

## บทคัดย่อ

### การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เส้นทางอารยธรรมล้านนา

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ประกอบกับในภาคเหนือตอนบนหรือเส้นทางอารยธรรมล้านนามีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านเอกลักษณ์วัฒนธรรมล้านนาที่โดดเด่น จึงมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนที่จะต้องสร้างองค์ความรู้ด้านการตลาดและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว การศึกษานี้ได้สำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคเหนือตอนบน พบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแตกต่างกัน ขึ้นกับปัจจัยภายในและภายนอก ทำให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูร่างกาย จิตใจ เรียนรู้และทำความเข้าใจวิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชนต่างถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ชื่นชอบ เป็นประเภทวัด โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ กิจกรรมที่ชื่นชอบส่วนมากคือการชิมอาหารพื้นเมือง ในส่วนของผู้ประกอบการฯ มีความสามารถทางการแข่งขันที่เข้มแข็งในด้านมาตรฐาน การออกแบบของสินค้าและบริการ มีพนักงานที่พอเพียงกับการให้บริการ และพนักงานมีความรู้ ความสามารถอยู่ในระดับเดียวกันกับคู่แข่ง แต่ผู้ประกอบการยังคงประสบปัญหาในการประชาสัมพันธ์ และยังต้องการการพัฒนาเพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขัน

แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางอารยธรรมล้านนา คือการพัฒนาความรู้ ความสามารถในด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านภาษา การพัฒนา ด้านนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวและการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อสร้างจุดขาย การจัดสร้างเครือข่ายในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางอารยธรรมล้านนา มีผู้นำในการขับเคลื่อนพัฒนาตลาดและการมีศูนย์กลางแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในกลุ่มผู้ประกอบการ การสนับสนุนจากภาครัฐและท้องถิ่นที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางอารยธรรมล้านนา

## Abstract

### The Study on Development of Market Competitiveness of Cultural Tourism in Lan Na Civilization Route

Lan Na cultural tourism has been one of the top interests for both domestic visitors and foreigners. Moreover, various tourist destinations in the Upper North of Thailand possess potentially outstanding Lan Na identities. Thus, there is an urgent need to build the knowledge in marketing as well as cultural tourism management for tourism entrepreneurs. This study aimed to study tourist behaviors, potential and marketing competitiveness of tourism entrepreneurs in the Upper North of Thailand. The result found that tourist behaviors of Thai tourists and foreigners were different depends upon the Internal and external factors and also made them to decide to take on culture tourism. The purposes of tourist were relaxing and recreation, learning and understanding different cultures. Temples and historical places were the top places to visit. Tasting local food was their most favorite activity. It also presented that entrepreneurs had a high level of competitiveness in terms of product standards, product and service designs. Staffs were adequate and owned basic knowledge, similar to the competitors. However, lacking of public relation was a key and was needed to develop.

Suggestions for Lan Na cultural tourism entrepreneurs are to develop knowledge and abilities in management, marketing and languages. Furthermore, innovative tourism development, business creativity, and network on cultural tourism management are also very vital. In addition, this sector needs leaders to drive the market and establishing an information center where they can exchange knowledge and more importantly the supports from the government and locals that facilitate Lan Na cultural tourism.