีการสร้างสรรค์ในการผลิต มีความรู้ความชำนาญ และทักษะภูมิปัญญาในตัว ซึ่งในจังหวัดเชียงใหม่มีสินค้าพื้นเมืองที่สามารถผลิตเป็นสินค้าของที่ระลึก จำแนกได้ 8 ประเภท ได้แก่ รมกระดาดสา ,งานไม้ ,ผ้าทอ ,เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสานเครื่องเงิน ,เครื่องเงิน และสินค้าเบ็ดเตล็ด

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของฝากพื้นเมืองประจำจังหวัดเชียงใหม่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2551)

สินค้าเบ็ดเตล็ด ได้แก่ ตุ๊กตาเชียงใหม่ เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ บ่งบอกถึงวัฒนธรรมของไทย ไม่ว่าจะเป็นตุ๊กตาที่แต่งกายด้วยชุดพื้นบ้านชาวเขา และนาฏศิลป์ไทย อีกทั้งยังมีสินค้าหัตถกรรมชาวเขา ผลิตภัณฑ์จากฝีมือชาวเขา และยังมีสินค้าอื่นๆอีกมากมาย

ร่ม เป็นสินค้าพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สาเหตุที่เรียกว่า ร่มบ่อสร้าง เพราะร่มนี้ผลิตกันที่บ้านบ่อสร้าง สมัยก่อนชาวบ้านจะทำร่มกันใต้ถุนบ้าน แล้วนำออกมาวางเรียงรายเต็มกลางลานบ้านเพื่อผึ่งแดดให้แห้ง สีเส้นและลวดลายบนร่มนั้นสะดุดตาผู้พบเห็น มีทั้งหมด ๓ ชนิดด้วยกัน คือ ร่มที่ทำด้วยผ้าแพร ผ้าฝ้าย และกระดาษสา แต่ละชนิดมีวิธีทำอย่างเดียวกัน

กระดาษสา จะผลิตในพื้นที่หมู่บ้านต้นเปา ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการทำกระดาษสา

ผ้าไทย เป็นผ้าที่ผลิตขึ้นจากคนในชุมชนท้องถิ่นซึ่งแต่ละหมู่บ้านจะมีลักษณะการผลิตและลวดลายที่แตกต่างกันออกไป ได้แก่ หมู่บ้านหนองอาบช้าง เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการทำผ้าฝ้ายทอมือย้อนสัทธิธรรมชาติ , บ้านไร่ไผ่งาม เป็นหมู่บ้านผลิตผ้าฝ้ายทอมือแบบโบราณ และหมู่บ้านทอผ้าขึ้นดินจกแม่แจ่ม

ไม้แกะสลัก เป็นการผลิตโดยอาศัยฝีมือ ความชำนาญ รวมทั้งภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นนั้นๆ โดยส่วนใหญ่มีการผลิตในพื้นที่หมู่บ้านถวาย หมู่บ้านบ่อสร้าง และหมู่บ้านต้นฝ้าย

เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเคลือบดินเผาสังคโลก เครื่องสังคโลกเป็นเครื่องปั้นดินเผาชนิดพิเศษและมีชื่อเสียงมาก มีลักษณะเป็นสีเขียวไข่มุก ปั้นด้วยมือเคลือบน้ำยาแล้วเข้าเตาเผา เป็นวิธีเดียวกันกับที่ทำมาแล้วในสมัยโบราณ สินค้าสำเร็จรูปที่เป็นสังคโลกนี้นิยมกันแพร่หลายทั่วประเทศและทั่วโลก มีตั้งแต่ของใช้จนกระทั่งถึงโต๊ะตะเกียง แจกัน จาน ที่เขี่ยบุหรี่ ขันและเครื่องถ้วยชามอื่น ๆ โดยส่วนใหญ่จะมีแหล่งผลิตที่ หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาเหมืองกุง และหมู่บ้านกวนหารแก้ว เป็นต้น

เครื่องจักสาน เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ ที่เน้นประโยชน์ใช้สอย ทำด้วยไม้ไผ่หวายเป็นต้น หมู่บ้านที่เป็นแหล่งผลิต ได้แก่ หมู่บ้านร้อยจันทร์ เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการสานฝาปลาอำ, หมู่บ้านดอนแก้ว เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการสานคู, หมู่บ้านป่าบาง เป็นหมู่บ้านที่มี

ชื่อเสียงในการจักสาน ซึ่งชาวบ้านผลิตเครื่องจักสานจากไม้หลามมากันตั้งแต่บรรพบุรุษ เครื่องจักสานที่สาน เช่น โคมไฟ ตะกร้า แขก (เครื่องมือหาลา)

เครื่องเงิน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยโลหะเป็นเงินบริสุทธิ์เพียงอย่างเดียว หรือใช้โลหะอื่นๆ เจือปนแล้วแต่ชิ้นงานที่จะนำไปใช้ หมู่บ้านที่เป็นแหล่งผลิต ได้แก่ หมู่บ้านทำเครื่องเงิน ถนนวัวลาย จะผลิตลวดลายประณีตบรรจง เช่น หีบบุหรี ซ้อนส้อม ถาดผลไม้ เขียนหมาก ฯลฯ

เครื่องเงิน เป็นสินค้าพื้นเมืองที่ขึ้นหน้าขึ้นตาอย่างหนึ่งของเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวนิยมซื้อไปใช้และประดับบ้าน เป็นภาชนะเครื่องใช้ที่สานด้วยไม้ไผ่แล้วเคลือบด้วยรัก เขียนลวดลายประดับตกแต่งด้วยชาด ทองคำเปลว หรือเงินเปลว ส่วนมากแล้วในบริเวณตอนเหนือของไทยรอบ ๆ เชียงใหม่มีการผลิตกันเป็นศูนย์กลางกรรม เครื่องเงินของไทยนั้นมึลักษณะเด่นแตกต่างจากเครื่องเงินประเทศอื่น ๆ ในภาคพื้นเอเชีย เช่น จีนและญี่ปุ่น โดยมากมักจะทำเป็นรูปภาชนะเบา ๆ เช่น ถ้วย ชัน กล่องบุหรี ถาด แจกัน เป็นต้น หมู่บ้านศรีปิ่นคร้ว เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการทำไม้ไผ่ขดโครง เครื่องเงิน

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2550)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวของกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่มีเสื่อมคลายและธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะเดียวกัน ชุมชนท้องถิ่นเข้ามาเชื่อมโยงสนม้เสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดอย่างยืนยาว

การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Internal Tourism) คือ การเดินทางของคนไทยและชาวต่างประเทศ (ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยแล้ว) จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง หรือจากจังหวัดที่เป็นถิ่น พำนักถาวรไปยังจังหวัดอื่นชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป แต่ต้องไม่ใช่การไปทำงานประจำ เพื่อการศึกษาและไม่เป็นคนที่ท้องถิ่น ที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดที่เดินทางไป

ผู้เยี่ยมชมเยือน (Visitor) คือ บุคคลที่เดินทางจากสถานที่ถิ่นพำนักถาวรของตนเองไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ โดยมีได้รับ

ค่าจ้างในการระหว่างการเดินทางดังกล่าว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ผู้เยี่ยมชมเยือนที่ค้างคืนกับผู้เยี่ยมชมเยือนที่ไม่ค้างคืน

1. ผู้เยี่ยมชมเยือนเยือนประเภทที่มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืนในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้น หรือ เรียกว่า “นักท่องเที่ยว (Tourist)”
2. ผู้เยี่ยมชมเยือนเยือนประเภทที่ไม่มีการค้างคืนในจังหวัดที่เดินทางไปในครั้งนั้น หรือเรียกว่า “นักท่องเที่ยวจร (Excursionist or same day visitor)”

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้พัฒนาในทุกๆด้านอย่างรอบคอบ ระมัดระวังเกิดผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงทางสุนทรียภาพ มีการจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมอย่างชาญฉลาดเกิดประโยชน์อย่างสูงสุดและยาวนาน โดยไม่ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็กรธุรกิจท่องเที่ยว หรือเป็นส่วนหนึ่งมีส่วนช่วยให้การท่องเที่ยวของประเทศมีความยั่งยืนได้เช่นกัน

การท่องเที่ยวแบบไหนคือการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิด จิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผสมผสานในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยมีกิจกรรมเพื่อการรักษาสุขภาพเป็นกิจกรรม สำคัญในการท่องเที่ยวนั้น เช่น การพักผ่อนในรีสอร์ทที่มีบริการรักษาสุขภาพ การท่องเที่ยวที่มีโปรแกรมการรับประทานอาหารชีวจิต อาหารมังสวิรัต การฝึกสมาธิ การฝึกออกกำลังกาย เป็นต้น มักมีกำหนดเวลาช่วงหนึ่งเพื่อให้เกิดผล เช่น 7 วัน 5 วัน หรือ 3 วัน

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) คือ การท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม เช่น สวนผลไม้ วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ เป็นต้น ซึ่งสถานที่เหล่านี้จะจัดเตรียมพื้นที่

บางส่วนเพื่อเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม และมีโอกาสหาประสบการณ์ใหม่จากกิจกรรมปกติของฟาร์ม เช่น การเกี่ยวข้าว การเก็บผัก เป็นต้น มีการจัดวิทยากรเพื่อบรรยาย หรืออธิบายวิธีการทำงานของสวนเกษตร หรือฟาร์มนั้น

การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมและศึกษาวัฒนธรรมประเพณี ที่มีเอกลักษณ์ ของท้องถิ่น โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว นั้น บนพื้นฐานของการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การเที่ยวชมประเพณีในราชสำนัก (ประเพณีหลวง) หรือประเพณีพื้นบ้าน และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในหมู่บ้านข้างหมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) (อ้างในการเคช พยัฒวิเชียร, 2543 : 5) ได้กล่าวถึงหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มี 10 หลักการ คือ

1. Using Resource Sustainable

การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว

2. Reducing Over-consumption and Waste

การลดการบริโภคที่มากเกินไป และการลดของเสีย จะช่วยเสี่ยงค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว

3. Maintaining Diversity

การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

4. Integrating Tourism into Planning

การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

5. Supporting Local Economy

การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย

6. Involving Local Communities

การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชากรและสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวอีกด้วย

7. Consulting Stakeholder and the Public

การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กร และสถาบันที่เกี่ยวข้อง มีความจำเป็นในการที่จะร่วมงานไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหาและลดข้อแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

8. Training Staff

การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว

9. Marketing Tourism Responsible

การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูล จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10. Undertaking Research

การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้กล่าวว่ลักษณะสำคัญ 6 ประการ ของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนประกอบด้วย

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นและระดับภูมิภาค ควรส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังก่อนการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไป ทั้งนี้เพื่อเป็นหลักประกันถึงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวกับระบบสาธารณูปโภคที่มีอยู่

2. การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น ควรส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการตัดสินใจในโครงการต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

3. ขอบเขตของการพัฒนาการท่องเที่ยว ควรพิจารณาอย่างรอบคอบถึงขอบเขตที่เหมาะสมของ การพัฒนา โดยให้ความสำคัญกับขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการ

ท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรพยายามผลักดันให้การท่องเที่ยวได้รวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่นั้น ๆ

4. การใช้วัสดุและผลผลิตจากท้องถิ่น ควรสนับสนุนการใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นในการก่อสร้าง ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากผลผลิตต่าง ๆ ของคนท้องถิ่นซึ่งจะช่วยลดดุลการค้ากับต่างประเทศได้ทางหนึ่ง และเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย

5. การกระจายรายได้ การพัฒนาการท่องเที่ยวควรเป็นรูปแบบที่จะนำรายได้เข้าท้องถิ่นนั้นให้มากที่สุดเพื่อประโยชน์ระยะยาวของชุมชน

6. การจ้างงาน คุณภาพของงานสำหรับคนในท้องถิ่นควรเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว กล่าวคือ มุ่งส่งเสริมรูปแบบของงานที่มีความน่าสนใจและได้รับผลตอบแทนสูง

อนูรักษ์ ปัญญาวัฒน์ (2539) (อ้างในอิสยา อูติผล, 2542 : 22) กล่าวถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนว่าเป็นแนวคิดและแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนและชุมชนให้ดีขึ้น โดยไม่เอนเอียงไปทาง ด้านวัตถุนิยมจนลืมนึกถึงพิจารณาและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมธรรมชาติและสังคม กลมกลืนไปกับการพัฒนาบำรุงรักษาภาวะแวดล้อมทั้งธรรมชาติและสังคม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539 : 12-13) กล่าวว่า เป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาการท่องเที่ยว นั่นคือความพยายามที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งจะพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. ต้องดำเนินการในเรื่องขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการด้านการท่องเที่ยว
2. ต้องตระหนักต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ที่มีต่อขบวนการด้านการท่องเที่ยว
3. ต้องยอมรับให้ประชาชน ทุกส่วนได้รับประโยชน์เศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
4. ต้องชี้้นำตามความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่น และชุมชนในชนบทท่องเที่ยว

ปริชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2538) (อ้างในอิสยา อูติผล, 2542 : 22) ได้ให้หลักการสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมองมิติที่สำคัญมี 4 ประการ คือ

1. ความหลากหลายทางวัฒนธรรม : การพัฒนาควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรมพื้นบ้านและภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. ความยั่งยืนทางสถาบัน : การตัดสินใจของชุมชนและการจัดตั้งองค์การสังคมต้องสอดคล้องกับหลักการนิเวศวิทยาท้องถิ่น
3. การมีส่วนร่วม : การพัฒนามาจากข้างล่างโดยให้ชุมชนท้องถิ่นมีสิทธิในการจัดการทรัพยากรของตัวเอง
4. ความยุติธรรมทางสังคม : ความมั่นคงของการดำรงชีวิตต้องครอบคลุม กลุ่มชนผู้ยากไร้ในปัจจุบัน และคนรุ่นหลังในอนาคตอันยาวไกล

ภราเดช พัทฒวิเชียร (2543 : 4-7) กล่าวว่า ในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่จะมีความยั่งยืนได้ต้องพิจารณาอีก 2 ส่วน คือ ส่วนของ Planning Unit และ Operation Unit หน่วยงานที่รับผิดชอบพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น กรมป่าไม้ กรมศิลปากร องค์การบริหารส่วนจังหวัด และอื่น ๆ จะต้องมีการวางแผนเรื่องการใช้ทรัพยากร และต้องมีขีดความสามารถในการบริหารจัดการ การเปิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งนั้น ไม่ควรพิจารณาเฉพาะศักยภาพเพียงเรื่องเดียว แต่ควรพิจารณาในเรื่องของการวางแผนและการจัดการด้วย โดยสรุปคือต้องพิจารณาทั้งในด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ความพร้อมของชุมชนท้องถิ่น ความพร้อมของการบริหารจัดการ ถ้าในสถานการณ์ปัจจุบันยังไม่พร้อม ก็ยังไม่ควรจะไปเปิดให้ผู้คนมาท่องเที่ยวศักยภาพของตัวแหล่งท่องเที่ยวก็ยังคงอยู่

สรุป การทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆยั่งยืนอยู่กับชุมชนท้องถิ่นได้นั้น ต้องสามารถสนองตอบความต้องการของในปัจจุบันได้ รวมถึงการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับหลักนิเวศวิทยาท้องถิ่น โดยประชาชนยอมรับอย่างเต็มใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมื่อพิจารณางานวิจัยทางการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น ได้มีผู้ศึกษาในหลายๆภาคไว้หลากหลายแนวทาง เช่น ในภาคใต้ แสนศักดิ์ สิริพานิช และคณะ (2547) ได้ทำการวิจัยศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่ภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยการศึกษาเพื่อทราบถึงประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสม รวมถึงความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและมีความสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นและความต้องการของนักท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้แก่ ผ้าทอพื้นเมือง ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย และเครื่องประดับไข่มุก ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ ราคาเหมาะสม คุณภาพของสินค้าและการออกแบบ ซึ่งสอดคล้อง

กับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งนี้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองจังหวัดพังงา ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้แก่ ผลิตภัณฑ์เปลือกหอยผ้าทอพื้นเมือง และเครื่องประดับไข่มุก ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ คุณภาพของสินค้า ความสวยงาม และการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง ส่วนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองจังหวัดกระบี่ ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้แก่ ผ้าทอพื้นเมือง สิ่งประดิษฐ์กะสลัก และภาพเขียน-พิมพ์ ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ ความสวยงาม คุณภาพของสินค้า การออกแบบ และราคาที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง และยังได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง ผลที่ได้ต้องอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยข้อมูลทางพฤติกรรม การซื้อสินค้าที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องพิจารณาถึงความแตกต่างของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ตลอดจนควรให้การศึกษามากขึ้นและฝึกอบรมเพิ่มเติมและการฝึกทักษะด้านอาชีพที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

ในพื้นที่ด้านทะเลอำเภอไทยมีผลงานวิจัยของ นรินทร์ ทวยเจริญ (2538) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการประกอบธุรกิจจำหน่ายอาหารและของที่ระลึกอีสานในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจากการศึกษาพบว่า ธุรกิจจำหน่ายอาหารและของที่ระลึกอีสาน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในวัยกลางคน มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจประเภทนี้หรือธุรกิจประเภทอื่นมาก่อน ทั้งในภาคอีสานและภาคอื่น ๆ เมื่อสะสมทุนได้เพียงพอหรือได้รับการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจอยู่ก่อนแล้ว ประกอบกับมีความรู้ด้านอาหารและของที่ระลึกอีสาน จึงตัดสินใจดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างฐานะของครอบครัวให้ดีขึ้น สำหรับผู้ที่ไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจมาก่อนจะเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยได้รับความช่วยเหลือจากญาติพี่น้องหรือเพื่อนบ้าน ทำการประกอบธุรกิจเป็นอาชีพหลักและนำครอบครัวมาอยู่อาศัยด้วยเพื่อเป็นแรงงาน นอกจากนี้ความคิดเห็นของผู้ซื้ออาหารและของที่ระลึกอีสาน ส่วนธุรกิจขายของที่ระลึกอีสาน พบว่าของที่ระลึกมีป้ายบอกราคาชัดเจน มีความปราณีตสวยงาม มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาเหมาะสม มีการบรรจุหีบห่อที่ดี ผู้ขายแต่งกายเรียบร้อยสวยงาม มีกิริยามารยาดี การตกแต่งสถานที่ดึงดูดใจลูกค้า มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีและมีที่จอดรถที่สะดวกและปลอดภัย ผู้วิจัยได้เสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

คือ หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนและช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่นการให้ความรู้ในด้านการดำเนินธุรกิจ การใช้ภาษา และการสนับสนุนด้านเงินทุน เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสนใจ ตั้งใจ และมั่นใจในการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับท้องถิ่นและประเทศชาติ

ส่วนในพื้นที่ภาคตะวันออกซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในใกล้เมืองหลวง ได้มีการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเซรามิกส์ในจังหวัดชลบุรี โดย ภรดี พันธูภากร (2535) โดยจากการศึกษาพบว่า จากการศึกษาพบว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนชายทะเล ทำให้มีการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อเป็นของขวัญของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหาร ข้าว-หวาน อาหารจากทะเล สิ่งประดิษฐ์จากวัสดุทางทะเล เครื่องจักสาน ผ้าทอ และหินแกะสลัก นอกจากนี้ชลบุรียังเป็นแหล่งที่มีการทำผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กในครัวเรือน จนถึงอุตสาหกรรมขนาดย่อม มีการใช้ดินในแหล่งพื้นที่ชลบุรี และแหล่งใกล้เคียง สามารถเสนอแนะแนวทางเพื่อให้มีการสร้างงานและพัฒนาในลักษณะของอุตสาหกรรมในครัวเรือน อุตสาหกรรมขนาดเล็ก หรือเป็นการรวมกลุ่มการผลิตในชุมชนในหมู่บ้าน 3 แนวทางคือ แนวทางที่หนึ่ง ให้การเสนอแนะกับโรงงานเซรามิกส์ที่ทำการผลิตวัสดุก่อสร้างที่มีมาแต่เดิมในจังหวัดชลบุรี ให้มีการเพิ่มส่วนการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แนวทางที่สอง ให้ความรู้ฝึกอบรมแก่ชาวบ้านผู้สนใจ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้มีการสร้างงานผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ในครัวเรือน หรือเป็นการรวมกลุ่มการผลิตในหมู่บ้านในชุมชน แนวทางที่สาม เป็นการทดลองจัดการผลิตในหน่วยงานของรัฐเพื่อเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบ ขั้นตอน เทคนิค วิธีการ และการจัดจำหน่าย เพื่อเป็นแนวทางแก่ชาวบ้านผู้สนใจโดยทั่วไป นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเซรามิกส์ ควรเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สามารถสนองประโยชน์ใช้สอย มีความสวยงาม และมีคุณค่า เหมาะสมกับการเป็นของที่ระลึก การนำไปเป็นของขวัญของฝาก หรือการเก็บสะสม ที่สำคัญคือ จะต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ของเซรามิกส์ชลบุรี เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์เนื้อดิน น้ำเคลือบ เทคนิคการตกแต่ง และการนำวัตถุดิบจากแหล่งพื้นที่ชลบุรีหรือแหล่งใกล้เคียงมาใช้ในการผลิตอย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือในภาคอีสานของประเทศ มีการวิจัยการพัฒนาเรื่องการพัฒนางานหัตถกรรมเพื่อการสร้างงานและรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดย ชูศักดิ์ เพรสคอต และคณะวิจัย (2533) ได้ทำการวิจัยศึกษา โดยศึกษาเป็นประเภทของงาน

หัตถกรรมที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะสนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ยึดเป็นอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้ และการจ้างงาน ศึกษาถึงภาวะด้านการผลิต แรงงาน เงินทุน และ ภาวะด้านการตลาดสินค้าหัตถกรรม เพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนางานหัตถกรรม พื้นบ้านได้อย่างเหมาะสม จากการศึกษาพบว่า งานหัตถกรรมที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะสนับสนุน และส่งเสริมให้เป็นอาชีพหลักต่อไปได้โดยถือเกณฑ์ทางการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นความสามารถ ของประชาชนเงินทุน การสร้างรายได้และตลาดสินค้าหัตถกรรม มี 3 ประเภทได้แก่ งานทอผ้า ทอ เสื่อและจักสาน การดำเนินการผลิตสินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่จะทำภายในตัวบ้าน ใช้เครื่องมือ และอุปกรณ์ง่ายๆ วัตถุดิบก็หาซื้อหรือผลิตได้ในหมู่บ้าน เงินทุนที่ใช้หมุนเวียนในการผลิต ประมาณครอบครัวละ 200-500 บาท และใช้แรงงานประมาณครัวเรือนละ 2-3 คน ทำการผลิต ในช่วงหลังฤดูการเกษตร ประมาณ 4-6 เดือนต่อปี มูลค่าการผลิตสำหรับงานจักสาน ครัวเรือนละ 3,000-15,000 บาทต่อปี งานทอเสื่อ ครัวเรือนละ 4,000-10,000 บาทต่อปี และงานทอผ้า ครัวเรือน ละ 1,500-36,000 บาทต่อปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงานเวลาที่ทำงานและชนิดของสินค้าที่ผลิต การผลิตสินค้าหัตถกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังประสบปัญหาหลายประการ การขาดแคลน วัตถุดิบ วัตถุดิบยังมีราคาสูง แรงงานมีความรู้ความสามารถในการผลิตต่ำ ขาดแคลนเงินทุนที่จะ นำมาใช้จ่ายทางด้านการผลิต ตลาดสินค้าหัตถกรรมแคบ ทำให้ผู้ผลิตต้องเป็นผู้รับราคาทั้ง ทางด้านราคาวัตถุดิบและราคาผลิตภัณฑ์ ขาดศูนย์พาณิชย์ เพื่อจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมโดยเฉพาะ ในแต่ละจังหวัด แนวทางและมาตรการในการพัฒนางานหัตถกรรมพื้นบ้าน เพื่อการสร้างงานและ รายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต้องดำเนินการให้ครบวงจรและร่วมกันระหว่างภาครัฐบาลและ เอกชน กล่าวคือ ควรส่งเสริมการปลูกไม้ไผ่ พัฒนาหนองน้ำเพื่อปลูกกก ส่งเสริมการปลูกหม่อน เพื่อเลี้ยงไหม จะให้มีวัตถุดิบใช้ตลอดปี ส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน การนำเครื่องมือและ อุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการจัดตั้งศูนย์พาณิชย์ประจำ จังหวัดเพื่อขยายตลาดสินค้าหัตถกรรมให้กว้างขวางขึ้น ตลอดจนการส่งเสริมการวิจัยด้านการผลิต และการตลาดเพื่อผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด

ทั้งนี้ในภาคดังกล่าวยังได้มีการวิจัยเกี่ยวกับสินค้าหัตถกรรมที่ระลึกพื้นเมืองโดย ศิวะ ศุภวิบูลย์ (2542) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประกอบอาชีพหัตถกรรมทำของที่ระลึกของชาวบ้าน ในเขตอำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า วิวัฒนาการการประกอบอาชีพหัตถกรรมทำของที่ ระลึกได้แก่ ครุฑน้อย ซึ่งเดิมชาวบ้านทำครุฑใหญ่ไว้ใช้ในครัวเรือน เมื่อปี พ.ศ. 2511 จึงได้เปลี่ยนมาทำ ครุฑน้อยซึ่งมี 5 ขนาด ในปี พ.ศ. 2527 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอขุขันธ์และศูนย์การศึกษานอก

โรงเรียน ได้เข้ามาแนะนำชาวบ้านให้นำครุฑน้อยมาทำผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น ทำเป็นพวง
 อุ่นแล้วบรรจุในกรอบรูป คุ้มนู เข็มกลัดติดเสื้อ ที่ติดผมช่อดอกไม้ เป็นต้น โดย เกวียนน้อย เริ่ม
 เมื่อปี พ.ศ. 2505 ว่าชาวบ้านทำตามได้ประณีตงดงาม จนกระทั่งปี พ.ศ. 2523 มีฝึกอบรมชาวบ้าน
 จนสามารถประดิษฐ์เกวียนน้อยเพื่อจำหน่ายได้ผลิตภัณฑ์จากใบตาล ใน พ.ศ. 2520 มีการส่งเสริม
 อาชีพโดยพัฒนารูปแบบการสาน จากเขียนหมากรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส เป็นกล่องใส่ของกระจุกกระจิก
 ผอบใบตาล และกระเป๋าแบบหูหิ้ว นอกจากนี้กระบวนการประกอบอาชีพ ชาวบ้านยึดการประกอบ
 อาชีพตามอย่างพ่อแม่และพวกผู้ใหญ่ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการทำงานด้านนี้ ได้แก่ รายได้ดี เวลาว่าง
 และต้องการสืบทอดวัฒนธรรมการทำของที่ระลึก มีการรวมกลุ่มในการประกอบอาชีพ โดยกลุ่มได้
 ช่วยเหลือด้านการเงิน การตลาด ให้ความรู้ และเป็นศูนย์รวมทำกิจกรรมช่วยเหลือสังคม แห่ส่ง
 ความรู้ได้จากวิทยากร เรียนรู้ด้วยตนเอง จากพ่อแม่และจากหน่วยราชการ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ผลิต
 ซื้อจากท้องตลาดและปลูกเอง มีการใช้เทคโนโลยีเฉพาะกับผลิตภัณฑ์จากใบตาล คือ มีการใช้สีเคมี
 การกำหนดราคากระทำโดยกลุ่มผู้ผลิต และผู้ซื้อร่วมกัน ชาวบ้านมีรายได้จากการจำหน่าย
 ผลิตภัณฑ์ ภาวะหนี้สินลดลง แต่ยังคงมีการเก็บออมน้อย ทางด้านสังคม ชาวบ้านมีความสัมพันธ์กัน
 มากขึ้น ชาวบ้านมีความคิดเห็นว่าการประกอบอาชีพหัตถกรรมทำของที่ระลึก ทำให้ครอบครัว
 และชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

อีกทั้งมีการศึกษาวิจัยพฤติกรรมและความความเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับของ
 ที่ระลึกประเภทสินค้าหัตถกรรมที่จำหน่ายในอำเภอเมืองอุดรธานี โดย พัฒนพงศ์ เจริญชัย (2545)
 จะพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาด 4 ข้อ พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นโดยรวม
 ก่อนข้างเห็นด้วย และพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับก่อนข้างเห็นด้วย 8 ข้อ โดยที่ก่อนข้างเห็นด้วย
 อันดับแรก คือ มีชื่อเสียง รองลงมาคือประทับใจแก่ผู้รับ ด้านราคาความคิดเห็นโดยรวม เห็นด้วย
 ปานกลาง และพิจารณาเป็นรายข้อ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง 2 ข้อ โดยที่ความเห็นปานกลาง
 อันดับแรก คือ ความคุ้มค่ากับราคา รองลงมา คือราคาแพง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความ
 คิดเห็นโดยรวม ก่อนข้างเห็นด้วย และพิจารณาเป็นรายข้อ อยู่ในระดับก่อนข้างเห็นด้วย 2 ข้อ โดย
 ที่ก่อนข้างเห็นด้วยอันดับแรก คือเจ้าของร้านให้การต้อนรับด้วยดี รองลงมา คือ มีการจัดร้านให้มี
 ความสวยงามน่าซื้อ ด้านส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นโดยรวม เห็นด้วยปานกลาง และพิจารณา
 ตามความเห็นชอบของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับของที่ระลึกประเภทสินค้าหัตถกรรมที่จำหน่ายใน
 อำเภอเมืองอุดรธานีในระดับชอบปานกลางถึงชอบมาก โดยมีความชอบมาก 3 อันดับต่อของที่

ระลีกประเภท ผ้าไหม(จีน ทอลาย ลายจิด) เสื้อผ้าสำเร็จรูป (จากผ้าไหม ผ้าฝ้าย) และผ้าฝ้าย(จีน ทอลาย ลายจิด)

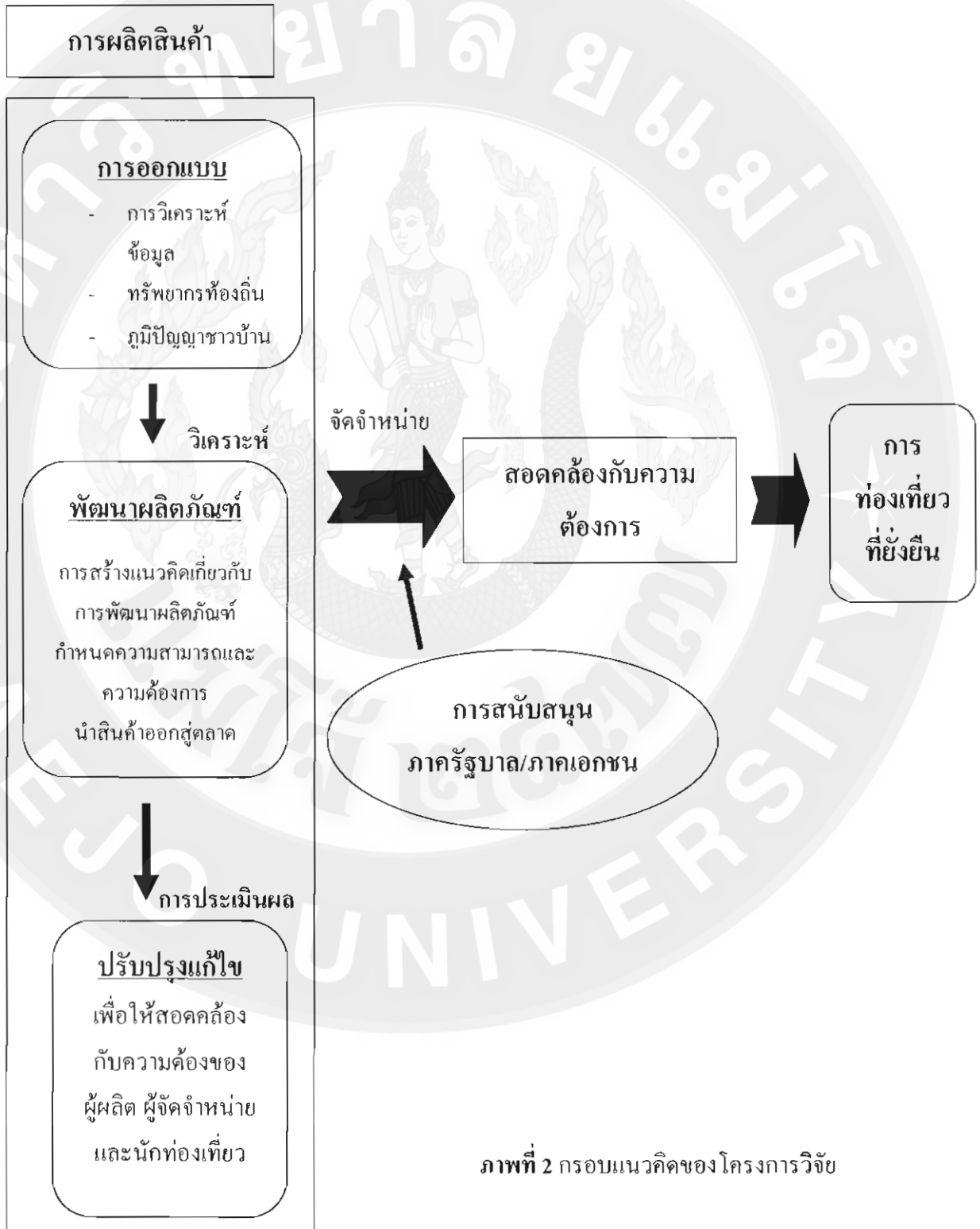
ทั้งนี้ เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยศึกษาวิจัยพฤติกรรม การซื้อสินค้าของที่ระลึก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึก ชนิด และรูปแบบของสินค้าของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึก และแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจภาคสนาม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทเพื่อการบริโภค แหล่งจำหน่ายที่ซื้อคือร้านค้าในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึกให้ความสำคัญตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ด้านตัวผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านตัวผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญมากกับความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รูปแบบของสินค้าของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการคือ มีคุณภาพ และสะท้อนภูมิปัญญาชาวบ้าน ประเภทของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการคือประเภทเพื่อการใช้สอย โดยมีชนิดของสินค้า คือ ของใช้ส่วนตัว ของใช้เบ็ดเตล็ดทั่วไป และเสื้อผ้า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของสินค้าที่ระลึก พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของสินค้าของที่ระลึกทุกประเด็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลางประเด็นที่เป็นปัญหามากได้แก่ สินค้าซ้ำแบบกันทุกร้านขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ขาดการส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐบาล และการจัดจำหน่ายที่ไม่กระจายครอบคลุม แนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกที่สำคัญที่สุดคือการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพสินค้า เพิ่มความหลากหลายของชนิดสินค้า และการควบคุมราคา

ต่อมาทางคณะผู้วิจัย โดย เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ (2547) ยังได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างอีกด้วย โดยมี วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรม การซื้อสินค้าของที่ระลึก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึก ประเภทและรูปแบบของสินค้าของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึก และแนวทางพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง วิธีการวิจัยโดยการเก็บรวบรวม ข้อมูลภาคสนาม(Field Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากข้อมูลทฤษฎี และสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) จากผู้ที่เกี่ยวข้อง ประชากรในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยตามสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการกำหนดสัดส่วน(Quota Sampling) และตามความมุ่งหมาย(Purposive Sampling) ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าของที่ระลึกระหว่างการท่องเที่ยว ซื้อประเภทเพื่อการใช้สอยจากร้านค้าภายนอกแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำไปฝากญาติ/เพื่อน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากกับปัจจัยต่างๆเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา กับปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดสำหรับด้านตัวผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับประโยชน์หลักของตัวผลิตภัณฑ์มากกว่ารูปลักษณ์และชื่อเสียง ได้แก่ ความปลอดภัยจากสารปนเปื้อน ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และ ความทนทานเก็บรักษาได้นาน รูปแบบสินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวต้องการ ควรสื่อวัฒนธรรมภูมิปัญญาและชุมชน มากกว่ารูปลักษณ์ภายนอก โดยเน้น คุณภาพ และความสอดคล้อง กับศิลปวัฒนธรรมประเพณี ประเภทสินค้าของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการ คือ ประเภทวัตถุทางศิลปะโดยเป็นชนิดภาพวาด/ภาพถ่าย และ ประเภทเพื่อการใช้สอยโดยชนิดของใช้ส่วนตัว ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึก เป็นปัญหาและอุปสรรคในระดับมาก ปัญหาที่สำคัญ ได้แก่ การจัดจำหน่ายไม่กระจายครอบคลุม การส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐบาล ขาดความมีเอกลักษณ์ รูปแบบไม่สวยงามดึงดูดใจ และ ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึก คือ พัฒนาปรับปรุงรูปแบบสินค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเพิ่มชนิดสินค้า ให้หลากหลาย ผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ ในการพัฒนาสินค้าใหม่ควรออกแบบสินค้าที่มีคุณค่าทางใจ มากกว่าเพื่อการบริโภค โดยมีความปลอดภัย ความหลากหลายของสินค้าให้เลือก ความแปลกใหม่ และความ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น กำหนดราคาที่เหมาะสม มีคุณภาพ จัดจำหน่ายให้กระจายครอบคลุมพัฒนาบุคลากรและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการขาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกควรร่วมมือกันในการ โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของที่ระลึกให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดสำหรับโครงการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมุ่งในการวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมืองเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่

ประชากร

นักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 5 อันดับแรกที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยว ได้แก่ คอยสุเทพ ถนนคนเดิน สวนสัตว์เชียงใหม่ คอยอินทนนท์ และพีชสวนโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2550)

ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย ได้แก่ ผู้ที่ประกอบอาชีพผลิต จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ และอาศัยอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว 5 อันดับข้างต้น

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ จำนวน 2,598,041 คน (สถิติจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2550)

โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยมีสูตรดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

จากสถิติจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า

จังหวัดเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2,598,041 คน เมื่อจากการคำนวณโดยใช้สูตรข้างต้น จะได้ตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

$$\left[n = \frac{2,598,041}{1 + 2,598,041(0.05)^2} = 399.94 \right]$$

อีกทั้งประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจากกลุ่มประชากร ที่มีรายชื่อ และที่อยู่ ที่ปรากฏในเอกสารที่สำรวจมาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ใน 5 สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยว โดยการออกภาคสนามจะแบ่งเป็น 2 รอบ โดยรอบแรก (Pre-survey) จะใช้จำนวนตัวอย่าง 30 ตัวอย่าง ผลที่ได้จาก Pre-survey จะถูกนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ในการทำ Final-survey ในจำนวนแบบสอบถามในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวต่อไป

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่ได้มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว อาทิเช่น จากหนังสือ งานวิจัย รายงานทางสถิติต่าง ๆ ตลอดจนข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย ได้สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบและปลายเปิด โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ชุด ดังนี้

- แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย
- แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าพื้นเมือง
- แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้จัดจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง

นักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อมูลในแบบสอบถามจะถามเกี่ยวกับ

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ต่อเดือนจำนวนวันที่มาเที่ยวในครั้งนี จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยว รวมทั้งข้อมูลสนับสนุน เสนอแนะในการตัดสินใจซื้อสินค้าของฝากพื้นเมือง

2. หัวข้อที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่

2.1 ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมือง

2.2 ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมืองแต่ละประเภท

2.3 ลักษณะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมือง

2.4 การพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากพื้นเมือง จะแบ่งเป็น

รูปลักษณ์ คุณภาพของสินค้า แพ้ชัน ความนิยม การออกแบบ มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย การใช้ประโยชน์ บรรลุภัณฑ์ การบริการ สถานที่ตั้งร้านค้า เป็นต้น

ผู้ผลิตสินค้าพื้นเมือง ข้อมูลในแบบสอบถามจะถาม เกี่ยวกับ

1. ของฝากพื้นเมืองที่ได้ทำการผลิต

2. การนำเสนอ ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมืองที่ได้ผลิต

3. การพัฒนาสินค้าโดยผลิตให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

4. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผลิตสินค้าของฝากพื้นเมือง โดยจะกำหนดหัวข้อ

รูปลักษณ์ คุณภาพของสินค้า แพ้ชัน ความนิยม การออกแบบ มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย การใช้ประโยชน์ บรรลุภัณฑ์ การบริการ สถานที่ตั้งร้านค้า เป็นต้น

5. ปัญหาในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ความต้องการการส่งเสริม และความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อพัฒนาธุรกิจสินค้าของฝากพื้นเมืองในอนาคต

ผู้จำหน่ายสินค้าของฝากพื้นเมือง ข้อมูลในแบบสอบถามจะถาม เกี่ยวกับ

1. ผลิตภัณฑ์สินค้าของฝากพื้นเมืองที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

2. สินค้าของฝากพื้นเมืองที่จำหน่าย

3. การนำเสนอ ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมืองที่จำหน่ายในร้าน

4. ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตในการผลิตสินค้า เพื่อพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5. เหตุผลในการเลือกจำหน่ายสินค้าของฝากพื้นเมือง มากน้อยเพียงใด รูปลักษณ์
คุณภาพของสินค้า แฟชั่น ความนิยม การออกแบบ มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย การใช้ประโยชน์
บรรจุภัณฑ์ การบริการ สถานที่ตั้งร้านค้า เป็นต้น

6. ปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบัน ความต้องการการส่งเสริม และความช่วยเหลือจาก
หน่วยงานภาครัฐเพื่อพัฒนาธุรกิจสินค้าของฝากพื้นเมืองในอนาคต

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัยได้ศึกษาหลักการของ
งานวิจัย และวิธีการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและทั่วถึง โดยพื้นที่ที่เลือกใน
แต่ละสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้มาจากข้อมูลเบื้องต้นจากการรวบรวมสถิติจากการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย (2550) สํารวจจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้คณะวิจัยได้เลือกพื้นที่ใน
การเก็บข้อมูล ดังนี้

- ดอยสุเทพ
- ถนนคนเดิน
- สวนสัตว์เชียงใหม่
- คอยอินทนนท์
- และพีชสวนโลก

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิต มีการเก็บรวบรวมแบบสอบถามโดยคณะวิจัยได้ลงพื้นที่ที่ใกล้เคียง
บริเวณสถานที่ท่องเที่ยว 5 แห่งข้างต้น อีกทั้งส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ตอบรับ พร้อมซองคิด
แถมไปส่งคืน

กลุ่มตัวอย่างผู้จัดจำหน่าย มีการเก็บรวบรวมแบบสอบถามโดยคณะวิจัยได้ลงพื้นที่ที่
ใกล้เคียงบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว 5 แห่งข้างต้น อีกทั้งส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ตอบรับ พร้อม
ซองคิดแถมไปส่งคืน

การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย ได้นำแบบสอบถามที่ส่งรหัสแล้วบันทึกลงในโปรแกรม สถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) การดำเนินการวิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บ ข้อมูลในเชิงปริมาณจากนั้น นำมาวิเคราะห์ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในกลุ่มของนักท่องเที่ยว กำหนดการวิเคราะห์ 3 ด้าน ดังนี้
ด้านความสนใจในสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดมากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งมี นำเสนอเกณฑ์ระดับคะแนนออกเป็น 3 ระดับ

- คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.00 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาในความสนใจ ในสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับมาก
- คะแนนเฉลี่ย 1.67 – 2.33 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาในความสนใจ ในสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.66 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาในความสนใจใน สินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับน้อย

ด้านความต้องการซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดมาก/น้อยอย่างไร ซึ่งมี นำเสนอเกณฑ์ระดับคะแนนออกเป็น 3 ระดับ

- คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.00 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาในความต้องการ ซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับมาก
- คะแนนเฉลี่ย 1.67 – 2.33 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาในความต้องการ ซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.66 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาในความต้องการ ซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับน้อย

ด้านเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง ซึ่งมี นำเสนอเกณฑ์ ระดับคะแนนออกเป็น 3 ระดับ

- คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.00 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับมาก

- คะแนนเฉลี่ย 1.67 – 2.33 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับปานกลาง

- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.66 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับน้อย

การวิเคราะห์ข้อมูลในกลุ่มของผู้ประกอบการผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง กำหนดการวิเคราะห์ 3 ด้าน ดังนี้

ด้านเหตุผลในการเลือกผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดมากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งมีนำเสนอเกณฑ์ระดับคะแนนออกเป็น 3 ระดับ

- คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.00 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการเลือกผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับมาก

- คะแนนเฉลี่ย 1.67 – 2.33 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการเลือกผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับปานกลาง

- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.66 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการเลือกผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับน้อย

การวิเคราะห์ข้อมูลในกลุ่มของผู้ประกอบการจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง กำหนดการวิเคราะห์ 3 ด้าน ดังนี้

ด้านเหตุผลในการเลือกจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดมากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งมีนำเสนอเกณฑ์ระดับคะแนนออกเป็น 3 ระดับ

- คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.00 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการเลือกจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับมาก

- คะแนนเฉลี่ย 1.67 – 2.33 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการเลือกจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับปานกลาง

- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.66 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับการพิจารณาด้านเหตุผลในการเลือกจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง แต่ละชนิดในระดับน้อย

ทั้งนี้ในส่วนของข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการค้นคว้า สัมภาษณ์ ได้นำมาเสนอใน
ลักษณะบรรยาย เพื่อนำมาแสดงผลข้อมูล วิเคราะห์ผลการวิจัย สรุปผลการวิจัย รวมทั้ง
ข้อเสนอแนะเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่ กำหนดวัตถุประสงค์ 3 ข้อดังนี้ 1.เพื่อศึกษาถึงประเภท และรูปลักษณะของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมในจังหวัดเชียงใหม่ 2.เพื่อศึกษาถึงการมีส่วนร่วมในความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ 3. เพื่อศึกษา และกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัย และผู้ร่วมวิจัย โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล และเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง อีกส่วนหนึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ และส่วนสุดท้ายเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน และร้อยละ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	175	43.8
- หญิง	225	56.3

ตารางที่ 1 (ต่อ) แสดงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน และร้อยละ

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
2.อายุ		
- ต่ำกว่า 20 ปี	35	8.8
- 21 ปี ถึง 30 ปี	164	41.0
- 31 ปี ถึง 40 ปี	96	24.0
- 41 ปี ถึง 50 ปี	76	19.0
- 51 ปีขึ้นไป	29	7.3
3. การศึกษา		
- ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	23	5.8
- มัธยมศึกษา	118	29.5
- ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	34	8.5
- อุดมศึกษา	225	56.3
4. อาชีพ		
- รัฐบาล	81	20.3
- บริษัท/ห้างร้าน	122	30.5
- ธุรกิจส่วนตัว	102	25.5
- นักเรียน/นักศึกษา	78	19.5
- รับจ้างทั่วไป	17	4.3
5. รายได้ต่อเดือน (บาท)		
- ต่ำกว่า 10,000	36	9.0
- 10,001 – 20,000	156	39.0
- 20,001 – 30,000	114	28.5
- 30,001 – 40,000	51	12.8
- 40,001 ขึ้นไป	43	10.8

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.3 และเพศชาย ร้อยละ 43.8 ส่วนใหญ่อายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 41.0 รองลงมา อายุ 31 – 40 ปี ,41 – 50 ปี ,ไม่เกิน 20 ปี และมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ตามลำดับ ส่วนระดับการศึกษา ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ร้อยละ 56.3 รองลงมา ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 29.5 ระดับประกาศนียบัตร ร้อยละ 8.5 และต่ำกว่ามัธยมศึกษา ร้อยละ 5.8 ส่วนอาชีพของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ทำงานบริษัท/ห้างร้าน ร้อยละ 30.5 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 25.5 รับราชการ ร้อยละ 20.3 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 19.5 และรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 4.3 รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่รายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 39.0 รองลงมา รายได้ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 28.5 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 14 รายได้ 30,001- 40,000 บาท ร้อยละ 12.8 และรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 10.8

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของความสนใจในสินค้าของฝากพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

ชนิดผลิตภัณฑ์	น้อย	ปานกลาง	มาก	Mean	S.D.
ร่มพื้นเมือง	18.3	51.3	30.5	2.12	.69
ผลิตภัณฑ์กระดาษสา	15.5	54.0	30.5	2.15	.66
ผ้าไทยพื้นเมือง	12.5	46.0	41.5	2.29	.68
ไม้แกะสลัก	17.5	44.8	37.8	2.20	.72
เครื่องปั้นดินเผา	20.5	49.0	30.5	2.10	.71
เครื่องจักสาน	19.0	53.0	28.0	2.09	.68
เครื่องเงิน	18.8	38.8	42.5	2.24	.75
เครื่องเงิน	29.5	52.0	18.5	1.89	.69
สินค้าเบ็ดเตล็ด	29.3	40.5	30.3	2.01	.77

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าไทยพื้นเมือง สูงที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 2.29 รองลงมา เครื่องเงิน ที่ค่าเฉลี่ย 2.24 และในอันดับต่อมาผลิตภัณฑ์กระดาษสา ที่ค่าเฉลี่ย 2.15 โดยทั้งสามผลิตภัณฑ์ได้รับความสนใจใน

เกณฑ์ระดับปานกลาง เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ส่วน 3 ลำดับสุดท้าย คือ เครื่องเงิน เครื่องจักสาน และสินค้าเบ็ดเตล็ด แสดงให้เห็นถึงความสนใจในของฝากที่ระลึกพื้นเมืองทุกชนิดอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างกันมากนัก

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของความต้องการซื้อในสินค้าของฝากพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

ชนิดผลิตภัณฑ์	น้อย	ปานกลาง	มาก	Mean	S.D.
ร่มพื้นเมือง	23.0	51.8	25.3	2.02	.70
ผลิตภัณฑ์กระดาษสา	20.0	50.0	30.0	2.10	.70
ผ้าไทยพื้นเมือง	15.8	44.3	40.0	2.24	.71
ไม้แกะสลัก	22.5	46.0	31.5	2.09	.73
เครื่องปั้นดินเผา	24.0	53.3	22.8	1.99	.68
เครื่องจักสาน	25.8	50.5	23.8	1.98	.70
เครื่องเงิน	19.8	42.8	37.5	2.18	.73
เครื่องเงิน	34.8	49.5	15.8	1.81	.69
สินค้าเบ็ดเตล็ด	29.3	38.3	32.5	2.03	.79

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีความต้องการในผลิตภัณฑ์ผ้าไทยพื้นเมือง สูงที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 2.24 รองลงมาเครื่องเงิน ที่ค่าเฉลี่ย 2.18 และในอันดับต่อมาผลิตภัณฑ์กระดาษสา ที่ค่าเฉลี่ย 2.10 โดยทั้งสามผลิตภัณฑ์ข้างต้นได้รับความสนใจในเกณฑ์ระดับปานกลาง เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ทุกชนิด แสดงให้เห็นถึงความต้องการในของฝากที่ระลึกพื้นเมืองทุกชนิดอยู่ในความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีผลสอดคล้องกับผลการสำรวจตามตารางที่ 4.1.2 นักท่องเที่ยวที่สนใจผ้าไทยพื้นเมือง เครื่องเงิน และผลิตภัณฑ์กระดาษสา มากที่สุด ส่วน 3 ลำดับสุดท้าย คือ เครื่องเงิน เครื่องจักสาน และเครื่องปั้นดินเผา

ตารางที่ 4 แสดงเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบ	น้อย	ปานกลาง	มาก	Mean	S.D.
คุณภาพของสินค้า	4.0	32.5	63.5	2.60	.57
ความนิยม (แฟชั่น)	7.5	45.8	46.8	2.39	.62
การออกแบบ	4.8	34.5	60.8	2.56	.59
เอกลักษณ์ความเป็นไทย	7.3	35.3	57.5	2.50	.63
ประโยชน์ใช้สอย	11.0	41.3	47.8	2.37	.67
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	14.5	52.0	33.5	2.19	.68
การให้บริการ	13.5	51.3	35.3	2.22	.66
สถานที่ตั้งร้านค้า	22.8	51.0	26.3	2.04	.70
การประชาสัมพันธ์	26.3	44.5	29.3	2.03	.75

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีองค์ประกอบของเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าคือ คุณภาพของสินค้า สูงที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 2.60 รองลงมาอยู่ที่ การออกแบบ ที่ค่าเฉลี่ย 2.56 และในอันดับต่อมาคือเอกลักษณ์ความเป็นไทย ที่ค่าเฉลี่ย 2.50 โดยทั้งสามผลิตภัณฑ์ข้างต้นได้รับค่าคะแนนในเกณฑ์ระดับมาก เช่นเดียวกับองค์ประกอบด้านประโยชน์ใช้สอย และความนิยม (แฟชั่น) ส่วนการประชาสัมพันธ์ สถานที่ตั้ง การให้บริการ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ได้รับค่าคะแนนในเกณฑ์ระดับปานกลาง

4.2 ข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง
ตารางที่ 5 แสดงองค์ประกอบในการผลิตสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตสินค้าของฝากพื้นเมือง

องค์ประกอบ	Mean	S.D.
คุณภาพของสินค้า	2.94	.24
ความนิยม (แพ็คเกจ)	2.70	.51
การออกแบบ	2.78	.47
เอกลักษณ์ความเป็นไทย	2.80	.45
ประโยชน์ใช้สอย	2.30	.51
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	2.16	.55
การให้บริการ	2.46	.54
สถานที่ตั้งร้านค้า	2.48	.58
การประชาสัมพันธ์	2.34	.52

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการผลิตสินค้านำมีองค์ประกอบของเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผลิตสินค้าคือ คุณภาพของสินค้า สูงที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 2.94 รองลงมาอยู่ที่เอกลักษณ์ความเป็นไทย ที่ค่าเฉลี่ย 2.80 และในอันดับต่อมาก็คือ การออกแบบ ที่ค่าเฉลี่ย 2.78 โดยทั้งสามผลิตภัณฑ์ข้างต้นได้รับค่าคะแนนในเกณฑ์ระดับมาก เช่นเดียวกับองค์ประกอบด้าน และความนิยม (แพ็คเกจ) การประชาสัมพันธ์ สถานที่ตั้ง การให้บริการ ส่วนด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ประโยชน์ใช้สอย ได้รับค่าคะแนนในเกณฑ์ระดับปานกลาง

4.3 ข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง
ตารางที่ 6 แสดงองค์ประกอบในการเลือกจำหน่ายสินค้าของฝากพื้นเมือง

องค์ประกอบ	Mean	S.D.
คุณภาพของสินค้า	2.66	.48
ความนิยม (แพชั่น)	2.58	.50
การออกแบบ	2.50	.51
เอกลักษณ์ความเป็นไทย	2.46	.61
ประโยชน์ใช้สอย	2.42	.50
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	2.26	.49
การให้บริการ	2.48	.54
สถานที่ตั้งร้านค้า	2.44	.50
การประชาสัมพันธ์	2.42	.58

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้านมืองค์ประกอบของเหตุผลในการตัดสินใจเลือกจำหน่ายสินค้าคือ คุณภาพของสินค้า สูงที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 2.66 รองลงมาอยู่ที่ความนิยม (แพชั่น) ที่ค่าเฉลี่ย 2.58 และในอันดับต่อมาคือ การออกแบบ ที่ค่าเฉลี่ย 2.50 โดยทั้งสามผลิตภัณฑ์ข้างต้นได้รับค่าคะแนนในเกณฑ์ระดับมาก เช่นเดียวกับองค์ประกอบด้านเอกลักษณ์ความเป็นไทย ประโยชน์ใช้สอย และการประชาสัมพันธ์ สถานที่ตั้ง การให้บริการ ส่วนด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ได้รับค่าคะแนนในเกณฑ์ระดับปานกลาง

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ผู้ประกอบการผลิตสินค้าของฝากพื้นเมืองต่อปัญหาและอุปสรรคที่พบ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวนผู้ผลิต
จำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง	4
จำนวนลูกค้าลดน้อยลง	3
ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น	3
รูปแบบสินค้ามีมากเกินไป	2
การ โกงจากผู้จำหน่าย	2
วัตถุดิบหายากขึ้น(ไม้)	1

จากตารางที่ 7 ปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ประกอบการผลิตสินค้าของที่ระลึกพื้นเมืองพบมากที่สุดคือ จำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง จำนวนลูกค้าลดน้อยลง ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น รูปแบบสินค้ามีมากเกินไป และปัญหาที่เกิดจากการ โกงจากผู้จำหน่าย เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนผู้ประกอบการต่อรูปแบบความช่วยเหลือหรือการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ

ความช่วยเหลือหรือการส่งเสริม	จำนวนผู้ผลิต
1.มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภาครัฐ	5
2.การส่งเสริมการท่องเที่ยว	5
3.การรณรงค์การใช้สินค้าพื้นเมือง	4
4.การประชาสัมพันธ์	3
5.การออกแบบผลิตภัณฑ์	3
6.การประยุกต์เอกลักษณ์กับการใช้สอยจริง	3
7.การยกระดับสินค้าสู่นานาชาติ	1
8.การช่วยเหลือด้านต้นทุนการผลิต	1

จากตารางที่ 8 ผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือหรือการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ลำดับแรก คือมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภาครัฐ และการส่งเสริมการท่องเที่ยว ลำดับรองลงมาคือการรณรงค์การใช้สินค้าพื้นเมือง การประชาสัมพันธ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การประยุกต์เอกลักษณ์กับการใช้สอยจริง การยกระดับสินค้าสู่นานาชาติ และลำดับสุดท้ายคือการช่วยเหลือด้านต้นทุนการผลิต

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนเฉลี่ย (ครั้ง) ในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี

จำนวนครั้งต่อปี	จำนวนคน(n)	ร้อยละ
1	4	1.0
2	275	66.8
3	90	22.5
4	15	3.8
5	11	2.8
6 ขึ้นไป	5	1.3

จากตารางที่ 9 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 66.8 นิยมเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวปีละ 2 ครั้ง รองลงมา ร้อยละ 22.5 นิยมเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวปีละ 3 ครั้ง ร้อยละ 3.8 เดินทางท่องเที่ยวปีละ 4 ครั้ง ส่วนที่เดินทางท่องเที่ยวตั้งแต่ 4 ครั้ง 5 ครั้ง และ 6 ครั้งต่อปีขึ้นไปมีเพียงร้อยละ 1.0 2.8 และ 1.3 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนวันในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้งของนักท่องเที่ยว

จำนวนวันต่อปี	จำนวนคน(n)	ร้อยละ
1	10	2.5
2	314	78.5
3	68	17.0
4	3	0.8
5	2	0.5
6 ขึ้นไป	3	0.8

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 78.5 ใช้เวลาในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว 2 วันต่อครั้ง รองลงมาร้อยละ 17.0 ใช้เวลาในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว 3 วัน ต่อครั้ง ร้อยละ 2.5 เดินทางท่องเที่ยว 1 วัน ต่อครั้ง ส่วนที่ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ตั้งแต่ 4 วัน ต่อครั้ง 5 วันต่อครั้ง และ 6 วันต่อครั้งขึ้นไปมีเพียงร้อยละ 0.8 0.5 และ 0.8 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาและจัดเป็นข้อมูลของประเภทและรูปลักษณะของที่ระลึกพื้นเมือง ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัย และผู้ร่วมวิจัย โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล และเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง อีกส่วนหนึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ และส่วนสุดท้ายเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพนำมาเสนอในลักษณะบรรยาย ซึ่งในบทนี้จะประกอบด้วยสรุปผลการวิจัยรวมทั้งข้อเสนอแนะจากการวิจัย

สรุปข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยว

1. ความสนใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง

อันดับที่ 1	ผ้าไทยพื้นเมือง
อันดับที่ 2	เครื่องเงิน
อันดับที่ 3	ผลิตภัณฑ์กระดาษสา
อันดับสุดท้าย	เครื่องเงิน

2. ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง

- | | |
|---------------|-----------------|
| อันดับที่ 1 | ผ้าไทยพื้นเมือง |
| อันดับที่ 2 | เครื่องเงิน |
| อันดับที่ 3 | ผลิตภัณฑ์กระดาษ |
| อันดับสุดท้าย | เครื่องเงิน |

3. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

- | | |
|-------------|----------------------|
| อันดับที่ 1 | คุณภาพของสินค้า |
| อันดับที่ 2 | การออกแบบ |
| อันดับที่ 3 | เอกลักษณ์ความเป็นไทย |

จากข้อมูลข้างต้น และการอภิปรายผลในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า ผ้าไทยพื้นเมือง เครื่องเงิน และผลิตภัณฑ์กระดาษ เป็นสินค้าที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยว โดยเน้นที่คุณภาพของสินค้า การออกแบบ และเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งนี้เพราะเป็นที่สนใจ และต้องการในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีความต้องการผ้าไทยพื้นเมืองสูงสุด เครื่องเงินรองลงมา และผลิตภัณฑ์กระดาษได้รับความต้องการในอันดับต่อมา ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

สรุปข้อมูลจากผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง

1. รูปแบบ และวิธีการประชาสัมพันธ์

- | | |
|-------------|--------------------------|
| อันดับที่ 1 | การบอกเล่าปากต่อปาก |
| อันดับที่ 2 | สื่อสารสนเทศ |
| อันดับที่ 3 | เอกสารแนะนำร้านและสินค้า |

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์

- | | |
|-------------|----------------------------|
| อันดับที่ 1 | การผลิตตามความนิยม |
| อันดับที่ 2 | การผลิตตามคำแนะนำของลูกค้า |
| อันดับที่ 3 | หน่วยงานราชการแนะนำ |

3. องค์ประกอบของเหตุผลในการเลือกผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง

- | | |
|-------------|----------------------|
| อันดับที่ 1 | คุณภาพของสินค้า |
| อันดับที่ 2 | เอกลักษณ์ความเป็นไทย |
| อันดับที่ 3 | การออกแบบ |

สรุปข้อมูลจากผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง

1. รูปแบบ และวิธีการประชาสัมพันธ์

- | | |
|-------------|--------------------------|
| อันดับที่ 1 | การบอกเล่าปากต่อปาก |
| อันดับที่ 2 | สื่อสารสนเทศ |
| อันดับที่ 3 | เอกสารแนะนำร้านและสินค้า |

2. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง

- | | |
|-------------|--------------------------|
| อันดับที่ 1 | การออกแบบโดดเด่น |
| อันดับที่ 2 | การใช้ประโยชน์ |
| อันดับที่ 3 | การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น |

3. องค์ประกอบของเหตุผลในการเลือกจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง

- | | |
|-------------|----------------------|
| อันดับที่ 1 | คุณภาพของสินค้า |
| อันดับที่ 2 | เอกลักษณ์ความเป็นไทย |
| อันดับที่ 3 | การออกแบบ |

อภิปรายผล

จากข้อมูลข้างต้น และผลวิจัยในบทที่ 4 สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ว่า ผ้าไทยพื้นเมือง เครื่องเงิน และผลิตภัณฑ์กระดาษสา เป็นสินค้าที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยว โดยเน้นที่คุณภาพของสินค้า การออกแบบ และเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งนี้เพราะเป็นที่สนใจ และต้องการในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีความต้องการผ้าไทยพื้นเมืองสูงสุด เครื่องเงินรองลงมา และผลิตภัณฑ์กระดาษสา ได้รับความต้องการในอันดับต่อมา ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ส่วน

ของผู้ประกอบการผลิตสินค้าของฝากต้องเน้นรูปแบบ และวิธีการประชาสัมพันธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผลิตตามความนิยม การผลิตตามคำแนะนำของลูกค้า และ หน่วยงานราชการ แนะนำองค์ประกอบของเหตุผลในการเลือกผลิตของที่ระลึกพื้นเมืองคุณภาพของสินค้า เอกลักษณ์ ความเป็นไทย และการออกแบบสรุปข้อมูลจากผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง รูปแบบ และวิธีการประชาสัมพันธ์ ที่โดดเด่น ข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองการออกแบบโดดเด่น การใช้ประโยชน์ และการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ส่วนองค์ประกอบของเหตุผลในการเลือกจำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมืองคุณภาพของสินค้า เอกลักษณ์ ความเป็นไทย และการออกแบบผลิต

ข้อเสนอแนะ

จากการรวบรวมข้อมูลจากผลสรุปการวิจัย ผู้วิจัยขอแนะนำข้อเสนอแนะด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง รายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว อันดับที่ 1 ผ้าไทยพื้นเมือง อันดับที่ 2 เครื่องเงิน อันดับที่ 3 ผลิตภัณฑ์กระดาษสา ควรมีการพัฒนาในเรื่องคุณภาพของสินค้าและการออกแบบ โดยเน้นความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ และรสนิยมของแต่ละกลุ่มประเทศเช่นชาวชาติตะวันตก จะนิยมสีขาวและดำ การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเช่น บรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้าหรือยี่ห้อ นอกจากนี้ควรมีการจัดทำเอกสารประกอบการใช้สินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อแนะนำในเรื่องการดูแลรักษา และอธิบายเรื่องราวประวัติความเป็นมาของตัวสินค้า รูปแบบลวดลาย ขั้นตอนการผลิต หรือข้อมูลของผู้ผลิตเอง ไม่เพียงเท่านั้นสินค้าที่แสดงออกถึงความเป็นไทยหรือศิลปะล้านนา เป็นคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวต้องการมากเพราะนักท่องเที่ยวเมื่อมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่่อมแสวงหาสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ยังมีความเป็นไทย หรือความเป็นเชียงใหม่มากเท่าใดก็จะได้รับความนิยมสูงมากขึ้นเช่นกัน

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง ควรใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมและสอดคล้องกับท้องถิ่น เช่น ผ้าพื้นเมือง ให้มีการออกแบบเพื่อนำไปสะสมหรือใช้ประโยชน์ได้จริง โดยมุ่งส่งเสริมการใช้

วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นหลัก อันจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น ทำให้เกิดการกระจายรายได้แก่ประชาชน เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคม ชุมชน อย่างยั่งยืน

ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมักซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน เช่น เป็นเครื่องนุ่งห่มหรือของตกแต่งบ้าน เช่น ผ้าไทยพื้นเมือง และให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น ศิลปะล้านนา วัฒนธรรมชนเผ่า นักท่องเที่ยวต้องการความเชื่อมั่นในเรื่องของคุณภาพสินค้า ความโดดเด่นสวยงาม และราคาที่เหมาะสมมีข้อสังเกตว่าสินค้าส่วนใหญ่ที่ขายได้มากคือสินค้าที่พับได้ หรือมีขนาดเล็ก สามารถนำกลับบ้านหรือประเทศได้สะดวกโดยง่าย

ด้านผู้ผลิตสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง

ควรเน้นผลิตสินค้าที่คุณภาพของสินค้า เอกลักษณ์ความเป็นไทยการออกแบบที่สวยงามโดดเด่น มีความหลากหลายในรูปแบบ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) การนำเสนอสินค้าควรมีเอกสารประกอบ (Catalog) หรือสินค้าตัวอย่าง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า และขยายฐานด้านการตลาดไปยังลูกค้ากลุ่มอื่นที่มีความสนใจแต่ยังไม่มีข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจซื้อ ผู้ผลิตควรใช้การประชาสัมพันธ์และการจัดแสดงสินค้าในที่ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการรับข้อมูลความต้องการตอบสนองของลูกค้าโดยตรงด้วย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาสินค้าต่อไป

ด้านผู้นำสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง

ควรมีการจัดรูปแบบร้านค้าและการนำเสนอสินค้า ให้ทันสมัย น่าสนใจดึงดูดลูกค้า และเป็นระเบียบเรียบร้อย อาคารร้านค้าควรมีเอกลักษณ์ที่สอดคล้องสินค้าที่จำหน่าย มีความสะอาด สะดวก ความทันสมัย การให้บริการของพนักงานฝ่ายต่าง ๆ ก็ควรมีมารยาทที่สุภาพ ระเบียบ และมีความเป็นเอกลักษณ์ ของพื้นเมืองล้านนา เช่น การพูดภาษาท้องถิ่น การแต่งกาย สิ่งสำคัญที่ควรพัฒนาแก่พนักงานของร้านคือ การใช้ภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนกลาง ภาษาญี่ปุ่น

ภาษาเกาหลี เป็นต้น เกี่ยวกับสินค้าควรมีป้ายแสดงชื่อสินค้าและรายละเอียดของสินค้า เป็นภาษาต่างประเทศ รวมถึงป้ายแสดงราคา ทั้งที่เป็นสกุลเงินบาท และสกุลเงินตราต่างประเทศ

ด้านหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานภาครัฐ เช่น สถานศึกษา เช่น มหาวิทยาลัย วิทยาลัย ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง เพื่อพัฒนาด้านรูปแบบ คุณภาพ ด้านต้นทุนสินค้า รวมถึงบรรจุภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์สินค้า การจัดงานแสดงสินค้าเพื่อส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง หน่วยงานที่ส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ ควรสนับสนุนด้านปัจจัยการผลิต เทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตที่มีคุณภาพ และมีต้นทุนการผลิตต่ำ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การประยุกต์ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อการผลิต และสร้างมูลค่าเพิ่ม การปลูกฝังแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตสินค้าโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

องค์กรภาคเอกชนต่าง เช่น สมาคมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มูลนิธิ หรือองค์กรเอกชนที่ทำงานด้านสังคม และชุมชน ควรมีส่วนร่วมในกิจกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนในการร่วมพัฒนาสินค้าของฝากพื้นเมือง เพราะจะทำให้ความต้องการในตัวสินค้ามีความชัดเจนในเรื่องของรูปแบบสินค้า และคุณภาพ รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการซื้อสินค้าของฝากพื้นเมืองเพิ่มมากขึ้น จะทำให้สังคม และชุมชนมีความเข้มแข็งและพัฒนาอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อความสมบูรณ์ของการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป เรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการศึกษาวิจัยที่ศึกษาถึงพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าของฝากพื้นเมืองของชาวต่างชาติ ที่มาจากภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่มาจากประเทศเพื่อนบ้านในเขตภูมิภาคอาเซียน เพราะจะมีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และควรทำการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพราะสินค้า OTOP จะมีความหลากหลายในรูปแบบ เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร สินค้าอุปโภค และบริโภค ซึ่งส่วนใหญ่ทำการผลิตและจำหน่ายรวมกันเป็นกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มอาชีพ กลุ่มสตรีสหกรณ์ ในแต่ละกลุ่มใช้

แรงงานในชุมชน การใช้วัสดุดิบต่าง ๆ ที่มีในท้องถิ่นอันจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าในชุมชน แล้วยังเป็นการเสริมสร้างองค์ความรู้ที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนอีกทางหนึ่ง

อีกประการควรทำการศึกษาวិจัยต่อยอดจากงานวิจัยนี้ โดยขยายพื้นที่ไปยังจังหวัดอื่น ๆ เช่น เชียงราย ลำปาง แม่ฮ่องสอน หรือแม้แต่ในภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย เพื่อให้ผลการศึกษาเป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาตัวสินค้า ตลาดสินค้า และพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมือง เพื่อนักวิจัยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้บูรณาการกันต่อไป



เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของฝากพื้นเมืองประจำจังหวัดเชียงใหม่ปี

2551. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551.

สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. 2551. สถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่.

..... นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

Ecotourism ปี 2538-2539. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539.

..... นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ปี 2541-2542. กรุงเทพฯ : การ

ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540.

ยูวัฒน์ วุฒิเมธี. 2526. หลักการพัฒนาชุมชนและหลักการพัฒนาชนบท. สำนักพิมพ์ไทย

อนุเคราะห์ไทย : กรุงเทพฯ.

เสนห์ จามริก. 2527. นโยบาย กลวิธี การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน. ศูนย์ศึกษา

นโยบายสาธารณสุข : กรุงเทพฯ.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เอกสารประกอบการสอน.

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.

ทำนอง ภูเกิดพิมพ์. 2551. แนวคิดการบริหารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการศึกษาชุมชนใน

หลักการการบริหารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการศึกษาของชุมชน. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย : กรุงเทพฯ.

อำนาจ อนันต์ชัย. 2527. การระดมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน : การพัฒนา

ชนบทสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์. สำนักพิมพ์บริษัทวิศกอร์เทอวอร์พอยท์

จำกัด : กรุงเทพฯ.

ทวีทอง หงส์วิวัฒน์. 2527. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. สำนักพิมพ์ศักดิ์โสภณการ

พิมพ์ : กรุงเทพฯ.

ไพรัตน์ เตชะรินทร์. 2527. นโยบายและกลวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์ การพัฒนา

ปัจจุบันของประเทศไทย. สำนักพิมพ์ศักดิ์โสภณการพิมพ์ : กรุงเทพฯ.

ปิยพร ทาวีกุล. 2544. การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา บ้านไหล่

หินตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหา

บัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.

ลือชัย ศรีเงินยวงและผาสุก อนนกวณิช. 2526. ยุทธศาสตร์ใหม่ของการพัฒนา(สาธารณสุข)ชนบท.

เอกสารประกอบการเสวนากาแฟของกลุ่มสังคมศาสตร์สาธารณสุข : เชียงใหม่.

- คันฉัตร ตันเสถียร. 2537. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนในเขตเทศบาล ศึกษาเฉพาะกรณี เทศบาลสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต .สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ : กรุงเทพฯ.
- มิศรา สามารถ. 2543. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ . รายงานผลการวิจัย. สถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย : กรุงเทพฯ.
- ประเสริฐ ศิรินคณา. 2530-2531. ของที่ระลึก. สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์ : กรุงเทพฯ.
- เกษศิริ มีชัย และคณะ. 2548 . การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน . วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง : กรุงเทพฯ.
- จงรัถย์ อินทรยนต์. 2545. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาบ้านโป่งร้อน ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าแบบอิสระ. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.
- เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ . 2545 . การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน . รายงานผลการวิจัย. มหาวิทยาลัยขอนแก่น : ขอนแก่น.
- เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ. 2547. การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง . รายงานผลการวิจัย. มหาวิทยาลัยขอนแก่น : ขอนแก่น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เอกสารประกอบการสอนมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.
- ภราเดช พัทฒวิเชียร. 2543. การวางแผนการตลาดการท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสอน. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.
- อิสิยา อุลิตผล. 2542. ความคิดเห็นของประชาชนต่อการจัดแสดงของช่างเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกรณีปางช้างแม่สา อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่กับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าแบบอิสระ. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.
- ชูศักดิ์ เพรศคอก และคนอื่นๆ. 2533. การพัฒนางานหัตถกรรมเพื่อการสร้างงานและรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช : กรุงเทพฯ.
- ภรดี พันธูภากร. 2535. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเซรามิกสีในจังหวัดชลบุรี. รายงานผลการวิจัย. มหาวิทยาลัยบูรพา : ชลบุรี

นรินทร์ ทวยเจริญ. 2538. กระบวนการประกอบธุรกิจจำหน่ายอาหารและของที่ระลึกอีสานในแหล่งท่องเที่ยว อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเอกไทยคดีศึกษา. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม : มหาสารคาม.

ศิวะ ศุภวิบูลย์. 2542. การประกอบอาชีพหัตถกรรมทำของที่ระลึกของชาวบ้าน ในเขตอำเภออุ้มผาง จังหวัดศรีสะเกษ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาไทยคดีศึกษา (กลุ่มสังคมศาสตร์). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม : มหาสารคาม.

พัฒนพงศ์ เจริญชัย. 2545 . พฤติกรรมและความความเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับของที่ระลึกประเภทสินค้าหัตถกรรมที่จำหน่ายในอำเภอเมืองอุดรธานี . วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม : มหาสารคาม.

แสนศักดิ์ สิริพานิช และคณะ. 2547. โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่ ภูเก็ต พังงา และกระบี่. รายงานผลการวิจัย . มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ : สงขลา.

คมสัน สุริยะ และคณะ. 2550 . การวิเคราะห์และพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนในด้านนา. รายงานผลการวิจัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.

ประเสริฐ ศิรัตนา. 2551. ผลิตภัณฑ์. ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน).
<http://www.elibrary.sacict.net/th> [6 พฤศจิกายน 2552]

สรรพสิทธิ์ เขาวสกุลมาศ. 2552. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาป่าชุมชนบ้านใหม่พัฒนา ตำบลดอนไผ่ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าแบบอิสระ. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.

Cohen & Uphoff Norman T. 1980. **Participation s' Plance in Rural Development : seeking Clarity through specificity** . World Development. March,1980.

WHO/UNICEF. 1978. **Report of the international conference on Primary Health Care**. April,1978.