

การพัฒนาผู้ประกอบการท้องถิ่นและการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชน

อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่

The Development of Local Entrepreneur and Tourism by Community
in Ampure Sankampange, Chiangmai

ภุชณิศา เตชเถกิง

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ 50290

บทคัดย่อ

ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง และตำบลทาเหนือ อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนที่มีแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย อย่างไรก็ตามสถานที่เหล่านี้กลับยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก ถึงแม้ว่าหน่วยงานท้องถิ่นจะให้การสนับสนุนในเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาศึกษาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว การเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน และการจัดการตลาดท่องเที่ยวของชุมชน

ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสำรวจและการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 5 ราย ผลการศึกษาพบว่า ทั้งตำบลออนใต้ และตำบลทาเหนือ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น ด้านการเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมินคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ตามวิธี PEC Self-Rating ของCollins & Moore (1964) กับผู้ประกอบการของตำบลออนใต้ และตำบลทาเหนือ จำนวน 32 ราย ผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนผู้ประกอบการในตำบลออนใต้และตำบลทาเหนือ มีคุณลักษณะที่โดดเด่นในด้านการรักษาคุณภาพและการรวบรวมข้อมูล และมีคุณลักษณะที่ควรพัฒนา คือ ความมั่นใจในตนเอง และความกล้าเสี่ยง ด้านการจัดการตลาดท่องเที่ยวของชุมชน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ และมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่ตำบลออนใต้อยู่ในระดับมาก ได้แก่

เหนือ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการสร้างและ
นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคลผู้ให้บริการในชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ด้าน
ราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย



The Development of Local Entrepreneur and Tourism by Community in Ampure Sankampange, Chiangmai

Pusanisa Thechatakerng

Faculty of Business Administration Maejo University, Chiangmai

Abstract

Orn-Tai Sub-district, San Kampang District and Tha Nuea Sub-district, Mae On District, Chiangmai are variety tourism resource community. However, these districts are not well-know as tourism destination, although local government agency have tried to support in term of community tourism resource development. This research aims to study community tourism resource and its potential, as well as community entrepreneurship and Community Tourism marketing management. In-depth interview and focus group were used to collect data from stake holder in community. The findings show that Orn-Tai Sub-district and Tha Nuea Sub-district have their own natural resource, historic place, artifacts and culture of the district. Furthermore, 32 of entrepreneurs were collected data through focus group method and evaluating form (PEC) and. The results show that entrepreneurs in both sub districts have their own unique personalities in keeping words and data collection while self confidence and risk taking need to be improved. Questionnaire was collected through 400 tourists to analyze community tourism marketing management. The finding indicates that marketing factors affected decision making in tourism toward Orn-Tai Sub-district were at a high level, those were personal service in community, and the physical characteristics of the community, while Tha Nuea Sub-district was physical characteristics of the community, and personal service in community.