

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด” ภายใต้แผนงานวิจัย “การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจชุมชนฐานรากของจังหวัดเชียงใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 3 ประการ ประกอบด้วย 1) เพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความเหมาะสมกับความต้องการของตลาด และ 3) เพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ที่ตรงต่อความต้องการของตลาด เป็นรูปแบบงานวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณผ่านแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 95 ชุมชน ด้วยหลักเกณฑ์ 2 ด้านประกอบด้วย หลักเกณฑ์ทั่วไปที่มีองค์ประกอบย่อย 3 ด้าน ได้แก่ 1) เกณฑ์ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 2) เกณฑ์ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ 3) เกณฑ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และหลักเกณฑ์เฉพาะแยกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ชาติพันธุ์ 3) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 4) แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร และ 5) แหล่งท่องเที่ยวทางผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับคัดเลือกชุมชนที่มีค่าคะแนนผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำร้อยละ 60 และเป็นชุมชนที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวมาตรฐาน A และ B จำนวนทั้งสิ้น 15 ชุมชนเข้าสู่กระบวนการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวผ่านการประยุกต์ใช้หลักสูตร CBT-SPECIAL มีเป้าหมายเพื่อสร้างสรรคกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีสอดคล้องนิเวศน์วัฒนธรรมของชุมชน อย่างน้อยชุมชนละ 1 กิจกรรม ภายใต้ร่มใหญ่ของโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมุ่งเน้นให้เป็นโปรแกรมที่สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติจริง เป็นกิจกรรมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตชุมชน สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนอันเป็นจุดขายที่สำคัญ เพื่อพัฒนาต่อยอดสู่การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้นแบบที่มีความเหมาะสมกับความต้องการของตลาด จำนวนทั้งสิ้น 5 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางที่ 1 “ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีถิ่นเชียงใหม่” (ชุมชนวัดหมื่นสาร – ชุมชนวัดนันทาราม – ไทลื้อบ้านหลวงเหนือ) เส้นทางที่ 2 “สืบสานงานพระราชดำริ ในหลวงรัชการที่ 9” (โรงงานหลวงที่ 1 – บ้านวังไผ่ – โครงการหลวงห้วยลึก) เส้นทางที่ 3 “จากผืนดินสู่ขุนเขา” (บ้านเหมืองกุง – บ้านเชิงดอย – บ้านมูเซอปากทาง) เส้นทางที่ 4 “ธรรมชาติและวิถีเกษตรพื้นที่สูง” (บ้านปางไคว้ – บ้านวัดจันทร์ – ชุมชนหล่อขอ) เส้นทางที่ 5 “แหล่งอาหารคุณภาพ สร้างสุขภาพและความสุข” (ชุมชนสันป่าเปา – โฮมสเตย์บ้านเหล่าพัฒนา – บ้านดอนเจียง) มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมการทดสอบเส้นทาง ประกอบด้วย ผู้แทนจากชุมชนท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งมัคคุเทศก์อาชีพ ผลการทดสอบเส้นทางสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อเส้นทางที่ 2

มากที่สุดมีที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.41 (จากคะแนนเต็ม 5) รองลงมาคือ เส้นทางที่ 4 ค่าเฉลี่ย 3.91 เส้นทางที่ 1 ค่าเฉลี่ย 3.83 เส้นทางที่ 5 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และเส้นทางที่ 3 ค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

Abstract

The research on "The Development of Product and Community-Based Tourism Route in Chiang Mai with regard to the Market Demand" has been carried out as part of the grand research plan entitled "Creating Value Added to the System of Community's Base Economy in Chiang Mai on the Basis of Community-Based Tourism". This project has the following objectives, to study the tourism potential of the community in Chiang Mai province, to develop the community-based tourism products that are suitable for the market needs and to create a community-based tourism routes that meet the market demands. This research is a form of research and development, collecting data through the structured interviews to evaluate the tourism potential of the 95 communities in Chiang Mai with 2 main guidelines; 1) general guideline with 3 criteria includes 1.1) criteria for tourism destination management 1.2) criteria for tourism destination accessibility and 1.3) criteria for tourism destination facilities and 2) specific guideline classified by the type of tourism destination includes 2.1) natural attractions 2.2) cultural and ethnic attractions 2.3) historical sites 2.4) agricultural attractions and 2.5) community products attractions. There will be 15 communities, passed the minimum requirement of 60% and have been selected in A and B community-based tourism group, get into the participatory action training process, to develop tourism products through the application of the CBT-SPECIAL curriculum, aims to create at least one eco-friendly tourism activity beneath the community tourism program which focuses on creating a learning experience for tourists through activities that allow them to participate in the practice. These activities are part of a community lifestyle, refer to the identity of the community as a major selling point for further development to create the prototype of the 5 community-based tourism routes which are appropriate to the market needs include; 1st Route "Local Wisdom-The Chiang Mai Resident Way" (Wat Muen Saen community - Wat Nuntaram community - Tai Lue Ban Lueua Nuea), 2nd Route "Commemorate the royal works-King Rama 9th" (First Royal Factory Amphoe Fang – Baan Wang Phai – Royal Project Foundation Huailuk), 3rd Route "From the land

to the mountain” (Baan Muangkung - Baan Choengdoi - Baan Muser Pak Thang), 4th Route “Nature and Way of Highland Agriculture” (Baan Pong Khrai - Baan Wat Chan - Baan Ler Chore), and 5th Route "Quality food sources, Health and Happiness" (San Pa Pao community – Homestay Baan Laopattana - Baan Don Chiang). The Participants in the route testing include representatives from the tourism community, tour operators, Tourism Authority of Thailand (TAT) and professional guides. The results of the route testing concludes that the most satisfactory is 2nd route with average score at 4.41 (from 5 scale), followed by 4th route (average score 3.91), 1st route (average score 3.83), 5th route (average score 3.78), and 3rd route (average score 3.50) respectively.