



รายงานการวิจัย
เรื่อง

แนวทางพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีน
อย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
Tourism development strategy for effectiveness expanding
Chinese outbound tourism market:
Case study-culture tourism development region

ดร.รุ่งนภา เลิศพัชรพงศ์
นางสาวสุติมา อ่อนแก้ว
นางสาวพิมพ์ชนก สีหา

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต



รายงานการวิจัย
เรื่อง

แนวทางพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีน
อย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
Tourism development strategy for effectiveness expanding
Chinese outbound tourism market:
Case study-Lanna culture tourism development region

ดร.รุ่งนภา เลิศพัชรพงศ์
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ
นางสาวสุติมา อ่อนแก้ว
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ
นางสาวพิมพ์ชนก สีหา
สวนดุสิตโพล

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย ปีงบประมาณ 2559)

หัวข้อวิจัย	แนวทางพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีน อย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
ผู้ดำเนินการวิจัย ที่ปรึกษา	ดร.รุ่งนภา เลิศพัชรพงศ์, นางสาวสุติมา อ่อนแก้ว และนางสาวพิมพ์ชนก สีหา รองศาสตราจารย์ ดร.อัครังค์ อุดมไพจิตรกุล
หน่วยงาน	โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2560

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาที่สอดคล้องกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวจีน การวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบเป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) เป็นดำเนินการวิจัยจะประกอบไปด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวจีน จำนวน 471 คน และสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ นักวิชาการ บุคลากรภาครัฐ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน หัวหน้าชุมชน จำนวน 40 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์โดยนำเสนอโดยการเขียนบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Approach) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากวิเคราะห์เอกสารการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว และด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ตามลำดับ ผลการสำรวจความต้องการนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต้องการมาก ประเด็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ประเด็นป้ายประชาสัมพันธ์-อธิบายข้อมูลในบริเวณจุดประชาสัมพันธ์ต่างๆ ประเด็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นวัฒนธรรมดั้งเดิม และประเด็นการปรับปรุงการคมนาคมให้ดีขึ้น ตามลำดับ แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา พบว่า ด้านความดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย จัดว่ามีความโดดเด่น สวยงาม มีศักยภาพในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้ง

ชาวไทยและชาวต่างชาติ ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ส่วนมากจะอยู่ในพื้นที่ที่มีการเข้าถึงได้โดยสะดวก เนื่องจากอยู่ในแหล่งชุมชน หรือตั้งอยู่กลางใจเมือง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีการพัฒนาเป็นลำดับ ด้านที่พัก สถานที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวมีการกระจายตัวและมีระดับมาตรฐานที่หลากหลาย และด้านกิจกรรม กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ แต่อย่างไรก็ตามยังคงต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืนต่อไป

Research Title	Tourism development strategy for effectiveness expanding Chinese outbound tourism market: Case study-Lanna culture tourism development region
Researcher	Dr.Rungnapa Lertpatcharapong, MissSutima Onkaew,
Research Consultants	Associate professor Dr.Tumrong Udompijittkul
Organization	School of Tourism and Hospitality Management Suan Dusit University
Year	2017

The aim of this research is to study the capacity of the management strategies in tourist attractions of Lanna cultural tourism development region, the demands of Chinese tourists in Lanna cultural tourism development region, and tourism management strategies in Lanna cultural tourism development region related to tourism capacities and the demand of Chinese tourists. This study was a mixed method research which was conducted in both quantitative research and qualitative research by using questionnaires with 471 Chinese tourists and interviewing 40 people consisting of Thai and oversea tourists, scholars, government personnels, cultural tourism experts, tourism entrepreneurs, tourism associations, village leaders, the head man of villages, village sages and the head of communities. In addition, the quantitative data of the research was analysed by using percentage, average and standard deviation. Besides, qualitative data was analysed by using descriptive approach which the data was brought from document analysis and in depth interviews.

In this research, it was found that the capacity of tourism management in Lanna cultural tourism development region in all perspectives represented the average of the opinions in the greatest positive feedback regarding to management strategies, tourist attraction capacities, and capacities of tourism support respectively. In terms of the survey of Chinese tourist demands in cultural tourist attractions, the perspective average was in the greatest positive feedback and multi tourism designs was the highest positive feedback following by public relation boards and explanation in the public relation spots; native cultural tourism designs; reorganising in better communications respectively. Strategies of tourist management in Lanna cultural tourism development

region were found that the attractiveness in cultural tourist attractions of Chiang Mai and Chiang Rai Provinces were remarkable and gorgeous and had capacities in magnetising Thai and oversea tourists. In terms of the capacities in accessibility of the cultural tourist attractions, they were mostly convenient to access as they were located in communities and in central business districts or city centre. According to convenience, all facilities at cultural tourist attractions were developed and accommodations were multi standards and distributed around tourist attractions. In addition, there were several activities that supported cultural tourist attractions, such as creative activities. Strategies of tourist management in Lanna cultural tourism development region have been represented mostly in the positive feedback. However, they still need to be continuously developed in order to approach to higher tourism sustainability.

กิตติกรรมประกาศ

กิตติกรรมประกาศ รายงานการวิจัยฉบับนี้ได้รับการสนับสนุนจาก สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ซึ่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีคณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.อรรงค์ อุดมไพจิตรกุล ที่ปรึกษา รวมถึงคณะกรรมการดำเนินการจ้างที่ปรึกษา ที่ได้อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานทุกขั้นตอน ขอขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพของเนื้อหา และให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานทุกขั้นตอน ขอขอบพระคุณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานประจำจังหวัดต่างๆ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการ ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลแก่คณะผู้วิจัยเป็นอย่างดี ท้ายนี้ขอขอบพระคุณคณาจารย์ที่มนักวิจัยทุกท่านที่ได้ช่วยทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จ ลุล่วงลงได้ด้วยดี

คณะผู้วิจัย

2560

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
ขอบเขตงานวิจัย	8
คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	9
ประโยชน์ที่ได้รับ	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว	11
แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	14
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	18
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	22
เขตอารยธรรมล้านนา	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
กรอบแนวคิดในการวิจัย	35

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ	43
4.2	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	44
4.3	ระดับความต้องการนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	47
4.4	ความคิดเห็นต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของไทย	48

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศในหลายๆ ประเทศ รวมถึงประเทศไทยเช่นเดียวกัน ในหลายๆ ปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนเป็นส่วนที่กระตุ้นการขยายตัวของเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพและรายได้ให้กับประชาชน ทำให้เกิดการยกคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น แต่ในสถานการณ์ปัจจุบัน พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการแข่งขันกันสูงมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการด้านการรักษาสีสิ่งแวดล้อม ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยด้วยกันเอง รวมถึงชาวต่างชาติ ทั้งในด้านของความสะดวกสบายทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีไทย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ได้ให้ความสำคัญ และเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และให้ความสำคัญในการรักษาสีสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ประเพณี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) ซึ่งเช่นเดียวกับ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ก็ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว และการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556) เพื่อช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นระบบอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิมกำลังเป็นที่นิยม จากนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และมีแนวโน้มมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้น การอนุรักษ์ ส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรมให้คงอยู่ จึงนับได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสามารถส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนและประเทศผ่านการท่องเที่ยวได้ (พิจาริณี โสชัยะกุล, 2555) แต่เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางกายภาพ เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม และปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม เช่น ปัญหาการสูญเสียมูลค่าทางวัฒนธรรม เป็นปัญหาสำคัญที่มาจากผลของการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงมากขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวมีทั้งผลดีและผลเสียถ้าหากไม่มีการวางแผน การบริหารจัดการ

อย่างเหมาะสม อีกทั้งเนื่องด้วยปี 2558 รัฐบาลได้ประกาศในปีเป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย” (2015 Discover Thainess) เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย ด้านความสงบของบ้านเมืองมีความสามัคคี ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวประเทศไทย และให้นักท่องเที่ยวสัมผัสถึงการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการสัมผัสถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) อีกทั้งเพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับประเทศและชุมชน ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวจะดึงเอาลักษณะจุดเด่นของแต่ละจังหวัดมาเป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และเน้นทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน ให้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมร่วมกัน แนวโน้มในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นจะเน้นในเรื่องของการส่งเสริมภาพลักษณ์วิถีไทย พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมนั้น ด้านความปลอดภัย สาธารณูปโภค ที่พัก และอื่นๆ เพื่อเป็นการรองรับนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของคน หรือกลุ่มคน จากสถานที่หนึ่งไปอีกสถานที่หนึ่ง เพื่อชื่นชมกับความงดงามทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนอื่นๆ แต่จะต้องมีความเคารพในศิลปวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อให้เกิดมิตรภาพที่ดีต่อกัน ทราบซึ่งในวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมนั้นๆ และในขณะเดียวกันชุมชนผู้เป็นเจ้าของศิลปวัฒนธรรม ก็ได้ผลประโยชน์จากการที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยว เช่น การสร้างงาน การสร้างรายได้ และส่งผลไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) จากการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ เพ็ญกานต์ นามวงศ์ (2552) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะประกอบไปด้วยสิ่งสำคัญ 6 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2. ด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม 3. ด้านธุรกิจการท่องเที่ยว 4. ด้านตลาดการท่องเที่ยว 5. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น 6. ด้านการสร้างจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (Sustainable Cultural Tourism) นั้น จึงควรมีการผสมผสาน และรักษาสมดุลกันระหว่างการอนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการบริหารจัดการและวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน เพื่อไม่ให้เป็นการทำลายหรือกระทบต่อสภาพแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น

ประเทศไทยเป็นที่ยอมรับเรื่องการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรมนุษย์ธรรมชาติและวัฒนธรรม ความคุ้มค่าด้านราคา และความดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว ประเทศไทยจึงได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวหลากหลาย กระจายอยู่ในทุกจังหวัด และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งยังมีความสวยงามติดระดับโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) แต่ในสภาพการณ์ปัจจุบันที่เป็นยุคแห่งโลกไร้พรมแดนและมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้และถ่ายทอดทางวัฒนธรรมอย่างกว้างขวางจากนานาอารยประเทศเข้าสู่ประเทศไทย ทำให้เกิดการละเลยและไม่เห็นคุณค่าภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวัฒนธรรมไทย รวมถึงภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวัฒนธรรม

ท้องถิ่นเท่าที่ควร และในอนาคตอันใกล้มรดกเหล่านี้อาจจะเลื่อนกลางและจางหายไป หากไม่ได้รับการเห็นคุณค่าและรักษาอย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

ปัจจุบันการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม อันดิงามในจังหวัดทางภาคเหนือ หรือที่รู้จักกันโดยทั่วไปคือ วัฒนธรรมล้านนา เริ่มจะสูญหายไปจากสังคมไทย (กลุ่มสืบสานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านตำบลบ้านโสก อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์, 2558) และจากรายงานการวิจัยของ จินตนา สนามชัยสกุล และคณะ (2552) ได้กล่าวถึง ผลการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับชมรมอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านไทหล่ม สภาวัฒนธรรมอำเภอและประชาชนที่สนใจ เกี่ยวกับการสืบสานวัฒนธรรมเพื่อการอนุรักษ์ ส่งเสริมเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยว เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2549 และวันที่ 9 พฤศจิกายน 2549 พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์วัฒนธรรม คือ คนรุ่นใหม่ไม่สนใจวัฒนธรรมดั้งเดิม และใช้ภาษาท้องถิ่น แต่งกายตามแฟชั่นตะวันตก เป็นต้น เป็นสิ่งที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ในการดูคดีทางวัฒนธรรม ประเพณีแต่โบราณ ถึงแม้ว่าจะมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่าง แต่อย่างไรก็ดีการท่องเที่ยวก็ส่งผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ การปรับเปลี่ยนของแก่นแท้ทางวัฒนธรรม ที่เน้นการขาย (Culture for Sale) มากกว่าจิตวิญญาณหรือวัตถุประสงค์ของวัฒนธรรมที่แท้จริง (Culture for Sole) เกิดการเลียนแบบและเอาอย่างวัฒนธรรมต่างชาติจนละเลยวัฒนธรรมอันดิงามของท้องถิ่น คนในชุมชนหรือในท้องถิ่นส่วนใหญ่ขาดการมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเท่าที่ควร คนส่วนน้อยได้รับประโยชน์ในขณะที่คนส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554; อรรถพล จันทร์เพ็ญ, 2554; Morforth and Munt, 2009)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) ได้สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวเดือนพฤษภาคม 2558 พบว่า หากพิจารณาถึงภาพรวมของจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม 2558 ที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 12,448,641 คน โดยจำนวนนักท่องเที่ยว 3 อันดับแรก คือ นักท่องเที่ยวจีนมากที่สุด จำนวน 3,273,695 คน เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาในปีที่ผ่านมา ร้อยละ 95.73 รองลงมา ได้แก่ มาเลเซีย 1,397,241 คน เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาในปีที่ผ่านมา ร้อยละ 54.21 และญี่ปุ่น 575,186 คน เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาในปีที่ผ่านมา ร้อยละ 14.97 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) จากสถิติข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวชาวจีน ดังจะเห็นได้จากแนวโน้มการเดินทางเข้ามายังประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2558 ที่ผ่านมาด้วย ในขณะเดียวกันยังเป็นช่วงเทศกาลตรุษจีน ซึ่งถือเป็นวันปีใหม่ของชาวจีน และมีวันหยุดยาวต่อเนื่องกันทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศมากกว่าท่องเที่ยวภายในประเทศ และ

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวจีน คือ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และภูเก็ต ตามลำดับ นอกจากนี้จากผลสำรวจยังพบว่ารูปแบบพฤติกรรมการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือจากเดิมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ นิยมเลือกใช้บริการจากบริษัททัวร์เป็นหลัก แต่ในปัจจุบันมีแนวโน้มจะเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ไทยรัฐออนไลน์, 2558)

และจากข้อมูลเบื้องต้นนี้ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนไม่เพียงแต่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่ยังมีการเดินทางท่องเที่ยวกระจายไปตามภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศไทย เช่น ภาคเหนือและภาคใต้ โดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ทำการแบ่งเขตการท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่มจังหวัด และหนึ่งในนั้นคือ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน และลำปาง ซึ่งได้ถูกจัดให้อยู่ในเขตกลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งเขตพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก (ผู้จัดการรายวัน, 2558) จังหวัดเชียงใหม่ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในเมืองแห่งมรดกโลก เนื่องจากในสมัยก่อนนั้นได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมล้านนา ซึ่งได้มีการติดต่อกับอาณาจักรต่างๆ เช่น อาณาจักรสุโขทัย อาณาจักรล้านช้างของลาว เป็นต้น ทำให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ การศึกษาทั้งทางด้านศาสนา สถาปัตยกรรมและการค้าด้วยเหตุนี้เองทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่, 2558) ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีระบบคมนาคมทางบกที่เชื่อมโยงผ่านเส้นทาง R3A (ไทย-ลาว-จีน) รวมถึงเส้นทางรถไฟไปยังจังหวัดต่างๆ ใกล้เคียง ประกอบกับมีท่าอากาศยานนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ มีเส้นทางบินตรงจากหลายๆ เมืองในประเทศจีนมายังจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้จังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นศูนย์กลางที่สำคัญของทางภาคเหนือ (กรุงเทพธุรกิจ, 2557) นอกจากนี้ด้วยสภาพภูมิประเทศที่อยู่ทางตอนเหนือของประเทศไทย มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งภูเขา ดอยที่สวยงาม ป่าไม้ และสายน้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูหนาวของทุกปี จะมีความกดอากาศสูงแผ่ลงมาปกคลุมทำให้เชียงใหม่มีอากาศหนาวเย็นสบาย เชียงใหม่จึงนับได้ว่าเป็นเมืองในฝันที่ทุกคนอยากเดินทางไปเยือน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่, 2558) และจากปรากฏการณ์ล่าสุด ที่ภาพยนตร์จากประเทศจีน เรื่อง Lost in Thailand ได้เข้ามาถ่ายทำที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้รับกระแสตอบรับที่ดีจากนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นจำนวนมาก ประกอบกับการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เข้าไปเปิดสำนักงานอยู่ในเมืองปักกิ่ง เชียงไห้ และคุนหมิง และได้ช่วยสนับสนุนโดยการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลให้จังหวัดเชียงใหม่สามารถเปิดตลาดท่องเที่ยวในประเทศจีนได้สำเร็จ (กรุงเทพธุรกิจ, 2556) ทั้งนี้จากการเปิดเผยข้อมูลของ นายวิสูตร บัวชุม ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงใหม่ พบว่า ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้า

มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นปีละไม่ต่ำกว่า 50% จากในปี 2554 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 40,000 คน และเพิ่มสูงขึ้นไม่ต่ำกว่าปีละ 150,000 คน ในปัจจุบัน (ผู้จัดการออนไลน์, 2557)

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อกับเส้นทาง R3A หรือ คูนมัน กงลู่ ซึ่งเป็นเส้นทางเชื่อมจากกรุงเทพฯ สู่คุนหมิง โดยมีต้นทางเริ่มจากอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ประเทศไทย สู่บ่อแก้ว หลวงน้ำทา บ่อเต็น ประเทศลาว และเชื่อมต่อสู่บ่อหาน เชียงรุ่งหรือจิ่งหง ในแคว้นสิบสองปันนา นครคุนหมิง ประเทศจีน จึงทำให้เส้นทางดังกล่าวเป็นจุดศูนย์กลางการคมนาคมที่สำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยวจีน สำหรับสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านเข้ามาทางด่านเชียงของ จังหวัดเชียงรายในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2557 พบว่า มีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 43,296 คน เพิ่มขึ้นประมาณ ร้อยละ 41.1 จากช่วงเดียวกันของปี 2556 ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดตั้งแต่เดือนธันวาคม 2556-กุมภาพันธ์ 2557 ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาไทยผ่านด่านเชียงของถึง 11,333 คน (ประชาชาติธุรกิจ, 2558)

นอกจากนี้จากแผนวิสาหกิจปี 2555-2557 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในฐานะองค์การภาครัฐที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่ต้องการมุ่งสู่ตลาดแนวใหม่นั้น ได้กำหนดใช้กลยุทธ์หลักส่วนหนึ่งโดยการเน้นให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าตลาดการท่องเที่ยวไทยให้สูงขึ้น โดยมีมติหนึ่งเพื่อเตรียมความพร้อมที่จะก้าวสู่การเป็นผู้นำด้านตลาดการท่องเที่ยวในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และในระดับโลกทั้งในด้านปริมาณและส่วนแบ่งทางการตลาด และในอีกมติหนึ่ง คือ มุ่งที่จะพัฒนานักท่องเที่ยว “ชั้นคุณภาพ” ให้เลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในสัดส่วนที่สูงขึ้นควบคู่กันไปอีกด้วย โดยได้จับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงจากประเทศจีน อินเดีย รัสเซีย เพื่อเป็นแนวทางในการปูทางไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนตามแผนวิสาหกิจที่กำหนดไว้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ซึ่งจากรายงานสรุปฉบับผู้บริหาร โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง จีน อินเดีย รัสเซีย ของบริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี จำกัด นั้น สรุปได้ว่าจุดเด่นของประเทศไทยที่มีต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนศักยภาพสูง คือ คนไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นมีน้ำใจและมีความเป็นมิตร ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืนที่ตระการตา มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ไม่แพง คุ่มค่าต่อเงินที่เสียไป นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและน่าสนใจอีกด้วย สำหรับข้อเสียนั้นประเทศไทยยังไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหรูหราและภาพลักษณ์ทางด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

แต่ในความเป็นจริงจากข้อมูลและงานวิจัยพบว่าด้วยความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม และการขาดความรู้ ความเข้าใจถึงการเรียนรู้ และการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับขนบธรรมเนียมประเพณีและ วัฒนธรรมของประเทศไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมตัวอย่างเช่น การใช้ ห้องสุขา สาเหตุที่ไม่รดน้ำหรือกดชักโครกอาจเกิดจากคนจีนคิดว่าจะนำสิ่งปฏิกูลไปทำปุ๋ยต่อไป นอกจากนี้คนจีนไม่มีศาสนา ไม่ได้รับการอบรม และไม่เข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นของไทยในแต่ละภาค ที่เป็นวัฒนธรรมเฉพาะ ทำให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม รวมถึงผลกระทบด้าน เศรษฐกิจ คือ รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพชาติอื่นลดลง ด้านสังคมทำให้ขาดความเป็น ส่วนตัวและความสงบ ปัญหาอาชญากรรมในพื้นที่ ทั้งนี้ภาครัฐจะมีส่วนช่วยส่งเสริมและ ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว พร้อมทั้งกำหนดนโยบายในการแก้ปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อ ด้าน วัฒนธรรมของประเทศไทย รวมถึงการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและการปรับตัวให้เข้ากับ วัฒนธรรมไทย โดยผู้ประกอบการควรดูแลควบคุมและให้คำแนะนำ ประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงค่านิยม และวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และปฏิบัติก่อนเดินทางท่องเที่ยว จัดทำป้ายสื่อภาษาหรือ สัญลักษณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ ส่งเสริมให้คนไทยเรียนรู้และเพิ่มทักษะด้านภาษาจีน ให้สถาบันการศึกษามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา สร้างจิตสำนึกให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและ มัคคุเทศก์ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเหมาะสมโดยไม่หวังประโยชน์เข้าตัวเอง (นิธิปรียา จันทวงศ์, 2559) Lei Jun (2553) ได้ทำการสำรวจประชาชน ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความคิดเห็นว่ นักท่องเที่ยวจีน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย นักท่องเที่ยวจีนไม่มีการปรับตัวให้เข้ากับ วัฒนธรรมล้านนาหรือวัฒนธรรมไทย และพบว่าการเดินทางมาเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน ไม่ได้ช่วยให้นักท่องเที่ยวเองมีความเข้าใจวัฒนธรรมล้านนาหรือวัฒนธรรมไทยมากขึ้น

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น และสิ่งนี้เองที่เป็นจุดสำคัญที่ ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่จากการเปิดพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อเป็น แหล่งท่องเที่ยวขึ้น พบว่า ประเทศไทยยังขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวที่ดีและยั่งยืน ส่งผลให้คุณค่าทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมเกิด การเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เอกลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในที่สุด ดังนั้นการกำหนดกรอบหรือเกณฑ์มาตรฐาน คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติสำหรับหน่วยงานและผู้ที่มี ส่วนเกี่ยวข้องในการกำกับ ดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบ มาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวต่อไป ทั้งนี้นอกจากจะช่วยยกระดับมาตรฐานในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังสามารถใช้เป็นสิ่งที่ช่วยยืนยันให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงคุณค่า และคุณภาพของ แหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย นอกจากนี้การกำหนดกรอบหรือเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพดังกล่าวจะมีส่วน

สำคัญในการตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งจะทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของรายได้ทางการท่องเที่ยว รวมถึงเป็นการเพิ่มมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้ยั่งยืนและเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556) กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดทำคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยกำหนดให้มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction Standard) หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556)

จากผลการวิจัยที่ผ่านมาได้มีงานวิจัยเกี่ยวกับ การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในหลายพื้นที่และหลายจังหวัดทั่วประเทศไทย ตัวอย่างเช่น เรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้พัฒนาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการคมนาคมและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว ตามลำดับ (จามร วังศรีแก้ว, 2553) เสฐียรพงศ์ ตุงคนาค (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลตำบลแม่สาย จังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าสำหรับพื้นที่เขตเทศบาลตำบลแม่สาย จังหวัดเชียงราย นั้น สิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการจากแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านการดึงดูด ในที่นี้หมายถึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึง กล่าวคือมีระบบการคมนาคม และถนนหนทางในการไปยัง แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้อย่างสะดวกสบาย และสุดท้ายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในลำดับที่ต่ำสุด ซึ่งหมายถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ศักยภาพด้านกิจกรรมกล่าวคือ กิจกรรมการชื้อขายสินค้าและของที่ระลึกที่มีความน่าสนใจ และศักยภาพด้านที่พัก คือ จำนวนที่พักที่ให้บริการในเขตเทศบาลตำบลแม่สายมีจำนวนเพียงพอและเหมาะสม (เสฐียรพงศ์ ตุงคนาค, 2550) และแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร โดยได้ศึกษาถึงสภาพปัจจุบัน ปัญหาและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น พบว่า แหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นประเด็นหลักในการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว (สัญญา ม่วงราช, 2553) จะเห็นได้ว่าจากผลงานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ของประเทศไทยยังคงมีการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ตามสภาพและความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ แต่ละจังหวัดอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกันกับการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในเขตกลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ซึ่งประกอบไปด้วย จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดเชียงราย อีกทั้งเพื่อให้เกิดการสอดรับ

กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) รวมถึงเป็นการรองรับการเดินทางมาท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงรายให้ตระหนักถึงคุณค่า และคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนในชุมชนให้น้อยที่สุด อันจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของปริมาณ และ ส่วนแบ่งทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวด้านคุณภาพ ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป จึงจำเป็นต้องศึกษาแนวทางพัฒนาศักยภาพของ แหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารย ธรรมล้านนา
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการ ท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนาที่สอดคล้องกับศักยภาพด้านการ ท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวจีน

ขอบเขตงานวิจัย

ขอบเขตพื้นที่ของการวิจัย

พื้นที่ในการศึกษามาจากพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอารยธรรม ล้านนาในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงราย
2. นักวิชาการ บุคลากรภาครัฐ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว สมาพันธ์การท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4. ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน ประชาชนชาวบ้าน หัวหน้าชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้ที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5 A's (ความดึงดูดใจ ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม)

ตัวแปรตาม ได้แก่

แนวทางพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งๆ ที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ นักท่องเที่ยวจะได้รับรู้ถึงประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดง ศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ขนเฝ้า เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ วัดพระธาตุดอยสุเทพ พระตำหนักภูพิงศ์ราชนิเวศน์ วัดพระสิงห์ วัดบุปผาราม หมู่บ้านร่มบ่อสร้าง ประตู่ท่าแพ และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ พระตำหนักดอยตุงและสวนแม่ฟ้าหลวง วัดร่องขุ่น สามเหลี่ยมทองคำ วัดพระแก้ว และดอยแม่สลอง เป็นต้น

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) คือ การที่แต่ละบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกัน จะมีการแสดงออกโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงขั้นตอนการดำเนินการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก หรือการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวจีน หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาหรือถิ่นฐานที่พักอาศัยในประเทศจีน และได้เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่ประเทศของตนเอง เช่น ประเทศไทย

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีความเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นมีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นหรือไม่

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ด้านวิชาการ
 - ได้องค์ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
 - ได้แนวทางในการพัฒนาหลักสูตรด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
2. ด้านนโยบาย
 - ได้แนวทางการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาที่จะรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้
3. ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์
 - ได้แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
4. ด้านสังคมและชุมชน
 - ได้แนวทางการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนที่เป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร รวบรวมแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้เป็นพื้นฐานและแนวทางในการวิเคราะห์และสนับสนุนผลการศึกษาวิจัย ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
- แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- เขตอารยธรรมล้านนา
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้รายงานถึงดัชนี Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) ของ World Economic Forum ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศด้วยการจัดอันดับความสามารถทางการแข่งขันด้านท่องเที่ยว พบว่า ประเทศไทย อยู่ใน 50 อันดับแรกของประเทศทั่วโลกที่มีการเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และเมื่อพิจารณาแนวโน้มตั้งแต่ปี 50-54 จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีแนวโน้มทางการแข่งขันที่ดีขึ้น (ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556)

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) ได้กล่าวถึง ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน หมายถึง ชุมชนที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

- 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว
- 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว
- 3) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ

ทั้งนี้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์และดัชนีชี้วัดของแต่ละองค์ประกอบที่ชัดเจนเพื่อใช้ในการพิจารณาถึงความมีศักยภาพ มีคุณภาพและประสิทธิภาพ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556)

เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเข้าไปเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยวใดนั้น แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความดึงดูดใจและน่าสนใจอยู่ในระดับที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งศักยภาพในการดึงดูดใจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง ความปลอดภัย และความสามารถในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวควรมีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวด้วยทั้งด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และการสนับสนุนทางด้านนโยบาย ด้านงบประมาณ ด้านบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการที่แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถดำรงอยู่ได้นั้น การบริหารจัดการเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญ

ทั้งในด้านการจัดการด้านการอนุรักษ์ การฟื้นฟูสภาพของแหล่งท่องเที่ยว การมีมาตรการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดการด้านการบริการและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม จากเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเข้าใจต่อวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกการมีความรับผิดชอบต่อการรักษาวัฒนธรรมและคุณค่าต่อสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวนั้น ทำให้การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว ในครั้งนี้จึงให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก รวมทั้งการจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นด้วย จากเกณฑ์ที่ได้กำหนดมาแล้วข้างต้น การศึกษาในครั้งนี้จึงได้ใช้เกณฑ์องค์ประกอบพื้นฐานทั้ง 3 ด้าน สำหรับประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตและภูมิปัญญา มีความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม และจากการที่วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมของมนุษย์ที่สั่งสมมาแต่อดีตและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ดังนั้นความสามารถในการสืบทอดทางวัฒนธรรม ความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม ความผูกพันต่อท้องถิ่น แลความเข้มแข็งในการรักษาวัฒนธรรม จึงมีความสำคัญในการรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ ซึ่งเป็นจุดเสริมศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ อีกทั้งศักยภาพในทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วยสำหรับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1. คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย 7 ดัชนีชี้วัด ได้แก่
 - 1) ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญา และองค์ความรู้
 - 2) ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี
 - 3) ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม
 - 4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
 - 5) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้
 - 6) ความผูกพันต่อท้องถิ่น
 - 7) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์
2. ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่
 - 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
 - 2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว
 - 3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการรองรับด้านท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่างๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้นๆ ให้มีความสำคัญ มีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น แหล่งวัฒนธรรมอาจมีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมเข้าไปท่องเที่ยว ทำให้ศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยวลดลงไปด้วย สำหรับศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1. ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
2. ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแล การดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- 1) ด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วย การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดการด้านการท่องเที่ยว
- 2) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยพิจารณาจากการดำเนินงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างเสริมจิตสำนึกและการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของแหล่งวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยวเจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว
- 3) การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณาตัดสินใจ

การดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในการเรื่องต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้นๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น

เกณฑ์ประเมินด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มี 2 ด้าน ได้แก่

1. การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

1) การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

2) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่

3) การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจาก

การท่องเที่ยว

2. การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

1) การจัดการด้านการบริการและสาธารณสุขปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

3) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

4) ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

5) ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

การวิจัยในครั้งนี้จึงให้เกณฑ์ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน หมายถึง ชุมชนที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว 3) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยภาพรวมจะหมายถึงการตลาดโดยรวมหรือเป็นที่ทราบกันในชื่อ “การท่องเที่ยวแบบมวลชน” (Mass Tourism) ซึ่งไม่ใช่เพียงแต่การท่องเที่ยวขนาดเล็ก หรือที่เรียกกันว่า การตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourism Segments) ดังนั้น ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงหมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งสำคัญ 3 สิ่งที่ใช้ในการพิจารณา ได้แก่ ความเสมอภาคของ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของคนในยุคปัจจุบันและอนาคต (องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก, 2004) หลักการและแนวคิดที่สำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในคำจำกัดความขององค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก หรือ WTO จะประกอบด้วย

- การท่องเที่ยวต้องตระหนักและใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

- การเคารพในสังคม วัฒนธรรม และประเพณีของประชาชนพื้นเมือง รู้จักปรับตัวและเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละชุมชน

- การสร้างความเจริญมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ควรก่อให้เกิดการกระจายของรายได้ อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการจ้างงานและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงการมีส่วนร่วมสำคัญในการช่วยลดความยากจนในท้องถิ่นด้วย

นอกจากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญของสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ยังจะต้องคำนึงถึงความร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว ทุกฝ่ายรวมไปถึงจะต้องสามารถรักษาความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว การดำเนินการวางแผนอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญต้องมีเครื่องมือดัชนีที่ใช้วัดประสิทธิภาพต่อผลกระทบของ

การดำเนินการในส่วนต่างๆ เพื่อสามารถนำไปปรับปรุงและแก้ไขเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

ปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ในการนำมาพิจารณาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนประกอบด้วย

- ทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ สิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่กำเนิดขึ้นมาเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นแล้วสืบทอดต่อกันมา อาทิ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์

- นักท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่มีความต้องการที่ทำให้คนในแหล่งท่องเที่ยวและกลุ่มนักท่องเที่ยวต้องตอบสนอง ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยว และก่อผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยเหตุนี้ นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจึงจำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

- กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากและพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจนอาจละเลยผลกระทบด้านลบที่อาจจะเกิดขึ้น ถ้าจะให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและเป็นตัวกลางที่จะช่วยกลั่นกรองคุณภาพของนักท่องเที่ยว

- ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว มีบทบาทเป็นทั้งผู้ผลิตทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของคนในชุมชน ขณะเดียวกันยังมีบทบาทเป็นผู้ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวเช่นกัน ที่ผ่านมามคนในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมองเห็นผลประโยชน์ในเชิงรายได้ แต่อาจไม่ตระหนักและคาดการณ์ถึงผลกระทบที่เกิดตามมา นอกจากการตั้งรับกับทรัพยากรที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว คนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวกลับไม่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม เมื่อเทียบกับผลกระทบที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงให้ความสำคัญกับเรื่องการกระจายผลประโยชน์ให้กับคนในท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมกัน ความรักท้องถิ่นเป็นอีกปัจจัยหนึ่ง อยู่ในหลักการ

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กระบวนการเรียนรู้ในชุมชนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเน้นการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีส่วนช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตและทรัพยากรของชุมชน สร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ทำให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการกับทรัพยากรของตนเอง ซึ่งเป็นความสำคัญอย่างยิ่งที่คนในชุมชนจะต้องมีสิทธิเลือกได้ว่าต้องการให้ทรัพยากรของตนเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือไม่และควรมีรูปแบบเช่นไร

- นักวิชาการและสถาบันการศึกษา ได้มีบทบาทในการเป็นหน่วยงานสนับสนุนที่ช่วยนำความรู้ในทางวิชาการหรือภูมิปัญญาสากลมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าเพื่อยกระดับและคำอธิบายองค์ความรู้ท้องถิ่น ที่เรียกว่า ภูมิปัญญาให้เป็นองค์ความรู้ที่เป็นสากลได้ และยิ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการศึกษาค้นคว้ามากเท่าใด คนในชุมชน นักท่องเที่ยว และกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว ก็จะเห็นคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวมากเท่านั้น นอกจากบทบาทการเป็นผู้ศึกษาค้นคว้า แล้วนักวิชาการอาจเข้าไปมีบทบาทในการเป็นวิทยากรช่วยประสานงานและอำนวยความสะดวกให้เกิดการพูดคุยกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) หมายถึง การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นหลักสำคัญ 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน ในระหว่างการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาพร้อมทั้งจะได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกันและเสมอภาค หลักการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้น จึงประกอบด้วยหลักการที่สำคัญอยู่ 10 ประการ คือ

1. อนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) หมายถึง ต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างเพียงพอหรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัดต้องคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า คุณภาพของธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การรักษาคุณภาพของทรัพยากรทางธรรมชาติให้มีคุณค่าต่อชีวิต โดยจะต้องรู้ถึงวิธีการใช้ บำรุง ปรับปรุง ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์คุ้มค่ามากที่สุดเพื่อให้มีไว้ใช้ได้อย่างต่อเนื่องและยาวนาน ให้มีมากพอเพียงกับการใช้ชีวิตของประชาชนในชุมชน รวมถึงยังคงต้องคงความดั้งเดิมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นไว้ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และเกิดผลกระทบทางลบให้น้อยที่สุด พร้อมทั้งการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านมาผนวกกับเทคโนโลยีแบบใหม่ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเหมาะสมกับการดำเนินการทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยวต่อไปได้อย่างยาวนาน

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับการลดของเสีย (Reducing over-Consumption and Waste) ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันวางแผนการจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพหรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติและมีคุณภาพเหมือนกันใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก ส่วนการลดของเสีย เช่น ขยะปฏิกูลต้องหาวิธีการจัดการโดยการแยก

ประเภทขยะ ขยะแห้งอาจนำระบบการหมุนเวียนการใช้ การใช้ซ้ำ และการแปรรูปกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Reuse Renew Recycle) ขยะเปียกอาจนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์และนำหมักปุ๋ยจุลินทรีย์ได้

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintain Diversity) ต้องวางแผนขยายรากฐานการท่องเที่ยว ส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นนานขึ้นหรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก

4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) ต้องมีการประสานแผนการพัฒนาในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาล, อบต.) แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น

5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting Local Economy) ต้องประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่นนำไปประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวให้มากขึ้นเป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น

6. การมีส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving local Communities) ต้องร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์กรรม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์ หรือร่วมแก้ปัญหาด้วยกัน เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7. มีการประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and the Public) ต้องมีการประสานกับทุกภาคส่วนรวมถึงภาครัฐและภาคเอกชน ประกอบไปด้วย ประชาชนในพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา จะต้องมีส่วนร่วมในการประชุมปรึกษาหารือ ทั้งในด้านของการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินถึงผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบของการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาต่างๆ อันจะเกิดขึ้นได้จากผลกระทบในหลากหลายด้าน เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการตลาด เป็นต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการจัดการประชุมกันอย่างต่อเนื่องและมีความสม่ำเสมอเพื่อให้มีมติเห็นพ้องต้องกันให้ร่วมปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน ประกอบกันเป็นการลดข้อขัดแย้งของผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น

8. การพัฒนาบุคลากร (Training Staff) ต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งเจ้าหน้าที่ดูงานอย่างสม่ำเสมอให้มีความรู้ มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กร และเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว

9. การจัดเตรียมข้อมูล คู่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) ต้องร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารการบริการ การขายให้พร้อมและเพียงพอต่อการเผยแพร่ อาจจัดทำในรูปแบบสื่อที่ศนุปรกรณ์รูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือการตลาดการท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสาร แผ่นพับ หนังสือคู่มือ วีดีโอ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น

10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Undertaking Research) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการแก้ไขปัญหา เพิ่มคุณค่าและคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การลงทุนไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใดซึ่งรวมถึงธุรกิจท่องเที่ยว โดยจะต้องมีขั้นตอนของการประเมินผล การตรวจสอบถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น พร้อมทั้งจะต้องมีการศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยการสอบถามจากผู้ใช้บริการโดยตรง การสอบถามถึงความคิดเห็น ซึ่งสามารถทำได้จากใบประเมินผลหรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยว เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ด้านการบริการ ปรับปรุงและแก้ไขการจัดการการบริการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและความพึงพอใจ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

รูปแบบของการท่องเที่ยว ในปัจจุบันพบว่ามีหลากหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังมีการท่องเที่ยวอีกหนึ่งรูปแบบที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่สนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม ซึ่งประเทศแต่ละประเทศก็จะนำเอาลักษณะเด่นของตนเองมาเป็นจุดที่จะประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้จัก วัฒนธรรมถือได้ว่าเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีการท่องเที่ยวให้มีความสำคัญเนื่องจากแต่ละประเทศจะมีความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่เห็นได้ชัด เช่น วัฒนธรรมการกิน วัฒนธรรมการแต่งกาย วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เป็นต้น การนำเอาวัฒนธรรมของประเทศมาเป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรปเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมมาก จะมีความสนใจที่จะได้มาสัมผัส เรียนรู้ ประเพณี ศิลปะวัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ การขึ้นชมงานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้นๆ รวมถึงความสนใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นของฝากหรือของที่ระลึกที่เป็นงาน

หัตถกรรมและงานที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นนั้น จึงเรียกการท่องเที่ยวแบบนี้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2555)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การที่ผู้คนหรือกลุ่มคนเดินทางจากสถานที่ที่อยู่ประจำไปยัง แหล่งที่อื่น เพื่อชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงามทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนอื่น ทั้งนี้ต้องเคารพ ในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจและซาบซึ้งใจในวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้น ในขณะที่ด้วยกันชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านของการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ อันนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคม และได้ระบุเพิ่มเติมเกี่ยวกับหลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่ามี 4 ประการ คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่นั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่ม คุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะที่ด้วยกันก็จะก่อให้เกิดความ ภาคภูมิใจในมรดก ทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษาและดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนด้วย และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก และการขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเข้าใจใน วัฒนธรรมและ ได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อม

4. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมเพื่อนบ้าน หรือของชุมชนอื่นรวมทั้งเคารพ ในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและผู้คนของตนเองด้วย จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่กล่าวมา ข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมกับ เอกลักษณ์ความงามทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนอื่น ทั้งนี้ต้องเคารพในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจและความซาบซึ้งใจในวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ อีกทั้งต้อง คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อบุคคล วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้นให้น้อยที่สุด ในขณะที่ด้วยกัน ชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้าน การสร้างรายได้และการจ้างงาน อันนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ในขณะที่ด้วยกันก็มีจิตสำนึก ต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวด้วย ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญอยู่ 9 ประการ คือ (เพ็ญกานต์ นามวงศ์, 2552)

1. เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง
2. เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยยึดหลักที่ว่าด้วยไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือให้ผลกระทบน้อยที่สุด
3. เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย
4. เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวพร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
5. เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น
6. เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าจะต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
7. เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
8. เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่และความสะอาดของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุกๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ
9. เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่ว่าต้องป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญควรมี 6 ด้าน ดังต่อไปนี้ (เพียงกานต์ นามวงศ์, 2552: 19-20)

1. องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบไปด้วยสิ่งดึงดูดใจ 10 ประการ คือ
 - 1.1 ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
 - 1.2 โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ
 - 1.3 งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง รวมทั้งซากปรักหักพัง
 - 1.4 ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก
 - 1.5 ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา
 - 1.6 ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่าง ๆ
 - 1.7 ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา
 - 1.8 วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร
 - 1.9 ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียมและเทศกาลต่างๆ
 - 1.10 ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น
2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและได้รับผลตอบแทนในกำไรสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และรับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น
6. องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และ

สื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1. ความหมายของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) คือ การที่บุคคลแต่ละบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกันจะมีการแสดงออกพฤติกรรมโดยตรงกับเกี่ยวกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงขั้นตอนการดำเนินการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกหรือการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นๆ จะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยแบ่งออกเป็นพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัส และพฤติกรรมภายใน (Tourist's Covert Behaviour) จะเป็นที่จะกำหนดพฤติกรรมภายนอกโดยส่วนใหญ่ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 7 สิ่ง ดังนี้

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมียุทธศาสตร์ของการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายของการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองออกเดินทางไปอีกสถานที่หนึ่งเพื่อมาท่องเที่ยว โดยที่สถานที่ตนเดินทางไปจะมีสภาพแวดล้อมในสถานที่ที่ยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์เหมือนเดิมหรือมีผลกระทบน้อยที่สุด

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถของนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ชอบการผจญภัย นิยมโต้เขาปีนหน้าผา ต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจและสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในเวลาที่ดีคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์ต่างๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกกระทำแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรม

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พักเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ได้ ความคาดหวังที่ตั้งใจไว้เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในช่วงเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการเครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหวังไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการจึงต้องกลับมาพิจารณาถึงวิธีการใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว หรืออาจจะไม่มีความต้องการ เพราะมันเกินความสามารถ

คุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (Perceived Value) คุณค่าที่ได้รับ หมายถึง ประโยชน์ทั้งหมดที่นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ (Zeithaml, Bitner, and Gremler, 2009) โดยจะเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์ที่ได้รับโดยภาพรวมของคุณค่าทั้งหมดกับต้นทุนของผู้บริโภคที่ต้องเสียไป (Lovelock and Wirtz, 2011) ซึ่งคุณค่าทั้งหมด หมายถึง คุณค่าที่เป็นผลประโยชน์โดยรวมทั้งหมดที่ถูกคาดหวังจากการใช้สินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ เชิงหน้าที่ และเชิงจิตวิทยา ส่วนต้นทุนทั้งหมดที่ถูกจ่ายไป หมายถึง ต้นทุนที่ถูกคาดหวังว่าจะต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาทั้งสินค้าและบริการนั้น ไม่ว่าจะเป็ต้นทุนในการเสาะหาข้อมูลเพื่อทำการประเมิน ต้นทุนของการได้มาของสินค้าและบริการ ต้นทุนในการใช้สินค้าหรือบริการ (Kotler and Keller, 2011) ซึ่งผู้บริโภคแต่ละบุคคลจะมีคุณค่าที่ได้รับแตกต่างกันไปซึ่งจะแตกต่างกันตามชนิดของสินค้าหรือบริการ ซึ่งสินค้าและบริการที่เป็นสิ่งเดียวกันผู้บริโภคแต่ละบุคคลก็จะมีคุณค่าที่ได้รับแตกต่างกันไป ความแตกต่างข้างต้นจะนำไปสู่การประยุกต์ใช้ในการประเมินคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลายและแตกต่างกัน สิ่งดึงดูดใจและการบริการ (Ozturk and Qu, 2008)

ดังนั้นคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวจึงถูกประเมินจากการรับรู้คุณภาพในการใช้บริการ ออกมาเป็นราคาทั้งที่เป็นตัวเงิน และต้นทุนที่ไม่ใช่ตัวเงิน โดยราคาที่เป็นตัวเงิน คือ ราคาที่ผู้บริโภคยินยอมที่จะเสียเพื่อแลกกับการได้รับบริการการท่องเที่ยว (Zeithaml, Bitner, and Gremler, 2009) ซึ่งอาจเป็นราคาที่เกิดขึ้นจริงจากการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวหรืออาจเป็นราคาเปรียบเทียบที่ประเมินจากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ผ่านมา ส่วนการประเมินต้นทุนที่ไม่ใช่ตัวเงิน จะรวมทั้งค่าเสียเวลา ค่าใช้จ่ายในการค้นหา ภาพลักษณ์ของตราสินค้า และการเข้าถึงที่มีความสะดวกตลอดจนการใช้บริการ กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ (Ozturk and Qu, 2008) การสร้างคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องทำความเข้าใจและปรับปรุงคุณภาพบริการนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมา

ท่องเที่ยวอีก (Lovelock and Wirtz, 2011; Reisinger, 2009) อีกทั้งคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวยังมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และการร้องเรียนของนักท่องเที่ยว (Kozak and Decrop, 2009)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทางที่แสดงออก เช่น การถ่ายรูปขณะเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ความสนใจในการเลือกรับประทานอาหารพื้นถิ่น เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกดังกล่าว อาจเกิดมาจากพฤติกรรมที่มาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐานของแต่ละคน ที่อาจจะแสดงออกมาในรูปแบบที่คล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกัน หรืออาจจะมาจากสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับในช่วงเวลานั้นๆ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรจำนวนมาก เช่น จีน อินเดีย เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการแสดงออกของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรจำนวนน้อย เช่น อังกฤษ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เป็นต้น ประเทศที่มีประชากรนักท่องเที่ยวมาก คือ ประเทศจีนส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีเพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ การแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ จะมีความแตกต่างหรือตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น ประเทศญี่ปุ่น มีนโยบายส่งเสริมการออกเดินทางท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวชาวญี่ปุ่นไปในต่างประเทศที่มีค่าครองชีพต่ำกว่าประเทศที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวได้แก่ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย ฮาวาย เป็นต้น (เฉลิมพล แจ่มจันทร์ และ อรไท โสภารัตน์, 2555)

2. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor)

ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยว เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ได้แก่ ระบบการจองห้องพัก สำรองที่นั่งบนเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่างๆ ซึ่งจะใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวก รวดเร็ว ส่งผลให้เกิดความมั่นใจในการใช้บริการ

3. ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor)

ปัจจัยทางการเมือง เป็นปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญเนื่องจากจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อนักท่องเที่ยว วัตถุประสงค์หลักที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวคิดและตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ก็เพื่อเดินทางมาเพื่อการพักผ่อน นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสงบและมีความปลอดภัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาทางการเมือง เช่น ประเทศอิสราเอล เป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามมาก แต่ก็เกิดปัญหาการเมืองบ่อยครั้ง ทำให้

นักท่องเที่ยวจะเกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัย ความไม่สะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแสวงบุญ ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนน้อย

4. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor)

เศรษฐกิจนับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยว และบ่งบอกถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติด้วย หากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มักจะถูกจัดอยู่ในอันดับต้นๆ ที่เป็นที่ต้องการของประเทศส่วนใหญ่ การแสดงออกทางด้านพฤติกรรม การใช้จ่ายจะใช้ไปในทุกๆ ส่วน เช่น ร้านอาหาร ที่พัก นันทนาการด้านการท่องเที่ยว การซื้อของที่ระลึก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเลือกใช้บริการอยู่ในโรงแรม ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานการท่องเที่ยวสูง เป็นต้น ในทางตรงกันข้ามกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ค่อนข้างต่ำ การแสดงออกของนักท่องเที่ยว จะถูกจำกัดด้านศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งจะมีการใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

ราณี อีสัยกุล (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป ปีละ 2-4 ครั้ง เฉลี่ยครั้งละ 20 วัน โดยค่าใช้จ่ายโดยรวมตลอดการเดินทางประมาณ 64,000 บาทต่อคน นอกจากนี้ Synnovate Business Consulting (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โครงการจัดหาข้อมูลสนับสนุนการวิเคราะห์และติดตามความเคลื่อนไหวตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 8 ประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการจัดงบประมาณค่าใช้จ่ายในแต่ละด้านใกล้เคียงกัน โดยค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พัก ค่าเดินทาง จะสำคัญมากเนื่องจากเป็นวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาเมืองไทย และจะใช้จ่ายกับด้านนี้มากที่สุด เนื่องจากต้องการความสะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวชาวยุโรป พบว่า เป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่าย (1-2,999 บาทต่อวัน) โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยเป็นนานถึง 15 วัน

5. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factor)

ปัจจัยด้านนี้ถือได้ว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเช่นกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมของตนเองหล่อหลอมมาตลอดและถ่ายทอดออกมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งจะเป็นตัวกำหนดถึงรสนิยมและค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการเลือกซื้อสินค้าการเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวว่าจะมีการกำหนดให้อยู่ในรูปแบบหรือลักษณะใด จากการศึกษาของ ฝนทิพย์ วุฒิพร (2557) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาค่าใช้จ่ายในเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปจะใช้จ่ายไปกับค่าผ่านประตูตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น วัด พิพิธภัณฑ์พระบรมมหาราชวัง ตลาดน้ำสวนสาธารณะ เป็นต้น รวมถึงการแสดงต่างๆ อาทิเช่น การรำ การแสดงโขน เป็นต้น นักท่องเที่ยว

ชาวยุโรปมีค่าใช้จ่ายต่ำสุดอยู่ที่ 155.15 บาท/คน/การเดินทาง และสูงสุดอยู่ที่ 7,757.28 บาท/คน/การเดินทางโดยเฉลี่ยแล้วมีค่าใช้จ่ายในหมวดนี้เท่ากับ 356.87 บาท/คน/การเดินทาง นอกจากนี้แล้วยังใช้จ่ายกับการทำบุญ บริจาคเงิน คือ ค่าใช้จ่ายในการทำบุญให้แก่โบราณสถานต่างๆ บริจาคเงินต่ำสุดอยู่ที่ 19.35 บาท/คน/การเดินทาง และสูงสุดอยู่ที่ 3,878.64 บาท/คน/การเดินทาง โดยเฉลี่ยแล้วมีค่าใช้จ่าย 54.71 บาท/คน/การเดินทาง

จึงกล่าวได้ว่าทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว นอกจากปัจจัยดังกล่าวยังพบอีกว่า สาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจ คือ เกิดจากคำชวนของเพื่อน/ครอบครัว และจากประสบการณ์ส่วนตัว ซึ่งส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาพร้อมกับครอบครัว ส่วนปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยลง คือ มลภาวะต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น (จิตติมานันท์ พูนจันทร์, 2554) นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า นักท่องเที่ยวชายนั้นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรและการบริการมากที่สุด ขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงนั้น ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และนักท่องเที่ยวที่มีกลุ่มรายได้ค่อนข้างน้อยจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรและการบริการมากที่สุดเช่นกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ค่อนข้างสูง จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นหลัก โดยปัจจัยด้านการผลิตจะให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่พัก ปัจจัยด้านราคาของสินค้าและบริการจะให้ความสำคัญกับความหลากหลายด้านราคาของสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านสถานที่ การคมนาคม และความปลอดภัยจะให้ความสำคัญกับที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายนั้น จะมีความเห็นที่แตกต่างกันกล่าว คือ นักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิงจะให้ความสำคัญกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านแผ่นพับ เช่นเดียวกับผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างน้อย ขณะที่ผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างสูงจะให้ความสำคัญกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่าน INTERNET มากกว่า สำหรับปัจจัยด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวชายจะให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบและการตรงต่อเวลาของเจ้าหน้าที่ แต่นักท่องเที่ยวหญิงจะให้ความสำคัญกับความรู้ในการให้คำแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของเจ้าหน้าที่แทน นอกจากนี้ทุกฝ่ายยังมีความเห็นตรงกันว่าในส่วนของปัจจัยด้านแรงจูงใจและสิ่งกระตุ้นนั้น ได้ให้ต้องสำคัญกับสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเป็นหลัก ขณะที่ปัจจัยด้านสังคมจะเน้นหรือให้ความสำคัญเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ว่ามีคุณค่าแก่การศึกษาทางประวัติศาสตร์ และทางธรรมชาติ มากน้อยเพียงใด

โดยงานวิจัยนี้ ได้ใช้วัฒนธรรมเป็นพื้นฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 ด้าน 1) ด้านวัฒนธรรมของแนวคิด ความเชื่อ และค่านิยม 2) ด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และด้านอาชีพ 3) ด้านอาหารและพืชสมุนไพร 4) ด้านวัฒนธรรมทางด้านวัตถุ ศิลปะและวัฒนธรรม ด้วยการคำนึงถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอีก 3 องค์ประกอบหลัก คือ (3'A s) ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 3) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) และจาก

ผลงานวิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะว่าในเรื่องของการส่งเสริมให้คนในชุมชนได้เข้ามามีบทบาทและส่วนร่วมในการวางแผน จัดการการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การถ่ายทอดสร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านศิลปะและหัตถกรรมจากผู้อาวุโสหรือปราชญ์ชาวบ้านสู่คนรุ่นใหม่ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้คนส่วนใหญ่ได้เข้ามามีส่วนร่วมเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั่นเอง ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมนั่นเอง

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีน

อัจฉรา สมบัตินนทนา (2555) กล่าวว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีความหลากหลายและอุดมสมบูรณ์ เช่น ทะเล หาดทราย น้ำตก ป่า ภูเขา เป็นต้น อีกทั้งยังมีวัฒนธรรมที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละภาคในประเทศไทย ประกอบกับพื้นที่ตั้งของประเทศไทยนั้น อยู่ไม่ไกลจากประเทศจีนมากนักใช้เวลาในการเดินทางไม่นาน ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีเวลาค่อนข้างจำกัด ตัดสินใจเลือกประเทศไทย เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้เองที่เป็นจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมากขึ้น นอกจากนี้ประเทศไทยเองก็ได้ขยายเส้นทางบินตรงจากท่าอากาศยานนานาชาติเพื่อเพิ่มเส้นทางบินตรงไปยังเมืองต่างๆ ของประเทศจีนอีกด้วย ส่งผลให้ตลาดนักท่องเที่ยวจีนมีแนวโน้มที่จะขยายตัวในอัตราสูงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ทางด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาล

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวจีนมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด ประเภทกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น มีเพียงส่วนน้อยที่ไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สำหรับด้านที่พัก นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่เลือกเข้าพักในโรงแรมระดับราคา 1,001-2,000 บาท และเลือกรับประทานอาหารไทย อาหารพื้นเมือง และอาหารจีน นอกจากนี้ยังมีพฤติกรรมการด้านการซื้อสินค้าและของที่ระลึก โดยการเลือกซื้อของฝากประเภทอาหารพื้นเมือง สินค้าประเภทเสื้อผ้าพื้นเมือง เป็นต้น นิยมซื้อสินค้าที่ตลาดไนซ์บาร์ซ่ามากที่สุด ทั้งนี้มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเฉลี่ยอยู่ที่ 9,624.69 บาทต่อคน แต่จะมีเพียงนักท่องเที่ยวจีนบางส่วนที่ไม่นิยมซื้อสินค้า เนื่องจากเห็นว่าสินค้าไม่มีคุณภาพ และมีราคาแพง เป็นต้น

น้ำฝน จันทร์นวล (2555) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มาท่องเที่ยวเมืองไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มาเพื่อการพักผ่อน และชอบไปเที่ยวทะเลในภาคใต้ นิยมเดินทางกับบริษัททัวร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-30 ปี มีการศึกษาระดับอนุปริญญา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 30,000 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวประเทศไทย คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาเป็นครั้งแรกและพักอาศัยในประเทศไทยประมาณ 1-2 สัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวประมาณ 4,001-6,000 หยวน

แสงเดือน รตินธร (2555) จากงานวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มคนรุ่นใหม่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่ ที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีการศึกษาและ

ฐานะทางเศรษฐกิจดี และมีประสบการณ์มาเยือนประเทศไทยแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ลักษณะการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว การจัดการทุกอย่างด้วยตนเองกับการเดินทางมาที่บริษัททัวร์อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน มีเพื่อนหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว โดยนิยมการค้นหาค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนวันหยุด ซึ่งชอบการไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ซึ่งภูมิภาคที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ภาคตะวันออก (พัทยา), ภาคใต้ (ภูเก็ต, สมุย) และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 5,991-11,970 หยวน สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจีนให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติ ทะเลและหาดทรายที่สวยงาม และความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยว ตามลำดับ

กรวรรณ สังขกร, จักริ เตจ๊ะวารี และกาญจนา จีรัตน์ (2556) อ้างถึงศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้รายงานสถานการณ์นักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยว่า ตลาดนักท่องเที่ยวจีนมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างก้าวกระโดด ทั้งนี้ปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยส่งเสริมการเติบโตดังกล่าว คือ การขยายตัวของเที่ยวบินตรงจากเมืองต่างๆ ของประเทศจีนมายังแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้นักท่องเที่ยวจีนเป็นอันมาก ประกอบกับได้มีการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้คนจีนรู้จักผ่านการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ภายในประเทศไทย โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้มีการคาดการณ์ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวจีนที่จะเป็นตลาดใหม่และมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว คือ กลุ่มที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มคนจีนรุ่นใหม่ในวัยทำงานที่มีกำลังซื้อสูง มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้เทคโนโลยีสื่อสารที่มีทันสมัยและรวดเร็วในการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

จากการอภิปรายผลเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งในอดีต-ปัจจุบัน พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงทั้งเชิงปริมาณและเชิงโครงสร้าง โดยมีปัจจัยที่ขับเคลื่อนหลักอยู่ 3 ประการ คือ 1) การเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดของเศรษฐกิจในประเทศจีน ส่งผลให้คนจีนมีความต้องการและกำลังซื้อที่สูงขึ้น 2) ความเปลี่ยนแปลงสู่สังคมเมืองมากขึ้น ทำให้ส่งผลกระทบต่อค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตของคนจีนยุคใหม่ 3) การผ่อนปรนด้านกฎระเบียบของรัฐบาลจีน ในการให้คนจีนสามารถเดินทางออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศได้ สำหรับประเทศไทยนั้นถือเป็นประเทศแรกที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ ประเทศไทยจึงไม่เผชิญกับข้อจำกัดทางด้านนี้จากรัฐบาลจีน โดยสามเมืองหลักที่นักท่องเที่ยวจีนเลือกเข้ามาท่องเที่ยว ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ต ดังนั้นจึงมีความพยายามจากผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวที่จะผลักดันให้นักท่องเที่ยวจีนกระจายตัวไปยังจังหวัดอื่นๆ ของประเทศไทยบ้าง ดังจะเห็นได้จากการอนุญาตให้มีการถ่ายทำภาพยนตร์จีนเรื่อง Lost in Thailand ที่ใช้สถานที่ถ่ายทำในจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเมื่อภาพยนตร์มีการออกฉายแล้วก็ได้รับความนิยมและกระแสตอบรับอย่างถล่มทลายจากคนจีน และเป็นที่ยกย่องกันว่าด้วยเหตุนี้เองทำให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น และจากงานวิจัยนี้พบว่า นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการพักผ่อนมีเป็นสำคัญโดยเลือกจากความโดดเด่นชื่อเสียงด้านวัฒนธรรม และมีป่าไม้ภูเขาที่สวยงาม นอกจากนี้ลักษณะการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือ ในอดีตนักท่องเที่ยวจีนนิยมจัดการเดินทางผ่านทางตัวแทนเป็นหลัก แต่ปัจจุบันเกือบร้อยละ 90 ของนักท่องเที่ยวจีนมีการจัดการเดินทางด้วยตนเอง และนิยมเดินทางมาเป็นคู่สามีภรรยาแบบครอบครัวหรือเดินทางมากับเพื่อน ตามลำดับ และเหตุผลที่เป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวจีนกลับมาเที่ยวซ้ำที่จังหวัดเชียงใหม่ คือ อากาศดี วิถีชีวิตที่สวยงาม อาหารอร่อย และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากในอดีตที่ให้น้ำหนักในเรื่องของสินค้าที่มีราคาสูง สิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตที่สวยงาม และชื่นชมกับโบราณวัตถุ จากข้อมูลดังกล่าวพอสรุปได้ว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ลึกซึ้งขึ้น ไม่ใช่แค่การท่องเที่ยวแบบผิวเผินเหมือนในอดีต

เขตอารยธรรมล้านนา

ในปี 2554 ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนา โดยกรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะประกอบไปด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ น่าน และแม่ฮ่องสอน รวมทั้งสิ้น 8 จังหวัด และมีกรอบในการพัฒนา ดังนี้

- แหล่งท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนา ควรมีการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ และคงความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว
- เพิ่มการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและเครือข่ายและเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจในการมาท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ให้แหล่งนี้มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว
- เพิ่มขีดความสามารถของประชาชนในชุมชนให้มีความรู้ ความสามารถและมีส่วนร่วมบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนาเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาเขตท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

เนื่องจากทั้ง 8 จังหวัด ส่วนใหญ่ จัดตั้งอยู่ในแหล่งที่ในอดีตเป็นเมืองเก่า โดยจะมีทั้งบางแหล่งที่ได้รับการพัฒนาแล้ว และบางแหล่งกำลังอยู่ในระหว่างการพัฒนาให้ดีขึ้น โดยมีการกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณา เพื่อกำหนดเป็นเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ดังนี้

- แหล่งอารยธรรมล้านนาที่มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
- แหล่งอารยธรรมล้านนานั้นๆ สามารถที่จะสร้างความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว โดยที่แหล่งนั้นๆ มีแนวโน้มที่จะขยายตัวและมีความสามารถรองรับการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

โดยมีแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เขตท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา โดยการสนับสนุนการเดินทางจะต้องสามารถเชื่อมโยงให้เป็นเครือข่าย โดยสร้างจุดเด่น สร้างความน่าสนใจ การมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างทางเลือกใหม่ๆ โดยจะมีการคำนึงถึงมาตรฐานที่เป็นสากลมากขึ้น จะอยู่ภายใต้แนวคิดที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงรุก ปรับปรุงคุณภาพสู่ความยั่งยืน โดยมีเป้าหมาย คือ ขยายฐานของนักท่องเที่ยว เพิ่มความน่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยว เพิ่มความหลากหลายของกลุ่มล้านนา

แผนงานโครงการพัฒนาในพื้นที่เป้าหมาย

แผนงานโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเขตท่องเที่ยววิถีชีวิตอารยธรรมล้านนา เป็นการศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาที่ได้จากแผนพัฒนาจังหวัด รวมถึงการสำรวจเบื้องต้น วิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาการท่องเที่ยวเขตอารยธรรมล้านนาจะประกอบไปด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ แหล่งท่องเที่ยว นันทนาการและที่สำคัญ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน โดยแสดงโครงการพัฒนาในจังหวัดเชียงใหม่ (ราชกิจจานุเบกษา, 2554)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2559) ได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กำหนดมาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเพิ่มและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กระจายตัวอย่างทั่วถึง ภาคเหนือ : พัฒนาให้เป็นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและความยั่งยืนมีธุรกิจบริการต่อเนื่องกับการท่องเที่ยว บริการสุขภาพและการศึกษาที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง

1. พัฒนากลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ได้แก่

1.1 กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและกลุ่มชาติพันธุ์ ในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน โดยนำความโดดเด่นซึ่งมีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา พัฒนาสู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.2 กลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลก ในพื้นที่จังหวัดสุโขทัยและกำแพงเพชร โดยฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร และเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง

1.3 กลุ่มท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงรายแม่ฮ่องสอน น่าน เพชรบูรณ์ และอุทัยธานี โดยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ปรับปรุงเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

2. พัฒนาระดับการท่องเที่ยวคุณภาพกลุ่มเป้าหมายเฉพาะในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน และน่าน ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว และการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมช่องทางการตลาดโดยใช้อินเทอร์เน็ต

3. สนับสนุนเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและธุรกิจด้านอาหารและสินค้าเพื่อสุขภาพ บริการทางการแพทย์และสุขภาพ บริการการศึกษานานาชาติรวมทั้งผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ โดยเฉพาะกลุ่มดิจิทัล ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงของภาค โดยให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการให้มีความแตกต่างโดดเด่น สามารถตอบสนองต่อตลาดเป้าหมายเฉพาะ

จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางตอนเหนือที่สุดของประเทศไทย เป็นอีกจังหวัดที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยว เป็นเมืองเศรษฐกิจสำคัญตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจชายแดน จีนตอนใต้-อินโดจีนมีเส้นทางเดินทางที่เชื่อมโยงไปยังประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงและเป็นจังหวัดที่มีเส้นทางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน จากการเดินทางท่องเที่ยวชายแดนนั้น สามารถเดินทางผ่านจุดผ่านแดนและด่านตรวจคนเข้าเมืองทั้ง 3 แห่ง การเดินทางเชื่อมเส้นทางสู่ประเทศเพื่อนบ้านนั้น สามารถเดินทางได้ทั้ง 2 ทาง ประกอบด้วย ทางบก และทางน้ำ จังหวัดเชียงรายมีศักยภาพ ในด้านกายภาพ ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติและด้านการบริหารและการจัดการจากการวิเคราะห์ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นสามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของ จังหวัดเชียงรายเพื่อนรองรับการเปิดการท่องเที่ยวอาเซียน คือ พัฒนากฎหรือเส้นทางการเดินทาง ถนนหนทางให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล มีความปลอดภัยในการเดินทางอนุรักษ์ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติหรือการคงรักษาสภาพดั้งเดิม เพื่อให้เกิดคุณค่าและนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษา ไม่จัดกิจกรรมที่จะส่งผลให้เกิดมลพิษทางเสียงหรือทำลายความสวยงามของธรรมชาติ ควรมีอุปกรณ์รองรับของปริมาณขยะที่เพียงพอและเหมาะสม และมีการออกแบบภาชนะให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ควรมีการจัดการด้านคุณภาพอากาศที่ไม่มีกลิ่นฟุ้งกระจายและสร้างความรำคาญในแหล่งท่องเที่ยว สร้างความพึงพอใจในคุณค่าเชิงการท่องเที่ยว รักษาความงดงามด้านศิลปวัฒนธรรม และประวัติความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม เปิดโอกาสให้ได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมด้วยความยินดี สร้างความมีเอกลักษณ์ เฉพาะตนของ

แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดสภาพแวดล้อมที่ดี ควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ และลานจอดรถ มีป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ดูแลและให้ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และมีเจ้าหน้าที่เพียงพอและดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ควรมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น และ ควรจัดเตรียมเอกสารเผยแพร่ที่กล่าวถึงการอนุรักษ์และรักษาแหล่งท่องเที่ยว การมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลในการท่องเที่ยวที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว (จริยญา ฌพิกุล และวาริษฐ์ มัชฌมบุรุษ, 2555)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศักยภาพที่มีอิทธิพลในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ได้แก่ ศักยภาพทางด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบริการและอสังหาริมทรัพย์ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และด้านความปลอดภัย ตามลำดับ (เจนจิรา เงินจันทร์, 2554)

ณัฐกานต์ เพ็งหาพันธ์ (2554) ได้มีการประเมินมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ 1) ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2) ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว 3) ด้านบริหารจัดการ รวมถึงได้มีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านบริการ 3) ด้านบริหารจัดการ

ประพัทธ์ชัย ไชยนอก (2553) ได้แบ่งแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ออกเป็น 3 ด้านด้วยกัน คือ 1) ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว กล่าวคือ อาศัยการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในการช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ทั้งนี้รวมถึงการที่หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวร่วมกับประชาชนในพื้นที่ท่องเที่ยว ร่วมกันสนับสนุนวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน พร้อมทั้งปรับปรุงให้ดีกว่าที่เป็นอยู่ 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการจัดตั้งศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำ และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว รวมถึงการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เช่น สถานที่พักผ่อน ที่จอดรถ ห้องน้ำ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงเส้นทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกและปลอดภัยมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการจัดทำป้ายบอกทางที่สามารถมองเห็นชัดเจน และเข้าใจได้ง่าย

พัชรรัตน์ ทารไชย (2552) จากผลการศึกษาได้เสนอแนะว่า ภาครัฐควรมีการกำหนดแผนและนโยบายด้านการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงสภาพของแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันและด้านขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนควรให้ภาคชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและติดตามผลมากขึ้น นอกจากนี้ควรเชื่อมโยงถึง

หน่วยงานในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ให้เข้ามามีส่วนในการกระตุ้นและส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้น รวมถึงการจัดฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้กับประชาชนในการวางแผน และการประเมินผล เป็นต้น

จริยญา ฌพิกุล และวาร์ชต์ มัชยมบุรุษ (2555) พบว่า 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก กล่าวคือ สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล ถนนหนทางมีความปลอดภัยและมีคุณภาพในการเดินทาง นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวที่ควรมีความสมบูรณ์และยังคงสภาพดั้งเดิมตามธรรมชาติไว้ 2) ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการจัดการคุณภาพของเสียงตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยแหล่งท่องเที่ยวควรอยู่ห่างจากย่านอุตสาหกรรม ชุมชนเมือง หรือไม่มีกิจกรรมใดที่จะส่งผลให้เกิดมลพิษทางเสียง นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดการกับปัญหาขยะที่ดี มีอุปกรณ์ที่สามารถรองรับกับปริมาณขยะที่เพียงพอและเหมาะสม ทั้งนี้นักท่องเที่ยวยังตระหนักและให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านคุณภาพอากาศ ไม่ให้มีกลิ่นฟุ้งกระจาย หรือสร้างความรำคาญในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงต้องการอากาศที่ปราศจากฝุ่นและควัน 3) ด้านเศรษฐกิจและสังคม นักท่องเที่ยวคำนึงถึงความคุ้มค่าของการเที่ยวชมตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเน้นเรื่องความสะดวกและความปลอดภัยเป็นสำคัญ ตามด้วยความพึงพอใจในคุณค่าเชิงการท่องเที่ยว 4) ด้านวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจกับความงามของศิลปวัฒนธรรม และประวัติความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม ที่สามารถสืบค้นหรือเรียนรู้ได้จากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงการที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมได้จากคนในชุมชนอีกด้วย 5) ด้านธรรมชาติ ควรรักษาหรือธำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์เฉพาะตนของแหล่งท่องเที่ยว และมีการจัดการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ดี 6) ด้านการบริหารจัดการ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ และลานจอดรถ รวมถึงการจัดทำป้ายที่อธิบายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวทราบด้วย นอกจากนี้ควรจัดเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการอำนวยความสะดวกและดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้รวมถึงการจัดให้มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินให้กับนักท่องเที่ยว

นงลักษณ์ จันทาภากุล และนิรันทร์ สังข์รักษา (2556) จากผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมแล้วศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น มีความพร้อม แต่ยังขาดการบริการจัดการที่ดี โดยเฉพาะด้านภูมิทัศน์ ป้ายบอกทาง สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการให้ข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้จากงานวิจัยยังพบอีกว่า แนวทางที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ การสนับสนุนงบประมาณเพื่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง การให้ความรู้ การจัดอบรม

ในการจัดการการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ การศึกษาดูงานและการศึกษาการปฏิบัติที่ดีในการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ และการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานในระดับจังหวัด และสื่อต่างๆ รวมถึงการส่งเสริมตลาดเชิงรุกของชุมชนอย่างต่อเนื่อง และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าเยี่ยมชม อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์วิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของคนในชุมชน

วันชาติ ศรีสุพรรณ (2553) ได้ให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยคำนึงถึง 1) เรื่องของการรณรงค์สร้างจิตสำนึกให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของร่วมกัน นอกจากนี้ควรมีความรับผิดชอบร่วมกัน การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ความสะอาดของสถานที่และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวร่วมกัน 2) การสร้างมูลค่าและคุณค่าให้แก่ชุมชน โดยการศึกษาค้นหาสิ่งที่ดี และมีประโยชน์ เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ให้ดีขึ้น 3) มีการวางแผนรับผิดชอบร่วมกันในการดำเนินงาน และการแบ่งปันผลประโยชน์ 4) มีการจัดเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น เส้นทางท่องเที่ยว ศูนย์ข้อมูล การสื่อสารและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ

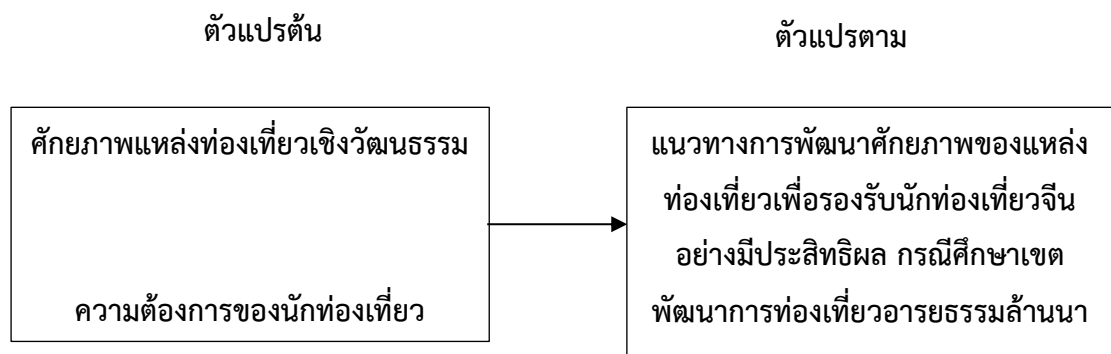
Lei Jun (2553) พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนมากกว่าครึ่ง เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยไม่ผ่านบริษัททัวร์ แต่จะเดินทางมาท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อน หรือพนักงานในบริษัท และใช้เวลาในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและชมทัศนียภาพประมาณ 4 วัน ในด้านการตลาดนั้น ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ คือ 1) ปัจจัยสถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่สวยงามและมีความปลอดภัยมาก 2) ปัจจัยด้านราคาที่พักที่แพ็คเกจทัวร์มีราคาถูก 3) ปัจจัยของช่องทางการจัดการสินค้าท่องเที่ยว กล่าวคือ สามารถจองโปรแกรมท่องเที่ยวและที่พักผ่านระบบ INTERNET ได้ 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดโปรโมชั่นของสายการบิน และโรงแรม

วีระพล ทองมา, วิจิตรา สีสะพัฒนา และนวนจันทร์ ทองมา (2554) คณะผู้ทำวิจัยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (Sustainable Cultural) เนื่องจากเป็นหนทางที่จะนำไปสู่การลดปัญหา ความขัดแย้ง และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกันของคนในชุมชน สังคม และประเทศชาติ จากงานวิจัยพบว่า ชาวจีนนั้นมีเอกลักษณ์ด้านความเชื่อ และค่านิยมตามวิถีชีวิตของบรรพบุรุษอย่างแน่นแฟ้น ไม่ว่าจะเป็นสภาพของบ้านเรือน การแต่งกายการใช้ภาษาพูด การใช้การเขียนหรือแม้แต่การประกอบอาหาร ก็ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ดั้งเดิมอย่างแท้จริง

จากผลการวิจัยต่างๆ นี้ ทำให้เห็นถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในการวางแผนและนโยบายร่วมกันที่ชัดเจน ตลอดจนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจะประกอบไปด้วย ความตั้งใจ ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และกิจกรรม ที่ต้องพิจารณาด้วย เพื่อให้ได้เป็นแนวทางใน

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ยังสามารถคงไว้ซึ่งเสน่ห์และความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชนที่เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ สนใจมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและวิถีชีวิตของคนในชุมชนอีกด้วย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่-เชียงราย) มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาที่สอดคล้องกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวจีน

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) เป็นดำเนินการวิจัยจะประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักในการศึกษา และใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการสนับสนุนสิ่งที่ค้นพบที่ได้จากการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลและตอบคำถามการวิจัยให้ครบถ้วนสมบูรณ์ สิ่งที่ค้นพบสามารถนำมาตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ช่วยเพิ่มเติมรายละเอียดให้กับข้อค้นพบจากการวิจัยเชิงปริมาณให้เหมาะสม มากยิ่งขึ้นโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์เอกสารจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) การเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Research) โดยการสำรวจด้วยแบบสอบถามการสัมภาษณ์ ซึ่งขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย มีดังนี้

1. การวิเคราะห์เอกสาร เป็นการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน (Documentary Data) โดยค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเอกสารหลักฐานชั้นต้น (Primary Source) ทั้งจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) งานวิจัย วิทยานิพนธ์ ยุทธศาสตร์ในทุกกระดับ บทความ วารสาร หนังสือ และสิ่งพิมพ์อื่นๆ เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ

2. การศึกษาภาคสนาม เป็นการศึกษาหลังจากการศึกษาเอกสารจนได้กรอบแนวทาง และแนวทางในการดำเนินการต่างๆ

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เป็นแนวทางที่ใช้ข้อมูลที่ป็นตัวเลขหรือข้อมูลที่สามารถวัดค่าได้โดยทุกตัวแปรสามารถแปรออกมาเป็นตัวเลขได้ เพื่อเป็นการยืนยันข้อค้นพบต่างๆ โดยการวิจัยเชิงปริมาณจะมีการดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนและมีวิธีการเลือกใช้วิธีการวิจัยที่เหมาะสมจะทำให้ผลที่ได้สามารถใช้เป็นตัวแทนกับทุกกลุ่มประชากร และเหมาะสำหรับกลุ่มประชากรที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูลสูง ดังนั้นการวิจัยเชิงปริมาณจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้เลือกสุ่มตัวอย่างจากประชากรเพื่อให้เป็นตัวแทน และอนุมานผลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างได้ว่าเป็นประชากรได้

ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ และเชียงราย

2. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างและวิธีการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการสุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนในการให้ข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งวิธีการนี้จะคำนึงถึงความสะดวก ความง่าย โดยจะเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือและเต็มใจตอบแบบสอบถามในแต่ละพื้นที่ ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิและดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เพื่อให้ข้อมูลมีการกระจายในทุกพื้นที่และเป็นตัวแทนประชากรอย่างแท้จริง การวิจัยครั้งนี้จะเก็บข้อมูลโดยต้องมีลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากร และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสม โดยขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางสำเร็จของ Taro Yamane ที่ระดับความคลื่อนในการประมาณค่า $\pm 5\%$ จำนวนประชากร (N) ลูเขาสู ∞ ได้จำนวนตัวอย่าง (n) เท่ากับ 400 (Yamane, 1973) ดังนั้นจึงจะเก็บตัวอย่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยวิธีการดังกล่าว โดยจะถือว่าเป็นตัวแทนนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสร้างเครื่องมือวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่-เชียงราย)

1.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าตำราทางวิชาการ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ: กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่-เชียงราย) เพื่อเป็นแนวทางกำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบโดยผ่านผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว 3 ท่าน หลังจากได้แบบสอบถามแล้ว

1.3 จะนำมาทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) โดยจะใช้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น ความเที่ยง ความตรง (Content Validity) ของแบบสอบถาม จากนั้นจะปรับแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมเพื่อนำมาปรับปรุงสำหรับการเก็บข้อมูลจริง โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดตามวิธีของ Cronbach's Alpha ต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 ณ ค่าความเชื่อมั่น 95%

1.4 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปแปลเป็นภาษาจีน ที่สถาบันภาษาเพื่อให้การแปลเป็นไปด้วยความถูกต้องตรงกับความหมายที่นักวิจัยต้องการ และไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดใช้ในการวิจัย

1.5 การสร้างมาตรวัดและค่านิยามปฏิบัติการ : ตัวแปรด้าน มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยใช้แบบวัด Likert Scale 5 ระดับ (Likert, 1932)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามแนวทางการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (เชียงใหม่-เชียงราย) มีโครงสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็นแบบสอบถามใช้แบบตรวจรายการ (Check-list) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และแบบปลายเปิด (The Open Form) แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ภูมิภาค รายได้ และอาชีพ จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 21 ข้อ ดังนี้

- ด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ
 - ด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม จำนวน 7 ข้อ
 - ด้านด้านกายภาพและการจัดกิจกรรม จำนวน 3 ข้อ
- ด้านการรองรับด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 ข้อ
- ด้านการบริหารจัดการ จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย จำนวน 7 ข้อ และคำถามปลายเปิด ความคิดเห็นต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวไทย จำนวน 1 ข้อ

ซึ่งลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การแปลผลคะแนน ผู้ศึกษาได้กำหนดการแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย โดยการนำคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนรวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย ใช้หลักการแปลผลค่าเฉลี่ยในการให้ความหมายคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจ ผู้วิจัย กำหนดเกณฑ์ ในการแบ่งช่วงชั้น (Class Interval) ระดับเท่าๆ กัน ดังนี้

เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยได้แปลระดับความคิดเห็น โดยใช้ค่าเฉลี่ยของคะแนนเป็นตัวชี้วัด โดยกำหนดช่วง (Interval Scale) ในการวัดเท่ากัน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยในระดับมากที่สุด	4.51-5.00
เห็นด้วยในระดับมาก	3.51-4.50
เห็นด้วยในระดับปานกลาง	2.51-3.50
เห็นด้วยในระดับน้อย	1.51-2.50
เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด	1.01-1.50

ตอนที่ 3 แปลความหมายจากผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด แล้วนำมาแปลความร้อย เรียงเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

แบบสอบถามที่ได้รับคืนมาต้องนำมาตรวจสอบและคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน ตอบข้อคำถามทุกรายการ สามารถนำมาวิเคราะห์ทางสถิติได้ทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 หลังจากนั้น นำแบบสอบถามทั้งหมดไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยบันทึกข้อมูลและใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อประมวลผลข้อมูลทางสถิติสำหรับงานวิจัยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วน จากนั้นแปลความหมายในลักษณะบรรยาย ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการเข้าร่วม กิจกรรมทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percent)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน วิเคราะห์รายข้อและรายด้าน โดยหาจำนวนร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ใช้การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบความเรียง

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

1. กลุ่มเป้าหมาย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) คือ กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ กลุ่มที่ 2 นักวิชาการ บุคลากรภาครัฐ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว สมาพันธ์การท่องเที่ยวสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กลุ่มที่ 4 ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน หัวหน้าชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สัมภาษณ์บุคลากรทั้ง 4 กลุ่มละ 10 คน รวม 40 คน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล สัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) หน่วยงาน ภาครัฐ ภาค เอกชน และภาคประชาชน ในพื้นที่ที่ศึกษา เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แสดงทัศนะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย

3. เครื่องมือในการวิจัย การสัมภาษณ์ จะมีคำถามปลายเปิดโดยเน้นถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย ซึ่งนักวิจัยบันทึกข้อมูลจากการเล่าเรื่อง และการบันทึกเทปพร้อมๆ กัน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยอาศัยหลัก/ทฤษฎี การนำเสนอจะใช้วิธีการนำเสนอโดยการเขียนบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Approach) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ใช้การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ การตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ได้จากบุคคลที่แตกต่างกันในเวลาและสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ในเรื่องเดียวกันได้คำตอบที่เหมือนกัน

การนำเสนอการวิจัยในครั้งนี้ได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ 2 ส่วน คือ ข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นดังนี้

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย จะนำเสนอในรูปแบบของตารางโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับอธิบายตัวแปรต่างๆ ได้แก่ ค่าความถี่ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) ตามลักษณะตัวแปร พร้อมกับการเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ การนำเสนอจะใช้วิธีการนำเสนอโดยการเขียนบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Approach) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก

3. การสร้างแนวทางพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา จากข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการนำเสนอโดยการเขียนบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Approach)

บทที่ 4 ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม (Questionnaire)

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ โดยการวิเคราะห์ค่าความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการ โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความต้องการนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด 471 คน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 26 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 6,000 หยวนขึ้นไป และมีสถานภาพโสด ดังแสดงในตาราง 4.1

ตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	150	31.85
หญิง	321	68.15
2. อายุ		
ต่ำกว่า 26 ปี	188	39.92
26-35 ปี	156	33.12
36-45 ปี	64	13.59
45 ปีขึ้นไป	52	11.04
ไม่ระบุ	11	2.34
3. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	99	21.02
ปริญญาตรี	256	54.35
สูงกว่าปริญญาตรี	77	16.35
ไม่ระบุ	39	8.28
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	123	26.11
เกษตรกร	15	3.18
รับราชการ	58	12.31
รัฐวิสาหกิจ	57	12.10
พนักงานบริษัทเอกชน	62	13.16
ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ	23	4.88
รับจ้างทั่วไป	31	6.58
รับจ้าง/ลูกจ้าง	24	5.10
อื่นๆ เช่น แพทย์	1	0.21
ไม่ระบุ	77	16.35
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 1,000 หยวน	86	18.26
1,000-2,000 หยวน	19	4.03
2,001-3,000 หยวน	37	7.86

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3,001-4,000 หยวน	65	13.80
5,001-6,000 หยวน	75	15.92
6,000 หยวนขึ้นไป	162	34.39
ไม่ระบุ	27	5.73
6. สถานภาพ		
โสด	266	56.48
สมรส	197	41.83
หย่า	8	1.70
รวม	471	100.00

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของความคิดเห็นด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14, S.D. 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.16, S.D. 0.76) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.15, S.D. 0.76) อยู่ในระดับมาก และด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.04, S.D. 0.78) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว	4.15	0.76	มาก
1.1 คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม	4.19	0.74	มาก
1.1.1 ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีล้านนา	4.23	0.69	มาก
1.1.2 ความงามทางศิลปวัฒนธรรมล้านนา	4.25	0.74	มาก
1.1.3 ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและ องค์ความรู้ล้านนาอย่างต่อเนื่อง	4.23	0.74	มาก

ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1.1.4 ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีล้านนาที่สืบค้นได้	4.16	0.74	มาก
1.1.5 ความผูกพันต่อท้องถิ่นล้านนา เช่น การทำ กิจกรรมร่วมกับชุมชน	4.10	0.81	มาก
1.1.6 ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ล้านนา เช่น การใช้ภาษาท้องถิ่น การแต่งกายด้วย ผ้าพื้นเมือง	4.19	0.71	มาก
1.2 ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม	4.07	0.78	มาก
1.2.1 ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.02	0.80	มาก
1.2.2 ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว	4.17	0.73	มาก
1.2.3 ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทำร่ม กิจกรรมทอผ้าพื้นเมือง	4.01	0.81	มาก
2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว	4.04	0.78	มาก
2.1 มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน	4.00	0.81	มาก
2.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก เช่น การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	4.06	0.79	มาก
2.3 ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ	4.07	0.75	มาก
3. การบริหารจัดการ	4.16	0.76	มาก
3.1 การจัดการด้านการรักษาสภาพแวดล้อมของ แหล่งท่องเที่ยว	4.28	0.72	มาก
3.2 การจัดการด้านการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	4.23	0.72	มาก
3.3 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่	4.16	0.72	มาก
3.4 การจัดการด้านการติดตามและการประเมิน การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว	4.11	0.75	มาก
3.5 การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภค แก่นักท่องเที่ยว	4.12	0.78	มาก
3.6 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.10	0.79	มาก
3.7 การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก	4.11	0.81	มาก
รวม	4.14	0.76	มาก

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความต้องการนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3.1 ระดับความต้องการนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของระดับความต้องการนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต้องการมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07, S.D. 0.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ประเด็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.24, S.D. 0.75) อยู่ในระดับต้องการมาก รองลงมาคือ ประเด็นป้ายประชาสัมพันธ์อธิบายข้อมูลในบริเวณจุดประชาสัมพันธ์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.16, S.D. 0.81) อยู่ในระดับต้องการมาก ประเด็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นวัฒนธรรมดั้งเดิม และประเด็นการปรับปรุงการคมนาคมให้ดีขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.13, S.D. 0.78 และ 0.84) อยู่ในระดับต้องการมาก ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ประเด็นการปรับปรุงป้ายประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายคำอธิบายที่เป็นภาษาจีนและภาษาอังกฤษ ป้ายบอกทิศทางไปห้องน้ำ ป้ายเตือนนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.71, S.D. 0.49) อยู่ในระดับต้องการมากตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.3

ตารางที่ 4.3 ระดับความต้องการนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความต้องการ		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. รูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	4.24	0.75	มาก
2. รูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นวัฒนธรรมดั้งเดิม	4.13	0.78	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งพัก ถังขยะ	4.03	0.92	มาก
4. ป้ายประชาสัมพันธ์อธิบายข้อมูลในบริเวณจุด ประชาสัมพันธ์ต่างๆ	4.16	0.81	มาก
5. มัคคุเทศน์ประจำสถานที่ท่องเที่ยว	4.02	0.88	มาก
6. การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว	3.84	0.89	มาก
7. การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องการ	3.95	1.03	มาก
8. การปรับปรุงการคมนาคมให้ดีขึ้น	4.13	0.84	มาก
9. การปรับปรุงป้ายประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายคำอธิบายที่ เป็นภาษาจีนและภาษาอังกฤษ ป้ายบอกทิศทางไปห้องน้ำ ป้ายเตือนนักท่องเที่ยว	3.71	0.49	มาก
รวม	4.07	0.85	มาก

3.2 ความคิดเห็นต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของไทยว่า ควรพัฒนา ด้านการคมนาคม เช่น จัดให้มีรถโดยสารสาธารณะมากขึ้น และไม่มีมลพิษทางเสียง การคมนาคม กระจุกตัวเขาให้มีความปลอดภัยมากขึ้น ถนนไม่ขรุขระ เป็นต้น มากที่สุด รองลงมาคือ ควรมี การประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น ป้ายต่างๆ ควรมีคำอธิบายที่เป็น ทั้งภาษาจีน และภาษาอังกฤษที่ถูกต้องให้มากขึ้น มีเครื่องบันทึกเสียงภาษาจีนแนะนำสถานที่ ท่องเที่ยว จัดทำคู่มือภาษาจีนแจกมากขึ้น เป็นต้น และควรยกระดับคุณภาพด้านความปลอดภัย และ ความอบอุ่นให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การไม่เอาไรต์เอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยวตามสถานที่ ท่องเที่ยวต่างๆ ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.4

ตารางที่ 4.4 ความคิดเห็นต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของไทย

ความคิดเห็น	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
- ควรพัฒนาด้านการคมนาคม เช่น จัดให้มีรถโดยสารสาธารณะมากขึ้น และไม่มีมลพิษทางเสียง การคมนาคมกรณีขึ้นเขาให้มีความปลอดภัยมากขึ้น ถนนไม่ขรุขระ เป็นต้น	18	14.52
- ควรมีการประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ในรูปแบบต่างๆ เช่น ป้ายต่างๆ ควรมีคำอธิบายที่เป็นทั้งภาษาจีน และภาษาอังกฤษที่ถูกต้องให้มากขึ้น มีเครื่องบันทึกเสียงภาษาจีนแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จัดทำคู่มือภาษาจีนแจกมากขึ้น เป็นต้น	10	8.06
- ควรยกระดับคุณภาพด้านความปลอดภัย และความอบอุ่นให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การไม่เอารัดเอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	9	7.26
- มีการเพิ่มถังขยะในสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น	8	6.45
- มุ่งการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ลดการใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงในสถานที่ท่องเที่ยว	6	4.84
- พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย เปิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่มีทิวทัศน์สวยงามให้มากขึ้น	5	4.03
- ส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์นำเสนอเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมไทยของสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น	4	3.23
- เพิ่มกิจกรรมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมให้มากขึ้นและให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม	4	3.23
- มุ่งการพัฒนาอย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง	3	2.42
- ยกระดับคุณภาพภัตตาคาร ร้านอาหาร วัฒนธรรมอาหารในหลายๆ ด้าน รวมทั้งมีเมนูที่เป็นภาษาจีน	3	2.42
- ควรอนุรักษ์ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมของคนไทยไว้ให้คนรุ่นหลังได้สืบสานต่อไป	3	2.42
- ยกระดับคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม หรือที่พักให้ดีขึ้น เช่น การมี Wi-Fi ให้กับนักท่องเที่ยว	3	2.42

ความคิดเห็น	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
- เพิ่มศักยภาพให้มัคคุเทศก์ เช่น ให้นักไทยเรียนภาษาจีน เพื่อให้สามารถสนทนากับนักท่องเที่ยวจีนได้ หรือเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายละเอียดของวัฒนธรรมท้องถิ่น	3	2.42
- สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในสถานที่ท่องเที่ยวต้องพร้อมสมบูรณ์ เช่น ลดการต่อแถวเป็นเวลานาน	3	2.42
- ควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวในแต่ละวันเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวรวมทั้งการพัฒนาดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น	2	1.61
- เพิ่มความสะดวกของสิ่งก่อสร้างและความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว	2	1.61
- สถานที่ท่องเที่ยวควรมีน้ำร้อนไว้คอยบริการ มีบริการน้ำดื่มฟรี	2	1.61
- ธุรกิจร้านค้า/การขายของมีมากเกินไป ควรลดปริมาณให้น้อยลง	2	1.61
- เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในประเทศจีนให้มากขึ้น	2	1.61
- อื่นๆ เช่น เพิ่มเจ้าหน้าที่คอยให้คำอธิบายต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว, พัฒนาแอปพลิเคชันต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	12	9.68
- ไม่มีโดยรวมதியுள்ளது	20	16.13
รวม	124	100.00

ผลการวิจัยจากแบบสัมภาษณ์

ผลวิจัยเชิงคุณภาพ เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ พบว่า จากการศึกษาแนวทางการจัดการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถสรุปแยกตามประเด็นได้ ดังต่อไปนี้

ความดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย จัดว่ามีความโดดเด่น สวยงาม เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปว่ามีศักยภาพในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากในแต่ละปี แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพียงแค่ความดึงดูดใจด้านสถานที่ ตัวแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ ซึ่งจาก

ผลการศึกษา พบว่า ในการที่จะกระตุ้นและสร้างแรงดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมและพึงพอใจได้นั้น จำเป็นจะต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาองค์ประกอบด้านอื่น เช่น

- พัฒนาสินค้าและบริการ ให้มีความแปลกใหม่ มีเอกลักษณ์ล้านนา และคุณภาพดี
- การมุ่งเน้นแสดงออกให้เห็นถึงความงดงามและความเป็นอัตลักษณ์ของล้านนาอย่างชัดเจน เช่น อาหาร ภาษา การแต่งกาย และวิถีชีวิต เป็นต้น
- การรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของสถานที่ ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม โบราณ วิถีประเพณี ให้คงอยู่ โดยผสมให้มีความร่วมสมัยในด้านต่างๆ อย่างเหมาะสม
- ส่งเสริมให้มีการปลูกพืชพรรณไม้สวยงามพื้นถิ่น ที่หายาก เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของสถานที่ด้วยความงามตามธรรมชาติ
- พัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องเล่า (Story) กับสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนให้มีความชัดเจน เชื่อถือได้

นอกจากประเด็นตามที่ได้ระบุข้างต้น สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่ง ก็คือ สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและเยาวชนในท้องถิ่น ด้านการให้บริการและพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการวางแผนการจัดการและรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้คงความเป็นอัตลักษณ์และยั่งยืน

ความสามารถในการเข้าถึง จากการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนมากจะอยู่ในพื้นที่ที่มีการเข้าถึงได้โดยสะดวก เนื่องจากอยู่ในแหล่งชุมชน หรือตั้งอยู่กลางใจเมือง แต่อย่างไรก็ตามยังคงมีปัจจัยสำคัญที่ต้องเร่งปรับปรุงและพัฒนา นั่นคือ

- ระบบการขนส่งสาธารณะ ควรจัดให้มีระเบียบและมีประสิทธิภาพมากกว่าที่เป็นอยู่ โดยการจัดให้มีรถบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวที่เป็นระบบ ทั้งทางด้านของตารางเวลา เส้นทาง และราคาที่เป็นมาตรฐาน
- ควรจัดระเบียบเส้นทางจราจร และบริการรถขนส่งสาธารณะ ที่สามารถสร้างความเชื่อมโยงการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยว
- ต้องมีการเพิ่มในส่วนของป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้มีหลายภาษา เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลสารสนเทศที่เข้าใจได้ง่ายแก่นักท่องเที่ยว
- ควรมีการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ โปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความชัดเจนและหลากหลาย เพื่อช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวก จากการศึกษา พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่มีการพัฒนาอยู่ในระดับที่น่าพอใจ แต่ในบางด้านก็ควรต้องมีการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ เป็นต้น ให้มีจำนวนมากที่เพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว ต้องมีความสะอาด และปลอดภัย นอกจากนี้ตามแหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบบริการ

สัญญาณอินเทอร์เน็ตฟรี มีจุดให้บริการข้อมูลความรู้แก่นักท่องเที่ยว มีร้านค้าที่ให้บริการจำหน่ายสินค้าและบริการอย่างครบครัน มีการพัฒนาระบบดูแลรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

ที่พัก สถานที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวมีการกระจายตัว และมีระดับมาตรฐานที่หลากหลาย แต่ตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นที่นิยม ที่พักที่อยู่ใกล้โดยมากจะมีลักษณะเป็นบ้านพัก กึ่ง Home Stay หรือเป็นหอพักที่มีพื้นที่จำกัด บางแห่งอยู่ในแหล่งเสื่อมโทรม และที่สำคัญมีจำนวนไม่มากนัก ดังนั้นจากผลการศึกษา พบว่า ควรมีการพัฒนาคุณภาพของที่พักโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน โดยให้มีลักษณะ ดังนี้

- ต้องมีความครบถ้วนของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า เครื่องทำน้ำอุ่น แอร์คอนดิชัน กระจกน้ำร้อน โทรทัศน์ ไม้กวาด เป็นต้น

- ต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด

- ต้องมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย

- ควรปรับปรุงและพัฒนาที่พักรอบบริเวณแหล่ง ให้มีรูปแบบโล่งโปร่งสบาย ใกล้เคียงธรรมชาติ การตกแต่งควรให้มีความสอดคล้องกับบริบทชุมชนท้องถิ่น แต่คงไว้ซึ่งความโดดเด่นแห่งเอกลักษณ์ล้านนา

- ราคา ควรกำหนดให้เป็นมาตรฐาน แปรผันตามคุณภาพของที่พัก เพื่อป้องกันการกำหนดราคาสูงเกินจริง

กิจกรรม จากผลการศึกษา พบว่า เพื่อเป็นส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยภาพรวมของการจัดกิจกรรมต้องมีลักษณะ ดังนี้

- เป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ แสดงออกถึงความเป็นล้านนาที่ผสมผสานระหว่างความดั้งเดิมกับสมัยนิยม เพื่อสร้างความแปลกใหม่และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว

- ควรมีความสอดคล้องกับเรื่องราว ตำนาน วิถีชีวิต ประเพณีอันดีงามของแหล่งท่องเที่ยว และชุมชนโดยรอบ

- ควรมีการวางแผนกำหนดตารางเวลาและสถานที่ที่ชัดเจน และหมุนเวียนไปตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถจัดตารางการท่องเที่ยวได้ชัดเจน หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการอย่างแท้จริง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาที่สอดคล้องกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวจีน งานวิจัยนี้จะได้เป็นประโยชน์กับชุมชน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงองค์กรต่างๆ

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอารยธรรมล้านนา ในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้แบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 471 คน ตลอดจนสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ นักวิชาการ บุคลากรภาครัฐ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว สมาพันธ์การท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน ประชาชนชาวบ้าน หัวหน้าชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 40 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างมีประสิทธิภาพให้มีความสอดคล้องกับการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาให้เกิดความร่วมมือกันของทุกภาคส่วน ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อให้เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีความยั่งยืน ผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด 471 คน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 26 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 6,000 หยวนขึ้นไป และมีสถานภาพโสด

2. ศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ผลการสำรวจศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา พบว่า โดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริหารจัดการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก และด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

3. ความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ผลการสำรวจความต้องการนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต้องการมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ประเด็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อยู่ในระดับต้องการมาก รองลงมาคือ ประเด็นป้ายประชาสัมพันธ์-อธิบายข้อมูลในบริเวณจุดประชาสัมพันธ์ต่างๆ อยู่ในระดับต้องการมาก ประเด็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นวัฒนธรรมดั้งเดิม และประเด็นการปรับปรุงการคมนาคมให้ดีขึ้นอยู่ในระดับต้องการมาก ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ประเด็นการปรับปรุงป้ายประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายคำอธิบายที่เป็นภาษาจีนและภาษาอังกฤษ ป้ายบอกทิศทางไปห้องน้ำ ป้ายเตือนนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับต้องการมาก

4. แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ผลการสำรวจการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของไทยว่าควรพัฒนาด้านการคมนาคม เช่น จัดให้มีรถโดยสารสาธารณะมากขึ้น และไม่มีมลพิษทางเสียง การคมนาคมกรณีขึ้นเขาให้มีความปลอดภัยมากขึ้น ถนนไม่ขรุขระ เป็นต้น มากที่สุด รองลงมาคือ ควรมีการประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ในรูปแบบต่างๆ เช่น ป้ายต่างๆ ควรมีคำอธิบายที่เป็นทั้งภาษาจีน และภาษาอังกฤษ ที่ถูกต้องให้มากขึ้น มีเครื่องบันทึกเสียงภาษาจีนแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จัดทำคู่มือภาษาจีนแจกมากขึ้น เป็นต้น และควรยกระดับคุณภาพด้านความปลอดภัย และความอบอุ่นให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การไม่เอาไรต์เอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ในมุมมองของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ อาทิ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ นักวิชาการ บุคลากรภาครัฐ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว สมาพันธ์การท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน

ปราชญ์ชาวบ้าน หัวหน้าชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สัมภาษณ์บุคคลากรทั้งหมด 40 คน ผลการสัมภาษณ์ โดยการแยกประเด็นรายการด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

ด้านความดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย จัดว่ามีความโดดเด่น สวยงาม มีศักยภาพในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ยังมีความต้องการด้านการกระตุ้น และสร้างแรงดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยว จึงเสนอแนวทางดังนี้

- พัฒนารูปแบบของสินค้าและบริการ ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ล้ำนา และคุณภาพดี
- มุ่งเน้นให้แสดงออกถึงความงดงามและความเป็นอัตลักษณ์ของล้านนาอย่างชัดเจน เช่น อาหาร ภาษา การแต่งกาย และวิถีชีวิต เป็นต้น
- รักษาความเป็นอัตลักษณ์ของสถานที่ ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม โบราณ วิถีประเพณี ให้คงอยู่ โดยผสมให้มีความร่วมสมัยในด้านต่างๆ อย่างเหมาะสม
- ส่งเสริมให้มีการปลูกพืชพรรณไม้สวยงามพื้นถิ่น ที่หายาก เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของสถานที่ด้วยความงามตามธรรมชาติ
- พัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องเล่า (Story) กับสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนให้มีความชัดเจน เชื่อถือได้

ด้านความสามารถในการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ส่วนมากจะอยู่ในพื้นที่ที่มีการเข้าถึงได้โดยสะดวก เนื่องจากอยู่ในแหล่งชุมชน หรือตั้งอยู่กลางใจเมือง แต่ยังคงมีปัจจัยสำคัญที่ต้องดำเนินการ ได้แก่

- การจัดให้มีระเบียบระบบการขนส่งสาธารณะให้มากกว่าที่เป็นอยู่ ครอบคลุมให้ครอบคลุมทั้งทางด้านของตารางเวลา เส้นทาง และราคาที่เป็นมาตรฐาน
- สร้างความเชื่อมโยงการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ควรจัดระเบียบเส้นทาง การจราจร และบริการรถขนส่งสาธารณะ ที่สามารถ
- ต้องมีการเพิ่มในส่วนของป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ให้มีหลายภาษา เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลสารสนเทศที่เข้าใจได้ง่ายแก่นักท่องเที่ยว
- การพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ ที่ความชัดเจนและหลากหลาย

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีการพัฒนาเป็นลำดับ แต่ในบางด้านต้องดำเนินการ เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ เป็นต้น การรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งควรมีระบบบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตฟรี มีจุดให้บริการข้อมูลความรู้แก่นักท่องเที่ยว มีร้านค้าที่ให้บริการจำหน่ายสินค้าและบริการอย่างครบครัน

ด้านที่พัก สถานที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีการกระจายตัว และมีระดับมาตรฐานที่หลากหลาย แต่ตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นที่นิยม ที่พักที่อยู่ใกล้โดยมากจะมีลักษณะเป็นบ้านพักกึ่ง Home Stay หรือเป็นหอพักที่มีพื้นที่จำกัด บางแห่งอยู่ในแหล่งเสื่อมโทรม และที่สำคัญมีจำนวนไม่มากนัก ดังนั้น จากผลการศึกษา พบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพของที่พักโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน โดยให้มีลักษณะ ดังนี้

- ต้องมีความครบถ้วนของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า เครื่องทำน้ำอุ่น แอร์คอนดิชัน กระจกน้ำร้อน โทรทัศน์ ไม้กวาด เป็นต้น
- ต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด
- ต้องมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย
- ปรับปรุงและพัฒนาที่พักรอบบริเวณแหล่ง ให้มีรูปแบบโล่งโปร่งสบาย ใกล้ชิดธรรมชาติ การตกแต่งควรให้มีความสอดคล้องกับบริบทชุมชนท้องถิ่น แต่คงไว้ซึ่งความโดดเด่นแห่งเอกลักษณ์ล้านนา
- ราคา ควรกำหนดให้เป็นมาตรฐาน แปรผันตามคุณภาพของที่พัก เพื่อป้องกันการกำหนดราคาสูงเกินจริง

ด้านกิจกรรม กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต้องมีประสิทธิภาพ อาทิเช่น

- เป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ผสมผสานความเป็นล้านนากับความเป็นสมัยนิยมเพื่อสร้างความแปลกใหม่และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว
- การวางแผนกำหนดตารางเวลาและสถานที่ที่ชัดเจน และหมุนเวียนไปตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถจัดตารางการท่องเที่ยวได้ชัดเจน หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการอย่างแท้จริง

อภิปรายผล

1. ศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จัดได้ว่ามีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านของการบริหารจัดการด้าน การดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว และการรองรับด้านการท่องเที่ยว โดยพิจารณารายด้าน ดังนี้

ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ อาทิ การจัดการด้านการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ ด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก จากผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย มีศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระพล ทองมา และคณะ (2554) กล่าวว่าการจัดการการท่องเที่ยวที่ดีและเป็นที่ยั่งยืนจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ไม่ทำลายศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นและไม่มองว่าศิลปวัฒนธรรมเป็นเพียงสินค้าด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น 2) ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของท้องถิ่นและ 3) นักท่องเที่ยวซึ่งเปรียบเสมือนเป็นแขก (Guests) และเจ้าของชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นเสมือนเจ้าของบ้าน (Hosts) ต้องสร้างความเข้าใจอันดีเกิดมิตรภาพ มีความสามัคคีและอยู่ร่วมกันอย่างสันติไมใช่แค่เพียงกลับไปแล้วเปิดอัลบั้มภาพดูก็เท่านั้น

ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม เช่น ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีล้านนา ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรมล้านนา ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ล้านนาอย่างต่อเนื่อง ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีล้านนาที่สืบค้นได้ ความผูกพันต่อท้องถิ่นล้านนา เช่น การทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ล้านนา เช่น การใช้ภาษาท้องถิ่น การแต่งกายด้วยผ้าพื้นเมือง และด้านศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม เช่น ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทำร่ม กิจกรรมทอผ้าพื้นเมือง จากงานวิจัยพบว่าแหล่งท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม การแต่งกาย และของที่ระลึก เป็นต้น จากผลดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบงานวิจัยของ กาญจนา สุค์ณธสิริกุล (2558) ซึ่งกล่าวว่าการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว จะต้องดึงเอาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นออกมาให้ได้ ให้เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เช่น ของฝากและของที่ระลึกของชุมชนจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ประดิษฐ์โดยนำวัตถุดิบของท้องถิ่น โดยนำมาพัฒนารูปแบบและคุณภาพของสินค้าของที่ระลึก

ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว เช่น มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร และคณะ (2559) ทำการวิจัยแนวทางการจัดการศักยภาพด้านความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ได้เสนอแนะถึงควรคำนึงถึงมิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ

ด้านกายภาพ ด้านนิเวศวิทยา และด้านความรู้สึก และงานวิจัยของ ศิวตล แก้วพวงใหม่ (2552) กล่าวถึงการอนุรักษ์และการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี ควรมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะขึ้นไปท่องเที่ยวบนลานสนกุสอยดาวก็จะทำให้ไม่เกิดปัญหา ในเรื่องของการขาดแคลนน้ำ และไม่ต้องมีสิ่งปลูกสร้างบนลานสนกุสอยดาวมากเกินไปหรือต้องมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวจีนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีความต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ที่สำคัญอยากให้เน้นวัฒนธรรมดั้งเดิม งานวิจัยของ วาทีน อธิศิริเวทย์ (2551) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมากที่สุด คือ วัฒนธรรมไทยและวิถีชีวิตไทย ที่ถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย สถานที่เลือกไปส่วนใหญ่เป็นสถานที่ทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิต สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และมีความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์ และข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการต้อนรับแบบไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน รตินธร (2555) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย ได้แก่ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติ ทะเลและชายหาดที่สวยงาม และความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยว ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งพัก ถังขยะ มีความสะอาดและเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว และงานวิจัยของ อธิชา แฉวงโสภณ (2558) ทำการศึกษาเรื่องการยกระดับการบริการโรงแรมและที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก เช่น อินเทอร์เน็ต เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยว พรตารา หลวงเจริญ (2552) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านสถานที่ตั้งของโรงแรมที่อยู่ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก ถือได้ว่าเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวยังมีความต้องการเรื่องของป้ายประชาสัมพันธ์ที่อธิบายข้อมูลในบริเวณจุดประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีคฤหาสน์ประจำสถานที่ท่องเที่ยว การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องการ และการปรับปรุงการคมนาคมให้ดีขึ้น

3. แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

การวางแผนพัฒนาการบริหารจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน จะสำเร็จได้จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรอิสระ

และชุมชน ในด้านการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขั้นตอนของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น จะประกอบไปด้วย

3.1 การตลาดที่จะต้องตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว การวางแผนโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3.2 การวางแผนการใช้พื้นที่การวางแผนการขนส่ง การประเมินผลกระทบและศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังรวมถึงการจัดการโครงสร้างองค์กรและการจัดการที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

3.3 การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพร้อมกับการอนุรักษ์พัฒนาวัฒนธรรมให้ยั่งยืนในระยะยาวต่อไป (กาญจนา แสงลี้มสุวรรณ และศรันยา แสงลี้มสุวรรณ, 2555)

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของไทยว่า ควรพัฒนาด้านการคมนาคม เช่น จัดให้มีรถโดยสารสาธารณะมากขึ้น และไม่มีมลพิษทางเสียง การคมนาคมกรณีขึ้นเขาให้มีความปลอดภัยมากขึ้น ถนนไม่ขรุขระ เป็นต้น เป็นประเด็นที่สำคัญมากที่สุด ธนัชชา ฤทธิ์เดช (2558) ได้ให้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควรปรับทัศนียภาพให้น่าดึงดูดใจ สะดวก ปลอดภัย มีป้ายบอกทางชัดเจน เพื่อให้เกิดความสะดวกกับนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคม

แนวทางการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยแยกออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านดึงดูดใจ ผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่น สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ เพื่อให้เกิดการบอกต่อ และเที่ยวซ้ำ

1.1 ควรกระตุ้นและสร้างแรงดึงดูดใจ ให้มีความต่อเนื่องและยั่งยืน

1.2 ควรพัฒนารูปแบบของสินค้าและบริการ เน้นความเป็นเอกลักษณ์ล้ำนา เช่น สินค้าพื้นเมือง อาหาร การแต่งกาย วิถีชีวิต

1.3 เพิ่มการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องเล่า (Story) กับสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชน

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรจนา แสนไชย จันทระประยูร และวัชรวิวัฒน์ ศศิพลิน (2555) พบว่า การให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนจะมีส่วนช่วยในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว เช่น การตักบาตร การทำบุญ ไหว้พระ รดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ เป็นต้น เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้ทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของไทยที่โดดเด่นในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า วัฒนธรรมไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ภูมิอากาศที่ดี และที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ไม่ไกลใช้เวลาเดินทางไม่นาน เป็นสิ่งที่ทำให้ดึงดูดใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย

2. ด้านความสามารถในการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย พบว่า

2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่อยู่ใจกลางเมือง หรือใกล้แหล่งชุมชน จึงทำให้เข้าถึงได้สะดวก

2.2 ปรับปรุงในส่วนของการจัดระเบียบการขนส่งสาธารณะ ในตรงเวลา ราคามาตรฐาน เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้ทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของไทยที่โดดเด่นในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่านักท่องเที่ยวพอใจกับโครงสร้างทางสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีการพัฒนาเป็นลำดับ ได้แก่

3.1 ควรมีการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ เป็นต้น ในการรองรับนักท่องเที่ยว

3.2 ควรมีระบบบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตฟรี มีจุดให้บริการข้อมูลความรู้แก่นักท่องเที่ยว

3.3 มีร้านค้าที่ให้บริการจำหน่ายสินค้าและบริการอย่างครบครัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีการศึกษาดี ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยวและสื่ออินเทอร์เน็ต

4. ด้านที่พัก สถานที่พักมีการกระจายตัว และส่วนใหญ่มีมาตรฐาน แต่ตามแหล่งท่องเที่ยวทางที่นิยมควรมีการพัฒนาคุณภาพของที่พักโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน โดยให้มีลักษณะดังนี้

4.1 ต้องมีความครบถ้วนของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า เครื่องทำน้ำอุ่น แอร์คอนดิชั่น กระจกน้ำร้อน โทรทัศน์ ทีวีจอแบน เป็นต้น

4.2 ต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด

4.3 ต้องมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย

4.4 ควรปรับปรุงและพัฒนาที่พักบริเวณแหล่ง ให้มีรูปแบบโล่งโปร่งสบาย ใกล้ชิดธรรมชาติ การตกแต่งควรมีความสอดคล้องกับบริบทชุมชนท้องถิ่น แต่คงไว้ซึ่งความโดดเด่นแห่งเอกลักษณ์ล้านนา

4.5 ราคา ควรกำหนดให้เป็นมาตรฐาน แปรผันตามคุณภาพของที่ปัก เพื่อป้องกันการกำหนดราคาสูงเกินจริง

5. ด้านกิจกรรม ผลการวิจัยเสนอแนวทางว่า

5.1 ควรเป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ผสมผสานความเป็นล้านนากับความทันสมัย

5.2 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว

สอดคล้องกับผลการวิจัยรูปแบบการจัดการที่ปักในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กิจกรรมการถ่ายทอดวิถีชุมชน เน้นการถ่ายทอดวัฒนธรรม เช่น ชุมชนมีการก่อตั้งกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มเยาวชนในการเผยแพร่และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสามารถทำให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ อีกทั้งกิจกรรมที่มีในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดเป็นกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวได้ เช่น สอนทำอาหารท้องถิ่น สอนจักสาน และทำปุ๋ยอินทรีย์ เป็นต้น (อรจนา แสนไชย จันทรประยูร และวัชรวิวรรณ ศศิผลิน, 2555) เช่นเดียวกับ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การได้มาหาประสบการณ์และพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ และพักผ่อนจากการทำงาน

5.3 ควรมีการประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ในรูปแบบต่างๆ เช่น ป้ายต่างๆ ควรมีคำอธิบายที่เป็นทั้งภาษาจีน และภาษาอังกฤษที่ถูกต้องให้มากขึ้น มีเครื่องบันทึกเสียงภาษาจีน แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จัดทำคู่มือภาษาจีนแจกมากขึ้น เป็นต้น ศศิธร เจตananท์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยนักท่องเที่ยวมีต้องการให้คนไทยสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวจีนได้รู้เรื่อง ประเทศไทยควรเน้นส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาที่ 3 คือ ภาษาจีน ให้กับบุคลากรการท่องเที่ยวของไทยได้มีความรู้ ความสามารถด้านภาษา

5.4 ควรยกระดับคุณภาพด้านความปลอดภัย และความอบอุ่นให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การไม่เอารัดเอาเปรียบหรือหลอกลวงนักท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร เจตananท์ (2557) ได้กล่าวถึง สินค้าหรือบริการ นักท่องเที่ยวจีนต้องการให้ผู้ประกอบการมีความจริงใจ ไม่หลอกลวงนักท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำได้

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น พบว่า ประเทศไทยมีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ในเชิงบวกของการท่องเที่ยวไทย คือ การมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมที่สวยงามและมีคุณค่าอย่างยิ่งแก่การอนุรักษ์ และอัยาศัยไมตรีของคนไทยที่คงความเป็นเอกลักษณ์มาจนถึงปัจจุบัน จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมา

ท่องเที่ยวแต่อย่างไรก็ตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรวมถึงทางภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ให้ความสำคัญถึงการมีส่วนร่วมในการวางแผน ปฏิบัติ ประเมิน จะเป็นโอกาสทางการตลาดทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจีน ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมากขึ้น เกิดการเที่ยวซ้ำ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ด้านวิชาการ

- ควรพัฒนามัคคุเทศก์ และบริษัททัวร์นำเที่ยว ในด้านการเห็นความสำคัญและห่วงแหนมรดกทางวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่า เพื่อที่จะสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติตัว มารยาท ที่ดีงามเหมาะสมที่นักท่องเที่ยวพึงปฏิบัติในระหว่างการเดินทาง และเข้าชม
- ควรพัฒนาทางด้านภาษาและจิตบริการ ให้แก่ ชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยว และองค์กร/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ด้านนโยบาย

- ส่งเสริมให้มีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กร หน่วยงาน และประชาชน เพื่อร่วมกันบริหารจัดการและดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้ยังคงความอัตลักษณ์ และมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

ด้านเศรษฐกิจ

- หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวในการวางแผนและกำหนดทิศทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยว

ด้านสังคมและชุมชน

- สร้างความตระหนักรู้ของคนในชุมชน ให้เห็นความสำคัญ มีความรัก ห่วงแหน และร่วมกันรักษาดูแลแหล่งท่องเที่ยว
- ควรมีการปรับแนวคิด ทัศนคติของผู้คนในชุมชนและท้องถิ่นในการให้บริการด้วยรอยยิ้ม ความจริงใจ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำที่ถูกต้องเหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตัวระหว่างการท่องเที่ยวตามแต่ละสถานที่ด้วยความเต็มใจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการทดลองแนวทางพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือปรับปรุงแนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรมภาษาไทย

- กรมการท่องเที่ยว. (2 พฤษภาคม 2556). *ททท.ทุ่มงบประมาณระดับคุณภาพวาง 5 ยุทธศาสตร์ 8 กลุ่มท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://newdot2.smartmultimedia.com/subweb/details/6/118/900>.
- กรวรรณ สังขกร, จักรี เตชะวารีย์ และกาญจนา จีรัตน์. (2556). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนรุ่นใหม่ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่*. ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ภูมิสังคมล้าหน้าในกระแสการพัฒนาสู่ประชาคมอาเซียน.
- กลุ่มสืบสานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ตำบลบ้านโสก อำเภอหล่มสักจังหวัดเพชรบูรณ์. (8 มิถุนายน 2558). เพชรบูรณ์. [เว็บไซต์] สืบค้นจาก <http://www.maengtabtao.com/>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- _____. (2556). *คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- _____. (15 มิถุนายน 2558). *แถลงข่าวเปิดงานปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558*. สืบค้นจาก http://www.mots.go.th/Ewt_ess.php?nid=6349.
- กระแสหนึ่งเงินตึงนักท่องเที่ยวเข้าเชียงใหม่. (25 กุมภาพันธ์ 2556). *กรุงเทพธุรกิจ*, บันเทิง, น. 5.
- กาญจนา สุคันธสิริกุล. (2558). *การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, สาขาเทคโนโลยีการจัดการ, สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม.
- กาญจนา แสงลี้มสุวรรณ และศรัณยา แสงลี้มสุวรรณ. (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. *วารสารนักบริหาร*, 32(4), 139-146.
- การท่องเที่ยวไทยกลางมรสุมของการแข่งขัน. (4 เมษายน 2558). *ผู้จัดการรายวัน*. น. 1.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2555). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ภาควิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ.
- คนจีนทะลักเที่ยวไทย กรุงเทพฯ สุดฮิต ดันท่องเที่ยวไตรมาสแรกโต. (17 มีนาคม 2558). *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/487445>.
- จริญญา ฌพิกุล และวรัชต์ มัธยมบุรุษ. (2555). การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย. *พะเยาวิจัย*, 167-175.

- จามร วังศรีแก้ว. (2553). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะวิทยาศาสตร์.
- จินตนา สนามชัยสกุล และคณะ. (2552). *ชุดโครงการการสืบสานและอนุรักษ์วัฒนธรรม พื้นบ้านไทหล่ม เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- เจนจิรา เงินจันทร์. (2554). *ปัจจัยศักยภาพทางการท่องเที่ยวของ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เจาะลึกเส้นทางสายไหม R3A (จบ) กองทัพอากาศวานทัวร์สุดฮิต จันทะลักเชียงใหม่-เชียงราย. (8 มกราคม 2558). *ประชาชาติธุรกิจออนไลน์*. [เว็บไซต์] สืบค้นจาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1422441391
- เฉลิมพล แจ่มจันทร์ และอรไท โสภารัตน์. (2555). การพำนักระยะยาวของคนญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ : การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดในช่วงก่อนและหลังการพำนัก. *วารสารญี่ปุ่นศึกษา*, 29(1), 17-34.
- ณัฐกานต์ เพ็งหาพันธ์. (2554). *การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ททท.เผยเชียงใหม่นักท่องเที่ยวจีนมีอัตราเพิ่มมากกว่า 50%. (25 เมษายน 2557). *ผู้จัดการออนไลน์*. น. ภูมิภาค, ภาคเหนือ.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (21 เมษายน 2552). พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน. *วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, (ฉบับที่ 1). สืบค้นจาก <http://www.ttresearch.org>.
- ธนชชา ฤทธิ์เดช. (2558). *แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 10(2), 18-33.
- ธิติมานันท์ พูนจันทร์. (2554). *วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นงลักษณ์ จันทาภากุล และนรินทร์ สังข์รักษา. (2556). การศึกษาศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาเงิน จังหวัดราชบุรี. *วารสารวิทยบริการ*, 24(2), 143-156.
- น้ำฝน นวลจันทร์. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มาท่องเที่ยวเมืองไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

- นิติปรียา จันทพงษ์. (2 กรกฎาคม 2559). สกว. หนุนแผนรับมือนักท่องเที่ยวจีน-แนะมารยาทที่ดี. สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย. สืบค้นจาก https://www.trf.or.th/index.php?Option=com_content&view=Article&id=6320:2015-03-27-08-12_59&catid=44&Itemid=369&option=comcontent&view=article&id=6320:2015-03-07-08-12-59&catid=44&Itemid=369.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- ประพัทธ์ชัย ไชยนอก. (2553). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษา บ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ฝนทิพย์ วุฒิพร. (2557). *การศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป*. คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พรดารา หลวงเจริญ. (2552). *ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชรรัตน์ ทารไชย. (2552). *การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อกำหนดแผนนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับจังหวัด*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พิจาริณี โล่ห์ชัยกุล. (2555). *ความสำคัญของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เพียงกานต์ นามวงศ์. (2552). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ. (2553). *รายงานการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ: ตลาดตะวันออก (แผนงานวิจัยการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง ปี 2551: ตลาดใหม่และความท้าทาย)*, เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ราชกิจจานุเบกษา. (28 มิถุนายน 2554). *ฉบับประกาศและงานทั่วไป เล่ม 128 ตอนพิเศษ 67ง. [เว็บบล็อก]*. สืบค้นจาก www.ratchakitcha.soe.go.th.
- ราณี อธิชัยกุล. (2552). *การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย, สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วันสาด ศรีสุวรรณ. (2553). *รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มน้ำตาปี*. ปรัชญาดุสิตบัณฑิต, สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วาทีน อธิศิริเวทย์. (2551). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- วีระพล ทองมา, วินิตรา ลีละพัฒนา และนวนจันทร์ ทองมา. (2554). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนชาวจีนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่อง อำเภอดอยหล่อ จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยแม่โจ้ร่วมกับสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ศศิธร เจตานนท์. (2557). *แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร และคณะ. (2559). *แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา*. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ*, 9(1), 234-259.
- ศิวดล แก้วพวงใหม่. (2552). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติภูสอยดาว จังหวัดอุดรธานี*. *งานค้นคว้าวิจัยอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนวิชา 154499, การค้นคว้าวิจัยอิสระมหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (3 กันยายน 2556). *"Tourism Hub" โอกาสท่องเที่ยวของไทย*. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <http://www.nic.go.th/gsic/uploadfile/Tourism-Hub.pdf>
- สัญญา ม่วงราช. (2553). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น : กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติคลองลาน อำเภอกองกลาง จังหวัดกำแพงเพชร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่. (5 เมษายน 2558). *รู้จักเชียงใหม่*. [เว็บไซต์] สืบค้นจาก <http://www.cm-mots.com/aboutus/index/1346643608.html>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- _____. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- เสถียรพงศ์ ตุงคนาค. (2550). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาลตำบลแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย).
- แสงเดือน รตินธร. (2555). *ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย*. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษา เอกชนแห่งประเทศไทย*, 18(2), 84-104.
- อริษา แขวงโสภา. (2558). *การยกระดับการบริการโรงแรมและที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

- อรจนา แสนไชย จันทระประยูร และวัชรวิวัฒน์ ศศิผลิน. (2555). *รูปแบบการจัดการที่พักสัมผัสชีวิตชนบท (Homestay Management) ที่เหมาะสมสำหรับชุมชนบ้านหม้อ ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อรรถพล จันทรเพ็ญ. (2554). *ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อชุมชน บริเวณคลองอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (4 เมษายน 2004) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. สืบค้นจาก <http://masterplan.andamanecotourism.com/>.
- อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). *พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Marketing Management*. (14th ed.). Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Kozak, M., & Decrop, A. (2009). *Handbook of Tourist Behavior: Theory and Practice*. New York: Routledge.
- Lei Jun. (2010). *Travel Behaviors of Chinese Tourists Travel Behavior in Chiang Mai, Thailand*. (Thesis). Maejo University.
- Likert, R. (1932). "A Technique for the Measurement of Attitudes". *Archives of Psychology* 140: 1-55.
- Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: people, Technology, Strategy* (7th ed.). Boston: Prentice Hall.
- Mowforth, M., & Munt, I. (2009). *Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World* (3th ed.). New York, USA: Routledge.
- Ozturk, A. B., & Qu, H. (2008). The impact of destination images on tourists' perceived value, expectations, and loyalty. *Journal of Quality Assurance In Hospitality and Tourism*, 9(4), 275-297.
- Reisinger, Y. (2009). *International Tourism: Cultures and Behavior*. Amsterdam Boston: Butterworth-Heinemann.

- R3A Path of Opportunity “Thai-China”. (12 January 2014). *Bangkokbiznews*. Retrieved from <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/619471>
- Synnovate Business Consulting. (22 May 2012). Promotion Plan for Small and Medium Enterprises Tourism Industry. Retrieved from https://issuu.com/kkkoykoy/docs/group_154_6581_20140109165751.
- Yamane, T. (1973). *“Statistics: an Introductory Analysis.”* New York: Harper & Row.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer focus Across the firm* (5th ed.). Boston: McGraw-Hill Irwin.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม
(ฉบับภาษาไทย)



ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามสำหรับการวิจัย

เรื่อง แนวทางพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างมี ประสิทธิภาพ

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () ต่ำกว่า 26 ปี () 26-35 ปี
() 36-45 ปี
() 45 ปีขึ้นไป
3. การศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ () นักเรียน/นักศึกษา () เกษตรกร
() รับราชการ
() รัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
() ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ
() รับจ้างทั่วไป () อื่นๆ
5. รายได้ต่อเดือน () ต่ำกว่า 1,000 หยวน () 1,000-2,000 หยวน
() 2,001-3,000 หยวน
() 3,001-4,000 หยวน () 5,001-6,000 หยวน
() 6,000 หยวนขึ้นไป
6. สถานภาพ () โสด () สมรส
() หย่า
7. คุณเดินทางมาจากภาคไหน และเมืองไหน ของประเทศจีน
ภาค..... เมือง..... มณฑล.....

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว					
1.1 คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม					
1.1.2 ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีล้านนา					
1.1.3 ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรมล้านนา					
1.1.4 ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ล้านนาอย่างต่อเนื่อง					
1.1.5 ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ประเพณีล้านนาที่สืบค้นได้					
1.1.6 ความผูกพันต่อท้องถิ่นล้านนา เช่น การทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน					
1.1.7 ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ล้านนา เช่น การใช้ภาษาท้องถิ่น การแต่งกายด้วยผ้าพื้นเมือง					
1.2 ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม					
1.2.1 ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
1.2.2 ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว					
1.2.3 ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทำร่ม กิจกรรมทอผ้าพื้นเมือง					

ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว					
2.1 มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ขั้นพื้นฐาน					
2.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัย ภายนอก เช่น การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน					
2.3 ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ต่างชาติ					
3. ศักยภาพการบริหารจัดการ					
3.1 การจัดการด้านการรักษาสภาพแวดล้อม ของแหล่งท่องเที่ยว					
3.2 การจัดการด้านการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว					
3.3 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่					
3.4 การจัดการด้านการติดตามและ การประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจาก การท่องเที่ยว					
3.5 การจัดการด้านการบริการและ สาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว					
3.6 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
3.7 การจัดการด้านการให้ความรู้และ การสร้างจิตสำนึก					

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม
(ฉบับภาษาจีน)

第二部分：对文化旅游景点特色的意见

文化旅游景点的潜力	等级				
	很好	好	一般	不好	差
1. 吸引游客的旅游特色					
1.1.1 文化艺术价值					
1.1.2 兰纳人文历史及民俗民风的选传承					
1.1.3 兰纳文化艺术之美					
1.1.4 兰纳本土知识及艺术的传承					
1.1.5 已发掘的兰纳历史、文化和习俗					
1.1.6 兰纳本土文化与当地居民的互动					
1.1.7 对兰纳特色文化的保护，如当地语言、当地着装服饰等					
1.2 当地特点及活动安排					
1.2.1 旅游景点的交通设施					
1.2.2 旅游的安全性					
1.2.3 丰富的旅游活动，如：手工制作油纸伞，织布等					
2. 旅游开发前景					
2.1 基础设施建设					
2.2 借助外部因素开发景点，如：政府的支持、个人协助等					
2.3 容纳国外游客数量					
3. 旅游管理					
3.1 景点环境保护工作					
3.2 景点修缮工作					
3.3 当地资源管理工作					
3.4 景点变化跟踪管理工作					
3.5 为游客提供的服务及基础设施工作					
3.6 活动组织管理工作					
3.7 增长见识及教化工作					

ภาคผนวก ค

แบบสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์

1. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่าในปัจจุบัน สิ่งที่เป็นปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้อง
เร่งแก้ไข

(เรียงลำดับตามความสำคัญ)

.....ความดึงดูดใจ (Attraction)

.....ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)

.....สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

.....ที่พัก (Accommodation)

.....กิจกรรม (Activity)

2. ท่านคิดว่าควรมีแนวทางการจัดการอย่างไร ในการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1 ความดึงดูดใจ (Attraction)

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

2.2 ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)

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

2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

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

2.4 ที่พัก (Accommodation)

.....

.....

.....

2.5 กิจกรรม (Activity)

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อการพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

.....

.....

.....

ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ ชื่อ-นามสกุล _____ ตำแหน่ง _____

โทรศัพท์ _____

ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ-นามสกุล	ดร.รุ่งนภา เลิศพัชรพงศ์
วัน เดือน ปีเกิด	27 ตุลาคม 2519
วุฒิการศึกษา	1998 B.Sc. (Agricultural Extension and Communication) Kasetsart University 2002 M.Ed. (Education Management) Suan Dusit Rajabhat University 2014 Ph.D. (Tourism and Leisure) University of Newcastle, Australia
ตำแหน่ง	อาจารย์ พนักงานมหาวิทยาลัย
ทุนวิจัย	ปีงบประมาณ 2559: ทุนสนับสนุนการวิจัยงบประมาณแผ่นดิน

ผลงานทางวิชาการ

รุ่งนภา เลิศพัชรพงศ์. (2558). โครงการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อทดสอบตลาดตามแนวทางมรดกโลกกินได้ ในพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชร ทุนวิจัย องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ปีงบประมาณที่ได้รับทุน พ.ศ.2558.

งานวิจัยที่กำลังทำ (หัวหน้าโครงการวิจัย)

รุ่งนภา เลิศพัชรพงศ์. (2560). การศึกษารูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา จังหวัดลำปาง (งบประมาณแผ่นดิน 2560) ล่วงแล้วร้อยละ 70

ประสบการณ์ทำงาน

2542 หัวหน้าสายชั้น โรงเรียนวัดบางปะกอก สังกัดกรุงเทพมหานคร
 2545 หัวหน้าศูนย์การศึกษา ศูนย์นครปฐม มหาวิทยาลัยราชภัฏ
 สวนดุสิต
 2547-2550 หัวหน้าศูนย์พัทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
 2557 ผู้ช่วยคณบดี โรงเรียนการท่องเที่ยวและบริการ
 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 ปัจจุบัน ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต
 สาขาวิชา Hospitality Management (International Programe)
 โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 1

ชื่อ-นามสกุล นางสาวสุติมา อ่อนแก้ว
 วัน เดือน ปีเกิด 12 มิถุนายน 2524
 วุฒิการศึกษา 2545 บธ.บ. (การจัดการธุรกิจ) มหาวิทยาลัยนเรศวร
 2552 รอ.ม. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
 ตำแหน่ง อาจารย์ พนักงานมหาวิทยาลัย

ประสบการณ์ทำงาน

2546-2547 เจ้าหน้าที่ฝ่ายสำรองที่นั่งและตั๋วโดยสาร สายการบินภูเก็ตแอร์
 2548-2549 เจ้าหน้าที่ฝ่ายการโดยสาร สายการบินเชียงใหม่แอร์ไลน์
 ประจำประเทศไทย
 2551 เลขานุการ สถานทูตบัลแกเรีย ประจำประเทศไทย
 ปัจจุบัน อาจารย์ หลักสูตรธุรกิจการท่องเที่ยว
 โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 2

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวพิมพ์ชนก สีหา
วัน เดือน ปีเกิด	13 มีนาคม 2530
วุฒิการศึกษา	2552 ปริญญาตรี การศึกษาศาสตรบัณฑิต (กศ.บ.) วิชาเอกภาษาอังกฤษ คณะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2554 ปริญญาโท ครุศาสตรมหาบัณฑิต (ค.ม.) สาขาวิธีวิทยาการวิจัย การศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ตำแหน่ง	นักวิจัย พนักงานมหาวิทยาลัย

ผลงานทางวิชาการ

- 2555 นักวิจัยในโครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า
บีทีเอส ประจำปี 2554
- นักวิจัยในโครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อกาดำเนินงาน
ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประจำปี 2555
 - นักวิจัยในโครงการสำรวจการรับรู้และความคิดเห็นต่อบริษัท บริหาร
สินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด ประจำปี 2555
 - นักวิจัยในโครงการสำรวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้รับบริการที่
มีต่อกรมการแพทย์ ประจำปี 2555
- 2556 นักวิจัยในโครงการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์
ของ กองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน (กปถ.)
- นักวิจัยในโครงการสำรวจความพึงพอใจผู้ประกอบการ ของสำนักงาน
ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประจำปี 2556
 - นักวิจัยในโครงการสำรวจความคิดเห็น และความพึงพอใจต่อการจัด
กิจกรรมศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ของบริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ จำกัด
 - คณะทำงานโครงการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนต่อแผนแม่บท
การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ
- 2557 นักวิจัยในโครงการสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อของประชาชน
ทั่วประเทศของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
- นักวิจัยในโครงการสำรวจสถานการณ์ การรับรู้ของผู้รับบริการและผู้มี
ส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานของกรมการแพทย์ ประจำปีงบประมาณ 2557

- นักวิจัยในโครงการสำรวจการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อบริษัท บริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด ประจำปี 2557
- นักวิจัยในโครงการสำรวจความพึงพอใจของภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ สสว. ประจำปี 2557
- นักวิจัยในโครงการสำรวจความพึงพอใจในบริการและผลิตภัณฑ์ของบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)
2558 นักวิจัยในโครงการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบบริการปฐมภูมิเขตเมืองแบบมีส่วนร่วม
- นักวิจัยในโครงการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ชมรายการ NBT World
- นักวิจัยในโครงการสำรวจความคิดเห็นเรื่อง “การปฏิรูปการศึกษา: คุณภาพการศึกษาของเด็กไทย”
- คณะทำงานการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาสลากกินแบ่งรัฐบาลและการดำเนินงานของ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล
2559 นักวิจัยในโครงการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและความเข้าใจต่อนโยบายด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล ของผู้รับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ภาคภาษาอังกฤษและสถานีโทรทัศน์อาเซียน (NBT World)
- นักวิจัยในโครงการสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม
- นักวิจัยในโครงการสำรวจความคิดเห็นต่อการพัฒนาตำรับอาหารไทย 5 ภาค บูรณาการกับการท่องเที่ยวเพื่อการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์
- นักวิจัยในโครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อฝ่ายงานต่างๆ ของธนาคารกสิกรไทย (ธนาคาร) บริษัทของธนาคารกสิกรไทย และกลุ่มบริษัทให้บริการสนับสนุนงานต่อธนาคารกสิกรไทย
2560 นักวิจัยในโครงการสำรวจความพึงพอใจจากการรับรู้ชมรายการโทรทัศน์ภาคภาษาอังกฤษ ในโครงการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ภาคภาษาอังกฤษและสถานีโทรทัศน์อาเซียน
- คณะทำงานการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) โครงการประเมินการรับรู้สื่อโฆษณาณมไทย-เดนมาร์ค

- คณะทำงานการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) การวิจัยเรื่องระบบขนส่งสาธารณะและการเดินทางของคนพิการในเขตกรุงเทพมหานคร ร่วมกับศูนย์การศึกษาพิเศษ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต และนางสาว ลอเรน เอเวอรี นักศึกษาปริญญาโท จาก University of Leeds ประเทศอังกฤษ

ประสบการณ์ทำงาน

- 2555 ผู้ช่วยนักวิจัย สังกัดสวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- 2556-2557 พนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ตำแหน่งนักวิจัย (สัญญา 1 พฤศจิกายน 2556)
- เลขานุการประธานดำเนินงานสวนดุสิตโพล
- 2558-ปัจจุบัน พนักงานมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ตำแหน่งนักวิจัย
- เลขานุการประธานดำเนินงานสวนดุสิตโพล
- ผู้ช่วยเลขานุการคณะกรรมการการบริหารโครงการความร่วมมือ ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ตรัง (รмп.2)

