

หัวข้อวิจัย	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเพื่อตอบสนองต่อช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงใหม่ หลวงพระบาง)
ผู้ดำเนินการวิจัย	รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ ดร. วรินทรา ศิริสุทธิกุล
หน่วยงาน	ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปี พ.ศ.	2556

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบนของประเทศไทย (เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงใหม่ หลวงพระบาง) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบนที่เชียงใหม่ ประเทศไทย เชียงทอง ประเทศลาว ประเทศละ 200 คน ที่เชียงใหม่ ประเทศพม่า และเชียงใหม่ ประเทศจีน ประเทศละ 100 คน รวมกลุ่มตัวอย่าง 600 คน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวตามเส้นทางนี้ในภาพรวมทั้ง 4 ประเทศอยู่ในระดับปานกลาง และมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในภาพรวม 4 ประเทศ อยู่ในระดับมาก โดยมีความตั้งใจท่องเที่ยวโดยใช้เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ ประเทศไทย เชียงรุ่ง ประเทศจีน อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก และมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตที่เชียงใหม่ ประเทศไทยมากเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ เชียงตุง ประเทศพม่า เชียงรุ่ง ประเทศจีน และเชียงใหม่ ประเทศลาว

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ รายได้ สัญชาติ แตกต่างกัน มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในภาพรวม 4 ประเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในภาพรวม 4 ประเทศไม่พบความแตกต่าง แต่พบว่าการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ การมีอัยาศัยที่ดีไมตรี และการให้คำแนะนำของชุมชนด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ส่วนด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

ผู้ประกอบการธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและภาครัฐ ต้องคำนึงถึงการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาพรวม 4 ประเทศ ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นักท่องเที่ยวใน 4 ประเทศมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวมีการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่เชียงตุง ประเทศพม่าเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ เชียงแสน ประเทศไทย เชียงทอง ประเทศลาว และเชียงรุ่ง ประเทศจีน ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศต้องให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์วัฒนธรรม ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Research Title	Sustainable Creative Tourism for fulfilling the gap between Tourists' Expectation and Perception toward the Tourism Routes in the Upper Greater Mekong Subregion: A Case Study of Thailand (Chiang Rai/Chiang Saen) – Republic of the Union of Myanmar (Keng Tung) - People's Republic of China (Jinghong) – Lao People's Democratic Republic (Chiang Thong, Luang Prabang)
Researcher	<ol style="list-style-type: none"> 1. Assoc.Prof.Supada Sirikudta 2. Dr. Paiboon Archarungroj 3. Dr. Varintra Sirisuthikul
Organization	<p>Department of Business Administration</p> <p>Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University</p>

Abstract

The purpose of this research is to study the factors effecting intention to participate in sustainable creative tourism, and to compare the expectation and perception of the tourists along the travel route in the Upper Greater Mekong Subregion of Thailand (Chiang Saen), Republic of the Union of Myanmar (Chiang Tung), the People's Republic of China (Chiang Rung) and Lao People's Democratic Republic (Chiang Thong, Luang Prabang). This research collected information from both Thai and foreign travelers travelling along the Upper Greater Mekong Subregion route. A total of 600 samples were collected, 200 samples each from Chiang Saen in Thailand and Chiang Tong in Laos, and another 100 each from Chiang Tung in Myanmar and Chiang Rung in China. The results showed that the respondents from 4 countries had overall perception and expectation in travelling along the routes at moderate level, while the intention to travel again in the future was at high level. The most intended travel route is boat route between Chiang Saen in Thailand to Chiang Rung in China, while the most intended future travel destination is Chiang

Saen in Thailand, following by Chiang Tung in Myanmar, Chiang Rung in China and Chiang Thong in Laos respectively.

Travelers with different occupations, incomes and nationalities from the 4 countries were different in terms of the intention to travel in the future at statistically significant level of 0.05

There is no significant different found in comparing between expectations and perceptions towards sustainable creative tourism factor. It was found that the travelers were satisfied in terms of creative economy factor, human interaction factor including good hospitality and advises from community, cultural travel and tourism factor, and travel landscape factor, while they were dissatisfied in term of authenticity at statistically significant level of 0.05

Entrepreneurs in travel industries and government sector need to consider perceptions towards creative tourism of the tourists from 4 countries in term of ecological tourism which statistically effects intention to travel in future at statistically significant level of 0.01

Travelers from 4 countries had different perceptions towards creative tourism at statistically significant level of 0.01, with tourists from Chiang Tung in Myanmar had the highest perception in sustainable creative tourism, following by Chiang Saen in Thailand, Chinag Thong in Laos and Chiang Rung in China. Therefore, government sectors and entrepreneurs in travel industries of each countries need to emphasize importance of creative tourism in the aspects of environment, cultural preservation, authenticity, human interaction, cultural travel and tourism, creative cultural landscape, and creative country border tourism.