



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ “เส้นทางการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม”
Art and Craft Shopping Routes

โดย ดร.อภิโชค เลพะกุล และ กรุณา รัชชวิน

ธันวาคม 2547

ISBN: 974 – 656 – 444 – 7

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ “เส้นทางการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม”

Art and Craft Shopping Routes

คณะผู้วิจัย สังกัด คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

1. ดร.อภิโชค เลชะกุล
2. นางสาวกรรณา รักษาวิณ

ชุดโครงการ นโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

ISBN: 974 – 656 – 444 – 7

บทสรุปสำหรับผู้บริหารจากงานวิจัยเรื่อง:

เส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม

โดย ดร.อภิโชค เลขะกุล และกรุณา รัชชวิน

ปัจจุบันการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวกำลังเป็นสิ่งที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ และได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนหลายฝ่าย เพราะสร้างรายได้และเป็นกอบเป็นกำให้กับผู้ประกอบการหลายระดับ แต่การท่องเที่ยวก็มีต้นทุน มีทั้งผู้ได้และผู้เสียประโยชน์ กิจกรรมบางประการในการท่องเที่ยวอาจส่งผลเสียในมิติอื่นๆในชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ถ้าการพัฒนาอื่นๆไม่เกิดผลตามจุดประสงค์และส่งผลเสียทางด้านอื่นๆในเวลาเดียวกัน

บ้านถวาย บ่อสร้าง และวัวลายเป็นชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเชียงใหม่ และมีประวัติความเป็นมาดั้งเดิม โดยบ้านถวายมีชื่อทางด้านไม้แกะสลัก บ่อสร้างมีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระดาษสา เช่นร่มและพัดที่มีชื่อเสียง ทั้งสองแห่งมีที่มาจากการเป็นหัตถกรรมในครัวเรือน ซึ่งต่อมามีการขยายตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว จนกระทั่งรูปแบบของชุมชนเปลี่ยนไป โดยลักษณะดั้งเดิมอาจจะสูญสลายไป เพราะมีการขยายขอบเขตการผลิต การก่อสร้างโครงสร้างขนาดใหญ่ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวได้เห็นลักษณะสภาพแวดล้อมแบบอุตสาหกรรม ที่รองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้น และที่จอดรถพาหนะจำนวนมาก ซึ่งไม่มีลักษณะของแท้ (Authentic) และดั้งเดิมอีกต่อไป การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เกิดจากการพัฒนาที่ไม่มีแนวทางและไม่มีการสนใจผู้ประกอบการให้พัฒนาสภาพแวดล้อมที่อนุรักษ์ลักษณะดั้งเดิมและสอดคล้องกับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน ถนนวัวลายซึ่งเป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายเครื่องเงินคุณภาพสูงที่มีประวัติศาสตร์การผลิตและการตั้งถิ่นฐานอันยาวนาน ยังมีลักษณะเฉพาะตัวดั้งเดิมของถนนเล็กๆ และอาคารดั้งเดิมอยู่มาก แต่ด้วยความที่เป็นย่านในเมือง การใช้อาคารมีแนวโน้มเปลี่ยนไปเป็นอาคารที่ไม่ใช่เพื่อการผลิตและขายเครื่องเงินและไม่ได้มีการพัฒนาที่ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว

ชุมชนผู้ผลิตทั้งสามแห่งมีศักยภาพสูงในการที่จะพัฒนาให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม เนื่องจากทั้งสามชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ และมีกระบวนการผลิตที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชุมชน ถ้ามีการพัฒนาที่ตอบสนองกับกิจกรรม การค้า การผลิต การดำรงชีวิต และกิจกรรมการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวก็จะชื่นชอบและอุดหนุนมากขึ้น ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการก็จะสามารถพัฒนากิจการตามความเหมาะสม และไม่ขัดต่อสภาพแวดล้อม และวิถีชีวิตดั้งเดิม ของชุมชน และการท่องเที่ยวในสถานที่เหล่านี้ก็จะทำรายได้และความยั่งยืน

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์คือ

1. ศึกษาการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของชุมชนผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่ง
2. นำเสนอวิธีการและรูปแบบการพัฒนาและการจัดการสภาพแวดล้อมของเส้นทางที่สอดคล้องกับการรับรู้และความชื่นชอบ ของนักท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างความชัดเจนของภาพลักษณ์ และลักษณะเฉพาะชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม และเพิ่มความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมของชุมชน

3. จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายโดยการพัฒนาชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมที่มีศักยภาพ ให้เป็นเส้นทางการท่องเที่ยว ที่มีความเหมาะสมต่อการรับรู้ และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว และสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการและชุมชนผู้ผลิต

4.

แนวความคิดในการดำเนินงานวิจัยชิ้นนี้มีพื้นฐานทางทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมมนุษย์และสภาพแวดล้อม ซึ่งได้อธิบายกระบวนการความสัมพันธ์ของมนุษย์กับสภาพแวดล้อม ได้แก่ การวิเคราะห์ที่มีการสื่อสารที่เป็นอวจนภาษา (Non-Verbal Communication) เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อม (Rapoport, 1990; 1992; 1999) การรับรู้และความชื่นชอบของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อม มีที่มาจากสัญชาตญาณเดิม เช่นการหลบภัย (Refuge) และการชုံแอมมอง (Prospect) ซึ่งเป็นผลมาจากสัญชาตญาณการมีชีวิตรอด และการล่าที่ติดตัวมนุษย์มาแต่ดึกดำบรรพ์ (Appleton, 1975) และประสบการณ์การเรียนรู้เมื่อโตขึ้น (Learned Experience) ในการใช้ประโยชน์กับสิ่งแวดลอม (Affordance) (Gibson, 1966; 1979)

Stephen และ Rachel Kaplan (1983; 1995) ได้เสนอแนวทางที่เรียกว่า Category Identification Methodology โดยแนะนำให้ใช้ความชื่นชอบเป็นตัววัดของการประเมินสภาพแวดล้อม เพราะคนมักจะประเมินสิ่งต่างๆโดยใช้ความชื่นชอบส่วนตัวเป็นหลัก ได้มีการพิสูจน์แล้วว่าเป็นมิติฐานมูล (Underlying Dimension) ในปฏิกิริยาที่คนทั่วไปมีต่อสภาพแวดล้อม (Horayangkura, 1978) กรรมวิธีนี้ให้ค่าให้แก่นักความชื่นชอบด้วยระดับ 1-5 ต่อภาพสี่จากสภาพแวดล้อม และจะมีการใช้ Factor Analysis ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีการแยกภาพออกเป็นกลุ่มที่มีลักษณะที่เหมือนกันตามรูปแบบของการให้ค่าให้นักจากผู้ตอบทั้งหมด เรียกว่า มิติ (Dimension) แต่ละมิติจะมีลักษณะร่วมที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ไปในแนวทางเดียวกัน ผลของการรับรู้เป็นมิตินี้จะนำไปวิเคราะห์ต่อไปพร้อมกับตัวแปรทางสังคมอื่นๆ เช่นตัวแปรทางเศรษฐกิจ และสังคม (Nasar, 1997; Stamps 1994, 1999; Stamps and Nasar, 1997) เช่นความแตกต่างทางวัฒนธรรม ซึ่งได้มีการพบว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างทั้งรูปแบบของการรับรู้ และระดับความชื่นชอบ (Herzog et al, 2000; Kaplan & Herbert, 1987; Nasar and Kang, 1999; Purcell et al, 1998)

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้มีการตั้งคำถามการวิจัยไว้ว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความชื่นชอบต่อลักษณะทางกายภาพในรูปแบบใดบ้าง และอย่างไร?
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีรูปแบบการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่งอย่างไร?
3. การให้ความสำคัญกับกิจกรรมและบริการทางการตลาด พฤติกรรมการท่องเที่ยวและจับจ่ายสินค้าของนักท่องเที่ยว และข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์อย่างไรกับรูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมกายภาพรูปแบบต่างๆ
4. ผู้ประกอบการในชุมชนมีทัศนคติ ความต้องการทางกายภาพ และความต้องการที่จะตอบสนองต่อการรับรู้และความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างไร? และมีความสอดคล้องหรือขัดแย้งต่อรูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือไม่ อย่างไร?

การเก็บข้อมูลประกอบด้วยการสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 300 คน ด้วยแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ตัวแทนชุมชน 21 คน โดยการสำรวจด้วยแบบสอบถามใช้การให้ค่าให้หน้า 1-5 ตามความชื่นชอบต่อภาพถ่าย 60 ภาพจากชุมชนทั้งสามแห่ง มีการสำรวจโดยให้นักท่องเที่ยวการบรรยายภาพสั้นๆ มี

การสำรวจการให้ค่าความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการ โดยให้ค่าน้ำหนัก 5 ระดับ แก่กิจกรรมและบริการ 24 หัวข้อ มีการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวและจับจ่าย และข้อมูลส่วนตัว เป็นคำถามเลือกคำตอบ จำนวน 14 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การวิเคราะห์รูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบที่เป็นค่าน้ำหนักโดยใช้ Factor Analysis การวิเคราะห์คำอธิบายภาพโดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การเปรียบเทียบระดับความชื่นชอบที่มีต่อลักษณะกายภาพต่างๆของสถานที่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมิติฐานมูลของความชื่นชอบกับความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการ และความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆที่มีต่อลักษณะกายภาพที่แตกต่างกัน โดยใช้ Multiple Regression Analysis และการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยการสรุปตามประเด็น และเปรียบเทียบกับข้อมูลของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะและองค์ประกอบที่มีผลต่อความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ในการสรุปโดยรวมจากทั้ง 3 ชุมชน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบได้แก่
 1. บรรยากาศพื้นถิ่น ทั้งที่ปรากฏที่ตัวอาคารและที่ปรากฏในบริเวณโดยรอบ โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะชื่นชอบและเข้าใจลักษณะพื้นถิ่นจากตัวอาคารเป็นหลักโดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบของหลังคาอาคารและการใช้วัสดุพื้นถิ่น เช่น ไม้ เป็นลักษณะที่สร้างบรรยากาศที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
 2. ต้นไม้และพืชพรรณธรรมชาติ ทั้งต้นไม้ขนาดใหญ่ในบริเวณและต้นไม้ที่ใช้ประดับตกแต่ง
 3. ร่มเงา ทั้งในเส้นทางเดินชมสินค้า ที่นั่งพักผ่อน และร่มเงาในส่วนกิจกรรมการผลิต
 4. กิจกรรมการผลิต เป็นส่วนสำคัญที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
 5. ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความหลากหลาย เป็นลักษณะของการจัดแสดงสินค้าเพื่อให้เห็นถึงความหลากหลายเป็นหลัก
 6. ลักษณะทางเดินที่คดโค้ง ทำให้เกิดมุมมองที่หลากหลาย

และลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบได้แก่

1. ถนนหรือลานจอดรถ ทั้งที่ลาดผิวและไม่ลาดผิวร่วมกับลักษณะแดดจัดและมีร่มเงาไม่เพียงพอ ทำให้เกิดแสงจ้าจากแดดที่สะท้อนบนผิวถนน ให้ความรู้สึกร้อน แห้งแล้ง
2. ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
3. ชุมถนนทางเข้าขนาดใหญ่
4. ลักษณะที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรกตา และลักษณะที่ไม่กลมกลืนกัน ทำให้ดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ได้แก่อาคารและองค์ประกอบอาคารต่างๆ ที่มีความหลากหลายและไม่มีการจัดการให้เรียงกันอย่างเป็นระเบียบ
5. ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ เช่น โครงสร้างเหล็กสูง
6. ลักษณะทางเท้าที่มีสิ่งกีดขวาง

โดยสรุปปัจจัยหลักที่มีผลต่อความชื่นชอบคือ ชนิดการใช้งาน (Type of Environment) ลักษณะทั่วไป (Style) ของสภาพแวดล้อม การจัดการระเบียบ ความสะอาดและการดูแลรักษา (Order) เนื้อหาองค์ประกอบ (Content) ที่แสดงในสภาพแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม ความเป็นธรรมชาติและต้นไม้ ที่พัก ที่นั่ง และเฟอร์นิเจอร์ และสินค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ตรงกับงานวิจัยในอดีต (Kaplan & Kaplan, 1995;

Lekagul, 2002; Nasar, 1997) โดยเฉพาะเรื่องของกรอบแนวคิดของความชื่นชอบ ที่จะเห็นได้จากบางจุดที่มีความรกรุงรังซึ่งถือว่ามีความคล่องจง (Coherence) และความต่อเนื่อง (Legibility) ต่ำจึงได้รับความชื่นชอบน้อย ส่วนปัจจัยทางบวกต่อความชื่นชอบในบริบทที่เป็นอนาคต ได้แก่ความลึกลับ (Mystery) ซึ่งเป็นลักษณะที่แสดงถึงการเชิญชวนด้วยความเข้าใจที่จะเพิ่มมากขึ้นถ้าการเดินทางเข้าไปในสภาพแวดล้อม (Kaplan & Kaplan, 1983)

2. รูปแบบการรับรู้ต่อลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ กับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีรูปแบบการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่งเป็นลักษณะของมิติ 7 มิติ ได้แก่

มิติที่ 01: ถนนและลานคอนกรีต เป็นรูปแบบของถนนและลานจอดรถในย่านค้าขาย และมีลักษณะที่ไม่พึงปรารถนาคือ ธรรมดา ว้างเปล่า และร้อน ซึ่งไม่เป็นที่ชื่นชอบ จึงควรลดลักษณะนี้ลงและเน้นคุณภาพของสถานที่ให้มากขึ้น

มิติที่ 02: กิจกรรมการผลิต เป็นรูปแบบของกิจกรรมการผลิตที่ปรากฏให้เห็น รวมไปถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องได้แก่ผู้ผลิต วัสดุ ผลิตภัณฑ์ และสถานที่ ซึ่งลักษณะหลักนี้เป็นที่สนใจและชื่นชอบ ดังนั้นควรส่งเสริมลักษณะนี้ โดยการเน้นบรรยากาศและกิจกรรมร่วม เช่นเทศกาล ผู้คน โอกาสสำรวจ คลุกคลี ดูการสาธิต และลงมือผลิต เน้นนักท่องเที่ยวโสดและเที่ยวคนเดียว และไม่ต้องลงทุนกับสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก

มิติที่ 03: ชอยธรรมชาติ ปากทางเข้าหมู่บ้านพื้นถิ่น เป็นลักษณะของถนนซอยที่เต็มไปด้วยต้นไม้ และมีโครงสร้าง หรืออาคารพื้นถิ่นขนาดเล็กปรากฏให้เห็น มีลักษณะของชุมชนหรือหมู่บ้านชนบท ซึ่งลักษณะเหล่านี้ตรงกับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ควรส่งเสริมบรรยากาศนี้ร่วมกับกิจกรรมการผลิต ควรให้ความสนใจกลุ่มที่ชื่นชอบน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่สุด ชาวออสเตรเลีย และนักท่องเที่ยวที่ใช้บัตรเครดิตก็อิสระ

มิติที่ 04: ทางเดินหน้าร้านขายสินค้าชิ้นเล็กๆ มีลักษณะเป็นตลาดสินค้าหัตถกรรมหรือของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว โดยที่สินค้าที่ปรากฏอยู่จะเป็นของที่ระลึกและสินค้าหัตถกรรม ซึ่งสิ่งเหล่านี้นักท่องเที่ยวอยากเห็นและชื่นชอบ ดังนั้นควรเน้นเรื่องปัจจัยทางบรรยากาศไปด้วยกันกับลักษณะตลาดของที่ระลึก และควรมุ่งเป้าหมายไปที่นักท่องเที่ยวที่ยังโสด และกลุ่มที่มีภูมิลำเนาในซานเมือง โดยคำนึงถึงชาวออสเตรเลียที่อาจชอบน้อยกว่ากลุ่มอื่น

มิติที่ 05: ร้านค้าสองฝั่งคลอง มีลักษณะเป็นเหมือนสวน และตลาดสินค้าหัตถกรรมหรือแม้กระทั่งที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ดังนั้นควรเน้นการสร้างบรรยากาศซึ่งได้แก่ มีผู้คน มีเทศกาล มีโอกาสในการเดินสำรวจและสังเกตวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น และควรมุ่งเป้าหมายไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูง แต่ไม่ต้องลงทุนทางด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น ที่จอดรถ ห้องปรับอากาศ หรือลงทุนโฆษณา

มิติที่ 06: หน้าร้านพื้นถิ่นและไม้ประดับ มีลักษณะของอาคารเดี่ยวที่เก่าแก่ เป็นร้านขายของที่ระลึกและหัตถกรรม สวนต้นไม้ ร้านอาหาร และแหล่งซื้อของ เป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวตลาดบนคือกำลังซื้อสูง และนักท่องเที่ยวเพศหญิง และอาจดำเนินการร่วมมือกับบริษัทท่องเที่ยวท้องถิ่น แต่ไม่จำเป็นต้องลงทุนกับกิจกรรมหรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัวมากนัก รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นที่จอดรถ และเครื่องปรับอากาศ

มิติที่ 07: ลานโล่ง หลังคา หน้าจั่ว ความเป็นลานกลางแจ้ง มีลักษณะของร้านอาหารหรือร้านค้าแฟฟ ที่เป็นที่ว่างสาธารณะ มีสวนและที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจทำให้เป็นที่ชื่นชอบได้ โดยส่วนลักษณะลานโล่ง หรือ Plaza นั้นสามารถนำไปใช้ร่วมกับกิจกรรมนันทนาการเช่น พุดคุย ดื่มกิน และนั่งพัก และการตกแต่งด้วยลักษณะพื้นถิ่น ต้นไม้ และองค์ประกอบศิลปหัตถกรรม ควรมุ่งความสนใจไปที่ชาวอเมริกาเหนือ นักท่องเที่ยวหนุ่มสาว และควรลองส่งเสริมกิจกรรมตอนเช้า

จากการที่รูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 7 รูปแบบ หรือ 7 มิติทางกายภาพ ทำให้สรุปได้ว่าแต่ละชุมชนยังไม่มีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ยกเว้นบริเวณขายของในชุมชนสองฝั่งคลองที่มีลักษณะเฉพาะตัว ปัจจัยหลักๆในการกำหนดรูปแบบคือ เนื้อหา (Content) การจัดรูปแบบของพื้นที่ (Spatial Configuration) และการใช้งาน หรือ ชนิดของสภาพแวดล้อม (Function or Type of Environment) ซึ่งจะตรงกับผลงานวิจัยในอดีต (Kaplan & Kaplan, 1995; Lekagul, 2002)

ปัจจัยที่มีผลต่อความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบต่างๆของสภาพแวดล้อมกายภาพ ซึ่งได้พิสูจน์ว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นทางบวกและลบกับความชื่นชอบต่อลักษณะของมิติต่างๆ แต่ละมิติ ได้แก่ ปัจจัยในการให้ความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการทางการตลาด ปัจจัยทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวและจับจ่ายของนักท่องเที่ยว และปัจจัยทางข้อมูลความแตกต่างระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่สำคัญเหล่านี้นำไปสู่การสร้างความคำแนะนำที่จะปฏิบัติร่วมไปกับการพัฒนาสภาพแวดล้อม

3. สรุปคำแนะนำในการพัฒนาจากทัศนคติของผู้นำและผู้ประกอบการในชุมชนศิลปหัตถกรรม

1. ชุมชนมีความภูมิใจในฝีมือ เรื่องราวและประวัติความเป็นมาของตนเอง จึงควรนำเสนอประวัติความเป็นมาและเรื่องราวที่ภูมิใจของชุมชนต่อนักท่องเที่ยว โดยมีการใช้เรื่องราวประกอบการท่องเที่ยว
2. สนับสนุนให้มีความร่วมมือในการจัดรูปแบบการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เป็นระบบ และมีขั้นตอน โดยให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเท่าๆกัน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเองไม่ใช่เป็นกลุ่มทัวร์ และทั้งที่ตั้งใจมาซื้อของและที่มาเยี่ยมชม
3. สร้างกรรมวิธีในการนำเสนอกระบวนการผลิตให้นักท่องเที่ยวชมโดยยังรักษาความลับทางการผลิตเพื่อกันการเลียนแบบสินค้า และมีการให้นักท่องเที่ยวลองทำการผลิตในส่วนที่สามารถทำได้
4. ยกกระดับให้เป็นศูนย์ศิลปหัตถกรรมระดับจังหวัดเชียงใหม่หรือระดับภาคเหนือ พัฒนาระบบการผลิตให้สะอาดและทันสมัย และเปลี่ยนแปลงการประกอบการไปสู่ความเป็นธุรกิจที่สมบูรณ์มากขึ้นทั้งการออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด และการบริการ ยกเลิกการแข่งขันเรื่องราคา สร้างระบบกำหนดและรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า เพื่อเตรียมการรับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากขึ้น
5. สร้างชุมชนที่เข้มแข็ง มีความร่วมมือกัน และมีการกระจายรายได้ในชุมชน
6. พัฒนาโดยการเน้นวัฒนธรรมท้องถิ่น รูปแบบอาคารที่กลมกลืนกัน และการพัฒนาภูมิทัศน์และบรรยากาศ

7. ติดต่อร่วมมือกับภาครัฐเพื่อเตรียมพร้อมเรื่องการรองรับการท่องเที่ยว ในด้านการวางแผนพัฒนาทางด้านกายภาพที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ ทั้งในพื้นที่สาธารณะโดยร่วมมือกับภาครัฐ และพื้นที่ส่วนบุคคลโดยร่วมมือกันเองในชุมชน

ทัศนคติของคนในชุมชนผ่านทางผู้นำชุมชน สมาคม กลุ่มอาชีพ และผู้ประกอบการ ต่อชุมชนในแง่มุมต่างๆที่จะนำไปสู่ความต้องการในการพัฒนา อีกทั้งความเห็นต่อลักษณะมิติทางกายภาพโดยเปรียบเทียบกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว สามารถนำมาใช้สร้างคำแนะนำในการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และความคิดเห็นจากทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนเอง

จากการรวบรวมผลการศึกษาทั้งหมดประกอบกับการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน สามารถสรุปเป็นแผนที่ทางกายภาพของทั้งสามชุมชน ซึ่งแสดงแนวทางและบริเวณในการพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อม ตามผลที่ได้จากการวิจัย โดยในแผนที่จะแสดงถึง เส้นทางปัจจุบัน เส้นทางแนะนำ บริเวณที่ควรพัฒนาทางกิจกรรม และสภาพแวดล้อม โดยมีภาพ และสัญลักษณ์ประกอบชัดเจน และยังมีการเสนอแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นการแสดงสภาพปัจจุบันของชุมชนทั้งสามแห่ง

จากการที่งานวิจัยชิ้นนี้ได้ทำการศึกษาเพื่อการพัฒนาสภาพแวดล้อม โดยใช้การศึกษาการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมของชุมชนศิลปหัตถกรรม ทำให้ทราบถึงรูปแบบการรับรู้ และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว สามารถนำไปใช้ชี้แนะการพัฒนาที่ตรงกับความต้องการทางประสบการณ์การท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ อีกทั้งยังรวมถึงความต้องการของชุมชนเอง ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นผู้นำชุมชน องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ผู้นำวิชาชีพศิลปหัตถกรรม ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยว นักวางแผน และนักออกแบบ มีแนวทาง หลักการ และเนื้อหาอ้างอิงที่จะใช้ในการพัฒนาโดยไม่ต้องใช้ความรู้ลึกของตนเองเป็นที่ตั้ง เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ตรงเป้าหมาย และเหมาะสมกับบริบททางการค้า การท่องเที่ยว และความเป็นอยู่ของชุมชน

บทคัดย่อ

เส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม

เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีชื่อเสียงทางแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่น่าชื่นชม รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม วัฒนธรรม ประเพณี และหัตถกรรมของเชียงใหม่ได้รับการถ่ายทอดมาทุกยุคสมัยเป็นเวลากว่า 700 ปี ชุมชนศิลปหัตถกรรมสามแห่ง ได้แก่ บ้านถวาย บ่อสร้าง และวัวลาย มีชื่อเสียงทางผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่มีคุณภาพ โดยที่บ้านถวายมีชื่อเสียงทางการทำไม้แกะสลัก บ่อสร้างมีชื่อเสียงทางการผลิตร่ม และกระดาษสา และวัวลายมีชื่อเสียงทางเครื่องเงิน ทั้งสามชุมชน สืบทอดประวัติความเป็นมา ขนบ ประเพณี วิถีชีวิต ความชำนาญ และลักษณะทางกายภาพของหมู่บ้านหัตถกรรมแบบดั้งเดิมจากรุ่นบรรพบุรุษ

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

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องวางแผนเพื่อที่จะพัฒนาไปสู่อนาคตของชุมชน โดยที่แผนการพัฒนาประกอบด้วยการสร้างลักษณะเฉพาะตัวของสถานที่ สนับสนุนให้เกิดลักษณะที่ดึงดูดใจ และปรับปรุงสภาพแวดล้อมที่เสื่อมสภาพ ยิ่งไปกว่านั้นผลที่เกิดขึ้นจะต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่จะเห็นสภาพที่เป็นของแท้ และดั้งเดิมที่ไม่เหมือนใคร อีกทั้งยังต้องตอบสนองความต้องการของชุมชนในการปรับปรุง และขยายขยายกิจการ ด้วยเหตุนี้ความเข้าใจในการรับรู้ และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ตลอดจนความคิดเห็นต่อชุมชนของคนในชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จในการพัฒนา

ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะ

1. ศึกษาการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่ง
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 เนื่องจากรูปแบบของการแบ่งมิติไม่ได้มาจากการแตกต่างระหว่างชุมชน 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.

สารบัญ

บทนำ	1
บทที่ 1: ความเป็นมา ปัญหา และความสำคัญ	6
บทที่ 2: ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
บทที่ 3: ระเบียบวิธีการวิจัย	34
บทที่ 4: ผลการวิจัย	47
บทที่ 5: การสรุปและอภิปรายผล	120
บทที่ 6: การจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม	131
บรรณานุกรม	139
ภาคผนวก ก: เอกสารที่ใช้ในการสำรวจ	142
ภาคผนวก ข: ผลการวิเคราะห์จากการใช้โปรแกรม SPSS version 10.0	149

สารบัญตาราง

ตาราง	2.1.1	กรอบความคิดของความขึ้นชอบ	27
ตาราง	3.1.1	สัดส่วนจำนวนภาพจากแต่ละชุมชน และแต่ละลักษณะบริเวณ	37
ตาราง	3.1.2	การแจกแจงสัดส่วนนักท่องเที่ยวในการแจกแบบสอบถาม	41
ตาราง	4.1.1	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความขึ้นชอบระหว่างชุมชน	48
ตาราง	4.1.2	ลักษณะที่นักท่องเที่ยวขึ้นชอบในชุมชนบ้านถวาย	48
ตาราง	4.1.3	ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ขึ้นชอบในชุมชนบ้านถวาย	50
ตาราง	4.1.4	สรุปลักษณะที่ทำให้ขึ้นชอบและไม่ขึ้นชอบในชุมชนบ้านถวาย	53
ตาราง	4.1.5	ลักษณะที่นักท่องเที่ยวขึ้นชอบในชุมชนบ่อสร้าง-ต้นเปา	54
ตาราง	4.1.6	ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ขึ้นชอบในชุมชนบ่อสร้าง-ต้นเปา	56
ตาราง	4.1.7	สรุปลักษณะที่ทำให้ขึ้นชอบและไม่ขึ้นชอบในชุมชนบ่อสร้าง - ต้นเปา	58
ตาราง	4.1.8	ลักษณะที่นักท่องเที่ยวขึ้นชอบในชุมชนวัวลาย	60
ตาราง	4.1.9	ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ขึ้นชอบในชุมชนวัวลาย	61
ตาราง	4.1.10	สรุปลักษณะที่ทำให้ขึ้นชอบและไม่ขึ้นชอบในชุมชนวัวลาย	62
ตาราง	4.2.1	มิติที่ 01: ถนน และลานคอนกรีต	67
ตาราง	4.2.2	คำบรรยายที่ได้รับบ้อยที่สุดสำหรับ มิติที่ 1: ถนนและลานคอนกรีต	68
ตาราง	4.2.3	มิติที่ 02: กิจกรรมการผลิต	69
ตาราง	4.2.4	คำบรรยายที่ได้รับบ้อยที่สุดสำหรับ มิติที่ 02: กิจกรรมการผลิต	70
ตาราง	4.2.5	มิติที่ 03: ชอยธรรมชาติเข้าหมู่บ้านท้องถิ่น	72
ตาราง	4.2.6	คำบรรยายที่ได้รับบ้อยที่สุดสำหรับ มิติที่ 03: ชอยธรรมชาติเข้าหมู่บ้านท้องถิ่น	72
ตาราง	4.2.7	มิติที่ 04 ทางเดินหน้าร้านขายสินค้าชิ้นเล็กๆ	73
ตาราง	4.2.8	คำบรรยายที่ได้รับบ้อยที่สุดสำหรับ มิติที่ 04: ทางเดินหน้าร้านขายสินค้าชิ้นเล็กๆ	74
ตาราง	4.2.9	มิติที่ 05: ร้านค้า 2 ผังคลอง	75
ตาราง	4.2.10	คำบรรยายที่ได้รับบ้อยที่สุดสำหรับ มิติที่ 05: ร้านค้าสองฝั่งคลอง	76
ตาราง	4.2.11	มิติที่ 06: หน้าร้านพื้นถิ่น และไม่ประดับ	77
ตาราง	4.2.12	คำบรรยายที่ได้รับบ้อยที่สุดสำหรับ มิติที่ 06: หน้าร้านพื้นถิ่น และไม่ประดับ	77
ตาราง	4.2.13	มิติที่ 07 ลาน หลังคา หน้าจั่ว	79
ตาราง	4.2.14	คำบรรยายที่ได้รับบ้อยที่สุดสำหรับ มิติที่ 07: ลาน หลังคา หน้าจั่ว	79
ตาราง	4.2.15	สรุปคำบรรยายที่ได้รับบ้อยที่สุดในแต่ละมิติ	81
ตาราง	4.2.16	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความขึ้นชอบระหว่างมิติ	83
ตาราง	4.2.17	ลักษณะของมิติทางกายภาพและคำแนะนำในการสร้างอัตลักษณ์	84
ตาราง	4.2.18	สรุปลักษณะที่ทำให้นักท่องเที่ยวขึ้นชอบและไม่ขึ้นชอบจากการเปรียบเทียบรูปแบบการรับรู้กับลักษณะทางกายภาพที่ทำให้ขึ้นชอบและไม่ขึ้นชอบ	85
ตาราง	4.3.1	ลำดับค่าเฉลี่ยของค่าน้ำหนักความสำคัญต่อหัวข้อที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด	87
ตาราง	4.3.2	กลุ่มปัจจัยทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง	89

ตาราง	4.3.3	ประมวลผลความถี่การตอบคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและจับจ่าย	90
ตาราง	4.3.4	ประมวลผลความถี่การตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว	92
ตาราง	4.3.5	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับมิติทางกายภาพที่ 1	94
ตาราง	4.3.6	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับมิติทางกายภาพที่ 2	95
ตาราง	4.3.7	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับมิติทางกายภาพที่ 3	95
ตาราง	4.3.8	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับมิติทางกายภาพที่ 4	96
ตาราง	4.3.9	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับมิติทางกายภาพที่ 5	97
ตาราง	4.3.10	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับมิติทางกายภาพที่ 6	97
ตาราง	4.3.11	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับมิติทางกายภาพที่ 7	98
ตาราง	4.3.12	สรุปความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางกายภาพและปัจจัยทางสังคมอื่นๆ	98
ตาราง	4.4.1	คำแนะนำเพื่อการพัฒนาตามความต้องการของชุมชน	110
ตาราง	4.4.2	มิติที่ 01 และภาพที่ 1 ถนน และลานคอนกรีต	111
ตาราง	4.4.3	มิติที่ 02 และภาพที่ 2 กิจกรรมการผลิต	112
ตาราง	4.4.4	มิติที่ 03 และภาพที่ 3 ชอยธรรมชาติ ปากทาง บ้านท้องถิ่น	113
ตาราง	4.4.5	มิติที่ 04 และภาพที่ 4 ทางเดินหน้าร้านขายสินค้าชิ้นเล็กๆ	113
ตาราง	4.4.6	มิติที่ 05 และภาพที่ 5 ลักษณะร้านค้าสองฝั่งคลอง	114
ตาราง	4.4.7	มิติที่ 06 และภาพที่ 6 หน้าร้านพื้นถิ่น มีไม้ประดับ	115
ตาราง	4.4.8	มิติที่ 07 และภาพที่ 7 ลาน หลังคา และหน้าจั่ว	116
ตาราง	4.4.9	สรุปการเปรียบเทียบการรับรู้และความชื่นชอบและคำแนะนำในทางปฏิบัติ	117
ตาราง	5.1.1	ตัวอย่างแนวทางการดำเนินการในระดับเมือง และระดับชุมชน	125
ตาราง	5.1.2	สรุปคำแนะนำในการพัฒนา	128

สารบัญภาพ

ภาพ	1.1.1	แสดงตำแหน่งที่ตั้งของชุมชนทั้ง 3 ภายในเมืองเชียงใหม่	9
ภาพ	1.1.2	แสดงตำแหน่งที่ตั้งชุมชนบ้านถวาย	11
ภาพ	1.1.3	แสดงสถานการณ์ชุมชนบ้านถวาย	12
ภาพ	1.1.4	แสดงโอกาสชุมชนบ้านถวาย	14
ภาพ	1.1.5	แสดงตำแหน่งที่ตั้งชุมชนบ่อสร้าง – ต้นเปา	16
ภาพ	1.1.6	แสดงสถานการณ์ชุมชนบ่อสร้าง – ต้นเปา	17
ภาพ	1.1.7	แสดงโอกาสชุมชนบ่อสร้าง – ต้นเปา	19
ภาพ	1.1.8	แสดงตำแหน่งที่ตั้งชุมชนวัวลาย	20
ภาพ	1.1.9	แสดงสถานการณ์ชุมชนวัวลาย	22
ภาพ	1.1.10	แสดงโอกาสชุมชนวัวลาย	24
ภาพ	6.1.1	แผนที่สำหรับการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวบ้านถวาย	133
ภาพ	6.1.2	แผนที่สำหรับการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ต้นเปา	136
ภาพ	6.1.3	แผนที่สำหรับการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวบ้านวัวลาย	138

บทนำ

ปัจจุบันการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวกำลังเป็นสิ่งที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ และได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนหลายๆ ฝ่าย เพราะการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้เป็นอย่างดีให้กับผู้ประกอบการหลายๆ ระดับ แต่ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวก็มีต้นทุนมหาศาล ในการประกอบกิจการท่องเที่ยวนั้นมีทั้งผู้ได้ และผู้เสียประโยชน์ ในการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวก็อาจให้ผลดีกับกิจกรรมบางอย่าง โดยอาจเป็นผลเสียต่อกิจกรรมอื่นๆ การพัฒนาสภาพแวดล้อมก็เช่นกัน อาจมีจุดประสงค์เพื่อสนับสนุนกิจกรรมบางประการในการท่องเที่ยวอาจส่งผลเสียอื่นๆ ในมิติที่เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน โดยเฉพาะถ้าการพัฒนาต่างๆ ไม่ได้ทำให้เกิดผลตามจุดประสงค์และส่งผลเสียทางด้านอื่นๆ ในเวลาเดียวกัน งานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นที่จะเสนอกระบวนการที่จะพัฒนาสภาพแวดล้อมให้เป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับกิจกรรมจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการรับรู้และชื่นชอบของนักท่องเที่ยวจริงๆ และนำเสนอแนวทางการพัฒนาที่ได้คำนึงถึงการสร้างศักยภาพให้กับชุมชนโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมดั้งเดิม และชีวิตความเป็นอยู่พื้นฐานของชุมชนนั้นๆ

บ้านถวาย บ่อสร้าง และวัดลายเป็นชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเชียงใหม่ และมีประวัติความเป็นมาดั้งเดิม โดยบ้านถวายมีชื่อทางด้านไม้แกะสลัก บ่อสร้างมีการผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระดาษสา เช่นร่มและพัดที่มีชื่อเสียง ทั้งสองแห่งมีที่มาจากการเป็นหัตถกรรมในครัวเรือน ซึ่งต่อมาได้มีการขยายตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว จนกระทั่งรูปแบบของชุมชนเปลี่ยนไป โดยลักษณะดั้งเดิมอาจจะสูญหายไป เพราะมีการขยายขอบเขตการผลิต การก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวได้เห็นลักษณะสภาพแวดล้อมแบบอุตสาหกรรม ที่รองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และที่จอดรถพาหนะจำนวนมาก ซึ่งไม่มีลักษณะของแท้ (Authentic) และดั้งเดิมอีกต่อไป

การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เกิดจากการพัฒนาที่ไม่มีแนวทางและไม่มีแรงจูงใจผู้ประกอบการให้พัฒนาสภาพแวดล้อม ที่ควรอนุรักษ์ลักษณะดั้งเดิมและสอดคล้องกับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน ถนนวัดลายซึ่งเป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายเครื่องเงินคุณภาพสูงที่มีประวัติศาสตร์การผลิต การตั้งถิ่นฐานมายาวนานยังมีลักษณะเฉพาะตัวดั้งเดิมของถนนเล็กๆ และอาคารดั้งเดิมอยู่มาก แต่การใช้อาคารมีแนวโน้มเปลี่ยนไปเป็นอาคารที่ไม่ใช่เพื่อการผลิตและขายเครื่องเงินและไม่ได้มีการพัฒนาที่ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว

ชุมชนผู้ผลิตที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นมีศักยภาพสูงในการที่จะพัฒนาให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม ถ้ามีการพัฒนาที่เหมาะสม เนื่องจากทั้งสามชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ และมีกระบวนการผลิตที่สามารถสาธิตให้ชมได้ และเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชุมชน ถ้ามีการพัฒนาที่ตอบสนองกับกิจกรรม การค้า การผลิต การดำรงชีวิต และกิจกรรมการท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวก็จะชื่นชอบและอุดหนุนมากขึ้น ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการก็จะสามารถพัฒนากิจการตามความเหมาะสม และไม่ขัดต่อสภาพแวดล้อม และวิถีชีวิตดั้งเดิม ของการผลิต การจำหน่าย และการท่องเที่ยวในสถานที่เหล่านี้ซึ่งจะทำให้รายได้และความยั่งยืน

กิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการจับจ่ายสินค้า ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นกิจกรรมที่กำลังได้รับการสนับสนุน เพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวจากต่างชาติ ซึ่งถือว่าเป็นผู้นำรายได้ที่เป็นกอบเป็นกำเข้าสู่ประเทศ มีการใช้จ่ายโดยตรงในท้องถิ่น และไม่ตกอยู่ในข่ายสินค้าราคาถูกที่ไม่มีการเพิ่ม

มูลค่า หรือไม่มีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการแข่งขัน สินค้าศิลปหัตถกรรม และวัฒนธรรมท้องถิ่นถือเป็นทรัพยากรอันมีค่าที่ท้องถิ่นมีอยู่แล้ว และควรได้รับการพัฒนาและอนุรักษ์ในเวลาเดียวกัน

แผนและนโยบายการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวในอดีตและปัจจุบัน อาจดูเหมือนมีการมุ่งเน้นที่การสร้างภาพลักษณ์ของย่านธุรกิจ ชุมชนที่มีการค้าขาย และตลาด ที่มีความสะอาดเรียบร้อยของทางสัญจร เป็นภาพลักษณ์ของวัฒนธรรมที่อยากให้นักท่องเที่ยวเห็น ตัวอย่างเช่น การย้ายการค้าขายริมทางเท้าและที่สาธารณะอื่นๆ ออกไปจากพื้นที่ การกระทำดังกล่าวอาจมีพื้นฐานมาจากการตัดสินใจแบบมองด้านเดียว โดยใช้การรับรู้ (Perception) และความชื่นชอบ (Preference) ของผู้วางนโยบาย และผู้ปฏิบัติการสนองนโยบายเป็นหลัก ซึ่งมุมมองนี้อาจไม่ตรงกับความรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว และไม่เอื้อประโยชน์ต่อการประกอบการของผู้ค้าขาย การพัฒนาในลักษณะนี้อาจก่อให้เกิดภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ซ้ำซาก ซาดเอกลักษณะ ถูกแซ่แข็ง หรือจงใจเกินไป และอาจทำให้เกิดความขัดแย้งกับชีวิตความเป็นอยู่และการทำมาค้าขายของคนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าลักษณะที่สร้างขึ้นไม่ตรงกับความชื่นชอบกับนักท่องเที่ยว ก็จะทำให้คนในชุมชนขาดโอกาสทำธุรกิจ

ในทางกลับกัน การมุ่งผลประโยชน์ทางการค้าขายมากเกินไปของผู้ประกอบการ โดยก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่ที่รองรับนักท่องเที่ยวได้มาก มีที่จอดรถขนาดใหญ่ ซึ่งไม่มีความสอดคล้องกับสภาพดั้งเดิม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ก็จะส่งผลทางลบต่อสภาพแวดล้อมเช่นเดียวกัน สภาพดังกล่าวจะก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ขาดความเชื่อมโยงกับบริบททั้งทางสภาพแวดล้อมและทางวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมเช่นนี้เป็นลักษณะของย่านการค้าที่ได้รับความนิยมต่ำ และดูแล้วน่าเบื่อ (Hough, 1990) ลักษณะเหล่านี้อาจส่งผลให้ผู้ซื้อรับรู้ว่าเป็นสินค้าราคาถูก เป็นของโหล และด้อยคุณภาพ สภาพท้องถนน และย่านการค้าที่มีลักษณะนี้แสดงภาพลักษณ์ที่ไม่พึงประสงค์ของเมืองและประเทศ

นอกจากขาดความชื่นชอบแล้ว ภาพลักษณ์ที่เด่นชัด มีเอกลักษณ์ และมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ก็เป็นปัจจัยสำคัญต่อสภาพแวดล้อมเมือง (วิลลิสท์ หรยางกูร, 2541; Hough, 1990; Relph, 1976) ภาพลักษณ์ที่เด่นชัดนี้ อาจมีที่มาจากลักษณะเฉพาะขององค์ประกอบทางกายภาพ หรืออาจจะเป็นแหล่งผลิตหรือแหล่งขายสินค้าเฉพาะ ที่มีการแสดงออกของสินค้าอย่างชัดเจน องค์ประกอบเหล่านี้ก่อให้เกิดความเป็นย่านเฉพาะซึ่งทำให้ผู้อยู่อาศัยและผู้ผ่านไปมาแยกแยะ และจดจำได้ (Lynch, 1960) สภาพแวดล้อมของแหล่งจับจ่ายหลายๆ แห่งไม่มีภาพลักษณ์ที่เด่นชัดของความเป็นย่าน สภาพแวดล้อมของแหล่งจับจ่ายเหล่านี้มักจะประกอบด้วยอาคารและพื้นที่จอดรถขนาดใหญ่ที่ไม่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยลักษณะที่พบมากทั่วไป จะเป็นอาคาร “สมัยใหม่” ที่ไม่มีลักษณะแบบแผนวัฒนธรรม เป็นอาคารก่ออิฐฉาบปูนและทาสีขาว หรือโครงสร้างเหล็กขนาดใหญ่ที่คลุมเนื้อที่กว้าง มีป้ายหน้าร้าน และอาจมีสินค้าจัดแสดงออกมานอกร้าน ลักษณะ “ทั่วไป” นี้ เมื่อถูกสร้างซ้ำๆ กันไปในทุกถนน และทุกย่านทั่วประเทศ จะทำให้เกิดความซ้ำซากทางลักษณะกายภาพ ซาดเอกลักษณะ และความชัดเจนของภาพลักษณ์ของเมืองที่มีการแสดงออกของวัฒนธรรม และความเหมาะสมต่อบริบททางศิลปวัฒนธรรมของเมือง ที่ทำให้ผู้พบเห็นไม่สามารถจดจำและแยกแยะความแตกต่างระหว่างสถานที่ได้

ลักษณะของพื้นที่ที่ขาดเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ที่สะท้อนความสัมพันธ์กับผู้คนและวัฒนธรรมนั้นเรียกว่า “ออสถาน” (Placelessness) ถือเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ควรได้รับการดูแลจากผู้ที่เกี่ยวข้อง เพราะการมีภาพลักษณ์ที่สะท้อนแบบแผนวัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์กับผู้คน

และสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในชุมชน (Relph, 1976) การขาดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้อยู่อาศัยกับสภาพแวดล้อม จะส่งผลไปถึงการขาดความห่วงใย ความเป็นเจ้าของ ความรับผิดชอบของผู้ใช้สอยต่อสถานที่ และขาดสำนึกของการมีส่วนร่วมในชุมชนและระหว่างบุคคล ทำให้เกิดการขาดการดูแลเอาใจใส่สภาพแวดล้อม และขาดความชื่นชมต่อลักษณะแบบแผนทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดการเสื่อมของสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม อีกทั้งส่งผลลบทางภาพลักษณ์ต่อท้องถิ่น เมือง และประเทศ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและการท่องเที่ยว โดยสภาพแวดล้อมที่ “ไม่แตกต่าง” จากเมืองอื่น ประเทศอื่นทำให้ผู้ประกอบการขาดความภูมิใจ นักท่องเที่ยวเกิดความไม่ประทับใจ (Hough, 1990) และไม่ต้องการจะมาเที่ยว ทำให้ผลผลิตทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวลดลง ปรากฏการณ์นี้อาจทำให้เกิดปัญหาทางธุรกิจท่องเที่ยวในระยะยาว นักท่องเที่ยวอาจเบื่อหน่ายกับภาพที่จำเจ และพากันไปท่องเที่ยวที่อื่น ผู้ผลิตและผู้ประกอบการขาดรายได้จากการค้าขาย ทำให้เกิดการสูญเสียรายได้และโอกาสทางธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศอย่างสูง

นอกจากนี้รายงานผลการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมเพื่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ผ่านมามีจะไม่ได้อาศัยพื้นฐานมาจากข้อมูลการรับรู้และความชื่นชอบของผู้ที่เกี่ยวข้อง แม้กระทั่งของนักท่องเที่ยวเอง อีกทั้งข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมมิได้มุ่งเน้นผลประโยชน์ร่วมของผู้ประกอบการ ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้นควรมีพื้นฐานการร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งในแง่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้อง ศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมของชุมชนผู้ผลิต เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ดึงดูดใจ และมีผลต่อการรับรู้ของภาพลักษณ์ ความรู้ดังกล่าวจะสามารถนำมาใช้ในการเพิ่มค่าความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว และใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ที่เหมาะสม และชัดเจน ให้กับชุมชนผู้ผลิต โดยมีการคำนึงถึงความต้องการของผู้ประกอบการ งานวิจัยนี้เสนอวิธีการที่มีพื้นฐานมาจากการรับรู้ ความชื่นชอบและความต้องการสถานที่ประกอบการของผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้จัดทำเส้นทาง และพัฒนาสภาพแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือและผลประโยชน์ของทุกฝ่ายต่อไป

ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะ

1. ศึกษาการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของชุมชนผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่ง
2. นำเสนอวิธีการและรูปแบบการพัฒนาและการจัดการสภาพแวดล้อมของเส้นทางที่สอดคล้องกับการรับรู้และความชื่นชอบ ของนักท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างความชัดเจนของภาพลักษณ์ และลักษณะเฉพาะชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม และเพิ่มความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมของชุมชน
3. จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายโดยการพัฒนาชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมที่มีศักยภาพ ให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยว ที่มีความเหมาะสมต่อการรับรู้ และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว และสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการและชุมชนผู้ผลิต

โดยใช้กระบวนการจัดทำเส้นทาง และการดำเนินการที่มีหลักการดังต่อไปนี้

- สร้างความหลากหลายทางด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม ซึ่งจะรวมการผลิต การสาธิต การซื้อขาย และวิถีชีวิตของชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม
- ส่งเสริมให้มีการใช้พื้นที่อย่างเต็มศักยภาพ โดยครอบคลุมทั้งพื้นที่และเส้นทาง และมีความเหมาะสมกับกิจกรรมการผลิต การสาธิตและการจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม

- ส่งเสริมให้มีกระบวนการอนุรักษ์เอกลักษณ์ของชุมชน และบำรุงรักษาสภาพแวดล้อมอย่างต่อเนื่องที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน
- มีการใช้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยในพื้นที่

เพื่อให้ได้เส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม ที่มีผลลัพธ์ซึ่งสามารถแยกแยะได้เป็น

- เส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมของเมืองเชียงใหม่ ที่มีความสอดคล้องกับการรับรู้และเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว
- แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของสภาพแวดล้อมในแต่ละชุมชนศิลปหัตถกรรม ให้มีภาพลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจน และมีลักษณะดั้งเดิมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนผู้ผลิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น
- แนวทางในการพัฒนา และบำรุงรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวแบบจับจ่าย ที่ได้รับความชื่นชอบจากนักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการดำเนินการที่ได้รับข้อมูล มีความร่วมมือ และการประสานผลประโยชน์จาก นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ
- รูปแบบ และวิธีการเพื่อนำไปใช้เป็นตัวอย่าง ในการพัฒนาเส้นทางจับจ่ายและชุมชนผู้ผลิตของเมืองอื่นๆ ต่อไป
- องค์ความรู้เรื่องรูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมต่างวัฒนธรรม

ผลจากการศึกษาตามที่ได้ตั้งกล่าวมาข้างต้น จะก่อให้เกิดการพัฒนาทางกายภาพของชุมชนที่มีอัตลักษณ์เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ชุมชนเองมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี มีการอนุรักษ์ และการพัฒนาและจัดการสภาพแวดล้อมที่ยั่งยืน นอกจากนี้แล้ว ยังมีผลกระทบทางบวกในวงกว้างดังนี้

- ทางเศรษฐกิจ สามารถสร้างรายได้ และงานให้เพิ่มขึ้น และมีเม็ดเงินหมุนเวียนมากขึ้น จากการพัฒนาโดยใช้รูปแบบจากการวิจัย
- ทางสังคม มีผลประโยชน์ร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการ โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีค่า ในสถานที่จับจ่ายที่เป็นของแท้ที่ชื่นชอบ และมีอัตลักษณ์ และผู้ประกอบการจะได้ทราบแนวทางที่เหมาะสม ในการพัฒนาสภาพแวดล้อม เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว และการหลุดพ้นจากการแข่งขันทางราคา โดยมีความร่วมมือ และประสานผลประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้อง
- ทางสิ่งแวดล้อม การพัฒนาสภาพแวดล้อม องค์ประกอบ ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน และวัฒนธรรมตามข้อเสนอแนะ ที่จะส่งผลให้สภาพแวดล้อมทางกายภาพของเมืองดีขึ้น

ผลจากการวิจัยในด้านคำแนะนำซึ่งจะมีทั้งในแง่ของการพัฒนาทางกายภาพ โดยมีการจัดการ และความร่วมมือของหน่วยงาน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำเอาผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถนำรูปแบบที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายทางศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดอื่นๆ ต่อไป
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และส่วนท้องถิ่น สามารถนำรูปแบบที่ได้ไปใช้ในการกำหนดนโยบายของส่วนกลางแผนพัฒนาต่างๆ เช่น แผนพัฒนาการท่องเที่ยวและปรับปรุงสภาพแวดล้อม เพื่อการพัฒนาสภาพแวดล้อมสนับสนุนการท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าทางการค้า
- ภาคเอกชน สามารถเข้ามาร่วมลงทุนและพัฒนา เพื่อผลประโยชน์ร่วมทางการประกอบการธุรกิจ โดยสามารถนำเอาคำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจไปใช้ในการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนศิลปหัตถกรรม

- องค์การบริหารส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น สามารถนำผลการศึกษามาจัดทำโครงการพัฒนาท้องถิ่น โดยมีการชี้แจง และรับการประเมินในการประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ก่อนทำการปรับปรุงหรือก่อสร้างจริง
- นักวางแผนและนักออกแบบนำเอากรรมวิธี และคำแนะนำไปใช้ในการวางแผนและออกแบบสภาพแวดล้อม
- สถาบันการศึกษาและผู้สนใจนำเอาผลงานวิจัยไปใช้เป็นพื้นฐานของงานวิจัยและการเรียนการสอน

บทนี้ได้กล่าวถึงปัญหาของการพัฒนาของสภาพแวดล้อมของชุมชนเมืองที่เกี่ยวข้องการค้า และการจับจ่ายสินค้า ที่มีผลต่อการรับรู้ และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีผลต่อการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จนถึงจุดประสงค์ กระบวนการ ผลการศึกษา และผลผลิตที่ได้จากงานวิจัยฉบับนี้ ในบทต่อไปจะกล่าวถึงงานวิจัยชิ้นนี้ทั้งหมดที่ละบท ได้แก่ บทที่ 1: ความเป็นมา ปัญหาและความสำคัญ ซึ่งจะเป็นการอธิบายความเป็นมาของปัญหา ความสำคัญของการท่องเที่ยว และรายละเอียดทางความสำคัญ ปัญหา และศักยภาพเกี่ยวกับชุมชนศิลปทัศนศึกษาทั้งสามแห่ง บทที่ 2: การวิจารณ์ วรรณกรรม และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย การอธิบายทฤษฎีที่สนับสนุนและอธิบายพฤติกรรม การรับรู้ และความชื่นชอบของมนุษย์ที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ และรวมไปถึงแนวทางการศึกษา วิธีการ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องจากงานวิจัยในอดีตที่ชี้ว่าการออกแบบงานวิจัยชิ้นนี้ ในบทที่ 3: ระเบียบวิธีวิจัย ได้มีการอธิบายถึงระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้โดยละเอียด ซึ่งรวมไปถึงการออกแบบ ขั้นตอนการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ และเหตุผลในการเลือก ส่วนบทที่ 4: ผลการวิจัย มีการอธิบายผลการวิจัยที่ละส่วนตามคำถามการวิจัย ได้แก่ รูปแบบ และ องค์ประกอบที่เป็นที่ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว รูปแบบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของชุมชนศิลปทัศนศึกษา ความสัมพันธ์ของรูปแบบความชื่นชอบต่อรูปแบบต่างๆ กับปัจจัยทางการตลาดและนักท่องเที่ยว และทัศนคติต่อการพัฒนาสภาพแวดล้อมของตัวแทนชุมชนเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยว ในบทที่ 5: การสรุปและอภิปรายผล จะเป็นการสรุปผลที่ได้ทั้งหมด และอภิปรายผลการวิจัยเปรียบเทียบกับผลที่สะสมมาของงานวิจัยในอดีต และท้ายที่สุด ในบทที่ 6: การจัดทำเส้นทาง Thornton เพื่อแบบจำลองการศึกษาศิลปะทัศนศึกษา จะมีการแสดงผลการวิจัย คำแนะนำ แนวทางปฏิบัติในรูปแบบของเส้นทางและการเสนอแนะการพัฒนา

บทที่ 1: ความเป็นมา ปัญหา และความสำคัญ

บทนี้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลก ประเทศไทย เชียงใหม่ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับสินค้าศิลปหัตถกรรมในปัจจุบัน ประวัติความเป็นมา สถานการณ์ ปัญหา และโอกาสของชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่ง ซึ่งได้แก่ บ้านถวาย บ่อสร้าง-ต้นเปา และวัวลาย

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวจัดว่าเป็นแหล่งที่มาที่สำคัญของผลิตผลมวลรวมประชาชาติ หรือ GNP ของโลกในปัจจุบัน (McIntosh, Goleidner & Ritchie., 2000) ดังนั้นหลายๆ ประเทศจึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของตน ประเทศไทยก็เช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ยามธุรกิจ และอุตสาหกรรมอื่นๆ มีรายได้ลดลง หรือตกอยู่ในสภาวะที่เสียเปรียบประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งหลาย การท่องเที่ยวยังเป็นเหตุผลที่สำคัญที่นำไปสู่พัฒนาท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนเพราะมีการใช้จ่ายเงินตราเพื่อซื้อสินค้าและบริการโดยตรงจากคนท้องถิ่น เพื่อการแสดงออกทางวัฒนธรรม หรือการขยายสาขารูปโภคเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์โบราณสถานบางชนิดที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนหรือไม่ได้รับการดูแลจากภาครัฐ โดยสร้างมูลค่าในการใช้สอยในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเลี้ยงตัวเองได้

สถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวไทย

รายงานฉบับย่อสำหรับผู้บริหาร ของโครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) (25 กรกฎาคม 2545) ได้วิเคราะห์สภาพภายนอกของการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยใช้ข้อมูลจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ว่าการประมาณ อัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย จะมีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 7.8 ซึ่งสูงกว่าอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (ร้อยละ 7.7) และของโลก (ร้อยละ 4.2) อย่างไรก็ตามประเทศไทยจะมีความยากลำบากมากขึ้นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวจะมีความต้องการที่เฉพาะ และแตกต่างกันมากขึ้น โดยจะมีการแสวงหาสาระ และการเรียนรู้มากขึ้น ซึ่งรายงานฉบับนี้ได้ชี้ให้เห็นว่า ถ้าการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยต้องการเดินให้ถูกทิศทาง โดยการยึดครองส่วนของตลาดที่ขยายนี้ จะต้องคำนึงถึงความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยว รวมถึงทัศนคติ การรับรู้ และความชื่นชอบ และกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นควรขยายขอบเขตไปสู่กิจกรรมที่มีการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมในกระบวนการมากขึ้น

รายงานฉบับเดียวกันยังได้กล่าวถึงสภาพภายในของการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยว่า อาจดำเนินไปอย่างไม่เต็มศักยภาพ โดยอาจประสบปัญหาทางคุณภาพสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม ทางวิถีชีวิตชุมชน และการกระจายรายได้ เนื่องจากจะเป็นช่วงที่มีการกระจายอำนาจการปกครองไปสู่ท้องถิ่น ซึ่งมีลักษณะการบริหารจัดการแยกส่วนที่เป็นเอกเทศในพื้นที่เดียวกัน นอกจากนี้ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่เห็นความสำคัญของความรู้ ความเข้าใจ ความเป็นมา ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ควรต้องคำนึงถึงสำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางความต้องการของนักท่องเที่ยว และความรู้ ความเข้าใจ ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่น

ศักยภาพของการท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่

เชียงใหม่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เนื่องจากความอุดมของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 40 มาเที่ยวเชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้ง นอกจากนี้ยังมีจุดเด่นอื่นๆ เช่น กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่จัดเป็นประจำทุกปี และการมีศักยภาพ ที่จะจัดการประชุมนานาชาติ เนื่องจากมีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เพียงพอสามารถรองรับ และให้ความสะดวกกับนักท่องเที่ยวจำนวนมากๆได้ ซึ่งจากการสำรวจ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพอใจ ในบริการทางการท่องเที่ยวต่างๆที่ตนได้รับ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อรรถาธิบายของคนเชียงใหม่ การให้บริการของผู้ประกอบการ และความสะดวกจากการขนส่งทางอากาศ อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวยังคงมีอยู่ เช่น ขยะตกค้าง ความเสื่อมโทรม และคุณภาพของบุคลากรทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง (พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์, 2542)

เดชา บุญค้ำ และคณะ (2531) ได้แบ่งเมืองท่องเที่ยวจากลักษณะต่างๆของเมือง โดยเฉพาะเชียงใหม่เป็นเมืองที่ได้เปรียบเพราะเป็นเมืองธรรมชาติที่มีภูเขาเป็นภูมิลักษณะล้อมรอบ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนาที่มีภาษาพูด ภาษาเขียน การแต่งกาย และ อาหาร เป็นของตนเอง ทางลักษณะกายภาพของเมือง ตัวอย่างเช่นการวางผังของเมืองเชียงใหม่และองค์ประกอบต่างๆ ของเมืองที่มี คูเมือง กำแพงเมือง ตลอดจนโบราณสถาน รวมทั้งที่เป็นเมืองโบราณ ศาสนสถานต่างๆ และสถาปัตยกรรม ที่มีรูปแบบของศิลปะ และสถาปัตยกรรมเป็นแบบล้านนา นอกจากนี้ในด้านการทำหัตถกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ก็มีชื่อเสียงดังเช่นเครื่องเงินของช่างถนนวัวลาย ร่มหมู่บ้านบ่อสร้างและงานแกะสลักไม้หมู่บ้านถวาย ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวนี้เองทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีความได้เปรียบ ทางด้านความหลากหลายทางการท่องเที่ยว หากแต่ในการท่องเที่ยวทั้งรูปแบบและสถานที่ต่างๆ ยังไม่มีการนำมารวบรวมร้อยเรียงสร้างความสัมพันธ์เป็นเส้นทางที่ชัดเจน หากพิจารณาจากประเภทของการท่องเที่ยวทั้งในเมืองและนอกเมืองจังหวัดเชียงใหม่สามารถแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

- การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับความอุดมทางวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาปัตยกรรมในเมืองเก่าเชียงใหม่ที่มีความงดงามและความสำคัญทางประวัติศาสตร์
- การท่องเที่ยวเชิงภูมิทัศน์ธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับความอุดมสมบูรณ์ทางสภาพแวดล้อมธรรมชาติของจังหวัดเชียงใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความเหมาะสมกับกิจกรรมกลางแจ้ง
- การท่องเที่ยวเชิงจับจ่ายใช้สอย ซึ่งทำรายได้จำนวนมาก และเป็นกิจกรรมที่ขาดไม่ได้ในการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพสูงในด้านการจับจ่าย เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาก มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีคุณภาพ และความโดดเด่น
- การท่องเที่ยววัฒนธรรมคนเดิน ซึ่งเป็นกิจกรรมใหม่ ที่ตั้งใจจะส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม เศรษฐกิจท้องถิ่น และสภาพแวดล้อมเมือง และการลดมลพิษทางอากาศ

งานวิจัยฉบับนี้จะศึกษาถึงการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าเป็นหลัก เพราะเป็นกิจกรรมที่ทำรายได้ และมักจะ ไม่มีการวางแผนเชิงพัฒนาที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสินค้า ที่จะเป็นส่วนสำคัญของกิจกรรมการจับจ่ายเหล่านี้ คือสินค้าศิลปหัตถกรรม เพราะ สินค้าศิลปหัตถกรรมของเชียงใหม่มีชื่อเสียง มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ และไม่ถูกมองเป็นสินค้าราคาถูกที่จะหาที่ไหนก็ได้ อีกทั้งการผลิตและการจำหน่ายเป็นการประกอบการในชุมชน โดยคนในชุมชนเอง ซึ่งเป็นศักยภาพในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับชีวิตท้องถิ่น การสาธิตขั้นตอนการผลิต และการมีส่วนร่วมในการผลิตของนักท่องเที่ยว ซึ่งการรวบรวม การพัฒนา และการจัดการ ที่เป็นองค์รวม

อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและของชุมชนเอง จะสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมและชุมชนผู้ผลิตได้เต็มศักยภาพ

การท่องเที่ยว และการจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ธรรมชาติ แหล่งศิลปวัฒนธรรม และโบราณสถาน เป็นต้น ความมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในเรื่องของสินค้าศิลปหัตถกรรมไม่ว่าจะเป็น “บ่อสร้าง กางจ้อง” “แกะสลักบ้านถวายเป็น” “เครื่องเงินวัวลาย” ยังเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยว

การพัฒนาระบบการขายสินค้าที่ใช้ระบบของ Online หรือ Internet เข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้การเลือกซื้อสินค้าทำได้ง่ายโดยไม่ต้องไปเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้านั้นจริง ๆ นี่เป็นเพียงปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คุณค่าในการผลิตสินค้าและบรรยากาศของการจับจ่ายสินค้าในที่จริงมีความจำเป็นน้อยลง

สินค้าประเภทศิลปหัตถกรรมนั้น มีคุณค่าในตัวของมันเองทุกชิ้น การผลิตที่ไม่ใช้เครื่องจักรทำงานทั้งหมดทำให้สินค้ามีเพียงหนึ่งชิ้นในโลก ความงามของสินค้าศิลปหัตถกรรม ความประณีต วิจิตรบรรจง เกิดขึ้นมาจากการฝึกฝน ปฏิบัติ และสั่งสมประสบการณ์ ถ่ายทอดให้กันจากรุ่นปู่ย่า จนถึงหลานเหลน สิ่งเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นองค์ความรู้เท่านั้นแต่ยังมีภูมิปัญญาต่างๆ ที่ยังคงอยู่ไม่ว่ากาลเวลาจะเปลี่ยนแปลงไปเท่าไรก็ตาม

การท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมนั้นจึงเกิดขึ้นมาเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามาเยี่ยมชมและรับรู้ในคุณค่าของสินค้า ในสถานที่การผลิตจริง ๆ ผลประโยชน์ที่ตามมาทางด้านเศรษฐกิจคือประชาชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือคุณค่าทางด้านจิตใจที่ได้บอกให้กับบุคคลภายนอกทราบว่า ชุมชนยังคงมีเอกลักษณ์ของตนเองอยู่

ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่ศึกษา

การท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมของเมืองเชียงใหม่ที่เป็นที่นิยมมีหลายที่ การศึกษาครั้งนี้ได้คัดเลือกพื้นที่ 3 พื้นที่ ได้แก่ บ้านถวายเป็น บ้านบ่อสร้าง-ตันเปา และบ้านวัวลาย ซึ่งทั้งสามพื้นที่นี้มีชื่อเสียงและความสำคัญ กล่าวคือ บ้านถวายเป็นหมู่บ้านที่รู้จักกันดีในด้านการแกะสลักไม้ บ้านบ่อสร้าง-ตันเปาเป็นหมู่บ้านที่รู้จักกันดีในด้านการผลิตกระดาษสาและผลิตภัณฑ์กระดาษ และบ้านวัวลายเป็นที่รู้จักกันดีในด้านการผลิตเครื่องเงิน

บ้านถวายเป็น

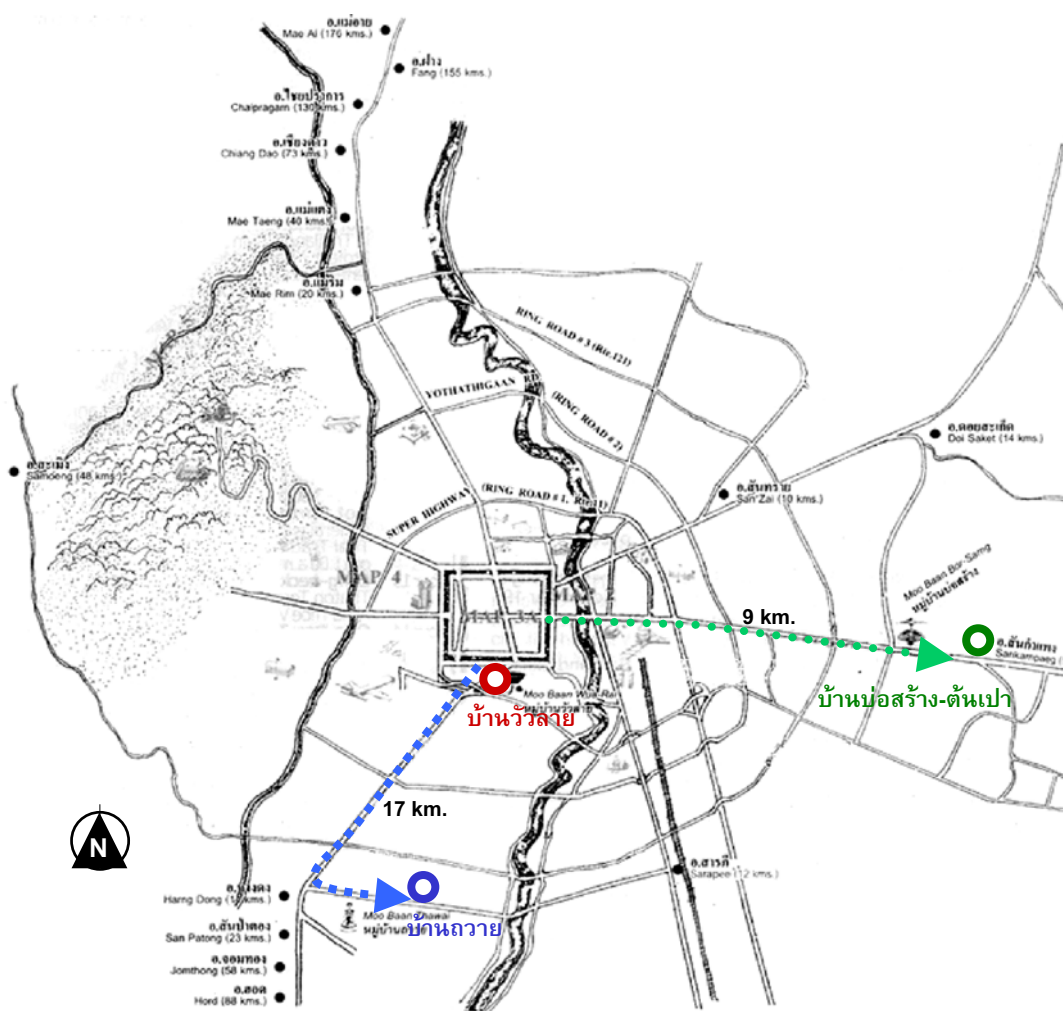
บ้านถวายเป็นตั้งอยู่ทางด้านทิศใต้ของเมืองเชียงใหม่ สามารถเข้าถึงได้โดยทางรถยนต์ โดยใช้ถนนสายเชียงใหม่-ฮอด ระยะทางห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 14 กิโลเมตร ตำแหน่งที่ตั้งของแหล่งจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมของบ้านถวายเป็นแยกออกจากถนนเชียงใหม่-ฮอดที่บริเวณตลาดทางดงออกไปทางทิศตะวันออก (เลี้ยวซ้าย) ระยะทางห่างจากทางแยกจนถึงแหล่งจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมประมาณ 3 กิโลเมตร

บ้านบ่อสร้าง-ตันเปา

บ้านบ่อสร้าง-ตันเปา ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของเมืองเชียงใหม่ สามารถเข้าถึงได้โดยทางรถยนต์ โดยใช้ถนนสายเชียงใหม่-สันกำแพง ระยะทางห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 9 กิโลเมตร ตำแหน่งที่ตั้งของแหล่งจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมของบ้านบ่อสร้าง-ตันเปาอยู่ทางด้านทิศเหนือของถนนเชียงใหม่-สันกำแพง

บ้านวัวลาย

บ้านวัวลายตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในเขตการปกครองส่วนท้องถิ่นของสำนักงานแขวงเมืงราย สังกัดสำนักงานเทศบาลนครเชียงใหม่ อาณาเขตของหมู่บ้านวัวลายเริ่มต้นตั้งแต่บริเวณตลาดประตูเชียงใหม่ไปทางทิศตะวันตก ติดถนนช้างหล่อและถนนทิพย์เนตร ส่วนทางทิศตะวันออกเริ่มตั้งแต่บริเวณสี่แยกตลาดประตูเชียงใหม่ติดถนนนันทนารามไปทางทิศใต้จรดถนนทิพย์เนตร หมู่บ้านวัวลายเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่สองฝั่งถนนวัวลาย บริเวณถนนวัวลาย ซอย 1 ถึง ซอย 7 โดยรอบวัดหมื่นสาร และวัดศรีสุพรรณ (จิราวรรณ กาวีละ, 2544)



ภาพ 1.1.1 แสดงตำแหน่งที่ตั้งของชุมชนทั้ง 3 ภายในเมืองเชียงใหม่

ในส่วนต่อไปจะกล่าวถึงประวัติ สถานการณ์ ลักษณะทางกายภาพ ปัญหาและโอกาสของแต่ละหมู่บ้าน โดยเริ่มจากบ้านถวายเป็นต้นไป บ้านบ่อสร้าง-ตันเปา และบ้านวัวลาย ตามลำดับ

บ้านถวาย

ประวัติความเป็นมาของบ้านถวาย

บ้านถวายเป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงทางด้านงานไม้ของเมืองเชียงใหม่ แต่เดิมชาวบ้านถวายมีพื้นเพเป็นชาวเกษตรกร แต่เนื่องด้วยประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำเพื่อการเกษตรในฤดูแล้ง ผลผลิตไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้ชาวบ้านทั่วไปมีฐานะยากจน ดังนั้นหลังฤดูเก็บเกี่ยวชาวบ้านส่วนใหญ่จะเดินทางออกไปรับจ้างทำงานก่อสร้างทั่วไปในตัวเมือง บางส่วนจะเปลี่ยนอาชีพมาเป็นพ่อค้าแม่ขายซึ่งต้องเดินทางไปค้าขายยังต่างถิ่น

การเปลี่ยนแปลงอาชีพจากเกษตรกรเป็นช่างฝีมือแกะสลักมีประวัติ เริ่มจากคนไม่กี่คนแล้วสืบทอดและแผ่ขยายออกไปจนเป็นย่านผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมประเภทไม้แกะสลัก ซึ่งสามารถสร้างรายได้ดีกว่าและแน่นอนกว่าอาชีพเกษตรกรรม มาจนถึงทุกวันนี้

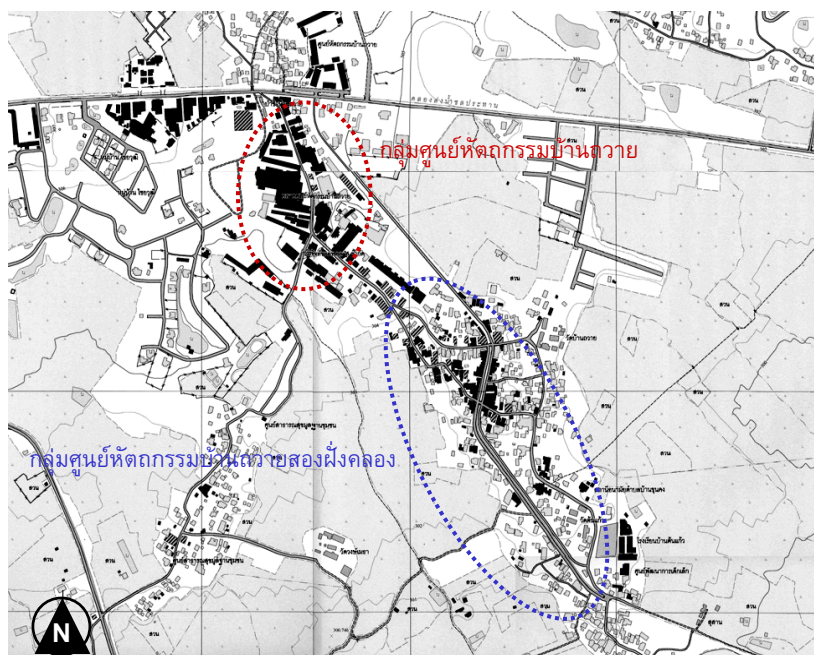
สถานการณ์ของบ้านถวาย

นับแต่เริ่มการทำงานแกะสลักไม้ของคนไม่กี่คน ซึ่งได้โอกาสจากการทดลองทำงานของร้านขายเฟอร์นิเจอร์แถวถนนวิไลยแล้วพอทำได้ จึงหันฝึกฝนและปฏิบัติงานมีงานล้นมือ จากนั้นจึงได้เรียกญาติพี่น้องและเพื่อนบ้านมาช่วย ซึ่งมีการสอนเทคนิคแบบไม่หวงความรู้ จนทำให้การแกะสลักไม้ได้แผ่กระจายออกไปทั่วทั้งหมู่บ้าน

บ้านถวายนอกจากจะเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในการแกะสลักไม้แล้ว ยังเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในการขายสินค้าหัตถกรรม บริเวณที่ขายสินค้านั้นเปลี่ยนจากการขายบริเวณหน้าบ้านมาเป็นการตั้งร้านค้ารวมกลุ่มกัน สามารถแบ่งชัดเจน ได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย และกลุ่มศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายสองฝั่งคลอง การรวมกลุ่มเพื่อขายสินค้านี้มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม เพราะลักษณะการขายสินค้าเป็นลักษณะของการรวมกลุ่มแบบตลาดที่มีร้านค้าหลายๆ ร้านมาอยู่รวมกัน

การที่มีร้านค้าหลายๆ ร้านมาอยู่รวมกันนั้นเป็นประโยชน์แก่ผู้ซื้อ ทำให้ผู้ซื้อใช้เวลาน้อยลงแต่สามารถเลือกสินค้าได้หลากหลายประเภทมากขึ้น จากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดผลกระทบดังรายละเอียดต่อไปนี้

- ประเภทของสินค้าที่วางขายได้เปลี่ยนจากสินค้าไม้แกะสลักของชุมชนเป็นการขายสินค้าศิลปหัตถกรรมอื่นๆ รวมอยู่ด้วย เช่น ผ้าฝ้ายทอมือ เฟอร์นิเจอร์เก่า (Antique) และงานโลหะ เป็นต้น การได้มาของสินค้าที่ไม่ได้ผลิตในชุมชนมาขายทำให้เกิดพ่อค้าคนกลางขึ้น ตามกลไกการตลาดแล้ว เมื่อสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลางราคาย่อมสูงขึ้น ผลกระทบที่ตามมาคือ ผู้ซื้อที่มีแนวโน้มที่คิดว่าสินค้าที่ขายที่บ้านถวายมีราคาแพง โอกาสในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่บ้านถวายน้อยลง
- การผลิตสินค้าของบ้านถวายนับจากมีการสั่งสินค้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ทำให้กระบวนการผลิตเริ่มกระจายตัวออกไปเป็นขั้นตอน ยกตัวอย่างเช่น การผลิตกล่องใส่ของ แต่เดิมกระบวนการผลิตทั้งหมดจากเริ่มต้นจนจบจะอยู่ที่บ้านเพียงหลังเดียว ปัจจุบันนี้กระบวนการผลิตเปลี่ยนเป็นการตัดชิ้นส่วนประกอบไม้ที่บ้านหลังหนึ่ง แล้วส่งมาประกอบที่บ้านอีกหลังหนึ่ง จากนั้นส่งไปทำสีที่บ้านอีกหลังหนึ่ง แล้วส่งมาเก็บรายละเอียดที่บ้านอีกหลังหนึ่ง
- การจัดรวมกลุ่มของร้านค้าชุมชนเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้กระบวนการผลิตย้ายสถานที่ไป จากเดิมที่ผลิตและขายที่บ้านของตนเอง เปลี่ยนเป็นผลิตที่ร้านค้าบางบางบางส่วน



ภาพ 1.1.2 แสดงตำแหน่งที่ตั้งชุมชนบ้านถวาย

ลักษณะทางกายภาพของบ้านถวาย

แหล่งจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมของบ้านถวาย แยกออกเป็น 2 ย่าน ได้แก่ ย่านศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย และย่านศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายสองฝั่งคลอง ลักษณะทางกายภาพของศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายมีการประยุกต์อาคารเก่านำมาดัดแปลงเป็นร้านค้า สังเกตได้จากวัสดุที่นำมาก่อสร้างเป็นการใช้อาคารไม้เดิมจากแหล่งอื่นมาประกอบใหม่โดยเฉพาะพื้นที่ที่เป็นร้านค้าใหม่ทางด้านฝั่งตะวันออกของถนน ส่วนพื้นที่เดิมมีลักษณะการทำร้านค้าแบบห้องแถว ใช้วัสดุประเภทเหล็กและสังกะสี มีการนำวัสดุเพื่อกันแดดบริเวณทางเดินหน้าร้าน ที่จอดรถของย่านนี้อยู่ด้านหน้า สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมองเห็นได้ชัดเจน

ลักษณะทางกายภาพของศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายสองฝั่งคลอง มีเรือนแถวร้านค้าอยู่สองข้างของถนนเลียบคลองชลประทาน ลักษณะของร้านค้าเป็นโครงสร้างเหล็ก หลังคามุงด้วยสังกะสี มีการตกแต่งมุขด้านหน้าของอาคารด้วยกาแล และมีการนำวัสดุเพื่อกันแดดบริเวณถนนเลียบคลองชลประทานทั้งสองด้าน มีศาลาและซุ้มไม้เลื้อยเป็นสะพานข้ามคลองชลประทาน ซึ่งเป็นที่ทำงานศิลปหัตถกรรมด้วย



ภาพ 1.1.3 แสดงสถานการณ์ชุมชนบ้านถาว

ปัญหาของบ้านถาว

จากการศึกษาประวัติ สถานการณ์และลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัญหาของบ้านถาวมีทั้งปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและทางกายภาพ ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจเป็นปัญหาที่ผู้ขายไม่เข้าใจกระบวนการผลิตและผู้ผลิตไม่ทราบความต้องการของตลาดทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่ก้าวหน้า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมาทำรูปแบบเดียวกันที่ละจำนวนมาก ทำให้คุณค่าของผลิตภัณฑ์น้อยลง ความประณีตน้อยลง และการผลิตมักผลิตตาม

การสั่งของลูกค้า ส่วนผู้จำหน่ายมักนำสินค้าที่ผลิตจากภายนอกพื้นที่ เช่น ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย มาจำหน่ายภายในย่าน ซึ่งทำให้เอกลักษณ์ของการขายสินค้าไม้แกะสลักลดลง

ที่จอดรถของทั้งสองพื้นที่จัดอยู่ในที่ที่ไม่สะดวก ทั้งสองย่านได้จัดเตรียมที่จอดรถไว้สำหรับนักท่องเที่ยวแต่อยู่ไกลเกินไป ระหว่างทางเดินจากที่จอดรถมาถึงย่านไม่ได้มีวัสดุเพื่อกันแดดเหมือนกับบริเวณทางเดินด้านหน้าร้าน ลูกค้าจึงจอดรถในที่สะดวกและใกล้ร้านค้าที่สุด เช่น บริเวณหน้าร้าน เป็นต้น

ปัญหาทางกายภาพของศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายสองฝั่งคลอง เริ่มจากทางเข้าที่ไม่ชัดเจนเพราะทางเข้าหลักของศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายสองฝั่งคลองอยู่ถัดมาจากทางเข้าหลักของศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายไม่มากนัก และมีความเด่นน้อยกว่า ประกอบกับเมื่อมองจากปากทางเข้าของศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายสองฝั่งคลองแล้ว ไม่มีร้านค้าอยู่บริเวณปากทางเลย อาจทำให้นักท่องเที่ยวลังเลและไม่แน่ใจที่จะเข้าไป และพบว่าการเข้าถึงของศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายสองฝั่งคลองสามารถใช้เส้นทางเชื่อมภายในหมู่บ้านถวายได้

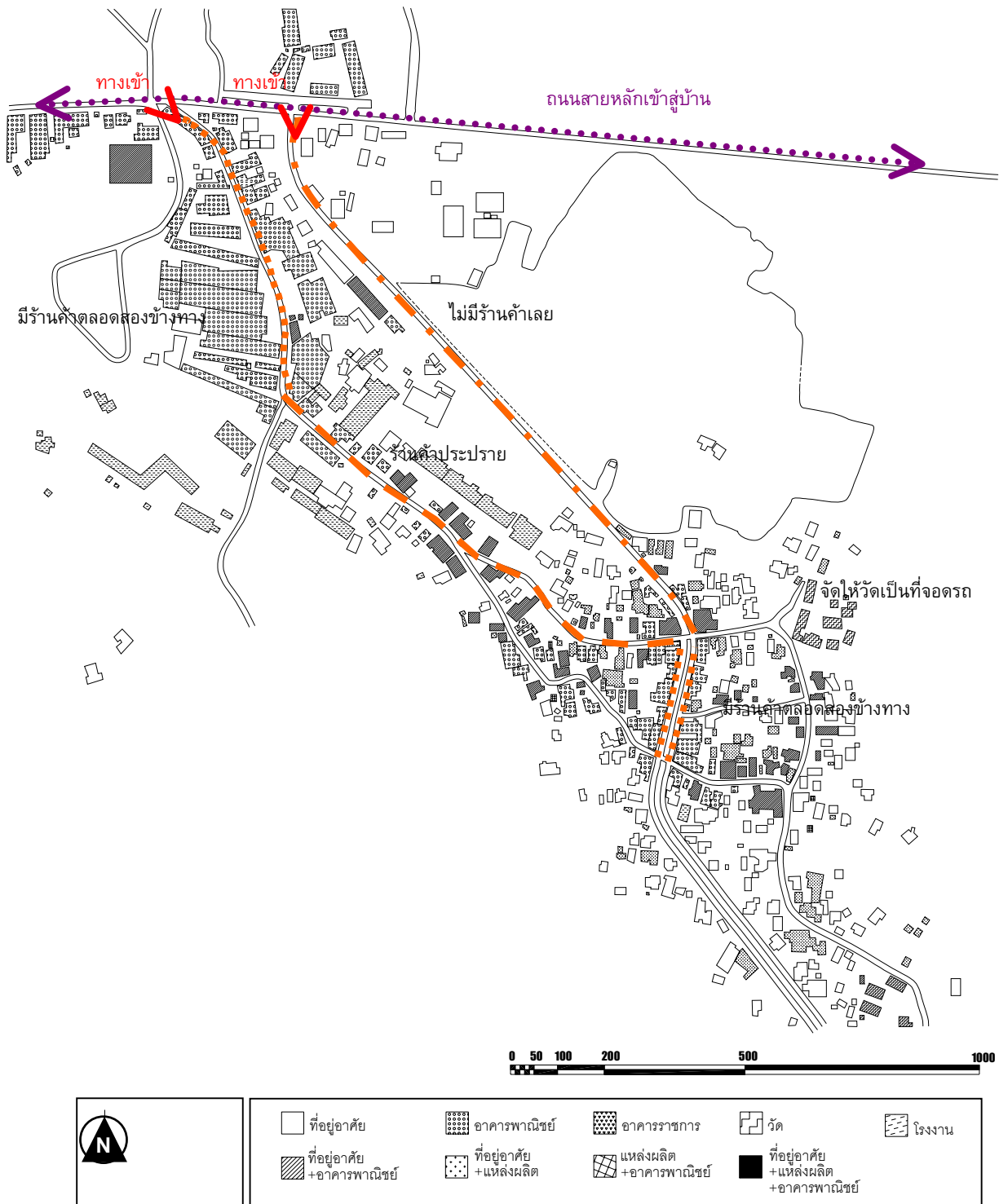
เมื่อเข้าไปถึงศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายสองฝั่งคลองแล้ว มีที่จอดรถอยู่บริเวณหน้าวัดบ้านถวาย ซึ่งต้องแยกจากถนนเลียบคลองชลประทานออกไปทางตะวันออก หากผู้มาไม่ต้องการเดินไกล อาจเลือกที่จะจอดรถบริเวณริมถนนเลียบคลองชลประทานได้ ซึ่งทำให้เกิดมลพิษทางอากาศเวลาเครื่องยนต์ทำงานและกีดขวางการจราจร และทำให้เกิดอันตรายแก่คนเดินเท้าที่เดินจับจ่ายสินค้าได้

โอกาสของบ้านถวาย

โอกาสของบ้านถวายทางด้านเศรษฐศาสตร์คือสินค้าส่งออก มีสถานประกอบการที่เอื้อต่อการส่งออก เช่น บริษัทขนส่งที่รับขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกัน ผู้ขายหรือผู้ประกอบการไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง จึงไม่ได้สนใจในการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทำให้ลักษณะของผลิตภัณฑ์ออกมาเป็นการผลิตเพื่อขายจำนวนมาก ไม่ใช้การผลิตที่มีการสร้างสรรค์และออกแบบผลงานใหม่ๆ หากมีการส่งเสริมให้เกิดการประสานงานของทั้งสองกลุ่มแล้วจะส่งเสริมให้เศรษฐกิจของบ้านถวายดียิ่งขึ้น

ความมีชื่อเสียงและมีเอกลักษณ์ในการขายสินค้าประเภทไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ และสินค้าของเก่า ของโบราณ (Antique) ยังเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของบ้านถวายอยู่ ถึงแม้ว่าสินค้าที่มีขายนั้นเป็นสินค้าศิลปหัตถกรรมอื่นๆ อยู่ด้วย ตลอดเส้นทางจากเมืองเชียงใหม่จนถึงบ้านถวายมีร้านค้าที่ขายของประเภทเหล่านี้อยู่ตลอดเส้นทาง ทำให้ไม่เกิดความเบื่อหน่ายและไม่รู้สึกล้าเลที่จะเดินทางมาถึงบ้านถวาย

ภายในบ้านถวายถึงแม้จะมีการแบ่งแยกชุมชนออกเป็น 2 ชุมชนอย่างชัดเจน และเส้นทางที่เชื่อมต่อของทั้งสองชุมชนมีร้านค้าย่อยเกิดขึ้นตลอดเส้นทาง ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมต่อไปได้ และบ้านพักอาศัยที่อยู่ภายในย่านใกล้กับศูนย์ศิลปหัตถกรรมบ้านถวายเป็นสถานที่ผลิตสินค้า ถึงแม้ว่าการผลิตสินค้านั้นจะไม่ทำครบทุกขั้นตอนเหมือนอย่างแต่ก่อนแล้วก็ตาม การผลิตสินค้าเป็นเหมือนกับการสาธิตกระบวนการที่ได้มาของสินค้าซึ่งสามารถเป็นแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางอย่างต่อเนื่องระหว่างสองย่านได้ และมีแนวโน้มที่สามารถพัฒนาเป็นทางเชื่อมต่อระหว่างสองย่านได้



ภาพ 1.1.4 แสดงโอกาสชุมชนบ้านถวาย

บ้านบ่อสร้าง-ตันเปา

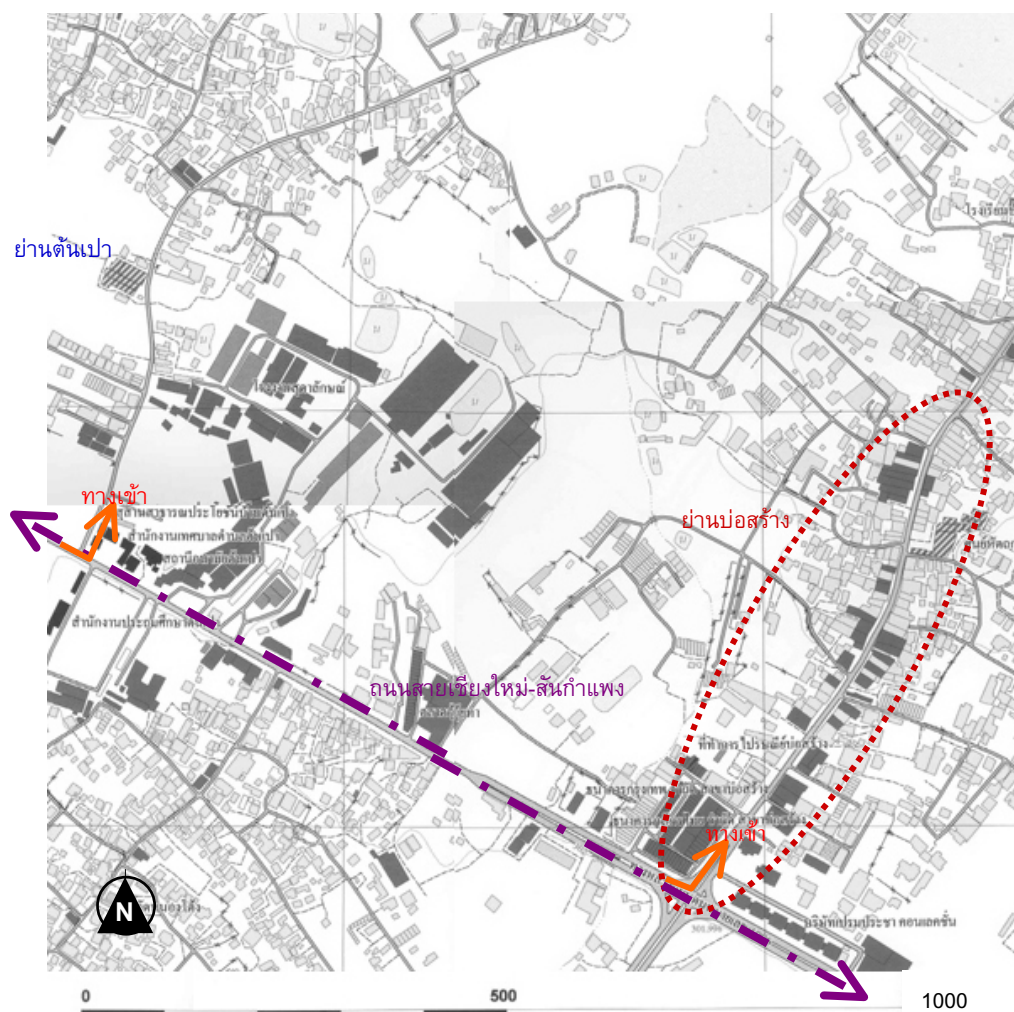
ประวัติความเป็นมาบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา

บ้านบ่อสร้างได้ชื่อมาจากตำนานเล่าต่อกันมาว่าเป็นการร่วมกันสร้างบ่อน้ำเพื่อให้หมู่บ้านมาน้ำกินน้ำใช้ แล้วมีสิ่งอัศจรรย์ที่มีช่องขนาดใหญ่อยู่ใต้บ่อ ซึ่งเป็นตำนานที่ยังเล่าขานกันมาจนถึงทุกวันนี้ (นนทวดี สังข์แดง, 2542)

สถานการณ์

บ้านบ่อสร้างเป็นที่รู้จักกันดีของนักท่องเที่ยวที่ต้องการจับจ่ายสินค้าหัตถกรรม หากเดินทางไปตามถนนสายหลักเชียงใหม่-สันกำแพง จะผ่านร้านค้าสินค้าหัตถกรรมตลอดเส้นทาง ซึ่งร้านค้าเหล่านี้เป็นร้านค้าขนาดใหญ่และมีลักษณะการขายเหมือนกับศูนย์การค้าที่เน้นเฉพาะสินค้าศิลปหัตถกรรม บริเวณที่เป็นบ้านบ่อสร้างในปัจจุบันต้องแยกเข้าถนนสายรอง เมื่อแยกเข้าย่านบ่อสร้างตลอดเส้นทางมีร้านขายของสินค้าศิลปหัตถกรรม การกระจุกตัวของการขายสินค้าอยู่ใกล้บริเวณทางแยกของถนนสายหลักและสายรอง

สถานการณ์ของบ้านตันเปาเป็นย่านที่อยู่บนถนนสายรองเหมือนย่านบ่อสร้าง โดยแยกเข้าก่อนถึงย่านบ่อสร้าง ย่านตันเปามีชื่อเสียงด้านการผลิตกระดาษสา โดยส่วนใหญ่บ้านที่อยู่ริมถนนจะเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้ากระดาษสาเอง ส่วนบ้านที่อยู่ลึกเข้าไปมักเป็นผู้ผลิตเพียงอย่างเดียว ความมีเสน่ห์ของการผลิตกระดาษสาและกระบวนการผลิตที่มีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ทำให้จำนวนผู้ผลิตกระดาษสาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และการขายกระดาษสานิยมขายส่งมากกว่าขายปลีก



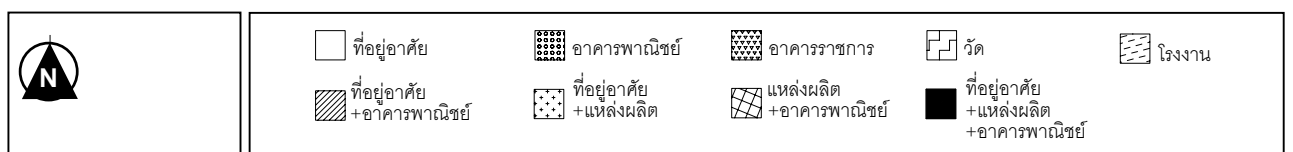
ภาพ 1.1.5 แสดงตำแหน่งที่ตั้งชุมชนบ่อสร้าง – ตันเปา

ลักษณะทางกายภาพของบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา

บ้านบ่อสร้างมีร้านค้าอยู่ริมสองข้างของถนนที่แยกออกจากถนนเชียงใหม่-สันกำแพง ลักษณะของอาคารจะเป็นอาคารผสมกันระหว่างอาคารสมัยเก่า เช่น เรือนแถวไม้ และอาคารสมัยใหม่ เช่น อาคารพาณิชย์ การก่อสร้างอาคารมักก่อสร้างอยู่ชิดเขตทาง ทำให้บาทวิถีแคบ แต่ละร้านค้ามีการจัดแสดงสินค้าไว้บริเวณหน้าร้าน ซึ่งเป็นลักษณะการแสดงสินค้าที่พยายามแสดงให้เห็นสินค้าที่มีขายในร้านให้มากที่สุด มีการจอดรถบริเวณริมสองข้างของถนน ไม่มีที่จอดรถที่เป็นที่จอดรถรวมของย่าน การใช้อาคารเป็นการค้าขายสินค้าศิลปหัตถกรรมตลอดสองข้างทาง ลักษณะทางกายภาพของบ้านตันเปา บริเวณทางแยกจากถนนเชียงใหม่-สันกำแพงเข้าสู่ย่านตันเปา จะมีชุมทางเข้าย่าน เมื่อเข้าไปภายในย่านบริเวณปากทางมีอาคารประเภทพักอาศัย แต่เมื่อเข้าไปประมาณ 500 เมตร พบว่าเป็นการใช้อาคารเพื่อการผลิตและขายกระดาษสาไปตลอดทาง โดยมีระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร ลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นการปรับเปลี่ยนบ้านพักอาศัยมาเป็นร้านค้า และมีพื้นที่เพื่อผลิตกระดาษสา



ย่านต้นเปา



ภาพ 1.1.6 แสดงสถานการณ์ชุมชนบ่อสร้าง - ต้นเปา

ปัญหาของบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา

ปัญหาของชุมชนนี้คือเส้นทางการท่องเที่ยวจะผ่านเฉพาะเส้นทางการสัญจรหลัก ไม่ได้เข้าไปที่ถนนซอยต่างๆ ซึ่งทำให้การกระจุกตัวของการค้าขายอยู่เพียงสองข้างของเส้นทางการสัญจรหลัก และเจ้าของกิจการที่อยู่บนเส้นทางการสัญจรหลักนั้นส่วนใหญ่ไม่ใช่เป็นคนพื้นถิ่น ทำให้รายได้จำนวนมากไปอยู่กับคนต่างถิ่น

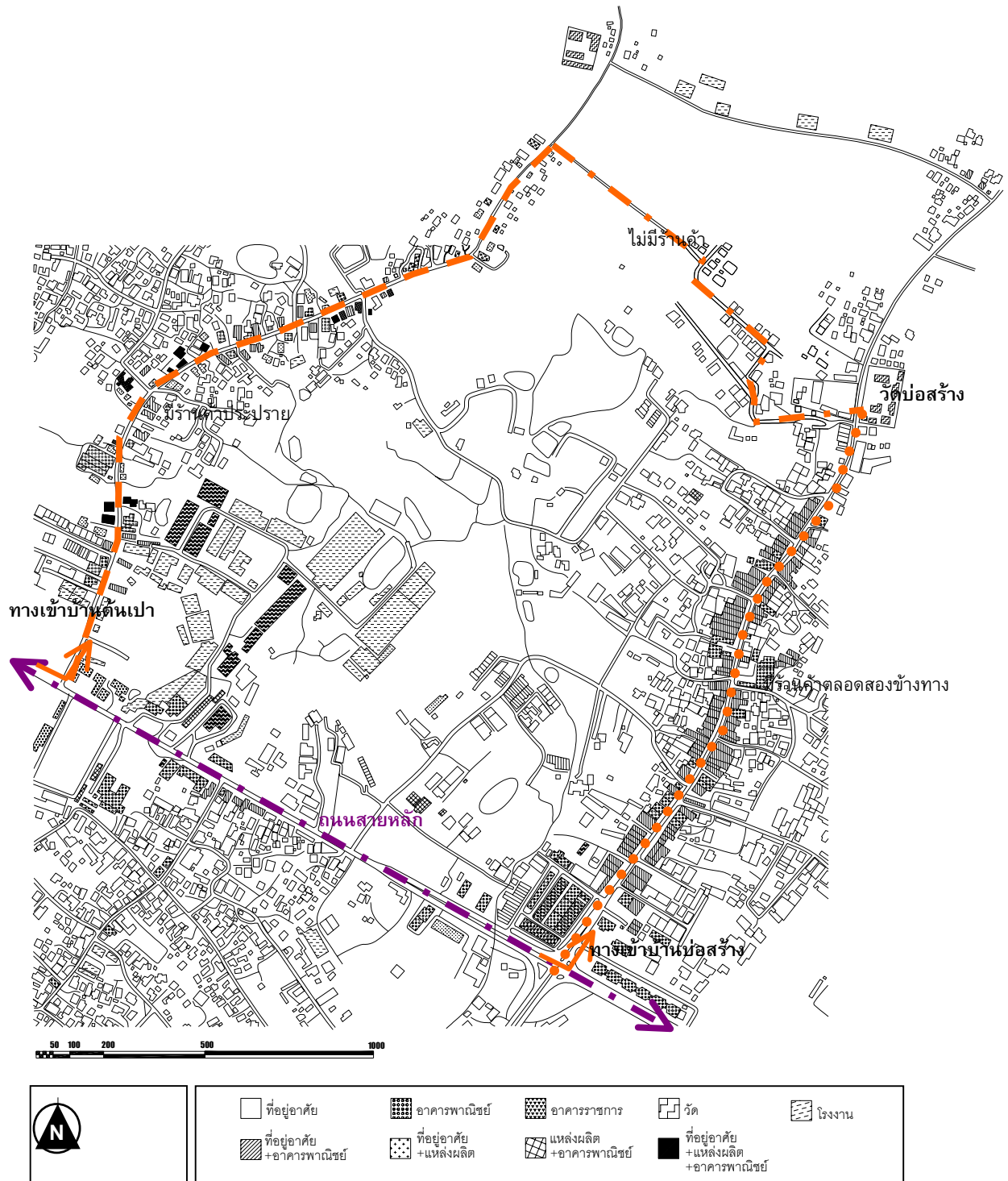
ร้านค้าขนาดใหญ่ที่อยู่ริมถนนเชียงใหม่-สันกำแพง มีแรงดึงดูดในการท่องเที่ยวประเภทกลุ่มทัวร์ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าไปจับจ่ายสินค้าภายในหมู่บ้านได้ ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว เช่น สถานที่แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ห้องน้ำ ห้องส้วม ที่จอดรถ และพื้นที่บาทวิถี เป็นต้น และนอกเหนือจากการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมแล้ว ยังไม่มีกิจกรรมอื่นๆ ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

การเชื่อมต่อของเส้นทางระหว่างย่านบ่อสร้าง-ตันเปาที่มีศักยภาพอยู่ลึกเข้าไปจากถนนเชียงใหม่-สันกำแพงมาก และขาดกิจกรรมที่ต่อเนื่องระหว่างทางเชื่อมต่อของบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา เอกลักษณ์ของ “บ่อสร้าง กางจ้อง” ไม่ชัดเจน เพราะมีสินค้าประเภทอื่นๆ มาขายภายในย่าน เกิดปัญหาจราจร การขาดที่จอดรถ การไม่มีบาทวิถีบริเวณหน้าร้านค้าทั้งสองข้างทาง ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาจับจ่ายสินค้าไม่สะดวกและไม่ปลอดภัย

โอกาสของบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา

เส้นทางหลัก (ถนนเชียงใหม่ – สันกำแพง) สามารถเชื่อมต่อกันได้ทั้งย่านตันเปาและย่านบ่อสร้าง ซึ่งช่วยแก้ปัญหาความลังเลใจที่จะไม่เข้าไปเลือกชมสินค้าในร้านค้าที่อยู่ไกลจากทางแยกได้ ยังมีการผลิตอยู่ภายในย่าน ซึ่งสามารถเลือกเป็นสถานที่สำหรับกิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ ความมีชื่อเสียงของบ้านบ่อสร้างยังคงได้รับความนิยมอยู่มาก จากคำพูดที่ว่า “บ่อสร้าง กางจ้อง” ยังคงแสดงให้เห็นภาพพจน์ของเอกลักษณ์ของบ่อสร้างว่ายังเป็นย่านของการผลิตพร้อมอยู่

ย่านตันเปาเป็นแหล่งที่มีชื่อเสียงในเรื่องการผลิตกระดาษสา กระดาษสาที่เกิดขึ้นมาจากการผลิตร่วม และปรับการผลิตกระดาษสาเพื่อทำร่ม เป็นกระดาษสาเพื่อใช้ในงานได้หลากหลายชนิดในบริเวณใกล้เคียงมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังบ่อสร้างและบ้านตันเปาได้ เช่น บ่อน้ำพุร้อนสันกำแพง เป็นต้น



ภาพ 1.1.7 แสดงโอกาสชุมชนบ่อสร้าง - ต้นเปา