

บทคัดย่อ

เส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม

เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีชื่อเสียงทางแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่น่าชื่นชม รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม วัฒนธรรม ประเพณี และหัตถกรรมของเชียงใหม่ได้รับการถ่ายทอดมาทุกยุคสมัยเป็นเวลากว่า 700 ปี ชุมชนศิลปหัตถกรรมสามแห่ง ได้แก่ บ้านถวายเป็น บ่อสร้าง และวัวลาย มีชื่อเสียงทางผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่มีคุณภาพ โดยที่บ้านถวายเป็นมีชื่อเสียงทางการทำไม้แกะสลัก บ่อสร้างมีชื่อเสียงทางการผลิตถ่ม และกระดาษสา และวัวลายมีชื่อเสียงทางเครื่องเงิน ทั้งสามชุมชน สืบทอดประวัติความเป็นมา ขนบ ประเพณี วิถีชีวิต ความชำนาญ และลักษณะทางกายภาพของหมู่บ้านหัตถกรรมแบบดั้งเดิมจากรุ่นบรรพบุรุษ

การเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อการขยายตัวอย่างไม่มีทิศทางของลักษณะทางกายภาพและอาคารที่ไม่มีลักษณะท้องถิ่นของชุมชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ถึงแม้ว่าบางพื้นที่ไม่ได้ตั้งใจที่จะเน้นธุรกิจการท่องเที่ยว แต่สภาพแวดล้อมทางกายภาพคงจะมีการเปลี่ยนแปลงจากลักษณะเดิม นอกเสียจากว่าจะมีการวางแผนเพื่อการพัฒนา และอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของชุมชนอย่างเหมาะสม ไมเช่นนั้นก็จะไม่มีลักษณะดั้งเดิมอีกต่อไปเพราะสิ่งก่อสร้างใหม่ๆจะสร้างอย่างง่าย ๆ ด้วยวัสดุทั่วไป และโครงสร้างสมัยใหม่ที่ไม่มีความเป็นพื้นถิ่นหลงเหลืออยู่ ไม่ว่าสิ่งใดปรากฏจะถูกมองว่าเป็นอย่างไร ลักษณะท้องถิ่นที่เปลี่ยนแปลงไปและสินค้าชนิดอื่นๆที่เข้ามาปะปนในชุมชน ทำให้ลักษณะเฉพาะตัว ของสถานที่ และทำให้คุณภาพและความพิเศษของดินแดนแห่งสินค้าศิลปหัตถกรรมลดลง ชุมชนเหล่านี้ก็จะไม่สามารถรักษาความเป็นเลิศทางการค้าสินค้าศิลปหัตถกรรม ซึ่งประกอบด้วยสินค้า การให้บริการ และการสร้างประสบการณ์ที่ดีกว่า ซึ่งจะเป็นเหตุให้ชุมชนเหล่านี้ติดกับดักของกลุ่มสินค้าราคาถูก ในที่สุดชุมชนเองตลอดจนธุรกิจการท่องเที่ยวก็จะเสียผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างไม่มีทิศทาง และการแข่งขันทางราคา

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องวางแผนเพื่อที่จะพัฒนาไปสู่อนาคตของชุมชน โดยที่แผนการพัฒนาประกอบด้วยการสร้างลักษณะเฉพาะตัวของสถานที่ สนับสนุนให้เกิดลักษณะที่ดึงดูดใจ และปรับปรุงสภาพแวดล้อมที่เสื่อมสภาพ ยิ่งไปกว่านั้นผลที่เกิดขึ้นจะต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่จะเห็นสภาพที่เป็นของแท้และดั้งเดิมที่ไม่เหมือนใคร อีกทั้งยังต้องตอบสนองความต้องการของชุมชนในการปรับปรุง และขยายขยายกิจการ ด้วยเหตุนี้ความเข้าใจในการรับรู้ และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ตลอดจนความคิดเห็นต่อชุมชนของคนในชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จในการพัฒนา

ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะ

1. ศึกษาการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่ง
2. นำเสนอวิธีการและรูปแบบการพัฒนาและการจัดการสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกับการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนศิลปหัตถกรรม และเพิ่มความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมของชุมชน
3. จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายโดยการพัฒนาชุมชนศิลปหัตถกรรมที่มีศักยภาพให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมต่อการรับรู้ และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว และสนองต่อความต้องการของชุมชนและผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ลักษณะที่ได้รับความนิยมขึ้นชอบของแต่ละชุมชนแสดงว่า ลักษณะดั้งเดิมบางประการเป็นที่ขึ้นชอบของนักท่องเที่ยว และลักษณะที่ได้รับความนิยมขึ้นชอบคือ ลักษณะสภาพแวดล้อมแบบพื้นถิ่น กิจกรรมและบรรยากาศการผลิต ความเขียวชอุ่มของพืชพรรณและความร่มรื่น จุดนัดพบและการและเฟอร์นิเจอร์ประกอบอาคารที่มีลักษณะเก่าที่มีลักษณะดั้งเดิม และการจัดแสดงสินค้าที่มีสีสันและหลากหลาย การวิเคราะห์มิติฐานมูลของการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมของชุมชนของนักท่องเที่ยวโดยใช้ Factor Analysis ได้ผลออกมาเป็น 7 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1: ถนนและลานคอนกรีต มิติที่ 2: กิจกรรมการผลิต มิติที่ 3: ซอยธรรมชาติ ทางเข้าหมู่บ้านพื้นถิ่น มิติที่ 4: ทางเดินหน้าร้านขายสินค้าชิ้นเล็กๆ มิติที่ 5: ร้านค้าสองฝั่งคลอง มิติที่ 6: หน้าร้านพื้นถิ่นและไม้ประดับ และมิติที่ 7: ลานโล่ง หลังคา หน้าจั่ว รูปแบบจากมิติที่ได้แสดงให้เห็นว่า ทั้งสามชุมชนยังไม่มีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน เนื่องจากรูปแบบของการแบ่งมิติไม่ได้มาจากความแตกต่างระหว่างชุมชน หากแต่เป็นความแตกต่างทางรูปแบบย่อยๆ ซึ่งเป็นลักษณะร่วมระหว่างชุมชน และจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสมการถดถอยพหุตัวแปร (Multiple Linear Regression) ยังพบว่าปัจจัยบางประการทางการตลาด การท่องเที่ยว และลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีผลต่อความขึ้นชอบต่อมิติทางกายภาพต่างๆ และสามารถที่จะใช้ในการเพิ่มความขึ้นชอบให้กับลักษณะทางกายภาพที่ต้องการได้

การสรุปผลการวิจัยนำไปสู่คำแนะนำสำหรับการพัฒนา ซึ่งได้แก่การเสริมสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชน การอนุรักษ์ลักษณะดั้งเดิมที่รับรู้ได้และได้รับความนิยมขึ้นชอบ การปรับปรุงส่วนที่ได้รับความนิยมขึ้นชอบต่ำ การใช้รูปแบบ ลักษณะ และองค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้และเป็นที่ยอมรับ และการนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นระบบ การสาธิตวิธีผลิต และการมีส่วนร่วมในการทดลองผลิต คำแนะนำในการพัฒนาถูกนำไปใช้ในการนำเสนอแผนที่แสดงแนวทางการพัฒนาพื้นที่และองค์ประกอบต่างๆ ของทั้งสามชุมชน และแผนที่ท่องเที่ยวที่แสดงเส้นทางปัจจุบันและเส้นทางที่แนะนำสำหรับนักท่องเที่ยว

Abstract

Art and Craft Shopping Routes

As a tourism destination, Chiang Mai, Thailand is famous for natural and cultural attractions including traditional art and craft products. Its cultures, traditions, and craftsmanship have been passed between generations for over 700 years. Three art and craft communities in Chiang Mai—Ban Tawai, Borsang and Woa Lai—are known for their fine quality art and craft products that are wood-crafting, Sa-paper and silver products respectively. The communities carry on history, traditions, lifestyles, skills and physical characters of traditional art and craft villages from their ancestors.

Inevitably, the tourism boom in Chiang Mai has influenced physical characters of the communities resulting in unrestrained expansions of non-traditional structures. Although some areas have yet to prepare for the future engagement in tourism activities, the changes of the original characteristics can be expected unless reasonable development and preservation plans are applied. Otherwise, the new undefined environments will become places without character because they were so common and built with today's modern materials and methods. No matter how the appearances are interpreted, the changing local characteristics along with occupancies of divergent businesses in the areas are reducing the communities' sense of place and the quality of these special art and craft districts. The communities may not be able to place themselves in the upper-end shopping places providing better products, services and experiences; hence, they may be trapped in the cheap product categories. Neither the communities nor tourism businesses benefit from these spurious developments and price competitions.

Therefore, it is necessary to plan for future development of the communities. The plan should include enhancing the communities' uniqueness and sense of place, encouraging attractive features, and improving degrading conditions of the communities. Moreover, the solutions should satisfy tourist's expectations for authenticity and uniqueness as well as the communities' needs for business improvement and expansion. To overcome the obstacles, understanding of tourists' perceptions and preferences for the physical environments together with the communities' attitudes toward their communities is crucial to the success of the development scheme.

This research is a study of three art and craft communities using perceptual approach. The objectives are: 1) to study patterns of perception, preferences of foreign tourists and related factors that have relationships with preferences of physical environments; 2) to provide recommendation for development of the physical environments of the three communities using information for both tourist's perceptions and communities' needs; and 3) to introduce shopping routes for art and craft communities.

Analysis of preferred characteristics shows that some original conditions are preferred. The preferred characteristics include local vernacular characteristics, production activities and workshop atmospheres, green and shady places, recreational spaces and furniture, old vernacular buildings, and exposed colorful and various products. Analysis of underlying dimensions of tourists' visual perceptions of the communities via factor analysis reveals 7 patterns, namely: 1) General broad concrete roads and lots; 2) Production activities, 3) Natural routes and inner residential areas; 4) Shaded aisles and storefronts; 5) Both sides canal bank shop characteristics; 6) Local style and planted storefronts; and 7) Plaza, gables and roofs. The resulted patterns show that the three communities are not perceived as having identities, because patterns are distinct by activities and sub-characteristics across the communities. Multiple Regression Analyses show that factors influencing preference include marketing factors, shopping and traveling behaviors, and tourists' individual information.

The conclusion leads to the recommendations for future developments including: strengthening the identity; preserving the preferred original characteristics; enhancing the less preferred places; implementing patterns, characteristics and elements that are recognizable and preferable; and introducing systematic shopping experiences, demonstrations, and participation in producing process. The recommended solutions lead to maps of proposed art and craft shopping routes with developments schemes.