



รายงานฉบับสมบูรณ์

แผนงานการพัฒนาการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน
เส้นทาง R3E เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

(The Management Development of Cultural Tourism Entrepreneurs in
the R3E Route in Preparation for the ASEAN Economic Community)

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต ลิ้มบัพณีชัยกุล และคณะ

ธันวาคม 2558

สัญญาเลขที่ RDG5650057

รายงานฉบับสมบูรณ์

แผนงาน

การพัฒนาการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง
R3E เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

(The Management Development of Cultural Tourism Entrepreneurs in
the R3E Route in Preparation for the ASEAN Economic Community)

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต ลิ้มปัทมชัยกุล และคณะ

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.-สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

แผนงานวิจัย "การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E"
เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในภูมิภาคเอเชียและขณะเดียวกันเป็นประเทศที่อาศัยธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักของประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) แต่ขณะเดียวกันปัญหาที่รุมเร้าเข้ามาทั้งจากสถานการณ์ภายนอกเช่นภาวะเศรษฐกิจของโลกที่ถดถอยซึ่งต่อเนื่องมาจากการภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในอเมริกาและปัญหาจากภายในประเทศทั้งสถานการณ์ทางการเมืองและมหาอุทกภัยในปี พ.ศ. 2554 สิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบถึงตัวเลขรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่เป็นไปตามที่คาดไว้แต่ทว่าเมืองไทยยังคงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อและมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆรวมทั้งการได้รับการโหวตจากนักท่องเที่ยวจาก Travel & Leisure ทั้ง 3 ปีซ้อนว่ากรุงเทพฯเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวมากที่สุดในโลกสิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการยังคงสามารถดำเนินธุรกิจด้านนี้ต่อไปได้นอกจากนั้นการเปิดเสรีอาเซียนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจึงเป็นโอกาสสำหรับประเทศไทยที่จะกระตุ้นความคิดคึกคักของการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจโดยรวมอีกครั้งอย่างไรก็ตามการตั้งรับหรือเตรียมความพร้อมด้านกลยุทธ์ต่างๆเพื่อให้ประเทศไทยได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยจากการเปิดเสรีอาเซียนเป็นสิ่งที่รัฐบาลหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต้องเตรียมพร้อมมิฉะนั้นการเปิดเสรีอาเซียนอาจเป็นความล้มเหลวของประเทศไทยในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม(สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, 2555)

จากการพยากรณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก(World Tourism Organization: WTO) พบว่าในปีที่การรวมตัวของภูมิภาคอาเซียนในปีพ.ศ. 2558 นั้นจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังภูมิภาคนี้กว่า160-200 ล้านคนต่อปี(ทั่วโลก1.6 พันล้านคน) จากเพียง77 ล้านคนในปีที่ผ่านมาโดยมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยทั้งสิ้น19 ล้านคนดังนั้นการรวมกลุ่มของประเทศในอาเซียนซึ่งรวมแล้วจะมีประชากรรวมกันกว่า600 ล้านคน(คิดเป็น1 ใน10 ของโลก) นั้นจะส่งผลกระทบอย่างสำคัญต่อภาพรวมของการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้โดยประเทศไทยเองได้มีการเตรียมรับความพร้อมการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในด้านการท่องเที่ยวนั้นสรุปแล้วเศรษฐกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) กล่าวว่า การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบกับการเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะส่งผลกระทบต่อการใช้ทรัพยากรและการแข่งขันที่รุนแรงที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นต้องเผชิญอย่างไรก็ตามททท. ได้ชูจุดแข็งของประเทศไทยนั่นก็คือ"ธรรมชาติที่สวยงามคนไทยใจดีมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มีประวัติศาสตร์น่าสนใจและอาหารไทย" นอกจากนี้ยังเสนอแนวทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยดังนี้"หัวใจสำคัญคือการให้ความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่กับผู้ประกอบการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นตลอดจนการทำตลาดเชิงรุกแทนการรับโดยใช้นวัตกรรมทางการตลาดผสมผสานเทคโนโลยีสารสนเทศกับพันธมิตร"

ทั้งภาครัฐภาคเอกชนสัมพันธ์ต่างๆรวมทั้งหน่วยงานทางการศึกษาต่างก็เล็งเห็นโอกาสทางการท่องเที่ยวของไทยในการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งจุดเด่นของการท่องเที่ยวไทยทางด้านมรดกวัฒนธรรมต่างๆทั้งประวัติศาสตร์ประเพณีต่างๆที่มีความหลากหลายตลอดจนอาหารการนวดแผนไทยที่เป็นจุดขายที่มีศักยภาพของไทยเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของไทยนั้นเป็นจุดเด่นด้านหนึ่งที่มีความสำคัญในการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในครั้งนี้

อย่างไรก็ตามประเทศไทยจำเป็นที่จะต้องมีการเตรียมพร้อมเพื่อที่จะได้เป็นฝ่ายที่ได้รับประโยชน์จากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยจากมุมมองทางด้านการตลาดเพื่อเข้าใจความต้องการและลักษณะอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวให้ดีขึ้นตั้งแต่แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวรวมทั้งความคาดหวังและพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวที่หลากหลายและผสมกับการพัฒนาทางด้านอุปทานที่เน้นความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและซับซ้อนอย่างมากเพื่อที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนดังนั้นแผนงานวิจัยนี้จึงออกแบบโดยให้มีการบูรณาการงานวิจัยด้านอุปสงค์และ(ห่วงโซ่) อุปทานด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

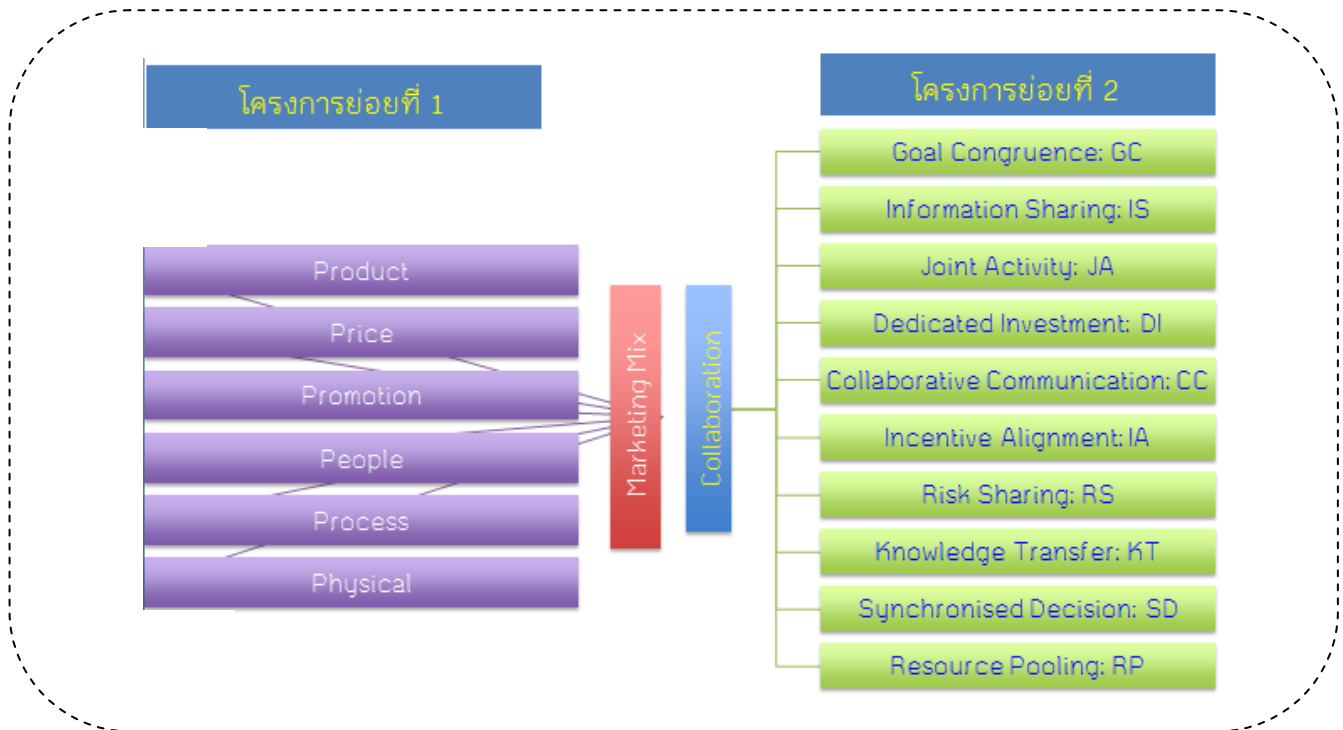
1. เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E
2. เพื่อประเมินความเหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดคุณภาพการบริการ และระดับความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E
3. เพื่อวางแนวทางในการสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนภายในเส้นทาง R3E
4. เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E อย่างยั่งยืน
5. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตพื้นที่

ดำเนินการในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญในประเทศไทยและประเทศสมาชิกอาเซียนในเส้นทาง R3E (North – South Economic Corridor: NSEC) ซึ่งเป็นโครงการภายใต้กรอบ GMS ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างไทย - สปป.ลาว และจีนโดยเริ่มตั้งแต่คุนหมิงในมณฑลยูนนานของประเทศจีนลงมาถึงจังหวัดเชียงใหม่ หลวงน้ำทา ของ สปป.ลาว ที่บ่อเต็นลงมาต่อเนื่องจนถึงเมืองห้วยทรายที่สามารถข้ามแม่น้ำโขงมายังประเทศไทย ภูต๋าลเวียง อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ รวมถึงพื้นที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ความเชื่อมโยงระหว่างโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2 ในแผนงานวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุป ได้ดังภาพที่ 1-2



ภาพที่ 1 – 1: ความสัมพันธ์ระหว่างโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บนเส้นทาง R3E สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาความร่วมมือในโซ่อุปทาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ภาครัฐที่รับผิดชอบทางด้านการท่องเที่ยว สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการออกแบบนโยบายเพื่อพัฒนาและสนับสนุนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการ
3. สถาบันการศึกษา นักวิชาการ นักเรียน นักศึกษา ที่สนใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถนำเอาผลการวิจัยไปใช้ในการเรียนการสอนและต่อยอดในงานวิจัยของตนเองต่อไป
4. สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นักวิชาการ นักศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศ

5. ข้อมูลสำหรับการตอบวัตถุประสงค์

ตารางที่ 1 - 1: ตารางแสดงวัตถุประสงค์ของแผนการวิจัยและผลการศึกษาจากโครงการย่อย
เพื่อตอบวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E	โครงการย่อยที่ 1
2. เพื่อประเมินความเหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดคุณภาพการบริการ และระดับความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E จากมุมมองของผู้ถือประโยชน์ร่วมกลุ่มต่างๆ ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	โครงการย่อยที่ 1 และ โครงการย่อยที่ 2
3. เพื่อวางแผนทางในการสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนภายในเส้นทาง R3E	โครงการย่อยที่ 2
4. เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E อย่างยั่งยืน	สังเคราะห์จากผลการศึกษาของโครงการย่อย 1 และ โครงการย่อยที่ 2 พร้อมนำเสนอที่ปรึกษาแผนงาน ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบการ และผู้ถือประโยชน์ร่วมในพื้นที่
5. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการทางการตลาดและโซ่อุปทานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	สังเคราะห์จากผลการศึกษาของโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2 พร้อมนำเสนอที่ปรึกษาแผนงาน ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบการ และผู้ถือประโยชน์ร่วมในพื้นที่

6. ระยะเวลาทำการวิจัยและแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย

การดำเนินการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 12 เดือน โดยมีรายละเอียดขั้นตอนของการดำเนินงานดังแสดงในตารางที่ 1 - 2 และ ตารางที่ 1 - 3

ตารางที่ 3 – 2 :แผนการดำเนินแผนการวิจัย

กิจกรรม	ปีงบประมาณ2556											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. ทุกโครงการทบทวนเอกสารและผลการศึกษาและกำหนดแผนการวิจัย												
2. ทุกโครงการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น												
3. ส่งรายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 1 ต่อ วช.												
4. ทุกโครงการจัดทำเครื่องมือการวิจัยและสำรวจเก็บข้อมูลในพื้นที่												
5. ส่งรายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 2 ต่อ วช.												
6. จัดทำฐานข้อมูล												
7. ทุกโครงการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล												
8. ทุกโครงการสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลและข้อเสนอแนะ												
9. จัดประชุมผู้เกี่ยวข้องเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการศึกษาวิจัยเพื่อนำผลไปจัดทำร่างรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์												
10. ส่งร่างรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ต่อ วช.												
11. จัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์												
12. จัดประชุมเผยแพร่ผลการศึกษาเพื่อรับฟังข้อคิดเห็นจากทุกภาคส่วน												
13. ส่งรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ต่อ วช.												

ตารางที่ 3 - 3: ช่วงระยะเวลาและขั้นตอนการดำเนินโครงการวิจัย

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
เดือน 1-2	1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 2. พัฒนารอบแนวคิดแบบแนวคิดทางการวิจัย 3. รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิขั้นต้นโดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เพื่อนำมาปรับปรุงกรอบแนวคิดทางการวิจัย และเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย 4. ประสานงานผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมประเมินศักยภาพของพื้นที่ R3E ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	1. องค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมบนทาง R3E 2. กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่สอดคล้องกับพื้นที่ 3. ผลการประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E
เดือน 3-6	1. ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการสำรวจพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง R3E ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ 2. ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ R3E โดย จัดสรรให้มีประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษา	1. ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E 2. รับทราบจุดอ่อน จุดแข็ง รวมถึงข้อจำกัดสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคส่วนต่างๆ
เดือน 7-12	1. จัดการประชุมรายงานผลและรับฟังความเห็นของภาคส่วนต่างๆ 2. วิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการศึกษาของโครงการย่อยเพื่อนำเสนอผลการศึกษาและข้อคิดเห็นต่อที่ปรึกษาแผนงานวิจัยเพื่อร่วมกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	1. ทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งจะเป็แนวทางให้ผู้ประกอบการใช้ประเมินความเหมาะสมในการบริหารจัดการของตนเองในปัจจุบัน 2. ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ชุมชน และศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่ 3. การจัดประชุมรายงานผลการศึกษทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากมีความเข้าใจเพิ่มขึ้น

7. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของแผนงาน

7.1 เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E

จากการสำรวจจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีวางแผนก่อนการเดินทาง ร้อยละ 59.25 โดยมีสัดส่วนไม่แตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวในพื้นที่เชียงใหม่และเชียงราย โดยแหล่งข้อมูลหลักที่ใช้ในการสืบค้นข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยว ได้แก่ เว็บไซต์ต่างๆ และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และ 27.50 ตามลำดับ โดยเมื่อมีข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้วจะดำเนินการสำรองการบริการต่างๆ ผ่าน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ ผ่านทางโทรศัพท์ และเว็บไซต์ของผู้บริการโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 29.00 และ 28.75 ตามลำดับ แต่ในประเด็นนี้เมื่อจำแนกตามพื้นที่ พบว่า นักท่องเที่ยวในเชียงใหม่นิยมที่จะสำรองการบริการผ่านโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก (ทั้งเว็บไซต์ของผู้บริการ และเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย) แต่นักท่องเที่ยวในเชียงรายจะมีรูปแบบการจองที่หลากหลาย และมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันในแต่ละรูปแบบ โดยที่พักที่นิยมใช้บริการ ได้แก่ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 56.88 เมื่อจำแนกตามพื้นที่ยังคง พบว่า โรงแรมเป็นทางเลือกของรูปแบบที่พักอาศัยหลักระหว่างการท่องเที่ยวในทั้ง 2 พื้นที่ แต่ในพื้นที่เชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกพักแบบโฮมสเตย์มากกว่าเชียงราย ในขณะที่นักท่องเที่ยวในเชียงรายเลือกพักแบบรีสอร์ทมากกว่าในเชียงใหม่ สิ่งสนใจหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาในพื้นที่ทั้ง 2 จังหวัด ได้แก่ ประเด็นเรื่องความโดดเด่นประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ชื่อเสียงของจังหวัด และทำเลที่ตั้ง โดยนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เข้ามาในพื้นที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อที่จะชมศาสนสถาน และชมประเพณี/วิถีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 26.88 และ 22.38 ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามพื้นที่ พบว่า นักท่องเที่ยวในเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ ชมศาสนสถาน แต่นักท่องเที่ยวในพื้นที่เชียงราย มีวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ ชมประเพณี/วิถีชีวิต

เมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจีนเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการวางแผนมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และชาติอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 68.50 56.00 และ 56.50 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยจะอาศัยการสำรองบริการผ่านโทรศัพท์เป็นหลัก ร้อยละ 47.30 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีน จะใช้การสำรองผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก อันได้แก่ เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายและเว็บไซต์ของผู้ให้บริการโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 32.50 และ 24.50 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ จะใช้เว็บไซต์ของผู้ให้บริการโดยตรงเป็นหลักในการสำรองการบริการ คิดเป็นร้อยละ 28.00 แต่ไม่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนในเรื่องแหล่งข้อมูลในการสืบค้น และประเภทที่พักอาศัยระหว่างนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ แต่มีความแตกต่างกันในวิธีการสำรองการบริการ เมื่อพิจารณาในเรื่องของสิ่งสนใจ พบว่า นอกเหนือจากประเด็นในเรื่องของประเพณีศิลปวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวทุกชาติให้ความสำคัญและ นักท่องเที่ยวชาวไทยพิจารณาในเรื่องของทำเลที่ตั้งของจังหวัด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญกับเรื่องของความปลอดภัยเป็นหนึ่งในอันดับต้นๆ ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ มองเรื่องความสวยงามและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจ เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยว พบว่า ชาวไทยและชาวจีนสนใจในการชมประเพณีและชมศาสนสถานเป็นหลัก ในขณะที่มีความสนใจเรื่องประวัติความเป็นมาต่ำที่สุด หากแต่นักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ มีวัตถุประสงค์หลักที่จะศึกษาประวัติความเป็นมาของพื้นที่และคนในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 14.00

พฤติกรรมและรูปแบบระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวโดยส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในภาพรวมพบว่า คิดเป็นร้อยละ 74.38 ซึ่งจะเดินทางกับกลุ่มเพื่อนหรือญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 34.25 และ 33.13 ตามลำดับ โดยจะอยู่ท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 32.13 และใช้การขนส่งสาธารณะเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 33.00 ในจังหวัดเชียงใหม่แต่ในเชียงรายจะเดินทางโดยการเช่าใช้รถยนต์/มอเตอร์ไซด์เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 22.50

เมื่อจำแนกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.50 โดยเดินทางกับเพื่อนหรือญาติพี่น้อง ซึ่งจะใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 5 วัน สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่นๆ ทั่วไป เดินทางด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 71.00 โดยเดินทางกับเพื่อนหรือญาติพี่น้อง และใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 7 วัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีน มีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยมากับทัวร์เป็นหลัก คิดเป็น ร้อยละ 54.50 และท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 45.50 โดยเดินทางกับเพื่อน และเดินทางคนเดียวเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 53.80 และ 27.50 ตามลำดับ และใช้เวลาในการท่องเที่ยวตั้งแต่ 4 วันขึ้นไป

พฤติกรรมหลังการเดินทางท่องเที่ยว

ในภาพรวม นักท่องเที่ยวแสดงเจตจำนงที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีก ร้อยละ 92.25 และจะแนะนำเพื่อนหรือผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 98.00 โดยเมื่อพิจารณาแยกจังหวัด พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวและบอกต่อผู้อื่นมากกว่าจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 93.75 และ 99.00 กับ 90.75 และ 97.00 ตามลำดับ

พิจารณาตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราส่วนที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.80 ตามมาด้วยนักท่องเที่ยวชาวจีน ร้อยละ 90.00 ส่วนการแนะนำต่อพบว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่ม สัญชาติจะบอกต่อหรือแนะนำให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 97.00 98.00 และ 99.00 สำหรับ นักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวจีน และชาติอื่นๆ ตามลำดับ

ในส่วนของการต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า มีความต้องการของนักท่องเที่ยวมีความคล้ายคลึงกันระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยสามารถสรุปได้ดังตาราง

ตารางที่ 1 - 4: ความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำแนกตามสัญชาติ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ไทย	ต่างชาติ
1.สิ่งอำนวยความสะดวก	33.87	28.57
2.การสื่อสาร	20.97	38.10
3.ความสะอาด	16.13	14.29
4.ร้านอาหารและที่พัก	12.90	14.29
5.วิถีชีวิตและความดั้งเดิมของพื้นที่	11.29	-
6.ราคา	4.84	-
7.อื่นๆ	-	4.76

ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการให้เพิ่มจุดจอดรถและจุดแวะพักให้มากขึ้น เนื่องจากไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว รวมถึงการบริการในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (บริการรับส่ง) อย่าง การเพิ่มเรื่องของกระเช้าขึ้นดอยต่างๆ บริการขนส่งมวลชนควรมีเพิ่มมากขึ้น แท็กซี่ควรมีเพิ่มมากขึ้น จุดบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WIFI) ไปจนถึงการอำนวยความสะดวกกับผู้พิการ สำหรับชาวต่างชาติ จะมีความต้องการในเรื่องของบริการแลกเงินเพิ่มเติมเข้ามา

ด้านการสื่อสาร พบว่า มุ่งเน้นไปทางด้านการเพิ่มป้ายและสัญลักษณ์ตามสถานที่ต่างๆ การแจ้งหรือการชี้แจงนักท่องเที่ยวควรมีความชัดเจนมีป้ายบอกทั้งสามภาษา ไทย อังกฤษ จีน อย่างเช่น ป้ายกรุณาจอดรถเข้า หรือห้ามเข้า หรือห้ามจอดรถ หรือป้ายรถแดง (สองแถว) เป็นต้น ขาดบุคลากรที่สื่อสารด้านภาษาอย่างไต่ต่อยให้ ความรู้ตามโบราณสถาน รวมถึงป้ายอธิบายที่มาที่ไปของสถานที่มีภาษาที่ไม่ครอบคลุม และต้องการเพิ่ม รายละเอียดของแผนที่การเดินทางด้วย

ด้านความสะอาด พบว่า ต้องการในเรื่องของความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวไปจนถึงห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวและที่อื่นๆ ควรมีการจัดการดูแลเรื่องของความสะอาดอยู่เสมอรวมถึงกลิ่นไม่พึงประสงค์ด้วย และควรให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องของพฤติกรรมที่พึงปฏิบัติเมื่อไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ และควรเพิ่มจุดทิ้งขยะหรือถังขยะให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันจะเห็นได้ว่าตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ หากจุดทิ้งขยะยากมาก

ในด้านร้านอาหารและที่พักอาศัยต้องการให้มีร้านอาหารเพิ่มมากขึ้นเพิ่มความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นอาหารไทยพื้นเมือง อาหารนานาชาติ รวมไปถึงอาหารอิสลามรองลงมาคือโรงแรมที่พักเนื่องจากบางช่วงไม่เพียงพอต่อความต้องการ

7.2 เพื่อประเมินความเหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และระดับความร่วมมือใน ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความพึงพอใจ ในภาพรวมระดับมากถึงสูงโดยมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และบริการ ช่องทางการจัดจำหน่ายและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในระดับที่เท่ากันที่ 3.89 รองลงมาคือมีความพึงพอใจด้านพนักงาน 3.84 ราคาและกระบวนการอยู่ที่ 3.82 และสุดท้ายคือด้านการส่งเสริมการตลาด 3.80 เมื่อพิจารณาจำแนกตามพื้นที่จังหวัด พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงรายมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าจังหวัดเชียงรายในทุกระดับ เว้นแต่ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความพึงพอใจเท่ากัน

เมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและอื่นๆ ในทุกด้าน โดยจะมีระดับความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.04 คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ต่ำสุดอยู่ที่ 3.93 คือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาดและกระบวนการ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสูงสุดเช่นเดียวกัน เท่ากับ 3.87 และด้านราคาต่ำที่สุด เท่ากับ 3.73 ส่วนนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ กลับพบว่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในด้านผลิตภัณฑ์บริการ เท่ากับ 3.89 และต่ำสุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 3.67

เมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์บริการธุรกิจนำเที่ยว ที่พักและโรงแรม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เท่ากับ 3.94 และ 3.92 ตามลำดับ ด้านราคา ยังคงเป็นธุรกิจนำเที่ยว ที่พักและโรงแรมที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เท่ากับ 3.92 และ 3.86 ตามลำดับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธุรกิจที่พักและโรงแรม การเดินทางขนส่ง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เท่ากับ 3.94 และ 3.92 ตามลำดับ ด้านการส่งเสริมการตลาด ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจเดินทางขนส่ง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เท่ากับ 3.85 และ 3.86 ตามลำดับ ด้านพนักงาน ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เท่ากับ 3.92 และ 3.85 ตามลำดับ ด้านกระบวนการ ธุรกิจธุรกิจนำเที่ยว ที่พักและโรงแรม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เท่ากับ 3.90 และ 3.83 ตามลำดับ สุดท้ายด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ธุรกิจธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจเดินทางขนส่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เท่ากับ 3.95 และ 3.91 ตามลำดับ

ในส่วนของคุณภาพบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในภาพรวม ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ความมั่นใจใน ระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 และ 3.88 ตามลำดับ รองลงมา คือ ด้านความเป็นรูปธรรมด้านการเอาใจใส่ความต้องการของนักท่องเที่ยว และด้านการตอบสนองความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87, 3.86 และ 3.84 ตามลำดับ พิจารณาจำแนกตามพื้นที่จังหวัด พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในพื้นที่จังหวัดเชียงรายมากกว่าจังหวัดเชียงใหม่อยู่ 4 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการเอาใจใส่ความต้องการของนักท่องเที่ยว และด้านความเป็นรูปธรรม ในขณะที่พื้นที่เชียงใหม่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจใน ด้านการให้ความมั่นใจ ที่มากกว่า

เมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวอื่นๆ ในทุกด้าน โดยด้านความน่าเชื่อถือมีความพึงพอใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และมีด้านการตอบสนองความต้องการต่ำสุดเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านของความเป็นรูปธรรมสูงสุด เฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 ด้านการตอบสนองความต้องการต่ำสุด เฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 ส่วนนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ พบว่า ด้านการตอบสนองความต้องการมีคุณภาพการบริการสูงสุด เฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 ในขณะที่ด้านความเป็นรูปธรรมมีความพึงพอใจต่ำสุด เฉลี่ยอยู่ที่ 3.83

เมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจนำเที่ยวสูงที่สุดเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านการให้ความมั่นใจ ธุรกิจที่พักและโรงแรมจะมีความพึงพอใจที่สูงกว่า รองลงมาคือธุรกิจที่พักและโรงแรม ธุรกิจเดินทางขนส่ง ธุรกิจร้านจำหน่ายของที่ระลึก และธุรกิจร้านอาหาร ตามลำดับ

ในส่วนของการร่วมมือในโซ่อุปทาน พบว่า มีปัจจัยส่งเสริม 5 ปัจจัยหลักที่เป็นพื้นฐานในการพัฒนาความร่วมมือของผู้ประกอบการในเส้นทาง R3E โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ การสื่อสารร่วมกัน การแบ่งปันความรู้ การแบ่งปันข้อมูล การจัดกิจกรรมร่วมกัน และการวางเป้าหมายร่วมกัน ดังแสดงในภาพที่ 4 - 1



ภาพที่ 1 – 2: ปัจจัยสำคัญในการสร้างความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว R3E

7.3 เพื่อวางแผนทางในการสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนภายในเส้นทาง R3E

ปัญหาที่พบในการสร้างความร่วมมือคือการขาดการเชื่อมโยงด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆทั้งที่เป็นข้อมูลด้านธุรกิจการท่องเที่ยวใน 3 ประเทศรวมทั้งข้อมูลด้านกฎระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการข้ามแดนทั้งนี้งานวิจัยนี้พบว่าควรมีการพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทางนี้โดยมีภาครัฐเป็นฝ่ายเชื่อมโยงระหว่างประเทศด้านกฎระเบียบและเมืองศักราชเอกชนเช่นหอการค้าหรือสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นผู้ที่ประสานในภาคเอกชนโดยเน้นการสร้างเครือข่ายและฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และสามารถเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตได้ปัจจัยสำคัญในการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการคือการสร้างความเชื่อใจ (Trust building) ความมุ่งมั่นร่วมมือในระยะยาว (Commitment) ผ่านการแบ่งปันข้อมูล (Information sharing) ลงทุนร่วมกัน (Dedicated investment) และมีกิจกรรมและทีมงานกันร่วม (Joint activities) เพื่อให้ลดต้นทุนในการติดต่อ (transaction costs) ที่เกิดจากปัญหาความยุ่งยากซับซ้อนในการติดต่อประสานงานโดยปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ความร่วมมือประสบความสำเร็จนั้นคือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยอาจจะเริ่มต้นที่ระดับอาชีวศึกษาซึ่งเป็นระดับที่มีความสำคัญแต่ยังขาดแคลนในตลาดแรงงานการท่องเที่ยวและจะทำให้ความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรมมีความสำเร็จในระยะยาวได้สภาพปัจจุบันความร่วมมือใน Tourism Supply Chain บนเส้นทาง R3A ปัจจุบันแบ่งออกเป็น 2 ระดับดังนี้

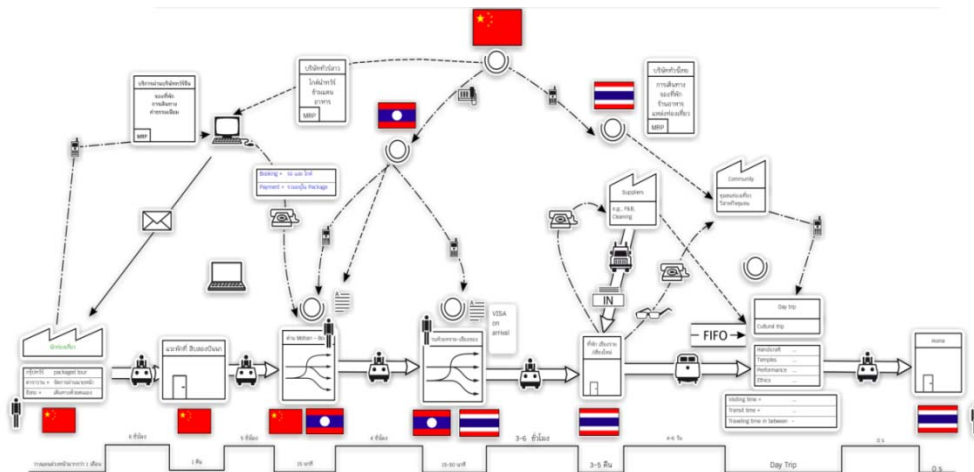
1. ความร่วมมือแบบรัฐต่อรัฐ (G2G Collaboration)

เป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐด้วยกันเองโดยอาจจะเป็นระหว่างรัฐบาลกลางเช่นรัฐบาลไทยกับรัฐบาลสปป. ลาวทำความร่วมมือในการเปิดด่านผ่านแดนหรืออาจจะเป็นระหว่างรัฐบาลท้องถิ่นเช่นความร่วมมือในระดับท้องถิ่นในการอำนวยความสะดวกและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวข้ามชายแดนระหว่างไทยกับ สปป. ลาวและประเทศ

จีนผ่านการประชุมร่วมระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐในระดับจังหวัดหรือระดับอำเภอโดยการประชุมนี้จะมีทุกไตรมาส เจ้าภาพสลับกันระหว่างอำเภอเชียงของและอำเภอบ่อหานในประเทศจีน ในภาพรวมความร่วมมือแบบรัฐต่อรัฐนี้จะเป็นลักษณะความร่วมมือในรูปแบบของนโยบายและกฎระเบียบในเส้นทาง R3A นั้นผ่าน 3 ประเทศคือ ประเทศจีน สปป. ลาว และประเทศไทย ดังนั้นในบางครั้งความร่วมมือจึงเป็นการเจรจาตกลงกันในรูปแบบไตรภาคีระหว่างทั้งสามประเทศโดยมีการประชุมกันในระดับท้องถิ่นเป็นกลไกขับเคลื่อนความร่วมมือและตอบสนองนโยบายระดับประเทศตลอดจนแก้ปัญหาในพื้นที่เช่นในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหลักๆเช่นในช่วงปีใหม่สากลและช่วงตรุษจีนที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในเส้นทาง R3A จำนวนมาก

2. ความร่วมมือแบบเอกชนต่อเอกชน (B2B Collaboration)

ความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนนี้ถือได้ว่าหัวใจหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวบนเส้นทาง R3A เนื่องจากการเดินทางข้ามแดนทั้งสามประเทศนั้นยังมีอุปสรรคในหลายๆด้านเช่นกฎระเบียบในการนำรถหรือยานพาหนะอื่นๆที่ใช้ในการเดินทางผ่านแดนทำให้ต้องมีการโอนถ่ายผู้โดยสารในบางกรณีและอุปสรรคทางด้านภาษาเนื่องจากทั้งสามประเทศต่างก็มีภาษาราชการหลักเป็นของตนเองดังนั้นในปัจจุบันโดยภาพรวมของห่วงโซ่อุปทานบนเส้นทาง R3A สามารถสรุปได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4 - 2: Value Stream Mapping โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3A/R3E

โครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E นั้นแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ (1) ทางด้านข้อมูล (2) โครงสร้างด้านกายภาพ (3) โครงสร้างทางการเงิน ในส่วนโครงสร้างทางกายภาพพบว่าโครงสร้างพื้นที่ในประเทศจีนนั้นมีการพัฒนามากที่สุด ทั้งสาธารณูปโภคและแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยว เช่น 9 จอม 12 เชียง ใน สิบสองปันนา นั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นใหม่ ยังขาดประวัติศาสตร์และความน่าสนใจเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวในเชียงใหม่ หรือ เชียงราย ที่เกิดขึ้นตาม

ประวัติศาสตร์ อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวใน สิบสองปันนาก็ยังเป็นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ยังไม่เคยสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวดั้งเดิมในประเทศไทย ประกอบกับการเดินทางที่สะดวกใกล้กว่า และ การสื่อสารด้วยภาษาเดียวกัน

ตารางที่ 1 - 3: รูปแบบความร่วมมือปัจจุบันในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E

	นำเที่ยว	ร้านอาหาร	ที่พัก	ขนส่ง	ของที่ระลึก	วัฒนธรรม
นำเที่ยว	ส่งลูกค้า Sale call	วางแผน Package ร่วม	ส่งลูกค้า Marketing	รับจ้าง วางแผน Package ร่วม	ส่งลูกค้า ทำ Sale call ร่วม	ลูกค้า วางแผน ร่วม
ร้านอาหาร	วางแผน Package ร่วม	จัดงานร่วม Sale call	ส่งลูกค้า Road show	ส่งลูกค้า รับ Commissions	ทำ PR ร่วม Share ข้อมูล	Share ข้อมูล วางแผนร่วม
ที่พัก	ส่งลูกค้า ระหว่าง ประเทศ	ส่งลูกค้า Road show	Roadshow ร่วม	รับจ้างส่ง นักท่องเที่ยว	รับฝากขาย PR ร่วม	ทำ Event ร่วมกัน Marketing
ขนส่ง	รับจ้าง ส่วนใหญ่เจ้า เดียวกัน	ส่งลูกค้า รับ Commission s	รับจ้างส่ง นักท่องเที่ยว	ส่งต่อ นทท. ข้าม แดน	ส่งลูกค้า Marketing	ส่งลูกค้า ช่วย PR
ของที่ระลึก	ส่งลูกค้า ทำ Sale call ร่วม	ทำ PR ร่วม แลกเปลี่ยน ข้อมูล	รับฝากขาย PR ร่วม	ส่งลูกค้า Marketing	จัดงานร่วม / สมาคม Sale call	ทำ Event ร่วมกัน Marketing
วัฒนธรรม	ส่งลูกค้า วางแผนร่วม	Share ข้อมูล วางแผนร่วม	ทำ Event ร่วมกัน Marketing	ส่งลูกค้า ช่วย PR	ทำ Event ร่วมกัน Marketing	จัดงานร่วม

4.4 เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E อย่างยั่งยืน

ภาพที่ 4 - 4: Triple Helix (4 ร.)

จากการศึกษา พบว่า การสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E จะต้องเกิดจากความร่วมมือจากทั้ง 3 ภาคส่วน โดยที่เจาะขาดภาคส่วนใดภาคส่วนหนึ่งไปไม่ได้ ซึ่ง 3 ภาคส่วนนี้ ได้แก่ หน่วยงานของรัฐบาล ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเอกชน และชุมชนหรือประชาชนในพื้นที่ (Triple Helix) โดยในการบริหารจัดการจะต้องคำนึงถึง 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ ประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น และผลกระทบในทางลบที่จะตามมา

ในทุกกรณี เนื่องจากในการพิจารณาประเด็นใดๆ ส่วนมากจะมีกลุ่มผู้ถือประโยชน์ร่วมที่แตกต่างกันออกไป ทำให้มีผู้ได้และผู้เสียประโยชน์ที่แตกต่างกันในแต่ละกรณี ความร่วมมือร่วมใจของ 3 ภาคส่วนจึงเป็นสิ่งสำคัญ ในการที่จะหยิบยกประเด็นแต่ละประเด็นขึ้นมาพิจารณาอย่างรอบด้านถึงผลดีและผลเสียที่จะตามมา ตัวอย่างที่เกิดขึ้นได้แก่ การยกเลิกการตรวจลงตราชั่วคราวให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งเมื่อมองในส่วนของการตลาดและผู้ประกอบการเอกชน พบว่า เป็นมาตรการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และกระตุ้นเศรษฐกิจ หากแต่มีผลที่ตามมาคือ การที่รัฐฯ ในส่วนของกระทรวงการต่างประเทศนั้นต้องเสียรายได้ที่จัดเก็บจากการตรวจลงตราประทับ รวมถึงปัญหาการจราจรในพื้นที่ที่จะตามมาเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น เป็นต้น ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจากการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

- สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้ประกอบการ โดยมีภาครัฐเป็นผู้อำนวยความสะดวกในประสานงานต่างๆ และการจัดประชุม ซึ่งอาจจัดตั้งส่วนราชการเฉพาะเพื่อทำหน้าที่ในการดูแลสมาคมหลักทางการท่องเที่ยว และเชื่อมต่อระหว่างผู้ประกอบการ กับชุมชนและประชาชนในพื้นที่
- การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในพื้นที่เกี่ยวเนื่อง และเมืองรองทางการท่องเที่ยว เพื่อกระจายนักท่องเที่ยว ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก
- การจัดเวทีเสวนาประเด็นในการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และการรับฟังข้อคิดเห็นของผู้ถือประโยชน์ร่วมในพื้นที่อย่างจริงจังก่อนการกำหนดนโยบายของภาครัฐ
- การสร้างจริยธรรมวิชาชีพและความตระหนักถึงผลกระทบที่มีต่อสังคมในภาพรวมให้กับบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักเรียน/นักศึกษาในสถานบันอุดมศึกษาในสายการท่องเที่ยว
- นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการให้ข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยว อาทิ การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของสถานที่ และการให้ข้อมูลการเดินทาง โดยอาจจัดทำในรูปแบบของ QR Code และใช้ Application เข้ามาร่วม ซึ่งมีต้นทุนต่ำ และมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนสูงเมื่อสถานการณ์ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เปลี่ยนแปลงไป
- การจัดมาตรฐานราคาที่พักที่ชัดเจน โดยเฉพาะในเรื่องการขนส่งในพื้นที่เมืองเชียงใหม่ ที่อาจดำเนินการจัด Zoning ราคาที่พักที่ชัดเจน
- การนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่ควรเน้นการขายเรื่องราวความเป็นมา ควบคู่กับสินค้าและบริการ

4.5 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการทางการตลาดและโซ่อุปทานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การสร้างความร่วมมือระหว่างภาคเอกชน

- การออกแบบการท่องเที่ยวกับลูกค้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจขนส่ง เป็นต้น ทั้งในเรื่องของจำนวนวัน ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยว โดยเพิ่มความหลากหลายของแพ็คเกจหรือโปรแกรมทัวร์ให้มากขึ้น คำนึงถึงความหลากหลายของระดับราคา เช่น นำเสนอแพ็คเกจทางเลือกเป็นแบบ Day trip

แพ็คเกจเหมาจ่าย เป็นต้น หรืออาจเพิ่มทางเลือกให้นักท่องเที่ยวที่สามารถจัดเส้นทางการท่องเที่ยว รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง

- สร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจในการกำหนดอัตราค่าบริการนำเที่ยวให้เป็นมาตรฐานในทุกธุรกิจท่องเที่ยว
- มีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ และใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจให้มากขึ้น
- นำหลักการเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

- การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยว ทักษะในการนำเที่ยว รวมทั้งทักษะด้านภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีน กระตุ้นให้บุคลากรตระหนักถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม ซึ่งจะทำให้บุคลากรเข้าใจถึงวัฒนธรรมบางอย่างของนักท่องเที่ยวที่อาจแตกต่างจากวัฒนธรรมของผู้ให้บริการ อาทิ การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานทางอาชีวศึกษาซึ่งจะสร้างทักษะและพัฒนาการแก่นักศึกษา และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในเวลาเดียวกัน เช่น การให้นักศึกษาอาชีวศึกษาเป็นอาสาสมัครให้ข้อมูลท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่สนามบิน หรือ Tourist Information Desk ในพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นต้น
- เพิ่มการเดินทางขนส่งสาธารณะรูปแบบต่างๆ ที่สามารถให้บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งพิจารณาในการเพิ่มจำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ อันได้แก่ จุดบริการแลกเงิน ตู้ ATM จุดบริการ wifi ให้เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งนี้ควรคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการด้วย
- จัดการศูนย์ความรู้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างรัฐกับเอกชน และเอกชนกับเอกชน อาทิ จัดทำรายชื่อเมนูภาษาอังกฤษ จีน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ได้เลย หรือ การจัดทำข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถทำสร้างเป็นเรื่องราว (Story) เพื่อเป็นจุดขาย เป็นต้น
- ภาครัฐอาจเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานราคาอย่างคร่าวๆ เพื่อเป็นกรอบในการตั้งราคาที่เหมาะสมให้กับผู้ประกอบการ เช่น อัตราค่าเดินทาง อัตราค่าที่พักในระดับต่างๆ เป็นต้น
- การพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกแก่นักท่องเที่ยวได้ หรืออาจสร้างแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ โดยนักท่องเที่ยวสามารถนำโทรศัพท์ของตนไปสแกน QR Code ที่อยู่บนป้ายแนะนำสถานที่ หลังจากนั้นก็จะสามารถดูข้อมูลต่างๆ ในภาษาที่นักท่องเที่ยวต้องการได้ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน
- การกระจายการท่องเที่ยวสู่พื้นที่เมืองรอง โดยเฉพาะในช่วง High Season ซึ่งมีปริมาณนักท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวหลักเป็นปริมาณมาก โดยพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ อาทิ เชียงใหม่ - แพร่ - น่าน เป็นต้น หรืออาจจะยาวกว่านั้นต่อไปถึงอุดรดิตถ์ เพื่อเข้าสู่ไชยบุรี สปป. ลาว

- มีมาตรการอบรมมารยาทและกฎระเบียบบนท้องถนนกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ก่อนอนุญาตให้สามารถเข้ายานพาหนะเพื่อขี่ได้เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุในพื้นที่

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

แผนงานวิจัย

การพัฒนาการบริหารจัดการของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในเส้นทาง R3E เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาการบริหารจัดการของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยใช้ความร่วมมือจากนักวิจัย นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน ในพื้นที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศไทย ลาว และจีน

คณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยแบ่งเป็น 2 โครงการย่อย เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อประเมินความเหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดคุณภาพการบริการ และระดับความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E จากมุมมองของผู้ถือประโยชน์ร่วม เพื่อวางแนวทางในการสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

ผลการศึกษาจากการดำเนินการวิจัย ได้แก่ การดำเนินการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การดำเนินการสำรวจพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง R3E สามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังนี้

(1) ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีกระจายอยู่ในทุกอำเภอ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย

(2) ผลการคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่

พบว่า ศักยภาพในการดึงดูดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในเกณฑ์โดยรวมที่ระดับมาก มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง หากแต่ขาดการมีประสิทธิภาพที่ดีในการพัฒนา ทั้งนี้ได้พบประเด็นที่น่าสนใจกล่าวคือ การมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับต่ำ แต่กลับพบว่าชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวในระดับมาก

(3) ผลการประเมินองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A)

พบว่า จังหวัดเชียงราย และจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพ และมีความพร้อมต่อการรองรับการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

(4) ผลการศึกษารูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวจากการศึกษานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมการวางแผนก่อนการเดินทาง และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด (68.50) มีความนิยมการเดินทางเป็นครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน (74.38) ใช้เวลาในการเดินทางไม่เกิน 5 วัน และมีแนวโน้มเดินทางกลับมาสูง (92.25) ในส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศมีความคล้ายคลึงกัน ต่างกันเพียงความต้องการในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของชาวไทย และด้านการสื่อสารของชาวต่างชาติ โดยชาวไทยต้องให้อำนวยความสะดวกในด้านจุดแวะพัก และเพิ่มจุดจอดรถให้มากขึ้น ในชาวต่างชาติมีความต้องการสื่อสารให้เข้าใจ มีความต้องการให้มีป้าย สัญลักษณ์ และข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเป็นภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

(5) ผลการศึกษาความเหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และระดับความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธุรกิจที่พัก และธุรกิจนำเที่ยวมากที่สุด และในด้านการร่วมมือ พบว่า อยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะในด้านการลงทุนร่วมกัน และด้านการตัดสินใจร่วมกัน ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบการดำเนินงานมีความแตกต่างกันในแต่ละราย ประกอบกับการมีลูกค้าประจำอยู่แล้ว

จากผลการศึกษาในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว และปัญหาในปัจจุบัน สิ่งที่ควรได้รับแก้มากที่สุด ควรเริ่มจากการร่วมมือ ผลิตงานให้ไปในทิศทางเดียวกันระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน ทั้งสองหน่วยงานนี้ควรมีการรวมตัวกันเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ให้ตอบโจทย์แก้ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบ ได้แก่ การสื่อสาร ความสะดวก ความสะอาด จำนวนที่พัก และความหลากหลายของอาหาร ในด้านแนวทางการแก้ไข หน่วยงานภาคเอกชนควรเป็นฝ่ายรับข้อมูล และผลิตงานไปพร้อมกับภาครัฐ เพราะภาคเอกชนเป็นภาคส่วนที่เข้าถึงนักท่องเที่ยว หรือ กลุ่มตลาดได้มากกว่า และหน่วยงานรัฐควรเข้ามาผลิตงาน เร่งรีบดำเนินการ เพื่อให้สามารถพัฒนา และแก้ไขปัญหาได้อย่างเร็วที่สุด เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่กำลังเดินทางเข้ามา ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยว และเพื่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายอีกด้วย

Abstract

The purpose of this research is to study the managerial development of cultural tourism entrepreneurs in the R3E route for the Asean Economic Community (AEC), with the collaboration from researchers, tourists, entrepreneurs, and institutions involved in the supply chain, in the linking areas among Thailand, Lao PDR, and China.

The research was conducted by dividing into 2 subprojects in order to study the behavioral and demand patterns of tourists, to evaluate the adequacy of service marketing mix and service quality, and the cooperation level within the cultural tourism supply chain in the R3E route from the perspective of stakeholders to become guidelines that responding to the tourist demands which all sectors are involved.

By conducting interviews from cultural tourism stakeholders and surveying the attractions, the results can be indicated as follows

(1) Tourism attractions information

The research found that the attractions in Chiang Rai and Chiang Mai Provinces are dispersed in all district, especially the cultural tourism, which is the identity of Thailand.

(2) The result of cultural tourism attractions' quality assessment

The research found that the overall potential of cultural tourism attractions is in a "high" level. While the overall potential of tourism development is in a "medium" level, and the potential of cultural tourism development is also in a "medium" level. However, they still lack a strong performance for the further development. In addition, an interesting issue is that although the participation of community is low but the survey has found that the community earns high level of income from the tourism.

(3) The result of tourism components (5A) evaluation

The research found that both Chiang Rai and Chiang Mai are the high potential provinces and are ready for the various patterns of tourism, which the tourists are likely to increase.

(4) The result of studying behavioral and demand pattern of tourists

According to the survey from tourists, both Thai and foreign, the research found that most travelers usually planned before the trip and the major travelers are Chinese (68.50), most

likely a family or a group trip (74.38), take on a trip no more than 5 days and likely to re-visit (92.25). There are similarities among the demand of Thai and foreign tourists, differing only in the facilities demand of Thai tourists and the communication demand of foreign tourists. Thai tourists demand the stopover point and more parking, while the foreign tourists demand an understandable communication with more signs, symbols, and attractions information in foreign languages.

(5) The result of studying the adequacy of service marketing mix and service quality, and the cooperation level within the cultural tourism supply chain

The research found that most travelers are satisfied with the services, particularly the Chinese travelers which are satisfied most in the accommodation and tourism business services. However, the research also found that there is a low level of cooperation, especially in the joint venturing pattern and also the mutual decisions, since the operations differ individually alongside with each business has their own loyal customers.

According to the results of study in the tourist demands and the current issues, what should have been addressed for the very most is to collaborate, merging in the same direction among the public and private sectors. Both should be integrated in order to develop the tourism and meet the needs of Thai and foreign travelers. Most of the problems found include communications, facilities, cleanness, number of accommodations, and variety of foods. For the solutions, private sectors should be act as the information recipients and coordinate alongside with public sectors. This is because the private sectors could have more access to the travelers or market segments. The public sectors should coordinate and rapidly implementation to develop and solve the problems as soon as possible in response to the new group of tourists who are traveling in, in order to achieve sustainability of tourism and also the repeated use of tourists.

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
สารบัญ	
สารบัญตาราง	
สารบัญภาพ	
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	2
ขอบเขตของงานวิจัย	3
ทฤษฎีและกรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 ตรวจเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
การทบทวนวรรณกรรม / สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 วิธีดำเนินการการศึกษา	11
ข้อมูลสำหรับการตอบวัตถุประสงค์	11
ระยะเวลาทำการวิจัยและแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	15
ผลการคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่	43
ผลการประเมินองค์ประกอบการท่องเที่ยว	46
ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของแผนงาน	53
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	104
ภาคผนวก	

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3-1	ตารางแสดงวัตถุประสงค์ของแผนการวิจัยและผลการศึกษาจากโครงการย่อยเพื่อตอบวัตถุประสงค์	11
3-2	แผนการดำเนินแผนการวิจัย	12
3-3	ช่วงระยะเวลาและขั้นตอนการดำเนินโครงการวิจัย	13
ตารางสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย		
4-1	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.แม่สาย	15
4-2	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.สันกำแพง	16
4-3	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.หางดง	16
4-4	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.แม่แจ่ม	18
4-5	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.ดอยสะเก็ด	19
4-6	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.ไชยปราการ	19
4-7	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.ฝาง	20
4-8	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.ฮอด	20
4-9	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.พร้าว	21
4-10	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.สันทราย	21
4-11	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.สันป่าตอง	22
4-12	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.สารภี	23
4-13	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.เวียงแหง	24
4-14	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.แม่ฮ่องสอน	25
4-15	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.ดอยหล่อ	25
4-16	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.กัลยาณิวัฒนา	26
4-17	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.สะเมิง	27
ตารางสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่		
4-18	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.เมือง	28
4-19	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.แม่สาย	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4-20	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.แม่ฟ้าหลวง	33
4-21	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.เชียงแสน	33
4-22	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.เชียงของ	36
4-23	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.แม่สรวย	37
4-24	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.เวียงแก่น	39
4-25	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.เวียงป่าเป้า	39
4-26	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.แม่จัน	40
4-27	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.แม่ลาว	42
4-28	ผลการประเมินศักยภาพของพื้นที่ R3E ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	43
4-29	ความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำแนกตามสัญชาติ	55
4-30	ระดับความร่วมมือของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน	59
4-31	การนำเสนอแนวทางการพัฒนาความร่วมมือรูปแบบต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทาน	103
5-1	แนวทางการแก้ไขปัญหาความต้องการของนักท่องเที่ยว	114

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1-1	การเชื่อมโยงของวิสาหกิจภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว	4
1-2	ความสัมพันธ์ระหว่างโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2	5
2-1	แบบจำลองห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว	6
4-1	ลักษณะความร่วมมือที่พบระหว่างผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวบนเส้นทาง R3E	57
4-2	Value Stream Mapping โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3A/R3E	60
4-3	ลักษณะความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E จำแนกตามเส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยว	61
4-4	Triple Helix (4 ร.)	62
4-5	รูปแบบของความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน	100

บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในภูมิภาคเอเชียและขณะเดียวกันเป็นประเทศที่อาศัยธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักของประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) แต่ขณะเดียวกันปัญหาที่รุมเร้าเข้ามาทั้งจากสถานการณ์ภายนอกเช่นภาวะเศรษฐกิจของโลกที่ถดถอยซึ่งต่อเนื่องมาจากการภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในอเมริกาและปัญหาจากภายในประเทศทั้งสถานการณ์ทางการเมืองและมหาดุทภัยในปี พ.ศ. 2554 สิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อตัวเลขรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่เป็นไปตามที่คาดไว้แต่ทว่าเมืองไทยยังคงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อและมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆรวมทั้งการได้รับการโหวตจากนักท่องเที่ยวจาก Travel & Leisure ทั้ง 3 ปีซ้อนว่ากรุงเทพฯเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวมากที่สุดในโลกสิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการยังคงสามารถดำเนินธุรกิจด้านนี้ต่อไปได้นอกจากนั้นการเปิดเสรีอาเซียนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจึงเป็นโอกาสสำหรับประเทศไทยที่จะกระตุ้นความคึกคักของการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจโดยรวมอีกครั้งอย่างไรก็ตามการตั้งรับหรือเตรียมความพร้อมด้านกลยุทธ์ต่างๆเพื่อให้ประเทศไทยได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยจากการเปิดเสรีอาเซียนเป็นสิ่งที่รัฐบาลหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต้องเตรียมพร้อมมิฉะนั้นการเปิดเสรีอาเซียนอาจเป็นความล้มเหลวของประเทศไทยในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม(สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, 2555)

จากการพยากรณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก(World Tourism Organization: WTO) พบว่าในปีที่การรวมตัวของภูมิภาคอาเซียนในปีพ.ศ. 2558 นั้นจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังภูมิภาคนี้กว่า160-200 ล้านคนต่อปี(ทั่วโลก1.6 พันล้านคน) จากเพียง77 ล้านคนในปีที่ผ่านมาโดยมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยทั้งสิ้น19 ล้านคนดังนั้นการรวมกลุ่มของประเทศในอาเซียนซึ่งรวมแล้วจะมีประชากรรวมกันกว่า600 ล้านคน(คิดเป็น1 ใน10 ของโลก) นั้นจะส่งผลกระทบอย่างสำคัญต่อภาพรวมของการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้โดยประเทศไทยเองได้มีการเตรียมรับความพร้อมการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในด้านการท่องเที่ยวที่นั่นสรุปแล้วเศรษฐกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) กล่าวว่า การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบกับการเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะส่งผลกระทบต่อการใช้ทรัพยากรและการแข่งขันที่รุนแรงที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นต้องเผชิญอย่างไรก็ตามททท. ได้ชูจุดแข็งของประเทศไทยนั่นก็คือ"ธรรมชาติที่สวยงามคนไทยใจดีมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มีประวัติศาสตร์น่าสนใจและอาหารไทย" นอกจากนี้ยังเสนอแนว

ทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยดังนี้"หัวใจสำคัญคือการให้ความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่กับผู้ประกอบการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นตลอดจนการทำตลาดเชิงรุกแทนการรับโดยสิ้นวัตรกรรมทางการตลาดผสมผสานเทคโนโลยีสารสนเทศกับพันธมิตร"

ทั้งภาครัฐภาคเอกชนสัมพันธ์ต่างๆรวมทั้งหน่วยงานทางการศึกษาต่างก็เล็งเห็นโอกาสทางการท่องเที่ยวของไทยในการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งจุดเด่นของการท่องเที่ยวไทยทางด้านมรดกวัฒนธรรมต่างๆทั้งประวัติศาสตร์ประเพณีต่างๆที่มีความหลากหลายตลอดจนอาหารการนวดแผนไทยที่เป็นจุดขายที่มีศักยภาพของไทยเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของไทยนั้นเป็นจุดเด่นด้านหนึ่งที่มีความสำคัญในการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในครั้งนี้

อย่างไรก็ตามประเทศไทยจำเป็นต้องมีการเตรียมพร้อมเพื่อที่จะได้เป็นฝ่ายที่ได้รับประโยชน์จากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยจากมุมมองทางด้านการตลาดเพื่อเข้าใจความต้องการและลักษณะอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นตั้งแต่แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวรวมทั้งความคาดหวังและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่หลากหลายและผสมผสานกับการพัฒนาทางด้านอุปทานที่เน้นความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและซับซ้อนอย่างมากเพื่อที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนดังนั้นแผนงานวิจัยนี้จึงออกแบบโดยให้มีการบูรณาการงานวิจัยด้านอุปสงค์และ(ห่วงโซ่) อุปทานด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E
2. เพื่อประเมินความเหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดคุณภาพการบริการ และระดับความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E
3. เพื่อวางแผนทางในการสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนภายในเส้นทาง R3E
4. เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E อย่างยั่งยืน
5. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตพื้นที่

ดำเนินการในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญในประเทศไทยและประเทศสมาชิกอาเซียนในเส้นทาง R3E (North – South Economic Corridor: NSEC) ซึ่งเป็นโครงการภายใต้กรอบ GMS ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างไทย - สปป.ลาว และจีนโดยเริ่มตั้งแต่คุนหมิงในมณฑลยูนนานของประเทศจีนลงมาจนถึงจังหวัดเชียงใหม่ หลวงน้ำทา ของ สปป.ลาว ที่ต่อเนื่องมาต่อเนื่องจนถึงเมืองห้วยทรายที่สามารถข้ามแม่น้ำโขงมายังประเทศไทย ภูทับเบิก เวียง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย รวมถึงพื้นที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตเนื้อหา

1. ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวรวมถึงปัจจัยจูงใจต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. รูปแบบการท่องเที่ยวความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการและคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E

4. ทฤษฎีและกรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

4.1. สมมติฐาน

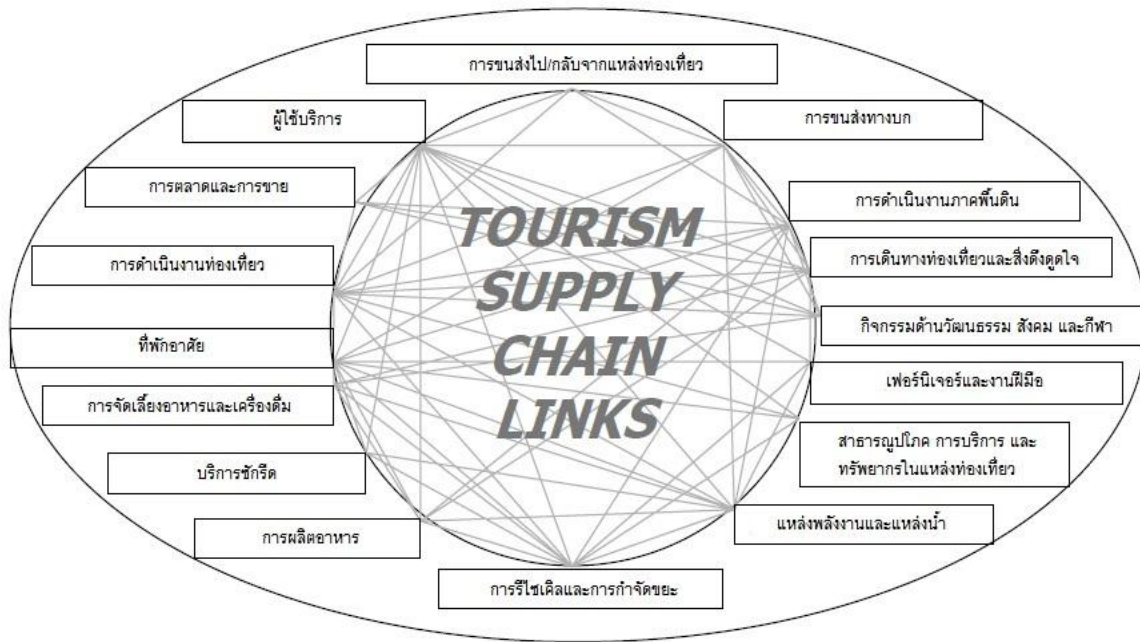
จากทฤษฎีที่ได้อธิบายไว้ในข้างต้นแผนงานวิจัยนี้จึงมีสมมติฐานเบื้องต้นที่จะทดสอบในงานวิจัยสองข้อหลัก (H1 และ H2) ดังนี้

H1: การเข้าใจรูปแบบและลักษณะของอุปสงค์ ผสมกับการร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานสามารถพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

H2: ประสิทธิภาพในการจัดการเพิ่มมากขึ้นก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

4.2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain Management)

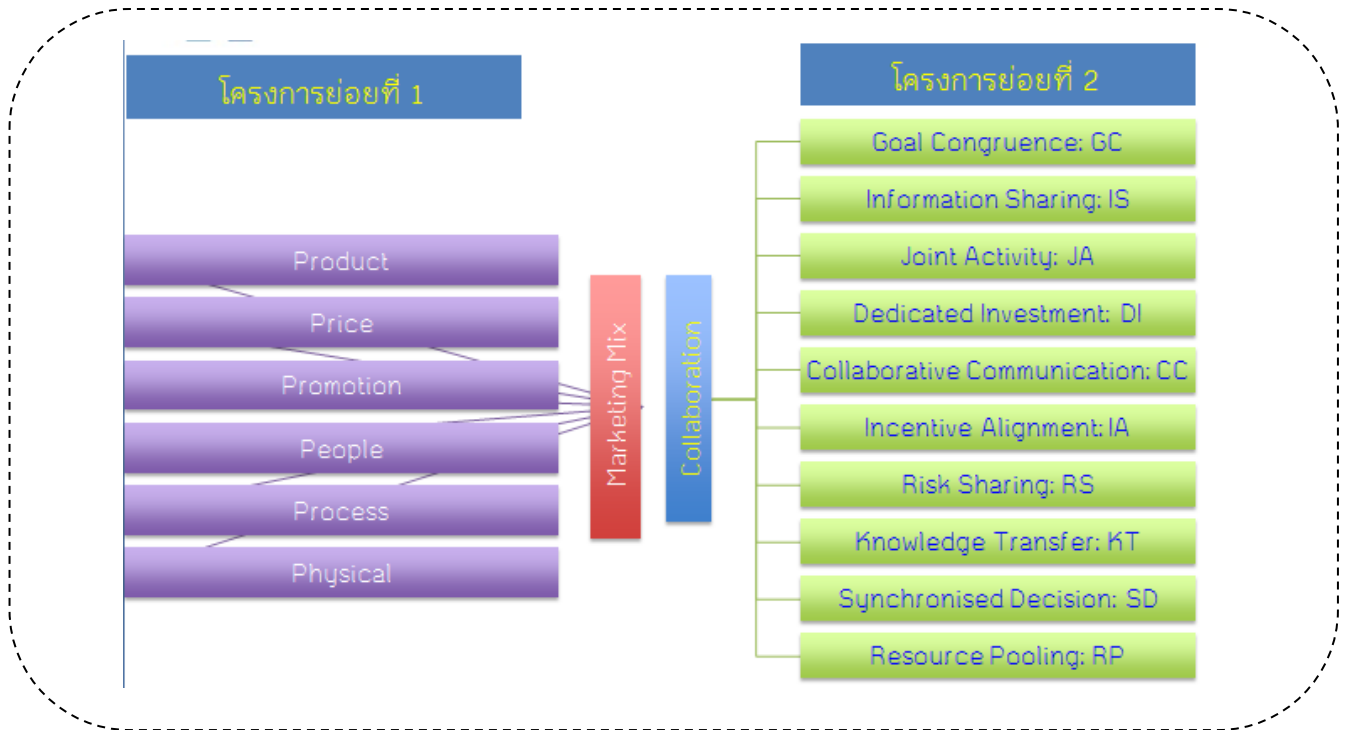
Tapper and Font (2004) กล่าวว่าภายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นมีการเชื่อมโยงของวิสาหกิจในฝั่งของอุปทานอยู่ ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับหลายธุรกิจ ไม่ใช่แค่ธุรกิจที่พักอาศัย ธุรกิจขนส่ง และธุรกิจท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงธุรกิจบาร์และร้านอาหาร งานฝีมือ การผลิตอาหาร การกำจัดขยะ และสาธารณูปโภคที่จะช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ดังภาพที่ 1- 1



ภาพที่ 1 – 1: การเชื่อมโยงของวิสาหกิจภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

ที่มา: Tapper and Font (2004)

ความเชื่อมโยงระหว่างโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2 ในแผนงานวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 1-2



ภาพที่ 1 – 2:ความสัมพันธ์ระหว่างโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บนเส้นทาง R3E สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการ
2. พัฒนาความร่วมมือในโซ่อุปทาน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ภาครัฐที่รับผิดชอบทางด้านการท่องเที่ยว สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการออกแบบนโยบายเพื่อพัฒนาและสนับสนุนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการ
4. สถาบันการศึกษา นักวิชาการ นักเรียน นักศึกษา ที่สนใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถนำเอาผลการวิจัยไปใช้ในการเรียนการสอนและต่อยอดในงานวิจัยของตนเองต่อไป
5. สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นักวิชาการ นักศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศ

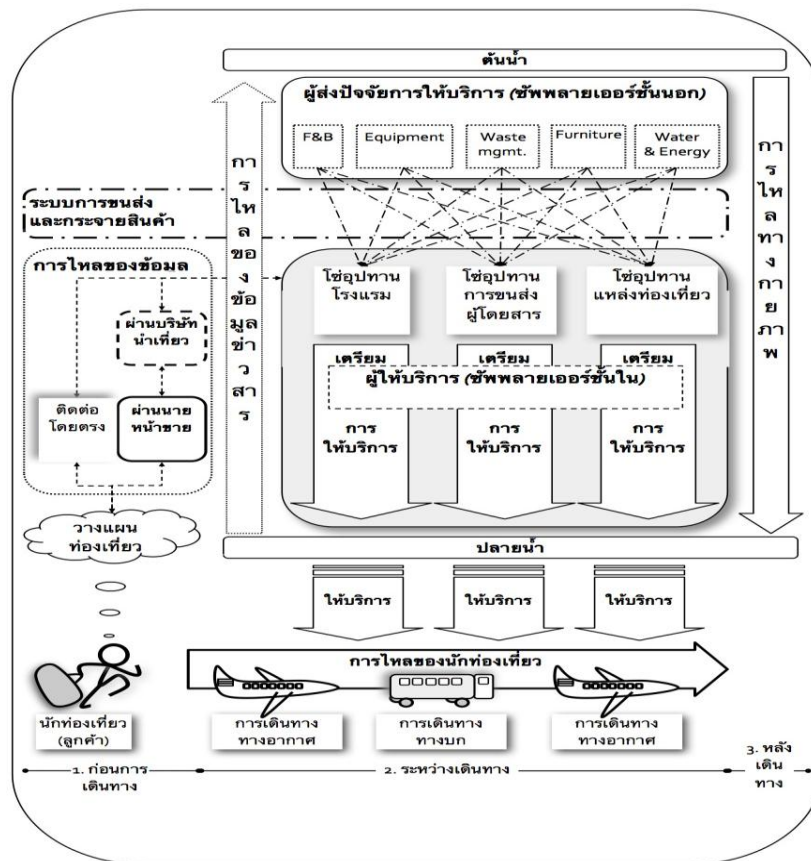
บทที่ 2

ตรวจเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมด้านห่วงโซ่อุปทาน

ในปี 2551 Zhang et al. ได้เริ่มพัฒนาแบบจำลองห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวขึ้นโดยมีขอบเขตอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้นต่อมา Piboonrunroj (2009) และ Piboonrunroj and Disney (2009) ได้ปรับปรุงให้เป็นแบบจำลองห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบโดยพิจารณาตั้งแต่การเริ่มวางแผนท่องเที่ยวตลอดจนช่วงที่เดินทางท่องเที่ยวไปจนถึงบริการต่างๆหลังการท่องเที่ยวดังภาพที่ 2 - 1



ภาพที่ 2 - 1:แบบจำลองห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

ที่มา: Piboonrunroj and Disney (2009)

โดยงานวิจัยต่อเนื่องของ Piboonrungraj and Disney (2009, 2011, 2012) ที่ได้ศึกษาถึงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่าการร่วมมือกันของวิสาหกิจต่างๆในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว(ได้แก่โรงแรมที่พักและร้านอาหารและบริษัททัวร์) เช่นการแบ่งปันข้อมูลการตั้งทีมทำงานร่วมกันตลอดจนการลงทุนระหว่างกันทั้งในด้านการพัฒนาบุคลากรและการลงทุนในด้านเทคโนโลยีหรือองค์ความรู้ต่างๆนั้นจะช่วยให้วิสาหกิจเหล่านั้นมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นทั้งด้านการเงินและโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านโลจิสติกส์ตลอดจนทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อบริการการท่องเที่ยวของวิสาหกิจมากขึ้น

สำหรับกลไกที่ทำให้การทำงานร่วมกันของวิสาหกิจเหล่านั้นทำให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นนั้น Piboonrungraj, Disney and Williams (2011) ได้ศึกษาพบว่าการสร้างความร่วมมือกันภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเดียวกันนั้นจะสามารถทำให้วิสาหกิจลดต้นทุนการดำเนินการ(Transaction Cost) ลงได้อันจะส่งผลให้วิสาหกิจเองมีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

ขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

อุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย คือเรื่องความพร้อมและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ที่มีอยู่กว่า 70% (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับวันที่ 6 สิงหาคม 2554) ซึ่งเมื่อประเทศมีการเปิดเสรีตามแผนของ AEC แล้ว การแข่งขันจะทวีความรุนแรงขึ้น เนื่องจากคู่แข่งในกลุ่มที่เคยมีศักยภาพต่ำกว่าจะได้รับประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุน นอกจากนี้ ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ อาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ต่างพยายามหาแนวทางแก้ไขจุดอ่อนเพื่อส่งเสริมให้ SMEs ในประเทศของตนมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ความพยายามต่างๆ ที่ได้ดำเนินการไปย่อมส่งผลต่อผู้ประกอบการ SMEs ไทยไม่มากนักน้อย ในขณะเดียวกันก็มีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ต่างๆ เช่น เราพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมุ่งแต่การเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวมากกว่าคุณภาพ การใช้ธรรมชาติและวัฒนธรรมเป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยวก็เริ่มถูกต่อต้านอย่างรุนแรง ผลประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวมิได้กระจายไปอย่างเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่กับขนาดเล็ก คนในท้องถิ่นไม่ได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์จากการส่งเสริมการท่องเที่ยว และบางครั้งก็กลับต้องเป็นฝ่ายรับภาระผลเสียจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้วย

ถึงแม้ว่าโดยรวมแล้ว SMEs ไทยจะมีความสามารถในการแข่งขันระดับท้องถิ่นหรือในประเทศ แต่ยังขาดความสามารถในการแข่งขันระดับสากลทั้งนี้เนื่องด้วยสาเหตุหลายประการ อาทิเช่น (กรมการท่องเที่ยว, 2555)

ข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล

ผู้ประกอบการ SMEs ธุรกิจบริการท่องเที่ยวของไทยส่วนใหญ่ยังขาดการเข้าถึงข้อมูลและข่าวสาร ขาดการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐส่วนกลางในเรื่องการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นโยบายและมาตรการของรัฐบาล ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด และโอกาสใน

การลงทุนในประเทศอาเซียน ขั้นตอนและกระบวนการประกอบธุรกิจในแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียน รวมทั้งระเบียบข้อบังคับและกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ของไทยไม่สามารถเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการแข่งขันจากบริษัทต่างชาติ หรือวางแผนในการขยายธุรกิจและการลงทุนในประเทศอาเซียนได้

ขาดความรู้และทักษะ

ปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการ SMEs ไทยคือการขาดความรู้และทักษะที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันในระดับสากล ความรู้ความเชี่ยวชาญและทักษะที่ผู้ประกอบการยังขาดมีดังต่อไปนี้

ด้านการบริหารจัดการเนื่องจาก SMEs ส่วนมากมีที่มาจากธุรกิจครอบครัว ซึ่งมักขาดความรู้ในด้านการจัดการหรือการบริหารงานอย่างเป็นระบบ แต่จะใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้โดยการลองผิดลองดีเป็นหลัก (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2548) ในการเตรียมความพร้อมและเพิ่มพูนศักยภาพในการแข่งขันกับบริษัทต่างชาติ ผู้ประกอบการ SMEs ต้องพัฒนาตนเองโดยอาศัยการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมถึงเรื่องการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ การนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ การจัดการองค์กร การกำหนดลักษณะงานและการมอบอำนาจหน้าที่ การพัฒนาบุคลากร การสร้างคนให้เป็นผู้นำ การสั่งการ รวมถึงการควบคุมตรวจสอบและประเมินผลการทำงานของพนักงาน

ด้านการตลาดหากผู้ประกอบการไม่มีความรู้ใหม่ๆ การทำตลาดก็จะแข่งขันไม่ได้ ซึ่งในโลกยุคโลกาภิวัตน์ภายใต้แรงผลักดันจากการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยว ทำให้ทุกประเทศต้องมีการแข่งขันเพื่อช่วงชิงตลาด ถ้าไม่สามารถทำการตลาดเชิงรุกได้ก็จะทำให้เสียโอกาส แต่ถ้าใช้ความคิดดีๆ ก็จะสามารถตามโลกไม่ทัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทยต้องทำความเข้าใจถึงตลาดกลุ่มเป้าหมายหลักของประเทศ ซึ่งขณะนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สำคัญคือคนในพื้นที่เอเชีย ไม่ว่าจะเป็น จีน อินเดีย เกาหลี ญี่ปุ่น ฮองกง มาเลเซีย และกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

ด้านภาษา ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศเป็นสิ่งที่ยังจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ SMEs รวมถึงบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของไทย บุคลากรในที่นี่รวมไปถึงแม่บ้าน พนักงานรักษาความปลอดภัย ฯลฯ ซึ่งแม้ในการทำงานจะไม่ต้องสื่อสารกับนักท่องเที่ยวมากนัก แต่อาจมีบางสถานการณ์ที่ต้องสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นอกเหนือจากภาษาอังกฤษแล้ว ผู้ประกอบการควรสามารถสื่อสารภาษาที่สาม ได้แก่ ภาษาจีน ภาษารัสเซีย ภาษาเกาหลี และภาษาญี่ปุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย การขาดความรู้ด้านภาษาส่งผลให้ SMEs ไทยเสียเปรียบ ยกตัวอย่างเช่น เป็นการเปิดช่องให้บริษัททัวร์ต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยใช้ไกด์ชาวต่างชาติแทนที่จะเป็นไกด์คนไทย หรือเมื่อผู้ประกอบการไทยจัดโปรแกรมทัวร์ในต่างประเทศ จำเป็นต้องใช้ไกด์ท้องถิ่นของประเทศนั้นๆ ทั้งหมด เป็นต้น

ในการประชุม Tourism Human Resources Congress ครั้งที่ 2 ที่ประเทศฟิลิปปินส์ รัฐบาลฟิลิปปินส์แสดงให้เห็นว่า ฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรของประเทศมาก โดยมองว่าแรงงานถือเป็นสินค้าส่งออกของประเทศอย่างหนึ่ง เนื่องจากชาวฟิลิปปินส์มีจุดแข็งด้านภาษาอังกฤษ ที่ชาวฟิลิปปินส์ทุกคนสามารถสื่อสารได้เป็นอย่างดี จึงมีความพร้อมที่จะส่งออกแรงงานหลากหลายสาขาอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มแม่บ้าน ไปจนถึงแพทย์ พยาบาล ครู สู่ประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน นอกจากนี้รัฐบาลฟิลิปปินส์ยังส่งเสริมให้ประชาชนในประเทศเรียนรู้ภาษาที่ 3 อย่างภาษาสเปน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีนให้ชำนาญ ซึ่งชาติที่ใช้ภาษาเหล่านี้ยังต้องการแรงงานอีกเป็นจำนวนมาก ดังนั้นประเทศไทยจึงควรหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาษาที่ 2 และที่ 3 ของประชากรในประเทศ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับแรงงานประเทศอื่นๆ ได้เมื่อเปิด AEC

ด้านเทคโนโลยีผู้ประกอบการ SMEs จำนวนมากยังขาดความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ (ICT) โดยเฉพาะการสร้างพื้นฐานเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะช่วยในการประชาสัมพันธ์และการตลาดของธุรกิจไทยเพื่อให้สามารถแข่งขันกับบริษัทต่างชาติได้ ประกอบกับปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายโทรศัพท์ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และการให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ที่ยังคงมีจำนวนจำกัด และไม่กระจายไปสู่ชุมชน หมู่บ้านอย่างทั่วถึง

ด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ การขาดความรู้ความสามารถด้านนี้ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยไม่สามารถพัฒนาสินค้าและบริการของตนให้มีความแตกต่างเพื่อเป็นจุดเด่นหรือจุดขายให้กับบริการของตน เนื่องจากปัจจุบันหลายๆ ประเทศในโลกสามารถผลิตสินค้าและบริการได้ทัดเทียมกัน ฉะนั้นการที่จะเป็นผู้ประสบความสำเร็จบนเวทีตลาดโลกได้ จึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ ซึ่งต้องมากจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนารูปแบบการบริการที่มีลักษณะเฉพาะและหลากหลาย เพื่อตอบสนองผู้บริโภคตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับโลก ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะสามารถยืนหยัดในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงได้นั้นจึงไม่ใช่ผู้ที่เป็นเจ้าของทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานราคาถูก หรือแหล่งเงินทุนต่ำ แต่ต้องเป็นเจ้าของ “ความคิดสร้างสรรค์” ที่สามารถเปลี่ยนปัจจัยการผลิตไปสู่องค์ประกอบใหม่ของสินค้าและบริการที่สามารถเอาชนะคู่แข่งได้

ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร

ปัญหาการขาดแคลนเงินทุนหรือการเข้าถึงแหล่งเงินทุนถือเป็นปัญหาระดับต้นๆ ของผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่ต้องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน หรือขยายธุรกิจและการลงทุนไปต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการรายย่อยเป็นไปได้ยาก ทำให้ขาดโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ ส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง ปัจจุบันผู้ประกอบการขาดเงินทุนที่สามารถกู้ยืมเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเอง จากตัวเลขในปี 2554 พบว่ามีเพียงร้อยละ 30 ของผู้ประกอบการ SMEs ที่สามารถ

ได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงิน แต่ก็ต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูงกว่าบริษัทขนาดใหญ่ การปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการ SMEs ยังคงน้อยมาก เนื่องจากเจ้าหน้าที่ธนาคารไม่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจ จึงทำให้ไม่กล้าที่จะปล่อยสินเชื่อ รวมทั้ง SMEs ส่วนใหญ่ไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้ในระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2548) ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะมีการจัดตั้งหลายหน่วยงานเพื่อสนับสนุนทั้งในการกู้ยืมและค้ำประกัน ได้แก่ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) และจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุน เช่น “กองทุน SME” แต่ขั้นตอนการขออนั้นค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อน ใช้เวลาค่อนข้างนานและมีเงื่อนไขที่ค่อนข้างมากในทางปฏิบัติ หรือในส่วนของ “กองทุน FTA” ของกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ก็เป็นการช่วยเหลือด้านเงินทุนแก่ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้ามากกว่าสนับสนุนผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายธุรกิจไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งคาดว่าจะต้องใช้เงินทุนมากกว่าการลงทุนในเมืองไทย ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่กรมการท่องเที่ยวจะต้องหามาตรการสนับสนุนทางด้านเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว SMEs โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

การพัฒนา SMEs ในปัจจุบันจากการสร้างเครือข่ายบริการธุรกิจท่องเที่ยวขนาดกลางและเล็ก เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว ยังมีไม่มากพอที่จะสามารถแข่งขันกับบริษัทต่างชาติขนาดใหญ่ได้จริงๆ การที่ SMEs มีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศทำให้มีการแข่งขันกันเองสูง ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจโรงแรม ปัจจุบันประเทศไทยมีโรงแรมเปิดใหม่จำนวนมาก รวมถึงการมีเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ด้วย ส่งผลให้มีการตัดราคาห้องพักกันมาก หรือในส่วนของธุรกิจนำเที่ยวก็ประสบปัญหาแข่งขันกันเองสูงเช่นกัน

การเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 จะส่งผลให้อุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการผลักดันเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งองค์กรภาครัฐและเอกชนจำนวนมากต่างทุ่มงบประมาณเพื่อลงทุนในการเสริมสร้างขีดความสามารถด้านดิจิทัล เพื่อสร้างยอดขายออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ และเครือข่ายการตลาดให้ครอบคลุมทั่วทั้งภูมิภาคและทั่วโลก แม้การเข้าสู่การเป็น AEC อาจมีผลทำให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวไทยต้องเผชิญกับภาวะที่มีการแข่งขันสูง จนอาจดูเหมือนเป็นวิกฤตสำหรับภาคการท่องเที่ยว แต่หากภาครัฐและเอกชนไทยพัฒนาจุดอ่อนและเสริมสร้างจุดแข็งให้ยังแข็งแกร่งขึ้น การเข้าสู่การเป็น AEC ก็จะเป็นโอกาสสำหรับชาวไทยที่มีความถนัดด้านการท่องเที่ยวและบริการอยู่แล้ว ให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเติบโต สร้างรายได้ให้กับประเทศมากกว่าเดิม

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการ

1. ข้อมูลสำหรับการตอบวัตถุประสงค์

ตารางที่ 3 - 1:ตารางแสดงวัตถุประสงค์ของแผนการวิจัยและผลการศึกษาจากโครงการย่อย
เพื่อตอบวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E	โครงการย่อยที่ 1
2. เพื่อประเมินความเหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และระดับความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E จากมุมมองของผู้ถือประโยชน์ร่วมกลุ่มต่างๆ ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	โครงการย่อยที่1 และ โครงการย่อยที่2
3. เพื่อวางแนวทางในการสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนภายในเส้นทาง R3E	โครงการย่อยที่ 2
4. เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E อย่างยั่งยืน	สังเคราะห์จากผลการศึกษาของโครงการย่อย1 และ โครงการย่อยที่ 2 พร้อมนำเสนอที่ปรึกษาแผนงาน ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบการ และผู้ถือประโยชน์ร่วมในพื้นที่
5. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการทางการตลาดและโซ่อุปทานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	สังเคราะห์จากผลการศึกษาของโครงการย่อยที่1 และโครงการย่อยที่2พร้อมนำเสนอที่ปรึกษาแผนงาน ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบการ และผู้ถือประโยชน์ร่วมในพื้นที่

2. ระยะเวลาทำการวิจัยและแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย

การดำเนินการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 12 เดือน โดยมีรายละเอียดขั้นตอนของการดำเนินงานดังแสดงในตารางที่ 3 - 2 และ ตารางที่ 3 - 3

ตารางที่ 3 - 2: แผนการดำเนินแผนการวิจัย

กิจกรรม	ปีงบประมาณ 2556											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. ทุกโครงการทบทวนเอกสารและผลการศึกษาและกำหนดแผนการวิจัย												
2. ทุกโครงการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น												
3. ส่งรายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 1 ต่อวช.												
4. ทุกโครงการจัดทำเครื่องมือการวิจัยและสำรวจเก็บข้อมูลในพื้นที่												
5. ส่งรายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 2 ต่อวช.												
6. จัดทำฐานข้อมูล												
7. ทุกโครงการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล												
8. ทุกโครงการสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลและข้อเสนอแนะ												
9. จัดประชุมผู้เกี่ยวข้องเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการศึกษาวิจัยเพื่อนำผลไปจัดทำร่างรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์												
10. ส่งร่างรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ต่อวช.												
11. จัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์												
12. จัดประชุมเผยแพร่ผลการศึกษาเพื่อรับฟังข้อคิดเห็นจากทุกภาคส่วน												
13. ส่งรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ต่อวช.												

ตารางที่ 3 - 3:ช่วงระยะเวลาและขั้นตอนการดำเนินโครงการวิจัย

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
เดือน 1-2	1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 2. พัฒนารอบแนวคิดแบบแนวคิดทางการวิจัย 3. รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิขั้นต้นโดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เพื่อนำมาปรับปรุงกรอบแนวคิดทางการวิจัยและเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย 4. ประสานงานผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมประเมินศักยภาพของพื้นที่ R3E ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	1. องค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมบนทาง R3E 2. กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่สอดคล้องกับพื้นที่ 3. ผลการประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E
เดือน 3-6	1. ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการสำรวจพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเส้นทาง R3E ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ 2. ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ R3E โดย จัดสรรให้มีประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษา	1. ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E 2. รับทราบจุดอ่อน จุดแข็ง รวมถึงข้อจำกัดสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคส่วนต่างๆ
เดือน 7-12	1. จัดการประชุมรายงานผลและรับฟังความเห็นของภาคส่วนต่างๆ 2. วิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการศึกษาของโครงการย่อยเพื่อนำเสนอผลการศึกษาและข้อคิดเห็นต่อที่ปรึกษาแผนงานวิจัยเพื่อร่วมกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	1. ทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งจะเป็แนวทางให้ผู้ประกอบการใช้ประเมินความเหมาะสมในการบริหารจัดการของตนเองในเบื้องต้น 2. ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ชุมชน และศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่ 3. การจัดประชุมรายงานผลการศึกษาทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากมีความเข้าใจเพิ่มขึ้น

บทที่ 4

ผลการศึกษา

เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานของโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2 คณะวิจัยในส่วนของแผนงานจึงได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ รวมถึงดำเนินการประเมินองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ (5A) อันประกอบไปด้วย สิ่งดึงดูดใจ ที่พัก การเข้าถึง กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้โครงการย่อยทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง และข้อจำกัดของพื้นที่ เพื่อที่ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการศึกษาต่อไปและผลการศึกษาของในส่วนโครงการย่อยโดยในส่วนนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่

1. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
2. ผลการคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่
3. ผลการประเมินองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A)
4. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของแผนงาน
 - เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E
 - เพื่อประเมินความเหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดคุณภาพการบริการ และระดับความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E
 - เพื่อวางแนวทางในการสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนภายในเส้นทาง R3E
 - เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E อย่างยั่งยืน
 - เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการทางการตลาดและโซ่อุปทานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แยกตามอำเภอ

ตารางที่ 4 – 1 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.แม่เมาะ

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดท่าตอน	- เป็นวัดที่มีทิวทัศน์งดงาม อยู่บน ไหล่เขาเรียงรายด้วยศาสนวัตถุ สิ่งก่อสร้าง มีพื้นที่ทอดยาวตามไหล่ เขาเป็นชั้น ๆ รวม 9 ชั้น	- ศึกษาพระธรรม กราบไหว้ พระพุทธรูป สิ่งก่อสร้าง ต่างๆ		บ้านท่าตอน ตำบลท่าตอน
พระธาตุสบฝาง	-เป็นวัดเก่าแก่ที่อยู่บนเนินเขาเล็กๆ จากลานชมวิวของวัด - สามารถมองเห็นสวนส้มธารแบบ มุมมอง 180 องศา	- กราบไหว้พระธาตุเก่าแก่ - ชมสวนส้ม		ตำบลแม่วาง

ตารางที่ 4 – 2 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.สันกำแพง

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
พิพิธภัณฑสถานบ้านจำนงค์	-เป็นแหล่งที่มีการแกะสลักไม้แบบล้านนาด้วยช่างฝีมือดี	- ชมการแกะสลักไม้		
ร่มบ่อสร้าง	- เป็นแหล่งผลิตร่มซึ่งเป็นสินค้าที่สร้างชื่อเสียงให้แก่จังหวัดเชียงใหม่มาช้านาน	-ชมและเลือกซื้อร่มบ่อสร้าง		บ้านบ่อสร้าง ต.ต้นเปา อ.สันกำแพง โทร 0-5333-8324, 0-5333-8687

ตารางที่ 4 – 3 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.หางดง

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
บ้าน 100 อัน 1,000 อย่าง	-เป็นพิพิธภัณฑ์เอกชนที่รวบรวมงานแกะสลักไม้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นไม้สัก	- ชมงานแกะสลัก		
บ้านถวาย หมู่บ้านหัตถกรรมไม้แกะสลัก	- เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ขึ้นชื่อที่สุดและเป็นแหล่งกำเนิดของงานแกะสลักไม้ในจังหวัดเชียงใหม่	- การสาธิตการผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ - การสาธิต ลงรักปิดทอง - การแสดงศิลปะพื้นบ้าน - การแข่ง "สุดยอดสล่าไม้" - ชมขบวนแห่ลูกแก้ว ในพิธีบรรพชาสามเณรหมู่		
ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย และ ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวายสองฝั่งคลอง	-เป็นจุดกำเนิดของงานแกะสลักที่แท้จริง มีร้านค้าหัตถกรรมอยู่บริเวณสองข้างคลองชลประทานภายใต้บรรยากาศวิถีชีวิตหมู่บ้าน	- ชมและเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรม		บริเวณใจกลางหมู่บ้านถวาย

ตารางที่ 4 – 4 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.แม่แจ่ม

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
หมู่บ้านทอผ้าขึ้นตีนจก	-ชาวบ้านทอผ้าเองด้วยลวดลายที่ประณีตงดงาม นอกจากนี้ผ้าขึ้นตีนจกยังถือว่าเป็นศิลปหัตถกรรมพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมสูง	- ชมการทอผ้าและเครื่องทอจากภูมิปัญญาชาวบ้าน	ที่ว่าการอำเภอแม่แจ่ม	อยู่ห่างจากตัวอำเภอแม่แจ่ม ประมาณ 3 กิโลเมตร โทร 053-485111
วัดพุทธเอ็น	-เอกลักษณ์ของวัดพุทธเอ็น คือ “บ่อน้ำพุทเอ็น” เป็นบ่อน้ำที่มีลักษณะน้ำไหลออกจากใต้พื้นดินอย่างไม่ขาดสาย	- เที่ยวชมวิหารเก่าแก่		ตำบลเค็ง อำเภอแม่แจ่ม

ตารางที่ 4 – 5 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.ดอยสะเก็ด

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
หนองบัวพระเจ้าหลวง	-เป็นหนองน้ำธรรมชาติ มีเนื้อที่ 102 ไร่ มีนกเป็ดน้ำอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก	- เยี่ยมชมธรรมชาติ		ต. เชียงดอย อ. ดอยสะเก็ด
บ้านปางแดง	-มีหมู่บ้านกระเหรี่ยงที่มีวิถีชีวิตดั้งเดิม เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนชาวกระเหรี่ยง	- ชมหมู่บ้านกระเหรี่ยง		

ตารางที่ 4 – 6 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.ไชยปราการ

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัด พระ เจ้า พร หม มหาราช (วัดป่าไม้แดง)	-มีศิลปะการก่อสร้างที่เก่าแก่สวยงาม เป็นศิลปกรรมแบบล้านนา เป็นที่ประดิษฐานของอนุสาวรีย์ของพระเจ้าพรหมมหาราชผู้สร้างนครไชยปราการ	- เยี่ยมชมและสักการะ อนุสาวรีย์ของพระเจ้าพรหมมหาราช		หมู่ที่ 9 ตำบลหนองบัว อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4 – 7 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.ฝาง

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดท่าตอน	-เป็นวัดที่มีทิวทัศน์งดงาม อยู่บนไหล่เขาเรียงรายด้วยศาสนวัตถุสิ่งก่อสร้างมีพื้นที่ทอดยาวตามไหล่เขาเป็นชั้น ๆ รวม 9 ชั้น	- กราบไหว้ศาสนวัตถุและชมทิวทัศน์สวยงาม		กม. ที่ 5 ทางหลวงหมายเลข 1096 (แม่ริม-สะเมิง) ห่างจาก อ.แม่ริมประมาณ 14กม.

ตารางที่ 4 – 8 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.ฮอด

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
บ้านไร่ฝาง	-เป็นหมู่บ้านผลิตผ้าฝ้ายทอมือแบบโบราณที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียง	- ชมผลงานผ้าฝ้ายทอมือ		ตั้งอยู่กิโลเมตรที่ 69-70 ตามเส้นทางเชียงใหม่-ฮอด
วัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร	- เป็นวัดสำคัญคู่เมืองจอมทองและเป็นที่เคารพสักการะของชาวเหนือโดยทั่วไป	- แห่ไม้ค้ำโพธิ์ - กราบไหว้		

ตารางที่ 4 – 9 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.พริ้ว

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดดอยแม่ปิ้ง	-เป็นวัดซึ่งเป็นที่จำพรรษาของหลวงปู่แหวน สุจิณฺโณ มีสิ่งที่น่าสนใจ คือ วิหารไม้ กิฎ्हหลวงปู่แหวน			
วัดถ้ำดอกคำ	- เป็นถ้ำขนาดกลาง มีเส้นทางเข้าออกถึงกันมีพระพุทธรูปไว้สำหรับผู้แสวงบุญได้กราบไว้	- กราบไหว้พระพุทธรูป		หมู่ 7 บ้านสหกรณ์ดำนิตาบลน้ำแพร่ อำเภอพริ้ว จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4 – 10 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.สันทราย

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดดอยแท่นพระผาหลวง	-เป็นวัดที่มีป่าไม้อุดมสมบูรณ์ มีความวิเวกสันโดษเหมาะแก่การปฏิบัติธรรม	- ปฏิบัติธรรม		หมู่บ้านโป่ง ต.ป่าไผ่ อ.สันทราย จ.เชียงใหม่
พิพิธภัณฑวัดร่องเมิง	- ได้ก่อตั้งพิพิธภัณฑขึ้นซึ่งนับว่าเป็นแหล่งเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมชาวล้านนา	- เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม - เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ		เลขที่ 1 บ้านร่องเมิง หมู่ที่ 2 ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4 – 11 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.สันป่าตอง

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
กาดงัว (ตลาดนัดทุ่งฟ้า บด)	-เป็นกาดวัวควาย ที่ใหญ่ที่สุดของ ภาคเหนือในปัจจุบัน เป็นสีส่น และไลฟ์สไตล์ที่หาได้ยากในปัจจุบัน	- เลือกซื้อสินค้า และ สัตว์ ต่างๆ		
เวียงท่ากาน เมือง โบราณ	-เป็นเมืองโบราณที่พบวัตถุโบราณใน หลายๆที่ และบางแห่งยังพบโครง กระดูกโบราณอีกด้วย	- เที่ยวชมเมืองโบราณ		

ตารางที่ 4 – 12 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.สารภี

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
เวียงกุมกาม	- เป็น เมือง โบราณ ที่มี ซาก โบราณสถาน และเป็นวัดที่มีพระสงฆ์ มากมาย	- เที่ยวชมเมืองโบราณ		ตำบลท่าวังตาล อำเภอ สารภีจังหวัดเชียงใหม่
วัดพระนอนป่าเกดลี	-เป็นวัดเก่าแก่คู่บ้านคูเมืองและมีพระ นอนของพระพุทธปฏิมากร	- กราบไหว้ ปฏิบัติธรรม		บ้านป่าเกดลี หมู่ที่ 4 ตำบลยางนึ่ง อำเภอ สารภี จังหวัดเชียงใหม่
วังมัจฉาพญาชมพู	-มีการเลี้ยงปลาประมงน้ำผ่าน (เขต อภัยทาน) ปรับปรุงสภาพเป็นสถานที่ ท่องเที่ยว พักผ่อน มีสวนสัตว์ขนาดเล็ก ย่อม	- ดูพันธุ์ปลาต่างๆ เยี่ยมชม สถานที่		หมู่ 2 บ้านพญาชมพู ตำบลชมพู อำเภอสารภี

ตารางที่ 4 – 13 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.เวียงแหง

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
ถ้ำโบราณ	- เป็น ถ้ำ ของ มนุษย์ ยุค ก่อนประวัติศาสตร์ หรือ ยุคหินกลางอายุประมาณ 5,000 ปี	- เที่ยวชมถ้ำ		บ้านลีซอแม่แตง ต.เมืองแหง
พระบรมธาตุแสนไห	- เป็นปฏิมากรรมผสมระหว่างพม่าและล้านนาไทย	- สรงน้ำพระบรมธาตุ		ตำบลเมืองแหง จากบ้านเมืองายเข้ามา 55 กิโลเมตร
วัดฟ้าเวียงอินทร์	- ลักษณะสถาปัตยกรรมเป็นแบบไทยใหญ่	- กราบไหว้และเที่ยวชมวัด		

ตารางที่ 4 – 14 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.แม่ออน

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดพระธาตุดอยผาตั้ง	-เป็นวัดที่ครูบาศรีวิชัยได้มาบูรณะเจดีย์เมื่อปี 2472 และเป็นวัดที่เป็นที่ตั้งของสำนักงานเจ้าคณะอำเภอแม่ออน	- เที่ยวชมวัด		บ้านออนกลางหมู่ที่ 9 ต.ออนกลางอ.แม่ออน

ตารางที่ 4 – 15 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.ดอยหล่อ

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดพระธาตุดอยน้อย	-ตั้งอยู่บนภูเขาติดลำน้ำปิง มองเห็นทิวทัศน์โดยรอบทุกทิศ มีบันไดนาคขึ้นไป 241 ขั้น	- ชมทิวทัศน์ เดินขึ้นบันไดนาค		ตำบลดอยหล่อ อำเภอจอมทอง ตามทางหลวงหมายเลข 108 ระหว่างกิโลเมตรที่ 43-44
พิพิธภัณฑสถานพระพิมเณศวร์	-เป็นลักษณะกำแพงก่ออิฐแดงไม่ฉาบปูน ปกคลุมไปด้วยร่มไม้ใหญ่น้อย ดูเงียบสงบ และไม่เก็บค่าเข้าชม	- เที่ยวชมพิพิธภัณฑสถาน		277 หมู่ 10 ต.ยางคราม อ.ดอยหล่อ จ.เชียงใหม่

ตารางที่ 4 – 16 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.กัลยาณิวัฒนา

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
โครงการหลวงบ้านวัดจันทร์	- เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากแห่งหนึ่ง เนื่องจากมีห้องพักจำนวนมากหลายห้องนำอยู่ ราคาไม่แพง เงียบสงบท่ามกลางธรรมชาติ ป่าสนขุนเขา และภายในยังมีอ่างเก็บน้ำของโครงการเหมาะแก่การพักผ่อน	- พักผ่อน - ชี่จักรยาน - ศึกษาธรรมชาติ - ชมวิถีชาวกะเหรี่ยง	สำนักศึกษาและพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน	โทร. 053-249349
วัดจันทร์	มีการสร้างมานานกว่า 300 ปี โดยชนชาวละวี่ะ	-ชมพระเจดีย์ กราบไหว้บูชา		

ตารางที่ 4 – 17 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.สะเมิง

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดพระบรมธาตุคดยผาส้ม	-เป็นที่ประดิษฐาน พระบรมสารีริกธาตุเป็นดอยสูงตั้งอยู่ที่รอยต่อตำบลแม่สาบและตำบลยั้งเมิน	- เที่ยวชมดอย และกราบไหว้พระบรมสารีริกธาตุ		ตำบลแม่สาบ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแยกตามอำเภอ

ตารางที่ 4 – 18 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเมือง

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
พิพิธภัณฑสถาน ชาวเขา	- เป็นสถานที่แสดงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัตถุสิ่งของ เครื่องมือเครื่องใช้ ชุดแต่ง กายประจำเผ่า รวมทั้งข้อมูลที่น่าสนใจ เกี่ยวกับชาวไทยภูเขา 6 เผ่า คือ อาข่า ลีซอ กะเหรี่ยง มูเซอ เย้า และม้ง	- จัดแสดงนิทรรศการ โดยการ ฉายสไลด์ วีดีโอ ประกอบคำ บรรยาย และมีพิพิธภัณฑสถานแสดงวิถี ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเขาเผ่า ต่างๆ ของภาคเหนือให้ได้ชม เปิด เวลา 08.00 – 20.00 น. ค่าเข้าชม ท่านละ 50 บาท	บริหารจัดการโดยสมาคม พัฒนาประชากรและชุมชน เชียงราย - พีดีเอ	620 / 25 ถนนาลัย ต.เวียง อ.เมือง จ.เชียงรายโทรศัพท์. 053-719167 ต่อ 301 053-740088
ไร่แม่ฟ้าหลวง	-เป็นพิพิธภัณฑสถานกลางแจ้งและสวนไม้ ดอกไม้ประหลาดหายากนานาชนิด มีหอ คำ ซึ่งเป็นอาคารไม้สักที่รวบรวมสัตว์พันธุ์ หรือเชิงเทียนโบราณและเป็นที่ ประดิษฐาน พระพราดั่ง พระไม้โบราณ	- ชมสวน หอคำ หอแก้ว	คุณนครพงษ์น้อย	313 หมู่ 7 บ้านป่าจี้ว ต.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000 โทรศัพท์. 053-711968 053-601013 053-716605-7 โทรสาร. 053-712429 เว็บไซต์www.maefahluang.org E-mail.rmfl@doitung.org

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ	- เป็นสถานที่รวบรวมข้าวของเครื่องใช้ของชนชาติต่างๆ และกษัตริย์ในอดีตประมาณ 500 - 1,000 ปีที่ผ่านมา รวมทั้งโบราณวัตถุที่หาชมได้ยาก เช่น บัลลังก์ของกษัตริย์ ฉลองพระองค์ทองคำแท้ เครื่องประดับเงิน เป็นต้น	- จัดแสดงนิทรรศการ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติข้าวของเครื่องใช้ในอดีตที่หาชมได้ยากในปัจจุบัน	อาจารย์จุลศักดิ์ สุริยะไชย	81 / 1 ถนนหน้าค่ายตร.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย โทรศัพท์. 053-713349
วัดพระสิงห์	-เคยเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปหล่อพระอุโบสถเป็นรูปทรงแบบศิลปะล้านนา สร้างในสมัยพระมหาพรหม พระอนุชาของพระเจ้าแก้วนา เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่และบานประตูยังออกแบบโดยคุณถวัลย์ ดัชนี บอกเรื่องราวเกี่ยวกับดิน น้ำ ลม ไฟ	- เป็นสถานที่กราบไหว้เคารพบูชาและยึดเหนี่ยวจิตใจ - ให้ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ ธรรมะและจริยธรรม	กรมศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม	ถ.ท่าหลวงม. 1 ต.เวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000 ใกล้ศาลากลางจังหวัดเชียงราย โทรศัพท์. 053-745038
วัดพระแก้ว	-เป็นสถานที่ค้นพบพระแก้วมรกต องค์ที่ประดิษฐานอยู่ ณ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพฯ -เป็นที่ประดิษฐานพระหยกซึ่งสร้างขึ้นใหม่ในวาระที่สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี มีพระชนมายุ ครบ 90 พรรษา	-เป็นสถานที่กราบไหว้เคารพบูชาและยึดเหนี่ยวจิตใจ - ให้ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ ธรรมะและจริยธรรม	กรมศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม	ถนนไตรรัตน์ หมู่ 19 ตำบลเวียง อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย โทรศัพท์. 053-718533

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดร่องขุน	-พระอุโบสถสีขาวตกแต่งด้วยลวดลายกระจกสีเงินแวววาวเป็นเชิงชั้นลดหลั่นกันไป ประดับด้วยปูนปั้นศิลป์ต่าง ๆ ภายในประกอบไปด้วยภาพจิตรกรรมทางพุทธศิลป์ที่งดงามด้วยฝีมือของ อ.เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ จิตรกรเอกของไทย	- เป็นสถานที่ที่กราบไหว้เคารพบูชาและยึดเหนี่ยวจิตใจ - ให้ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ ธรรมะและจริยธรรม	อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ พระครูชาครียานุยุต (ท่านไสว) เจ้าอาวาส	บ้านร่องขุน ริมถนนพหลโยธิน กม.ที่ 816 หมู่ 1 ต.ป่าอ้อดอนชัย อ.เมือง จ.เชียงราย 57000 โทรศัพท์. 053-673579
วัดพระธาตุดอยทอง(วัดพระธาตุจอมทอง)	-เป็นที่ตั้งของหลักเมืองเชียงรายตำนานเล่าว่าเป็นพระธาตุเก่าแก่ที่มีก่อนที่พ่อขุนเม็งรายจะทรงสร้างเมืองเชียงรายตรงข้ามพระธาตุดอยทอง เป็นที่ตั้งของเสาสะดือเมือง 108 หลัก	- เป็นสถานที่ที่กราบไหว้เคารพบูชาและยึดเหนี่ยวจิตใจ - ให้ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ ธรรมะและจริยธรรม	พระครูวินัยธรสุรัตน์ (เจ้าอาวาส)	ถนนอาจอ้านวย หลังศาลากลางจังหวัด ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โทรศัพท์. 053-716055
วัดพระธาตุดอยเขาควาย	-พระธาตุดอยเขาควายแก้ว เป็นสถานที่ประดิษฐานขององค์พระบรมสารีริกธาตุ และเป็นจุดชมวิวภายในตัวเมืองเชียงรายที่มีความสวยงาม และใกล้ตัวเมืองมากที่สุด	- เป็นสถานที่ที่กราบไหว้เคารพบูชาและยึดเหนี่ยวจิตใจ - ให้ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ ธรรมะและจริยธรรม - ชมวิวภายในตัวเมืองเชียงราย	เทศบาลนครเชียงราย	ตั้งอยู่บนดอยเขาควาย ซอยหนองบึง 1 ม.14 ต.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000
วัดพระธาตุจอมลักษ์	-ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุจากประเทศลังกา เดิมชื่อว่า พระธาตุดอยบ้านยาง ต่อมาได้ทำการบูรณะองค์พระธาตุขึ้นใหม่ ครอบองค์เดิมไว้และสร้างวิหารเรือนไม้สักยกใต้ถุนหลังหนึ่ง จึงได้	- นมัสการพระธาตุที่มีอายุเก่าแก่กว่า 700 ปี - ชมวิวตัวเมืองเชียงราย	พระอธิการอภิเดช (เจ้าอาวาส)	ต.บ้านดู่ อ.เมือง จ.เชียงราย โทรศัพท์. 053 - 703196

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
	เปลี่ยนชื่อมาเป็น พระธาตุจอมสัก			
บ้านรวมมิตร	-การดำเนินชีวิตของชาวเขาเผ่าต่าง ๆ ทั้ง วิถีชีวิตประจำวัน ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม	-นั่งช้างเที่ยวภายในหมู่บ้าน -นั่งช้างทิวไร่	อบต.แม่ยาว	บ้านรวมมิตร หมู่ที่ 2 ต.แม่ยาว อ.เมือง จ.เชียงราย โทรศัพท์. 053 - 737359
อนุสาวรีย์พ่อขุน เม็งรายมหาราช	-เป็นองค์รูปปั้นเหมือนจริงของพ่อขุนเม็ง ราย มหาราชผู้สร้างเมืองเชียงราย เวียง กุมกาม และเมืองเชียงใหม่ ซึ่งถ้าใคร มาถึงเชียงรายต้องมาสักการะพระองค์ มิฉะนั้นจะถือว่ามาไม่ถึงเชียงราย ปั้นโดย นายปรกรณ์ เล็กฮอน	- เคารพสักการะองค์พ่อขุนฯ เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต	เทศบาลนครเชียงราย	ห้าแยกพ่อขุนต.เวียง อ.เมือง จ.เชียงราย

ตารางที่ 4 – 19 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอแม่สาย

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดพระธาตุดอย เวา	- เป็นที่บรรจุพระเกศาธาตุองค์หนึ่ง เมื่อ พ.ศ.364 - แก้วกรองจากพระบรมธาตุดอยตุง - มีหอชมทิวทัศน์ - ประดิษฐานพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช สมเด็จพระเอกาทศรถ พระสุพรรณกัลยา	- ชมทิวทัศน์ในตัวเมืองแม่สาย จังหวัดท่าขี้เหล็ก ของประเทศพม่าที่หอชมทิวทัศน์	เทศบาลตำบลแม่สาย	ม. 1 ตำบลเวียงพางคำ อำเภอแม่สาย จังหวัด เชียงราย 57130 โทรศัพท์. 053 - 731288

ตารางที่ 4 – 20 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอแม่ฟ้าหลวง

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
บ้านเทอดไทย (บ้านหินแตก)	- เคยเป็นฐานที่มั่นถาวรและกระทำการผิดกฎหมายของขุนล่า (ราชาเฮโรอิน)	- ชมสถานที่ประวัติศาสตร์ เช่น บ้านพักที่ขุนล่าเคยใช้เป็นศูนย์บัญชาการ - มีหมู่บ้านจำลอง แสดงให้เห็นชีวิตความเป็นอยู่เหมือนจริงของชนเผ่าต่างๆ - มีอาคารพิพิธภัณฑ์ชีวิตส่วนตัวขุนล่ากับอาคารพิพิธภัณฑ์ขุนล่ากับขบวนการค้ายาเสพติดและอาคารพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ชนชาติไทยใหญ่และความเป็นมาของขบวนการกู้ชาติไทยใหญ่กับบทบาทขุนล่าในอดีต	อบต.บ้านเทอดไทย	หมู่ที่ 1 ต.เทอดไทย อ.แม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย โทรศัพท์. 053 - 609094

ตารางที่ 4 – 21 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเชียงแสน

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดพระธาตุจอมกิตติ	-พระเจดีย์ทรงปราสาทยอดทรงระฆัง หลังคารูปบัวคว่ำบรรจุพระบรม สารีริกธาตุ	-นมัสการพระธาตุที่มีอายุเก่าแก่ สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ.1483	กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม พระครูวิกรมสมาธิคุณ (เจ้าอาวาส)	ถนนเลียบบแม่น้ำเชียงแสน – เชียง ของม. 6 ตำบลเวียง อำเภอเชียง แสน จังหวัดเชียงราย 57150 โทรศัพท์. 053 - 650534
วัดพระธาตุผาเงา	- เจดีย์ทรงระฆังขนาดเล็กอยู่บนก้อน หินใหญ่ มีหินอีกก้อนอยู่หน้าองค์พระ ธาตุ ชาวบ้านถือว่าเป็นเงาของพระธาตุ - พระพุทธรูปปางมารวิชัย ศิลปะ เชียงแสนงดงามมาก เมื่อขุดได้ครั้งองค์ จึงหยุดขุดและสร้างพระอุโบสถขึ้น ครอบไว้ ตั้งชื่อว่า “หลวงพ่ผาเงา”	- นมัสการหลวงพ่ผาเงา	อบต.เวียง	ม. 5 ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย 57150 โทรศัพท์. 053 - 650803
วัดป่าสัก	-ปลูกต้นสักล้อมกำแพง 300 ต้น จึงได้ ชื่อว่า “วัดป่าสัก” - มี โบราณสถานที่สำคัญคือ เจดีย์ ประธานทรงมณฑปยอดระฆังตกแต่ง ด้วยลวดลายปูนปั้นอันวิจิตร มีฐาน กว้าง 8 ม. สูง 12.5 ม.เป็นที่บรรจุพระ บรมสารีริกธาตุกระดูกตาด่มข้างขวา จากเมืองปาณลิบุตร	- ชมโบราณสถานวัตถุที่มีอายุ เก่าแก่กว่า 700 ปี	กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม	อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอเชียง แสนประมาณ ๑ กม.หมู่ 6 ต.เวียงอ.เชียงแสน จ.เชียงราย 57150

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดเจดีย์หลวง	-เจดีย์ทรงระฆังแบบล้านนา ฐาน 8 เหลี่ยม มีขนาดใหญ่ที่สุดในเมืองโบราณ เชียงแสน	- ชมโบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอายุกว่า 700 ปี	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เชียงแสน	ม. 3 ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย 57150 โทรศัพท์. 053 – 777102 โทรสาร. 053 – 650723
วัดพระธาตุผาเงา	- เจดีย์ทรงระฆังขนาดเล็กอยู่บนก้อนหินใหญ่ มีหินอีกก้อนอยู่หน้าองค์พระธาตุ ชาวบ้านถือว่าเป็นเงาของพระธาตุ - พระพุทธรูปปางมารวิชัย ศิลปะเชียงแสนงดงามมาก เมื่อขุดได้ครั้งองค์จึงหยุดขุดและสร้างพระอุโบสถขึ้นครอบไว้ ตั้งชื่อว่า “หลวงพ่ผาเงา”	- นมัสการหลวงพ่ผาเงา	อบต.เวียง	ม. 5 ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย 57150 โทรศัพท์. 053 - 650803
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เชียงแสน	-รวบรวมโบราณวัตถุที่ได้มาจากบริเวณเมืองโบราณเชียงแสนและพื้นที่ใกล้เคียง	- เปิดให้เข้าชมโบราณวัตถุที่รวบรวมมาได้ทุกวันพุธ –อาทิตย์ เว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา 09.00 – 16.00 น. - ค่าเข้าชม คนไทย 10 บาท ต่างชาติ 30 บาท	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เชียงแสน	หมู่ 3 ต.เวียง อ.เชียงแสน จ.เชียงราย โทรศัพท์. 053 – 777102 โทรสาร. 053 – 650723

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
หอฝิ่นอุทยาน สามเหลี่ยม ทองคำ	-เป็นศูนย์นิทรรศการแสดงประวัติความเป็นมาของฝิ่นสมัยมีการใช้อย่างถูกกฎหมาย และผลกระทบของยาเสพติด - เป็นศูนย์ข้อมูลเพื่อการค้นคว้าวิจัย และศึกษาสารสกัดจากฝิ่นในรูปแบบต่าง ๆ	- ชมนิทรรศการแสดงประวัติความเป็นมาของฝิ่นเมื่อสมัยมีการใช้กันอย่างถูกกฎหมาย เปิดเข้าชมวันอังคาร – อาทิตย์ เวลา 10.00 – 15.30 น. ค่าเข้าชม ชาวไทย 200 บาท ชาวต่างชาติ 300 บาท	หอฝิ่นอุทยานสามเหลี่ยมทองคำ	บ้านสบรวก หมู่ 1 ต.เวียง อ.เชียงแสน จ.เชียงราย โทรศัพท์. 053 – 784444 – 6 โทรสาร. 053 - 652133

ตารางที่ 4 – 22 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเชียงของ

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
ท่าเรือปัก จุด ชายแดนถาวร ไทย-ลาว	- เป็นจุดผ่านแดนถาวรไทย-ลาว ของ อำเภอเชียงของ ซึ่งสามารถมองเห็น ทิวทัศน์ของเมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว สปป.ลาว	- ชมวิว - จุดขึ้นเรือไปประเทศลาว	อบต.เวียง	หมู่ 1 ต.เวียง อ.เชียงของ จ.เชียงราย โทรศัพท์. 053 - 791630
บ้านหาดบ้าย ไถลื้อ	-เป็นหมู่บ้านของชาวไทลื้อที่มีชื่อเสียงใน ด้านการทอผ้า เช่น ผ้าซิ่นลายไถลื้อ	-เลือกซื้อสินค้าผ้าทอไทยลื้อและ - รองเท้าผ้าใบและไม้กวาดดอก หญ้า	นางสุขาวดี ดิยะระ	กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง บ้านหาดบ้าย เลขที่ 84/1 หมู่ที่ 1 ต.ริมโขง อ.เชียงของ จ.เชียงราย โทรศัพท์. (053) 650979, (01) 9603610
ศูนย์ทอผ้าไทลื้อ บ้านศรีดอนชัย	-เป็นหมู่บ้านของชาวไทลื้อที่มีชื่อเสียงใน ด้านการทอผ้า ซึ่งผ้าทอจะมีลวดลายที่ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาวไทลื้อ	- เลือกซื้อสินค้าผ้าทอไทลื้อและ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอ	นางแว่นแก้ว ภิรมย์ พลัด	129 / 2 หมู่ 14 ต.ศรีดอนชัย อ.เชียงของ จ.เชียงราย โทรศัพท์. 053 – 710681 01 - 9503757

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดพระธาตุจอม แก้ว	- เป็นวัดที่ประดิษฐานพระพุทธรูปองค์ มหามิ่งมงคลานุสรณ์ พระบาทสมเด็จพระ เจ้าอยู่หัวเป็นพระพุทธรูปยืนขนาดใหญ่ สูง 60 ฟุต ตั้งเด่นอยู่บนยอดดอย - องค์พระธาตุบรรจุพระเกศาธาตุและ แก้ว แหวน เงินทอง เอาไว้ - เป็นแหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่ กรมศิลปกรขึ้นทะเบียนเป็น โบราณสถานแล้ว - เป็น 1 ในวัดที่อยู่ในโปรแกรมทัวร์ “อัมบุยสักการะพระธาตุ 9 จอม ”	- งานนมัสการพระธาตุ วันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 ทางเหนือ หรือ เดือน 9ทางใต้ของทุกปี	อบต.เมืองพาน พระครูพิมลพิพัฒนคุณ (เจ้าอาวาส)	ตั้งอยู่บนภูเขาจอมแก้ว. 11 ต. เมืองพาน อ.พานจ.เชียงราย 57120 โทรศัพท์. 053 - 721821

ตารางที่ 4 – 23 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอแม่สรวย

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดพระธาตุจอมแจ้ง	- เป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่отองทิพย์ ตามตำนานเล่าว่าถ้าใครไม่มีบุตร แล้วมาตั้งสัตยาธิษฐานขอราชบุตรก็ได้ตามประสงค์ - เป็น 1 ในวัดที่อยู่ในโปรแกรมทัวร์ “อิมบิอุสสักการะพระธาตุ 9 จอม ”	- งานบุญประเพณีทุกวันเพ็ญ ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8	อบต.แม่สรวย พระครูอดุลสีหวัตร เจ้าอาวาส	หมู่ที่ 12 ต.แม่สรวย อ.แม่สรวย จ.เชียงราย โทร.0-5365-6297
วัดพระเจ้าทองทิพย์	-พระเจ้าทองทิพย์มีลักษณะเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 80 ซม. สูง 120 ซม. เชื่อในความศักดิ์สิทธิ์ว่า ถ้าใครต้องการมีบุตรให้มาบนขอ จะได้ตามที่ขอ	-นมัสการพระเจ้าทองทิพย์	อบต.ศรีถ้อย	ม. 2 ตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย 57180 โทรศัพท์. 053 - 950063
หัตถกรรมของเล่นทำจากไม้ไผ่ผู้เฒ่าบ้านป่าแดด	-เป็นศูนย์ผลิตหัตถกรรมของเล่นเด็กที่ทำจากไม้ไผ่ไม้สัก กะลา - เป็นงานภูมิปัญญาชาวบ้าน Handmade	-ชมนิทรรศการผลิตภัณฑ์เล่นได้ - สาธิตและสอนวิธีทำของเล่น	กลุ่มสมาชิกในหมู่บ้านและบุคคลที่สนใจ คุณวีระวัฒน์กังวานนกุล (ผู้ให้ข้อมูล) โทร. 09 - 9998537	ต.ป่าแดด อ.แม่สรวย จ.เชียงราย โทรศัพท์. 053 -708070

ตารางที่ 4 – 24 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเวียงแก่น

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดพระธาตุจอมจ้อ	- องค์พระธาตุเป็นที่บรรจุพระเกศาธาตุ ต่อมามีการขนานนามพระธาตุว่า พระธาตุจอมจ้อ - เป็น 1 ในวัดที่อยู่ในโปรแกรมทัวร์ “อิมบิณส์สักการะพระธาตุ 9 จอม ”	- พิธีสงฆ์น้ำพระธาตุจอมจ้อ ในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 เหนือ ของทุกปี	อบต.เวียงพระมหาชูศักดิ์ เจ้าอาวาส	หมู่ที่ 20 ต.เวียง อ.เทิง จ.เชียงราย โทรศัพท์. 0-5366-6449

ตารางที่ 4 – 25 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเวียงป่าเป้า

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดอรัญญิเวกคิรี (จอมผ่อ)	-เป็นสถานที่ค้นพบโบราณสถาน โบราณวัตถุ มงคลจำนวนมากมาย สมัยพ. ศ. 2263 เช่น เจดีย์ พระพุทธรูป -เป็น 1 ในวัดที่อยู่ในโปรแกรมทัวร์ “อัมบุญ สักการะพระธาตุ 9 จอม ”	-ประเพณีสงฆ์น้ำพระธาตุจอมผ่อ ทุกวันขึ้น 15 เดือน 4	อบต.เวียง พระครูปฏิภาณธรรมทิ เจ้าอาวาส	ตั้งอยู่ที่บ้านดง-หล่ายหน้า หมู่ 7ต.เวียง อ.เวียงป่าเป้าจ. เชียงราย 57170 โทร.0-5378-1363
เตาเผาเวียง กาหลง	-บริเวณเวียงกาหลงมีซากเตาทำเครื่องถ้วย ชามอยู่หลายแห่ง เรียกกันว่า เตากาหลง ลักษณะของเตาก่อด้วยอิฐในพื้นที่ราบเป็น รูปประทุนเหมือนกระดองเต่า มีทางเข้า ด้านหน้าทางเดียว	- ชมโบราณสถานวัตถุ เช่น เตาเผาเวียงกาหลง - สินค้า OTOPเครื่องปั้นดินเผา	อบต.เวียงกาหลง	หมู่ 5 และหมู่ 14 ต.เวียง กาหลง อ.เวียงป่าเป้า จ.เชียงราย โทรศัพท์. 053 – 704510
จักสานบ้านปาง อ่าย	- เป็นผลิตภัณฑ์จักสานพื้นบ้านจากไม้ไผ่ เช่น ไม้กวาด สุ่มไก่	- สาธิตการทำผลิตภัณฑ์	กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสาน หมู่บ้านปางอ่าย	ต.แม่เจดีย์ใหม่ อ.เวียงป่าเป้า จ.เชียงราย

ตารางที่ 4 – 26 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอแม่จัน

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
หมู่บ้านชาวเขา เข้าอาข่าหนอง แวน	- วิถีชีวิตชนเผ่าอาข่า	- ศึกษาวิถีชีวิตชนเผ่าอาข่า - ผ้าทอชาวเขา	อบต.แม่จัน	หมู่ 9 ต.แม่จัน อ.แม่จัน จ. เชียงราย โทรศัพท์. 053 - 660782
ลานทองอุทยาน วัฒนธรรมลุ่มน้ำ โขง	- เป็นหมู่บ้านทางวัฒนธรรม แสดง วัฒนธรรมทั้งไทย ลาว จีน พม่า เขมร เวียดนาม พร้อมบรรยากาศที่เป็น ธรรมชาติ	- การแสดงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ แบบย้อนยุค ท่ามกลาง บรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ - การแสดงศิลปวัฒนธรรมจาก ประเทศไทย ลาว จีน พม่า เขมร เวียดนาม พร้อมอาหาร เที่ยง		หมู่ที่ 13 ต.ป่าตึง อ.แม่จัน จ.เชียงราย โทรศัพท์. 053 – 710691-2 053 - 772422 โทรสาร. 053 - 772472
ศูนย์พัฒนา ชาวเขาเชียงราย	- จัดแสดงแสงสีเสียง เรื่อง “อาข่าคน ภูเขา” - นิทรรศการชีวิตวัฒนธรรมชาวไทยภูเขา ในเขตเชียงราย มีทั้งชาวอาข่า ลาหู่ ม้ง เย้า ลีซอ และปกากะญอ	- ชมนิทรรศการและแสงสีเสียง	ศูนย์พัฒนาชาวเขา จังหวัดเชียงราย	ต.ป่าซาง อ.แม่จัน จ.เชียงราย โทรศัพท์. 053 – 609249 053 - 660362

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดจอมจันทร์	- เป็นโบราณสถาน ที่ชาวบ้านนับถือสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2458 - เป็นพระธาตุเก่าแก่ รูปทรงระฆังคว่ำ 5 ชั้น ปลายยอดแหลมตามแบบพระธาตุโบราณ - เป็น 1 ในวัดที่อยู่ในโปรแกรมทัวร์ “อัมบุยสักการะพระธาตุ 9 จอม ”	- นมัสการพระธาตุที่เก่าแก่สร้างขึ้น พ.ศ.2458	พระมหายงยุทธ เจ้าอาวาส อบต.สันทราย	บ้านจอมจันทร์ หมู่ 2 ต.สันทรายอ.แม่จัน จ.เชียงราย โทรศัพท์. 0-5377-2129
วัดถ้ำป่าอาชาทอง	- มีสำนักสงฆ์ ถ้ำต่าง ๆ จำนวน 30 ถ้ำ - พระและเณรใช้ม้าเป็นพาหนะในการออกบิณฑบาตไปยังหมู่บ้านสีหมื่นไร่ มีระยะทางร่วม 5 กิโลเมตร	- ตักบาตรโดยพระใช้ม้าเป็นพาหนะการบิณฑบาต - ศึกษาวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมชาวเขา	ครูบาเหนือชัย โฆษิตโต เจ้าอาวาสสำนักสงฆ์	หมู่ที่ 8 บ้านผาม้า ต.ศรีคำ อ.แม่จัน จ.เชียงราย

ตารางที่ 4 – 27 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอแม่ลาว

แหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะเด่น	กิจกรรม	ผู้ดูแล (เจ้าของ)	ที่ตั้ง / เบอร์โทรศัพท์
วัดพระธาตุจอมหมอกแก้ว	- ในอดีตจอมปลวกเป็นที่บรรจุอัฐิของเชื้อพระวงศ์ในสมัยโบราณ สันนิฐานว่าเจดีย์ถูก สร้างขึ้นมาครอบจอมปลวกภายหลัง - เป็น 1 ในวัดที่อยู่ในโปรแกรมทัวร์ “อัมบุณสักการะพระธาตุ 9 จอม ”	- นมัสการพระธาตุที่บรรจุอัฐิของเชื้อพระวงศ์ในสมัยโบราณ	อบต.จอมหมอกแก้ว พระครูอรุณสวัสดิ์ มุนีวังโส เจ้าอาวาส	ตั้งอยู่ที่บ้านดงมะเฟือง ต.จอมหมอกแก้ว อ.แม่ลาว จ.เชียงราย โทรศัพท์. 0-5371-7166

2. ผลการประเมินศักยภาพของพื้นที่ R3E ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากแบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 8 ตัวอย่างประชากรได้ผลการประเมินดังนี้

ตารางที่ 4 – 28: ผลการประเมินศักยภาพของพื้นที่ R3E ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว				
1.1 คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม:				
ประเด็นความเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความเห็น	
1.2.1 ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ (เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย วิถีชีวิต การแต่งกายลักษณะของกิจกรรมประเพณี ที่อยู่อาศัย อาหารการกิน เครื่องมือใช้สอยในชีวิตประจำวัน ลักษณะสิ่งประดิษฐ์ ระเบียบแบบแผนในการดำรงชีพร่วมกัน ฯลฯ)	2.250	0.463	มาก	
1.2.2 ความงดงามทางด้านศิลปวัฒนธรรม หรือการสร้างประทับใจแก่ผู้พบเห็น (เช่น การแต่งกายรูปแบบกิจกรรมศิลปกรรมของงานหัตถกรรม สถาปัตยกรรมของที่อยู่อาศัย อาหารการกิน เครื่องมือใช้สอยในชีวิตประจำวัน)	2.625	0.518	มาก	
1.2.3 ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมประเพณีมีหลักฐานที่สามารถสืบค้นได้	2.500	0.535	มาก	
1.2.4 ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกับชุมชนท้องถิ่น เช่น การมีประเพณี ความเชื่อ ตำนาน นิทานพื้นบ้าน นิทานปรัมปรา	2.625	0.518	มาก	
1.2.5 ชุมชนท้องถิ่นมีความสนใจในการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีของตน	2.000	0.000	ปานกลาง	
1.2.6 การมีหน่วยงานและองค์กรจากภายนอกให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น	2.000	0.000	ปานกลาง	
2. ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว				
2.1 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว:				
ประเด็นความเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความเห็น	
2.1.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมมีความหลากหลาย	2.375	0.744	ปานกลาง	
2.1.2 โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเกิดอันตรายจากการมาเยือนแหล่งวัฒนธรรม	1.875	0.641	ปานกลาง	
2.1.3 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำ ไฟ ถนน ห้องน้ำสาธารณะ ฯลฯ เพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	2.250	0.707	ปานกลาง	
2.1.4 มีการสนับสนุนด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรสำหรับพัฒนาการท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน	2.250	0.463	ปานกลาง	
2.1.5 ความเชื่อมโยงของแหล่งวัฒนธรรมกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง	2.125	0.354	ปานกลาง	
2.2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว:				
2.2.1 ความสะดวกของการจราจร (เส้นทางที่ไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีระดับความหนาแน่นและความ	2.125	0.354		

แออัดของการจราจรต่ำ)			ปานกลาง
2.2.2 ความใกล้ชิดทางคมนาคม เช่น สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสารและท่าเรือเป็นต้น	2.250	0.463	ปานกลาง
2.2.3 มีการให้บริการรถหรือเรือสาธารณะไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ	2.000	0.535	ปานกลาง
2.2.4 ความใกล้ชิดกับจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.125	0.641	ปานกลาง
2.2.5 ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งวัฒนธรรม (สภาพถนน ความลาดชันและความคดเคี้ยวของเส้นทางเข้าถึง)	2.250	0.463	ปานกลาง
2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว:			
ประเด็นความเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความเห็น
2.3.1 มีบริการร้านค้าและร้านอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	2.625	0.518	มีเพียงพอ
2.3.2 มีสถานที่เพื่อการนั่งพักผ่อนของนักท่องเที่ยว	2.375	0.518	มีแต่ไม่เพียงพอ
2.3.3 มีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับรองรับจำนวนรถที่เข้ามาโดยเฉพาะในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น	2.125	0.354	มีแต่ไม่เพียงพอ
2.3.4 มีป้ายบอกทิศทางที่ชัดเจนตลอดเส้นทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	2.125	0.354	มีแต่ไม่ครบถ้วน
2.3.5 มีป้ายบอกทิศทางตามทางแยก เพื่อไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งป้ายแสดงแผนที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว	2.125	0.354	มีแต่ไม่ครบถ้วน
2.3.6 มีการให้บริการห้องสุขาที่อยู่ในสภาพดีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว	2.125	0.354	มีแต่ไม่เพียงพอ
2.2.7 มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ รถเข็น มีบริการเส้นทางสำหรับผู้พิการในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น	2.125	0.354	มีแต่คุณภาพดี
3. การบริหารจัดการ			
3.1 การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดการสิ่งแวดล้อม:			
ประเด็นความเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความเห็น
3.1.1 มีการดูแลรักษาสภาพของแหล่งท่องเที่ยว และการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว	2.125	0.354	มีแต่ไม่สม่ำเสมอ
3.1.2 มีการกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวัน	2.000	0.535	มีแต่มีข้อบกพร่องในทางปฏิบัติ
3.1.3 มีการดำเนินงานติดตามและประเมินผลกระทบ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ	2.000	0.000	มีแต่ไม่สม่ำเสมอ
3.1.4 มีการดำเนินงานปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่พบจากการประเมินผลกระทบอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ	2.000	0.000	มีแต่ไม่สม่ำเสมอ
3.2 การจัดการด้านการท่องเที่ยว:			
3.2.1 การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว:			
ประเด็นความเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความเห็น
3.2.1.1 มีบุคลากรในการให้บริการนักท่องเที่ยว	2.000	0.000	มี แต่ไม่เพียงพอ
3.2.1.2 มีระบบเตือนภัย และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	1.625	0.518	มี แต่ไม่มี

			ประสิทธิภาพ
3.2.1.3 มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	2.125	0.354	มี แต่ไม่มีประสิทธิภาพ
3.1.2.4 มีการบริการด้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว	2.500	0.535	มี และมีคุณภาพดี
3.1.2.5 ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสม และกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม	2.375	0.518	ปานกลาง
3.2.2 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม:			
ประเด็นความเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความเห็น
3.2.2.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อพื้นที่สงวนและพื้นที่อนุรักษ์ของแหล่งท่องเที่ยว	1.875	0.354	ปานกลาง
3.2.2.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ ไม่ขัดต่อวิถีชีวิต รวมถึงประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.125	0.354	ปานกลาง
3.2.2.3 แหล่งท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรมเนื่องจากการท่องเที่ยว	1.750	0.463	ปานกลาง
3.2.3 การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก:			
ประเด็นความเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความเห็น
3.2.3.1 มีศูนย์บริการหรือมีการกำหนดพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์บริการอย่างชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ	1.875	0.354	มีแต่ไม่มีประสิทธิภาพ
3.2.3.2 มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องศิลปวัฒนธรรมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	2.000	0.535	มีแต่ไม่เพียงพอ
3.2.3.3 มีการจัดเส้นทางศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	1.750	0.463	มีแต่ขาดการจัดการที่ดี
3.2.3.4 สื่อที่ใช้มีความน่าสนใจและข้อมูลเป็นปัจจุบัน	1.875	0.354	ปานกลาง
3.2.3.5 มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์นิทรรศการ	1.875	0.354	มีแต่ไม่หลากหลาย
3.2.3.6 มีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนเกี่ยวกับคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวและการอนุรักษ์	2.000	0.000	มีแต่ไม่บ่อย
3.2.3.7 มีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวสู่สาธารณะชน	2.000	0.000	มีแต่ไม่แพร่หลาย
3.2.4 การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น:			
ประเด็นความเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความเห็น
3.2.4.1 สมาชิกชุมชนท้องถิ่นร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยว การให้บริการต่างๆ	2.000	0.000	มีน้อย
3.2.4.2 การได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน	2.000	0.000	มีน้อย
3.2.4.3 การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน	1.875	0.354	มีน้อย
3.2.4.4 การมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่น	1.875	0.354	มีน้อย

3.2.4.5 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่น	2.000	0.000	มีน้อย
3.2.4.6 มีการก่อตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่างๆ ที่เกิดจากท้องถิ่น ซึ่งมีบทบาทหลักต่อการจัดการการท่องเที่ยว	2.000	0.535	มีน้อย
3.2.5 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว:			
ประเด็นความเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความเห็น
3.2.5.1 ชุมชนมีรายได้หรือเงินเดือนจากการถูกจ้างงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	2.500	0.535	มีมาก
3.2.5.2 ชุมชนมีรายได้จากการนำเที่ยวและให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว	2.625	0.518	มีมาก
3.2.5.3 ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหารและสินค้าพื้นเมือง	2.750	0.463	มีมาก
3.2.5.4 ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก เช่น การจัดโฮมสเตย์	2.625	0.518	มีมาก
3.2.5.5 ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมือง	2.375	0.518	มีมาก

*คำนวณโดยคณะนักวิจัย

จากข้อมูล ผู้ตอบแบบประเมินเห็นว่าศักยภาพในการดึงดูดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในเกณฑ์โดยรวมที่ระดับมาก มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง หากแต่ขาดการมีประสิทธิภาพที่ดีในการพัฒนา ทั้งนี้ได้พบประเด็นที่น่าสนใจกล่าวคือ การมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับต่ำ แต่กลับพบว่าชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวในระดับมาก

3. ผลการประเมินองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A)

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงถึงศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวนั้นประกอบไปด้วยสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเข้าถึง (Accessibility) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ที่พักรวม (Accommodation) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจพฤติกรรม ทศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยยังได้ทำการประเมินองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่โดยอาศัยการสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมของผู้วิจัยเอง ตลอดจนการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในส่วนนี้จะกล่าวถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่จากการประเมินโดยคณะผู้วิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่มีศักยภาพในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมหรือประกอบกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจ ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวนำมาพิจารณาในการตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ จากการประเมินของผู้วิจัย พบว่าจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทได้ดังต่อไปนี้

- **สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม** จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น เนื่องจากทั้งสองจังหวัดต่างก็เป็นเมืองโบราณที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน จังหวัดเชียงรายเป็นที่ตั้งของเมืองเชียงแสนในอดีต ซึ่งเคยเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนาในช่วงแรกมีความสำคัญในฐานะเป็นแหล่งของพุทธศาสนาในแผ่นดินล้านนา ในขณะที่จังหวัดเชียงใหม่นั้นเคยเป็นราชธานีและเป็นศูนย์กลางความเจริญรุ่งเรืองของอาณาจักรล้านนา ดังนั้นในพื้นที่ดังกล่าวจึงมีสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากที่แสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากพุทธศาสนา ยกตัวอย่างเช่น วัดพระธาตุคอกยวมทอง วัดพระสิงห์ วัดจำเมือง เมืองโบราณเชียงแสน วัดพระธาตุคอกยวมเทพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงสถานที่ที่จัดแสดงมรดกทางวัฒนธรรมต่างๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ชาวเขา พิพิธภัณฑ์อุบาคา หรือแม้แต่สวนตุงและโคมเฉลิมพระเกียรติ ซึ่งในอดีตเคยเป็นที่ตั้งของเรือนจำกลาง เป็นต้น
- **วัฒนธรรมและวิถีชีวิต** จังหวัดเชียงรายมีประชากรหลายเชื้อชาติ ทั้งชาวไทยพื้นราบ ชาวไทยภูเขา และชาวจีนฮ่อที่อพยพเข้ามาอาศัยอยู่บนดอยสูง ในขณะที่จังหวัดเชียงใหม่เองก็เป็นแหล่งที่อยู่ของหมู่บ้านชาวเขาอยู่หลายกลุ่มเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น หมู่บ้านชาวเขาอาข่า เย้า ลีซอ กะเหรี่ยงคอยาว กะเหรี่ยง ลาหู่ เป็นต้น ซึ่งแต่ละกลุ่มแต่ละชนชาติจะมีประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ของตนเองนับเป็นเสน่ห์อีกอย่างหนึ่งที่ทำให้จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในการศึกษาถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ การเพาะปลูกเกษตรกรรมการทำนา ฯลฯ
- **ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีศิลปะ** ในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่โดยส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะเชียงแสนและศิลปะล้านนา ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ในตนเอง ไม่ว่าจะเป็นจิตรกรรม วรรณกรรม สถาปัตยกรรม หรือประติมากรรม จังหวัดเชียงรายมีสถาปัตยกรรมที่งดงามมากมาย โดยสถาปัตยกรรมที่มีชื่อเสียงโดดเด่นมากที่สุดใ้มนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัดร่องขุน ซึ่งออกแบบโดย อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ ศิลปินแห่งชาติ ในขณะที่จังหวัดเชียงใหม่เองก็มีสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นเป็นจำนวนมาก เช่น วัดปราสาท ซึ่งมีลักษณะแบบล้านนาดั้งเดิมเจดีย์วัดแสนฝาง ซึ่งมีการตกแต่งลวดลายปูนปั้นที่วิจิตรงดงาม เป็นต้น นอกจากนี้ศิลปวัฒนธรรมยังหมายรวมถึงการแสดงนาฏศิลป์และดนตรีพื้นเมืองซึ่งมีกลิ่นอายของล้านนา อีกทั้งงานประเพณีท้องถิ่นประจำปีที่สำคัญๆ เช่น ประเพณีเป็งเชียงใหม่ (ลอยกระทงแบบล้านนา) ประเพณีเพ็งพุทธ (ตักบาตรเที่ยงคืน) เป็นต้น

- **อาหารพื้นเมือง** ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ อาหารประจำท้องถิ่นของจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่จะเป็นอาหารเหนือ ประกอบด้วยข้าวเหนียวเป็นอาหารหลัก มีน้ำพริกชนิดต่าง ๆ เช่น น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกฮ่อ รวมทั้งมีแกงหลายชนิด เช่น แกงโฮะ แกงแค นอกจากนี้ยังมีแหนม ไส้อั่ว แคหมู และผักต่างๆ

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบที่ตามมาจากการที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่เป็นเขตพื้นที่ที่มีความโดดเด่นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูแห่งการท่องเที่ยว ประกอบกับการที่มีผู้ประกอบการรายย่อยเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้พื้นที่ในการท่องเที่ยวเกิดความแออัด ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาตามมาอีกประการหนึ่งก็คือ ความเสื่อมโทรมของสถานที่รวมไปถึงปัญหาเกี่ยวกับขยะมูลฝอย ดังนั้นแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว ได้แก่

1. การปรับปรุงระบบคมนาคมขนส่งภายในเมือง โดยมุ่งเน้นการขนส่งสาธารณะเป็นหลัก
2. การปรับแผนผังของสถานที่ให้เข้า-ออกสะดวกมากขึ้น รวมถึงจัดทำป้ายบอกทาง
3. ควรมีเจ้าหน้าที่และจุดอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดทำคู่มือนักท่องเที่ยว
4. การกำหนดมาตรการด้านการท่องเที่ยวรวมถึงแนวทางในการสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยว โดยอาจจัดกิจกรรมรณรงค์ในรูปแบบต่างๆ
5. การประเมินสภาพของแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอเพื่อดำเนินการปิดปรับปรุงหรือซ่อมแซม

การเข้าถึง (Accessibility)

ผู้วิจัยได้พิจารณาการเข้าถึงออกเป็น 2 มิติ ได้แก่ 1) การเข้าถึงพื้นที่หลักทั้งส่วนของเชียงรายและเชียงใหม่ และ 2) การเข้าพักแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **เข้าถึงพื้นที่หลักทั้งส่วนของเชียงรายและเชียงใหม่** นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ได้อย่างสะดวกสบายหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นทางบก การขยายเส้นทางถนนทั้งภายในประเทศและจากการเชื่อมโยงระหว่างประเทศ เช่น เส้นทางR3A เป็นต้น รวมไปถึงการเดินทางทางอากาศ เนื่องจากจากทั้งสองจังหวัดมีท่าอากาศยานนานาชาติมีเที่ยวบินจากสายการบินทั้งระดับนานาชาติและสายการบินต้นทุนต่ำพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยว โดยมีเที่ยวบินเข้า-ออกท่าอากาศยานของทั้งสองจังหวัดในปริมาณค่อนข้างสูงในแต่ละวัน จากปัจจัยดังกล่าวนี้เองเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้นและทำให้นักท่องเที่ยวหลายๆ คนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่โดยการนั่งเครื่องบิน เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และอัตราค่าโดยสารในภาพรวมถือว่าไม่สูงจนเกินไปนัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับต้นทุนทางของนักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งถ้าพิจารณาถึงการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีน สามารถเลือกเดินทางได้โดยใช้เส้นทาง R3E

คุณหมิง-เซียงของ หรือนั่งเครื่องบินตรงมายังจังหวัดเชียงรายหรือเชียงใหม่ก็ได้ แต่ถ้าหากเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ทางบริษัทฯ ก็จะจัดการทุกอย่างรวมถึงการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวตลอดโปรแกรมการเดินทาง

2. การเข้าพักแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ การคมนาคมขนส่งโดยรถยนต์ในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่นั้นถือได้ว่าเป็นความสะดวกและรวดเร็ว แต่ในตัวเมืองนั้นอาจจะมีการจราจรติดขัดบ้าง โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดเทศกาล อย่างไรก็ตาม ในพื้นที่ท่องเที่ยวมีบริการขนส่งมวลชนหลากหลายรูปแบบคอยให้บริการ เช่น รถเมล์ รถสองแถว หรือรถตุ๊กตุ๊ก เป็นต้น รวมถึงบริการเช่ารถจักรยานและรถจักรยานยนต์ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางสะดวกมากขึ้นพร้อมทั้งได้สัมผัสวิถีชีวิตของชาวเชียงรายและเชียงใหม่อย่างใกล้ชิด พื้นผิวถนนอยู่ในสภาพดีมีความปลอดภัย แต่อาจจะมีเส้นทางบางช่วงอยู่ในระหว่างดำเนินการปรับปรุงจึงทำให้พื้นถนนไม่เรียบเท่าใดนัก ส่วนการเดินทางทางอากาศนั้น จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ต่างก็มีท่าอากาศยานนานาชาติเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ ยังคงมีปัญหาและข้อจำกัดในบางประเด็น ได้แก่

2.1 ประเด็นเรื่องความถี่ของให้บริการ ซึ่งถึงแม้ว่าจะมีรูปแบบการให้บริการเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย แต่ก็ยังคงมีข้อจำกัดเกี่ยวกับความถี่ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในแต่ละจุด ปัจจุบันจังหวัดเชียงรายมีรถแท็กซี่ให้บริการนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง แต่เนื่องจากยังมีปริมาณที่จำกัด ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่สามารถรับบริการได้อย่างทั่วถึงหรือไม่สามารถพบรถแท็กซี่ได้ทั่วไปในการใช้บริการ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้วิธีการโทรศัพท์ติดต่อกับศูนย์บริการรถแท็กซี่ จากนั้นจะมีรถมาให้บริการแต่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาประมาณ 30 นาที ดังนั้น ผู้ให้บริการขนส่งจึงควรพิจารณาเพิ่มความถี่ในการให้บริการในแต่ละพื้นที่ แต่ละเส้นทางอย่างเหมาะสม

2.2 ประเด็นเรื่องการควบคุมราคา การขนส่งบางประเภทไม่มีการกำหนดอัตราค่าบริการที่แน่นอน โดยอัตราค่าบริการจะขึ้นอยู่กับภาระจากรถซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักถูกเอารัดเอาเปรียบโดยผู้ให้บริการ นอกจากนี้อัตราค่าบริการรถแท็กซี่ของพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่จะเรียกตามระยะเวลาไม่ใช่ระยะทาง ทำให้เกิดข้อได้เปรียบบางประการสำหรับผู้ประกอบการได้ ดังนั้นในการแก้ไข ควรมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่แน่นอนและติดป้ายประกาศเพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับรู้รับทราบอย่างชัดเจน

2.3 ป้ายบอกทางมีข้อจำกัดทางด้านภาษา เนื่องจากป้ายส่วนใหญ่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แต่ปัจจุบันพบว่าในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่นั้น ได้มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งรวมถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางด้วยตนเอง (FIT) และนักท่องเที่ยวที่เดินทางในรูปแบบของคาราวานก็มีจำนวนเพิ่มขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้นป้ายบอกทางหรือป้ายในสถานที่ต่างๆ ควรจะเพิ่มภาษาจีนกลางเข้าไปด้วยอีกภาษาหนึ่ง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนดังกล่าว

กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity)

กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่มีความหลากหลายและมีความน่าสนใจ สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งให้ความสำคัญกับการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น ไม่ใช่เพียงแค่การเยี่ยมชมและถ่ายภาพเท่านั้น แต่มีการออกแบบกิจกรรมที่สามารถสร้างการเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมรวมไปถึงการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ผสมกับการที่คนในท้องถิ่นยังคงรักษาขนบธรรมเนียมและประเพณีดั้งเดิมอันงดงามไว้ได้อย่างเข้มแข็ง จึงทำให้มีการจัดงานเทศกาลเฉลิมฉลองและงานประเพณีที่สำคัญตลอดทั้งปี ยกตัวอย่างเช่น เทศกาลงานปีใหม่ของชาวไทยภูเขาเผ่าต่างๆ อาทิ เผ่าม้ง เผ่าอาข่า รวมถึงประเพณีสงกรานต์ ประเพณีแห่ขันโตก เทศกาลตรุษจีนไชน่าทาวน์เมืองเชียงใหม่ ประเพณีบายศรีสู่ขวัญ เทศกาลอาหารท้องถิ่น ฯลฯ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถรับการชมการแสดงที่เกี่ยวข้องวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ อาทิเช่น การแสดงของชนเผ่า งานแสดงดนตรีพื้นบ้านท้องถิ่น การแข่งเรือประเพณีในแม่น้ำโขง เป็นต้น

นอกเหนือจากกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่างๆ ตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนโดยตรง กล่าวคือ มีการจำลองรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนพื้นเมือง หรือชนเผ่าต่างๆ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนนั้นๆ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างชาติได้สัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด ทำให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ จากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวที่ชอบการผจญภัย ชอบแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากยุโรป

ทั้งนี้ แนวทางในการพัฒนาด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ควรมีการสังเคราะห์อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ เพื่อกำหนด “แก่น” ทางการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน เช่น การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหาร วัฒนธรรมศิลปะล้านนา วัฒนธรรมชนเผ่า วัฒนธรรมเกี่ยวกับผ้า เป็นต้น
2. ร่วมกันสังเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ เพื่อนำเสนอและสร้างการรับรู้ให้สามารถพัฒนาเป็นจุดขายในเชิงกิจกรรมประกอบการท่องเที่ยว
3. ควรมุ่งเน้นการให้ข้อมูล ความรู้ ประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับข้อมูลเชิงวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยวผ่านกระบวนการเรียนรู้ต่างๆ การแสดงป้ายนิเทศ หอประวัติศาสตร์ หรืออาจนำแนวคิดการจัดการพิพิธภัณฑ์มาประยุกต์ใช้ทั้งด้านการจัดแสดงและกระบวนการให้ความรู้ต่างๆ
4. มีการวางแผนบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการจัดปฏิทินการท่องเที่ยวและการวางแผนเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ

5. การพัฒนาและส่งเสริมให้พิพิธภัณฑ์ในพื้นที่เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

6. มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เช่น การพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน (Application) ในระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้การความรู้และการอำนวยความสะดวกต่างๆ ในกิจกรรมการท่องเที่ยว

ที่พัก (Accommodation)

โดยส่วนใหญ่แล้วที่พักในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่มีความพร้อมในการให้บริการค่อนข้างสูง มีประเภทของที่พักให้เลือกหลากหลายรูปแบบ เพื่อรองรับความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ วิลเลจสเตย์ หรือแม้แต่กางเต้นท์ค้างคืนเพื่อสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ซึ่งที่พักแต่ละประเภทจะมีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันไป ทำให้ที่พักที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวเช่นกัน ซึ่งที่พักในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่มีทั้งที่ตั้งอยู่ในใจกลางเมือง รายล้อมด้วยศูนย์การค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากมาย และนอกจากนี้ยังมีที่พักที่ตั้งอยู่ชานเมือง ริมแม่น้ำ หรือบนเนินเขา ซึ่งเหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจกับธรรมชาติที่ยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ ระดับราคาก็มีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามประเภทและรูปแบบของที่พัก อย่างไรก็ตามปัญหายาอย่างหนึ่งที่อาจเกิดขึ้น คือ การที่นักท่องเที่ยวในพื้นที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะช่วงเทศกาลวันหยุดยาว เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ หรือตรุษจีน เป็นต้น อาจส่งผลต่อปัญหาจำนวนที่พักไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ได้

ปัญหาอีกประการหนึ่งมีสาเหตุมาจากการที่นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักซึ่งจะเน้นความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นหลัก ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่เป็นระดับบนมักจะเลือกเข้าพักโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป รวมถึงรีสอร์ทหรือน้ำระดับ High-end ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่ม FIT ที่เดินทางด้วยตนเองนั้น นิยมพักที่เกสต์เฮาส์ซึ่งมีราคาไม่สูงมากนัก จึงทำให้เกิดปัญหาที่พักระดับบนและเกสต์เฮาส์ดังกล่าว อาจไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว ในขณะที่ที่พักแบบโฮมสเตย์และวิลเลจสเตย์ จะเป็นที่นิยมเฉพาะในหมู่นักท่องเที่ยวที่ชอบผจญภัย อยากอยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ต้องการศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น ซึ่งมองว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ยังมีปริมาณน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม High-end และ FIT สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาเรื่องที่พักในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ คือ

1. ภาครัฐควรมีการวางแผนร่วมกันกับหน่วยงานภาคเอกชนเกี่ยวกับการลงทุนสร้างที่พักประเภทต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งมีจำนวนสูงขึ้นเรื่อยๆ
2. พิจารณาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยเพื่อวางแผนการให้บริการ

3. มีการวางแผนร่วมกันกับชุมชนในพื้นที่เพื่อพัฒนาชุมชนในด้านของที่พักรับรองให้นักท่องเที่ยวได้ โดยบูรณาการเข้ากับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อีกทางหนึ่ง

4. การนำเอาแนวคิดทางวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจที่พักแรมด้านต่างๆ เช่น การออกแบบตกแต่ง เครื่องแต่งกาย อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่น การแสดงโชว์ กิจกรรมทางวัฒนธรรมต่างๆ ในโรงแรม

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

ในภาพรวมพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ค่อนข้างมีความพร้อมสำหรับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ถนนหนทาง โทรศัพท์สาธารณะ เป็นต้น หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว อาทิเช่น บริการตรวจคนเข้าเมืองที่มีความสะดวกรวดเร็ว ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวและศูนย์รับแจ้งเหตุนักท่องเที่ยว บริการรถโดยสารประจำทาง จุดชมวิว บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายในร้านค้าหรือสถานที่บริการต่างๆ บริการโปรยเสียงสำหรับส่งสินค้าหรือไปสการด์ บริการเช่ารถจักรยานและรถจักรยานยนต์ซึ่งสามารถเช่าทั้งแบบรายวันและรายสัปดาห์ บริการห้องน้ำหรือห้องสุขาที่มีอยู่ทั้งในแหล่งท่องเที่ยวและตามสถานบริการน้ำมันต่างๆ บริการโทรศัพท์สาธารณะซึ่งมีอยู่อย่างทั่วถึงในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงร้านอาหารและเครื่องดื่มซึ่งมีหลายร้าน มีอาหารหลากหลายประเภทให้เลือกรับประทาน ร้านขายของที่ระลึกซึ่งมีอยู่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นร้านในถนนคนเดิน ไนท์มาร์เก็ต หรือร้านที่อยู่ภายในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม พบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวบางอย่างอาจไม่มีความพร้อมเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มได้ ยกตัวอย่างเช่นป้ายบอกทางและป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีแต่ภาษาไทยและภาษาอังกฤษเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนไม่เข้าใจถึงความหมายที่ป้ายดังกล่าวต้องการจะสื่อ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่จะเข้าใจเฉพาะภาษาของตนเองเท่านั้น หรือปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรทางการท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น มีไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นผู้พิการ ซึ่งอาจต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป เพราะฉะนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องคำนึงถึงปัญหานี้ด้วย และรวมถึงประเด็นเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวทุกคนไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างชาติก็ตาม ล้วนแล้วแต่พิจารณาถึงปัจจัยด้านสวัสดิภาพความปลอดภัยของตนเองและทรัพย์สินเป็นลำดับต้นๆ ในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ โดยเฉพาะในต่างประเทศ

ดังนั้นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาดังกล่าวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ควรมีการปรับปรุงเกี่ยวกับป้ายบอกทาง ป้ายบอกสถานที่ แผนที่ หรือแผ่นพับที่ให้ข้อมูลต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว ให้มีความถูกต้องและสามารถอ่านเข้าใจได้ง่าย รวมถึงการเพิ่มข้อมูลที่เป็นภาษาจีนกลางเข้าไปในป้าย แผนที่ หรือแผ่นพับ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นจำนวนมาก
2. ควรพัฒนาบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งด้านภาษาต่างๆ ให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่
3. เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ทางลาด ห้องน้ำและที่จอดรถสำหรับผู้พิการ
4. พัฒนาระบบเตือนภัยและระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

4. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของแผนงาน

4.1 เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E

จากการสำรวจจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีวางแผนก่อนการเดินทาง ร้อยละ 59.25 โดยมีสัดส่วนไม่แตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวในพื้นที่เชียงใหม่และเชียงราย โดยแหล่งข้อมูลหลักที่ใช้ในการสืบค้นข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยว ได้แก่ เว็บไซต์ต่างๆ และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และ 27.50 ตามลำดับ โดยเมื่อมีข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้วจะดำเนินการสำรองการบริการต่างๆ ผ่าน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ ผ่านทางโทรศัพท์ และเว็บไซต์ของผู้บริการโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 29.00 และ 28.75 ตามลำดับ แต่ในประเด็นนี้เมื่อจำแนกตามพื้นที่ พบว่า นักท่องเที่ยวในเชียงใหม่นิยมที่จะสำรองการบริการผ่านโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก (ทั้งเว็บไซต์ของผู้บริการ และเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย) แต่นักท่องเที่ยวในเชียงรายจะมีรูปแบบการจองที่หลากหลาย และมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันในแต่ละรูปแบบ โดยที่พักที่นิยมใช้บริการ ได้แก่ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 56.88 เมื่อจำแนกตามพื้นที่ยังคง พบว่า โรงแรมเป็นทางเลือกของรูปแบบที่พักอาศัยหลักระหว่างการท่องเที่ยวในทั้ง 2 พื้นที่ แต่ในพื้นที่เชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกพักแบบโฮมสเตย์มากกว่าเชียงราย ในขณะที่นักท่องเที่ยวในเชียงรายเลือกพักแบบรีสอร์ทมากกว่าในเชียงใหม่ สิ่งสนใจหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาในพื้นที่ทั้ง 2 จังหวัด ได้แก่ ประเด็นเรื่องความโดดเด่นประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ชื่อเสียงของจังหวัด และทำเลที่ตั้ง โดยนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เข้ามาในพื้นที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อที่จะชมศาสนสถาน และชมประเพณี/วิถีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 26.88 และ 22.38 ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามพื้นที่ พบว่า นักท่องเที่ยวในเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ ชมศาสนสถาน แต่นักท่องเที่ยวในพื้นที่เชียงราย มีวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ ชมประเพณี/วิถีชีวิต

เมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจีนเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการวางแผนมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และชาติอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 68.50 56.00 และ 56.50 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยจะอาศัยการสำรองบริการผ่านโทรศัพท์เป็นหลัก ร้อยละ 47.30 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีน จะใช้การสำรองผ่าน

อินเทอร์เน็ตเป็นหลัก อันได้แก่ เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายและเว็บไซต์ของผู้ให้บริการโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 32.50 และ 24.50 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาตินานาชาติอื่นๆ จะใช้เว็บไซต์ของผู้ให้บริการโดยตรงเป็นหลักในการสำรองการบริการ คิดเป็นร้อยละ 28.00 แต่ไม่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนในเรื่องแหล่งข้อมูลในการสืบค้น และประเภทที่พักอาศัยระหว่างนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ แต่มีความแตกต่างกันในวิธีการสำรองการบริการ เมื่อพิจารณาในเรื่องของสิ่งจูงใจ พบว่า นอกเหนือจากประเด็นในเรื่องของประเพณีศิลปวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวทุกชาติให้ความสำคัญและ นักท่องเที่ยวชาวไทยพิจารณาในเรื่องของทำเลที่ตั้งของจังหวัด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญกับเรื่องของความปลอดภัยเป็นหนึ่งในอันดับต้นๆ ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาตินานาชาติอื่นๆ มองเรื่องความสวยงามและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจ เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยว พบว่า ชาวไทยและชาวจีนสนใจในการชมประเพณีและชมศาสนสถานเป็นหลัก ในขณะที่มีความสนใจเรื่องประวัติความเป็นมาต่ำที่สุด หากแต่นักท่องเที่ยวชาตินานาชาติอื่นๆ มีวัตถุประสงค์หลักที่จะศึกษาประวัติความเป็นมาของพื้นที่และคนในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 14.00

พฤติกรรมและรูปแบบระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวโดยส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในภาพรวมพบว่า คิดเป็นร้อยละ 74.38 ซึ่งจะเดินทางกับกลุ่มเพื่อนหรือญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 34.25 และ 33.13 ตามลำดับ โดยจะอยู่ท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 32.13 และใช้การขนส่งสาธารณะเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 33.00 ในจังหวัดเชียงใหม่แต่ในเชิงรายจะเดินทางโดยการเช่าใช้รถยนต์/มอเตอร์ไซด์เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 22.50

เมื่อจำแนกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.50 โดยเดินทางกับเพื่อนหรือญาติพี่น้อง ซึ่งจะใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 5 วัน สำหรับนักท่องเที่ยวชาตินานาชาติอื่นๆ ทั่วไป เดินทางด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 71.00 โดยเดินทางกับเพื่อนหรือญาติพี่น้อง และใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 7 วัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีน มีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยมากับทัวร์เป็นหลัก คิดเป็น ร้อยละ 54.50 และท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 45.50 โดยเดินทางกับเพื่อน และเดินทางคนเดียวเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 53.80 และ 27.50 ตามลำดับ และใช้เวลาในการท่องเที่ยวตั้งแต่ 4 วันขึ้นไป

พฤติกรรมหลังการเดินทางท่องเที่ยว

ในภาพรวม นักท่องเที่ยวแสดงเจตจำนงที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีก ร้อยละ 92.25 และจะแนะนำเพื่อนหรือผู้อื่นให้มาท่องเที่ยวในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 98.00 โดยเมื่อพิจารณาแยกจังหวัด พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวและบอกต่อผู้อื่นมากกว่าจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 93.75 และ 99.00 กับ 90.75 และ 97.00 ตามลำดับ

พิจารณาตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราส่วนที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.80 ตามมาด้วยนักท่องเที่ยวชาวจีน ร้อยละ 90.00 ส่วนการแนะนำต่อพบว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มสัญชาติจะบอกต่อหรือแนะนำให้คนอื่นรู้จักมาท่องเที่ยวในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 97.00 98.00 และ 99.00 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวจีน และชาติอื่นๆ ตามลำดับ

ในส่วนของการต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า มีความต้องการของนักท่องเที่ยวมีความคล้ายคลึงกันระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยสามารถสรุปได้ดังตาราง

ตารางที่ 4 - 29 ความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำแนกตามสัญชาติ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ไทย	ต่างชาติ
1. สิ่งอำนวยความสะดวก	33.87	28.57
2. การสื่อสาร	20.97	38.10
3. ความสะอาด	16.13	14.29
4. ร้านอาหารและที่พัก	12.90	14.29
5. วิถีชีวิตและความดั้งเดิมของพื้นที่	11.29	-
6. ราคา	4.84	-
7. อื่นๆ	-	4.76

ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการให้เพิ่มจุดจอดรถและจุดแวะพักให้มากขึ้น เนื่องจากไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว รวมถึงการบริการในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (บริการรับส่ง) อย่าง การเพิ่มเรื่องของการเข้าถึงขึ้นดอยต่างๆ บริการขนส่งมวลชนควรมีเพิ่มมากขึ้น แท็กซี่ควรมีเพิ่มมากขึ้น จุดบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WIFI) ไปจนถึงการอำนวยความสะดวกกับผู้พิการ สำหรับชาวต่างชาติ จะมีความต้องการในเรื่องของการบริการแลกเงินเพิ่มเติมเข้ามา

ด้านการสื่อสาร พบว่า มุ่งเน้นไปทางด้านการเพิ่มป้ายและสัญลักษณ์ตามสถานที่ต่างๆ การแจ้งหรือการชี้แจงนักท่องเที่ยวควรมีความชัดเจนมีป้ายบอกทั้งสามภาษา ไทย อังกฤษ จีน อย่างเช่น ป้ายกรุณาจอดรถเท้า หรือห้ามเข้า หรือห้ามจอดรถ หรือป้ายรถแดง (สองแถว) เป็นต้น ขาดบุคลากรที่สื่อสารด้านภาษาอย่างไคต์ที่ช่วยให้ความรู้ตามโบราณสถาน รวมถึงป้ายอธิบายที่มาที่ไปของสถานที่ที่มีภาษาที่ไม่ครอบคลุม และต้องการเพิ่มรายละเอียดของแผนที่การเดินทางด้วย

ด้านความสะอาด พบว่า ต้องการในเรื่องของความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวไปจนถึงห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวและที่อื่นๆ ควรมีการจัดการดูแลเรื่องของความสะอาดอยู่เสมอรวมถึงกลิ่นไม่พึง

ประสงค์ด้วย และควรให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องของพฤติกรรมกาทั้งขยะเมื่อไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ และควรเพิ่มจุดทิ้งขยะหรือถังขยะให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันจะเห็นได้ว่าตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ หากจุดทิ้งขยะยากมาก

ในด้านร้านอาหารและที่พักอาศัยต้องการให้มีร้านอาหารเพิ่มมากขึ้นเพิ่มความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นอาหารไทยพื้นเมือง อาหารนานาชาติ รวมไปถึงอาหารอิสลามรองลงมาคือโรงแรมที่พักเนื่องจากบางช่วงไม่เพียงพอต่อความต้องการ

4.2 เพื่อประเมินความเหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดคุณภาพการบริการ และระดับความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความพึงพอใจ ในภาพรวมระดับมากถึงสูงโดยมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และบริการ ช่องทางการจัดจำหน่ายและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในระดับที่เท่ากันที่ 3.89 รองลงมาคือมีความพึงพอใจด้านพนักงาน 3.84 ราคาและกระบวนการอยู่ที่ 3.82 และสุดท้ายคือด้านการส่งเสริมการตลาด 3.80 เมื่อพิจารณาจำแนกตามพื้นที่จังหวัด พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงรายมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการมากกว่าจังหวัดเชียงรายในทุกระดับ เว้นแต่ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความพึงพอใจเท่ากัน

เมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและอื่นๆ ในทุกด้าน โดยจะมีระดับความพึงพอใจสูงสุดที่ 4.04 คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ต่ำสุดอยู่ที่ 3.93 คือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และกระบวนการ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสูงที่สุดเช่นเดียวกัน เท่ากับ 3.87 และด้านราคาต่ำที่สุด เท่ากับ 3.73 ส่วนนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ กลับพบว่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในด้านผลิตภัณฑ์บริการ เท่ากับ 3.89 และต่ำสุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 3.67

เมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์บริการธุรกิจนำเที่ยว ที่พักและโรงแรม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงที่สุด เท่ากับ 3.94 และ 3.92 ตามลำดับ ด้านราคา ยังคงเป็นธุรกิจนำเที่ยว ที่พักและโรงแรมที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงที่สุด เท่ากับ 3.92 และ 3.86 ตามลำดับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธุรกิจที่พักและโรงแรม การเดินทางขนส่ง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงที่สุด เท่ากับ 3.94 และ 3.92 ตามลำดับ ด้านการส่งเสริมการตลาด ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจเดินทางขนส่ง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงที่สุด เท่ากับ 3.85 และ 3.86 ตามลำดับ ด้านพนักงาน ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงที่สุด เท่ากับ 3.92 และ 3.85 ตามลำดับ ด้านกระบวนการ ธุรกิจธุรกิจนำเที่ยว ที่พักและโรงแรม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงที่สุด เท่ากับ

3.90 และ 3.83 ตามลำดับ สุดท้ายด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ธุรกิจธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจเดินทางขนส่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด เท่ากับ 3.95 และ 3.91 ตามลำดับ

ในส่วนของคุณภาพบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในภาพรวม ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ความมั่นใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 และ 3.88 ตามลำดับ รองลงมา คือ ด้านความเป็นรูปธรรมด้านการเอาใจใส่ความต้องการของนักท่องเที่ยว และด้านการตอบสนองความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87, 3.86 และ 3.84 ตามลำดับ พิจารณาจำแนกตามพื้นที่จังหวัด พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในพื้นที่จังหวัดเชียงรายมากกว่าจังหวัดเชียงใหม่อยู่ 4 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการเอาใจใส่ความต้องการของนักท่องเที่ยว และด้านความเป็นรูปธรรม ในขณะที่พื้นที่เชียงใหม่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจใน ด้านการให้ความมั่นใจ ที่มากกว่า

เมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวอื่นๆ ในทุกด้าน โดยด้านความน่าเชื่อถือมีความพึงพอใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และมีด้านการตอบสนองความต้องการต่ำสุดเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านของความเป็นรูปธรรมสูงสุด เฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 ด้านการตอบสนองความต้องการต่ำสุด เฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 ส่วนนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ พบว่า ด้านการตอบสนองความต้องการมีคุณภาพการบริการสูงสุด เฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 ในขณะที่ด้านความเป็นรูปธรรมมีความพึงพอใจต่ำสุด เฉลี่ยอยู่ที่ 3.83

เมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจนำเที่ยวสูงที่สุดเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านการให้ความมั่นใจ ธุรกิจที่พักและโรงแรมจะมีความพึงพอใจที่สูงกว่า รองลงมาคือธุรกิจที่พักและโรงแรม ธุรกิจเดินทางขนส่ง ธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึก และธุรกิจร้านอาหาร ตามลำดับ

สถานการณ์ความร่วมมือในปัจจุบันระหว่างผู้ประกอบการในโซ่อุปทาน พบว่า ผู้ประกอบการหลัก 5 ด้าน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจที่พัก ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีการร่วมมือกันในรูปแบบไม่เป็นทางการ มีกิจกรรมร่วมมือกันสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ กิจกรรมการร่วมมือระหว่างธุรกิจเดียวกัน และกิจกรรมการร่วมมือต่างธุรกิจ สามารถแสดงได้ดังนี้

	นำเที่ยว	ร้านอาหาร	ที่พัก	ขนส่ง	ของที่ระลึก	วัฒนธรรม
นำเที่ยว	ส่งลูกค้า Sale call	วางแผน Package ร่วม	ส่งลูกค้า Marketing	รับจ้าง วางแผน Package ร่วม	ส่งลูกค้า ทำ Sale call ร่วม	ส่งลูกค้า วางแผนร่วม
ร้านอาหาร	วางแผน Package ร่วม	จัดงานร่วม Sale call	ส่งลูกค้า Road show	ส่งลูกค้า รับ Commissions	ทำ PR ร่วม Share ข้อมูล	Share ข้อมูล วางแผนร่วม
ที่พัก	ส่งลูกค้า ระหว่างประเทศ	ส่งลูกค้า Road show	Roadshow ร่วม	รับจ้างส่ง นักท่องเที่ยว	รับฝากขาย PR ร่วม	ทำ Event ร่วม กัน Marketing
ขนส่ง	รับจ้าง ส่วนใหญ่เข้า เดียวกัน	ส่งลูกค้า รับ Commissions	รับจ้างส่ง นักท่องเที่ยว	ส่งต่อ นทท. ช้าม แดน	ส่งลูกค้า Marketing	ส่งลูกค้า ช่วย PR
ของที่ระลึก	ส่งลูกค้า ทำ Sale call ร่วม	ทำ PR ร่วม แลกเปลี่ยน ข้อมูล	รับฝากขาย PR ร่วม	ส่งลูกค้า Marketing	จัดงานร่วม / สมาคม Sale call	ทำ Event ร่วม กัน Marketing
วัฒนธรรม	ส่งลูกค้า วางแผนร่วม	Share ข้อมูล วางแผนร่วม	ทำ Event ร่วม กัน Marketing	ส่งลูกค้า ช่วย PR	ทำ Event ร่วม กัน Marketing	จัดงานร่วม

ภาพที่ 4-1: ลักษณะความร่วมมือที่พบระหว่างผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวบนเส้นทาง R3E

ในส่วนของการปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน พบว่า มีปัจจัยส่งเสริม 3 ปัจจัยหลักที่เป็นพื้นฐานในการพัฒนาความร่วมมือของผู้ประกอบการในเส้นทาง R3E โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ความเชื่อใจ (Trust) ความผูกพัน (Commitment) และต้นทุนในการดำเนินการ (Transaction Cost) และจากการคำนวณค่าอิทธิพลของตัวแปรทั้ง 3 ต่อการสร้างความร่วมมือพบว่า ต้นทุนธุรกรรม (Transaction Costs) มีผลกระทบโดยรวม (Total Effects) มากที่สุด คือ -0.75 หมายความว่าหากการสร้างความสัมพันธ์หรือการติดต่อทางธุรกรรมมีต้นทุนที่ต่ำ จะส่งผลให้ผู้ประกอบการยินดีที่จะสร้างความร่วมมือมากขึ้น โดยมีความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 99.9 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standardised error) อยู่ที่ 0.043 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ต่ำ เมื่อเปรียบเทียบแล้วมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ -0.664 รองลงมาคือความมุ่งมั่นที่จะสานสัมพันธ์กันในระยะยาว (Commitment) ถือได้ว่ามีอิทธิพลต่อการสร้างความร่วมมืออย่างมากเช่นกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แสดงผลกระทบโดยรวมเท่ากับ 0.717 โดยมีความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 99.9 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standardised Error) อยู่ที่ 0.001 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ต่ำมาก เมื่อเปรียบเทียบแล้วมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ -0.543 อย่างไรก็ตามในส่วนของความเชื่อใจระหว่างผู้ประกอบการ (trust) ถือได้ว่ามีอิทธิพลไม่มากนัก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แสดงผลกระทบโดยรวมเพียง 0.123 โดยมีความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 99.9 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standardised error) อยู่ที่ 0.001 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ต่ำมาก เมื่อเปรียบเทียบแล้วมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ -0.060 ซึ่งถือว่ามีความน้อยมาก ซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่าความมุ่งมั่นมีอิทธิพลเหนือความเชื่อใจ

ในด้านการประเมินระดับความร่วมมือของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานทั้ง 10 ประเภท พบว่า มีระดับความร่วมมือที่ค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะการสร้างความร่วมมือประเภทการลงทุนร่วมกัน (Dedicated Investment) และการตัดสินใจร่วมกัน (Collaborative Decision) อยู่ในระดับที่ต่ำมาก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจระหว่างกันในระดับที่ต่ำทั้งนี้เนื่องจากเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่ยังใหม่ และผ่านถึง 3 ประเทศความีแหล่งท่องเที่ยวหลักอยู่เพียงต้นทางและปลายทาง อีกทั้งเส้นทางและรูปแบบของการท่องเที่ยวยังมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ในส่วนของรูปแบบความร่วมมือที่มีระดับต่ำมากคือ การลงทุนร่วมกันและการตัดสินใจร่วมกันนั้นถือได้ว่าเป็นความร่วมมือระดับสูงในห่วงโซ่อุปทานที่จำเป็นต้องใช้ความไว้วางใจ ความมุ่งมั่นร่วมกัน และมีต้นทุนธุรกรรมที่สูงมากนักระดับความร่วมมือของผู้ประกอบการสามารถแสดงผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4 – 30 ระดับความร่วมมือของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน

ลำดับที่ (No)	ประเภทของความร่วมมือ (Collaboration type)	ค่าเฉลี่ย (Average/mean)	ค่าน้ำหนัก (Weight)	ค่าเฉลี่ยที่ถ่วงน้ำหนักแล้ว (Weighted average)	ระดับความร่วมมือ (Collaborative Level)
1	การวางแผนเป้าหมายร่วมกัน	2.565	0.945	2.424	ต่ำ
2	การแบ่งปันข้อมูล	2.465	0.955	2.354	ต่ำ
3	การทำกิจกรรมร่วมกัน	2.475	0.923	2.284	ต่ำ
4	การแบ่งปันความรู้	2.315	0.940	2.176	ต่ำ
5	การสื่อสารร่วมกัน	2.280	0.945	2.155	ต่ำ
6	การแบ่งผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม	2.295	0.938	2.153	ต่ำ
7	การแบ่งความเสี่ยงอย่างเป็นธรรม	2.315	0.908	2.102	ต่ำ
8	การใช้ทรัพยากรร่วมกัน	2.250	0.918	2.066	ต่ำ
9	การลงทุนร่วมกัน	2.415	0.783	1.891	ต่ำมาก
10	การตัดสินใจร่วมกัน	2.020	0.924	1.866	ต่ำมาก

4.3 เพื่อวางแผนแนวทางในการสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนภายในเส้นทาง R3E

ปัญหาที่พบในการสร้างความร่วมมือคือการขาดการเชื่อมโยงด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆทั้งที่เป็นข้อมูลด้านธุรกิจการท่องเที่ยวใน 3 ประเทศรวมทั้งข้อมูลด้านกฎระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการข้ามแดนทั้งนี้งานวิจัยนี้พบว่าควรมีการพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทางนี้โดยมีภาครัฐเป็นฝ่ายเชื่อมโยง

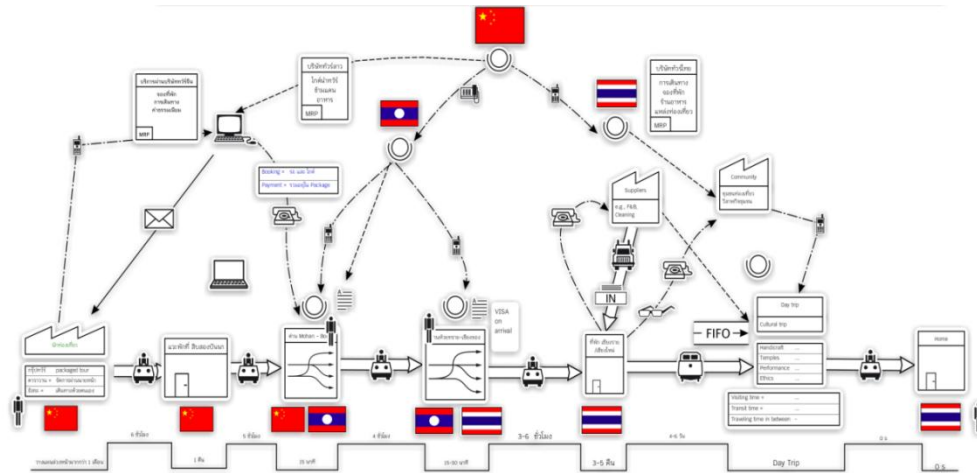
ระหว่างประเทศด้านกฎระเบียบและเมืองการค้าเอกชนเช่นหอการค้าหรือสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นผู้ที่ประสานในภาคเอกชนโดยเน้นการสร้างเครือข่ายและฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และสามารถเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตได้ปัจจัยสำคัญในการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการคือการสร้างความเชื่อใจ (Trust building) ความมุ่งมั่นร่วมมือในระยะยาว (Commitment) ผ่านการแบ่งปันข้อมูล (Information sharing) ลงทุนร่วมกัน (Dedicated investment) และมีกิจกรรมและทีมงานกันร่วม (Joint activities) เพื่อให้ลดต้นทุนในการติดต่อ (transaction costs) ที่เกิดจากปัญหาความยุ่งยากซับซ้อนในการติดต่อประสานงานโดยปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ความร่วมมือประสบความสำเร็จนั้นคือการพัฒนาศักยภาพมนุษย์โดยอาจจะเริ่มต้นที่ระดับอาชีวศึกษาซึ่งเป็นระดับที่มีความสำคัญแต่ยังขาดแคลนในตลาดแรงงานการท่องเที่ยวและจะทำให้ความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยววัฒนธรรมมีความสำเร็จในระยะยาวได้สภาพปัจจุบันความร่วมมือใน Tourism Supply Chain บนเส้นทาง R3A ปัจจุบันแบ่งออกเป็น 2 ระดับดังนี้

1. ความร่วมมือแบบรัฐต่อรัฐ (G2G Collaboration)

เป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐด้วยกันเองโดยอาจจะเป็นระหว่างรัฐบาลกลางเช่นรัฐบาลไทยกับรัฐบาลสปป. ลาวทำความร่วมมือในการเปิดด่านผ่านแดนหรืออาจจะเป็นระหว่างรัฐบาลท้องถิ่นเช่นความร่วมมือในระดับท้องถิ่นในการอำนวยความสะดวกและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวข้ามชายแดนระหว่างไทยกับสปป. ลาวและประเทศจีนผ่านการประชุมร่วมระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐในระดับจังหวัดหรือระดับอำเภอโดยการประชุมนี้จะมีทุกไตรมาสเจ้าภาพสลับกันระหว่างอำเภอเชียงของและอำเภอบ่อหานในประเทศจีน ในภาพรวมความร่วมมือแบบรัฐต่อรัฐนี้จะเป็นลักษณะความร่วมมือในรูปแบบของนโยบายและกฎระเบียบในเส้นทาง R3A นั้นผ่าน 3 ประเทศคือประเทศไทย สปป. ลาวและประเทศจีน ดังนั้นในบางครั้งความร่วมมือจึงเป็นการเจรจาตกลงกันในรูปแบบไตรภาคีระหว่างทั้งสามประเทศโดยมีการประชุมกันในระดับท้องถิ่นเป็นกลไกขับเคลื่อนความร่วมมือและตอบสนองนโยบายระดับประเทศตลอดจนแก้ปัญหาในพื้นที่เช่นในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหลักๆเช่นในช่วงปีใหม่สากลและช่วงตรุษจีนที่มียกท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในเส้นทาง R3A จำนวนมาก

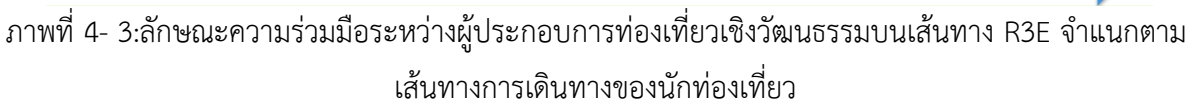
2. ความร่วมมือแบบเอกชนต่อเอกชน (B2B Collaboration)

ความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนนี้ถือได้ว่าหัวใจหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวบนเส้นทาง R3A เนื่องจากการเดินทางข้ามแดนทั้งสามประเทศนั้นยังมียกอุปสรรคในหลายๆด้านเช่นกฎระเบียบในการนำรถหรือยานพาหนะอื่นๆที่ใช้ในการเดินทางผ่านแดนทำให้ต้องมีการโอนถ่ายผู้โดยสารในบางกรณีและอุปสรรคทางด้านภาษาเนื่องจากทั้งสามประเทศต่างก็มีภาษาราชการหลักเป็นของตนเองดังนั้นในปัจจุบันโดยภาพรวมของห่วงโซ่อุปทานบนเส้นทาง R3A สามารถสรุปได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4 - 2: Value Stream Mapping โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3A/R3E

โครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E นั้นแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ (1) ทางด้านข้อมูล (2) โครงสร้างด้านกายภาพ (3) โครงสร้างทางการเงิน ในส่วนโครงสร้างทางกายภาพพบว่า โครงสร้างพื้นที่ในประเทศจีนนั้นมีการพัฒนามากที่สุด ทั้งสาธารณูปโภคและแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยว เช่น 9 จอม 12 เชียงใน สิบสองปันนานั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นใหม่ ยังขาดประวัติศาสตร์และความน่าสนใจเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวในเชียงใหม่ หรือ เชียงราย ที่เกิดขึ้นตามประวัติศาสตร์ อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวใน สิบสองปันนาก็ยังเป็นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ยังไม่เคยสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวดั้งเดิมในประเทศไทย ประกอบกับการเดินทางที่สะดวกใกล้กว่า และการสื่อสารด้วยภาษาเดียวกัน



4.4 เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E อย่างยั่งยืน

ภาครัฐ	ราษฎร์ - เอกชน	วิชาการ
ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน	สถาบันระดับอาชีว
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภาคเหนือเขต 1	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กระทรวงวัฒนธรรม	หอการค้ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
กระทรวงคมนาคม	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว เชียงใหม่ เชียงราย	สถาบันอบรมฝีมือฯ
กระทรวงแรงงาน	สมาคมมัคคุเทศก์	โรงเรียนของรัฐบาล
กระทรวงต่างประเทศ	สมาคมท่องเที่ยวไทยจีน	โรงเรียนเอกชน
องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น	ภาคประชาชนที่เกี่ยวข้อง	ปราชญ์ชาวบ้าน

ภาพที่ 4 - 4: Triple Helix (4 ร.)

จากการศึกษา พบว่า การสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E จะต้องเกิดจากความร่วมมือจากทั้ง 3 ภาคส่วน โดยที่จะขาดภาคส่วนใดภาคส่วนหนึ่งไปไม่ได้ ซึ่ง 3 ภาคส่วนนี้ ได้แก่ หน่วยงานของรัฐบาล ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเอกชน และชุมชนหรือประชาชนในพื้นที่ (Triple Helix) โดยในการบริหารจัดการจะต้องคำนึงถึง 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ ประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น และผลกระทบในทางลบที่จะตามมา ในทุกรณี เนื่องจากในการพิจารณาประเด็นใดๆ ส่วนมากจะมีกลุ่มผู้ถือประโยชน์ร่วมที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้ได้และผู้เสียประโยชน์ที่แตกต่างกันในแต่ละกรณี ความร่วมมือร่วมใจของ 3 ภาคส่วนจึงเป็นสิ่งสำคัญ ในการที่จะหยิบยกประเด็นแต่ละประเด็นขึ้นมาพิจารณาอย่างรอบด้านถึงผลดีและผลเสียที่จะตามมา ตัวอย่างที่เกิดขึ้นได้แก่ การยกเลิกการตรวจลงตราชั่วคราวให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งเมื่อมองในส่วนของการตลาดและผู้ประกอบการเอกชน พบว่า เป็นมาตรการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และกระตุ้นเศรษฐกิจ หากแต่มีผลที่ตามมาคือการที่รัฐฯ ในส่วนของกระทรวงการต่างประเทศนั้นต้องเสียรายได้ที่จัดเก็บจากการตรวจลงตราประทับ รวมถึงปัญหาการจราจรในพื้นที่ที่จะตามมาเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น เป็นต้น ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจากการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

- สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้ประกอบการ โดยมีภาครัฐเป็นผู้อำนวยความสะดวกในประสานงานต่างๆ และการจัดประชุม ซึ่งอาจจัดตั้งส่วนราชการเฉพาะเพื่อทำหน้าที่ในการดูแลสมาคมหลักทางการท่องเที่ยว และเชื่อมต่อระหว่างผู้ประกอบการ กับชุมชนและประชาชนในพื้นที่
- การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในพื้นที่เกี่ยวเนื่อง และเมืองรองทางการท่องเที่ยว เพื่อกระจายนักท่องเที่ยว ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก
- การจัดเวทีเสวนาประเด็นในการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และการรับฟังข้อคิดเห็นของผู้ถือประโยชน์ร่วมในพื้นที่อย่างจริงจังก่อนการกำหนดนโยบายของภาครัฐ
- การสร้างจริยธรรมวิชาชีพและความตระหนักถึงผลกระทบที่มีต่อสังคมในภาพรวมให้กับบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักเรียน/นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในสายการท่องเที่ยว
- นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการให้ข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยว อาทิ การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของสถานที่ และการให้ข้อมูลการเดินทาง โดยอาจจัดทำในรูปแบบของ QR Code และใช้ Application เข้ามาร่วม ซึ่งมีต้นทุนต่ำ และมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนสูงเมื่อสัณฐานของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เปลี่ยนแปลงไป
- การจัดมาตรฐานราคาที่พักชัดเจน โดยเฉพาะในเรื่องการขนส่งในพื้นที่เมืองเชียงใหม่ ที่อาจดำเนินการจัด Zoning ราคาที่พักชัดเจน
- การนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่ควรเน้นการขายเรื่องราวความเป็นมา ควบคู่กับสินค้าและบริการ

4.5 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการทางการตลาดและโซ่อุปทานของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทาง R3E เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการศึกษาของส่วนของอุปสงค์ในโครงการย่อยที่ 1 และอุปทานในโครงการย่อยที่ 2 สามารถจัดทำเป็นข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจหลัก 5 ภาคส่วนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเส้นทาง R3E เพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาหลักของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ การตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้ากลุ่ม FITs โดยโปรแกรมการนำเที่ยวที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ ซึ่งนิยมที่จะจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้กับตนเอง และเดินทางตามเส้นทางที่ได้รับข้อมูลจากสื่อออนไลน์เป็นหลัก รวมถึงนิยมที่เลือกรับประทานอาหารตามที่มีการนำเสนอในสื่อออนไลน์ คณะนักวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ผลิตภัณฑ์การนำเที่ยว ควรเน้นในเรื่องของการทำกิจกรรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความต้องการและคาดหวังว่าจะได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว
- 2) มีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพเพื่อกระจายความแออัดในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหารที่ได้รับความนิยมบนสื่อออนไลน์โดยผู้ประกอบการควรมีการติดตามสื่อออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ
- 3) เพิ่มรูปแบบของการนำเที่ยวที่ลูกค้าสามารถออกแบบและจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวและเลือกร้านอาหารได้เองให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ส่งเสริมให้มีการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทราบถึงสถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทาง

- 2) พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อและสังคมออนไลน์ พร้อมทั้งมีการจัดทำฐานสังคมออนไลน์ที่สำคัญของไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ อาทิ จีน เป็นต้น
- 3) ศึกษาและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงจัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และสถานที่นั้นๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประโยชน์

ด้านราคา (Price)

ปัญหาเกี่ยวกับราคาประการหนึ่งที่พบในธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ ได้แก่ การที่ผู้ประกอบการบางกลุ่มฉวยโอกาสจากการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยคิดราคาค่าบริการนำเที่ยวสูงเกินความสมควร โดยเฉพาะในช่วงที่มีความต้องการสูง เช่น ช่วงเทศกาล หรือฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้นแนวทางในการแก้ไขปัญหา รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์การบริการของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ มีดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) การกำหนดราคานำเที่ยวมาตรฐานของผู้ประกอบการนำเที่ยวในพื้นที่ เพื่อลดการแข่งขันด้านราคา ไปมุ่งเน้นการแข่งขันในด้านคุณภาพการให้บริการ
- 2) การกำหนดราคาที่มีความหลากหลายจำแนกตามกลุ่มรายได้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยปรับเปลี่ยนตามระดับการบริการ อาทิ ยานพาหนะนำเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในการนำเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ประสานงานกับผู้ประกอบการในการกำหนดอัตรานำเที่ยวมาตรฐานสำหรับแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ยังคงมีประเด็นเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายที่ต้องการการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไข ได้แก่ (1) ช่องทางการจองทัวร์ล่วงหน้ามีค่อนข้างจำกัด บริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่มีช่องทางการจองทัวร์ล่วงหน้าเพียงไม่กี่ช่องทาง ซึ่งได้แก่ จองทางโทรศัพท์ หรือเข้าไปจองด้วยตนเองที่สำนักงานของบริษัทนำเที่ยว (2) ขาดการเข้าถึงลูกค้าในประเทศที่มีช่องทางทางการสื่อสารที่แตกต่างจากประเทศไทย เช่น ประเทศจีนมี website และระบบการสื่อสารที่เป็นของตนเองและเป็นภาษาจีน ประกอบกับการที่ชาวจีนไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ จึงทำให้บริษัทนำเที่ยวขาดช่องทางที่จะจัดจำหน่ายสินค้าและบริการของตน

ในตลาดที่มีกำลังซื้อสูง และ (3) ขาดความร่วมมือกันระหว่างบริษัทนำเที่ยวระหว่างประเทศเพื่อสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายดังกล่าวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ผู้ประกอบการนำเที่ยวควรให้ความสำคัญกับช่องทางการติดต่อและการขายผ่านทางโทรศัพท์ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 2) เพิ่มช่องทางการติดต่อโดยเฉพาะในรูปแบบ Online-interactive communication สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อลดอุปสรรคในการสื่อสารทางวาจาของพนักงานและลดต้นทุนของลูกค้าที่จะติดต่อมา
- 3) เพิ่มช่องทางการขายและการให้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สังคมออนไลน์ เช่น Facebook หรือ pantip.com หรือเว็บไซต์ และ blogs ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- 4) สร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในต่างประเทศ อาทิ ผู้ประกอบการนำเที่ยวเมืองสิบสองปันนา หรือเมืองคุนหมิง ประเทศจีน เพื่อส่งต่อนักท่องเที่ยวหลังจากที่มีการจองการบริการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) อบรมการใช้สื่อออนไลน์ในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ พร้อมทั้งมีการจัดทำฐานสังคมออนไลน์ที่สำคัญของไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ อาทิ จีน เป็นต้น
- 2) ผลักดันการสร้างร่วมมือระหว่างประเทศของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการสำรวจ พบว่า การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ยังขาดความร่วมมือกันในหลายภาคส่วนเพื่อให้เป้าหมายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นจึงเกิดการส่งเสริมการตลาดที่ซ้ำซ้อนกันภายในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้บริษัทนำเที่ยวไม่สามารถทำการส่งเสริมการขายของตนได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ มีดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) เพิ่มรูปแบบการส่งเสริมการตลาดให้มีความหลากหลายมากขึ้นผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (social media) โดยอาจเชิญ blogger ที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวให้มาใช้บริการกับบริษัทโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ แล้ว

ให้ blogger ดังกล่าวทำการวิเคราะห์วิจารณ์หรือ review แล้วเขียนรายละเอียดหรือข้อคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับการให้บริการของบริษัท ลงใน blog ที่ชาวต่างชาตินิยม โดยอาจทำการ review ในแต่ละเส้นทางทัวร์เลย ถือเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่านช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- 2) มุ่งเน้นการส่งเสริมการตลาดที่ไม่ใช้ราคา แต่เน้นการสร้างกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ อาทิ ถนนคนบุญ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมดำเนินการกับผู้ประกอบการในการจัดทำแผนการส่งเสริมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อสร้างทิศทางการดำเนินงานที่เป็นเอกภาพ

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ปัญหาเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการประการหนึ่งที่พบในธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ ได้แก่การที่บริษัทนำเที่ยวไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างเพียงพอในช่วงที่มีความต้องการสูงเนื่องจากบริษัทนำเที่ยวเองต้องใช้บริการช่วงต่อกับส่วนอื่นๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) นอกจากการบรรยายแล้ว ควรเพิ่มกิจกรรมที่จะสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ของสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ
- 2) ธุรกิจนำเที่ยวควรพิจารณากระบวนการให้บริการโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) ก่อนการให้บริการ ประกอบด้วย การประสานงานติดต่อโรงแรม รถรับส่ง มีการวางแผนกระบวนการทำงาน (2) ช่วงระหว่างการทำงาน กล่าวคือ มีการกำหนดขั้นตอนในการทำงาน สร้างพิมพ์เขียวในการบริการ (Service Blueprint) และ (3) หลังการให้บริการ ประกอบด้วย มีการติดตามความพึงพอใจ โดยอาจใช้แบบประเมิน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตนเอง
- 3) มีการจัดทำแผนฉุกเฉินและมีอุปกรณ์สำคัญในเบื้องต้นเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า อาทิ การปฐมพยาบาล เมื่อมีการบาดเจ็บ หรือการทำกิจกรรมสันทนาการ ในกรณีที่ยานพาหนะมีปัญหา เป็นต้น
- 4) นอกเหนือจากนี้ ควรจัดทำบัญชีหมายเลขโทรศัพท์ เพื่อประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงพยาบาลในเส้นทางนำเที่ยวในกรณีที่มีผู้ได้รับบาดเจ็บ หรือ สถานอาชีวศึกษา ในกรณีที่ยานพาหนะนำเที่ยวเกิดความเสียหาย เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) จัดทำสื่อออนไลน์สำหรับการเรียนรู้ศึกษาวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในรูปแบบที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปร่วมทำกิจกรรมได้ เพื่อใช้ประกอบการนำเที่ยว และสร้างกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งสร้างการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว
- 2) จัดทำฐานข้อมูลบัญชีหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อหน่วยงานสำคัญในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยพัฒนาขึ้นเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้บนมือถือสมาร์ทโฟน ซึ่งจะตรงกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน และสร้างความสะดวกในการใช้และพกพา

ด้านการบุคลากร (People)

ธุรกิจนำเที่ยวยังคงมีปัญหาด้านบุคลากรที่ต้องได้รับการแก้ไข ดังนี้ (1) ธุรกิจนำเที่ยวยังขาดแคลนบุคลากรเฉพาะกลุ่ม เช่น ไกด์ที่มีความสามารถทางภาษา และการนำเที่ยวนั้น ซึ่งมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ และปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ และ (2) ธุรกิจนำเที่ยวยังขาดการอบรมและกำกับดูแลพนักงานของบริษัทอย่างจริงจังจึงทำให้ยังคงมีสถานการณ์ที่บริษัทนำเที่ยวล่อลวงนักท่องเที่ยวเมื่อพาไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว หรือการที่มัคคุเทศก์ขาดจริยธรรมในการนำเที่ยว ให้คำแนะนำในการท่องเที่ยวแก่ลูกค้าอย่างผิดๆ ทำให้ลูกค้ากระทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้องหรือไม่สมควร เช่น บอกให้ลูกค้าแกล้งวิวาห์คนอื่น หรือบอกให้ลูกค้าชิมฟรีอย่างเดียวยกโดยไม่ต้องซื้อ เป็นต้น ดังนั้น แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาด้านบุคลากรของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ มีดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) บุคลากรควรตระหนักถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยว ทำให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมบางอย่างของนักท่องเที่ยวที่อาจแตกต่างจากวัฒนธรรมของผู้ให้บริการ
- 2) ธุรกิจนำเที่ยวควรพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เชิงลึกที่แท้จริงต่อแหล่งท่องเที่ยว ต่อบริการ รวมทั้งทักษะทางด้านภาษาที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และภาษาจีน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นจำนวนมาก
- 3) มีการพัฒนาทักษะในการนำเที่ยวและการสร้างความสนุกสนานให้กับนักท่องเที่ยว โดยอาจจัดฝึกอบรมให้กับบุคลากรของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ มีการจัดประชุมเพื่อแบ่งปันเทคนิคต่างๆ ในการนำเที่ยวและเทคนิคในการสร้างความสนุกสนานระหว่างบุคลากรด้วยกันเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) เน้นการพัฒนามัคคุเทศก์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะพื้นที่ในการนำเที่ยว

- 2) ให้การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในด้านทักษะทางภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และภาษาจีน โดยจัดเป็นหลักสูตรสำหรับอบรมอย่างต่อเนื่อง หรือพัฒนาเป็นสื่อการเรียนการสอนที่สามารถนำไปศึกษาเองได้
- 3) กำหนดมาตรการอย่างจริงจังในการแก้ไขปัญหา Sitting Guide และไกด์ที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยมุ่งเน้นที่การสร้างจิตสำนึกและสร้างความตระหนักทางจริยธรรมวิชาชีพแก่ผู้เกี่ยวข้อง ควบคู่กับมาตรการทางกฎหมาย

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

จากการศึกษา พบว่า สำนักงานของบริษัทนำเที่ยวหลายๆ แห่ง มีความเก่าและไม่ดูทันสมัยในสายตาของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มที่มาจากประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยอาจเป็นเพียงแค่อาคารพาณิชย์เล็กๆ ห้องหนึ่งเท่านั้น ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัท ดังนั้น แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาด้านลักษณะทางกายภาพของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ มีดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ธุรกิจนำเที่ยวควรมีการดูแล รักษาความสะอาดของยานพาหนะที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในรถอย่างครบครัน เช่น โทรทัศน์ ระบบปรับอากาศ ระบบเสียงภายในรถ ลำโพง ไมโครโฟน ต้องอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน
- 2) ธุรกิจนำเที่ยวควรมีการพัฒนาความพร้อมของสถานที่และอุปกรณ์ที่จะให้บริการแก่ลูกค้า เช่น ความพร้อมของสำนักงาน ความพร้อมของเอกสารประกอบการนำเสนอหรือโบรชัวร์ ให้ดูสะอาดและมีความทันสมัย หรืออาจแทรกเอกลักษณ์ความเป็นล้านนาลงไปในตกแต่งสถานที่และอุปกรณ์ต่างๆ จะช่วยสร้างความแตกต่างให้กับบริษัทและส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจได้
- 3) ควรมีอุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่มีความต้องการพิเศษด้วย เช่น เด็ก คนชรา และคนพิการ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) มีการสุ่มตรวจเช็คความพร้อมของยานพาหนะในการนำเที่ยว เนื่องจากมีความสำคัญต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและโรงแรม

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ในธุรกิจที่พักแรมนั้นประกอบด้วยหลายส่วนขึ้นอยู่กับข้อกำหนดตำแหน่งทางการตลาด กล่าวคือ ที่พักแรมส่วนใหญ่กำหนดให้ผลิตภัณฑ์หลัก คือ 1) ห้องพัก (Guest Room) โดยในห้องพักจะประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) เช่น ทีวี เครื่องเล่นซีดี ตู้นิรภัย บาร์เครื่องดื่ม เตาปิ้งและที่รองรีด เป็นต้นและสิ่งของอำนวยความสะดวกส่วนบุคคล (Amenity) เช่น แชมพู สบู่ ครีมบำรุง หมวกคลุมผม เป็นต้น 2) สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ภายในโรงแรม เช่น ห้องอาหาร ห้องประชุม ห้องออกกำลังกาย สปา สระว่าน้ำ สนามกีฬาประเภทต่างๆ สวนสนุก 3) ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบการบริการ (Service) เช่น บริการรับ-ส่ง บริการซักรีดเสื้อผ้า บริการอินเทอร์เน็ต บริการเลี้ยงเด็ก เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวของธุรกิจที่พักแรมจะมีทั้งส่วนที่สามารถสร้างรายได้และเป็นบริการเสริม (Supplementary Service) ดังนั้น ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมจำเป็นต้องให้ความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มมูลค่า (Value Added) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) การออกแบบ (Design) ห้องพัก โดยการศึกษาคุณลักษณะในเชิงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่หลักเพื่อนำเอาลักษณะเด่นด้านวัฒนธรรมมาประยุกต์ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) ของโรงแรม กล่าวคือ การพัฒนาห้องพักเพื่อให้สามารถสะท้อนคุณลักษณะทางวัฒนธรรม เช่น การตกแต่งห้องพักโดยใช้ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานภายในห้องพัก โดยควรจะมีการจัดทำคู่มือการให้บริการในห้องพักด้วยภาษาต่างประเทศหลัก รวมถึงข้อปฏิบัติและข้อห้ามต่างๆ เพื่อลดข้อขัดแย้งระหว่างแขกกับโรงแรม
- 2) การสร้างความแตกต่างของประเภทห้องพักให้ชัดเจนและมีความหลากหลาย กระบวนการดังกล่าวนี้จะสร้างความน่าสนใจให้กับแขก เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของโรงแรมและสร้างแรงดึงดูดให้แขก กระบวนการดังกล่าวทำได้หลายวิธีการ เช่น การตั้งชื่อห้องพักให้มีความแตกต่าง มีรายละเอียดแตกต่าง มีเรื่องราว (Story) ต่างๆ หรือ หากโรงแรมมีข้อได้เปรียบเรื่องที่ตั้ง (Location) ให้นำมาประยุกต์เช่น ห้อง Sea view, River view, Lake View, Mountain view, Hill view, Cliff view, Sky view, Garden view, Farm view หรือใช้ระดับความหรูหราของห้องพัก เช่น Standard room, Superior room, Premier room, Deluxe room, หรือการใช้พื้นที่และหน้าที่แตกต่างเช่น Cabana room, Suite room, Conner room, Tower room หรือห้องพักที่แตกต่างด้วยวัฒนธรรม กระบวนการดังกล่าวนี้จะเสริมสร้างคุณค่าให้กับห้องพัก สร้างจุดเด่นและสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน นำไปสู่การตลาดแข่งขันด้านราคา

- 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก (Facility) ที่สามารถสร้างรายได้ เช่น เครื่องดื่ม ขนมและอาหารว่าง ควรมีความหลากหลายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการบริโภค อย่างไรก็ตามควรมีการจัดทำสต็อกเกอร์หรือสิ่งที่แสดงถึงความเป็นสินค้าของโรงแรมเพื่อป้องกันปัญหาการสับเปลี่ยน และควรมีการจัดวางและการนำเสนอที่กระตุ้นให้เกิดการใช้บริการ รวมไปถึงการให้บริการอาหารในห้องพัก (Room Service) ควรมีรายการอาหาร (Menu) ที่ประกอบด้วยสินค้าเด่น (Signature Menu) รูปภาพประกอบ รายละเอียดส่วนผสมอาหารเพื่อกระตุ้นและง่ายในการสื่อสาร ควรมีบริการภาพยนตร์ในห้องพัก บริการนวดไทยที่ห้องพัก บริการอินเทอร์เน็ตในห้องพัก รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เฟอร์นิเจอร์และเครื่องอำนวยความสะดวก ความจะมีความแตกต่างกันระหว่างห้องพักแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างประโยชน์ต่อการเสนอขายในการโน้มน้าว (Convincing)
- 4) การเสริมสร้างการตระหนักรู้และความรู้ที่จำเป็น ในห้องพักควรมีการจัดทำคู่มือที่ให้รายละเอียดต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการรับบริการในโรงแรม เช่น ข้อควรปฏิบัติ การบริการ รูปแบบการบริการ เงื่อนไขต่างๆ นอกจากนี้ การรณรงค์ต่างๆ เช่น การอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมโรงแรมสีเขียว (Green Hotel) โรงแรมปลอดบุหรี่ (Non Smoking Hotel) มารยาทและข้อห้ามต่างๆ (Do and Don't)
- 5) การบริหารประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management) ลักษณะของธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) กล่าวคือ ลูกค้าหรือผู้รับบริการไม่สามารถครอบครองหลังจากรับบริการแล้ว ดังนั้น สิ่งเดียวที่ลูกค้าได้รับ คือ ความรู้สึกที่ถูกประเมินจากการรับบริการหรืออาจจะเรียกว่าประสบการณ์ (Experience) ดังนั้น ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในโรงแรมได้ส่วนต่างๆ จะต้องเน้นการสร้างประสบการณ์กล่าวคือ การสร้างการมีส่วนร่วมและการลงมือปฏิบัติในกิจกรรมต่างๆ เพื่อนำไปสู่การสร้างประสบการณ์เชิงบวกผ่านรูปแบบสินค้าและบริการ กิจกรรมต่างๆ ของโรงแรม เช่น การสอนทำอาหารไทย ขนมไทย การต้อนรับการตกทาย การสร้างสิ่งสะท้อนเอกลักษณ์ และตราสินค้า
- 6) การสร้างการรับรอง (Warranties) เนื่องจากธุรกิจที่พักแรมเป็นธุรกิจที่ความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเข้าพัก ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงาน/องค์กร เช่น การรับรองจากสมาคมโรงแรมไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมการท่องเที่ยว หรือแม้แต่การรับรองในระดับนานาชาติเช่น Trip advisor เป็นต้น กลไกดังกล่าวนี้นอกจากจะเป็นการยกระดับคุณภาพด้านต่างๆ แล้วยังนำไปสู่การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีอีกด้วย

ด้านราคา (Price)

คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน แม้ว่าสถานประกอบการที่

พักรวมจะมีกลไกการกำหนดราคาจากทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เช่น ฤดูกาลทางการท่องเที่ยว สภาพเศรษฐกิจ เป็นต้นซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจที่พักจะมีมีการปรับระดับราคาเพื่อความอยู่รอดและการสร้างกำไรอื่นนำไปสู่ปัญหาสงครามราคา คืออย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่าแนวทางสำคัญคือ การแสวงหาโอกาสหรือการหลีกเลี่ยงสงครามราคาโดยผ่านกระบวนการด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้น การเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จะเป็นส่วนหนึ่งที่ยกระดับราคาของธุรกิจที่พัก นอกจานี้ยังมีแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ควรเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยอาจนำเสนอที่พักในรูปแบบของ “แพ็คเกจเหมาจ่าย” ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารู้สึกได้รับความคุ้มค่าจากการจ่ายเงินเพียงครั้งเดียว
- 2) แพ็คเกจที่พักที่นำเสนอให้กับลูกค้านั้นจะต้องมีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกด้านราคาให้กับลูกค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) สร้างกิจกรรมการสร้างเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจโรงแรมเพื่อสร้างขีดความเข้มแข็งและอำนาจการต่อรองในตลาด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) เพื่อเป็นการพัฒนาส่วนประสมทางด้านตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักวิจัยมีนำเสนอแนวทางดังนี้ คือ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) สร้างความร่วมมือกับคนกลางทางการท่องเที่ยว ทั้งในด้านภาคเอกชน ตัวแทนการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว
- 2) ธุรกิจที่พัก รวมถึงคนกลางทางเว็บไซต์ต่างๆ ควรมีการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ให้สามารถแสดงผลได้หลายภาษามากขึ้น โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีน
- 3) ควรพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น โดยเน้นการพัฒนาช่องทางที่เป็น E-Commerce
- 4) ควรลดช่องทางการจัดจำหน่ายให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงการจองได้โดยสะดวกและลดส่วนต้นทุน

- 5) สร้างกลุ่มทางการตลาดของโรงแรมขนาดเล็กถึงขนาดกลางเพื่อสร้างระบบการสำรองกลางต่อผู้กับโรงแรมขนาดใหญ่ (Central Reservation System: CRS)

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) สร้างกิจกรรมเพื่อการรับรองมาตรฐานให้กับโรงแรม โดยใช้โมเดลกิจกรรม Trip Advisor เพื่อเป็นเครื่องการันตีรับรองมาตรฐาน รวมไปถึงเป็นเครื่องมือการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าในการสร้างแรงจูงใจและความมั่นใจต่อตัวสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์เพื่อเป็นการพัฒนาส่วนประสมทางด้านตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด นักวิจัยมีนำเสนอแนวทางดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) การให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมแบบ Below the Line กล่าวคือ เป็นการใช้สื่อเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของโรงแรม อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดทำสื่อออนไลน์ในลักษณะของ Viral Marketing ที่ก่อให้เกิดกระแสเชิงบวก การพูดต่อ การส่งต่อ การนำเสนอ การแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อและสังคมออนไลน์ โดยทุกโรงแรมควรมีการจัดทำ webpage facebook blog เพื่อนำเสนอข้อมูลและข่าวสารอย่างต่อเนื่องและทันสมัย รวมถึงสร้างกิจกรรมที่สร้างโอกาสลูกค้าสัมพันธ์ (Customer relation Management) สร้างกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดฐานลูกค้าและความภักดีในตราสินค้า
- 2) การจัดกิจกรรมโรดโชว์ (Road Show) หรือกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) นอกจากจะเป็นการลดช่องทางการตลาดแล้วยังเป็นการเปิดโอกาสให้เปิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสถานประกอบการโรงแรมในการรับความต้องการและข้อเสนอต่างๆ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงสินค้าและบริการของโรงแรม
- 3) การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นการลด แลก แจก แถมอย่างไรก็ตาม ควรคำนึงถึงปัจจัยสำคัญกิจกรรมเหล่านั้นเมื่อจัดแล้วจะต้องเพิ่มปริมาณจากใช้ เพิ่มรายได้ในขณะเดียวกันต้องรักษาภาพลักษณ์และตำแหน่งทางการตลาดของโรงแรม ควรคำนึงถึงแนวทางการเพิ่มมูลค่าด้วย ควรมุ่งเน้นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการตลาดโดยใช้และทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าในการเข้าพัก

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) การจัดกิจกรรมโรดโชว์ (Road Show) หรือกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) นอกจากจะเป็นการตลาดช่องทางการตลาดแล้วยังเป็นการเปิดโอกาสให้เปิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสถานประกอบการโรงแรมในการรับความต้องการและข้อเสนอต่างๆ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงสินค้าและบริการของโรงแรม

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจเป็นการกำหนดขั้นตอนและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในการบริการในธุรกิจโรงแรม โดยแนวคิดการจัดการวงจรบริการในโรงแรมประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) ก่อนการเข้าพัก 2) ถึงเวลาเข้าพัก 3) ระหว่างเข้าพัก และ 4) หลังการเข้าพัก โดยในแต่ละกระบวนการมีแผนกต่างๆ เกี่ยวข้องกับกระบวนการส่งมอบบริการ เพื่อเป็นการพัฒนาส่วนประสมทางด้านตลาดด้านกระบวนการ นักวิจัยมีนำเสนอแนวทางดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) สถานประกอบการที่พักแรมควรมีการจัดทำพิมพ์เขียวของการบริการ (Service Blueprint) เพื่อกำหนดกระบวนการทำงานในแต่ละขั้นของวงจรการบริการ ซึ่งจะช่วยลดข้อผิดพลาดในการบริการได้ โดยพิมพ์เขียวจะต้องเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ทั้งส่วนที่ปฏิสัมพันธ์โดยตรงและทางอ้อมตลอดกระบวนการบริการทั้ง 4 ขั้นตอนดังกล่าวข้างต้น
- 2) ควรจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน แล้วแจกให้กับพนักงานทุกคน เพื่อให้พนักงานสามารถศึกษาถึงวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง รวมถึงกฎระเบียบและข้อห้ามต่างๆ ในการทำงาน
- 3) การนำเอาความโดดเด่นทางวัฒนธรรมไทย เช่น การไหว้ ภาษา การทักทายที่เป็นเอกลักษณ์ต่างๆ มาประยุกต์กับขั้นตอนการให้บริการเพื่อนำเสนอการบริการที่สะท้อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 4) ศึกษาวิจัยขั้นตอนการบริการและคุณภาพการบริการเพื่อหาช่องว่างแต่ละส่วนและนำไปสู่การแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ผลักดันให้ธุรกิจโรงแรมเข้าร่วมโครงการต่างๆ ของสมาคมโรงแรมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการยกระดับการจัดมาตรฐานที่พักโรงแรม การจัดดาว กระทบการดังกล่าวจะช่วยพัฒนาองค์ประกอบ สิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรฐานด้านการบริการ

ด้านการบุคลากร (People)

ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับธุรกิจ โดยแนวทางการพัฒนาส่วนประสมด้านผู้ให้บริการมีแนวทางดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโรงแรมควรให้ความสำคัญต่อกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์กล่าวคือ ต้องมีการกำหนดคุณลักษณะผู้ดำรงตำแหน่งงาน (Job Speciation) ของพนักงานแต่ละตำแหน่งงานโดยนำไปสู่การให้ความสำคัญกับการสรรหาพนักงาน โดยสถานประกอบการควรเข้าไปสร้างความร่วมมือกับสถานศึกษาในทุกะดับที่มีการเปิดการเรียนการสอนด้านโรงแรม เช่น ระดับอาชีวศึกษาซึ่งในปัจจุบันมีการพัฒนาขีดความสามารถของนักศึกษาด้านการปฏิบัติงาน (Operation) การสร้างความร่วมมือในด้านของเป็นแหล่งฝึกงานเพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษานำความรู้มาใช้จริง ด้านการพัฒนาหลักสูตรเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดแรงงาน การเป็นแหล่งความรู้และพัฒนาทักษะอาจารย์และผู้สอนในด้านการโรงแรม รวมไปถึงการเข้าสรรหาจากสถาบันการศึกษา มีงานวิจัยให้ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมกล่าวว่าหากนักศึกษาได้ความสำเร็จและพึงพอใจกับการสถานที่แรกของการปฏิบัติงานจะส่งผลให้พนักงานคนดังกล่าวมีความรักและภักดีต่อสถานประกอบการนั้นๆ นอกจากนี้ในระดับอุดมศึกษา ด้วยข้อได้เปรียบในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่มีสถาบันการศึกษาในพื้นที่ทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นจำนวนมาก ดังนั้นถือเป็นโอกาสที่จะเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถสรรหาพนักงานในตำแหน่งต่างๆ ในโรงแรมไม่เพียงแต่ด้านนักศึกษาจัดการธุรกิจโรงแรมเพียงเท่านั้นแต่ยังรวมถึงด้านอื่นๆ ที่มีความจำเป็นในธุรกิจที่พักโรงแรม เช่น การบัญชี การตลาด ภาษาศาสตร์ เป็นต้น การสรรหาพนักงานใหม่โดยวิธีการดังกล่าวนอกจากจะได้พนักงานที่ความคุณสมบัติตรงกับที่ทางโรงแรมกำหนดไว้ อันนำไปสู่การยกระดับบุคลากรด้านการบริการที่ส่งต่อภาพรวมของคุณภาพการบริการ นอกจากนี้ การฝึกอบรมและการพัฒนา (Training and Development) ควรมุ่งพัฒนาทั้งระยะสั้นและระยะยาว ได้แก่หัวข้อการฝึกอบรมดังนี้ คือ ภาษาต่างประเทศการงานโรงแรมโดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีน การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การพัฒนาสู่ความเป็นเลิศด้านบริการ ทักษะการปฏิบัติงาน

เฉพาะด้านในโรงแรม การเสริมสร้างสมรรถนะของพนักงานจะส่งผลต่อการรักษาระดับของโรงแรม และการควบคุมมาตรฐานการบริการให้เหนือคู่แข่งขึ้น นอกจากนี้ควรนำแนวทางของการจัดการทุนมนุษย์ มาประยุกต์ใช้ โดยการสร้างคนจากการลงทุนด้านการศึกษา การพัฒนาอาชีพและความก้าวหน้าในอาชีพ การงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมโรงแรมไทย ควรมีการพัฒนาหลักสูตรที่มีความจำเป็นเร่งด่วนเพื่อจัดอบรมให้กับผู้ประกอบการหรือบุคลากรในธุรกิจโรงแรมที่พิกให้มีมาตรฐานเดียวกัน
- 2) สร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาในทุกระดับเพื่อการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรในธุรกิจโรงแรมให้สามารถสนองความต้องการในตลาดแรงงานและสามารถส่งมอบบริการได้อย่างมีมาตรฐาน

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับผู้วิจัยนำเสนอแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดด้านกายภาพ ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ควรนำเอาแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้มากขึ้นเพื่อสร้างอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยว โดยอาจใช้วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรมล้านนา มาประยุกต์กับการตกแต่งสถานที่ อุปกรณ์ต่างๆ
- 2) ให้ความสำคัญกับการแต่งกายของพนักงาน เครื่องแบบที่สะท้อนวัฒนธรรมต่างๆ และสร้างความจดจำด้านตราสินค้าขององค์กร
- 3) ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการทักทาย การสื่อสารต่างๆ
- 4) ให้ความสำคัญพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมสำหรับทั้งสำหรับลูกค้า และกลุ่มคนพิเศษต่างๆ เพื่อการอำนวยความสะดวกในการบริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ข้อเสนอแนะให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารเชิงการตลาดที่แตกต่างไปจากการดำเนินการแบบเดิมๆ เนื้อหาส่วนนี้จะเน้นไปทางด้านการทำการตลาดที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของลูกค้า (Experiential Marketing) หรือ

การตลาดร้านอาหารกับสัมผัสของลูกค้า (Sensory Marketing) สาเหตุที่เสนอแนะประเด็นนี้เนื่องจากว่า ในปัจจุบันลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลาย มีปัจจัยต่างๆ ให้เลือกมากมายขึ้นอยู่กับบริบท ทั้งงบประมาณ เวลาที่มี รวมไปถึงเรื่องของอารมณ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้วย ฉะนั้นการสร้างประสบการณ์ภายในร้านของท่าน ให้ลูกค้าได้มาสัมผัสรับรู้ความเป็นแบรนด์ของร้านผ่านสัมผัสทั้ง 5 ที่ประกอบไปด้วย รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส จะช่วยให้ลูกค้าเกิดการจดจำ เพราะแบรนด์เกิดจากการรับรู้ของลูกค้าแล้วลูกค้าให้คุณค่ามันออกมา (Brand = Reputation) ดังนั้นชื่อเสียงที่เราต้องการจะสร้างขึ้นนั้นต้องเป็นชื่อเสียงที่สามารถสัมผัสได้ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ทำให้ผู้บริโภคทราบว่าเมื่อมาร้านเรา เข้าจะได้สัมผัสกับอะไร เพราะสิ่งเหล่านั้นล้วนส่งผลต่อเอกลักษณ์ของร้านของผู้ประกอบการนั่นเอง

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

เมนูอาหารถือเป็นปัจจัยของความสำเร็จที่สำคัญของผู้ประกอบการร้านอาหาร ไปจนถึงตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกรับประทานเช่นกัน ดังนั้นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจคือเรื่องของ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) รสชาติของอาหาร ธุรกิจร้านอาหาร เรื่องของรสชาติเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักที่ควรให้ความสำคัญเช่นกัน เพราะการสรรค์สร้างรสชาติอาหารหรือเมนูอาหารให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของร้าน ยากต่อการเลียนแบบได้ ก็มีโอกาที่จะทำให้ลูกค้าติดใจในรสมือของร้านท่าน จนต้องกลับมาทานใหม่ หรือแนะนำเพื่อน คนใกล้ตัวที่จะเดินทางมายังเส้นทาง R3A ว่า “พลาดไม่ได้ ร้าน...นี้...ต้องมาทาน” เพราะถ้าเป็นเมนูนี้ ต้องมาทานร้านนี้เท่านั้น หากสร้างให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกแบบนี้ได้มันคือ Unique Taste ที่จะใช้เป็นจุดดึงดูดและสร้างความได้เปรียบให้กับร้านอาหารของท่านได้เป็นอย่างดี
- 2) สัมผัสบอกถึงประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับจากร้านอาหารของท่าน ซึ่งบริบทนี้อาจจะเป็นเมนูพิเศษที่ให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการปรุงรส หรือมีส่วนร่วมในการทำเองก่อนรับประทาน เช่น อาหารที่มีกิมมิกให้ลูกค้าคลุกเคล้าเองบนโต๊ะอาหาร เป็นการสร้างประสบการณ์ก่อนทานอาหาร
- 3) ตราสินค้าหรือแบรนด์ เป็นอีกหนึ่งความสำคัญของธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งมีความจำเป็นและเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้ร้านอาหารของท่านเป็นที่รู้จัก ไว้วางใจ เชื่อใจ มั่นใจ ในเรื่องของรสชาติ บรรยากาศ การบริการ เพราะทุกอย่างสะท้อนออกมากับตราสินค้าทั้งสิ้น การสร้างตราสินค้า จึงเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะใช้สร้างความแตกต่างรวมถึงภาพลักษณ์ให้กับร้านอาหารของท่าน และมีผลไปถึงเรื่องของการบอกต่อ
- 4) นอกเหนือจากแนวทางข้างต้นแล้วทางนักวิจัยยังพบว่า เมนูของร้านอาหารแต่ละร้านในเส้นทาง R3A ยังไม่สื่อถึงอาหารชนิดนั้นๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากสำหรับลูกค้าต่างประเทศในการที่จะสั่งอาหาร เพราะไม่ทราบว่าเมนูที่ได้มีรสชาติอย่างไร มีส่วนประกอบอะไรที่ท่านไม่ได้หรือไม่เช่น แพ้อาหารทะเล หรือไม่ทานเนื้อ

เป็นต้น สิ่งที่เราควรทำเบื้องต้นคือการมีรูปภาพอาหารประกอบที่แสดงถึงหน้าตาและส่วนผสมของอาหารชนิดนั้นๆ ประกอบกับมีคำบรรยาย ว่าอาหารชนิดนี้คืออะไร มีส่วนผสมของอะไรบ้าง มีรสชาติประมาณไหน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้ามีความต้องการมาก เพราะจะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกอาหารได้รวดเร็วขึ้น และส่งผลต่อความสะดวกสบาย ได้รับประทานอาหารที่ถูกต้อง ส่งผลต่อความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยเช่นกัน และภาษาควรมีความหลากหลายทั้งภาษาจีนและภาษาอังกฤษเพื่อตอบสนองทุกกลุ่มลูกค้า

- 5) ช่วงของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมายังพื้นที่เยอะส่งผลให้มีลูกค้าต่อคิวรอในการใช้บริการร้านอาหารค่อนข้างนานทางผู้ประกอบการอาจจะมีการจัดเป็น เซ็ตเมนูอาหารให้มีความหลากหลายและดึงดูดให้ลูกค้าสั่ง นอกจากจะส่งผลดีต่อทางร้านในเรื่องของการจัดเตรียมวัตถุดิบได้สะดวกแล้ว ยังส่งผลต่อความรวดเร็วในการปรุงและลดระยะเวลาในการรอของลูกค้าอีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ภาครัฐควรมีการเข้ามาส่งเสริมเมนูอาหารขึ้นชื่อหรืออาหารพื้นเมืองให้มากขึ้น ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักเมนูใหม่ๆ ของภาคเหนือ ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารที่ชาวเหนือรับประทานและชื่นชอบ เป็นการสร้างทางเลือกใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวได้ลองทานอาหารที่แตกต่างจากเมนูเดิมๆ ที่เคยรู้จัก อาจจะเป็นการแนะนำผ่านเว็บไซต์ที่ชาวจีนต่างชาติเข้ามาหาข้อมูล หรือร่วมมือกับทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการนำเสนอเมนูที่มีมากกว่า ต้มยำกุ้ง ผัดไทย แต่ทางภาคเหนือยังมีน้ำพริกหนุ่มและแคปหมูที่เมื่อเดินทางมาแล้วต้องแวะชิม และเมนูพิเศษอื่นๆ ที่เป็นอาหารเมือง เป็นต้น
- 2) ควรมีหน่วยงานในการช่วยเหลือเรื่องของการบรรยายชื่อของอาหารและเมนูอาหารให้กับผู้ประกอบการในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว หากมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องลงมาดูแลตรงส่วนนี้ มีแนวโน้มอย่างมากที่ผู้ประกอบการจะขอความร่วมมือในการแปลภาษาที่ถูกต้อง และจะส่งผลดีต่อผู้ประกอบการร้านอาหารและนักท่องเที่ยวในเรื่องของความสะดวกในการสั่งอาหาร ตามลำดับ

ด้านราคา (Price)

ราคามีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจของลูกค้าและยังส่งผลถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ อีกด้วยดังนั้นการตั้งราคาจึงสะท้อนออกมาหลายรูปแบบด้วยเช่นกันในปัจจุบันเราพบว่าลูกค้ามีราคาในใจที่กำหนดไว้อยู่แล้วสำหรับการมารับประทานอาหารในแต่ละระดับ กล่าวคือ บรรยากาศของร้านส่งผลต่อราคาที่กำหนดไว้ในใจของลูกค้า หากเป็นร้านอาหารทั่วไปราคาที่คาดหวังว่าจะจ่ายในแต่ละจานจะอยู่ที่ประมาณ 40-80 บาท หากเป็นร้านอาหารที่มีการตกแต่งอย่างดีหรือตามโรงแรมราคาที่คาดหวังที่จะจ่ายก็จะสูงขึ้นไปอีก ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง สิ่งที่มาคือลูกค้าจะเกิด

ความประทับใจและความพึงพอใจในการมาใช้บริการ ตัวอย่างเช่น ร้านอาหารมีการตกแต่งดีบรรยากาศดีแต่ราคาของอาหารนั้นไม่แพง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ทางผู้ประกอบการอาจจะสร้างการดึงดูดด้วยราคาได้หลากหลายวิธีตัวอย่างเช่น การลดราคาสินค้าบางรายการให้ดูน่าสนใจ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเดินเข้ามาในร้านและเลือกรับประทานอาหารในร้าน ซึ่งแน่นอนว่าจากข้อมูลที่ทางทีมวิจัยพบ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้เดินทางมาคนเดียว และการเข้ามาในร้านอาหารก็มีแนวโน้มสูงมากที่จะสั่งอาหารชนิดอื่นๆ นอกเหนือจากเมนูดึงดูดที่มีราคาถูก แต่ในขณะเดียวกันสินค้าตัวอื่นๆ ก็จะเป็นราคาที่ใกล้เคียงกับตลาดดังนั้นเมื่อลูกค้ามานั่งรับประทานอาหารก็มักจะสั่งหลายๆ อย่างรวมกันเป็นการยอมลดกำไรรายการอาหารบางตัวแต่ไปได้กำไรรายการอาหารตัวอื่นแทน
- 2) หรือผู้ประกอบการอาจมีการตั้งราคาที่แตกต่างกันไปตามแต่ละกลุ่มของลูกค้าเพื่อให้ได้ลูกค้าหลากหลายกลุ่ม ตัวอย่างเช่น การตั้งราคาแบบ “ต่างกลุ่ม ต่างราคา”
 - ราคาที่ลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาในช่วงเย็นหรือหัวค่ำ (บางร้านอาจจะเปิดช่วงเช้าซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ได้ให้ตรงกับลักษณะของผู้ประกอบการ) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ร้านยังไม่ค่อยมีลูกค้านัก
 - ราคาพิเศษสำหรับมาเป็นกลุ่ม 5 คนขึ้นไป
 - ราคาลดพิเศษสำหรับอาหารชุดเซตที่กำหนดหรือชุดครบสูตร
 - เมนูลดพิเศษสำหรับคนที่นั่งรับประทานที่เคาน์เตอร์บาร์ (กรณีคนเยอะที่นั่งไม่เพียงพอ)
 - ราคา (แพง) พิเศษ หรือเพิ่มค่าบริการ สำหรับโต๊ะพิเศษที่อยู่ในทำเลที่บรรยากาศและการบริการอย่างใกล้ชิด หรือพื้นที่ VIP

จากการตั้งราคาโดยใช้แบบต่างกลุ่มต่างราคานี้แน่นอนว่าทางร้านจะได้กำไรน้อยลงจากลูกค้าที่มารับประทานช่วงเย็นหรือหัวค่ำแต่ทางร้านจะได้กำไรมากขึ้นจากลูกค้ากลุ่มอื่นๆ และได้กำไรจากลูกค้าโต๊ะพิเศษที่ยินดีจ่ายแพงกว่าใครเพื่อบรรยากาศและการบริการที่ดีแบบ VIP ซึ่งการกำหนดราคาในลักษณะเช่นนี้นอกจากจะทำให้ทางร้านได้กำไรแล้วยังสามารถฐานลูกค้าได้กว้างขึ้นได้ลูกค้าหลากหลายกลุ่ม “ลูกค้าบางกลุ่มมองถึงความคุ้มค่าคุ้มค่าราคา ในขณะที่บางกลุ่มยินดีที่จะจ่ายแพงกว่าเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบายและการบริการที่ดีเยี่ยม” แสดงให้เห็นแล้วว่าลูกค้าแต่ละคนจะมี “มูลค่าในใจ” ซึ่งเป็นตัวที่กำหนดราคาสินค้า ดังนั้นการตัดสินใจว่าสินค้า “ถูก” หรือ “แพง” จึงอยู่ที่มุมมองของลูกค้าแต่ละคนเป็นสำคัญอยู่ที่ว่าสินค้าที่ซื้อไปนั้นสร้างมูลค่าใจจิตใจได้มากหรือน้อยและเมื่อเปรียบเทียบ “ราคากับความคุ้มค่า” ดังนั้นสินค้าชนิดเดียวกันแต่ต่างกลุ่มลูกค้าก็อาจจะมีหลายระดับราคาได้แต่จะต้องให้เหตุผลกับลูกค้าได้ว่าราคาที่แตกต่างกันนั้นเนื่องจากสาเหตุใดและจะต้องไม่กระทบต่อคุณภาพของสินค้าและการบริการ

- 3) และจากข้อมูลวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเรื่องของมาตรฐานด้านราคาเนื่องจากลูกค้าหรือผู้ที่ใช้บริการมักมีความกังวลใจในเรื่องของราคา เรื่องของการถูกโกง คิดราคาเกินจริง หรือคิดราคาแพงกว่าปกติเพราะผู้ประกอบการบางรายฉวยโอกาสจนทำให้นักท่องเที่ยวพบเจอประสบการณ์ที่เลวร้าย จึงกลายเป็นความกังวลใจเชิงลึกที่ทางนักวิจัยพบจากการพูดคุยกับนักท่องเที่ยว แนวทางการปรับปรุงที่ทางทีมงานวิจัยแนะนำคือ มีการติดป้ายราคาที่ชัดเจน มีบิลค่าอาหารจากทางร้านที่ออกอย่างถูกต้อง ราคาตรงตามเมนูที่แสดงไว้ ซึ่งเป็นแนวทางที่ตรงกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังเป็นอย่างมาก และยังส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและความสบายใจต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ ทั้งนี้คนที่จะเป็นผู้ตอบคำถามหรือสามารถตั้งราคาได้ดีที่สุดก็จะต้องเป็นตัวของผู้ประกอบการเองซึ่งจะต้องใช้การมองทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกควบคู่กันทางทีมงานวิจัยหวังว่าท่านผู้อ่านหรือผู้ประกอบการคงจะได้ไอเดียดีๆที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในการตั้งราคาสินค้าและบริการของท่านเพื่อสามารถดึงดูดลูกค้าได้หลากหลายกลุ่ม อีกทั้งยังสามารถสร้างยอดขายและผลกำไรให้กับกิจการได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ควรมีการสุ่มตรวจเรื่องของมาตรฐานด้านราคาร้านอาหาร อย่างสม่ำเสมอและมีการปรับร้านที่มีการฉวยโอกาสนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางไม่ให้ร้านอื่นๆ ทำตามซึ่งจะสามารถยกระดับภาพลักษณ์โดยรวมให้ดีขึ้นในสายตาของนักท่องเที่ยว

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ จะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) ซึ่งเป็นส่วนที่มีความสำคัญมากในการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าเข้าถึงพื้นที่ของร้าน โดยผู้ประกอบการสามารถดึงมาสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ตัวอย่างเช่น บรรยากาศริมน้ำ บรรยากาศกลางสวน เดินทางสะดวกกลางใจเมือง อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้หากผู้ประกอบการไม่ได้มีทำเลที่ตั้ง (Location) เชิงได้เปรียบ ก็ควรหาส่วนผสมทางการตลาดตัวอื่นๆมาช่วยส่งเสริม ยกตัวอย่างเช่น

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) หากร้านอาหารมีเมนูยอดนิยม (อย่างร้านข้าวซอยฟ้าฮ่าม) ซึ่งการเดินทางถือว่าค่อนข้างลำบากในการไปร้าน แต่มีข้าวซอยเป็นตัวดึงดูดให้ลูกค้าอยากที่จะเดินทางไปลิ้มลองรสชาติถึงลำบากแค่ไหนก็ต้องเดินทางไปทาน จะเห็นได้ว่าร้านอาหารร้านนี้ใช้ตัวผลิตภัณฑ์เป็นจุดขาย และสร้างชื่อเสียงให้กับร้าน

- 2) นอกเหนือจากนั้นทางผู้ประกอบการอาจสร้างความแตกต่างด้วยการจัดส่งถึงที่ (Delivery) ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางขายและการเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ
- 3) การสร้างเว็บไซต์แนะนำร้านอาหารของตน เมื่อเดินทางมายังเชียงใหม่หรือเชียงใหม่ เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) ให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวทราบว่า บริเวณนี้มีร้านอาหารของเราอยู่
- 4) เรื่องของมาตรฐานความสะอาดของร้าน เป็นอีกหนึ่งตัวที่สามารถนำมาสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แล้วให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับความสะอาดของร้าน บริเวณร้าน รวมไปถึงขั้นตอนการปรุงที่ถูกสุขอนามัย โดยทางร้านอาจมีการดำเนินการในเรื่องของการขอใบรับรองจากทางภาครัฐกระทรวงสาธารณสุขเพื่อขึ้นป้ายร้านอาหารที่มีคุณภาพ เป็นอีกหนึ่งไฮไลท์ที่สามารถนำมาเป็นจุดขายและดึงดูดลูกค้าให้ตัดสินใจเลือกทานอาหารที่ร้านของท่านได้อย่างสบายใจ
- 5) ตัวสถานที่ที่มีบรรยากาศน่าดึงดูดใจให้เดินทางมา มีการตกแต่งที่สวยงาม เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งหากผู้ประกอบการมีการวางแผนไว้อย่างดีหรือโทนของร้านได้อย่างมีความเหมาะสม สื่อถึงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการมาสัมผัส ยกตัวอย่างจากข้อมูลที่ทางทีมวิจัยเก็บได้คือ ประเพณีวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอันดับต้นๆ หากทางผู้ประกอบการสามารถดึงเอกลักษณ์ออกมาตกแต่งให้กับสถานที่ของร้านได้ จะเป็นอีกหนึ่งจุดที่ทำให้ลูกค้ามีความต้องการที่จะเดินทางมายังร้านอาหารของท่านเพื่อมาชมบรรยากาศ เพื่อมาทานอาหาร เพื่อมาพักผ่อน ยกตัวอย่างเช่น พื้นที่ของโรงแรมดาราเทวี ที่มีการตกแต่งแบบล้านนา ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเดินทางไปสัมผัสและยังสามารถเพิ่มโอกาสได้การนั่งรับประทานอาหาร นักท่องเที่ยวมีการถ่ายรูปและแชร์กับส่วนต่างๆ ของสถานที่ ซึ่งตรงนี้ก็กลายเป็นกระบอกเสียงในการประชาสัมพันธ์ให้กับร้านท่านไปในตัว

จะเห็นได้ว่าช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) นั้นมีความสำคัญมากทั้งในเรื่องของสถานที่ตั้งและบรรยากาศที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมายังร้านอาหารของท่าน ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์หรือจุดขายให้กับร้านอาหารของท่านเพื่อเป็นจุดที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้มากขึ้น และความตื่นตัว

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน มักจะใช้ชีวิตกับโลกออนไลน์และสื่อออนไลน์ผ่านทางสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต ทั้งใช้เพื่อความบันเทิงและใช้เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นหากธุรกิจร้านอาหารไม่ให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์ก็อาจจะพลาดโอกาสในการทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวรู้จักและมีโอกาสได้ลิ้มรสอาหารของตนก็เป็นได้ ในปัจจุบันเห็นได้ว่าสื่อออนไลน์มีอิทธิพลมากในการจะ

เลือกร้านอาหาร ดังนั้นการทำการตลาดร้านอาหารจึงไม่ควรทำเฉพาะกับสื่อเดิมๆ ผู้ประกอบการร้านอาหารควรมองหาและเพิ่มช่องทางที่มีประสิทธิภาพแต่ประหยัดต้นทุนอย่างสื่อออนไลน์ด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) โดยอาจจะเริ่มจากการทำ Website หรือ Facebook Fanpage เพื่อเป็นประตูให้ลูกค้าสามารถเดินเข้ามาหาข้อมูลของร้านค้าได้ ว่าเป็นร้านอาหารแนวไหน ตั้งอยู่ที่ใด มีเมนูอะไรบ้างที่ขึ้นชื่อของร้าน หรือมีจุดเด่นและจุดดึงดูดอย่างไร เมื่อเดินทางมาในพื้นที่นี้แล้วต้องมาหารับประทานให้ได้ ไม่มาร้านนี้ ถือว่าคุณพลาด เป็นต้น เปรียบเสมือน Online Catalogue ให้ลูกค้าได้เห็นรายละเอียดของร้านค้า ทั้งนี้ควรมีให้เลือกหลากหลายภาษาเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติด้วย
- 2) ต่อมาสิ่งที่ควรทำมากที่สุดคือ จะทำอย่างไรให้พวกเขาเหล่านั้นเห็นเว็บไซต์ของเรา โดยอาจเริ่มจากการทำ Search Engine Marketing (SEM) เราคงทราบกันดีอยู่แล้วว่า Search Engine เป็นที่นิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในการใช้ค้นหาข้อมูลข่าวสารและรายละเอียดที่อยากทราบต่างๆในโลกออนไลน์ สิ่งที่เรากำลังดำเนินการคือ จะทำอย่างไรให้ Website หรือ Facebook Fanpage ของร้านท่านติดอยู่ในอันดับแรกๆ ของ Search Engine ซึ่งสามารถทำได้ด้วยกัน หลายวิธีดังนี้
 - การซื้อโฆษณาจาก Google Adword ที่เรียกว่า Pay Per Click (PCC)
 - การทำ Search Engine Optimization (SEO)
 - การซื้อสื่อออนไลน์ ตามเว็บไซต์ชื่อดังที่แนะนำร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว
 - Blogger review หรือเรียกทางวิชาการว่า Content Marketing การเขียนบรรยายร้านอาหารจากผู้ที่มีชื่อเสียง ส่วนใหญ่แล้วมักจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขั้นสุดท้ายของผู้บริโภค ซึ่งอาจทำได้โดยการเชิญผู้ที่มีชื่อเสียงเหล่านั้นมาที่ร้านแล้วให้ชิมอาหารฟรีแลกกับการเขียนแนะนำร้าน (ทำได้กับผู้ที่มีชื่อเสียงชาวไทยและชาวต่างชาติ) เป็นต้น ซึ่งจากผลการสำรวจบทความรีวิวร้านอาหารออนไลน์พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจมากถึง 72%
 - และอาจจะนำเสนอร้านอาหารของคุณผ่าน Social Media Marketing ตัวอื่นๆ อย่าง Twitter Instagram เพื่อเป็นช่องทางให้ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็น หรือนำร้านอาหารของคุณให้กับเพื่อนๆ (Share) เสมือนการบอกปากต่อปากในโลกออนไลน์ และท่านยังสามารถใช้ช่องทางเหล่านี้ในการแจ้งข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ ของทางร้านให้ลูกค้าได้ทราบอีกด้วย

ซึ่งช่องทางเหล่านี้ถือเป็นช่องทางที่สามารถโฆษณาให้กับร้านอาหารของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพและประหยัดต้นทุนในการโฆษณา อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันและ

อนาคตดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการปรับตัวให้เข้ากับรูปแบบและพฤติกรรมใหม่ของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างที่ผู้ประกอบการต้องการ

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ส่งเสริมเรื่องของการใช้สื่อออนไลน์ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบการ จัดทำเว็บไซต์ร่วมกับผู้ประกอบการทางภาคเหนือ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลในการค้นหา และเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ รวมถึงจัดทำเป็นหลายภาษาเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวที่เข้ามาหาข้อมูลหลายกลุ่ม และสื่อสารผ่านสื่อในปัจจุบันเพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบว่าเว็บไซต์ไวคอยบริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

กระบวนการเป็นเรื่องด้านการบริหารจัดการ ภาพรวมทุกอย่างในร้านอาหารตั้งแต่อาหาร พนักงาน การส่งมอบ ทุกอย่างล้วนเป็นกระบวนการในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับทุกๆ กระบวนการที่ลูกค้าสัมผัส

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ผู้ประกอบการต้องมีความรู้พื้นฐานในธุรกิจให้บริการของตนเอง และติดตามความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบันและตามความต้องการลูกค้าได้ทัน ตัวอย่างการบริการเสริมที่อาจเพิ่มเติมขึ้นมาเช่น Free Wi-Fi เป็นการบริการเพิ่มเติมที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจ เพราะเป็นการบริการเสริมที่นักท่องเที่ยวต้องการเป็นอย่างมาก มีส่วนช่วยในหลายๆเรื่อง ยกตัวอย่างเช่นเรื่องของการถ่ายภาพอาหาร ภาพบรรยากาศของร้านแล้วแชร์ลงโซเชียลมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารของท่าน เป็นการให้ลูกค้าใช้ Wi-Fi ฆ่าเวลาในการรอคอยอาหาร ลดความรู้สึกเชิงลบในการรอคอยลงไปได้เป็นอย่างดี
- 2) ให้ความสำคัญกับการสรรหาและฝึกอบรมพัฒนานบุคลากร ให้มีทักษะในการบริการและทักษะด้านภาษา ส่งเสริมและให้โอกาสพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจในลักษณะแบ่งปันผลประโยชน์จากรายได้ให้ผลตอบแทนและสิ่งจูงใจที่เหมาะสมเพื่อให้แรงกระตุ้นในการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะทำงานและบริการด้วยความจริงใจ
- 3) ด้านกระบวนการส่งมอบหรือการเสิร์ฟอาหารให้กับลูกค้าควรมีการบริหารจัดการระยะเวลาในการรอคอย อาจจะมีการตั้ง KPI ให้กับลูกค้าได้ทราบช่วงระยะเวลาในการรอรับอาหาร ตัวอย่างเช่น ลูกค้าทุกโต๊ะจะรอรับอาหารจานแรกไม่เกิน 10 นาที เพื่อเป็นช่วงเวลาให้ลูกค้าได้ทราบว่ามาร้านอาหารของท่าน จะได้

รับประทานอาหารที่รวดเร็วกว่าร้านอื่นๆ ภายใน 10 นาทีเท่านั้น เป็นอีกหนึ่งเรื่องของการสร้างความแตกต่างด้านกระบวนการบริหารจัดการ

- 4) ช่วงเวลาที่มีลูกค้าเยอะ หรือร้านอาหารของท่านมีลูกค้าที่มาใช้บริการมาก อาจมีการทำเมนูสำเร็จไว้แล้วที่สามารถตักเสิร์ฟได้เลย ลดระยะเวลาในการรอและความรู้สึกหิวของลูกค้า ซึ่งเป็นเรื่องที่คุณประกอบการสามารถนำไปปรับใช้กับร้านของตนได้

ด้านบุคลากร (People)

ธุรกิจร้านอาหารถือเป็นธุรกิจบริการ ดังนั้น บุคคลหรือพนักงานของร้านถือเป็นหน้าตาและภาพลักษณ์ของร้านอาหารของท่านเป็นอย่างมาก เนื่องจากตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้าร้านจะต้องพบกับบุคคลหรือพนักงานก่อนเป็นอันดับแรก และการบริการที่ดีจากทางร้านนั้นเป็นสิ่งที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคจะคาดหวังจากการมาใช้บริการ สิ่งที่คุณประกอบการควรให้ความสำคัญคือ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) มารยาทของพนักงาน “ยิ้มสยาม” เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจะเห็น ซึ่งหลายครั้งที่ทีมงานได้เคยไปใช้บริการร้านอาหารต่างๆ ในพื้นที่และมักพบว่า สิ่งเหล่านี้มันหายไป ยิ่งเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ จะเห็นรอยยิ้มจากพนักงานที่จริงใจน้อยมาก รอยยิ้มสำคัญอย่างไรกับบริการ รอยยิ้มถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความประทับใจตั้งแต่แรกพบหรือตั้งแต่เดินเข้าร้าน ซึ่งหากเราสามารถสร้างความรู้สึกที่สบายใจให้การเข้ามาใช้บริการได้แล้ว สิ่งทางร้านทำผิดพลาดเล็กๆ น้อยๆ จะได้รับการให้อภัยในทันที ยกตัวอย่างเช่น การบริการดีมากตั้งแต่เดินเข้าร้านแต่พนักงานกลับทำน้ำหกบนโต๊ะอาหารพนักงานจะได้รับความเห็นใจจากผู้ใช้บริการ แต่ในทางกลับกันหากการบริการแย่อแล้วยังเสิร์ฟเมนูผิดหรือทำน้ำหกอีก ความรู้สึกไม่พึงพอใจจะเพิ่มขึ้นเป็นหลายเท่าตัวเลยทีเดียว จะเห็นได้ว่าหัวใจของการบริการคือการสร้างความรู้สึกประทับใจให้กับลูกค้า ซึ่งสามารถทำได้ง่ายมากด้วยการยิ้มต้อนรับแบบจริงใจ
- 2) ทักษะการบริการ หลายครั้งที่ทีมงานลงไปเก็บข้อมูลแล้วมักพบว่าเมื่อร้านอาหารคนเยอะการบริการไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง สิ่งที่คุณประกอบการควรให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นมาอีกหนึ่งอย่างคือ การเดินสอบถามความต้องการตามโต๊ะอาหาร “รับอะไรเพิ่มไหมคะ/ครับ, มีอะไรให้ช่วยเหลือเพิ่มเติมไหมคะ/ครับ” เป็นการแสดงถึงความสนใจและใส่ใจลูกค้าและเพิ่มความรู้สึกเชิงบวกได้เป็นอย่างดี เพราะลูกค้าบางโต๊ะอาจจะรออาหารนาน หรือบางโต๊ะอาจจะยังไม่ได้เมนูเพื่อสั่งอาหาร ต้องการให้ตามอาหารให้ หรือต้องการทราบว่าเมนูที่สั่งไปไม่ตกหล่น เป็นต้น
- 3) ความรู้ความสามารถด้านการสื่อสารได้หลายภาษาโดยเฉพาะภาษาจีนและภาษาอังกฤษ เป็นสิ่งสำคัญมากในการช่วยให้ลูกค้ามีความเข้าใจในเมนูที่ตนเองสั่งและได้เมนูอาหารตามต้องการ ซึ่งการสื่อสารตรงนี้

พนักงานอาจมีความรู้หรือคำศัพท์ที่จำเป็นในการสั่งหรือการโต้ตอบ เสมือนเป็นการ “พูดภาษาเดียวกันกับลูกค้า” ซึ่งจะสามารถสร้างความรู้สึกเป็นกันเองกับลูกค้าได้เพิ่มมากยิ่งขึ้นหรืออาจมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในเรื่องของการแปลภาษาเพิ่มเพิ่มความสะดวกและลดการหาแรงงานที่มีทักษะภาษาที่มีราคาสูง เช่น การใช้โปรแกรมการแปลภาษา การใช้คิวอาร์โค้ดในเมนูอาหารอาจจะเป็นเมนูสำคัญๆ หรือเป็นเมนูที่เป็นเอกลักษณ์ของร้าน เพราะการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเราจะสามารถปรับปรุงหรือแก้ไขได้ง่ายและสะดวก และพัฒนาเพิ่มขึ้นเป็นเมนูอื่นๆ ภายในร้าน

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) มีการช่วยเหลือผู้ประกอบการด้วยการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดอบรมเรื่องของหัวใจการบริการเพื่อสร้างความประทับใจ อาจมีการจัดเป็นคอสที่สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการที่มีความสนใจ
- 2) การช่วยเหลือเรื่องของทักษะด้านภาษาของพนักงาน อาจเป็นคอสความรู้พื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจอาหาร ให้พนักงานพอที่จะเข้าใจและสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

สภาพแวดล้อมและบรรยากาศทั้งหมดที่ลูกค้าสัมผัสตั้งแต่เดินเข้ามาในร้านซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับจากการคิดและวางแผนของผู้ประกอบการทั้งในด้านอารมณ์และความรู้สึก

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) การทำให้ลูกค้าจดจำในสิ่งที่เห็น ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญที่สุด ซึ่งประกอบไปด้วย โลโก้ของร้าน สีโทนของร้าน การจัดแสงสีไฟภายในร้าน ซึ่งทั้งหมดส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึก เป็นภาพจดจำที่ชัดเจนให้กับลูกค้าทุกครั้งที่ลูกค้ากลับมาใช้บริการ บรรยากาศภายในร้าน ถือว่าเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างแรกๆ เพราะว่าลูกค้าหลายคนไม่ได้เลือกร้านที่จะนั่งทานจากแค่ความอร่อยของอาหารเป็นอันดับแรกๆ แต่บรรยากาศภายในร้านต่างหากที่มีส่วนช่วยตัดสินใจเดินเข้าร้าน ร้านอาหารหลายๆ ร้านที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเยอะๆ สม่าเสมอจะสังเกตได้ว่ามีการออกแบบและตกแต่งร้านอาหารให้มีสไตล์ที่เป็นของตัวเอง เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยว ตัวอย่าง การตกแต่งร้าน อาจจะนำเสนอถึงเอกลักษณ์ของภาคเหนือ เวลาเดินทางมาในเส้นทาง R3Aทำให้รู้สึกว่าได้มาทานร้านที่เป็นอาหารพื้นเมือง มีการตกแต่งดี มีบรรยากาศที่น่านั่งรับประทาน เป็นต้น

- 2) กลิ่น เป็นอีกหนึ่งสัมผัสที่สำคัญมากต่อธุรกิจร้านอาหาร ทำให้ลูกค้าจกกลิ่นของอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ได้ อาจจะใช้วิธีเปิดฝาหอมให้กลิ่นหอมๆ โขยออกมาทุกครั้งที่มีลูกค้าเดินผ่าน ซึ่งเป็นเทคนิคเล็กๆ ที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาใช้ได้เลย เพราะเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สามารถดึงดูดลูกค้าได้เป็นอย่างดี
- 3) เสียง เป็นอีกหนึ่งสัมผัสที่สามารถสร้างความจดจำต่อแบรนด์ได้ ซึ่งร้านอาหารสามารถใช้เสียงได้หลายแบบอย่างเช่น การใช้เพลงภายในร้าน ควรจะเป็นธีมเดียวกัน แนวเดียวกัน ไม่เปิดแบบมั่วๆ ทุกสไตล์ เพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนว่าจริงๆ และ มุทส์และโทนของร้านเป็นแบบใด ตัวอย่างเช่น ร้านอาหารเมือง มีการใช้ดนตรีพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เปิดเบาๆ เข้ากับบรรยากาศและเมนูของอาหารในร้าน หรือการการพูดชื่อเมนูเป็นภาษาพื้นเมืองเวลาเสิร์ฟอาหารเพื่อเป็นการเพิ่มอรรถรสในการรับประทานอาหารของลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น หรือแม้แต่คำกล่าวต้อนรับตั้งแต่ทางเข้าร้าน “สวัสดีเจ้า” ซึ่งอาจจะเป็นการใช้เสียงที่ก่อให้เกิดเอกลักษณ์ในการมาทานอาหารได้ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ควรเข้ามาแนะนำในการขอรับรองมาตรฐานความสะอาดของร้านอาหารให้กับผู้ประกอบการ และควรมีการนำเสนอ LOGO ความสะอาดหรือร้านอาหารที่ผ่านการตรวจสอบไปกับหน่วยงานการท่องเที่ยว เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวรับรู้ ว่า เมื่อเห็น LOGO นี้สามารถมั่นใจได้ว่าร้านอาหารที่ทานเห็นนั้นผ่านการตรวจสอบความสะอาดถูกหลักอนามัยและปลอดภัยต่อผู้บริโภค เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการเลือกรับประทานอาหารและยกระดับร้านอาหารให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากผลการศึกษา พบว่าผลิตภัณฑ์บริการของธุรกิจขนส่งในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ ยังคงมีปัญหาที่ต้องมีการแก้ไข ปรับปรุงและพัฒนา ได้แก่ (1) ยานพาหนะที่ให้บริการอยู่ในสภาพเก่า โดยเฉพาะยานพาหนะของผู้ให้บริการขนส่งภายในเมือง ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายแก่นักท่องเที่ยวได้ (2) ผู้ประกอบการที่เป็นธุรกิจขนส่งมวลชน เช่น รถบัส รถตู้ รถสองแถว ขาดความตรงต่อเวลาในการออกรถ เนื่องจากต้องการรอให้ผู้โดยสารเต็มคันรถก่อน ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าต้องรอนานและเกิดความไม่พอใจได้ ดังนั้น จึงมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ผู้ประกอบการขนส่งควรจัดหายุานพาหนะที่อยู่ในสภาพดี มีความทันสมัย มีอุปกรณ์และบริการเสริมต่างๆ ที่สามารถเพิ่มคุณค่าของการบริการได้ เช่น โทรศัพท์ ระบบปรับอากาศและกรองอากาศ การเสิร์ฟอาหารว่างระหว่างเดินทาง เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการและเพิ่มความสะดวกสบายแก่ผู้ให้บริการ
- 2) ผู้ประกอบการขนส่งควรมีการซ่อมบำรุงยานพาหนะที่ให้บริการในลักษณะของการบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance) โดยมีกำหนดการบำรุงรักษายานพาหนะเป็นประจำอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับยานพาหนะ ชะลอการเสื่อมสภาพของเครื่องยนต์ ซึ่งจะช่วยลดปัญหายานพาหนะขัดข้องระหว่างการให้บริการได้
- 3) ผู้ประกอบการที่ให้บริการขนส่งในเส้นทางประจำ ควรมีกำหนดตารางเวลาการเดินทางของแต่ละวันอย่างชัดเจน โดยอาจทำเป็นแผ่นป้ายประกาศขนาดใหญ่เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับทราบถึงเวลาที่จะออกเดินทางในแต่ละรอบ รวมถึงเพิ่มช่องทางในการตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับเที่ยวรถให้มีหลากหลายรูปแบบมากขึ้น เช่น ทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ หรือประชาสัมพันธ์ผ่านแผ่นพับ โบรชัวร์ เป็นต้น และควรออกเดินทางให้ตรงตามกำหนดเวลาที่ได้ประกาศไว้
- 4) ผู้ประกอบการที่มีบริการยานพาหนะให้เช่า ไม่ว่าจะเป็นรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ หรือรถยนต์ ควรมีกำหนดเงื่อนไขต่างๆ อย่างชัดเจนไว้ในสัญญาเช่า โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้เช่าทำให้ตัวยานพาหนะหรืออุปกรณ์ต่างๆ ของยานพาหนะเกิดความเสียหาย รวมถึงควรมีการแจ้งให้ผู้ให้บริการได้รับทราบถึงเงื่อนไขดังกล่าวก่อนที่จะนำยานพาหนะไปใช้งาน เพื่อป้องกันปัญหาการถกเถียงกันในเรื่องของการชดเชยค่าเสียหายที่อาจตามมาภายหลัง

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ควรเพิ่มความเข้มงวดในกระบวนการตรวจสอบสภาพของยานพาหนะที่จะใช้ให้บริการในทุกๆ ปี ซึ่งหากไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทั้งในด้านประสิทธิภาพของเครื่องยนต์และความปลอดภัยของผู้โดยสาร ควรมีการเก็บค่าปรับจากผู้ประกอบการขนส่งและไม่ออกใบอนุญาตให้กับยานพาหนะคันดังกล่าว จนกว่าจะมีการปรับปรุงให้ถึงเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ทั้งนี้อาจมีการให้คำแนะนำเบื้องต้นเกี่ยวกับการบำรุงรักษายานพาหนะ รวมถึงการประชาสัมพันธ์กฎระเบียบดังกล่าวให้กับผู้ประกอบการขนส่งในพื้นที่ทราบโดยทั่วถึงกัน
- 2) ประสานงานกับผู้ประกอบการขนส่งในพื้นที่เกี่ยวกับการติดต่อศูนย์รับแจ้งเหตุและหน่วยบริการซ่อมฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ในกรณีที่ยานพาหนะเสียระหว่างเดินทาง

- 3) องค์การภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ตนเองเป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการขนส่ง โดยประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทาง ยานพาหนะที่สามารถใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่ให้บริการในแต่ละเส้นทาง รวมถึงช่องทางการซื้อตั๋วโดยสาร ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้นอกเหนือจากการติดต่อทางโทรศัพท์หรือเว็บไซต์ของผู้ให้บริการโดยตรง
- 4) ควรมีการกำหนดสัญญาเช่ายานพาหนะที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เงื่อนไขต่างๆ ที่ระบุไว้ในสัญญาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผ่านการตรวจสอบและรับรองจากหน่วยงานของรัฐ เพื่อป้องกันการฉวยโอกาสหรือเอาเปรียบลูกค้า เช่น ในกรณีที่ผู้เช่าทำให้อายุยานพาหนะหรืออุปกรณ์ต่างๆ เกิดความเสียหาย จะต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ผู้ให้เช่าเป็นมูลค่าเท่าใด เป็นต้น

ด้านราคา (Price)

จากผลการศึกษาในภาพรวม พบว่าอัตราค่าบริการขนส่งผู้โดยสารทั้งการขนส่งภายในเมืองและการขนส่งระหว่างเมืองนั้นอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก มีความเหมาะสมกับคุณภาพการบริการที่ลูกค้าได้รับ อย่างไรก็ตาม ยังคงพบว่าผู้ให้บริการอิสระบางรายมักจะมีโอกาสขึ้นราคาค่าโดยสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับลูกค้าชาวต่างชาติ รวมถึงการให้บริการในช่วงเทศกาล ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวของจังหวัดได้ ดังนั้น จึงมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ควรมีการกำหนดอัตราค่าบริการสำหรับรถโดยสารสาธารณะแต่ละประเภทให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยแบ่งออกเป็นอัตราค่าบริการในช่วงเวลาเร่งด่วน และอัตราค่าบริการในช่วงเวลาปกติ เพื่อทำให้ผู้ใช้บริการตลอดทั้งวัน รวมทั้งมีการประกาศให้นักท่องเที่ยวรับทราบ โดยมีป้ายแสดงอัตราค่าบริการอย่างชัดเจน (ป้ายดังกล่าวควรมี 3 ภาษาหลักๆ ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใสและจริงใจต่อผู้ใช้บริการทุกคน นอกจากนี้ผู้ให้บริการขนส่งมวลชนอาจพัฒนา/ปรับปรุงระบบการออกสลิปหรือใบเสร็จรับเงินให้กับผู้ใช้บริการ โดยอาจเริ่มต้นจากรถโดยสารประจำทางปรับอากาศและรถแท็กซี่ ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความมีมาตรฐานและความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทในการกำหนดอัตราค่าบริการของยานพาหนะแต่ละประเภท โดยกำหนดเพดานอัตราค่าบริการสูงสุดที่สามารถเรียกเก็บได้ และจะต้องมีการประกาศให้ผู้ประกอบการทราบโดยทั่วถึงกัน ทั้งนี้เพื่อป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลหรือฤดูการท่องเที่ยวซึ่งมักพบว่ามีราคาสูงเกินกว่าปกติมาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

จากผลการศึกษาพบว่า ในฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นจำนวนมาก อาจเกิดความล่าช้าในการจัดจำหน่ายตั๋วโดยสาร เนื่องจากจำนวนพนักงานที่ให้บริการมีค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว จึงทำให้เกิดจุดคอขวด (Bottleneck) ในขั้นตอนการจัดจำหน่ายตั๋วโดยสาร รวมถึงการรับชำระเงินค่าโดยสาร ดังนั้นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา มีดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ควรมีการปรับเพิ่มช่องทางการจำหน่ายตั๋วโดยสารให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น ผ่านทางเว็บไซต์ ร้านสะดวกซื้อต่างๆ เคาน์เตอร์เซอร์วิส หรืออาจสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับโรงแรม ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า ไปรษณีย์ เป็นต้น ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น
- 2) เพิ่มช่องทางในการตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับเที่ยวรถ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว โดยอาจใช้ช่องทางหลากหลายรูปแบบ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ หรือประชาสัมพันธ์ผ่านทางแผ่นพับ โบรชัวร์ เป็นต้น
- 3) ควรพัฒนาระบบการรับจองและซื้อขายตั๋วโดยสารโดยใช้คอมพิวเตอร์เข้ามาช่วย จะสามารถเพิ่มความเร็ว ถูกต้อง และสะดวกสบายในการสำรองตั๋วของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ส่วนผู้ประกอบการที่มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการรับจองและซื้อขายตั๋วอยู่แล้ว ก็ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาให้ระบบมีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น ทั้งในเรื่องประสิทธิภาพของคอมพิวเตอร์และความทันสมัยของซอฟต์แวร์

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) สร้างนโยบายเพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีการนำเอาระบบคอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยเหลือในการรับจองและจำหน่ายตั๋วโดยสาร อาจมีการแนะนำซอฟต์แวร์หรือแอปพลิเคชันใหม่ๆ คุณภาพสูง หรือมีการจัดอบรมให้ความรู้ในเรื่องดังกล่าวแก่ผู้ประกอบการขนส่งในพื้นที่

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจขนส่งยังไม่มี ความหลากหลายทางด้านราคามากเท่าใดนัก หากจัดทำโปรโมชั่นที่ลูกค้าไม่สนใจ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดนั้นๆ ถือว่าเป็นการสูญเสียโดยเปล่าประโยชน์ ดังนั้น ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจขนส่ง มีดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ควรจัดทำโปรโมชั่นหรือแพ็คเกจการเดินทางที่มีความหลากหลายและดึงดูดใจลูกค้า เพื่อนำเสนอเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น ส่วนลดจากการเดินทางเป็นกลุ่ม ส่วนลดจากการสำรองตัวโดยสารล่วงหน้าเป็นระยะเวลานาน เป็นต้น
- 2) ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาค่าบริการ โดยแบ่งออกเป็น อัตราค่าบริการในช่วงเวลาเร่งด่วน และอัตราค่าบริการในช่วงเวลาปกติ เพื่อให้มีผู้ใช้บริการตลอดทั้งวัน

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หรือหน่วยงานในสังกัดกระทรวงคมนาคม ทั้งหน่วยงานราชการและส่วนของรัฐวิสาหกิจต้องร่วมมือกันกับผู้ประกอบการขนส่งในพื้นที่ ในการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการคมนาคมขนส่ง เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รับทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางเพื่อเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ รวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวภายในพื้นที่ที่สามารถใช้บริการยานพาหนะประเภทใดได้บ้าง รวมถึงอัตราค่าบริการและช่องทางการจำหน่ายตัวโดยสาร

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการขนส่งระหว่างเมือง กับผู้ให้บริการขนส่งภายในเมือง แต่ละประเภทต่างก็มีกระบวนการให้บริการที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าที่จะใช้บริการ ลูกค้าบางรายอาจจะไม่ได้ให้ความสำคัญกับความสะอาดสบายหรือความเที่ยงตรงในการออกเดินทางมากนัก ในขณะที่ลูกค้าบางรายมองว่าเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการของธุรกิจขนส่งมีดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ควรมีการกำหนดหรือทบทวนระเบียบการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อวางแผน ควบคุมการดำเนินงาน ตรวจสอบ ปรับปรุงและพัฒนาให้การปฏิบัติงานตามขั้นตอนต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นการสร้างมาตรฐานในการบริการให้กับธุรกิจอีกด้วย
- 2) ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้โดยสารเป็นหลัก โดยมีความพร้อมเรื่องอุปกรณ์ป้องกันภัยต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวในขณะโดยสารยานพาหนะ เช่น เข็มขัดนิรภัย หมวกกันน็อก เสื้อชูชีพ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) กำหนดกฎระเบียบอย่างเข้มงวดเกี่ยวกับอุปกรณ์ป้องกันภัยต่างๆ บนยานพาหนะ ไม่ว่าจะเป็นเสื้อชูชีพ หมวกกันน็อก เข็มขัดนิรภัย เป็นต้น ให้มีความพร้อมสำหรับใช้งานบนยานพาหนะที่ให้บริการทุกคัน หากตรวจสอบแล้วพบว่ายานพาหนะคันใดไม่ได้ติดตั้งอุปกรณ์ป้องกันภัย จะไม่อนุญาตให้ใช้ยานพาหนะคันนั้น ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงกำหนดบทลงโทษอย่างรุนแรงต่อผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของยานพาหนะ

ด้านบุคลากร (People)

จากผลการศึกษา พบว่าปัญหาหลักๆ ในด้านบุคลากรของธุรกิจขนส่งในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ โดยเฉพาะผู้ให้บริการขนส่งระหว่างเมือง ได้แก่ ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ รวมถึงทักษะในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาในด้านบุคลากร มีดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ควรมีการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มทักษะเฉพาะด้านในการปฏิบัติงานและการบริการ รวมถึงทักษะด้านภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีน อันจะส่งผลต่อการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและมีมาตรฐาน

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ร่วมมือกับผู้ประกอบการขนส่งในการพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของทักษะในการขับขี่ยานพาหนะ ทักษะในการให้บริการบนยานพาหนะ รวมถึงทักษะทางด้านภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีน อาจจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ฝึกอบรมทักษะที่จำเป็นสำหรับวิชาชีพการบริการขนส่ง และกำหนดให้ผู้ประกอบการขนส่งในพื้นที่ส่งพนักงานมาฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ นอกเหนือจากการฝึกอบรมภายในองค์กร ทั้งนี้รวมถึงผู้ให้บริการอิสระ ก็สามารถเข้ามาฝึกอบรมได้ด้วยเช่นกัน

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

จากผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางกายภาพของสถานีขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นสถานีรถทัวร์ สถานีรถตู้ สถานีรถไฟ หรือสถานีรถสองแถว สำนักงาน เคาน์เตอร์ขายตั๋วโดยสาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ห้องน้ำ รวมถึงยานพาหนะที่ให้บริการมีสภาพค่อนข้างเก่าและทรุดโทรม ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่มีลูกค้ามาใช้บริการเป็น

จำนวนมากในแต่ละวัน จึงเป็นสิ่งที่ควรได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ดังนั้น ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาในด้านลักษณะทางกายภาพ มีดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ควรกำหนดแผนงานอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการดูแลความพร้อมรวมถึงความสะอาดและสุขอนามัยของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นเคาน์เตอร์ขายตั๋ว ห้องสุขาภายในสถานี เบาะนั่ง ผ้าห่ม อาหารว่าง รวมถึงป้ายบอกข้อมูลต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์โดยรวมของธุรกิจ ในสายตาของลูกค้าและประชาชนทั่วไป

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) มีการควบคุมในเรื่องความสะอาดและสุขอนามัยของยานพาหนะ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ จัดตั้งหน่วยงานที่คอยให้คำปรึกษาและแนะนำเรื่องดังกล่าวให้กับผู้ประกอบการขนส่งในพื้นที่ ทั้งนี้ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ปัญหาที่พบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ มีดังนี้ (1) ไม่ค่อยมีสินค้าให้ลูกค้าชิมก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ โดยจะมีให้ชิมเฉพาะบางร้านเท่านั้น ซึ่งผู้ประกอบการอาจกลัวว่าลูกค้าจะชิมอย่างเดียวโดยไม่ซื้อสินค้าใดๆ (2) สินค้าที่เป็นของฝากของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อส่วนใหญ่มักจะเป็นอาหาร จึงไม่เหมาะกับการเดินทางขนส่งระยะทางไกลเท่าใดนัก (3) ยังไม่ค่อยมีสินค้าของที่ระลึกที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ มากเท่าใดนัก ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่ผลิตจากโรงงานทั่วไป เช่น เสื้อยืด ผ้าพันคอ เครื่องประดับต่างๆ ซึ่งที่จริงแล้วหาซื้อที่ใดก็ได้ในประเทศไทย (4) สินค้ายังขาดการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องราวความเป็นมา ที่มาที่ไป ว่าทำไมสินค้านี้จึงเป็นของดีของจังหวัด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าและกระตุ้นให้ลูกค้ารู้สึกอยากที่จะซื้อสินค้านี้มากขึ้น และ (5) บรรจุภัณฑ์ของสินค้าหลายๆ อย่างยังไม่มีควมน่าดึงดูดเท่าใดนัก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) คิดค้นสินค้าที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมประจำท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าและสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์สินค้าควรมีความเจาะจงในแต่ละพื้นที่ และสะท้อนเอกลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวและควรมีการพัฒนาสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะร้านค้า
- 2) เน้นการสร้างเรื่องราวให้กับตัวสินค้า ทำให้ลูกค้าเห็นภาพหรือกระบวนการต่างๆ ว่ากว่าจะออกมาเป็นสินค้าที่วางขายอยู่นี้ ต้องผ่านขั้นตอน และใช้ความพิถีพิถันอย่างไรบ้าง ซึ่งจะสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าในสายตาลูกค้าได้ และทำให้ลูกค้าเห็นถึงความใส่ใจของขั้นตอนการผลิต เช่น ตุ๊กตที่มีความหมายที่แตกต่างกันไป เป็นต้น หรือเรื่องราวของกระบวนการในการผลิตที่มีความพิถีพิถันเพื่อเพิ่มการรับรู้มูลค่าให้กับนักท่องเที่ยว
- 3) ออกแบบสินค้าให้มีส่วนที่ผู้ซื้อต้องนำไปเติมเต็ม เช่น ร่มที่ร่างรูปต่างๆ ไว้ และให้นักท่องเที่ยวไปใส่สีเพิ่มเติมเอง ซึ่งจะช่วยให้ขายสินค้าอื่น เช่น สีและพู่กัน ได้เพิ่มขึ้นด้วย
- 4) ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อให้ตัวสินค้าสามารถขายได้ด้วยตัวเอง ลูกค้าเห็นแล้วอยากที่จะซื้อเป็นของฝาก นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังเป็นสิ่งที่จำแนกความแตกต่างระหว่างสินค้าแต่ละชนิดแต่ละผู้ผลิตได้อีกด้วย โดยทางร้านอาจสร้างความแตกต่างโดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องรูปภาพหรือสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นลงไปด้วย จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความน่าสนใจมากขึ้น
- 5) ของที่ระลึกที่เป็นอาหาร ควรมีการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าในเรื่องของรสชาติ

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ประสานกับภาครัฐกิจ และหน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงพื้นที่ใกล้เคียงในการวางอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของพื้นที่ เพื่อนำไปใช้เป็นจุดขาย และใช้ในการกำหนดรูปแบบของที่ระลึกประจำพื้นที่
- 2) พัฒนาระบบการผลิตสินค้า ทั้งในส่วนของที่ระลึกที่เป็นอาหาร และไม่ใช่อาหารของผู้ประกอบการ
- 3) ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ด้านราคา (Price)

จากการศึกษา พบว่า ร้านขายของที่ระลึกมีการตั้งราคาสูงจนเกินไป มีการโก่งราคาขายสินค้าแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล สินค้าที่ระลึกจะมีราคาแพงกว่าปกติมาก ดังนั้นข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาในด้านราคาของธุรกิจร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ ได้แก่

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) มีความหลากหลายด้านราคา เพื่อเป็นการกระจายโอกาสในการขายให้มากที่สุด
- 2) มีจรรยาบรรณในการตั้งราคาขาย ให้มีความเท่าเทียมทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ
- 3) มีการติดป้ายราคาที่ชัดเจนของสินค้าแต่ละชิ้น
- 4) ผู้ประกอบการมีมาตรฐานราคาที่ใกล้เคียงกัน เพื่อลดการแข่งขันทางด้านราคา

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) กำหนดมาตรการให้ผู้ประกอบการมีการแสดงราคาที่ชัดเจน เพื่อลดโอกาสในการเอาเปรียบผู้บริโภค
- 2) ช่วยผู้ประกอบการในการกำหนดมาตรฐานราคาของสินค้าต่างๆ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ปัญหาประการหนึ่งของช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกดังกล่าว คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอาจไม่รู้จักแหล่งซื้อของฝากภายในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ หากไม่ได้มีการศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่มาก่อน ดังนั้นจึงเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) ควรเพิ่มช่องทางการพบเห็น โดยผู้ประกอบการร้านขายสินค้าที่ระลึกควรมีการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ในการประชาสัมพันธ์ถึงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึกที่ขึ้นชื่อ และได้รับความนิยม รวมถึงแหล่งที่สามารถซื้อของฝากเหล่านั้นได้ โดยอาจประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับหรือโบรชัวร์แล้วนำไปวางแจกที่โรงแรมที่พักทุกแห่งในเชียงรายและเชียงใหม่ หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) เพิ่มช่องทางในการกระจายสินค้าที่ระลึกให้กับผู้ประกอบการผ่านศูนย์การท่องเที่ยวของภาครัฐ รวมถึงร้านค้าและสหกรณ์ต่างๆ ในพื้นที่

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ปัญหาที่สำคัญของธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึกในเรื่องของการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การขาดการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รับรู้ ถึงแม้ว่าร้านขายสินค้าที่ระลึกจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากก็จริง แต่การโฆษณาโดยใช้วิธีดังกล่าวอาจจะไม่ได้ผลกับลูกค้าชาวต่างชาติ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) เพิ่มการใช้ประโยชน์จากพฤติกรรมของลูกค้าในการบอกต่อบนสังคมออนไลน์มากขึ้น โดยอาจใช้การกดไลค์แฟนเพจของร้าน หรือการถ่ายรูปหน้าร้านลงเฟสบุ๊คของตนเอง เพื่อรับส่วนลด เป็นต้น
- 2) เพิ่มการส่งเสริมการขาย โดยจัดขายคู่ระหว่างจัดผสมสินค้าที่นิยมกับสินค้าใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของตลาด
- 3) มีการจัดชุดสินค้าที่หลากหลายเพื่อจำหน่ายในราคาพิเศษ

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด
- 2) จัดงานส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ออกร้านขายสินค้า และได้เรียนรู้วิธีการส่งเสริมการตลาด
- 3) จัดคลินิกให้คำปรึกษาทางด้านการตลาดกับผู้ประกอบการ

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนากระบวนการให้บริการของธุรกิจร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดเชียงราย และเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) สร้างการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกระบวนการผลิตของที่ระลึก ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ร่วม ยังสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับของที่ระลึกชิ้นนั้นๆ
- 2) มีการปรับปรุงแบบของการนำเสนอสินค้าให้น่าสนใจ โดยอาจอาศัยภาพเคลื่อนไหวร่วมด้วย เช่น การใช้โทรทัศน์เพื่อบอกเล่าเรื่องราวของการผลิตสินค้านั้นๆ เป็นต้น

- 3) กำหนดกระบวนการให้บริการที่ชัดเจน ตั้งแต่ต้นจนจบการซื้อ ได้แก่ การทักทายเมื่อลูกค้าเข้าร้าน การกล่าวขอบคุณเมื่อลูกค้าเดินออกจากร้านไป การถือถุงสินค้าไปส่งให้กับลูกค้าที่หน้าร้าน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการจัดการกระบวนการให้บริการ การจัดทำ Service Blueprint

ด้านบุคลากร (People)

สิ่งที่ควรปรับปรุงสำหรับธุรกิจร้านขายของที่ระลึกในด้านบุคลากร ได้แก่ (1) พนักงานยังขาดทักษะในการขายแบบ hard sell (2) พนักงานขาดทักษะในการโน้มน้าวใจและการปิดการขาย และ (3) พนักงานยังขาดทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีน ดังนั้นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาด้านบุคลากรสำหรับธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึกในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) พัฒนา ทักษะในการนำเสนอขายสินค้าทั้งในภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีน
- 2) สร้างความกระตือรือร้นในการสอบถามความต้องการของลูกค้า และการให้บริการ เช่น เมื่อลูกค้าเริ่มหยิบซื้อสินค้า พนักงานควรนำตะกร้าใส่ของไปให้ลูกค้า เป็นต้น
- 3) ผู้ประกอบการควรมีการฝึกอบรมเพิ่มทักษะการโน้มน้าวใจและการปิดการขายให้กับพนักงานมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะทางด้านภาษาให้กับผู้ประกอบการ และบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 2) กำหนดมาตรฐานการสำเร็จการศึกษา โดยมีภาษาอังกฤษเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการสำเร็จการศึกษาของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 3) เพิ่มความสำคัญในการคัดสรรบุคลากรทางการศึกษา โดยมีการใช้เกณฑ์ด้านทักษะภาษาต่างประเทศมาเป็นเกณฑ์สำคัญในการพิจารณา

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

เมื่อพิจารณาถึงสิ่งที่ควรปรับปรุงในด้านลักษณะทางกายภาพของร้านขายสินค้าที่ระลึกล้าน พบว่าสิ่งที่ควรปรับปรุง ได้แก่ (1) พนักงานที่ปฏิบัติงานในร้านขายสินค้าที่ระลึกล้านนั้น ไม่ได้แต่งกายที่เป็นยูนิฟอร์มของทางร้าน อาจทำให้ลูกค้าสับสนว่าใครเป็นพนักงานขาย (2) ร้านขายสินค้าบางร้านยังคงต้องปรับปรุงเพิ่มเติมในเรื่องของความสะอาด และความถูกต้องลักษณะของทางร้านและ (3) ร้านขายสินค้าที่ระลึกล้านจัดวางสินค้าอย่างไม่เป็นระเบียบ ไม่มีการจัดหมวดหมู่ของสินค้าอย่างชัดเจน ดังนั้นแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ได้แก่

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

- 1) การจัดแสดงสินค้า ควรมีตัวอย่างการนำสินค้าไปใช้ประโยชน์ เพื่อสร้างไอเดียให้ผู้ซื้อ เช่น ร่มเชียงใหม่ ใช้ในการประดับอาหาร
- 2) มีการจัดวางสินค้าโดยคำนึงถึงการสร้างความโดดเด่นของร้าน และประเด็นด้านราคาในมุมมองของผู้บริโภค กล่าวคือ มีการแสดงสินค้าที่มีราคาถูกหาซื้อได้ง่ายในบริเวณที่พบเห็นได้ง่าย ควบคู่กับสินค้าเด่นของร้าน
- 3) ทางร้านควรจัดทำระเบียบยูนิฟอร์มของทางร้าน และกำหนดให้พนักงานที่ปฏิบัติงานในร้านทุกคนต้องใส่เครื่องแบบดังกล่าวในขณะที่ปฏิบัติงาน เพื่อให้ลูกค้าทราบว่าใครเป็นพนักงานของทางร้าน และยังเป็น การช่วยโฆษณาร้านในอีกทางหนึ่งด้วย
- 4) ควรสอดแทรกความเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นหรือเอกลักษณ์ของสินค้าที่ขาย โดยอาจตกแต่งร้านให้มีความสอดคล้องกับสินค้าที่ขาย หรือให้พนักงานขายแต่งกายให้สอดคล้องกับตัวสินค้า
- 5) ร้านขายสินค้าที่ระลึกล้านควรมีการจัดผังของร้าน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการเดินเลือกชมสินค้าภายในร้าน รวมถึงการจัดแสดงสินค้าภายในร้านให้มีความน่าสนใจ โดยอาจใช้แสงไฟ หรือมีการเปิดเพลงเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายระหว่างการเลือกซื้อสินค้าในร้าน

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดผังร้านค้ากับผู้ประกอบการ เช่น ร้านโชวห่วยตัวอย่าง หรือร้านค้าสหกรณ์ ตัวอย่าง ในการอบรมต่างๆ ที่จะขึ้นเป็นประจำของกรมฯ ที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะแนวหลักดันปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทาน

แนวทางหลักดัน 3 ปัจจัยส่งเสริมความร่วมมือของผู้ประกอบการได้แก่ ความเชื่อใจ (Trust) ความมุ่งมั่น (Commitment) และการลดต้นทุนธุรกรรม (Transaction Cost) มีข้อเสนอต่อทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ดังนี้

ปัจจัยความมุ่งมั่น (Trust)

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ภาครัฐควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทางทาง R3E เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประกอบการ
- 2) ภาครัฐสามารถสร้างกลไกในการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างผู้ประกอบการ สร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E

ข้อเสนอแนะสำหรับภาคเอกชน

- 1) ภาคเอกชนควรมีการวางแผนร่วมกันผ่านสมาคมที่เกี่ยวข้อง อาทิ เช่น สมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว หรือ หอการค้า ที่อยู่ในพื้นที่
- 2) ผู้ประกอบการควรตั้งวิสัยทัศน์ ให้ชัดเจนในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว และดำเนินการตามแผน สร้างความชัดเจนในการสร้างความร่วมมือ กับ พันธมิตรทางธุรกิจ

ข้อเสนอแนะสำหรับสถาบันการศึกษา

- 1) สนับสนุนการวางนโยบายของภาครัฐและเอกชน ด้วยการวิเคราะห์ทางวิชาการ หรือ งานวิจัยเชิงประจักษ์
- 2) เสนอแนะแนวทางการวางกลไกการเพิ่มความมุ่งมั่นระหว่างผู้ประกอบการ ด้วยการวิเคราะห์ทางวิชาการ

ปัจจัยความเชื่อใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) ส่งเสริมให้ภาคเอกชนได้ทำกิจกรรมร่วมกันผ่านโครงการพัฒนาผู้ประกอบการโดยให้ความรู้
- 2) สร้างโอกาสทางการตลาด และมีกิจกรรมร่วมกัน โดยอาจจะพัฒนาผู้ประกอบการเป็นรุ่นต่าง ๆ เช่น หลักสูตรการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะสำหรับภาคเอกชน

- 1) เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะช่วยให้รู้จักผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน
- 2) ส่งเสริมให้มีการทำกิจกรรมร่วมกันกับองค์กรอื่น ๆ
- 3) มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่

ข้อเสนอแนะสำหรับสถาบันการศึกษา

- 1) ให้ความรู้กับภาคเอกชนให้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความเชื่อใจ
- 2) ร่วมพัฒนากิจกรรมในการสร้างความเชื่อใจระหว่างผู้ประกอบการ
- 3) จัดกิจกรรมบริการวิชาการโดยเน้นการสร้างองค์ความรู้และสอดแทรกกิจกรรมให้ผู้ประกอบการได้ทำ
ความรู้จักกัน

ปัจจัยต้นทุนธุรกรรม

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

- 1) อำนวยความสะดวกให้ภาคเอกชน สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่น ลดปัญหา

ข้อเสนอแนะสำหรับภาคเอกชน

- 2) สร้างความเข้าใจให้ตรงกันในการทำงาน วางแนวทางการพัฒนา

ข้อเสนอแนะสำหรับสถาบันการศึกษา

- 3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบการทำงานที่ลดต้นทุนธุรกรรม

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาเครือข่าย และการร่วมมือในโซ่อุปทาน

แนวทางการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนแบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ ภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรมและกระทรวงการต่างประเทศ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งภาคการศึกษาที่มีส่วนในการสนับสนุนทางด้านวิชาการ โดยข้อเสนอสามารถแบ่งได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

สำหรับภาครัฐ ในการสร้างและส่งเสริมความมุ่งมั่นระหว่างภาคเอกชนควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทางทาง R3E เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ ภาครัฐสามารถสร้างกลไกในการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างผู้ประกอบการ สร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E

ในการสร้างความเชื่อมั่นนั้นควรส่งเสริมให้ภาคเอกชนได้ทำกิจกรรมร่วมกันผ่านโครงการพัฒนาผู้ประกอบการโดยให้ความรู้ และควรส่งเสริมการสร้างโอกาสทางการตลาด และมีกิจกรรมร่วมกัน โดยอาจจะพัฒนาผู้ประกอบการเป็นรุ่นต่าง ๆ เช่น หลักสูตรการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในส่วนของกลตต้นทุนธุรกรรมสามารถอำนวยความสะดวกให้ภาคเอกชน สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่น ลดปัญหา ในการประสานงานและการทำงานระหว่างกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับภาคเอกชน

สำหรับภาคเอกชนขั้นแรกควรมีการพัฒนาความมุ่งมั่นระหว่างกันโดยมีการวางแผนร่วมกันผ่านสมาคมที่เกี่ยวข้อง อาทิ เช่น สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว หรือ หอการค้า ที่อยู่ในพื้นที่และผู้ประกอบการควรตั้งวิสัยทัศน์ ให้ชัดเจนในการพัฒนาศูนย์กิจการท่องเที่ยว และดำเนินการตามแผน สร้างความชัดเจนในการสร้างความร่วมมือ กับ พันธมิตรทางธุรกิจ

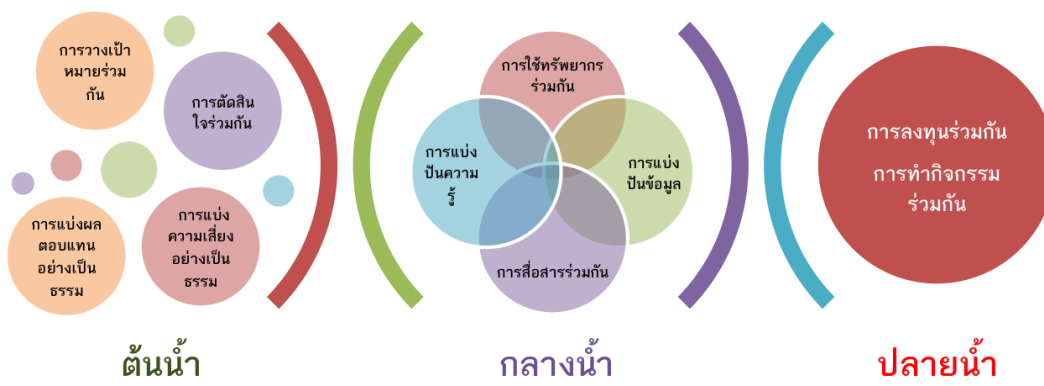
นอกจากนี้ในส่วนของการสร้างความเชื่อใจระหว่างกันนั้น สามารถทำได้โดยเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะช่วยให้รู้จักผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน รวมทั้งการพัฒนาและส่งเสริมให้มีการทำกิจกรรมร่วมกันกับองค์กรอื่น ๆ นอกจากนี้เพื่อให้มีการสร้างความเชื่อใจระหว่างกันได้ควรสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่

ข้อเสนอแนะสำหรับภาควิชาการ

สิ่งที่ภาควิชาการหรือภาคการศึกษาสามารถทำได้คือการสนับสนุนองค์ความรู้ และช่วยวางแผนแนวทางการพัฒนาความร่วมมือทั้งการสร้าง ความเชื่อใจ ส่งเสริมแนวทางการสร้างความมุ่งมั่น และ ลดต้นทุนธุรกรรม โดยสนับสนุนการวางนโยบายของภาครัฐและเอกชน ด้วยการวิเคราะห์ทางวิชาการ หรือ งานวิจัยเชิงประจักษ์ รวมทั้งเสนอแนะแนวทางการวางกลไกการพัฒนาความมุ่งมั่นระหว่างผู้ประกอบการ ด้วยการวิเคราะห์ทางวิชาการ นอกจากนี้ยังสามารถให้ความรู้กับภาคเอกชนให้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความเชื่อใจ ร่วมพัฒนา กิจกรรมในการสร้างความเชื่อใจระหว่างผู้ประกอบการ รวมทั้งจัดกิจกรรมบริการวิชาการโดยเน้นการสร้างองค์ความรู้และสอดแทรกกิจกรรมให้ผู้ประกอบการได้ทำความรู้จักกัน รวมทั้งเสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบการทำงานที่ลดต้นทุนธุรกรรม

แนวทางการยกระดับพัฒนาความร่วมมือในแต่ละประเภท

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 10 ประเภทนั้นอยู่ในระดับที่ต่ำ และ ต่ำมาก เพื่อเป็นการพัฒนาระดับของความร่วมมือของผู้ประกอบการท่องเที่ยววัฒนธรรม โดยแนวทางที่ทำเสนอมีพื้นฐานจากการข้อมูลในการสำรวจและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็นการพัฒนาความร่วมมือใน 3 ระดับของห่วงโซ่อุปทาน คือ ต้นน้ำ (upstream collaboration) กลางน้ำ (mid-stream collaboration) และปลายน้ำ (downstream collaboration)



ภาพที่ 4-5: รูปแบบของความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน

ความร่วมมือระดับต้นน้ำ (Upstream collaboration)

การสร้างความร่วมมือสามารถเริ่มจากการวางแผนการทำงานการตัดสินใจร่วมกัน และ การตกลงแบ่งผลประโยชน์และร่วมการรับผิดชอบ โดยมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ การมีนโยบายที่ชัดเจน การวางเป้าหมายที่เข้าใจตรงกันวัดผลได้ การมีกลไกการทำงานร่วมกัน การมีระบบฐานข้อมูลและการสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support System: DSS) การมีระบบการประมาณการผลตอบแทนและความเสี่ยง รวมทั้ง การมีระบบการจัดสรรผลประโยชน์และความเสี่ยงและแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน

เพื่อให้การพัฒนาความร่วมมือในระดับต้นน้ำมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้นภาครัฐ ภาคเอกชน และ ภาควิชาการสามารถร่วมกันดำเนินโครงการดังนี้ได้

- 1) โครงการพัฒนาแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E
- 2) โครงการหลักสูตรพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E
- 3) โครงการจัดตั้งศูนย์สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E
- 4) โครงการศึกษาผลประโยชน์และความเสี่ยงของการท่องเที่ยวบนเส้นทาง R3E
- 5) โครงการจัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E

ความร่วมมือระดับกลางน้ำ (Mid-stream collaboration)

การสร้างความร่วมมือในระยะต่อไปคือการพัฒนาการทำงานในระหว่างการค้าและการใช้ทรัพยากรร่วมกัน การแบ่งปันข้อมูล และ องค์ความรู้ระหว่างกัน ผ่านระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา เช่น การมีข้อตกลงแนวทางการใช้ทรัพยากรร่วมกัน การมีรูปแบบ กลไก การใช้ทรัพยากรร่วมกัน การมีระบบฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและสามารถใช้งานได้จริง การมีระบบการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การมีข้อตกลงในการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันและสนับสนุนการตัดสินใจ การมีระบบการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge management) และ การมีรูปแบบในการแบ่งปันความรู้ระหว่างกัน (Knowledge sharing platform) เพื่อให้การพัฒนาความร่วมมือในระดับกลางน้ำมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้นภาครัฐ ภาคเอกชน และ ภาควิชาการสามารถร่วมกันดำเนินโครงการดังนี้ได้

- 1) โครงการพัฒนาศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E
- 2) โครงการหลักสูตรพัฒนาทักษะการสื่อสารผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E
- 3) โครงการจัดตั้งศูนย์การจัดการทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E
- 4) โครงการศึกษาแนวทางการวางระบบสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวบนเส้นทาง R3E

ความร่วมมือระดับปลายน้ำ (Downstream collaboration)

เมื่อมีการพัฒนาความร่วมมือในระดับต้นน้ำ ที่เป็นการวางแผนและการสร้างความตกลงร่วมกัน รวมทั้งการพัฒนาความร่วมมือในระดับกลางน้ำในการแลกเปลี่ยนทั้งข้อมูล องค์ความรู้และทรัพยากรร่วมกันแล้ว ผู้ประกอบการก็จะมีรากฐานที่ดีในการสร้างความร่วมมือในระดับปลายน้ำ

ดังนั้นการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3E จะประสบความสำเร็จได้นั้นควรเริ่มต้นจากการสร้างความเชื่อใจ และ ความมุ่งมั่นเพื่อลดต้นทุนธุรกรรม และ สนับสนุนการพัฒนารูปแบบความร่วมมือตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำโดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4-31การนำเสนอแนวทางการพัฒนาความร่วมมือรูปแบบต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทาน

ที่	รูปแบบการสร้าง ความร่วมมือ	ช่วงใน ห่วงโซ่อุปทาน	กรอบแนวทางการพัฒนา
1	การวางเป้าหมายร่วมกัน	ต้นน้ำ	การมีนโยบายที่ชัดเจน การวางเป้าหมายที่เข้าใจตรงกันวัดผลได้
2	การตัดสินใจร่วมกัน	ต้นน้ำ	การมีกลไกการทำงานร่วมกัน การมีระบบฐานข้อมูลและการสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support System: DSS)
3	การแบ่งผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม	ต้นน้ำ	การมีระบบการประมาณการผลตอบแทน การมีระบบการจัดสรรผลประโยชน์และแนวทางที่ชัดเจน
4	การแบ่งความเสี่ยงอย่างเป็นธรรม	ต้นน้ำ	การมีระบบการประมาณความเสี่ยง การมีระบบการจัดสรรความเสี่ยงและแนวทางที่ชัดเจน
5	การใช้ทรัพยากรร่วมกัน	กลางน้ำ	การมีข้อตกลงแนวทางการใช้ทรัพยากรร่วมกัน การมีรูปแบบ กลไก การใช้ทรัพยากรร่วมกัน
6	การแบ่งปันข้อมูล	กลางน้ำ	การมีระบบฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและสามารถใช้งานได้จริง
7	การสื่อสารร่วมกัน	กลางน้ำ	การมีระบบการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การมีข้อตกลงในการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันและสนับสนุนการตัดสินใจ
8	การแบ่งปันความรู้	กลางน้ำ	การมีระบบการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge management) และ การมีรูปแบบในการแบ่งปันความรู้ระหว่างกัน (Knowledge sharing platform)
9	การลงทุนร่วมกัน	ปลายน้ำ	การมีระบบการประเมินโอกาสการลงทุนร่วมกัน การมีรูปแบบการพัฒนาโครงการร่วมกัน การมีระบบตรวจสอบความคุ้มค่าในการลงทุนร่วม
10	การทำกิจกรรมร่วมกัน	ปลายน้ำ	การมีกลไกในการพัฒนาการทำกิจกรรมร่วมกัน ผ่านสมาคมที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจจะมียุ่แล้วหรือเกิดขึ้นใหม่ การมีการสนับสนุนกิจกรรมให้ผู้ประกอบการได้มีส่วนร่วม

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับมหภาคของประเทศไทย และเศรษฐกิจจุลภาคของชุมชนในพื้นที่ ซึ่งรวมถึงการสร้างและกระจายรายได้ การสร้างงาน รวมถึงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมสังคมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเส้นทาง R3E หรือที่ในปัจจุบันเรียกว่า R3A ซึ่งเป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อ 3 ประเทศ ได้แก่ จีน ลาว และไทย นับเป็นเส้นทางที่มีศักยภาพในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่จะมาเข้าท่องเที่ยวยังประเทศไทย หรือเดินทางออกจากประเทศไทยเพื่อไปยังประเทศอื่นๆ แผนงานวิจัย "การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเส้นทาง R3E เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน" ได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว รวมถึงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่มีปริมาณมากขึ้นในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน อันเป็นผลมาจากหนังสือ Lost in Thailand ด้วยปัจจัยอุปสงค์ที่เปลี่ยนแปลงไปย่อมส่งผลต่อผู้ประกอบการในการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อีกทั้งแนวทางในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในปัจจุบัน จำเป็นจะต้องดำเนินการในรูปแบบของพันธมิตร ที่เกิดจากความร่วมมือของภาคส่วนต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยได้หยิบยกประเด็นความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมาศึกษา ซึ่งความร่วมมือที่เกิดขึ้นมาจาก 2 ภาคส่วนหลัก ได้แก่ รัฐต่อรัฐ และเอกชนต่อเอกชน

การศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่จะระบุถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ R3E ในส่วนของประเทศไทย อันได้แก่ จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการในการตอบสนองนักท่องเที่ยว

ความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่มีความคาดหวังในระดับสูงต่อผลิตภัณฑ์บริการที่ผู้ประกอบการนำเสนอให้แก่พวกเขา อีกทั้งยังคาดหวังเป็นอย่างมากต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของบุคลากรผู้ให้บริการ โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนจะมีความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้านต่างๆ มากกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ (รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทย) ซึ่งนอกเหนือจากความคาดหวังทางด้านผลิตภัณฑ์บริการและบุคลากรแล้ว ปัจจัยด้านราคาของสินค้าและบริการที่ไม่แพงจนเกินไปนัก ก็นับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนคาดหวังเป็นอย่างมากในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและเมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจ พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อธุรกิจนำเที่ยวมากที่สุด ในขณะที่ธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึก เป็นธุรกิจที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่ำที่สุด

ในส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นจะมีความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่เล็กน้อย ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวชาวไทย
ภาษาและการสื่อสาร	
1. ต้องการให้ข้อมูลต่างๆ เช่น ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ข้อมูลรายละเอียดการเดินทางโดยสารสาธารณะ ข้อมูลร้านอาหาร เมนูอาหาร ป้ายบอกทาง ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ สามารถรองรับได้หลายภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีน	1. ต้องการให้เพิ่มป้ายและสัญลักษณ์ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ป้ายกรุณาอดรองเท้า ป้ายห้ามเข้า ป้ายห้ามจอด รถ ป้ายรถสองแถว รวมทั้งป้ายอธิบายความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น โดยป้ายควรมีทั้งสามภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน 2. ต้องการให้มีบุคลากรที่สามารถให้ความรู้ตามโบราณสถานซึ่งสามารถสื่อสารได้หลายภาษา รวมถึงต้องการให้แผนที่สำหรับการเดินทางมีรายละเอียดเพิ่มมากขึ้น
สิ่งอำนวยความสะดวก	
1. ต้องการการเดินทางที่สะดวกสบายมากขึ้น โดยเพิ่มจำนวนรถโดยสารสาธารณะที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ ต้องการเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย 2. ต้องการให้มีจุดบริการแลกเงินและตู้ ATM มากขึ้น 3. ต้องการให้มีกระดานชำระในห้องน้ำสาธารณะ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ	1. ต้องการให้มีจุดจอดรถและจุดแวะพักเพิ่มขึ้น รวมถึงต้องการให้มีบริการขนส่งที่เข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น บริการขนส่งมวลชน แท็กซี่ กระเช้าขึ้นดอย 2. ต้องการให้เพิ่มจุดบริการ wifi 3. ต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ
ความสะดวก	
1. ต้องการให้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดเรียบร้อย 2. รวมถึงอยากให้เพิ่มจุดทิ้งขยะหรือถังขยะให้มากขึ้น 3. ต้องการให้ห้องน้ำมีความสะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็น มีพนักงานคอยดูแลทำความสะอาดอยู่เสมอ	1. ต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด 2. ห้องน้ำที่อยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ต้องการให้มีการจัดการดูแลทำความสะอาดอยู่เสมอ ไม่มีกลิ่นเหม็น 3. ต้องการให้มีการให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมในการทิ้งขยะ
ร้านอาหาร/โรงแรมที่พัก	
1. ต้องการความหลากหลายของร้านอาหารมากขึ้น เช่น ร้านอาหารมังสวิรัต ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เป็นต้น	1. ต้องการให้มีร้านอาหารเพิ่มมากขึ้น จำหน่ายอาหารหลากหลายประเภทมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาหารไทย

2. ต้องการให้มีการควบคุมคุณภาพและความสะอาดของร้านอาหารและโรงแรมที่พัก	พื้นเมือง อาหารนานาชาติ อาหารอิสลาม เป็นต้น 2. ต้องการให้เพิ่มจำนวนของโรงแรมที่พักให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
ความต้องการอื่นๆ	
1. ต้องการให้มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพิ่มเติมมากขึ้น มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ รวมถึงการจัดโปรแกรมทัวร์ที่แปลกใหม่	1. ต้องการชิมช้อปปิ้งวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ความสวยงามของธรรมชาติ โบราณสถานดั้งเดิม ปราศจากการปรุงแต่งจากสังคมเมือง ไม่ต้องการให้มีร้านค้าขายของบริเวณโบราณสถานมากเกินไป เนื่องจากทำให้สูญเสียอัตลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ 2. ต้องการให้มีมาตรฐานในการกำหนดราคาของสินค้าและบริการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น อัตราค่าบริการรถรับจ้างสาธารณะ ราคาของอาหาร ของฝาก และไม่ควรแพงจนเกินไปนัก

ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในพื้นที่

สถานการณ์การพัฒนาความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวบนเส้นทางยุทธศาสตร์R3Aมีปริมาณการค้าการลงทุนด้านการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าและการลงทุนจากกลุ่มผู้ประกอบการประเทศจีน ที่มีการขยายพื้นที่เข้ามาค้าขายทั้งใน สปป.ลาว และประเทศไทยสำหรับเมืองสำคัญของประเทศไทยที่ถูกมองเป็นเป้าหมายของการสร้างโอกาสในพัฒนาการบนเส้นทางนี้คือเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีเขตติดต่อกับเมืองห้วยทราย สปป.ลาว และเชื่อมโยงไปยังจังหวัดเชียงใหม่ เมืองศูนย์กลางการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของภาคเหนือ ประเทศไทย สิ่งที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาความร่วมมือเพื่อส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ทำให้พื้นที่บริเวณอำเภอเชียงของเกิดการพัฒนารูปร่างประเภต่างๆขึ้น มากมาย ไม่ว่าจะเป็น ย่านการค้า ที่พัก โรงพยาบาล การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแลนด์มาร์คสำคัญขึ้นมาใหม่ ส่วนใหญ่การพัฒนาที่เกิดขึ้นภายในเป็นการลุยเดี่ยวจากภาคเอกชน อย่างไรก็ตามในส่วนภาครัฐก็มีการขับเคลื่อนไปด้วยเช่นกัน โดยภาครัฐมีการพยายามมีการส่งเสริมนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านโครงสร้างพื้นฐานการอำนวยความสะดวกในการคมนาคมขนส่งการบริการที่มีคุณภาพการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการตลาดตลอดจนการบริหารจัดการทั้งภายในประเทศและร่วมมือกับภายนอกประเทศ สำหรับ สปป.ลาว การพัฒนาหลักมุ่งเน้นไปที่การเปิดโอกาสทางการลงทุนของภาคประชาชนและอนุญาตให้เอกชนและนักลงทุนชาวต่างชาติดำเนินกิจการด้านการค้าและการลงทุนได้โดยเฉพาะทางด้านการท่องเที่ยวเนื่องจากหลวงน้ำทามีจุดเด่นทางด้านทิวทัศน์ธรรมชาติสวยงามและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนเผ่าที่เรียบง่ายนอกจากนี้ยังมีพรมแดนติดต่อกับจีนตอนใต้ที่ด้านสากลบ่อเต็นจึงทำให้หลวงน้ำทามีการขยายตัวทางด้าน

เศรษฐกิจจากเดิมที่พึ่งพาเฉพาะสินค้าเกษตรกรรมและของป่ามาเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น ส่วนประเทศจีนมุ่งเน้นการพัฒนาการตลาดด้านการท่องเที่ยวซึ่งมีนโยบายสำคัญทำร่วมกับจังหวัดเชียงรายเพื่อสร้างความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวร่วมกันไทย- จีน โดยเฉพาะเรื่องเส้นทางท่องเที่ยวและวัฒนธรรมต่างๆ ประกอบกับการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รองรับการท่องเที่ยว รวมถึงการก่อสร้างโรงแรมขนาดกลางและใหญ่ และเมืองใหม่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างต้นตัว

จากสถานการณ์การพัฒนาความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวบนเส้นทางยุทธศาสตร์ R3A แต่ละประเทศมีการจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเส้นทางดังกล่าวและจัดทำแนวทางพัฒนาความร่วมมือกันในหลายส่วนอย่างไรก็ตามความร่วมมือต่างๆที่เกิดขึ้นยังไม่เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนด้านความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังอยู่ในระดับปานกลางแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีกิจกรรมที่หลากหลายแต่ยังมีข้อจำกัดไม่ได้มีตลอดทั้งปีเนื่องจากมีความจำเพาะในช่วงฤดูกาลเท่านั้น ส่วนความพร้อมเกี่ยวกับสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในภาพรวมทั้ง 3 ประเทศก็ยังคงเป็นไปในทิศทางที่ต้องมีการพัฒนาให้ตอบสนองมากขึ้นเพราะการให้บริการเกี่ยวกับจุดพักน้ำดื่ม น้ำยังมียังมีปริมาณไม่เพียงพอทั้งนี้สถานที่ในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างๆก็ยังมีไม่มากนักในการรองรับนักท่องเที่ยวด้านประเทศไทยเชิงของยังถูกใช้เป็นเพียงทางผ่านผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับประโยชน์เท่าที่ควรมีเพียงผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเท่านั้นที่ได้รับผลประโยชน์ในระดับมาก ดังนั้นจึงต้องสร้างจุดแข็งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมซึ่งไทยยังถูกมองจากนักท่องเที่ยวว่ามีความโดดเด่นน้อยกว่าลาว ทั้งยังประสบปัญหาผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวภาคในส่วนต่างๆ ขาดการประสานงานและขาดองค์ความรู้ด้านการจัดการในการร่วมมือกันอีกด้วยและจากการศึกษาสภาพความร่วมมือใน Tourism Supply Chain บนเส้นทาง R3A ในปัจจุบันสามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ดังนี้

1. ความร่วมมือแบบรัฐต่อรัฐ (G2G Collaboration) โดยอาจจะเป็นระหว่างรัฐบาลกลาง เช่น รัฐบาลไทย กับ รัฐบาล สปป. ลาว ทำความร่วมมือในการเปิดด่านผ่านแดน หรือ อาจจะเป็นระหว่างรัฐบาลท้องถิ่น เช่น ความร่วมมือในระดับท้องถิ่นในการอำนวยความสะดวก และ ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวข้ามชายแดนระหว่างไทย กับ สปป. ลาว และ ประเทศจีน ผ่าน การประชุมร่วมระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐในระดับจังหวัดหรือระดับอำเภอ โดยการประชุมนี้จะมีทุกไตรมาส เจ้าภาพสลับกันระหว่าง อำเภอเชียงของ และ อำเภอบ่อหาน ในประเทศจีนในภาพรวมความร่วมมือแบบรัฐต่อรัฐนี้จะป็นลักษณะความร่วมมือ ในรูปแบบของนโยบาย และ กฎระเบียบ ในเส้นทาง R3A ดังนั้นในบางครั้งความร่วมมือจึงเป็นการเจรจาตกลงกันในรูปแบบไตรภาคี ระหว่างทั้งสามประเทศ โดยมีการประชุมกันในระดับท้องถิ่นเป็นกลไกขับเคลื่อนความร่วมมือ และ ตอบสนองนโยบายระดับประเทศ ตลอดจนแก้ปัญหาในพื้นที่เช่น ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหลัก ๆ เช่น ในช่วงปีใหม่สากล และ ช่วงตรุษจีน ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในเส้นทาง R3A จำนวนมาก

2. ความร่วมมือแบบเอกชนต่อเอกชน (B2B Collaboration) เนื่องจากการเดินทางข้ามแดนทั้งสามประเทศนั้น ยังมีอุปสรรคในหลาย ๆ ด้าน เช่น กฎระเบียบในกรณี หรือ ยานพาหนะอื่น ๆ ที่ใช้ในการเดินทางผ่านแดน ทำให้ต้องมีการโอนถ่ายผู้โดยสารในบางกรณี และ อุปสรรคทางด้านภาษา เนื่องจากทั้งสามประเทศต่างก็มีภาษาราชการหลักเป็นของตนเองปัจจุบันผู้ประกอบการภาคส่วนธุรกิจนำเที่ยวและการขนส่งของทั้ง 3 ประเทศจึงได้รับประโยชน์ใน Tourism Supply Chain บนเส้นทาง R3A มากที่สุดดังนั้นในปัจจุบัน โดยภาพรวมของห่วงโซ่อุปทานบนเส้นทาง R3A สามารถสรุปได้ดังภาพด้านล่างนี้

ที่	ระดับ	หน่วยงาน	ประเด็นความร่วมมือ	ตัวอย่างความร่วมมือ
1	รัฐบาล	รัฐบาล	ทิศทางนโยบาย, กรอบความร่วมมือมีกฎระเบียบต่าง ๆ	การเปิดสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4, การอำนวยความสะดวก
2	หน่วยงานท่องเที่ยวระดับชาติ (NTO)	กระทรวงการท่องเที่ยว, ททท.	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน, การสนับสนุนการท่องเที่ยว, การพัฒนาการให้ข้อมูลข่าวสาร	ททท. ร่วมมือกับ องค์การการท่องเที่ยวคุณหมิงจัดทำเว็บไซต์ท่องเที่ยวไทย กระทรวงการท่องเที่ยวฯ จัดคาราวานสำรวจเส้นทางท่องเที่ยว
3	ราชการท้องถิ่น	อำเภอ	การดำเนินการสนับสนุนการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ การแก้ปัญหาในระดับท้องถิ่น	การประชุมสามประเทศ ทำความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว เวลาการเปิดปิดด่าน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 2 ส่วนที่ภาครัฐควรเร่งผลักดัน คือการสร้างความร่วมมือระหว่างเอกชนด้วยกันเอง และระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยมีรายละเอียดในแต่ละส่วน ดังนี้

การสร้างความร่วมมือระหว่างภาคเอกชน

- การออกแบบการท่องเที่ยวกับลูกค้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจขนส่ง เป็นต้น ทั้งในเรื่องของจำนวนวัน ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยว โดยเพิ่มความหลากหลายของแพ็คเกจหรือโปรแกรมทัวร์ให้

มากขึ้น คำนึงถึงความหลากหลายของระดับราคา เช่น นำเสนอแพ็คเกจทางเลือกเป็นแบบ Day trip แพ็คเกจเหมาจ่ายเป็นต้น หรืออาจเพิ่มทางเลือกให้นักท่องเที่ยวที่สามารถจัดเส้นทางการท่องเที่ยว รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง

- สร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจในการกำหนดอัตราค่าบริการนำเที่ยวให้เป็นมาตรฐาน

การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

- การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยว ทักษะในการนำเที่ยว รวมทั้งทักษะด้านภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีน กระตุ้นให้บุคลากรตระหนักถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมซึ่งจะทำให้บุคลากรเข้าใจถึงวัฒนธรรมบางอย่างของนักท่องเที่ยวที่อาจแตกต่างจากวัฒนธรรมของผู้ให้บริการ อาทิ การสร้างร่วมมือกับหน่วยงานทางอาชีวศึกษาซึ่งจะสร้างทักษะและพัฒนาการแก่นักศึกษา และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในเวลาเดียวกัน เช่น การให้นักศึกษาอาชีวเป็นอาสาสมัครให้ข้อมูลท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่สนามบิน หรือ Tourist Information Desk ในพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นต้น
- เพิ่มการเดินทางขนส่งสาธารณะรูปแบบต่างๆ ที่สามารถให้บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งพิจารณาในการเพิ่มจำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ อันได้แก่ จุดบริการแลกเงิน ตู้ ATM จุดบริการ wifi ให้เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งนี้ควรคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการด้วย
- จัดการศูนย์ความรู้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างรัฐกับเอกชน และเอกชนกับเอกชน อาทิ จัดทำรายชื่อเมนูภาษาอังกฤษ จีน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ได้เลย หรือ การจัดทำข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถทำสร้างเป็นเรื่องราว (Story) เพื่อเป็นจุดขาย เป็นต้น
- ภาครัฐอาจเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานราคาอย่างคร่าวๆ เพื่อเป็นกรอบในการตั้งราคาที่เหมาะสมให้กับผู้ประกอบการ เช่น อัตราค่าเดินทาง อัตราค่าที่พักในระดับต่างๆ เป็นต้น
- การพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกแก่นักท่องเที่ยวได้ หรืออาจสร้างแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวสามารถนำโทรศัพท์ของตนไปสแกน QR Code ที่อยู่บนป้ายแนะนำสถานที่ หลังจากนั้นก็จะสามารถดูข้อมูลต่างๆ ในภาษาที่นักท่องเที่ยวต้องการได้ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

- การกระจายการท่องเที่ยวสู่พื้นที่เมืองรอง โดยเฉพาะในช่วง High Season ซึ่งมีปริมาณนักท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวหลักเป็นปริมาณมาก โดยพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ อาทิ เชียงใหม่ - แพร่ - น่าน เป็นต้น หรืออาจจะยาวกว่านั้นจนถึงอุตรดิตถ์ เพื่อเข้าสู่ไฮเซบูลี สปป. ลาว
- มีมาตรการอบรมมารยาทและกฎระเบียบบนท้องถนนกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ก่อนอนุญาตให้สามารถเข้ายานพาหนะเพื่อขับขึ้นได้เพื่อลดปัญหาอุบัติเหตุในพื้นที่

แนวทางการแก้ปัญหาความต้องการของนักท่องเที่ยว

ความต้องการด้านภาษาและการสื่อสาร

ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- 1) ต้องการให้ข้อมูลต่างๆ เช่น ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ข้อมูลรายละเอียดการเดินทางโดยสารสาธารณะ ข้อมูลร้านอาหาร เมนูอาหาร ป้ายบอกทาง ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ สามารถรองรับได้หลายภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีน

ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- 1) ต้องการให้เพิ่มป้ายและสัญลักษณ์ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ป้ายกรุณาอดรองเท้า ป้ายห้ามเข้า ป้ายห้ามจอดรถ ป้ายรถสองแถว รวมทั้งป้ายอธิบายความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น โดยป้ายควรมีทั้งสามภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน
- 2) ต้องการให้มีบุคลากรที่สามารถให้ความรู้ตามโบราณสถานซึ่งสามารถสื่อสารได้หลายภาษา รวมถึงต้องการให้แผนที่สำหรับการเดินทางมีรายละเอียดเพิ่มมากขึ้น

แนวทางการร่วมมือ และแก้ปัญหา

- 1) ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมความต้องการด้านข้อมูล โดยภาคเอกชนควรสนับสนุนข้อมูลแก่ภาครัฐ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว
- 2) ภาครัฐควรจัดสรรพื้นที่สำหรับการขนส่งสาธารณะให้เป็นระเบียบ และมีตำแหน่งที่ถูกต้อง และภาคเอกชนควรจัดสรรพื้นที่สำหรับการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยว โดยให้มีพื้นที่สำหรับจอดรถ หรือ ร่วมมือกับภาครัฐเพื่อให้สถานที่ของรัฐสามารถเป็นที่จอดชั่วคราวสำหรับนักท่องเที่ยวได้

- 3) หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนในด้านภาษาแก่ผู้ประกอบการที่ไม่มีศักยภาพ โดยการจัดอบรมให้แก่พนักงาน หรือ ผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถแนะนำ อธิบายข้อมูลให้แก่ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติได้ ประกอบกับนำบุคคล วิทยากรผู้มีความรู้มาดำเนินการบรรยาย เป็นต้น

ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความต้องการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

- 1) ต้องการการเดินทางที่สะดวกสบายมากขึ้น โดยเพิ่มจำนวนรถโดยสารสาธารณะที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ ต้องการเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
- 2) ต้องการให้มีจุดบริการแลกเงินและตู้ ATM มากขึ้น
- 3) ต้องการให้มีกระดานชำระในห้องน้ำสาธารณะ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ

ความต้องการนักท่องเที่ยวชาวไทย

- 1) ต้องการให้มีจุดจอดรถและจุดแวะพักเพิ่มขึ้น รวมถึงต้องการให้มีบริการขนส่งที่เข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เช่น บริการขนส่งมวลชน แท็กซี่ กระเช้าขึ้นดอย
- 2) ต้องการให้เพิ่มจุดบริการ wifi
- 3) ต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ

แนวทางการร่วมมือ และแก้ปัญหา

- 1) ภาคเอกชนควรร่วมมือกันในการขนส่ง จัดเตรียมความพร้อมอำนวยความสะดวกในการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยว ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก โดยร่วมมือกันในด้านจำนวนการขนส่ง นำรถจากบริษัทในเครือข่ายเข้ามาเป็นทีมสมทบการเดินทางให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 2) ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนในด้านข้อมูลที่ปัก ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่บริการพยาบาล เป็นต้น เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวก และการบริการที่ดีในการเดินทางมาท่องเที่ยว และภาครัฐควรให้ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาพรวมให้แก่เอกชน เพื่อจัด

นำไปวางแผนทั้งในด้านการเดินทาง จุดแวะพัก เพื่อให้การเดินทางเป็นไปได้อย่างราบรื่น และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

- 3) ในด้านความสะดวก และการบริการในด้านตู้กดเงินสด จุดแลกเงิน หรือบริการ Wifi ภาครัฐควรร่วมมือกันกำหนดจุด วางแผนให้ครอบคลุมพื้นที่ โดยเฉพาะแหล่งการค้า ตลาดคนเดินเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยกำหนดไปยังสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยว หรือ ประชาชนเป็นจำนวนมาก

ความต้องการด้านความสะอาด

ความต้องการนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- 1) ต้องการให้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดเรียบร้อย
- 2) อยากให้เพิ่มจุดทิ้งขยะหรือถังขยะให้มากขึ้น
- 3) ต้องการให้ห้องน้ำมีความสะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็น มีพนักงานคอยดูแลทำความสะอาดอยู่เสมอ

ความต้องการนักท่องเที่ยวชาวไทย

- 1) ต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด
- 2) ห้องน้ำที่อยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ต้องการให้มีการจัดการดูแลทำความสะอาดอยู่เสมอ ไม่มีกลิ่นเหม็น
- 3) ต้องการให้มีการให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมในการทิ้งขยะ

แนวทางการร่วมมือ และแก้ปัญหา

- 1) ด้านความสะอาดควรร่วมมือในทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน และรวมถึงส่วนของนักท่องเที่ยวด้วยกัน ควรร่วมกันสนับสนุนความสะอาดให้เกิดขึ้นแก่ทุกพื้นที่ ให้ความรู้ถึงผลเสียของการไม่รักษาความไม่สะอาด ปลูกฝังให้ประชาชน และนักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาความสะอาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐ ควรวางแผน ตารางเวลา และสถานที่ในการเก็บ และทิ้งขยะอย่างมีประสิทธิภาพ

ความต้องการด้านร้านอาหาร โรงแรม และที่พัก

ความต้องการนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- 1) ต้องการความหลากหลายของร้านอาหารมากขึ้น เช่น ร้านอาหารมังสวิรัต ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เป็นต้น
- 2) ต้องการให้มีการควบคุมคุณภาพและความสะอาดของร้านอาหารและโรงแรมที่พัก

ความต้องการนักท่องเที่ยวไทย

- 1) ต้องการให้มีร้านอาหารเพิ่มมากขึ้น จำหน่ายอาหารหลากหลายประเภทมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาหารไทยพื้นเมือง อาหารนานาชาติ อาหารอิสลาม เป็นต้น
- 2) ต้องการให้เพิ่มจำนวนของโรงแรมที่พักให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

แนวทางการร่วมมือ และแก้ปัญหา

- 1) ภาคเอกชนควรร่วมมือกันสร้างคุณภาพของการบริการ ทั้งธุรกิจร้านอาหาร โรงแรม และที่พัก เพื่อสร้างมาตรฐานให้สามารถตอบสนองการบริการที่ดีให้นักท่องเที่ยวได้ โดยการร่วมจัดตั้งสมาคม และตรวจสอบสมาชิกให้มีมาตรฐาน และมีความพร้อมต่อนักท่องเที่ยวได้
- 2) ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชน โดยการให้การสนับสนุนในด้านพื้นที่ โดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยว ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก และมีปัญหาด้านที่พัก โดยเอกชนมีให้เช่าเต็นท์พักแรม และหน่วยงานภาครัฐเอื้ออำนวยสถานที่ราชการให้นักท่องเที่ยวให้มีสถานที่พักผ่อน
- 3) ความหลากหลายของอาหารภาครัฐ และภาคเอกชนควรร่วมมือกันจัดสถานที่ให้นักท่องเที่ยว ที่ต้องการหาความหลากหลายของอาหาร และหน่วยงานรัฐมีการจัดการโปรโมชั่นถึงสถานที่ และข้อมูลการเดินทางให้นักท่องเที่ยว ทั้งนี้สถานที่ควรเป็นสถานที่โล่งกว้าง เช่น ตลาดนัดคนเดิน โดยควรจัดเพียงส่วนเดียว ไม่ควรจัดหลากหลายสถานที่ เพื่อป้องกันรูปแบบของอาหาร และวัฒนธรรมการท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ เปลี่ยนไป

ความต้องการด้านอื่นๆ

ความต้องการนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- 1) ต้องการให้มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพิ่มเติมมากขึ้น มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ รวมถึงการจัดโปรแกรมทัวร์ที่แปลกใหม่

ความต้องการนักท่องเที่ยวชาวไทย

- 1) ต้องการสัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ความสวยงามของธรรมชาติ โบราณสถานดั้งเดิม ปราศจากการปรุงแต่งจากสังคมเมือง ไม่ต้องการให้มีร้านค้าขายของบริเวณโบราณสถานมากเกินไป เนื่องจากทำให้สูญเสียอัตลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ
- 2) ต้องการให้มีมาตรฐานในการกำหนดราคาของสินค้าและบริการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น อัตราค่าบริการรถรับจ้างสาธารณะ ราคาของอาหาร ของฝาก และไม่ควรแพงเกินไปนัก

แนวทางการร่วมมือ และแก้ปัญหา

- 1) หน่วยงานรัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชน โดยการขอความร่วมมือในการรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณี และร่วมกันให้ข้อมูลถึงสถานที่ท่องเที่ยว โดยการดึงชุมชนผู้ที่มีความรู้ในด้านสถานที่จากถิ่นกำเนิด ความเปลี่ยนแปลง เพราะเป็นข้อมูล เรื่องเล่าที่มีค่าต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

ตารางที่ 5-1 แนวทางแก้ไขปัญหาความต้องการของนักท่องเที่ยว

ความต้องการ	แนวทางการแก้ไข
ด้านภาษาและการสื่อสาร - ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว - บุคลากรที่มีความสามารถ - ป้าย และสัญลักษณ์	1) ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมความต้องการด้านข้อมูล โดยภาคเอกชนควรสนับสนุนข้อมูลแก่ภาครัฐ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว 2) ภาครัฐควรจัดสรรพื้นที่สำหรับการขนส่งสาธารณะให้เป็นระเบียบ และมีตำแหน่งที่ถูกต้อง และภาคเอกชนควรจัดสรรพื้นที่สำหรับการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยว โดยให้มีพื้นที่สำหรับจอดรถ หรือ ร่วมมือกับภาครัฐเพื่อให้สถานที่ของรัฐสามารถเป็นที่จอดชั่วคราวสำหรับนักท่องเที่ยวได้ 3) หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนในด้านภาษาแก่ผู้ประกอบการที่ไม่มีศักยภาพ โดยการจัดอบรมให้แก่พนักงาน หรือ ผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถแนะนำ อธิบายข้อมูลให้แก่ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติได้ ประกอบกับนำบุคคล วิทยากรผู้มีความรู้มา

	ดำเนินการบรรยาย เป็นต้น
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก - เพิ่มการอำนวยความสะดวก - เพิ่มจุดบริการ	1) ภาคเอกชนควรร่วมมือกันในการขนส่ง จัดเตรียมความพร้อมอำนวยความสะดวกในการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยว ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก โดยร่วมมือกันในด้านจำนวนการขนส่ง นำรถจากบริษัทในเครือข่ายเข้ามาเป็นทีมสมทบการเดินทางให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 2) ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนในด้านข้อมูลที่ปัก ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่บริการพยาบาล เป็นต้น เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกปลอดภัย และการบริการที่ดีในการเดินทางมาท่องเที่ยว และภาครัฐควรให้ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาพรวมให้แก่เอกชน เพื่อจัดนำไปวางแผนทั้งในการเดินทาง จุดแวะพัก เพื่อให้การเดินทางเป็นไปได้อย่างราบรื่น และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย 3) ในด้านความสะดวก และการบริการในด้านตู้กดเงินสด จุดแลกเงิน หรือบริการ Wifi ภาคเอกชนควรร่วมมือกันกำหนดจุด วางแผนให้ครอบคลุมพื้นที่ โดยเฉพาะแหล่งการค้า ตลาดคนเดินเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยกำหนดไปยังสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยว หรือ ประชาชนเป็นจำนวนมาก
ด้านความสะอาด - เพิ่มการทำความสะอาด - เพิ่มจุดทิ้งขยะ	1) ด้านความสะอาดควรร่วมมือในทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน และรวมถึงส่วนของนักท่องเที่ยวด้วยกัน ควรร่วมกันสนับสนุนความสะอาดให้เกิดขึ้นแก่ทุกพื้นที่ ให้ความรู้ถึงผลเสียของการไม่รักษาความไม่สะอาด ปกป้องให้ประชาชน และนักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาความสะอาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐ ควรวางแผน ตารางเวลา และสถานที่ในการเก็บ และทิ้งขยะอย่างมีประสิทธิภาพ
ด้านที่พัก โรงแรม ร้านอาหาร - ความหลากหลาย - คุณภาพ - จำนวน	1) ภาคเอกชนควรร่วมมือกันสร้างคุณภาพของการบริการ ทั้งธุรกิจร้านอาหาร โรงแรม และที่พัก เพื่อสร้างมาตรฐานให้สามารถตอบสนองการบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยวได้ โดยการร่วมจัดตั้งสมาคม และตรวจสอบสมาชิกให้มีมาตรฐาน และมีความพร้อมต่อนักท่องเที่ยวได้ 2) ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชน โดยการให้การสนับสนุนในด้านพื้นที่ โดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยว ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก และมีปัญหาด้านที่พัก โดยเอกชนมีให้เช่าเต็นท์พักแรม และหน่วยงานภาครัฐเอื้ออำนวยความสะดวกที่ราชการให้นักท่องเที่ยวให้มีสถานที่พักผ่อน 3) ความหลากหลายของอาหารภาครัฐ และภาคเอกชนควรร่วมมือกันจัดสถานที่ให้นักท่องเที่ยว ที่ต้องการหาความหลากหลายของอาหาร และหน่วยงานรัฐมีการจัดการไปริมทิวถึงสถานที่ และข้อมูลการเดินทางให้นักท่องเที่ยว ทั้งนี้สถานที่ควรเป็นสถานที่โล่ง กว้าง เช่น ตลาดนัดคนเดิน โดยควรจัดเพียงส่วนเดียว ไม่ควรจัดหลากหลายสถานที่ เพื่อป้องกันรูปแบบของอาหาร และวัฒนธรรมการท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ เปลี่ยนไป

ด้านอื่น ๆ - กิจกรรม - รักษาความดั้งเดิม	1) หน่วยงานรัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชน โดยการขอความร่วมมือในการรักษา ขนบธรรมเนียมประเพณี และร่วมกันให้ข้อมูลถึงสถานที่ท่องเที่ยว โดยการดึงชุมชนผู้ที่มี ความรู้ในด้านสถานที่จากถิ่นกำเนิด ความเปลี่ยนแปลง เพราะเป็นข้อมูล เรื่องเล่าที่มีค่า ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2553).
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2543). *การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ปริญ ลักษิตานนท์. (2544). *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ทิปปัง พอยท์
- เพียงกานต์ นามวงศ์. (2552). *การศึกษานวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- ศิริวรรณเสรีรัตน์และคณะ. (254). *การจัดการการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่1 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โดมอนอินบิสสิเนตเวิร์ล
- ศิวฤทธิ์พงศกรรังศิลป์. (2547). *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพมหานคร; สำนักพิมพ์ท็อปจำกัด
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). *The service-quality puzzle*. Business Horizon
- Burkart, A.J. and Medlik, S. (1985). *Tourism: Past, Present and Future*. 2nd ed. London: Heinemann
- Burke, J.F. and Resnick, B.P. (1991). *Marketing and Selling The Travel Product*. Cincinnati: South-Western Publishing
- Daifuku, H. (1968). *The Significance of Cultural Property*. In *The Conservation of Cultural Property*. pp 19-26. Paris: UNESCO
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An introductory text*. 2nd ed. Sydney: Hodder Education
- Goeldner, C.R. and Ritchie, J.R. (2006). *Tourism: Principle, Practices, and Philosophies*. 10th ed. New Jersey: J.Wiley
- Gronroos. (1990). *Services Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition*. London : Lexington Books.
- Hawkins, D.I., Best, R.J. and Coney, K.A. (2001). *Consumer behavior*, 8th ed. New York.: McGraw-Hill
- King, T.F. (1998). *Cultural Resource Law & Practice: An Introduction Guide*. Walnut Creek: Altamira Press
- Kotler, P. (1994). *Managing Service Business and Ancillary*, in *Marketing Management*, 8th ed., New Jersey, Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. New Jersey: Prentice-Hall

- Lovelock. (1983). *Services Marketing*. Englewood Cliffs, NJ. : Prentice-Hall
- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., and Ritchie, Jr.B. (1995). *Tourism: Principle, Practices, and Philosophies*. New York: John Wiley & Sons
- Mowen, J.C. & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior*. (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall
- Parasuraman, A., Berry, L.L., and Zeithaml, V.A. (1993). *More on Improving Service Quality Measurement*. Journal of Retailing, 69(4)
- Pizan, A. and Mansfeld, Y. (1999). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. Oxford: The Haworth Press
- Schiffman, L.G. and Kanak, L.L. (1994). *Consumer Behavior*. 5th ed. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall
- Smith, V.L. (1989). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press: Pennsylvania
- UNESCO. (1972). *Convention Concerning the Protection of World Cultural and Natural Heritage*. Paris: UNESCO
- Weaver, D. and Oppermann, M. (2000). *Tourism Motivation and Behaviour Tourism Management*. Sydney: Miltion Australia Ltd.
- World Trade Organization. (2010)
- World Tourism Organization. (2006)
- Zeithaml and Bitner. (2003). *Services Marketing. Integrating Customer Focus across the Firm*. 3rd ed. New York : McGraw-Hill Irwin

ภาคผนวก

1. แบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

2. สรุปการสัมภาษณ์ภาคส่วนต่างๆ

3. เว็บไซต์นำเสนอข้อมูลการศึกษา

ผนวก.1. แบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว			
1.1 คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม:			
1.2.1 ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้ (เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย วิถีชีวิต การแต่งกายลักษณะของกิจกรรมประเพณี ที่อยู่อาศัย อาหารการกิน เครื่องมือใช้สอยในชีวิตประจำวัน ลักษณะสิ่งประดิษฐ์ ระเบียบแบบแผนในการดำรงชีพร่วมกัน ฯลฯ)	น้อย	ปานกลาง	มาก
1.2.2 ความงดงามทางด้านศิลปวัฒนธรรม หรือการสร้างความประทับใจแก่ผู้พบเห็น (เช่น การแต่งกาย รูปแบบกิจกรรมศิลปกรรมของงานหัตถกรรม สถาปัตยกรรมของที่อยู่อาศัย อาหารการกิน เครื่องมือใช้สอยในชีวิตประจำวัน)	น้อย	ปานกลาง	มาก
1.2.3 ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมประเพณีมีหลักฐานที่สามารถสืบค้นได้	น้อย	ปานกลาง	มาก
1.2.4 ความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกับชุมชนท้องถิ่น เช่น การมีประเพณี ความเชื่อ ตำนาน นิทานพื้นบ้าน นิทานปรัมปรา	น้อย	ปานกลาง	มาก
1.2.5 ชุมชนท้องถิ่นมีความสนใจในการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีของตน	น้อย	ปานกลาง	มาก
1.2.6 การมีหน่วยงานและองค์กรจากภายนอกให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น	น้อย	ปานกลาง	มาก
2. ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว			
2.1 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว:			
2.1.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมมีความหลากหลาย	น้อย	ปานกลาง	มาก
2.1.2 โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเกิดอันตรายจากการมาเยือนแหล่งวัฒนธรรม	น้อย	ปานกลาง	มาก
2.1.3 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำ ไฟ ถนน ห้องน้ำสาธารณะ ฯลฯ เพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	น้อย	ปานกลาง	มาก
2.1.4 มีการสนับสนุนด้านนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรสำหรับพัฒนาการท่องเที่ยวจากหน่วยงาน	น้อย	ปานกลาง	มาก

ต่างๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน			
2.1.5 ความเชื่อมโยงของแหล่งวัฒนธรรมกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง	น้อย	ปานกลาง	มาก
2.2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว:			
2.2.1 ความสะดวกของการจราจร (เส้นทางที่ไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีระดับความหนาแน่นและความแออัดของการจราจรต่ำ)	น้อย	ปานกลาง	มาก
2.2.2 ความใกล้ชิดทางคมนาคม เช่น สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสารและท่าเรือเป็นต้น	น้อย	ปานกลาง	มาก
2.2.3 มีการให้บริการรถหรือเรือสาธารณะไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ	น้อย	ปานกลาง	มาก
2.2.4 ความใกล้กับจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	น้อย	ปานกลาง	มาก
2.2.5 ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งวัฒนธรรม (สภาพถนน ความลาดชันและความแคบของเส้นทางเข้าถึง)	น้อย	ปานกลาง	มาก
2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว:			
2.3.1 มีบริการร้านค้าและร้านอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	ไม่มี	มี แต่ไม่เพียงพอ	มีเพียงพอ
2.3.2 มีสถานที่เพื่อการนั่งพักผ่อนของนักท่องเที่ยว	ไม่มี	มี แต่ไม่เพียงพอ	มีเพียงพอ
2.3.3 มีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับรองรับจำนวนรถที่เข้ามาโดยเฉพาะในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น	ไม่มี	มี แต่ไม่เพียงพอ	มีเพียงพอ
2.3.4 มีป้ายบอกทิศทางที่ชัดเจนตลอดเส้นทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	ไม่มี	มีแต่ไม่ครบถ้วน	มีครบถ้วนชัดเจน
2.3.5 มีป้ายบอกทิศทางตามทางแยก เพื่อไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งป้ายแสดงแผนที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว	ไม่มี	มีแต่ไม่ครบถ้วน	มีครบถ้วนชัดเจน
2.3.6 มีการให้บริการห้องสุขาที่อยู่ในสภาพดีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว	ไม่มี	มี แต่ไม่เพียงพอ	มีเพียงพอ
2.2.7 มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ รถเข็น มีบริการเส้นทางสำหรับผู้พิการในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น	ไม่มี	มี แต่คุณภาพไม่ดี	มี และมีคุณภาพดี
3. การบริหารจัดการ			
3.1 การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดการสิ่งแวดล้อม:			
3.1.1 มีการดูแลรักษาสภาพของแหล่งท่องเที่ยว และการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว	ไม่มี	มี แต่ไม่สม่ำเสมอ	มีอย่างสม่ำเสมอ
3.1.2 มีการกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวัน	ไม่มี	มี แต่มีข้อบกพร่องในการปฏิบัติ	มี และมีการปฏิบัติตามเคร่งครัด

3.1.3 มีการดำเนินงานติดตามและประเมินผลกระทบ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ	ไม่มี	มี แต่ไม่สม่ำเสมอ	มีอย่างสม่ำเสมอ
3.1.4 มีการดำเนินงานปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่พบจากการประเมินผลกระทบอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ	ไม่มี	มี แต่ไม่สม่ำเสมอ	มีอย่างสม่ำเสมอ
3.2 การจัดการด้านการท่องเที่ยว:			
3.2.1 การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว:			
3.2.1.1 มีบุคลากรในการให้บริการนักท่องเที่ยว	ไม่มี	มี แต่ไม่เพียงพอ	มีเพียงพอ
3.2.1.2 มีระบบเตือนภัย และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	ไม่มี	มี แต่ไม่มีประสิทธิภาพ	มีและมีประสิทธิภาพ
3.2.1.3 มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	ไม่มี	มี แต่ไม่มีประสิทธิภาพ	มีและมีประสิทธิภาพ
3.1.2.4 มีการบริการด้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว	ไม่มี	มี แต่คุณภาพไม่ดี	มี และมีคุณภาพดี
3.1.2.5 ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสม และกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม	น้อย	ปานกลาง	มาก
3.2.2 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม:			
3.2.2.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อพื้นที่สงวนและพื้นที่อนุรักษ์ของแหล่งท่องเที่ยว	น้อย	ปานกลาง	มาก
3.2.2.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ ไม่ขัดต่อวิถีชีวิต รวมถึงประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น	น้อย	ปานกลาง	มาก
3.2.2.3 แหล่งท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรมเนื่องจากการท่องเที่ยว	น้อย	ปานกลาง	มาก
3.2.3 การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก:			
3.2.3.1 มีศูนย์บริการหรือมีการกำหนดพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์บริการอย่างชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ	ไม่มี	มี แต่ไม่มีประสิทธิภาพ	มีและมีประสิทธิภาพ
3.2.3.2 มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องศิลปวัฒนธรรมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	ไม่มี	มี แต่ไม่เพียงพอ	มีเพียงพอ
3.2.3.3 มีการจัดเส้นทางศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว	ไม่มี	มี แต่ขาดการจัดการที่ดี	มี และมีการจัดการที่ดี
3.2.3.4 สื่อที่ใช้มีความน่าสนใจและข้อมูลเป็นปัจจุบัน	น้อย	ปานกลาง	มาก
3.2.3.5 มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์นิทรรศการ	ไม่มี	มี แต่ไม่หลากหลาย	มี และหลากหลาย
3.2.3.6 มีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนเกี่ยวกับคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวและการ	ไม่มี	มี แต่ไม่บ่อย	มี เป็น

อนุรักษ์			ประจำ
3.2.3.7 มีการเผยแพร่ข้อมูลในด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวสู่สาธารณะชน	ไม่มี	มี แต่ไม่แพร่หลาย	มีอย่างแพร่หลาย
3.2.4 การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น:			
3.2.4.1 สมาชิกชุมชนท้องถิ่นร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยว การให้บริการต่างๆ	ไม่มี	มีน้อย	มีมาก
3.2.4.2 การได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน	ไม่มี	มีน้อย	มีมาก
3.2.4.3 การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน	ไม่มี	มีน้อย	มีมาก
3.2.4.4 การมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่น	ไม่มี	มีน้อย	มีมาก
3.2.4.5 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการวางแผนหรือบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่น	ไม่มี	มีน้อย	มีมาก
3.2.4.6 มีการก่อตั้งองค์กรหรือโครงการอนุรักษ์ต่างๆ ที่เกิดจากท้องถิ่น ซึ่งมีบทบาทต่อการจัดการการท่องเที่ยว	ไม่มี	มีน้อย	มีมาก
3.2.5 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว:			
3.2.5.1 ชุมชนมีรายได้หรือเงินเดือนจากการถูกจ้างงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	ไม่มี	มีน้อย	มีมาก
3.2.5.2 ชุมชนมีรายได้จากการนำเที่ยวและให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว	ไม่มี	มีน้อย	มีมาก
3.2.5.3 ชุมชนมีรายได้จากการขายอาหารและสินค้าพื้นเมือง	ไม่มี	มีน้อย	มีมาก
3.2.5.4 ชุมชนมีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก เช่น การจัดโฮมสเตย์	ไม่มี	มีน้อย	มีมาก
3.2.5.5 ชุมชนมีรายได้จากการแสดงศิลปะพื้นเมือง	ไม่มี	มีน้อย	มีมาก

ผนวก 2

1.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

สรุปจากการสัมภาษณ์

คุณสวรงค์ แคว้นไธสงค์ และคณะ

ติดต่อ 083-564-1113

สมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ (รวมมือกัน 17 จังหวัด) โดยสมาคมสหพันธ์ฯ เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อส่งเสริมและพัฒนากิจการท่องเที่ยวของภาคเหนือแบบบูรณาการระหว่างองค์กรกับภาครัฐซึ่งได้ยึดหลักการรวมตัว เพื่อเกิดการเชื่อมโยงกันในสมาคมโดยตรง มีการส่งเสริมกันภายในจังหวัดคณะกรรมการมาแชร์องค์ความรู้มาเล่าสู่กันฟังในทุกๆไตรมาสโดยจุดมุ่งหมาย เป็นการโชว์แหล่งท่องเที่ยว ของดีในจังหวัด แนะนำแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ทั้งนี้การร่วมตัวกันทำให้เกิดความเข้มแข็ง การได้ประโยชน์ร่วมกัน (มุมมองเพื่อนไม่ใช่คู่แข่งกัน) เกิดความหลากหลาย การได้ใช้ประโยชน์ร่วมกัน การแบ่งปันทรัพยากร การแลกเปลี่ยนความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ดังนี้ นำเที่ยวโรงแรมโกด์มัคคิเทศน์ร้านอาหารผู้สนับสนุนผู้ประกอบการนำเที่ยวผู้ประกอบการรถเช่า

ภารกิจส่วนใหญ่แล้วจะเน้นไปในด้านของความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว โดยจะอย่างไรให้เกิดความยั่งยืน โดยการสร้างกิจกรรมที่ยั่งยืนนั้นต้องมีการบูรณาการจากทุกภาคส่วน (ผลที่ได้สรุปออกมาคือ การให้ชุมชนยั่งยืนได้ด้วยตนเอง บริหารจัดการรวมถึงการแก้ปัญหาภายในชุมชน) เป้าหมายต้องสอดคล้องกับความต้องการของคนส่วนมากในพื้นที่นั้นๆด้วย มีการขับเคลื่อนการจัดการการท่องเที่ยว ควรมีคนรุ่นใหม่เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเป็นแกนนำและแบบอย่าง ควรเพิ่มความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับผู้ประกอบการผ่านสมาคมต่างๆที่เข้มแข็ง

จากจุดขายของเชียงใหม่ “ต้องถามก่อนว่า เราจะขายอะไร” นักท่องเที่ยวสนใจอะไร ความน่ารักของชาวเชียงใหม่ ชุมชน ศาสนา ความงามของธรรมชาติ แนวคิดคือนำสิ่งที่มีอยู่แล้ว 100% ในจังหวัดมาส่งเสริมดึงดูดศักยภาพออกมา ซึ่งตรงนี้อาจเป็นจุดเด่นและจุดแข็งของจังหวัดดังนั้นการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างวัฒนธรรม จึงเกิดเป็นกิจกรรมต่างๆมากมาย อาทิ เช่น ถนนคนบุญเชียงใหม่ ถนนวัฒนธรรม ดึงความดั้งเดิมกลับคืนมามากขึ้น เห็นวิถีชีวิตการตักบาตรตอนเช้า ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว , งานถนนคนเดินวันศุกร์หน้าอุทยานหลวงราชพฤกษ์ เพื่อเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ให้มีกิจกรรมในวันธรรมดา มีกิจกรรมการจับจ่ายใช้สอย และเป็นการเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองเป็นการกระจายรายได้สู่ภาคประชาชนอีกทางหนึ่ง โดยกิจกรรมต่างๆจะมีการแบ่งส่วนการบริหารจัดการภายในชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืน หลังจากสร้างกิจกรรมได้ระดับหนึ่งแล้วก็ค่อยๆพัฒนารายละเอียดเพิ่มเข้าไป เช่น การนั่งใส่บาตร การแต่งการแบบล้านนา ฯลฯ ดังเช่นอำเภอแม่แตงเป็นอำเภอต้นแบบในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายท้องถิ่น, สินค้าท้องถิ่น, พุดชาชาถิ่น รวมถึงการบริหารจัดการภายในที่ดีจนสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

ในส่วนมุมมองด้านการปรับตัวเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน (AEC) ควรมีการปรับตัวดังนี้ การขยายเครือข่ายไปยังประเทศเพื่อนบ้านภาษาในเอกสารที่แจกนักท่องเที่ยว เริ่มปรับปรุงแบบสองภาษา การอบรมมัคคุเทศน์น้อยประสานงานกับทางโรงแรมต่างๆในเครือฯ ให้อำนวยความสะดวกกับลูกค้าในการเข้าร่วมกิจกรรมวัฒนธรรม

สรุปจากการสัมภาษณ์

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่

คุณบพิตร วิทยาวิโรจน์ (วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่)

ติดต่อ 089-9569871, E-Mail: Bophit.w@gmail.com

จากการสัมภาษณ์ คุณบพิตร วิทยาวิโรจน์ วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งมุมมองวัฒนธรรมออกเป็นสองแบบคือ มุมมองด้าน มรดก และ ด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ภาษา เครื่องแต่งกาย

มุมมองด้าน มรดก

มีแนวคิดจะฟื้นฟูโบราณสถานล้านนาที่พุดถึงประวัติศาสตร์บ้านเมือง เป็นโครงการใหญ่ “มรดกโลกล้านนา” มีกรอบแนวคิดไว้คร่าวๆแต่ยังขาดรายละเอียดและยังไม่สามารถทำได้เนื่องจากติดแหล่งชุมชนเพราะโบราณสถานเหล่านี้อยู่ใต้พื้นดิน ดังนั้นการส่งเสริมนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รัฐบาลเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในการเช่นเวียงกุมกามได้รับผลกระทบจากความไม่แน่นอนทางการเมือง อีกทั้งการขาดความเป็นเอกภาพและการบูรณาการในการจัดการทั้งระบบของหน่วยงานรัฐ เช่น มีทั้ง ททท และ กระทรวงวัฒนธรรม

แต่จุดอ่อนของแหล่งท่องเที่ยวอย่างโบราณสถาน แหล่งรวมประวัติศาสตร์คือ ทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวอยากกลับไปดูอีกในกรณีที่เคยไปมาแล้ว อาจเกิดความจำเจ ไม่มีอะไรแปลกใหม่ โจทย์คือทำอย่างไรให้ถ้าผ่านให้อยากแวะมาทุกครั้งหาจุดดึงดูดได้อย่างไร แต่ในส่วนของตัว “วัด” เองมีความสามารถในการบริหารจัดการภายในได้ดี ทำให้ไม่เกิดปัญหาหรือเกิดน้อยมาก ตัวอย่าง การทำกระเช้าหรือลิฟท์ขึ้นดอย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สูงอายุ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องมองถึงการสูญเสียอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยด้วย ดังนั้นผู้ที่สามารถมีบทบาทสำคัญอีกส่วนหนึ่งคือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ควรเป็นผู้ผลักดันการบริหารจัดการพื้นที่อย่างแท้จริง

วิถีชีวิต พุดถึงในเรื่อง การแต่งกาย, ภาษา

การจัดการการท่องเที่ยวต้องดูถึงผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ด้วย ต้องมีการจัดการที่เป็นระบบ มีชุมชนที่เข้มแข็งและค่อยผลักดันต่อ คือไม่ให้เกิดการแข่งขันแบบผูกขาด (พาแวะร้านประจำ) ดังนั้นการจัดการการท่องเที่ยวต้องมีทั้งเป็นระบบและมีชุมชนผลักดัน จึงจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริง เช่น ไกด์พาไปแคทางเข้า ที่เหลือชุมชนจัดการเอง เป็นต้น ตัวอย่างการจัดการที่ดีได้แก่จังหวัด น่านและลำพูน คือมีชุมชนที่เข้มแข็ง การดำเนินการแบบค่อยเป็นค่อยไปแต่จะยั่งยืน โดยความยั่งยืนเกิดจากการรวมกลุ่มอย่าง “คนรักเมื่อน่าน” ช่วยกันดูแลวัฒนธรรม ประเพณี ไม่ให้ถูกกลืนหายไปกับยุคโลกาภิวัตน์

ด้านนักท่องเที่ยว “จีน” เป็นกลุ่มใหม่ในเชียงใหม่และมีแนวโน้มมากขึ้น ต้องมีกระบวนการบริหารจัดการคิดหาวิธีการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่อาจก่อให้เกิดปัญหา เช่น นักท่องเที่ยวจีนต้องแจ้งอะไรเค้าบ้าง นักท่องเที่ยวต้องมีการกักโรคเฝ้าระวังบ้าง เป็นต้น

ด้านการเปิดประชาคมอาเซียน (AEC) จะทำให้แรงงานต่างชาติไหลเข้ามาในประเทศไทยง่ายขึ้นอาจเข้าไปถึงพื้นที่ชั้นใน ผลที่ตามมาคือเกิดการแย่งงานแย่งอาชีพที่เป็นอัตลักษณ์ของคนในชุมชนของคนในพื้นที่ ในระดับนโยบายต้องมีคามชัดเจนในเรื่องของการสร้างรายได้ , การรักษาอัตลักษณ์และวิถีชีวิตเพื่อสร้างความมั่นคงยั่งยืนในการท่องเที่ยว เน้นในเรื่องของการปลูกจิตสำนึกรักท้องถิ่น การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเน้นไปที่ผลประโยชน์ส่วนร่วมเป็นหลัก

การมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาครัฐควรมีการสื่อสารหรือการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อการเตรียมตัว การเข้าใจในวัฒนธรรม รวมถึงแผนที่การท่องเที่ยว ที่มีมุมมองไทยคือศูนย์การของการท่องเที่ยวเมื่อเปิดการค้าเสรี (AEC) ดังนั้นไทยจึงควรมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆดังนี้ การเดินทางสะดวก มีมาตรฐาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

1.2 ผลการวิเคราะห์การอภิปรายกลุ่มและการสัมภาษณ์

สรุปจากการอภิปรายกลุ่ม หัวข้อ Tourism of Thailand

ท่านโอฬาร ไชยประวัติ (ประธานผู้แทนการค้าไทย)

รองปลัดกระทรวงวัฒนธรรม

บริษัทเสฉวน ทวี จำกัด

ตัวแทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตัวแทนบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ประเด็นด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

ในอดีตนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมองว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูง โดยจะพิจารณาจากสถานที่ที่ไป และค่าใช้จ่ายโดยรวมซึ่งยังมีความคุ้มค่ามากจะยิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน แต่ในปัจจุบัน มีปัจจัยที่เป็นบวกมากขึ้น เช่น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของจีนที่มีแนวโน้มในทางที่ดี ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวมีรายได้สูงขึ้น ส่งผลต่อรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวจีนที่เปลี่ยนไป กล่าวคือจะมองหาสิ่งที่เค้านต้องการมากขึ้นมากกว่าการมาหลายๆสถานที่ มองหาประสบการณ์การท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆที่เดินทางมา มากกว่าการท่องเที่ยวเพียงแค่นี้ให้ถึงหรือ “ช้อปปิ้ง” อย่างไรก็ตามช่วงระยะเวลาการท่องเที่ยว หรือ High seasons มีเวลาจำกัด เช่น เชียงใหม่ มี High seasons เพียง 4 เดือนเท่านั้น ดังนั้นประเด็นการเพิ่มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเวลาอื่นๆนั้นว่าเป็นประเด็นที่ควรมีการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

กลุ่มนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มช่วงอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่จะเดินทางมาเองมากกว่าใช้บริการบริษัททัวร์ และบางเส้นทางที่นักท่องเที่ยวสามารถมาเองได้สะดวกก็มีแนวโน้มที่จะชั้บรลดน้อยลง เช่น ในเส้นทางจากมณฑลเฉิงตูผ่านเข้ามาทางเชียงใหม่ แต่ในวัยอื่นๆนอกเหนือจากกลุ่มแรกส่วนใหญ่จะใช้บริการบริษัททัวร์

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนมาก ก็คือภาพยนตร์ อย่างเรื่อง Lost in Thailand ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ในภาพยนตร์โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่เดินทางมาเอง และจากภาพยนตร์เรื่องนี้ทำให้เชียงใหม่เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวจีนรู้จักมากขึ้น โดยสื่อที่นักท่องเที่ยวชาวจีนบริโภค ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อทางทีวีท้องถิ่นของแต่ละมณฑล รองลงมาคือหนังสือพิมพ์และนิตยสารตามลำดับ

อย่างไรก็ตามเสียงสะท้อนจากผู้บริโภคได้กล่าวว่าการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยค่อนข้างลำบากหากเดินทางมาเองเนื่องจากไม่มีข้อมูลในการเดินทาง และการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเท่าที่ควร หรือหากใช้บริการบริษัททัวร์ก็มีข้อจำกัด ที่โปรแกรมการท่องเที่ยวให้เลือกน้อยค่อนข้างจำกัด ทำให้ไม่เกิดความประทับใจใหม่ๆขึ้น

เนื่องจากสถานที่อยู่ในโปรแกรมเป็นสถานที่เดิมๆ และซ้ำ ทั้งที่ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ที่สำคัญช่วงวันหยุดยาวของประเทศจีนอย่างช่วงตรุษจีนทำให้เกิดการท่องเที่ยวโดยประเทศไทยก็เป็นประเทศที่อยู่ใน Top5 ของการเลือกมาท่องเที่ยวนอกเหนือจาก ฮองกง มาเก๊า และปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวจีนพบและมีการร้องเรียนมากคือโปรแกรมทัวร์ที่มาท่องเที่ยวที่นั่นจำกัดมาก พาไปแต่สถานที่เดิมๆ และส่วนใหญ่ก็เจอแต่คนด้วยกันจีนจึงทำให้รู้สึกเหมือนเที่ยวอยู่ในประเทศของตนเอง ส่งผลต่อการกลับมาเยือนประเทศไทยในครั้งต่อไป

ประเด็นด้านความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อประเทศไทย

นักท่องเที่ยวนอกจากจะมีความคาดหวังต่อสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว การมีส่วนร่วมในการเดินทางก็เป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมากขึ้นดังนี้ ความสัมพันธ์ต่อบุคคล เช่น การได้พูดคุยภาษาไทย การร่วมทำกิจกรรม เช่น การทอผ้าที่เชียงใหม่ การได้เรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น เช่น การทำอาหารไทย สถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ (Unseen) เช่น จังหวัดใหม่ๆ (ศรีสะเกษ) นอกเหนือจาก กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต ที่นักท่องเที่ยวรู้จักอยู่แล้ว อาหารการกินที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ข้าวหอมมะลิ มังคุดทุเรียน ลำไย (ชาวจีนมองว่าเหมือนดามังกร จึงนิยมมาก) ปลาข้างเหลือง สินค้าประเภทหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ชาวจีนให้ความสนใจมาก วัฒนธรรมไทย เช่น สงกรานต์ ช้างบวช

ประเด็นเส้นทางการท่องเที่ยว

เส้นทางการท่องเที่ยวก็มีความสำคัญต่อรูปแบบและสถานที่ท่องเที่ยวเช่นกัน โดยนักท่องเที่ยวจีนสามารถเดินทางด้วยเส้นทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เช่น ทางรถยนต์ มณฑลฉินตู – เชียงใหม่ ทางรถไฟในอนาคต จากจีนผ่านทางหลวงพระบางและเข้าสู่ประเทศไทยหนองคาย และเส้นทางด้านตะวันออกเฉียงเหนือของไทย อุตรดิตถ์ ผ่านหนองคายเข้าเวียงจันทน์

สรุปงานเสวนา หัวข้อ Global Business Dialogue 2012

อินเทอร์เน็ตคอนติเนนตัล ราชประสงค์ กรุงเทพฯ

สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA)

จากการสัมมนา Global Business Dialogue 2012 ขึ้น ณ โรงแรม อินเทอร์เน็ตคอนติเนนตัล ราชประสงค์ กรุงเทพฯ โดยเชิญผู้แทนของประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจที่ปฏิบัติงานประจำอยู่ในประเทศไทย มาร่วมแสดงทัศนะ และให้ข้อมูลในเรื่องของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยด้านการค้าการลงทุน และความสามารถของผู้ประกอบการไทยในฐานะหุ้นส่วนทางธุรกิจเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองและแนวปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยประเทศหลัก ๆ ที่มีผู้แทนมาร่วมแลกเปลี่ยนข้อมูลในเวทีนี้ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และเอเชียตะวันออก โดยวัตถุประสงค์ของการจัดงานครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจของประเทศไทยมีโอกาสได้รับทราบถึงแนวโน้มด้านการค้าและการลงทุนของกลุ่มประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจต่างๆ รวมทั้งเรียนรู้จากมุมมองผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลกเหล่านั้น ในเรื่องของโอกาสและการเปลี่ยนแปลงที่จำเป็น หากบริษัทหรือผู้ประกอบการไทยจะเข้าแข่งขันในตลาดโลก นอกจากนี้ ยังเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการชาวไทยในการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทในประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจทั้ง 3 กลุ่มที่กล่าวมา ทั้งนี้ สาระสำคัญด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับจากการสัมมนาสรุปได้ดังนี้

1. แรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 11 ของแรงงานทั้งหมด การที่รัฐบาลตั้งเป้ารายได้จากการท่องเที่ยว 2 ล้านล้านบาท จำนวนนักท่องเที่ยวกว่า 30 ล้านคน ต้องเข้ามาใช้ทรัพยากรในประเทศไทย ซึ่งต้องมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับ
2. ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ประเทศไทยมีทรัพยากรอยู่มากและมีความหลากหลาย มีความคุ้มค่า (Value for Money) ซึ่งขณะนี้เราขายสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวถูกกว่าที่ควรจะเป็น โดยจุดแข็งของไทยที่นักท่องเที่ยวกล่าวถึงมากที่สุด คือ “Hospitality Spirit of the Thai People”
3. โอกาสของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงมีอยู่มาก เพราะสินค้าท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจ คนต่างชาติจึงอยากเข้ามาลงทุน แต่คนไทยเองอาจยึดถือเศรษฐกิจพอเพียง จึงไม่คิดออกไปหาตลาดใหม่ ๆ ไม่มีแรงกดดันหรือแรงจูงใจให้ออกไปลงทุนในต่างประเทศ แต่เมื่อใดที่โครงสร้างพื้นฐานพร้อม มีรถไฟความเร็วสูง เราก็ต้องมองถึงการบุกไปในตลาดอื่นด้วย
4. จำเป็นหรือไม่ที่คนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะออกไปหาประสบการณ์ในต่างประเทศ? ในมุมมองของผู้ประกอบการเห็นว่าจำเป็น และได้มีการส่งบุคลากรไปฝึกงานในสาขาต่างประเทศ ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้จัดการระดับกลาง (Mid-management) ในโอกาสที่จะเติบโตต่อไป
5. ประเทศที่จะเป็นคู่แข่งของไทยในสาขาการค้าและการบริการ ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม เมียนมาร์ จีน และสิงคโปร์ ส่วนในแง่ของการท่องเที่ยว ทุกประเทศเป็นคู่แข่งของไทยได้ทั้งหมด แต่ไทยมีนักท่องเที่ยวที่

เดินทางซ้ำ (Repeater) สูงถึง 55 % ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูง และเราต้องแข่งขันกับตัวเองก่อนโดยเฉพาะเรื่อง
ของความปลอดภัย

6. ข้อจำกัดประการสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวจากจีนน้อยกว่าที่มาเลเซียได้รับคือเรื่องของ
จำนวนเที่ยวบิน
7. การที่คนไทยจะไปลงทุนในต่างประเทศ หรือการหาตลาดนักท่องเที่ยวใหม่เข้ามาในประเทศไทย เราต้อง
เรียนรู้วัฒนธรรมหรือธรรมเนียมปฏิบัติของประเทสนั้น ๆ ด้วย วาระที่ควรตระหนักเมื่อมีการเปิด
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ การที่ประเทศไทยต้องสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี และต้องทำให้แบ
รנדของเราชัดเจน รวมทั้งต้องพยายามสร้างนวัตกรรม

จากแนวโน้มดังกล่าว สามารถสรุปข้อคิดเห็นจากการสัมมนาได้ดังนี้

1. ประเทศไทยต้องเร่งปรับปรุงระบบการศึกษาอย่างเร่งด่วน เพื่อให้บุคลากรของไทยมีความสามารถในด้าน
ภาษาอังกฤษ รวมถึงภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ที่จำเป็น เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และการ
ท่องเที่ยว
2. การเปิดประชาคมอาเซียนจะเป็นประโยชน์กับนักลงทุนชาวไทยรายใหญ่ที่มีความพร้อมและสามารถ
แข่งขันได้ในระดับนานาชาติ ซึ่งควรมองถึงโอกาสในการเข้าไปลงทุนด้านการท่องเที่ยวและบริการใน
ต่างประเทศ แต่ผู้ประกอบการ SMEs ของไทยยังต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อเสริมสร้างขีด
ความสามารถในการแข่งขัน
3. การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยควรตระหนักในเรื่องของการก้าวสู่เศรษฐกิจสี
เขียว (Green Economy) ซึ่งเป็นทิศทางที่นำสู่ความยั่งยืนของอุตสาหกรรม ทั้งด้านการผลิตและการ
บริการ และเป็นสิ่งที่นานาชาติยอมรับ

(ที่มา: TAT Tourism Journal, ความสามารถในการแข่งขันของไทย มุมมองจากเวที Global Business
Dialogue 2012 เรียบเรียงโดย ศรียา หอมชื่น)

สรุปจากงานเสวนา หัวข้อ สัมมนา เจาะลึกธุรกิจ Tourism: เออีซี กับโอกาสในธุรกิจท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้จัดเสวนา "เจาะลึกธุรกิจ Tourism: เออีซี กับโอกาสในธุรกิจท่องเที่ยว" โดยเชิญคนในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยน ซึ่งได้ชี้ให้เห็นถึง "จุดแข็ง" และ "จุดอ่อน" ของไทยในบริบทการท่องเที่ยวอาเซียนให้เห็นก่อนเป็นลำดับแรก

จุดแข็งของไทยในบริบทของการท่องเที่ยวอาเซียน วิเคราะห์ออกมาแล้วพบว่ามียู 4 ข้อ คือ 1.ความหลากหลายของสินค้าและการให้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นที่รู้จักและมีเอกลักษณ์ จนเกิดคำว่า "Thainess" 2.ความเป็นไทย อัญมณีไมตรี และจิตใจบริการที่ดี สิ่งเหล่านี้สร้างความประทับใจ ซึ่งหลายประเทศพยายามเลียนแบบ เพราะไม่ได้มีตามธรรมชาติอย่างคนไทย 3.ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา หากเทียบกับเพื่อนบ้าน เช่น ค่าเงิน อย่างสนามกอล์ฟของไทยก็มีค่าให้บริการถูกที่สุดในอาเซียน และ 4.โครงสร้างพื้นฐานของไทย พร้อมรองรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) ที่มาประชุมสัมมนาต่างๆ

ส่วนจุดอ่อนของไทยในบริบทของการท่องเที่ยวอาเซียน วิเคราะห์ออกมาแล้วพบว่ามียู 3 ข้อ คือ 1. การขาดแคลนบุคลากรที่เข้าใจภาษาอื่นๆ นอกจากภาษาอังกฤษ 2.ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีจำนวนมากและต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วน และ 3.สินค้าและการให้บริการขาดมาตรฐานการควบคุมราคา มีการใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสินค้าและการบริการให้โดดเด่นค่อนข้างน้อย เช่น นำพลอยไม่ดีมีขาย หรือขายโถงราคา

โดย ม.ล.หทัยชนก กฤดากร ผู้จัดการทั่วไป-กิจกรรมองค์กร บริษัท แอคคอร์ เอเซีย แปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น จำกัด ชี้ให้เห็นถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในขณะนี้ว่า เป็นเพราะเศรษฐกิจที่กำลังชะลอตัวของสหรัฐอเมริกาและยุโรปทำให้การท่องเที่ยวชะลอตัวตามไปด้วย นักท่องเที่ยวระดับบนประสบปัญหาทางการเงิน เหลือเพียงนักท่องเที่ยวระดับกลางถึงระดับล่างที่ยังคงเดินทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักหาข้อมูลท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต จองโรงแรมที่พัก พาหนะในการเดินทาง หาข้อมูลร้านอาหาร รวมถึงจองตั๋วเครื่องบินด้วยเอง บทบาทของบริษัททัวร์หรือตัวแทนท่องเที่ยวจึงลดลง แต่ถ้ามองหาข้อดีก็จะพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมไปเยือนประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะอาเซียน ซึ่ง ม.ล.หทัยชนกคาดการณ์ว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนี้คงดำรงอยู่ไปอีก 5-10 ปี

จากสถิติพบว่ากรุงเทพมหานคร มีนักท่องเที่ยว 15.98 ล้านคนต่อปี ถือว่ามากที่สุดในโลก ทั้งท่ากรุงลอนดอน กรุงปารีส สิงคโปร์ และนิวยอร์ก แต่คำถามคือจะสามารถบริหารนักท่องเที่ยวทั้ง 15.98 ล้านคนนี้อย่างไรให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศมากที่สุด การแก้ปัญหาการท่องเที่ยวทุกวันนี้เหมือนพายเรือในอ่าง เพราะเจ้าหน้าที่ในระบบราชการที่มีความรู้ตามทฤษฎีที่ร่ำเรียนมา มีอำนาจ และมีเงินงบประมาณในการบริหารจัดการ ทว่ายังแก้ปัญหาที่มีอยู่ไม่ได้เพราะไม่มีประสบการณ์ภาคสนาม ม.ล.หทัยชนกจึงแนะนำว่า ควรที่รัฐมนตรีหรือผู้มี

หน้าที่รับผิดชอบ ควรมีคณะที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์และความรู้ด้านการท่องเที่ยวราว 20 คน เป็นตัวแทนจาก 5 ภาคส่วน (เช่น โรงแรม การบิน ภัตตาคาร มัคคุเทศก์ เป็นต้น) เพื่อร่วมระดมสมองและ "กระซิบ" รัฐมนตรีว่าต้องแก้ปัญหานี้อย่างไร และจะได้สั่งการไปยังหน่วยงานต่างๆ ว่าจะต้องแก้จุดไหนบ้าง และแก้อย่างไร และควรวางตำแหน่งว่าเมืองไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับใด หากต้องการก้าวสู่พรีเมียมเดสทินชันต้องอาศัยโครงสร้างการพัฒนาอย่างมีรูปธรรม สร้างแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และโปรโมตให้เห็นผลทันที และกระจายประโยชน์สู่ชุมชน

ปิยะมาน เตชะไพบุลย์ ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) กล่าวว่า ไม่ควรกังวลเรื่องการเปิดประชาคมอาเซียน ต้องเปลี่ยนความเชื่อว่า ประชาคมอาเซียนสร้างผลดีมากกว่าผลเสีย สิ่งที่เราควรทำคือนำจุดดีมาพัฒนาจุดด้อย เน้นคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการอยู่ในระดับสากล "ภาคการท่องเที่ยวเหมือนเค้ก 1 ก้อน แต่ละภาคส่วนต้องหาจุดร่วมที่ดีที่สุด ให้ประเทศเดินหน้าต่อไปได้ ชุมชนอยู่รอด ผู้ประกอบการอยู่รอด เพราะรายได้จากการท่องเที่ยว กระจายไปยังภูมิภาคต่างๆ ไม่มากเท่าใด เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเป้าหมายเดิมๆ เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และจังหวัดทางทะเลอย่างภูเก็ต พัทยา เกาะสมุย เป็นต้น ดังนั้น เราควรศึกษาว่าแต่ละแห่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เท่าไร เพื่อให้เกิดการกระจายและไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม" และกล่าวว่าทุกฝ่ายอย่าตื่นตระหนกกับการเปิดเออีซี อย่ากังวลว่าอาเซียนจะเกิดวิกฤตการเงินเหมือนสหภาพยุโรป เพราะธรรมชาติของอาเซียนและยุโรปต่างกัน ทั้งการเมืองและค่าเงิน การรวมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเป็นแบบฉบับเฉพาะตัว

วิโรจน์ สิตประเสริฐนันท์ นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย กล่าวถึงสถานการณ์มัคคุเทศก์ของไทยช่วง 50 ปีที่ผ่านมาว่า มีจำนวนลดลงเรื่อยๆ ซึ่งเป็นเพราะผู้มีอำนาจไม่แก้ปัญหาย่างจริงจัง ให้ไกด์คนไทยทำหน้าที่เป็นเพียงซิตติ้งไกด์ (Sitting guide) คอยบอกหรือชี้ทางแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน ปัญหาความอ่อนแอทางภาษาจึงยังคงเป็นข้ออ้าง แม้มัคคุเทศก์บางคนจะเรียนภาษาเพิ่มเติมแล้วแต่ในเมื่อเจ้าหน้าที่ไม่ให้ทำงาน วิชาไม่ได้ใช้จึงไม่ขานาญขึ้น เจ้าหน้าที่แกล้งหลับตาข้างเดียว ปลอมให้ไกด์เถื่อนทำงานอย่างเสรี "สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเพราะความไม่เข้าใจการท่องเที่ยว คนที่เข้ามาบริหารเอง ก็ไม่เข้าใจว่านักท่องเที่ยวยั่งยืนคืออะไร" ก่อนจะเสนอว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ต้องมองใกล้ๆ ก่อน ดูที่มัคคุเทศก์คือ ต้องให้เกียรติเป็นไกด์ท้องถิ่น ได้ทำงานในท้องถิ่นของตัวเอง เช่นที่ผ่านมาเคยมีปัญหาไกด์พูดภาษาญี่ปุ่นไม่ได้ หลังจากชาวญี่ปุ่นช่วยทำงานนี้แล้วก็สามารถพูดคุยสื่อสารกันได้ แต่เมื่อรัฐบาลไม่คุ้มครองดูแลให้ทำงาน จึงประสบปัญหาขาดแคลนต่อไป ส่วนเรื่องปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้ วิโรจน์บอกว่า ไม่ควรเน้นไปที่จำนวนนักท่องเที่ยวว่าต้องเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี แต่ต้องทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนเท่าเดิม หากแต่สร้างรายได้แก่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น ต้องเน้นคุณภาพนักท่องเที่ยว เพราะหากับทุกคนที่ต้องการเข้าประเทศ ปัญหาที่อาจตามมาคือ สิ่งแวดล้อมและอาชญากรรม

(หน้า 20, มติชนรายวัน ฉบับวันพุธที่ 19 มิถุนายน 2556)

ผนวก 3

เว็บไซต์นำเสนอผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ชื่อ: <http://www.r3atourism.com/>

