

แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน  
บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย



สลิลทิพย์ คิริดวงใจ

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

มกราคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน  
บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม  
มกราคม 2566  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

MARKETING DEVELOPMENT IN TRAVEL ROUTE BORDER PHAYAO AND CHIANG RAI.



SALINTHIP SIRIDUANGJAI

A Thesis Submitted to University of Phayao  
in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Master of Arts Degree in Tourism and Hotel Management

January 2023

Copyright 2022 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน  
บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

ของ สลิลทิพย์ ศิริดวงใจ

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ดร. ปานแพร เซาว์นประยูร อุดมรักษาทรัพย์)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประกอบศิริ ภัคดีพิณีจ)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ดร. พัจน์พิตตา ศรีสมพงษ์)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา

(ดร. วาริชต์ มัชฌมบุรุษ)

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประกอบศิริ ภัคดีพิณีจ)

- เรื่อง:** แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย
- ผู้วิจัย:** สลิลทิพย์ ศิริดวงใจ, วิทยานิพนธ์: ศศ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2565
- อาจารย์ที่ปรึกษา:** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประกอบศิริ ภัคดีพิณีจ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ดร.พัจน์พิตตา ศรีสมพงษ์
- คำสำคัญ:** แนวทางการพัฒนา, การตลาดการท่องเที่ยว, เส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน, ความพร้อมทางการท่องเที่ยว, การรับรู้ของนักท่องเที่ยว, พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนบริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ อีกทั้งศึกษาการรับรู้ พฤติกรรมและความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย เพื่อนำไปสู่การเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนบริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ซึ่งการศึกษานี้เก็บข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ การสอบถาม และการจัดประชุมแบบกลุ่มย่อย โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักท่องเที่ยว จากการศึกษา พบว่า แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนบริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ได้แก่ (1) ด้านสินค้า (Product) คือ การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ๓ เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางเชิงวัฒนธรรมล้านนาและชาติพันธุ์, เส้นทางเชิงธรรมชาติและผจญ และเส้นทางเชิงประวัติศาสตร์และศาสนา การยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว และการทำการตลาดเชื่อมโยงกับพื้นที่อื่นในประเทศ (2) ด้านราคา (Price) คือ การพัฒนาแพลตฟอร์มช่องทางการชำระเงินหรือรูปแบบบริการทางการเงิน การกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เป็นธรรม และความเหมาะสม และการส่งเสริมให้เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยวหมุนเวียนในชุมชน (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ การส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์ และการทำการตลาดเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในระดับประเทศและระหว่างประเทศ และการเจาะตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการห่างไกลจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) (5) ด้านบุคลากร (People) คือ การยกระดับความรู้บุคลากรทางการท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะบุคลากรทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศ และการยกระดับบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration)

**Title:** MARKETING DEVELOPMENT IN TRAVEL ROUTE BORDER PHAYAO AND CHIANG RAI.  
**Author:** Salinthip Siriduangjai, Thesis: M.A. (Tourism and Hotel Management), University of Phayao, 2022  
**Advisor:** Assistant Professor Dr. Prakobsiri Pakdeepinit , Ph.D. Co–advisor PHATPITTA SREESOOMPONG , Ph.D.  
**Keywords:**

#### ABSTRACT

This study aims to explore and review the readiness for tourism the border tourism route (Phayao and Chiang Rai), including the perception and behavior of tourists in the area. This study also provides guidelines for the development of tourism routes along the border of Phayao and Chiang Rai. Data used in this study were collected from relevant literature reviews, surveys, interviews, questionnaires, and small group meetings. The main data sources are government agencies, communities, and tourists in Phayao and Chiang Rai.

The findings of study show that there are five aspects of marketing development in the border tourism routes: (1) product and service development consisting of two approaches: development of 3 tourism routes, namely Lanna cultural and ethnic tourism routes, natural and adventure tourism routes, and historical and religious tourism routes. Raising the standards of tourism safety with assessment and follow-up in terms of safety especially the safety concerning the prevention of coronavirus disease (COVID-19). And linking the areas to other areas in the country (2) price development consisting of three approaches: developing a payment platform or financial service model, setting a clear and fair agreement on prices of tourism products and services, and promoting employment in the community to generate income circulation; (3) distribution channel – place development consisting of three approaches: promoting sales through online channels and public relations through of online media including Facebook, Instagram Line and Tiktok, and linking the areas to neighboring countries; (4) promotion development consisting of three approaches: building a tourism network in the area, Building a tourism network at the national and international level, and New Normal Tourism Program Development; (5) people development consisting of four approaches: pushing personnel to the knowledge of tourism personnel through training that has a standard of service, developing skills tourism personnel both in terms of basic skills specialized skills and additional skills, Encouraging personnel to develop foreign language skills and upgrading tourism personnel to have hygiene safety standards.

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย เล่มนี้สำเร็จลงได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ที่ได้ให้ทุนอุดหนุนการวิจัยประเภท ทุนวิจัยบัณฑิตศึกษา ประจำปีงบประมาณ 2563 (ครั้งที่ 2)

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการทำงานวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จสมบูรณ์ได้ อีกทั้ง

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย และผู้ที่สนใจศึกษาได้พอสมควร หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

สลิลทิพย์ ศิริดวงใจ



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามงานวิจัย .....	4
วัตถุประสงค์.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
ขอบเขตการศึกษา.....	5
ขอบเขตด้านประชากร.....	6
ขอบเขตด้านพื้นที่.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว.....	8
2. แนวคิดศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยว.....	15
3. แนวคิดการตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	18
4. แนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	31
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	37

6. กรอบแนวคิดการวิจัย .....	40
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงาน .....	43
3.1 การศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย .....	43
3.2 การศึกษาการรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย .....	46
3.3 เสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณ จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย .....	50
บทที่ 4 ผลการศึกษา .....	53
4.1 การศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย .....	53
4.2 การศึกษาการรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย .....	89
4.3 แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัด พะเยาและจังหวัดเชียงราย .....	101
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผลการศึกษา .....	124
5.1 สรุปผลการศึกษา .....	124
5.2 อภิปรายผลการศึกษา .....	130
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	133
ภาคผนวก .....	134
บรรณานุกรม .....	149
ประวัติผู้วิจัย .....	155

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 สรุปแนวคิดความพร้อมด้านการท่องเที่ยว .....	17
ตาราง 2 สรุปการตลาดทางการท่องเที่ยว .....	31
ตาราง 3 สรุปวิธีการดำเนินงาน.....	52
ตาราง 4 สรุปความพร้อมทางการท่องเที่ยว .....	88
ตาราง 5 อายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง .....	90
ตาราง 6 เพศของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง.....	90
ตาราง 7 อาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง .....	91
ตาราง 8 รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง .....	91
ตาราง 9 ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง .....	92
ตาราง 10 วัตถุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทาง.....	93
ตาราง 11 รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว.....	94
ตาราง 12 พาหนะหลักของนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว .....	94
ตาราง 13 พฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	96
ตาราง 14 ความต้องการในด้านสินค้า (Product) .....	97
ตาราง 15 ความต้องการในด้านราคา (Price) .....	98
ตาราง 16 ความต้องการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) .....	99
ตาราง 17 ความต้องการในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion).....	99
ตาราง 18 ความต้องการในด้านบุคลากร (People).....	100
ตาราง 19 การวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมทางการท่องเที่ยว การรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่นำไปสู่แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย .....	104

ตาราง 20 หน่วยงานที่รับผิดชอบแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนว  
ชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ..... 120



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	42
ภาพ 2 ภูชี้ดาว.....	54
ภาพ 3 ภูชี้เดือน.....	55
ภาพ 4 ผาตั้ง.....	56
ภาพ 5 ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงผาตั้ง.....	57
ภาพ 6 แก่งผาได.....	57
ภาพ 7 แก่งผาได.....	58
ภาพ 8 จุดผ่อนปรนแจมป่อง.....	58
ภาพ 9 จุดชมวิวห้วยเอียน.....	59
ภาพ 10 เส้นทาง การเข้าถึงอำเภอเวียงแก่น.....	59
ภาพ 11 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอเวียงแก่น.....	60
ภาพ 12 ด้านชายแดนเชียงของ.....	62
ภาพ 13 จุดชมวิวสำนักสงฆ์เทพนิมิต.....	63
ภาพ 14 จุดผ่านแดนถาวรท่าเรือบัว.....	63
ภาพ 15 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ.....	64
ภาพ 16 การเข้าถึงอำเภอเชียงของ.....	64
ภาพ 17 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอเชียงของ.....	65
ภาพ 18 สามเหลี่ยมทองคำ.....	67
ภาพ 19 สามเหลี่ยมทองคำ.....	68
ภาพ 20 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเชียงแสน.....	68
ภาพ 21 วัดพระธาตุเจดีย์หลวง.....	69

ภาพ 22 พิพิธภัณฑสถานหอลส์ออฟโอเปียม .....	69
ภาพ 23 วัดพระธาตุผาเงา.....	70
ภาพ 24 วัดพระธาตุจอมกิตติ.....	71
ภาพ 25 ดอยสะเก้ง.....	71
ภาพ 26 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอยางสะแยง.....	72
ภาพ 27 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอยางสะแยง.....	73
ภาพ 28 ภูชี้ฟ้า.....	75
ภาพ 29 ไร่รื่นรมย์.....	75
ภาพ 30 โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พื้นที่ดอยยาว ดอยผาหม่น ดอยผาจิ.....	76
ภาพ 31 การเข้าถึงอำเภอยาง.....	76
ภาพ 32 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอยาง.....	77
ภาพ 33 ตำบลชายแดนบ้านฮวก.....	79
ภาพ 34 วัดพระธาตุภูซาง.....	79
ภาพ 35 น้ำตกภูซาง.....	80
ภาพ 36 การเข้าถึงอำเภอยาง.....	80
ภาพ 37 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอยาง.....	81
ภาพ 38 ถ้ำผาแดง.....	83
ภาพ 39 วัดพระนั่งดิน.....	84
ภาพ 40 วัดนันทาราม.....	84
ภาพ 41 อนุสรณ์ผู้เสียสละ.....	85
ภาพ 42 บ้านป่าแสงดา.....	85
ภาพ 43 ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมไทลื้อ.....	86
ภาพ 44 การเข้าถึงอำเภอยางคำ.....	86
ภาพ 45 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอยางคำ.....	87

ภาพ 46 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาและชาติพันธุ์.....	115
ภาพ 47 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย .....	116
ภาพ 48 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศาสนา .....	117



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สวยงามและอุดมสมบูรณ์ ซึ่งการท่องเที่ยวของไทยมีการพัฒนา มานานและขยายตัวอย่างรวดเร็ว และสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ.2561 มีจำนวน 37.64-37.99 ล้านคน ซึ่งจะเติบโตร้อยละ 6.5-7.5 และคาดว่าจะขยายตัวอีกประมาณร้อยละ 8.7 จากปี 2560 ขณะที่การขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย ประกอบกับการทำตลาดการท่องเที่ยวใหม่ ๆ จะช่วยเพิ่มรายได้การท่องเที่ยวในสาขาต่าง ๆ เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังคาดว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2561 สามารถสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวเป็นมูลค่าประมาณ 1.97-2.01 ล้านล้านบาท และเติบโตร้อยละ 8.8-10.4 โดยในปี 2561 มีสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 16.11 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ซึ่งจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ผลักดันให้เศรษฐกิจมีความเจริญเติบโตไปในทิศทางที่ดี แต่เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ในปี 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวลดลง (อรรถฉวีรวรา นิติกิจโกตินกุล และพรณกษม อินทรทัต, 2564) ทั้งนี้ ถือว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบโดยตรงต่อภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในประเทศไทยเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้ปรับจากโรคติดต่ออันตรายเป็นโรคติดต่อที่ต้องเฝ้าระวัง จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเริ่มเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น แต่เป็นการท่องเที่ยวแบบใหม่ ที่มีความระมัดระวังในด้านสุขอนามัยมากขึ้น ทั้งนี้ยังมีหลายหน่วยงานและหลายภาคส่วนมีนโยบายและแนวทางส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกมาท่องเที่ยวมากขึ้น

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2564 – 2565 ได้มีประเด็นพัฒนาที่ 4 การปรับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพผ่านการตลาด โดยมีแนวทางการพัฒนาที่มุ่งเน้น บริหารภาพลักษณ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นประเทศในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่าง ปลอดภัย และประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ประกอบกับส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกับเครือข่ายในห่วงโซ่การท่องเที่ยวเพื่อรักษาตลาด

ด้านการท่องเที่ยว และเชื่อมโยงภูมิภาค รวมถึงส่งเสริมการทำการตลาดล่วงหน้าเพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ปี 2566-2570 ที่มีจุดหมายการพัฒนาที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน โดยมีกลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยวทั่วไป ที่มุ่งเน้นสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวในเมืองรอง รวมถึงส่งเสริมให้เอกชนมีความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) จึงจะเห็นได้ว่าหลายภาคส่วนให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้อีกด้วย อีกทั้งยังมีการส่งเสริมให้กระจายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวรอง เพื่อไม่ให้เกิดการกระจุกตัวและเกิดการรวมกลุ่มของนักท่องเที่ยว

การตลาด ถือเป็นอีกกลไกสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว อีกทั้งปัจจุบันมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวสร้างนโยบายในการกระจายนักท่องเที่ยวออกไปยังแหล่งท่องเที่ยวรอง เพื่อให้สามารถขยายตัวนักท่องเที่ยวและลดการกระจุกตัว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เปิดแคมเปญ “Amazing Thailand Go Local เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโต” ขานรับนโยบายรัฐบาลปลุกกระแสท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระจายโอกาสในเชิงพื้นที่ คือ การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรองและชุมชน โดยจะเป็นการปรับสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและคนต่างชาติในพื้นที่เมืองหลักต่อเมืองรอง จาก 70:30 เป็น 65:35 ในปี 2561 อีกทั้งกระจายผลประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวให้ลงสู่เมืองรองและชุมชน ซึ่งคาดว่าจะทำให้บรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวไปยังเมืองรองมีความคึกคักและต่อเนื่อง ซึ่งประเทศไทยมีเมืองรองทางการท่องเที่ยว 55 จังหวัด โดยจังหวัดพะเยา และจังหวัดเชียงรายก็เป็นเมืองรองทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และนอกจากนี้ทั้งสองจังหวัดยังมีพื้นที่เชื่อมต่อกับสปป.ลาว ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวชายแดนขึ้นอีกด้วย ซึ่งการท่องเที่ยวชายแดนเป็นการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการข้ามแดนชายแดนไปยังประเทศใกล้เคียงและมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดน จึงทำให้นักท่องเที่ยวต้องมีการพักแรมและใช้บริการทางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งพื้นที่ชายแดนภาคเหนือของประเทศไทยติดกับภาคเหนือของสปป.ลาว เป็นพื้นที่ที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากผู้คนมีวัฒนธรรมประเพณีที่คล้ายคลึงกัน อีกทั้งผู้คนยังมีการไปมาหาสู่กันเสมอ จึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางข้ามชายแดนบริเวณภาคเหนือของประเทศไทย ทำให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดน ประกอบกับมีสถานีรถไฟจีน-ลาว ที่สามารถเชื่อมโยง

การเดินทางของนักท่องเที่ยวเข้ามายังด่านถาวรเชียงของและด่านถาวรบ้านสวกได้อีกด้วย ทั้งนี้เส้นทางรถไฟจีน-ลาว จะเกิดผลดีต่อภาคการท่องเที่ยวไทยอย่างแน่นอน เพราะจะช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาประเทศไทยได้หลากหลายช่องทางมากขึ้น (อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์, 2565)

เนื่องจากจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงรายมีพื้นที่เชื่อมต่อกับสปป.ลาว จึงมีเส้นทาง การท่องเที่ยวตามแนวชายแดนที่น่าสนใจและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อีกทั้งมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการข้ามด่านชายแดนไปยังประเทศใกล้เคียง และมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวต้องมีการพักผ่อนและใช้ บริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันพื้นที่ชายแดนที่น่าสนใจ ก็คือ ด่านบ้านสวก อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ที่ถูกยกระดับจากจุดผ่อนปรน เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2555 ซึ่งตอนนี้อยู่ระหว่างการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และในการยกระดับด่านประเพณีบ้าน บางมอญ เมืองคอบ แขวงไชยบุรี สปป.ลาว ให้เป็นด่านสากลเช่นกัน (ประกอบศิริ ภักดีพิณิจ, 2559) โดยด่านบ้านสวก อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา มีระยะทางห่างจาก ด่านเชียงของ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เป็นระยะทาง 112 กิโลเมตร โดยทั้งสองด่านตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ ตลอดจนพื้นที่ใกล้เคียงกับด่านทั้งสองมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น น้ำตกภูซาง ภูชี้ฟ้า เป็นต้น นอกจากนี้ (วาริชดี มัชยมนุรุช และกรัณณ์ชรัตน์ คะวัตกุล, 2561) ได้กล่าวว่า ด่านบ้านสวก อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา มีความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์เป็นเสมือนสู่ตลาดการค้า การลงทุนและมีเส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน อีกทั้งสามารถรองรับการท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

เส้นทางตามแนวชายแดนบริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นเส้น เชื่อมโยงจากด่านบ้านสวก อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ถึงด่านเชียงของ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยในระหว่างเส้นทางผ่านทั้งหมด 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเชียงคำ อำเภอภู ซาง จังหวัดพะเยา อำเภอเทิง อำเภอเวียงแก่น และอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ทั้งนี้สามารถเชื่อมโยงไปยังด่านถาวรเชียงแสนได้อีกด้วย ซึ่งมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม อาทิ ภูชี้ฟ้า ผาตั้ง น้ำตกภูซาง ภูชี้ดาว เป็นต้น รวมถึงวัฒนธรรมและประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน อาทิ ชุมชนไทลื้อ ชุมชนม้ง เป็นต้น ตลอดจนกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ ปั่นจักรยาน ล่องเรือแก่งผาได เส้นทาง ศึกษาศรรมชาติ เป็นต้น อีกทั้งเส้นทางดังกล่าวยังเป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทาง มาท่องเที่ยวก่อนข้ามด่านชายแดนไปยังสปป.ลาว หรือข้ามด่านชายแดนจากสปป.ลาว สามารถ

มาเที่ยวและพำนักในบริเวณเส้นทางแห่งนี้ แต่อย่างไรก็ตามเส้นทางตามแนวชายแดนข้างต้นยังมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่น้อย อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลักและไม่ไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวรอง จึงทำให้ไม่เกิดการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวรองและชุมชน เช่น นักท่องเที่ยวไปเที่ยวภูชี้ฟ้าแล้วเดินทางไปเที่ยวตัวเมืองเชียงรายเลย ไม่ได้เที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่อยู่บริเวณใกล้เคียงภูชี้ฟ้า เป็นต้น ซึ่งการตลาดจะเป็นกลไกที่จะเข้ามาช่วยให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลักไปยังแหล่งท่องเที่ยวรองได้ ประกอบกับเส้นทางตามแนวชายแดนจากด่านบ้านฮวก อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ไปถึงด่านเชียงของ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เชื่อมโยงไปยังด่านถาวรเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ถือว่ามีความน่าสนใจ อีกทั้งยังมีความหลายหลายทางการท่องเที่ยว ทั้งด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม ประกอบกับมีนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมในด้านของการพัฒนาการตลาดของพื้นที่เมืองรอง ซึ่งถือเป็นโอกาสในการพัฒนาการตลาดเส้นทางทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนในบริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการตลาดทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และเดินทางมาท่องเที่ยวในเส้นทางดังกล่าว ตลอดจนสามารถกระจายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวรองในพื้นที่ เพื่อไม่ให้เกิดการรวมกลุ่มหรือการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว และเกิดการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปยังชุมชนอีกด้วย

### คำถามงานวิจัย

การตลาดของเส้นทางทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ควรเป็นอย่างไร

### วัตถุประสงค์

1. การศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนบริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย
2. การศึกษาการรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย
3. เสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ด้านหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ด้านภาครัฐ ได้ทราบถึงการพัฒนารูปแบบการตลาดในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน และนำองค์ความรู้ที่ได้ไปใช้ในการวางแผนทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่
2. ด้านชุมชน ได้ทราบถึงความพร้อมทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ และช่องทางการตลาด เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ไปต่อยอดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่
3. ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว ได้ทราบช่องทางการพัฒนาการตลาดสำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่
4. นักท่องเที่ยว ได้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

### ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. การศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน จากการทบทวนและศึกษาจากเอกสาร วารสารที่เกี่ยวข้อง สื่อสังคมออนไลน์ และการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดในพื้นที่ ในด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความมีชื่อเสียง ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว
2. ศึกษาการรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย จากแบบสอบถาม ในด้านข้อมูลส่วนบุคคล ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ ได้แก่ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ด้านพฤติกรรม ได้แก่
  - 1) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้
  - 2) ความต้องการในการพักผ่อนของนักท่องเที่ยว
  - 3) การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
  - 4) ความสะดวกสบายทางด้านการเข้าถึงและคมนาคม
  - 5) การมีเวลาว่าง
  - 6) การวางแผนเตรียมการท่องเที่ยว
  - 7) ประสบการณ์หลังการท่องเที่ยวและการประเมินผลในด้านความพึงพอใจ
  - 8) ทศนคติหลังจากได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยว และด้านความต้องการทางการตลาดการท่องเที่ยว (5P) ได้แก่

สินค้า (Produce) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People)

3. เสนอแนวทางการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ได้แก่ แนวทางการตลาดด้านสินค้า (Product) แนวทางการตลาดด้านราคา (Price) แนวทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) แนวทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และแนวทางการตลาดด้านบุคลากร (People)

### ขอบเขตด้านประชากร

1. ศึกษาจากตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ นายอำเภอ นักพัฒนาการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่อุทยาน
2. ศึกษาจากตัวแทนภาคเอกชน หรือผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว โรงแรมหรือที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รถนำเที่ยว
3. ศึกษาจากผู้นำชุมชนหรือตัวแทนชุมชน อาทิ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน หรือตัวแทนชุมชน เป็นต้น โดยเลือกตำบลที่อยู่ในเส้นทางตามแนวชายแดน
4. นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

### ขอบเขตด้านพื้นที่

1. อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย
2. อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
3. อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
4. อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย
5. อำเภอภูกามยาว จังหวัดพะเยา
6. อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1 **แนวทางการพัฒนา หมายถึง** กระบวนการจัดการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ให้มีความพร้อมทางการท่องเที่ยวและเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น มีคุณภาพประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดผลประโยชน์และรายได้แก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

**2 การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง** กระบวนการในการจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านสินค้า (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านบุคลากร (People)

**3 เส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน หมายถึง** เส้นทางเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวบริเวณชายแดนของประเทศไทยและสปป.ลาว จากด่านชายแดนบ้านฮวก อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา จนถึงด่านชายแดนเชียงแสน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งประกอบด้วย อำเภอเชียงคำ อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา และอำเภอเทิง อำเภอเวียงแก่น อำเภอเชียงทอง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

**4 ความพร้อมทางการท่องเที่ยว หมายถึง** ความพร้อมในด้านคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวที่สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียง กิจกรรมท่องเที่ยว และ การมีส่วนร่วมของชุมชนทางการท่องเที่ยว

**5 การรับรู้ของนักท่องเที่ยว หมายถึง** การแปลหรือตีความการสัมผัสต่อสิ่งเร้าผ่านความสามารถทางกายภาพ การเรียนรู้ทางสังคม และลักษณะทางจิตวิทยา โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ ได้แก่ 1) ปัจจัยจากภายใน และ 2) ปัจจัยจากภายนอก

**6 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง** ลักษณะการตัดสินใจและการเลือกรูปแบบที่เดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีการแสดงออกที่หลากหลายและแสดงออกในรูปแบบที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล

## บทที่ 2

### เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย” ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว
2. แนวคิดศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยว
3. แนวคิดการตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว
4. แนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยว
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิด

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว

##### ความหมายของการท่องเที่ยว (tourism)

ในปี พ.ศ.2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติ ได้มีการจัดการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี โดยได้ให้คำจำกัดความของ "การท่องเที่ยว" ว่าการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อให้เกิดความบันเทิงรื่นเริงใจ การเยี่ยมญาติหรือการไปเข้าร่วมประชุม แต่การท่องเที่ยวมิใช่การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร ทั้งยังหมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (องค์การการท่องเที่ยวโลก, 2506) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังถือว่าเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยต้องเดินทางด้วยความสมัครใจ และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ หรือ การเดินทางเพื่อแสวงหารายได้ (Goeldner & Ritchie, 2006) ซึ่งถือได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และ ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจ และบริการต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ กิจกรรม หรือ การสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว หรือ ผู้มาเยือน (McIntosh & Goeldner, 1986) อีกทั้ง เป็นการเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหา

ประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2546) และเป็นการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำโดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึงการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกลและในการเดินทางนั้นควรต้องมีการค้างแรม (วรรณา วงษ์วานิช , 2550) ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO)(27) ได้แบ่งประเภทนักท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติ (international tourist) มี 2 ลักษณะ ดังนี้
  - 1.1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้าประเทศ (inbound tourist)
  - 1.2 นักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศ (outbound tourist)
2. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ (internal tourist)
3. นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวภายในประเทศ (domestic tourist)
4. นักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศรวมกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ (national tourism)

#### **สาเหตุของการท่องเที่ยว**

ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มักมีสาเหตุที่หลากหลาย โดยสามารถแบ่งสาเหตุของการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1. แรงกระตุ้นด้านกายภาพ (physical motivation) คือ แรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการในการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่น รวมถึงการรักษาหรือบำรุงสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น
2. แรงกระตุ้นด้านวัฒนธรรม (culture motivation) คือ แรงกระตุ้นจากความต้องการอยากรู้จักหรืออยากสัมผัสวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน เช่น การดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น
3. แรงกระตุ้นด้านส่วนตัว (personal motivation) คือ แรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น
4. แรงกระตุ้นด้านสถานภาพและชื่อเสียง (prestige and status motivation) คือ แรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการในการพัฒนาเพื่อยกระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุมนานาชาติ การเข้าร่วมแข่งขันกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

## ทรัพยากรท่องเที่ยว

ทรัพยากรท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีความสวยงามและน่าสนใจ ซึ่งรวมถึงบริเวณที่มนุษย์ได้เข้าไปปรับปรุงหรือตกแต่งเพิ่มเติมบางส่วนจากสภาพธรรมชาติ โดยสามารถแบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้ 3 ประเภทย่อย คือ

1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทภูมิอากาศ เป็นสถานที่ที่มีลักษณะอากาศเกิดขึ้นเองตามสภาพธรรมชาติของโลกในแต่ละภูมิภาค ซึ่งโดยภูมิอากาศในแต่ละพื้นที่ทั่วโลกจะมีความแตกต่างกันตามที่ตั้งของเส้นละติจูด ความสูงของพื้นที่ กระจกน้ำ และพายุ จึงส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ มีความสวยงามของธรรมชาติตามลักษณะภูมิอากาศที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงของฤดูกาล จึงเป็นเหตุให้ประชาชนที่อาศัยอยู่เขตภูมิอากาศหนึ่งมีความต้องการเดินทางไปเยี่ยมเยือนภูมิอากาศเขตอื่น เพื่อสัมผัสกับภูมิอากาศที่แตกต่างจากที่อยู่อาศัยเดิม

1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภททัศนียภาพเป็นสถานที่ที่มีทัศนียภาพทางธรรมชาติสวยงามและแปลกประหลาดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าไปเยี่ยมเยือน เช่น ป่า เขา เกาะ แก่ง ชายหาด ถ้ำ ทะเล แม่น้ำ ทะเลสาบ อ่างเก็บน้ำ กว๊าน น้ำตก น้ำพุร้อน หุบเขา หุบดงไม้ ลานหิน เนินดิน เสาหิน ธารน้ำแข็ง เป็นต้น

1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทสัตว์ป่า เนื่องจากสัตว์ป่าเป็นสิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติที่น่าศึกษาหาความรู้ และนับวันจะสูญหายหมดไป เป็นสถานที่ที่มีความงดงามตามธรรมชาติสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากเช่นกัน และยังคงมีที่ให้ท่องเที่ยวศึกษาได้ตามแหล่งอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าและสวนสัตว์เปิด เช่น การชมนกที่ดอยอินทนนท์ ไนท์ซาฟารี จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุ ที่ถือเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นมรดกในอดีต โดยสร้างขึ้นตามประโยชน์ของมนุษย์ และได้สร้างเพิ่มเติมขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนาที่แสดงถึงอารยธรรมและความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นนั้น ๆ และเป็นมรดกตกทอดมายังชนรุ่นลูกรุ่นหลาน ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางไปเยี่ยมในพื้นที่นั้น โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อยที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

2.1 ประเภทโบราณสถาน เป็นสถานที่ที่มีอายุนับร้อยปี ซึ่งโดยลักษณะแห่งการก่อสร้างหรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของสถานที่นั้นเป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์

หรือโบราณคดีต่าง ๆ เช่น ศาสนสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ กำแพงเมือง คูเมือง พระราชวัง พระตำหนัก บ้านโบราณ เมืองโบราณ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ชุมชนโบราณ เป็นต้น

2.2 ประเภทโบราณวัตถุ เป็นวัตถุโบราณทั้งที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ของมนุษย์หรือเกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของโบราณสถาน โดยเป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์หรือโบราณคดีในแต่ละจังหวัดหรือแต่ละประเทศ ซึ่งอาจมีการเก็บสะสมไว้ในพิพิธภัณฑสถานหรือสถานที่อื่น ๆ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าชม เช่น ภาพเขียนโบราณ วัตถุโบราณ สมบัติโบราณ พระพุทธรูปโบราณ รูปปั้นโบราณ เป็นต้น

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ถือเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิต โดยมีความแตกต่างกันไปตามการดำเนินชีวิต สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และอื่น ๆ โดยยึดถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคมที่มีผลต่อการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนสามารถแบ่งออกเป็นประเภทย่อย 3 ประเภท ดังนี้

3.1 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ชุมชน หมู่บ้าน ตลาด ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม การละเล่นพื้นบ้าน ดนตรีพื้นเมือง สินค้าพื้นเมือง ไร่สวน เป็นต้น

3.2 ประเภทประเพณี ได้แก่ สงกรานต์ แห่เทียนพรรษา เทศกาลกินเจ ลอยกระทง งานบุญบั้งไฟ ตานก๋วยสลาก เป็นต้น

3.3 ประเภทกิจกรรม ได้แก่ การแข่งขันกีฬา สวนสนุก สนามกอล์ฟ สนามแข่งรถ เป็นต้น สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้น ควรเป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาหาความรู้ในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการได้รับความเพลิดเพลิน เช่น การเดินป่า การศึกษาธรรมชาติ การตั้งแคมป์ การล่องแพ การขี่ช้าง การถ่ายรูป การขี่จักรยาน การโต้เขากการตกปลา เป็นต้น

โดยประเทศไทยถือเป็นประเทศที่อุดมด้วยทรัพยากรท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภทข้างต้นทั้งในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุ ที่มีการอนุรักษ์และรักษามาตั้งแต่อดีต และทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ จึงทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจที่จะอยากมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชม

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวยังถือเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยผลกระทบจากการท่องเที่ยวนี้มีทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยผลกระทบด้านบวกจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนในชุมชน

แหล่งท่องเที่ยว และประเทศชาติ จึงเป็นหน้าที่ของประชาชนทุกคนที่จะต้องให้ความร่วมมือในการวางแผนทางการท่องเที่ยวให้มีการพัฒนาและมีการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหากไม่มีการจัดการที่ดีและไม่มีประสิทธิภาพอาจก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านลบที่จะเป็นปัญหาทางด้านการท่องเที่ยวได้

### องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

Dickman (1996) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว ที่สามารถแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่

1. ความดึงดูดใจ (Attraction) คือ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจ และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) คือ ลักษณะของการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) คือ การอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว

4. ที่พัก (Accommodation) คือ การให้บริการทางด้านที่พัก สำหรับอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพำนักยังแหล่งท่องเที่ยว

5. กิจกรรม (Activity) คือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 องค์ประกอบ มีดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ถือเป็นองค์ประกอบที่ทำให้นักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมถึงในด้านของภาพลักษณ์ ราคาหรือค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

2. เส้นทางขนส่งนักท่องเที่ยว และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นเส้นทางการคมนาคมที่สามารถเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ตลอดจนการติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ที่ถือเป็นสิ่งที่ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้จัดเตรียมไว้สำหรับบริการให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายและความประทับใจในการท่องเที่ยว

ซึ่งต่อมาในปี 2555 บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้อธิบายเพิ่มว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 4 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) ทรัพยากรท่องเที่ยว 2) การตลาดท่องเที่ยว 3) นักท่องเที่ยว และ 4) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและในปี 2557 (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557) ก็ได้กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวหลักต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญอย่างน้อย 3 องค์ประกอบ หรือ 3 A's ดังต่อไปนี้คือ

1. สิ่งดึงดูดใจในของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจให้ความรู้หรือสร้างความเพลิดเพลินให้แก่นักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ ได้แก่ 1) ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพของธรรมชาติที่สวยงาม 2) ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เช่น อากาศบริสุทธิ์ สดชื่น เป็นต้น 3) คุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น ด้านประวัติศาสตร์หรือมรดกทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี เป็นต้น 4) ด้านวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น มีขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปกรรมงานเทศกาลหรืองานประเพณี การละเล่นพื้นเมือง เป็นต้น 5) สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น สวนสนุก สวนสัตว์ ศูนย์การค้า สนามกอล์ฟ เป็นต้น 6) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การขี่ช้าง การดูนก การปีนเขา การเที่ยวถ้ำ การขี่จักรยาน เป็นต้น

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีเส้นทางการคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ซึ่งจะต้องพิจารณาใน 6 ด้านด้วยกัน ได้แก่ 1) ประเภทของการคมนาคมขนส่งที่ให้บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จะต้องเหมาะสมหรือจะใช้การขนส่งหลายประเภทรวมกันไป เช่น การขนส่งด้วยรถยนต์ การขนส่งด้วยรถไฟ การขนส่งด้วยเรือ การขนส่งด้วยเครื่องบิน เป็นต้น 2) เส้นทางการขนส่งเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว สภาพการเดินทาง ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความปลอดภัย 3) การคมนาคมขนส่งในแหล่งท่องเที่ยว มีจำนวนที่เพียงพอ มีคุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนความสะดวกสบาย รวดเร็วและความปลอดภัยของ 4) แบบแผนการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยพิจารณายานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะทั้งกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่ ทั้งการเดินทางของนักท่องเที่ยวแบบส่วนตัวและแบบครอบครัว 5) บริเวณที่อำนวยความสะดวกให้แก่ยานพาหนะ เช่น สถานีขนส่ง ที่จอดรถ เป็นต้น 6) ปัญหาการจราจรที่อาจเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัญหาที่จอดรถ ปัญหาการจราจรติดขัด ปัญหาเรื่องเสียงรบกวนนักท่องเที่ยว เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และ

นักท่องเที่ยวอยากท่องเที่ยวมานานขึ้นหรือกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญมี 4 ด้าน ได้แก่ 1) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว เช่น จุดจำหน่ายบัตรเข้าชมในแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่พักนักท่องเที่ยว ห้องน้ำ สาธารณะ ร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น 2) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายเครื่องหมาย ลานจอดรถ ม้านั่ง โต๊ะ เก้าอี้ เป็นต้น 3) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเช่น ด้านความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ ความปลอดภัยจากพืชและสัตว์ เป็นต้น 4) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งป้ายแผนที่แสดงจุดต่าง ๆ ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเตือนอันตราย เป็นต้น

อีกทั้ง องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (บุษบา ลิทธิการ,มปป.) ประกอบไปด้วย 6 ด้าน คือ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Attraction) 2) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับปัจจัยด้านระยะเวลาและระยะทางการเข้าถึง 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Access) เช่น สภาพถนน ระยะทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น 4) การอำนวยความสะดวก (Amenity) 5) ที่พักแรม (Accommodation) และ 6) การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว (Ancillary Services) ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ข้อมูลการเดินทางและแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

โดยจากการศึกษาศึกษาเอกสาร สรุปได้ว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่จะทำการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จได้จะต้องประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจและเกิดความประทับใจ ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ 2) การเข้าถึง (Accessibility) เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงสภาพเส้นทางการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกและปลอดภัย 3) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเพลิดเพลิน และความประทับใจ 4) ที่พัก (Accommodation) การให้บริการทางด้านที่พักแรม สำหรับอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

## 2. แนวคิดศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และเอื้อต่อการพัฒนา รวมถึงในท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจที่จะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ โดย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ได้ให้ความหมายของ ศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมในด้านคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในการให้บริการทางด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยี่ยมชมเยือน

เกณฑ์ในการประเมินความพร้อมด้านการท่องเที่ยว (จารุจณ์ กลิ่นดีปสี, 2541) มีองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้

1) ด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางทางการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะ ทั้งในด้านของธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานหรือโบราณวัตถุ วัฒนธรรมและประเพณี รวมทั้งมีปัจจัยต่าง ๆ ที่น่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ ความสะดวกในการเข้าถึง ทัศนียภาพ เป็นต้น

2) ด้านการจัดการ คือ การบริหารและจัดการที่เอื้อต่อการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยให้กับแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงกระบวนการ ความหลากหลาย ความน่าสนใจ และประโยชน์ของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยมีการสร้างจิตสำนึกและการศึกษาเรียนรู้รวมอยู่ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวด้วย

4) ด้านการมีส่วนร่วม คือ การมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวขององค์กรในท้องถิ่น ชุมชน และประชาชนในท้องถิ่น อาทิ การควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว การบริการทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

ทั้งนี้ หลักเกณฑ์ในการพิจารณาและกำหนดความพร้อมทางการท่องเที่ยว (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี, 2550) ประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้

1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีความสวยงามและมีลักษณะเด่นในตัวของแหล่งท่องเที่ยวเอง ที่สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว อาทิ ความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ ความเป็นอยู่และวิถีชีวิตดั้งเดิม เป็นต้น

2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการออกเดินทางท่องเที่ยว อาทิ สภาพของเส้นทางคมนาคม ลักษณะการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ระยะทางจากตัวเมืองหรือสถานที่สำคัญไปยังแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว อาทิ ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา สัญญาณโทรศัพท์ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่พักแรม และการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

4) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ที่อาจส่งผลต่อการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อาทิ สภาพทางกายภาพ สภาพภูมิอากาศ ระบบนิเวศ เป็นต้น

5) ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านบริการ ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

6) ความมีชื่อเสียงในปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงส่วนใหญ่จะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว จะทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

จากการศึกษาได้นำแนวคิดของ(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) , (จารุจณ์ กลิ่นดีปสี, 2541) และ (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี, 2550) สามารถนำมาเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาความพร้อมด้านการท่องเที่ยวได้ 8 ด้าน ได้แก่ 1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีความน่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว 2) ความสะดวกในการเข้าถึง ที่สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและสะดวกสบาย 3) โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่เอื้อต่อการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ 4) ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ 5) สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ที่อาจเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในพื้นที่ของนักท่องเที่ยว 6) ความมีชื่อเสียง ที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว 7) กิจกรรมท่องเที่ยว ที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ และ 8) การมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวในพื้นที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้

ตาราง 1 สรุปแนวคิดความพร้อมด้านการท่องเที่ยว

ชื่อ	ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว							
	ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว	ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว	ด้านกิจกรรม	ด้านการมีส่วนร่วม	ความมีชื่อเสียง
จารุจน์ กลิ่นดีปาลี (2541)	✓		✓			✓	✓	
วิวัฒน์ ชัยบุญยภัคดี (2550)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

### 3. แนวคิดการตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษาความ ต้องการของนักท่องเที่ยว และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนประสมทางการตลาด เพื่อเป็น เครื่องมือในการเชื่อมโยงให้เหมาะสมและสอดคล้องกัน การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการจัดการและสังคม ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคล จะได้รับสิ่งจำเป็นและสิ่งที่พวกเขาต้องการจากการสร้างและแลกเปลี่ยนผลิตสินค้านำรวมทั้งคุณค่าของ สินค้ากับบุคคลอื่นด้วย (Middleton, 1990) อีกทั้งการตลาดการท่องเที่ยวยังมีความหมาย ประกอบด้วย 5 ประการ ได้แก่ 1) การกำหนดความต้องการของสินค้าและบริการ 2) การกำหนดขั้นตอนเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ๆ 3) การกำหนดราคาที่เป็นไปตามอัตราการแข่งขันของตลาดและกำไรที่ต้องการ 4) การคัดเลือกวิธีการที่เหมาะสมในการสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และ 5) การขายการท่องเที่ยว (นิคม จารุมณี, 2536) นอกจากนี้ การตลาดการท่องเที่ยว ยังเป็นการทำกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบถึงความต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้น ๆ และ ซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว แล้วทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้ผลกำไร ส่วนนักท่องเที่ยวก็ เกิดความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543) ซึ่งการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกับตลาดอุตสาหกรรมอื่น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไม่มีตัวตนและผู้บริโภคไม่ได้มีการสัมผัสสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อและใช้บริการ ซึ่งไม่สามารถแบ่งแยกผลิตภัณฑ์ออกเป็นอย่างใดอย่างหนึ่งได้ จึงทำให้การตลาดทางการท่องเที่ยวสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา(ศรัญญา วรากุลวิทย์, 2546) รวมถึงการจัดกิจกรรมหรือการนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ตรงต่อความต้องการ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยต้องมีการวิเคราะห์ เข้าใจถึงความต้องการ ความจำเป็นของนักท่องเที่ยว และต้องมีการศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอีกด้วย จากข้างต้นสรุปได้ว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การศึกษาความต้องการและความจำเป็น ที่สะท้อนออกมาทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงความต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และเกิดการซื้อ โดยนำส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการนั้น ๆ ได้อย่างตรงตามความต้องการ และส่งผลต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้มีรายได้ผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการ ส่วน นักท่องเที่ยวก็เกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเช่นกัน (สุรีย เข้มทอง, 2555) ยิ่งไปกว่านั้น การตลาดทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร IMC

(Integrated Marketing Communication) ถือเป็นเครื่องมือที่มีความนิยม เนื่องจากใช้แล้วข่าวสารในการเสนอขายได้รับความสนใจ และสามารถดึงดูดให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายตัดสินใจซื้อในเวลาอันรวดเร็ว (กมล รัตนวิระกุล, 2550) แต่อย่างไรก็ตาม การตลาดการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันของประเทศไทยมีการปรับตัวเข้าสู่แนวคิดในด้านการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์มาปรับใช้กับการตลาดหรือที่เรียกว่า การตลาดท่องเที่ยว 4.0 (Tourism Marketing 4.0) ซึ่งทำให้เกิดรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในด้านการขนส่งคมนาคมที่พักแรม บริษัทนำเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว จากผู้ประกอบการขนาดย่อม (SMEs) กลายเป็นการรวมกลุ่มสตาร์ทอัพ (Startup) โดยอาศัยการเข้าถึงข้อมูลจากโลกออนไลน์ และอุปกรณ์ที่เชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ต โดยสามารถแบ่งช่องทางการเข้าถึงด้านการตลาดเป็น 2 ประเภท คือ ประเภท Pure Dot Com Business เป็นการทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวผ่านระบบออนไลน์โดยไม่มีร้านอยู่จริง และประเภท Click and Mortar Business ที่เป็นการเพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมีร้านอยู่จริงและขายในช่องทางออนไลน์ (สุประภา สมนึกพงษ์, 2560)

จะเห็นได้ว่า การตลาดทางการท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมหรือการนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ตรงต่อความต้องการ ซึ่งมีการกำหนดความต้องการของสินค้าและบริการ การกำหนดขั้นตอนเพื่อตอบสนองความต้องการ การกำหนดราคาที่เหมาะสม การคัดเลือกวิธีการที่เหมาะสมในการสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยว และการนำเสนอการท่องเที่ยว โดยมีการทำกิจกรรม เพื่อวิเคราะห์ให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และส่งผลให้ผู้ประกอบการมีรายได้ผลกำไร ซึ่งการตลาดทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการสื่อสารการตลาดที่มีการปรับตัวเข้าสู่แนวคิดในด้านการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์มาปรับใช้กับการตลาด โดยอาศัยการเข้าถึงข้อมูลจากโลกออนไลน์ และอุปกรณ์ที่เชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ต เนื่องจากใช้แล้วข่าวสารในการเสนอขายได้รับความสนใจ และสามารถดึงดูดให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายตัดสินใจซื้อในเวลาอันรวดเร็ว

ส่วนประกอบของการตลาดทางการท่องเที่ยวซึ่ง (นิตา ชัชกุล, 2557) และ (ฉันทช วรรณถนอม, 2554) ได้มีความเห็นสอดคล้องกัน ในด้านส่วนประกอบของการตลาดทางการท่องเที่ยวที่มี 3 ส่วนประกอบ ดังนี้

1) ผู้ซื้อ (Buyer) คือ นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่จะออกเดินทางท่องเที่ยว จึงต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ๆ โดยผู้ซื้อสามารถแบ่ง ออกได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1) กลุ่มผู้ซื้อส่วนบุคคล คือ บุคคลที่ตัดสินใจและต้องการเดินทางท่องเที่ยว โดย การซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวหรือการซื้อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ ซึ่งอาจจะติดต่อโดยตรง กับผู้ผลิต หรือติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่าย

1.2) กลุ่มผู้ซื้อองค์กร คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นหน่วยงาน สมาคม ห้างร้านต่าง ๆ โดยการให้บริษัทนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยวให้กับองค์กร ซึ่งผู้ซื้ออาจจะซื้อรายการนำเที่ยวให้ตนเองหรือให้ผู้อื่นก็ได้ เช่น การให้รางวัลพนักงาน การจัดประชุม เป็นต้น

2) สินค้าและบริการ (Product and Service) คือ สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวให้เกิดการซื้อ เพื่อที่จะออกเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ดังนี้

2.1) สิ่งที่ต้องดูทางการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น วัฒนธรรม เทศกาล ประเพณี วิถีชีวิต เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ที่จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้เป็นอย่างดี

2.2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว คือ ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา การติดต่อสื่อสาร ท่าอากาศยาน สถานีขนส่ง การขนส่ง สายการบิน ที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น

3) ผู้ผลิต (Producer) คือ ผู้ประกอบธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ผลิตวัตถุดิบในลักษณะการแปรรูปสินค้าและบริการ เช่น การเข้าพักที่โรงแรม การเดินทางโดยเครื่องบิน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งสินค้าและบริการอื่น ๆ ในสายเดียวกันอีกมากมาย จากข้างต้นจะเห็นได้ว่าทั้ง 3 ส่วนประกอบของตลาดการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ และ เชื่อมโยงกัน เพราะถ้าไม่มีผู้ซื้อก็ไม่มีผู้ผลิต และถ้าไม่มีผู้ผลิต ก็ไม่มีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเช่นกัน (ฉลองศรี พิมลสมพงศ, 2557) (นิศา ชัชกุล, 2557) และ (ฉันทัช วรรณถนอม, 2554)

การตลาดและการท่องเที่ยว(Tourism and Marketing) ซึ่งการจัดแผนการตลาดทางด้านการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและการชักจูงนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในสถานที่เป้าหมาย ซึ่งส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือและกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ เพื่อให้ธุรกิจการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จ ส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4Ps ได้แก่

### 1.1 Product (สินค้า)

ผลิตภัณฑ์ (Products) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีไซ์ตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือสินค้าหรือบริการที่บุคคลและองค์กรซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่น ๆ หรือในแนวทางการประกอบธุรกิจหรือหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิต การให้บริการหรือดำเนินงานของกิจการ (ณัฐ อรินพไพบุลย์, 2554) แม้ผลิตภัณฑ์จะเป็นองค์ประกอบตัวเดียวในส่วนประสมของการตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวสำคัญที่มีรายละเอียดที่จะต้องพิจารณาอีกมากมาย ดังนี้ เช่นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns) (ชีวรรณ เจริญสุข, 2547)

### 1.2 Price (ราคา)

ราคาต้องมีความเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการหรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies) (ณัฐ อรินพไพบุลย์, 2554) ซึ่งมูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของคู่แข่ง ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำกหนดราคาสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ (List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด (Discounts) ราคาที่มีส่วนยอมให้ (Allowances) ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงิน (Payment Period) และราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ (Credit Terms) (ชีวรรณ เจริญสุข, 2547)

### 1.3 Place (Distribution) ช่องทางการจัดจำหน่าย

เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่นำเสนออีกจากอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ (ชีวรรณ เจริญสุข, 2547) อีกทั้งเป็นการเน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึง สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่

ผ่านก็ได้ ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) หรือ ลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง (Middleman) โลจิสติกส์ทางการตลาด เป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุม การเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่ต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมุ่งผลกำไร (ณัฐ อรินพไพบูลย์, 2554) ทั้งยังเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมมีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อข้อกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรดสินค้า (ภูตินันท์ อติทิพยางกูร, 2555) และเป็นการกระจายสินค้าเป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้า จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทาง อุตสาหกรรมขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้า ภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่อง ทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น (ชานนท์ รุ่งเรือง, 2555)

#### 1.4 Promotion การจัดการส่งเสริมการขาย

เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ ความคิด ต่อบุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ (ชีวรณ เจริญสุข, 2547) อีกทั้งยังเป็นการเน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายและการตลาด โดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น ตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของการสร้าง ประสบการณ์ที่ดีน่าประทับใจให้กับลูกค้า ก็จะนำไปสู่การสร้าง ความผูกพันทางด้านอารมณ์ที่ แนบแน่น ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่น โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกล ยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้า สูงขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่ง (ณัฐ อรินพไพบูลย์, 2554) รวมถึงเป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยัง ตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้คามรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความจำเป็นของตลาดเป้าหมาย ที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย (ชานนท์ รุ่งเรือง, 2555)

อีกทั้ง ยังได้มีส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพิ่มเข้ามา (Middleton, 1990) และ (Kurtz D. L and Clow K. E, 1998) คือ บุคลากร (People) คือ พนักงานหรือ เจ้าหน้าที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการบริการจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับตัวพนักงานที่จะ

สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจได้มากน้อยเพียงใด ดังนั้น พนักงานควรมีทัศนคติที่ดี และได้รับการอบรมมาอย่างดีด้วย

จากข้างต้น ทุกองค์ประกอบ ล้วนมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบอีกหนึ่งอย่างก็คือว่าสำคัญเป็นอย่างมาก ที่จะสามารถช่วยให้องค์ประกอบต่าง ๆ ดำเนินการไปได้ คือ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยการส่งเสริมการตลาดนั้น ยังถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารทางตลาดแบบบูรณาการทั้งใน

รูปแบบออนไลน์ (Online) และออฟไลน์ (Offline) (Mohammed R A Fisher R J Jaworski J B and Cahill, 2001) บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์อีกด้วย (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2551) ซึ่งการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ คือ เครื่องมือสื่อสารสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในการติดต่อสื่อสาร เพื่อส่งข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียว (วารุณี ดันติวงศ์วาณิช นิภา นิรุตติกุล สุนทรี เหล่าพัต จัน พรพรหม พรหมเพศ นิตยา งามแดน และ จุฬามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์ 2545) , (ฉัตรยาพร เสมอใจ 2547) และ (ธนวรรธน์ แสงสุวรรณ และคณะ, 2547) ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดจะสามารถช่วยสื่อสารสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นแรงจูงใจ ความต้องการอยากจะออกเดินทางไปที่ท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นด้านแรกที่จะสามารถดึงดูด ดึงความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาการส่งเสริม การตลาด การท่องเที่ยวของประชากรรุ่นแซต เพราะเป็นกลุ่มประชากรรุ่นใหม่ที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

### **กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว**

กลยุทธ์ หมายถึง แบบแผนของผู้บริหารระดับสูงที่จะนำไปสู่ความสำเร็จที่มีความสอดคล้อง กับภารกิจและเป้าหมายขององค์กร (Wright Pringle & Kroll, 1992) เซอร์เมอร์ฮอร์น (Schermerhorn J R, 2002) ยังได้กล่าวว่า กลยุทธ์ หมายถึง แบบแผนหรือ แผนปฏิบัติการที่มีความสำคัญต่อองค์กร เพื่อใช้ในการกำหนดทิศทางขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร อีกทั้งเป็นการตัดสินใจและการนำไปสู่ เป้าหมายโดยตรงในการใช้ทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร เพื่อสร้างโอกาสและป้องกันเหตุการณ์ ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร (Coulte, 2005) นอกจากนี้ยังถือเป็นวัตถุประสงค์ระยะยาวที่จะทำให้องค์กร ประสบผลสำเร็จ จากข้างต้น สรุปได้ว่า กลยุทธ์ หมายถึง รูปแบบ แผนการ และแนวทางที่จะนำไปสู่ความสำเร็จได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร ความหมายการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว (Fred, 2012) ทั้งยังเป็นวิธีการต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสารกับตลาดนักท่องเที่ยวต่าง ๆ

ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญของ ธุรกิจการท่องเที่ยวนำไปใช้ในการสื่อสารข้อความต่าง ๆ ไปยังนักท่องเที่ยว (Bojanic, 2001) โดยเครื่องมือสื่อสารผ่านรูปแบบต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ จดจำ และรู้จักอย่างรวดเร็ว (ฉันทิช วรรณถนอม, 2554)โดยถือการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูล ชักชวน และทำให้เกิดการตอบสนองจากลูกค้า (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) ตลอดจนเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการขาย เพื่อสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ผลิตและลูกค้า ตลาด เป้าหมาย เพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ, 2557)

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง เครื่องมือ และวิธีการที่ธุรกิจทางการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม สามารถนำไปใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า กลุ่มเป้าหมายหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดการรับรู้และจดจำได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้เกิด แรงกระตุ้นจูงใจ ทัศนคติ ความต้องการในการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการ ทางการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง รูปแบบ แผนการ และแนวทางที่เป็นเครื่องมือและวิธีการที่ ธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถนำไปใช้ในการสื่อสารกับ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดการรับรู้และจดจำได้อย่างรวดเร็ว เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมการการท่องเที่ยว

โดยกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวมี บทบาทความสำคัญต่อบริษัทการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นองค์ประกอบของกลยุทธ์ส่วนรวมการตลาด (นงคินุช ศรีธนาอนันต์, 2550) ซึ่งวิธีการที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดมีวัตถุประสงค์สำคัญ ดังนี้

- 1) ส่งเสริมการรับรู้ของตลาด ด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า ราคา ช่องทางการจัด จำหน่าย และวิธีการส่งเสริมการตลาด
- 2) กระตุ้นให้เกิดการยอมรับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวเสนอออกสู่ตลาด
- 3) ชักชวนให้มีการซื้อ และช่วยเร่งการตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยว เป้าหมาย
- 4) การจูงใจนักท่องเที่ยวให้สนับสนุนการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป และซื้อเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ องค์ประกอบของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว นักวิชาการทางการท่องเที่ยว

โมฮัมเหม็ด และคณะ (Mohammed R A Fisher R J Jaworski J B and Cahill, 2001) , (นงคีนุช ศรีธนาอนันต์, 2550) , (ฉันทิช วรรณถนอม, 2554) , (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) และ(ฉลองศรี พิมลสมพงศ, 2557) ได้มีความเห็นสอดคล้องถึงองค์ประกอบของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด ท่องเที่ยว ต้องประกอบไปด้วยส่วนประสมย่อยที่สำคัญดังนี้

1) การโฆษณา (Advertising) คือ รูปแบบ ความคิด วิธีการนำเสนอสินค้าและบริการ การท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีใช้ตัวบุคคล เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย เกิดแรงจูงใจไปกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อหรือเพื่อการใช้สินค้าและบริการของ ธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงและสร้างความน่าเชื่อถือให้กลุ่ม ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย

1.1) ลักษณะเด่นของการโฆษณา คือ รูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการ การท่องเที่ยวที่เป็นการโฆษณาต้องประกอบไปด้วยลักษณะเด่น 4 ประการ ดังนี้

1.1.1) การโฆษณาต้องมีการเสียค่าใช้จ่าย เพราะการชำระเงินถือเป็นค่าตอบแทนในการลงโปรโมทสินค้าและบริการผ่านการโฆษณาสื่อต่าง ๆ

1.1.2) การโฆษณาต้องนำเสนอผ่านสื่อไม่ใช่ผ่านตัวบุคคล เพราะการ สื่อสารไม่ได้ใช้บุคคลแต่ใช้สื่อมวลชน จึงไม่ได้มีการตอบโต้ระหว่างพนักงานขายกับลูกค้าแต่อย่างใด แต่เป็นการโปรโมทข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว เป้าหมายที่กระจายตัวตามพื้นที่ต่าง ๆ ให้รับรู้อย่างทั่วถึงกัน

1.1.3) การโฆษณาต้องเป็นการเผยแพร่ แสดงความคิดอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นการสร้างความคุ้นเคย มั่นใจ ตรวจสอบ ยอมรับ เปรียบเทียบข้อมูลระหว่างคู่แข่งต่าง ๆ เปลี่ยนทัศนคติ ทดลอง สั่งซื้อ และสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว นั้น ๆ ให้แก่ ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1.1.4) การโฆษณาต้องมีการระบุผู้อุปถัมภ์หรือผู้ทำการโฆษณา เพราะการปรากฏชื่อผู้โฆษณาจะช่วยป้องกันไม่ให้ผู้รับสารเกิดความสงสัย และขาดความน่าเชื่อถือในโฆษณา หากโฆษณาไม่เหมาะสมและไม่เป็นไปตามความเป็นจริงก็สามารถเรียกร้องจากผู้ลงโฆษณาได้ เพราะผู้โฆษณาเป็นผู้เสียค่าใช้จ่าย จึงสามารถที่จะควบคุมส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะ เป็น เนื้อหา สถานที่ ช่วงเวลาที่โฆษณาได้อย่างเต็มที่

1.1.5) การโฆษณาเป็นการขายโดยอาศัยเหตุผล เพราะการที่นำเสนอการขายด้วยเหตุผลจริงแต่อาจจะไม่ทั้งหมดและเหตุผลสมมติก็สามารถจูงใจได้ อย่างไรก็ตามสิ่งที่ปรากฏในโฆษณาทั้งหมดเป็นความจริง แต่ความจริงก็ไม่ทั้งหมดของโฆษณาเช่นกัน

1.2) ประเภทของการโฆษณา จะต้องประกอบไปด้วยสื่อประเภทต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.2.1) สื่อที่ใช้คลื่นกระจายข่าว (Broadcast Media) ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง เป็นต้น

1.2.2) สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ โบปลิว ไวนิล เป็นต้น

1.2.3) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) ได้แก่ ป้ายไฟวิ่ง เลเซอร์ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

1.2.4) สื่อเคลื่อนที่ (Mobile Media) เช่น รถแท็กซี่ รถโดยสารประจำทาง สายการบิน รถไฟ เป็นต้น

1.2.5) สื่อกลางแจ้ง (Outdoor Media) ได้แก่ ป้ายโฆษณา

1.2.6) สื่อสังคมออนไลน์ สื่อออนไลน์ (Social Media) ได้แก่ Facebook Instagram Twitter LINE เว็บไซต์ อีเมล อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

1.2.7) สื่อพิเศษอื่น ๆ เช่น เสื้อยืด แก้วน้ำ จาน พวงกุญแจ กระเป๋า เป็นต้น

2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของธุรกิจ ไปยังผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการรับรู้และการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์จะต้องมีการกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ต้องเป็น ข้อมูลที่ชัดเจน ทันสมัย ทันเวลา และกระจายได้ทั่วถึง

2.1) วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ คือ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพความเข้มแข็งในการแข่งขันทางการตลาด ดังนี้

2.1.1) เพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท และการแนะนำสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องที่เสนอขายให้เป็นที่รู้จัก อีกทั้งยังเป็นการเผยแพร่กิจกรรมความเคลื่อนไหวของบริษัทให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้รับทราบด้วย

2.1.2) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร ให้มีบรรยากาศความเข้าใจ ความเชื่อถือบริษัท และรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในของบริษัท ซึ่งเป็นการทำให้บริษัทมีการดำเนินงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

2.1.3) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและประชาชนภายนอก ทั้งที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ผู้ผลิต และประชาชนทั่วไป เพื่อให้เกิดความนิยม ความเชื่อถือสนับสนุน และเห็นชอบกับนโยบายและวิธีการดำเนินธุรกิจ

2.1.4) เพื่อสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ ในการกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมากขึ้น

2.1.5) เพื่อสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัทและสินค้า รวมทั้ง ป้องกัน และแก้ไขความเข้าใจผิดเพื่อรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ไว้

## 2.2) วิธีการประชาสัมพันธ์ สามารถทำได้หลากหลายวิธีดังนี้

2.2.1) การเผยแพร่ต่อสาธารณชน (Publicity) คือ การตีพิมพ์บทความ ต่าง ๆ ของธุรกิจการท่องเที่ยวลงในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารต่าง ๆ ในท้องถิ่น หรือผ่านทาง อินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งอาจจะไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรงในการลงบทความเหมือน การโฆษณา แต่จะเสียค่าใช้จ่ายให้ผู้จัดทำไปหาข้อมูล โดยกิจกรรมการเผยแพร่ต่อสาธารณชน ของการท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ทั่วไป ได้แก่ การจัดทัศนศึกษา การทำจดหมายแจ้ง ข่าวสาร การแจ้ง ข่าวสารหรือสถานการณ์เป็นครั้งคราว การสัมภาษณ์บุคคล และการจัด แดลงข่าวสื่อมวลชน

2.2.2) การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน (Community Relations) คือ การเข้าร่วมงานประจำปีของเมืองสำคัญ หรือประเทศต่าง ๆ หรืองานที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้ การสนับสนุน ซึ่งบริษัทการท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมและสนับสนุนเพื่อร่วมกัน ประชาสัมพันธ์

2.2.3) การจัดกิจกรรมโอกาสพิเศษ (Special Event) คือ การจัดกิจกรรม ครั้งคราวตามวาระหรือโอกาสพิเศษ เช่น การจัดทัวร์ตัวอย่าง (FAM Trip) ในเส้นทาง การท่องเที่ยว ใหม่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ให้บริษัทตัวแทนจำหน่ายรายการนำเที่ยวเข้ามา มีส่วนช่วยกัน ส่งเสริมการขาย

3) การขายโดยบุคคล (Personal Selling) คือ การนำสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ขายตรงไปยังลูกค้าหรือผู้ที่คาดหวังจะเป็นลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง สินค้าและบริการ โดย ต้องอาศัยพนักงานที่มีความสามารถ มีบุคลิกภาพที่จูงใจลูกค้า และ ส่งผลให้เกิดเกิดการตัดสินใจซื้อ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

### 3.1) ลักษณะของการขายโดยบุคคล มีดังต่อไปนี้

3.1.1) การขายโดยบุคคลเป็นการเสนอข้อมูลข่าวสารแบบตัวต่อตัว สามารถ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี

3.1.2) การขายโดยบุคคลมีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน สามารถ เปลี่ยนแปลงการดำเนินงานได้ เพราะจะทราบถึงความต้องการ แรงจูงใจ และมูลเหตุของการซื้อ ตลอดจนปฏิบัติการซื้อได้แย่งจากลูกค้าต่าง ๆ

3.1.3) การขายโดยบุคคลเป็นเครื่องมือที่ใช้ขายจริง และพนักงานขายสามารถให้บริการอื่น ๆ นอกเหนือจากการขายด้วย เช่น ชักชวน แนะนำ แต่บริษัทอาจจะเสียค่าใช้จ่ายที่สูง ไม่ว่าจะเป็นเงินเดือน เบี้ยเลี้ยง ค่าเดินทาง สวัสดิการ เป็นต้น

3.2) วิธีการขายโดยบุคคล สามารถแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

3.2.1) การขายโดยการส่งพนักงานขายไปเสนอขายสินค้ายังลูกค้า (Field Sales) คือ การส่งพนักงานขายของบริษัทออกไปนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ โดยการขายจะเกิดขึ้นภายนอกบริษัทและเป็นการขายแบบตัวต่อตัวด้วย

3.2.2) การขายโดยการติดต่อทางโทรศัพท์ (Telephone Sales) คือ การติดต่อลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์ เพื่อการจัดแจงเรื่องการเดินทาง สอบถาม รวบรวมข้อมูล ยืนยันความต้องการของลูกค้า ติดตามผลหลังการขาย หรือบางบริษัทอาจจะไม่สามารถจัดการเรื่องค่าตอบแทน ให้กับพนักงานงาน ก็สามารถขายผ่านทางโทรศัพท์ได้เช่นกัน

3.2.3) การขายตามหน้าร้านของบริษัทตนเอง (Inside Sales) คือ การขายตามหน้าร้านของตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ซึ่งลูกค้าเป็นผู้เดินทางมาติดต่อซื้อสินค้าด้วย ตัวเอง จึงเป็นการขายที่เกิดขึ้นภายในบริษัท

3.2.4) การขายออนไลน์ (Online Sales) คือ การติดต่อสอบถามและการขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้กับลูกค้าโดยผ่านทางเว็บไซต์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้ทุกที่ สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น

4) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) คือ กิจกรรมหรือเครื่องมือที่สำคัญในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมากขึ้น และอาจเกิดการซื้อซ้ำ ซึ่งเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวอีกด้วย

4.1) วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย

4.1.1) เพื่อชักชวน กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว รวดเร็วขึ้น

4.1.2) เพื่อรักษาลูกค้า และให้รางวัลแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมที่จงรักภักดี ต่อสินค้าและบริการของบริษัท

4.1.3) เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการทดลองใช้สินค้าและบริการ การท่องเที่ยวใหม่ ๆ

4.1.4) เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับบริษัทในช่วงที่อัตราการซื้อลดลง

4.1.5) เพื่อช่วยให้จัดทำได้ตามงบประมาณที่มีอย่างจำกัด

4.1.6) เพื่อผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่าย สามารถควบคุมการส่งเสริมการขายได้

4.1.7) เพื่อสามารถใช้การส่งเสริมการขายเป็นกลยุทธ์ตั้งรับ หากเกิดการ แย่งลูกค้าของบริษัทคู่แข่ง

4.1.8) เพื่อเป็นเครื่องมือการตลาดที่สามารถช่วยสนับสนุนการโฆษณา

4.1.9) เพื่อกระตุ้นให้ตัวแทนจำหน่ายเพิ่มปริมาณการขายให้มากขึ้น

4.2) วิธีการส่งเสริมการขาย สามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

4.2.1) สินค้าตัวอย่าง (Samples) คือ การเชิญลูกค้าให้มาลองใช้บริการ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น หรือเป็นการอภิวัตนาการ หรือการเพิ่มระดับของการบริการให้กับ ลูกค้า เช่น สายการบินเพิ่มระดับบริการที่นั่งให้ผู้โดยสารสูงขึ้นจากเดิม

4.2.2) การแจกคูปอง (Coupon) คือ การนำใบคูปองมามอบให้กับลูกค้า เพื่อที่สามารถนำมาลดราคา และแลกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้

4.2.3) การแจกของแถม (Premiums) คือ การมอบของขวัญพิเศษหรือของสมนาคุณให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีแรงจูงใจในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ก่อนที่จะ ได้ของแถมชิ้นนี้ หรืออาจจะเป็นการสะสมยอดซื้อให้ครบตามที่บริษัทกำหนด เพื่อนำมาแลกของแถม นี้ได้

4.2.4) การลดราคา (Price-offs) คือ การนำเสนอราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ต่ำกว่าปกติ ภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยการลดราคาก็ต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไข ของบริษัทนั้น ๆ ด้วย ซึ่งส่วนใหญ่บริษัทนำเที่ยว สายการบิน โรงแรม ร้านอาหาร และอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มักจะมีการร่วมมือกัน เพื่อที่จะสามารถช่วยกันนำสินค้าและบริการของบริษัทตนมาร่วมมือกันลดราคาให้กับลูกค้าของตนเองได้ เช่น ลูกค้าซื้อรายการนำเที่ยว จำนวน 2 ท่าน ลูกค้าสามารถนำไปลดราคาห้องพักของโรงแรมนี้ได้

4.2.5) การแข่งขัน (Contest) คือ การเชิญชวนให้ลูกค้าเข้าร่วมการแข่งขัน โดยใช้ทักษะ ความรู้ ความสามารถ ซึ่งอาจจะเป็นกิจกรรมการตอบคำถาม การประกวดต่าง ๆ เพื่อชิง รางวัลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เงินสด ตัวเครื่องบินฟรี บัตรกำนัลที่พักฟรี บัตรกำนัลรับประทานอาหาร สูดหรูฟรี เป็นต้น

4.2.6) การชิงโชค (Sweepstakes) คือ การให้ลูกค้าเขียนชื่อ นามสกุล ที่อยู่ เบอร์ติดต่อของตนเอง เพื่อจับฉลากรับของรางวัลต่าง ๆ อาทิเช่น ตัวเครื่องบินฟรี บัตรกำนัลที่พักฟรี บัตรกำนัลรับประทานอาหาร สูดหรูฟรี บัตรลดราคารายการนำเที่ยว เป็นต้น

4.2.7) การเล่นเกม (Games) คือ การให้ลูกค้าได้ร่วมเล่นเกม และลุ้นว่าได้รางวัลหรือไม่ได้รางวัล ณ สถานที่นั้นเลย เช่น เกมบิงโก เป็นต้น

4.2.8) การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย (Point of Purchase Displays) คือ การจัดแสดงสินค้าให้เด่นสะดุดตา ให้ลูกค้ามองเห็นภาพก่อนที่จะไปใช้บริการ โดยควรจะมีการออกแบบให้น่าดึงดูด น่าสนใจ มีภาพประกอบที่สวยงาม ถึงอย่างไรก็ไม่ควรโฆษณาเกินจริงจนเกินไป เช่น การทำแผ่นพับนำเสนอรายการนำเที่ยว เป็นต้น

4.2.9) การให้รางวัล (Patronage Rewards) คือ การให้รางวัลในรูปแบบ เงิน สด บัตรกำนัล ส่วนลด หรือบริการพิเศษต่าง ๆ แก่ลูกค้าที่เป็นลูกค้าประจำ เพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อสินค้า อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อมากขึ้น หรือใช้บริการมากขึ้น ด้วย

จากการศึกษา พบว่า ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือและกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ โดยแนวคิดและทฤษฎีของ ฌ็อง อีรอนพโพบูลย์ (2554), ชีววรรณ เจริญสุข (2547), ภูตินันท์ อติพิทยางกูร (2555), ชานนท์ รุ่งเรือง (2555), Middleton (1990) และ Kurtz & Clow (1998) ได้เห็นสอดคล้องกันว่า ส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยวประกอบด้วย 5P ได้แก่ 1) สินค้า (Produce) คือ สินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้และไม่สามารถทดลองใช้ก่อนได้ 2) ราคา (Price) คือ ราคาของสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่เกิดจากการคิดและกำหนดราคา โดยราคาต้องสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางและสามารถตอบสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม อีกทั้งราคาต้องสามารถแข่งขันกันกับคู่แข่งในตลาดได้ด้วย 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ ช่องทางหรือสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและบริการ การท่องเที่ยวที่เหมาะสม ส่งไปให้นักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวกที่สุดเพื่อทำการขายให้กับนักท่องเที่ยวได้โดยตรงและผ่านตัวแทนจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสินค้าและบริการ การท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเร็วขึ้นและซื้อจำนวนมากขึ้น ประกอบด้วย การใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ 5) บุคลากร (People) คือ พนักงานหรือเจ้าหน้าที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการบริการจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับตัวพนักงานที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจได้มากน้อยเพียงใด ดังนั้น พนักงานควรมีทัศนคติที่ดีและได้รับการฝึกอบรมอย่างชำนาญและมาตรฐาน

ตาราง 2 สรุปการตลาดทางการท่องเที่ยว

ชื่อ	การตลาดทางการท่องเที่ยว				
	Product (สินค้า)	Price (ราคา)	Place ช่องทางการจัด จำหน่าย	Promotion การจัดการ ส่งเสริมการ ขาย	People บุคลากร
ณัฐ อีรนพ ไพบุลย์,2554	✓	✓	✓	✓	
ชีวรรณ เจริญสุข,2547	✓	✓	✓	✓	
ภูตินันท์ อติทิพยางกูร ,2555			✓		
ชานนท์ รุ่งเรือง,2555			✓	✓	
Middleton, 1990					✓
Kurtz & Clow, 1998					✓

#### 4. แนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้และพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว

การรับรู้ทางการท่องเที่ยว ถือว่าเป็นการแปลหรือตีความการสัมผัสต่อสิ่งเร้า ซึ่งการตีความหมายจะต้องเป็นการตีความจากความรู้เดิมหรือประสบการณ์ที่เคยได้รับซึ่งการรับรู้คือการตีความหมายในการสัมผัสออกเป็นสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการตีความนั้นจะต้องอาศัยการเรียนรู้และประสบการณ์

ทั้งนี้ การรับรู้ถือว่าเป็นกระบวนการที่บุคคลเข้าติดต่อกับสิ่งแวดล้อมหรือสิ่งเร้ารอบตัว โดยบุคคลจะรับรู้ได้จากอวัยวะสัมผัส ได้แก่ ผิวหนัง หู ตา ปาก และจมูก ซึ่งการรับรู้ต้องมีการตีความจากการสัมผัส (สุชา จันทรเอม, 2544) และกระบวนการของสมองในการตีความข้อมูลที่ได้จากการสัมผัส ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ที่ผ่านมาเป็นเครื่องมือในการช่วยแปลความหมายหรือตีความ จึงสามารถสรุปความหมายของการรับรู้ได้ว่า เป็นกระบวนการที่เกิดจากการสัมผัสจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ หู ตา จมูก ปาก และผิวหนัง ทำให้เกิดความเข้าใจแล้วนำมาตีความหมาย โดยแปลความจากความรู้เดิมและประสบการณ์เดิมเพื่อพิจารณาค่าการตัดสินใจและแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

อิทธิพลทางการรับรู้มนุษย์ไม่สามารถให้ความสนใจสิ่งรอบตัวได้ทั้งหมด โดยมนุษย์จะเลือกรับรู้แค่บางส่วน ซึ่งแต่ละคนก็จะมี ความสนใจในการรับรู้ที่แตกต่างกัน และการรับรู้มักจะแตกต่างกันเกิดจากปัจจัยบางอย่าง (ณ มาตา แสงนิมมล, 2543) ได้แก่

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (motives) คือ แรงที่มนุษย์ต้องการเห็นหรือได้ยินเพื่อตอบสนองความต้องการของตน
2. ประสบการณ์เดิม (past experience) คือ ประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตที่ผ่านมาของแต่ละคน
3. กรอบอ้างอิง (frame of reference) คือ สิ่งที่เกิดจากการอบรมสั่งสอนจากครอบครัวและสังคม ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งในด้านทัศนคติ ความเชื่อ และเรื่องอื่น ๆ
4. สภาพแวดล้อม คือ ความแตกต่างของสภาพแวดล้อม เช่น อุณหภูมิ สภาพอากาศ สถานที่ เป็นต้น
5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ คือ ความแตกต่างของสภาวะจิตใจและอารมณ์ของแต่ละบุคคล เช่น ความโกรธ ความกลัว เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดของ (สุชา จันทรเฒ, 2544) , (Garrison Karl Claudius and Magoon Robert A, 1972) และ (ณ มาตา แสงนิมมล, 2543) สามารถสรุปได้ว่า การรับรู้ของแต่ละบุคคลมาจากความสามารถทางกายภาพ การเรียนรู้ทางสังคม และลักษณะทางจิตวิทยา โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ ได้แก่ 1) ปัจจัยจากภายใน เป็นกระบวนการที่เกิดจากการสัมผัสจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ หู ตา จมูก ปาก และผิวหนัง นำไปสู่ความต้องการและแรงจูงใจ ซึ่งจะทำให้ความสำคัญต่อสิ่งเร้าที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ และ 2) ปัจจัยจากภายนอก ที่เกิดจากสิ่งรอบตัวได้ทั้งหมดโดยมนุษย์จะเลือกรับรู้แค่บางส่วน ซึ่งแต่ละคนก็จะมี ความสนใจในการรับรู้ที่แตกต่างกัน

#### พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยว

พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่สิ่งมีชีวิตกระทำและบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็น หรือใช้เครื่องมือวัดได้ นอกจากนี้พฤติกรรมมิได้มีความหมายเฉพาะแต่การแสดงออกทางด้านร่างกายภายนอกอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงกิจกรรมภายในอันได้แก่ความรู้สึกอยากด้วย (โสภา ชูพิกุลชัย, 2512) อีกทั้งเป็นการกระทำของมนุษย์ ไม่ว่าจะการกระทำนั้นจะเป็นการกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม การพูด การเดิน การกระพริบตา การได้ยิน การเข้าใจ การรู้สึกโกรธและการคิดต่างก็เป็นพฤติกรรมทั้งนั้น (ชัยพร วิชชาวุธ, 2523) เช่นเดียวกันพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงเป็นลักษณะพฤติกรรมในการ

ตัดสินใจ และเลือกรูปแบบที่จะเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวจะมีอยู่หลาย ๆ ลักษณะที่แตกต่างกันไป และนักท่องเที่ยวจะทำการพิจารณาเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดคล้องกับลักษณะ พฤติกรรมของตนเอง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว (วาสนา อ่องเอี่ยม, 2546) ซึ่งพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวก็มีความแตกต่างกันไปด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับ ความชื่นชอบของแต่ละบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น (สุกัญญา เจริญศรี, 2549)

ดังนั้น พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจและเลือกรูปแบบที่เดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลายและมีความแตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งจะส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันไปด้วย

ในขณะที่ (เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ, 2538) เสนอว่า การวิเคราะห์พฤติกรรม การท่องเที่ยว นั้นมักจะกล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้เป็นตัวกำหนดที่สำคัญยิ่งต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทางและขนาดของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ให้แตกต่างออกไปตามข้อจำกัดที่แต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อย หรือไม่ตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ย่อมสามารถท่องเที่ยวได้ใกล้และในเวลาอันสั้นเท่านั้น ขณะที่คนมีรายได้สูง มีเวลามาก และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวสถานที่ที่ทันสมัยและมีคุณภาพ ปัจจัยเหนือกว่า เป็นต้น

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว กระบวนการในการพิจารณาและตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวหรือไม่นั้น มีปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีนักวิชาการ ได้กล่าวและเสนอแนวคิดต่าง ๆ ไว้ ดังต่อไปนี้

โดยปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว (จิราพร กองทอง, 2540) ได้แก่

1) ลักษณะภูมิประเทศ ทัศนียภาพ ทรัพยากรธรรมชาติ ที่จะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

2) ลักษณะภูมิอากาศ สภาพภูมิอากาศที่ดีในแหล่งท่องเที่ยวก็เป็นปัจจัยที่ทำให้ นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะไปเที่ยว

3) ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยแหล่งวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงก็จะสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลกได้

4) ความสะดวกทางคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย 5 การจัดการบริการ ความสะดวกของที่พักรัก กิจกรรมต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) สามารถออกเป็น 9 ขั้นตอน ดังนี้

1) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2) ความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละคนหลังจากที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

3) สิ่งจูงใจในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 2 ปัจจัย ดังนี้

Push Factor เป็นปัจจัยในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว

Pull Factor เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมยังแหล่งท่องเที่ยวและเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ

4) การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

5) การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

6) การวางแผนเตรียมการท่องเที่ยว

7) การเดินทางท่องเที่ยวและการประเมินผลในระหว่างการท่องเที่ยว

8) ประสพการณ์หลังการท่องเที่ยวและการประเมินผลในด้านความพึงพอใจ

9) ทศนคติหลังจากได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวนั้น ๆ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (สุกัญญา เจริญศรี, 2549) มีสาเหตุดังต่อไปนี้

1) ความเครียดจากการทำงานนักท่องเที่ยวจึงเกิดความต้องการพักผ่อน เพื่อให้สามารถที่จะกลับมาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในอนาคต

2) รายได้ของประชากรดีขึ้น จึงทำให้ประชากรมีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการพักผ่อนและหาความรู้เพิ่มเติมให้กับตนเอง

3) ความสะดวกสบายทางด้านคมนาคม ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะเดินทางไปใช้บริการ

4) การมีเวลาว่าง จึงทำให้ประชาชนมีเวลาว่างที่จะสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ได้มากขึ้น

5) จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น จึงทำให้สภาพแวดล้อมเกิดความแออัด ดังนั้นจึงส่งผลให้ประชากรมีความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อนในสถานที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะจากเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยวชนบท หรือจากต่างจังหวัดเข้ามาท่องเที่ยวในเมือง

## 2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นส่วนที่แสดงถึงลักษณะต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น ซึ่งคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ก็จะส่งผลให้พฤติกรรม การท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันด้วย ในปัจจุบันได้มีนักวิชาการให้แนวคิดต่าง ๆ ไว้ดังนี้

องค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว (เดมคักดี สุวรรณประกาศ, 2541) องค์ประกอบด้านอายุเป็นองค์ประกอบทางด้านพื้นฐานของนักท่องเที่ยว และมีส่วนสำคัญที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ

องค์ประกอบด้านเพศ เป็นคุณลักษณะขั้นพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดมีความสำคัญที่มีผลกระทบต่อบทบาทและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละสังคมแต่ละเพศก็จะมี ความแตกต่างกันไป

องค์ประกอบด้านอาชีพ เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำเพื่อประกอบเลี้ยงชีพของตนและครอบครัว ซึ่งอาชีพจะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการว่างงาน ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล

องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ สามารถใช้เป็นตัวชี้วัดและเปรียบเทียบสภาวะ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน

องค์ประกอบด้านเขตที่อยู่อาศัย นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และสังคม จะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพ พฤติกรรมทัศนคติ ความชื่นชอบในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้องค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ณัฐชามญช์ สุวิทย์พันธุ์, 2545) สามารถแบ่งได้ดังนี้

องค์ประกอบด้านอายุ เป็นปัจจัยที่มีผลในการใช้วิเคราะห์ ซึ่งอายุที่มี ความแตกต่างกันนั้นก็จะส่งผลให้การตัดสินใจต่างกันด้วย

องค์ประกอบด้านเพศ คือ ความแตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ก็จะมีบทบาทต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นก็ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรม และสังคมของแต่ละบุคคลเป็นตัวกำหนดบทบาทด้วย

องค์ประกอบด้านอาชีพ เป็นตัวชี้วัดความแตกต่างทางด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันนั้น ย่อมมีพฤติกรรม ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ทักษะคติ ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันด้วย

องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นเครื่องกำหนดความต้องการของนักท่องเที่ยวและเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดความแตกต่างที่เกี่ยวกับแนวคิด พฤติกรรม รูปแบบ ความชื่นชอบในการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลด้วย

นอกจากนี้ องค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว (วาสนา อ่องเอี่ยม, 2546) ดังนี้

องค์ประกอบด้านอายุ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณและลักษณะของความต้องการในการท่องเที่ยว เช่น ผู้ที่มีอายุเกิน 55 ปี ซึ่งอยู่ในวัยที่เกษียณนั้น จะมีอำนาจในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย เนื่องจากไม่มีพันธะที่ต้องเลี้ยงดูบุตร มีเงินเบี้ยบำนาญบำนาญ มีเวลาว่างที่แน่นอน และมีความต้องการพักผ่อนในวันปลายชีวิต

องค์ประกอบด้านเพศ เป็นปัจจัยที่กำหนดรสนิยมและพฤติกรรมในการเลือกซื้อการท่องเที่ยว ซึ่งจะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของแต่ละลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีพฤติกรรมที่ชอบการท่องเที่ยวแบบปลอดภัยมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชายที่มีความชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากกว่า

องค์ประกอบด้านเขตที่อยู่อาศัย นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อม ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และสังคมที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่นนั้น เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ รสนิยม และพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคลด้วย

จากการศึกษา จึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวจากแนวคิดของ(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) และ (สุกัญญา เจริญศรี, 2549) ได้แก่ 1) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ 2) ความต้องการในการพักผ่อนของนักท่องเที่ยว 3) การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 4) ความสะดวกสบายทางด้านการเข้าถึงและคมนาคม 5) การมีเวลาว่าง 6) การวางแผนเตรียมการท่องเที่ยว 7) ประสบการณ์หลังการท่องเที่ยวและการประเมินผลในด้านความพึงพอใจ 8) ทักษะคติหลังจากได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวมี

ความเชื่อมโยงกัน ทั้งยังสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการผ่านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 5.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชายแดน

(เฉลิมชัย ปัญญาดี, 2559) ได้ศึกษาเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาบริเวณภูชี้ฟ้าและภูชี้ดาว จังหวัดเชียงราย และบริเวณช่องทางบ้านฮวก-ก๊วก จังหวัดพะเยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สํารวจและวิเคราะห์ศักยภาพทางการท่องเที่ยว เพื่อประเมินความเป็นไปได้และความเหมาะสมด้านการพัฒนาและส่งเสริมการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยว และเสนอเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงข้ามแดนไทย-สปป.ลาวในพื้นที่เป้าหมาย โดยศึกษา สํารวจและวิเคราะห์จากเอกสารและการเขียนข้อความที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งดำเนินการสำรวจพื้นที่จริง และสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนถึงแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ รวมถึงการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยการประเมินเชิงปริมาณ และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ได้ประเมินความเป็นไปได้จากองค์ประกอบ ดังนี้ 1) โครงสร้างพื้นฐาน 2) สิ่งอำนวยความสะดวก 3) ความสะดวกในการเข้าถึง 4) พืชการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร 5) ที่พัก 6) ร้านอาหาร 7) สินค้าที่ระลึก และ 8) ความปลอดภัย และจัดทำเอกสารในการเผยแพร่เส้นทางทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงข้ามแดนไทย-สปป.ลาว ซึ่ง พบว่า ในพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 9 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 18 แห่ง ซึ่ง พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมมีศักยภาพ ด้านการรองรับทางการท่องเที่ยวมีศักยภาพสูง ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพต่ำและมีการจัดการเพียงบางส่วน อีกทั้งนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวกระจุกตัว จึงควรมีกลยุทธ์ในการกระจายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง และการเชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยวมีความเป็นไปได้และเหมาะสมในการสามารถนำแหล่งท่องเที่ยวมาร้อยเรียง

(เบญจวรรณ จันทรแก้ว, 2558) ได้ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชายแดนอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชายแดน และ เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชายแดน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้ระเบียบวิธีแบบผสม (Mixed methodology research) โดยใช้เทคนิควิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีกลุ่มตัวอย่างและประชากร คือ นักท่องเที่ยว

ชาวไทย และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวชายแดน โดยผลการศึกษา พบว่า แหล่งท่องเที่ยวชายแดนอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย มีศักยภาพภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวได้ ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ ได้แก่ สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 ท่าเรือบั้ง วัดพระแก้ว วัดหลวงไชยสถาน และ วัดศรีดอนชัย อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ได้แก่ จุดชมวิวห้วยทราย จุดชมวิวกาญจนา ซึ่งจากการศึกษาศักยภาพ บริบท และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของ แหล่งท่องเที่ยวชายแดน สามารถสรุปเป็นกลยุทธ์ที่นำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอเชียงของ ดังนี้ 1) กลยุทธ์เชิงรุก การสร้างความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่าง ประเทศไทยและสปป.ลาว และส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยการ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว 2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน การกระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้ทุกภาค ส่วนเข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ 3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ให้เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว และพัฒนาสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว 4) กลยุทธ์ เชิงรับ การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเชียงของ เพื่อเชื่อมโยงกับ ประเทศใกล้เคียง และสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ

(ประกอบศิริ ภักดีพินิจ, 2560) ได้ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่แก่งผาได และพื้นที่เชื่อมโยงนั้น มีวัตถุประสงค์ ศึกษาด้านบริบท สังคม เศรษฐกิจ และทัศนคติของชุมชน ศักยภาพทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ ศักยภาพความต้องการของนักท่องเที่ยว และเสนอ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่แก่งผาไดและดอยผาตั้ง โดยมีประชากรกลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักท่องเที่ยว อีกทั้งมีพื้นที่ขอบเขต คือ พื้นที่แก่งผาไดและดอยผาตั้ง อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย และ พื้นที่ศึกษาเชื่อมโยงในประเทศไทยและสปป. ลาว โดยจากการศึกษา พบว่า พื้นที่ดังกล่าวมี ประชากรมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งชุมชน มีความยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนและมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวสามารถสร้าง งาน สร้างอาชีพ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาและทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้นได้ ซึ่งจากการ ประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยภาพรวมพบว่าพื้นที่แก่งผาไดและดอยผาตั้งมี ศักยภาพทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงบริบทและ ความน่าสนใจของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ ทำให้เล็งเห็นโอกาสในการพัฒนา

เส้นทางท่องเที่ยวบริเวณเมืองชายแดน ทั้งทางบก ทางน้ำ สามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีจำนวนวันเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความชอบการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย ซึ่งแตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวแบบซื้อสินค้ามากที่สุด และในศึกษาในครั้งนี้ได้นำไปสู่การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างแก่งผาได คอยผาตั้ง และพื้นที่เชื่อมโยง คือ 1) เส้นทางการท่องเที่ยวล่องเรือแม่น้ำโขงระยะสั้น จากอำเภอเชียงของ ถึงเมืองปากทา แขวงบ่อแก้ว สปป.ลาว ระยะทางประมาณ 35 กิโลเมตร โดยใช้เวลาประมาณ 2 - 3 ชั่วโมง 2) เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงเมืองชายแดนประเทศไทย และ 3) เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย - สปป.ลาว ซึ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางบก ระหว่างอำเภอเวียงแก่น/อำเภอเชียงของ - เมืองห้วยทราย - เมืองปากทา - เมืองต้นผึ้ง

(วาริษฐ์ มัชฌมบุรุษ และกรัณณ์ทรรัตน์ คะวัตติกุล, 2561) (บทคัดย่อ) การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน โดยใช้เครื่องมือเชิงปริมาณ และเครื่องมือเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อการศึกษากระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองชายแดน จังหวัดพะเยา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองจังหวัดพะเยา เพื่อรองรับการเปิดเสรีอาเซียน 3) การศึกษาระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเมืองชายแดนจังหวัดพะเยา เพื่อรองรับการเปิดเสรีอาเซียน โดยสรุปการศึกษาพบว่าพบการวิเคราะห์การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับความต้องการต่อการท่องเที่ยว คือ 1. ความต้องการด้านการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว 2. ความต้องการของคมนาคม 3. ความต้องการด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก 4. ความต้องการด้านสถานที่พักผ่อน 5. ความต้องการด้านสินค้าที่ระลึก 6. ความต้องการด้านอาหาร 7. การเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคนในท้องถิ่น และ 8. ความต้องการที่กล่าวมาทั้งหมดที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของ บ้านฮวก จังหวัดพะเยา ผลวิเคราะห์การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการประเมินการพัฒนาศักยภาพของประเภทแหล่งท่องเที่ยว โดยการประเมินการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว 3 ประเภท คือ 1. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี 3. แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ทำการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 5 ด้าน พบว่า 1. ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว 2. ด้านการจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม 3. ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 4. ด้านวัฒนธรรมและประเพณี และ 5. ด้านการบริการและการจัดการที่ดี ผลการศึกษาค้นคว้านี้ บ้านฮวก จังหวัดพะเยามีความ

ได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์เป็นเสมือนสู่ตลาดการค้า การลงทุนและมีเส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน อีกทั้งสามารถรองรับการท่องเที่ยวอาเซียนจะนำปีการศึกษาที่ได้ในครั้งนี ไปเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในบ้านสวน จังหวัดพะเยาได้ในอนาคต

## 5.2 งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

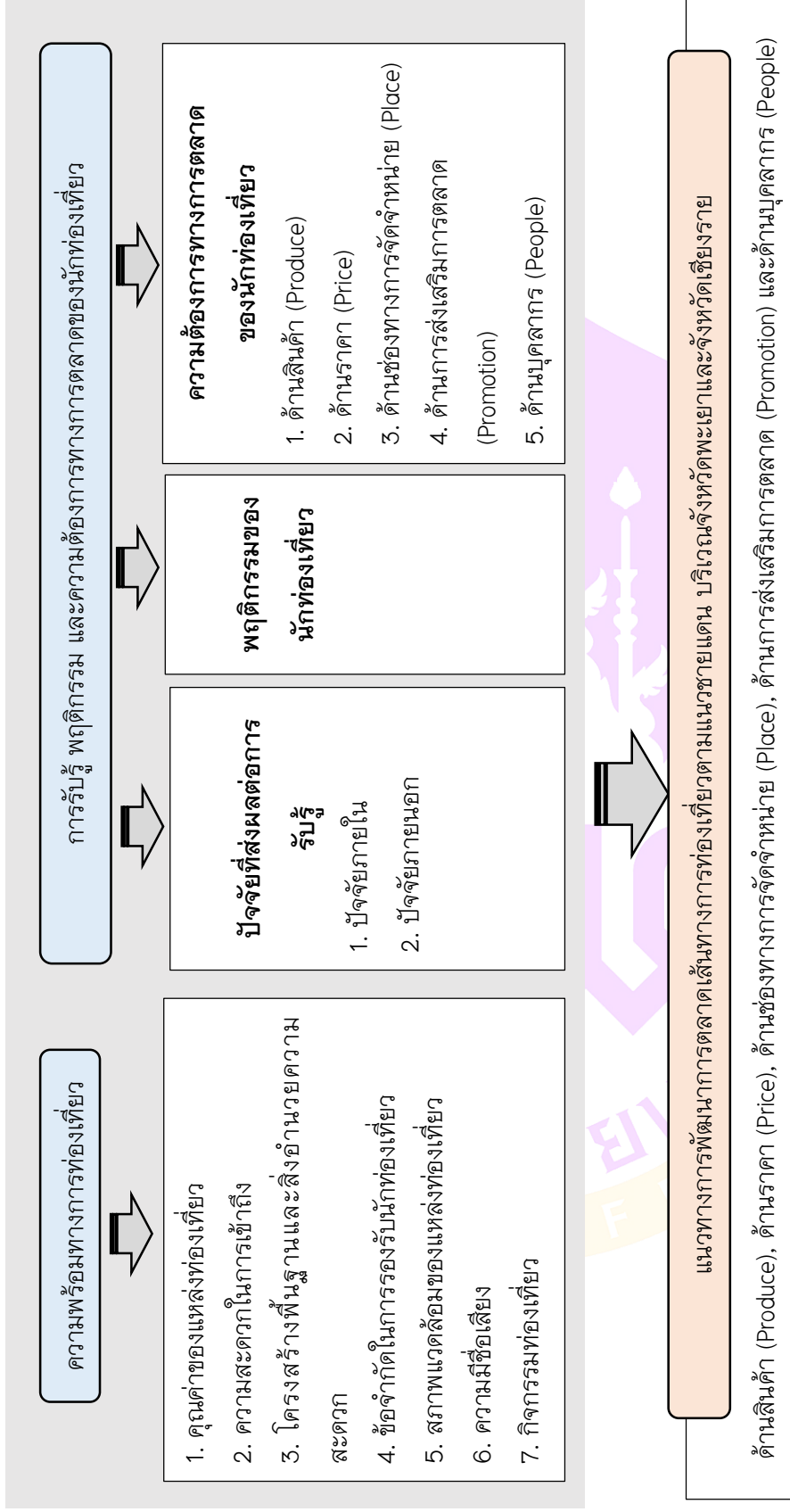
(ประกอบศิริ ภักดีพินิจ, 2558) ได้ศึกษาศึกษาทรัพยากร เส้นทาง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กฎระเบียบ และอุปสรรคทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงด้านชายแดนบ้านสวนกับประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ศึกษาถึงผลประโยชน์และผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่จะเกิดขึ้นกับประเทศไทยและประเทศลาว และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาพื้นที่ด้านชายแดนบ้านสวนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนในอนาคตต่อไป โดยมีขอบเขตงานวิจัยคือ การศึกษาดัชนีภาพทางการท่องเที่ยวของพื้นที่เชื่อมโยงตั้งแต่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา ลาว เวียดนาม และจีนตอนใต้ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลภาคสนามในเส้นทางร่วมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวมถึงสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่บ้านสวนและพื้นที่เชื่อมโยงเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมและสามารถนำไปใช้ได้เป็นอย่างดีเป็นรูปธรรม พบว่า ดัชนีภาพเส้นทางเชื่อมโยงในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงประกอบไปด้วย 4 เส้นทาง คือ 1) เส้นทางทางการท่องเที่ยวที่ 1 เส้นทางเรือ ภูซาง – ปากคอบ – ปากแบ่ง – หลวงพระบาง 2) เส้นทางทางการท่องเที่ยวที่ 2 ด้านบ้านสวน – ไชยะบุรี – หลวงพระบาง – กาลี – วังเวียง 3) เส้นทางทางการท่องเที่ยวที่ 3 ด้านบ้านสวน – อุดมไชย – เดียนเบียนฟู – ซาปา – ฮานอย – ฮาลองเบย์ และ 4) เส้นทางทางการท่องเที่ยวที่ 4 ด้านบ้านสวน-อุดมไชย-เดียนเบียนฟู-ฮานอย-หนานหนิง และแนวทางการพัฒนาพื้นที่ด้านชายแดนบ้านสวนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนจะจำแนกออกได้เป็น 2 ประเด็นที่ต้องพิจารณา ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยว และการพัฒนาด้านชายแดนบ้านสวน

## 6. กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยว จากแนวคิดของ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) , (จารุจณ์ กลิ่นดีปาลี, 2541) และ (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี, 2550) ได้ระบุความพร้อมทางการท่องเที่ยว 8 ด้าน ได้แก่ 1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 2) ความสะดวกในการเข้าถึง 3) โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว 5) สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว 6) ความมีชื่อเสียง 7) กิจกรรมท่องเที่ยว และ 8) การมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว ประกอบกับการศึกษาการรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเส้นทางทางการท่องเที่ยว

ตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ตามแนวคิดของ(สุชา จันท์เอม, 2544) , (Garrison Karl Claudius and Magoon Robert A, 1972) , (ณ มาตา แสงนิมนวล, 2543) , (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) และ (สุกัญญา เจริญศรี, 2549) เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการจัดการส่งเสริมการขาย และด้านบุคลากร ตามแนวคิดของ (ณัฐ อรินพไพบูลย์, 2554) , (ชีวรรณ เจริญสุข, 2547) , (ภูตินันท์ อติทิพย์างกูร, 2555) , (ชานนท์ รุ่งเรือง, 2555) และ (Middleton, 1990) จึงนำไปสู่กรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1





ภาพ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินงาน

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย” เป็นการดำเนินการวิจัยแบบผสม ทั้งวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์งานวิจัยดังต่อไปนี้

1. การศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย
2. การศึกษาการรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย
3. การเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

#### 3.1 การศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ซึ่ง โดยมีรายละเอียดการศึกษาพัฒนาเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

##### 3.1.1 การกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก

การกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มคนที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง ซึ่งพิจารณาจากลักษณะของกลุ่มที่เลือกให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ “เพื่อศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย” ของการทำวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งมี 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย มีคุณสมบัติเป็นผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ 1 ปีขึ้นไป จำนวน 6 อำเภอ
2. ตัวแทนภาคเอกชน หรือผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว ในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย มีคุณสมบัติเป็นผู้ประกอบการ

บริษัทนำเที่ยว โรงแรมหรือที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และรถนำเที่ยวในพื้นที่ จำนวน 6 อำเภอ

3. ผู้นำชุมชนหรือตัวแทนชุมชนในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย มีคุณสมบัติเป็นผู้ใหญ่บ้าน กำนัน หรือตัวแทนชุมชนจากตำบลที่อยู่ในเส้นทางตามแนวชายแดน ได้แก่ ตำบลหย่วน อำเภอเชียงคำ ตำบลภูซาง อำเภอภูซาง ตำบลตับเต่า อำเภอเทิง ตำบลม่วงยาย อำเภอเวียงแก่น ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ และตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน ตำบลละ 1 คน จำนวน 6 อำเภอ

### 3.1.2 เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ

1) เอกสาร วารสาร งานวิจัย สื่อสังคมออนไลน์ และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ โดยรวบรวมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลและท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

2) สัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ซึ่งมีลักษณะการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ในด้านความพร้อมทางการท่องเที่ยว ได้แก่ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียง กิจกรรมท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนทางการท่องเที่ยว โดยสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว และชุมชน ในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

### 3.1.3 กระบวนการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

1. ทบทวนแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) จากการศึกษา วิเคราะห์จากเอกสาร วารสารที่เกี่ยวข้อง และสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวบรวมข้อมูลในด้านความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

2. พัฒนาและสร้างแบบสัมภาษณ์ลักษณะแบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งโครงสร้างมาจากการทบทวนวรรณกรรม ด้านหลักการ และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำมาสร้างเครื่องมือให้ครอบคลุมเนื้อหาตามที่วัตถุประสงค์ต้องการ

3. กำหนดหัวข้อแบบสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยกำหนดประเด็นสำคัญในด้านความพร้อมทางการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 2) ความสะดวกในการเข้าถึง

3) โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว  
5) สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว 6) ความมีชื่อเสียง 7) กิจกรรมท่องเที่ยว และ 8) การมีส่วนร่วมของชุมชนทางการท่องเที่ยว

4. นำร่างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเสนอต่อประธานที่ปรึกษาและกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาและข้อความของแบบสัมภาษณ์ และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

5. นำแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อความและเนื้อหาของบทสัมภาษณ์ โดยผู้เชี่ยวชาญจะลงคะแนนและแปลความหมาย ดังนี้

- +1 หมายถึง สำหรับคำถามที่เห็นว่าเหมาะสม
- 0 หมายถึง สำหรับข้อความที่ไม่แน่ใจ
- 1 หมายถึง สำหรับข้อความที่เห็นว่าไม่เหมาะสม ควรมีการปรับปรุง

หลังจากนั้น นำคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนี เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อความและเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ โดยใช้สูตร IOC โดยข้อความที่มีค่า IOC 0.5 ขึ้นไป เป็นข้อความที่ใช้ได้ และข้อความที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ลงมาเป็นข้อความที่ไม่เหมาะสม ควรได้รับการปรับปรุง (พิสนุ พงศ์ศรี, 2549) ซึ่งได้คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 0.79 คะแนน

6. ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

7. นำเสนอแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างต่อประธานที่ปรึกษาและกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

8. สร้างแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำไปใช้ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจริง

9. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากสำนักงานบัณฑิตของมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อขอความร่วมมือถึงอำเภอเชียงคำ อำเภอภูซาง อำเภอเทิง อำเภอเวียงแก่น และอำเภอเชียงของ

10. การเตรียมแจ้งข้อมูลงานวิจัยแก่ผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้ทราบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และนัดหมายเวลาสัมภาษณ์

11. ลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) โดยมีลักษณะแบบกึ่งโครงสร้างและดำเนินการเก็บข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยการใช้แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว และชุมชน

โดยการพูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ และดำเนินการสัมภาษณ์ตามประเด็นในแบบสัมภาษณ์

12. ตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลแบบสัมภาษณ์ โดยการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data source triangulation) เป็นการตรวจสอบโดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2553) และนำข้อสรุปทั้งหมดมาวิเคราะห์

### 3.1.4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร วารสาร และสื่อออนไลน์ รวมถึงจดบันทึกหรือบันทึกเสียงมาทำความเข้าใจ พร้อมทั้งจัดหมวดหมู่ของประเด็นต่าง ๆ

2. เรียบเรียงข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) ที่ความสร้างข้อสรุปข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

3. สรุปผลการศึกษาค้นคว้าพร้อมทางการท่องเที่ยวของเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง 3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว 5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว 6) ด้านความมีชื่อเสียง 7) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว และ 8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว

## 3.2 การศึกษาการรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitation Research) เป็นหลักโดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อการศึกษาการรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย โดยมีรายละเอียดการศึกษาเพื่อพัฒนาเครื่องมือดังต่อไปนี้

### 3.2.1 การกำหนดประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้มีประชากร คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย โดยมาจํานวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ในปี 2562 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จํานวน 881,178 คน และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยา จํานวน 87,963 คน รวมทั้งสิ้น 969,141 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) โดยผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวใน

จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ตามวิธีการ Taro Yamane (ภัทรานิษฐ์ เหมาะะทอง วนิดา ทองโคตร และ สุพรรณิ อึ้งปัญญาตวงศ์, 2560) ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

แทนค่าตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$= \frac{969,141}{1 + 969,141(0.05)^2}$$

$$= 399.94$$

$$n \approx 400$$

เมื่อ

n	คือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา
N	คือ	จำนวนประชากร
e	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อน (0.05)

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จำนวน 399.94 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น จึงทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยคำนวณร้อยละของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย คือ จังหวัดเชียงรายมีนักท่องเที่ยว ร้อยละ 91 และจังหวัดพะเยามีนักท่องเที่ยว ร้อยละ 9 ซึ่งสามารถแบ่งการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและจังหวัดพะเยาที่เคยมาท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ได้แก่ จังหวัดเชียงราย จำนวน 364 คน และจังหวัดพะเยา จำนวน 36 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

### 3.2.2 เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อสอบถามนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล อาทิ อายุ เพศ อาชีพ เป็นต้น 2) ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว อาทิ ช่องทางการทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทาง รูปแบบการเดินทาง ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคน พาหนะ

หลักที่ใช้เดินทาง เป็นต้น 2) ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ ได้แก่ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก และ 4) ความต้องการทางการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วย สินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และบุคลากร (People)

### 3.2.3 กระบวนการในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitation Research)

1) กำหนดหัวข้อแบบสอบถาม โดยกำหนดประเด็นสำคัญของแบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศและช่วงอายุ โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนที่ 2 การรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เช่น ช่องทางการรับรู้ข่าวสารทางการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทาง จำนวนวันในการท่องเที่ยว เป็นต้น ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 ความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ในด้านส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว (5P) ได้แก่ ด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย และพึงพอใจน้อยที่สุด สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การให้ค่าคะแนนมาตราส่วนในการประเมินค่า (Rating Scale)

ต้องการมากที่สุด	ให้	5 คะแนน
ต้องการมาก	ให้	4 คะแนน
ต้องการปานกลาง	ให้	3 คะแนน
ต้องการน้อย	ให้	2 คะแนน
ต้องการน้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

การแปลความหมายของค่าคะแนน (Likert, Rensis A. ,1961)

ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
4.21 – 5.00	อยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	อยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	อยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	อยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	อยู่ในระดับน้อยที่สุด

#### ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2) ร่างแบบสอบถามเพื่อเสนอประธานที่ปรึกษาและกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามและเนื้อหาให้มีความครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่มีการศึกษา ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพ คือ ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับ วัตถุประสงค์ หรือ เนื้อหา (IOC : index of item objective congruence) โดยผู้เชี่ยวชาญจะลงคะแนนและแปลความหมาย ดังนี้

- +1 หมายถึง สำหรับคำถามที่เห็นว่าเหมาะสม
- 0 หมายถึง สำหรับข้อคำถามที่ไม่แน่ใจ
- 1 หมายถึง สำหรับข้อคำถามที่เห็นว่าไม่เหมาะสม ควรมีการปรับปรุง

หลังจากนั้น นำคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนี เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ โดยใช้สูตร IOC โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC 0.5 ขึ้นไป เป็นข้อคำถามที่ใช้ได้ และข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ลงมาเป็นข้อคำถามที่ไม่เหมาะสม ควรได้รับการปรับปรุง (พิสนุ พงศ์ศรี, 2549) อีกทั้งแก้ไขและปรับปรุงตามคำแนะนำ

3) นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยง (reliability) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดสอบความเที่ยงกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดพะเยาและเชียงราย จำนวน 30 ชุด โดยเก็บข้อมูลกับนิสิตของมหาวิทยาลัยพะเยา แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (ประกอบศิริ ภักดีพิณิจ , 2560)

ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_x^2} \right\}$$

เมื่อ

$\alpha$	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม
n	คือ	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
$S_i^2$	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนคำถามแต่ละข้อ
$S_x^2$	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมของผู้ตอบทั้งหมด

ทั้งนี้ ถ้าผลคะแนนรวมมากกว่า 0.70 ขึ้นไป ถือว่ามีความเที่ยงที่สามารถใช้ได้ โดยมีผลคะแนนรวม เท่ากับ 0.87 คะแนน

### 3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมการคำนวณสำเร็จรูป ในการหาค่าความถี่ ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอข้อมูลที่ได้ในรูปแบบตาราง

2) นำข้อมูลที่วิเคราะห์จากโปรแกรมการคำนวณสำเร็จรูปมาเขียนสรุปผล และ แปลผล

## 3.3 เสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณ จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน โดยใช้การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน อีกทั้งนำมาร่างประเด็นคำถามในการจัดประชุมแบบกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

### 3.3.1 การกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักหรือกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยจะเลือกตัวแทนจากกลุ่มต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทางการท่องเที่ยวโดยตรง คัดเลือกจากคุณสมบัติของบุคคลที่มีบทบาทสำคัญเกี่ยวข้องกับทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ทำวิจัย ซึ่งจะดำเนินการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง ประกอบด้วย 4 กลุ่ม ดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว ที่มีคุณสมบัติเป็นหัวหน้าปฏิบัติงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 อำเภอ (อำเภอเชียงคำ อำเภอภูซาง อำเภอเทิง อำเภอเวียงแก่น อำเภอเชียงของ และอำเภอเชียงแสน) อำเภอละ 2 คน

2) หน่วยงานภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว ที่มีคุณสมบัติเป็นหัวหน้าสมาคมหรือผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว อาทิ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น อำเภอละ 2 คน

3) ผู้นำชุมชนหรือตัวแทนชุมชน ที่มีคุณสมบัติเป็นผู้เกี่ยวข้องหรือปฏิบัติงานทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน อำเภอละ 2 คน

4) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัด ที่มีคุณสมบัติในการปฏิบัติงานทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างน้อย 1 ปี อาทิ ตัวแทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ตัวแทนสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น จังหวัดละ 2 คน

### 3.3.2 กระบวนการในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ในการประชุมแบบกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้วิจัยจะดำเนินการประชุมโดยวิธีการนำเสนอผลการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ที่สอดคล้องกับความพร้อมทางการท่องเที่ยว รวมถึงพฤติกรรม การรับรู้ และความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการในการเก็บข้อมูล ดังนี้

- 1) ศึกษาประเด็นสำคัญต่าง ๆ ในการประชุมแบบกลุ่มย่อย (Focus Group)
- 2) นำเสนอประเด็นสำคัญในการประชุมแบบกลุ่มย่อย (Focus Group) แก่ประธานที่ปรึกษาและกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบ และแก้ไข ปรับปรุงตามคำแนะนำ
- 3) ดำเนินการประชุมแบบกลุ่มย่อย (Focus Group)

### 3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) นำมาตีความเพื่อสร้างข้อสรุปด้วยการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction)
- 2) สรุปผลการศึกษาและนำเสนอเสนอแนวทางการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

ตาราง 3 สรุปวิธีการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์	ผู้ให้ข้อมูล/กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	การวิเคราะห์ข้อมูล
<p>การศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง</li> <li>- ตัวแทนภาคเอกชน หรือผู้ประกอบการท่องเที่ยว</li> <li>- ผู้นำชุมชนหรือตัวแทนชุมชนในพื้นที่ตามแนวชายแดน จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย</li> </ul>	<p>สัมภาษณ์ลักษณะแบบกึ่งโครงสร้างที่มีประเด็นสำคัญในด้านความพร้อมทางการท่องเที่ยว 8 ด้าน</p>	<p>การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction)</p>
<p>การศึกษาการรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยา และจังหวัดเชียงราย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน</li> <li>- คำนวณตามวิธีการ Taro Yamane</li> <li>- วิธีการสุ่มแบบสะดวกโดยบังเอิญ (Accidental sampling)</li> </ul>	<p>แบบสอบถาม (Questionnaires) ในด้านการรับรู้ด้านพฤติกรรมและด้านความต้องการทางการตลาด การท่องเที่ยว (5P)</p>	<p>โปรแกรมการคำนวณสำเร็จรูป หาค่าความถี่ร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)</p>
<p>การเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยา และจังหวัดเชียงราย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง</li> <li>- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว</li> <li>- หน่วยงานภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการทางการ</li> <li>- ผู้นำชุมชนหรือตัวแทนชุมชน</li> <li>- ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวระดับจังหวัด</li> </ul>	<p>การประชุมแบบกลุ่มย่อย (Focus Group)</p>	<p>วิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) แล้วสรุปผลการศึกษา</p>

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย” มีวัตถุประสงค์ คือ 1) การศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย 2) การศึกษาการรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ซึ่งมีพื้นที่ในการศึกษา ประกอบด้วย จังหวัดพะเยา ได้แก่ อำเภอเชียงคำ อำเภอภูซาง และจังหวัดเชียงราย ได้แก่ อำเภอเวียงแก่น อำเภอเชียงของ อำเภอเชียงแสน ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

#### 4.1 การศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร วารสาร งานวิจัย สื่อสังคมออนไลน์ และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ประกอบกับการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ได้แก่ อำเภอเวียงแก่น อำเภอเชียงของ อำเภอเชียงแสน อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย อำเภอเชียงคำ และอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา พบบริบทและความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย โดยมีรายละเอียดดังนี้

**4.1.1. อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย** ตั้งอยู่ในอำเภอเวียงแก่นตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดเชียงราย มีพื้นที่ 526 ตารางกิโลเมตร โดยมีอาณาเขตทิศเหนือติดต่อกับเมืองห้วยทรายและเมืองปากทา แขวงบ่อแก้ว สปป.ลาว ทิศตะวันออกติดต่อกับเมืองปากทา แขวงบ่อแก้ว สปป.ลาว ทิศตะวันตกติดต่อกับอำเภอขุนตาลและอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย และทิศใต้ติดต่อกับอำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ทั้งนี้อำเภอเวียงแก่นมีแม่น้ำสำคัญ ได้แก่ แม่น้ำงาว และแม่น้ำโขง สำหรับอาชีพหลักของคนในพื้นที่ คือ เกษตรกรรม อาทิ การทำสวนผลไม้ การเพาะปลูกข้าว การปลูกผัก เป็นต้น อีกทั้งมีอาชีพทอผ้า หัตถกรรม เครื่องจักสาน เครื่องเงิน และการแปรรูปผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร ซึ่งสามารถทบทวนความพร้อมทางการท่องเที่ยวในอำเภอเวียงแก่น ประกอบด้วย 8 ด้าน ดังนี้

1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเวียงแก่น โดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวชมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในช่วงฤดูหนาว ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งที่ได้กล่าวว่า “ก่อนการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในช่วงฤดูหนาวจะมีนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัด เดินทางมาท่องเที่ยวตามภูตต่าง ๆ เพื่อดูทะเลหมอก และสัมผัสบรรยากาศของฤดูหนาว” โดยอำเภอเวียงแก่นมีแหล่งท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ดังนี้

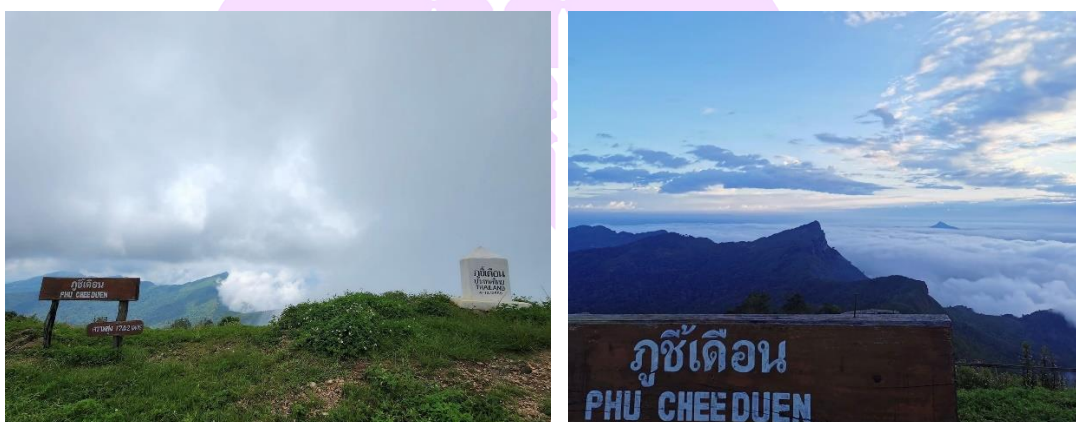
1.1) ภูชี้ดาว ตั้งอยู่ในตำบลปอ อำเภอเวียงแก่น ถือเป็นจุดชมวิวทะเลหมอกที่สวยงามอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งสามารถมองเห็นยอดภูชี้ฟ้าได้อย่างชัดเจน อีกทั้งสามารถมองเห็นวิวได้ 360 องศา ซึ่งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คงความอุดมสมบูรณ์ด้วยธรรมชาติ ป่าเขา ต้นไม้ ทิวทัศน์ทะเลหมอก สำหรับการเดินขึ้นสู่ยอดภูชี้ดาว ต้องใช้รถ 4x4 เท่านั้น ซึ่งมีบริการจ้างเหมารถชาวบ้านจากปางทางขึ้นไปส่งบนภูชี้ดาวได้ โดยต้องขับรถขึ้นไปตามถนนในหมู่บ้านเป็นระยะทาง 3 กิโลเมตร แล้วเจอสามแยกด้านหน้าเป็นศูนย์ปฏิบัติการทหารพราน บ้านร่มโพธิ์เงิน ให้เลี้ยวซ้ายไปตามป้ายบอกทาง และเมื่อถึงจุดจอดรถด้านบน ต้องเดินเท้าต่อไปบนยอดภูชี้ดาว ประมาณ 200 เมตร ทั้งนี้ด้านบนภูชี้ดาวยังไม่มีที่พักแรมและร้านอาหาร (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย,2563)



ภาพ 2 ภูชี้ดาว

ที่มา : นักวิจัย

1.2) ภูชี้เดือน ตั้งอยู่ในตำบลปอ อำเภอเวียงแก่น เป็นจุดท่องเที่ยวชมวิวดวงเดือนที่ให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวได้ไม่นาน โดยภูชี้เดือนมีความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,742 เมตร ซึ่งด้านบนของภูชี้เดือนสามารถมองเห็นทัศนียภาพและภูมิประเทศทั้งในฝั่งของประเทศไทยและสปป.ลาว ได้กว้างไกลถึง 360 องศา ทั้งนี้การเดินทางขึ้นภูชี้เดือนนั้น จะต้องใช้รถขับเคลื่อน 4 ล้อเท่านั้น เนื่องจากทางขึ้นเป็นทางสูงชัน จึงไม่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีความชำนาญเส้นทาง แต่อย่างไรก็ตาม มีคนในพื้นที่ให้บริการรถรับ-ส่งนักท่องเที่ยวขึ้นภูชี้เดือน โดยมีค่าใช้จ่ายคนละ 100 บาท



ภาพ 3 ภูชี้เดือน

ที่มา : นักวิจัย

1.3) ผาตั้ง มีหินขนาดใหญ่ อยู่บนเนินเป็นจุดชมวิวดวงเดือนที่สวยงามจะเป็น อีกทั้งเป็นจุดชมทะเลหมอก ที่กล่าวได้ว่ามีความสวยงามมาก เพราะสามารถชมได้กว้างไกลแบบพาโนรามา ทั้งนี้บนเส้นทางขึ้นไปยังจุดชมวิวดวงเดือน มีบริการให้นักท่องเที่ยวชมวิวดวงเดือน โดยคิดค่าบริการตามระยะทาง เริ่มต้น 150-300 บาท อีกทั้งพื้นที่โดยรอบผาตั้งยังมีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้งชาติพันธุ์ม้ง เย้า จีนฮ่อ ซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การแต่งกายชนเผ่า และอาหารพื้นถิ่น (สำนักงานการท่องเที่ยว และ กีฬาจังหวัดเชียงราย, 2563)



ภาพ 4 ผาตั้ง  
ที่มา : นักวิจัย

1.4) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงผาตั้ง โดยพื้นที่โดยรอบศูนย์พัฒนาโครงการหลวงผาตั้ง เป็นการตั้งถิ่นฐานของผู้คนหลากหลายชนชาติ ทั้งคนจีน กลุ่มชาติพันธุ์ม้ง เย้า มูเซอ อีเก้อ ไทลื้อ และคนพื้นเมืองมากกว่า 600 ครอบครัว ซึ่งทางศูนย์ได้มีการวางแผนทดสอบและสาธิตวิธีการปลูกผักและไม้เมืองหนาว สำหรับผักที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงผาตั้งส่งเสริมการปลูกมีจำนวน 18 ชนิด อาทิ แครอทม่วง ถั่วลิ้นเตาหวาน ต้นหอมญี่ปุ่น กระเทียมต้น ถั่วน้อย คะน้าฮ่องกง ผักกาดหวาน คะน้ายอดโครงการหลวง ผักกาดหอมห่อ บัตเตอร์เฮดสลัด พิลเลย์ไอซ์เบิร์ก เบบี้ฮ่องกงเต้ เบบีคอส ผักกาดหอมไอ้คัสแดง ผักกาดหอมไอ้คัสเขียว เป็นต้น ส่วนไม้ผลมีจำนวน 7 ชนิด คือ อะโวคาโด ฟัก พลับ องุ่นดำไร้เมล็ด สตอเบอร์รี่ เคพกูสเบอร์รี่และพลับและกาแฟอาราบิก้า นอกจากนั้นยังส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ จำนวน 3 ชนิด ได้แก่ ไก่กระดูกดำ ไก่พื้นเมือง และหมูหลุม ทั้งนี้ เดิมศูนย์ฯแห่งนี้เป็นหน่วยย่อยของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยแล้ง ภายหลังได้รับถวายฎีกาการพัฒนาปรับปรุงพื้นที่จากชาวบ้านหมู่บ้านผาตั้ง บ้านร่มฟ้า ผาหม่น และบ้านศิลาแดง โดยมีหม่อมเจ้าภีศเดช รัชนี องค์ประธานมูลนิธิโครงการหลวง โปรดให้จัดตั้ง ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงผาตั้งขึ้น เมื่อวันที่ 9 เมษายน พ.ศ. 2550 เพื่อช่วยส่งเสริมและพัฒนาอาชีพแก่คนในพื้นที่ อีกทั้งยังเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับพืชผักเมืองหนาว ไม้ผลเมืองหนาวและการผลิตเมล็ดพันธุ์ผัก



### ภาพ 5 ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงผาตั้ง

ที่มา : นักวิจัย

1.5) แก่งผาไต่ ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 บ้านห้วยลึก ตำบลม่วงยาย อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย อยู่ห่างจากตัวอำเภอไปทางทิศตะวันออก ประมาณ 14 กิโลเมตร ซึ่งแก่งผาไต่ มีพื้นที่ประมาณ 17 ไร่ ถือเป็นสถานที่หรือสวนสาธารณะสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ ทั้งนี้สามารถมองเห็นตรงข้ามแม่น้ำโขง ซึ่งก็คือสปป.ลาว นอกจากนี้แก่งผาไต่จะปกคลุมด้วยทรายแล้ว ยังมีก้อนหินขนาดเล็กมากมาย โดยก้อนหินเหล่านี้เป็นแหล่งกำเนิดโก เช่นเดียวกับแก่งหินไต้ น้ำ และมีแก่งหินที่มีลักษณะเป็นแท่งหินตั้งอยู่ในแม่น้ำโขงมากมาย ซึ่งเกิดจากการทับถมของ ตะกอน ทั้งนี้เอกลักษณ์ของแก่งผาไต่ คือ ผาในแม่น้ำโขงที่จมอยู่ใต้น้ำในฤดูน้ำหลาก และโผล่เหนือน้ำในฤดูน้ำลด ที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม ถือเป็นที่ยอดนิยมให้นักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาติล่องเรือเล็กมาชมความงดงามของหินผาในแก่งผาไต่



### ภาพ 6 แก่งผาไต่

ที่มา : นักวิจัย



ภาพ 7 แก่งผาได

ที่มา : นักวิจัย

1.6) จุดผ่อนปรนแจมปอง เป็นจุดที่คนในพื้นที่ใช้สัญจรไปมาระหว่างประเทศไทยและสปป.ลาว โดยจะมีเรือข้ามแม่น้ำโขงคอยให้บริการสำหรับการข้ามฝั่ง มีค่าใช้จ่ายในการโดยสารเรือ คนละ 30 บาท อีกทั้งในบริเวณใกล้เคียงจะมีตลาดนัดทุกวันพุธ ซึ่งเป็นตลาดนัดที่เปิดให้คนในพื้นที่และคนจากสปป.ลาวมาขายของ ทั้งสินค้าท้องถิ่นและสินค้าทั่วไป



ภาพ 8 จุดผ่อนปรนแจมปอง

ที่มา : นักวิจัย

1.7) จุดชมวิวห้วยเอียน ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง อยู่ระหว่างเส้นทางที่เดินทางระหว่างอำเภอเชียงของและอำเภอเวียงแก่น โดยจุดชมวิวห้วยเอียนเป็นจุดชมวิวแม่น้ำโขงที่สามารถมองเห็นเกาะแก่งของลำน้ำแม่น้ำโขงอย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีร้านขายของฝากและของที่ระลึกของชนเผ่าขมุ ร้านอาหารท้องถิ่น รีสอร์ท และที่พัก



ภาพ 9 จุดชมวิวห้วยเอียน

ที่มา : นักวิจัย

2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า อำเภอเวียงแก่นมีการเข้าถึงในเส้นทางจากจังหวัดเชียงราย ผ่านถนนหมายเลข 1152 และ 1155 เป็นระยะทางประมาณ 130 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง 10 นาที โดยมีรถโดยสารสาธารณะสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว วันละ 3 เที่ยว โดยรอบเช้ารถจะออกเวลา 10.30 น. ช่วงเที่ยงจะออก 12.30 น. และช่วงเย็นก็จะเป็น 15.30 น. ในส่วนของถนนที่ใช้ในการสัญจรมีสภาพดีและมีความสะดวกสบายในการเดินทาง



ภาพ 10 เส้นทาง การเข้าถึงอำเภอเวียงแก่น

ที่มา : นักวิจัย

3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า โครงสร้างพื้นฐานมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ซึ่งอำเภอเวียงแก่นมีที่พัก 58 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) อีกทั้งมีท่าเรือ ห้องน้ำสาธารณะ ป้ายบอกทาง ที่ทิ้งขยะ ลานจอดรถ ร้านขายของฝากของที่ระลึก รวมถึงมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่จุดผ่อนปรน แต่อำเภอเวียงแก่นยังไม่มีบริษัทนำเที่ยวสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคเหนือ, 2564)



ภาพ 11 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอเวียงแก่น

ที่มา : นักวิจัย

4) ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเวียงแก่นมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งมีความพร้อมในการรองรับทั้งในด้านของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงในด้านของการให้บริการทางการท่องเที่ยว แต่ยังคงต้องมีการพัฒนามาตรฐานการบริการให้ดียิ่งขึ้น

5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเวียงแก่นมีสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ รวมถึงเป็นอำเภอที่มีความเงียบสงบ และน่าอยู่ โดยอำเภอเวียงแก่นมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสธรรมชาติและพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่ง กล่าวว่า “นักท่องเที่ยวชื่นชอบธรรมชาติของอำเภอเวียงแก่น ในช่วงฤดูหนาวจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางมาพักผ่อนและสัมผัสอากาศหนาวที่ภูต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก”

6) ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า อำเภอเวียงแก่นยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก เนื่องจากเป็นอำเภอที่ยังไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวมากนัก จึงทำให้นักท่องเที่ยวยังไม่เกิดการรับรู้ทางการท่องเที่ยวของอำเภอเวียงแก่น เช่นเดียวกับผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่ง ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเวียงแก่น ยังไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่ค่อยรู้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวของอำเภอเวียงแก่น จึงควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้มากขึ้น

7) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า มีกิจกรรมศึกษาเรียนรู้ชนเผ่าขมุ เนื่องจากมีกลุ่มชนเผ่าขมุเข้ามาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่อำเภอเวียงแก่น รวมถึงมีกิจกรรมชมวิวดาวทัศน์ของแม่น้ำโขง และยังมีกิจกรรมพัฒนากิจกรรมล่องเรือระยะสั้น แก่งผาไต – เชียงของ ที่กำลังจะผลักดันให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกกิจกรรมหนึ่งของอำเภอเวียงแก่น

8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมและความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอเวียงแก่น ทั้งพื้นที่แก่งผาไต และพื้นที่อื่น ๆ ในอำเภอเวียงแก่น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้ให้ข้อมูลว่า หน่วยงานต่าง ๆ และชุมชนในพื้นที่ได้มีการผลักดันให้การท่องเที่ยวในอำเภอเวียงแก่นเกิดการพัฒนามากขึ้น อีกทั้งผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

**4.1.2. อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย** มีพื้นที่อยู่ประมาณ 837 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 530,000 ไร่ มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสลับกับเทือกเขา ตั้งอยู่บนฝั่งแม่น้ำโขงมีแนวขนานไปกับลำน้ำโขง โดยมีอาณาเขตด้านทิศตะวันออกติดกับเมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว สปป.ลาว โดยมีแม่น้ำโขงกั้นระหว่างพรมแดน อำเภอเชียงของมีประชากรหลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่ ทั้งไทลื้อ ขมุ มูเซอ และคนพื้นเมือง ซึ่งคำว่า “เชียงของ” มาจากคำว่า “เชียง” ที่หมายถึงเมือง และคำว่า “ของ” เป็นคำที่เพี้ยนจาก “ชร” ใน “ชรราช” ที่แปลว่า แม่น้ำโขง อำเภอเชียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เนื่องจากเป็นจุดผ่านแดน

ไปสู่เส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือและบกที่สำคัญ และมีเส้นทางเชื่อมโยงออกไปสู่กลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มน้ำโขงคือ ลาว เวียดนาม และกัมพูชาและจีนตอนใต้ ส่งผลให้อำเภอเชียงของเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเชียงของ และยังเป็นเมืองรองรับยุทธศาสตร์ระดับอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงที่เชื่อมโยงเส้นทางการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ซึ่งเส้นทางที่รู้จักกันแพร่หลายคือ เชียงของ-ห้วยทราย-หลวงพระบาง-เวียงจันทน์ และ เชียงของ - ห้วยทราย - หลวงน้ำทา - บ่อหาน (จีน) - เชียงรุ่ง (เมืองเอกแห่งแคว้นสิบสองปันนา) - कुนหมิง (เมืองหลวงของมณฑลยูนนาน (คณะกรรมการธิการเศรษฐกิจ การเงิน และการคลัง, 2560) ซึ่งสามารถบทความความพร้อมทางการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของ ประกอบด้วย 8 ด้าน ดังนี้

1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของ โดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่และประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากอำเภอเชียงของมีจุดผ่านแดนไปยังสปป.ลาว โดยตรงกับข้อคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่ง ได้กล่าวว่า “ชาวอำเภอเชียงของและชาวเมืองห้วยทราย สปป.ลาว ได้มีการไปมาหาสู่กันตั้งแต่อดีต อีกทั้งยังมีการเดินทางท่องเที่ยวข้ามแดนระหว่างทั้งสองประเทศมาโดยตลอด” ซึ่งอำเภอเชียงของมีแหล่งท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ดังนี้

1.1) ด่านถาวรเชียงของ เป็นจุดผ่านแดนที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเดิมทางข้ามแดนไปยังแขวงบ่อแก้ว สปป.ลาว และเดินทางไปต่อยังเมืองหลวงพระบาง โดยด่านถาวรเชียงของมีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 ที่เชื่อมต่อระหว่างประเทศ ซึ่งมีความยาวของสะพานข้ามแม่น้ำโขง ประมาณ 10 กิโลเมตร โดยสร้างเสร็จเมื่อประมาณปี พ.ศ.2556 นอกจากนี้ยังมีการขนส่งสินค้าจากประเทศไทยไปยังสปป.ลาว และประเทศจีน ผ่านทางด่านถาวรเชียงของ



ภาพ 12 ด่านชายแดนเชียงของ

ที่มา : นักวิจัย

1.2) จุดชมวิวสำนักสงฆ์เทพนิมิต ถือเป็นจุดชมวิวที่อยู่สุดเขตแดนสยามฝั่งอำเภอเชียงของ โดยจุดชมวิวดังอยู่ในบริเวณสำนักสงฆ์เทพนิมิต เป็นจุดที่สามารถเห็นภาพมุมสูงของลำน้ำโขงไหลลัดเลาะไปตามตะเข็บชายแดนไทย-ลาว อีกทั้งมองเห็นบ้านเรือนและผู้คนทางฝั่ง สปป.ลาวได้ชัดเจน นอกจากนี้ยังสามารถชมทะเลหมอกในช่วงฤดูหนาวได้ด้วย โดยช่วงเช้า ๆ จะมีไอความเย็นที่เกิดจากการกลั่นตัวของสายน้ำโขงระเหยขึ้นมากลายเป็นไอหมอกปกคลุมไปตามแนวลำน้ำโขง ถือเป็นทะเลหมอกที่มีความสวยงามในอีกแบบที่น่าสนใจ



ภาพ 13 จุดชมวิวสำนักสงฆ์เทพนิมิต

ที่มา : (สตูดิโอ ร้อยเรื่องราว, 2562)

1.3) จุดผ่านแดนถาวรท่าเรือบั้ง เป็นอีกหนึ่งจุดที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะกลุ่มที่จะเดินทางล่องเรือระยะยาวไปยังหลวงพระบาง รวมถึงมีชาวบ้านและคนในพื้นที่มักจะใช้เรือในการสัญจรข้ามไปมาระหว่างสองฝั่งของประเทศไทยและสปป.ลาวอยู่เสมอ



ภาพ 14 จุดผ่านแดนถาวรท่าเรือบั้ง

ที่มา : นักวิจัย

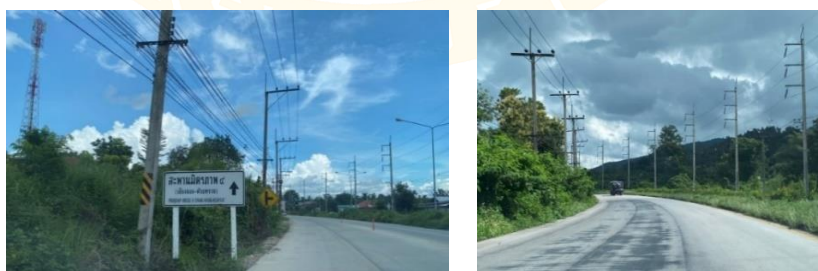
1.4) พิพิธภัณฑสถานลื้อลายคำ ตั้งอยู่ในตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ โดยนักท่องเที่ยวสามารถแวะชมศิลปะผ้าทอพื้นบ้านของชาวไทลื้อศรีดอนชัย ที่มีเอกลักษณ์ และมีความสวยงาม ทั้งนี้ ในพิพิธภัณฑสถานลื้อลายคำได้รวบรวมผ้าทอ และเครื่องแต่งกายไทลื้อโบราณที่หาชมได้ยากมาแสดงให้ชมในพิพิธภัณฑสถานแห่งนี้



ภาพ 15 พิพิธภัณฑสถานลื้อลายคำ

ที่มา : สตี๊ดดอย ร้อยเรื่องราว (2562)

2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า อำเภอเชียงของสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางบกและทางน้ำ โดยทางบกสามารถเข้าถึงได้ 2 เส้นทาง ซึ่งการเดินทางจากตัวเมืองจังหวัดเชียงรายไปเชียงของจะมีระยะทาง 114 กม. ซึ่งเส้นทางแรก คือ เชียงราย – เวียงรุ้ง – เชียงของ และเส้นทางที่สอง คือ เชียงราย – พญาเม็งราย – เชียงของ ทั้งนี้เส้นทางดังกล่าวมีรถโดยสารสาธารณะคอยให้บริการ สลับกันออกทุกครึ่งชั่วโมง ค่าโดยสารราคา 65 บาทต่อคน ส่วนทางน้ำสามารถเข้าถึงได้จากการเดินเรือระยะยาวระหว่างประเทศ เชียงของ – หลวงพระบาง



ภาพ 16 การเข้าถึงอำเภอเชียงของ

ที่มา : นักวิจัย

3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า เนื่องจากอำเภอเชียงของเป็นเมืองที่รองรับยุทธศาสตร์ระดับอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงที่เชื่อมโยงเส้นทางการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยว จึงทำให้อำเภอเชียงของมีความพร้อมในด้านของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งอำเภอเชียงของมีที่พัก จำนวน 61 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) รวมถึงมีบริษัทนำเที่ยว 4 บริษัท (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคเหนือ, 2564) อีกทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวอีกมากมาย อาทิ สถานีขนส่งผู้โดยสาร บ้ายบอทาง ปิมน้ำมัน ห้องน้ำสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น



ภาพ 17 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอเชียงของ

ที่มา : นักวิจัย

4) ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเชียงของยังมีข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวในด้านของแหล่งท่องเที่ยว โดยในพื้นที่อำเภอเชียงของยังมีแหล่งท่องเที่ยวน้อย อาจจะยังไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของ จึงต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของมากกว่าเดินทางมาเพื่อข้ามแดนอย่างเดียว

5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเชียงของมีสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ดี เนื่องจากเป็นอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น้อย จึงต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสำหรับเดินทางไปท่องเที่ยวท่องเที่ยวก่อนข้ามแดน ซึ่งตรงกับที่ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่า “อำเภอเชียงของต้องดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงของก่อนเดินทางข้ามไปยังสปป.ลาว จึงอาจจะต้องมีการสร้างสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้ดี รวมถึงการสร้างสรรคแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่”

6) ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า อำเภอเชียงของมีชื่อเสียงเป็นประตูข้ามแดนสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ทั้งด้านถาวรเชียงของและท่าเรือบั้ง ที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาในอำเภอเชียงของเพื่อข้ามแดนไปยังประเทศเพื่อนบ้านเป็นจำนวนมาก โดยผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า “ในทุกวันนี้มีคนเดินทางข้ามระหว่างด้านถาวรเชียงของกับด้านถาวรห้วยทรายอยู่ตลอด แต่ในช่วงวันหยุดจะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายกลุ่มเดินทางมาที่ด้านถาวรเชียงของเพื่อข้ามไปท่องเที่ยวยังสปป.ลาวเป็นจำนวนมาก”

7) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเชียงของมีกิจกรรมที่เป็นที่รู้จัก คือ กิจกรรมล่องเรือระยะยาว เชียงของ – หลวงพระบาง ซึ่งถือเป็นกิจกรรมยอดนิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการเดินทางไปยังหลวงพระบาง สปป.ลาว อีกทั้งมีกิจกรรมไตรกีฬาและกีฬาสามล้อระหว่างไทย-ลาว อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการผลักดันให้เกิดกิจกรรมล่องเรือระยะสั้น เชียงของ – แก่งผาได ในอนาคตด้วย

8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวภาคส่วนต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วม รวมถึงชุมชนที่ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอเชียงของให้เป็นไปในทิศทางที่ดีกว่าเดิม

**4.1.3 อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย** ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงราย ภาคเหนือของประเทศไทย เป็นอำเภอชายแดนที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน 2 ประเทศ คือ ประเทศเมียนมา และสปป.ลาว มีแม่น้ำสายหลัก 4 แห่ง ได้แก่ แม่น้ำโขง แม่น้ำกก แม่น้ำคำ แม่น้ำรวก ซึ่งมีอาณาเขตด้านทิศเหนือติดกับจังหวัดท่าขี้เหล็ก สหภาพเมียนมาร์ ซึ่งมีแม่น้ำรวกเป็นเส้นกั้นพรมแดน และติดกับเมืองต้นผึ้ง แขวงบ่อแก้ว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีแม่น้ำโขงเป็น เส้นกั้นพรมแดน ในด้านทิศตะวันออกติดกับอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ด้านทิศตะวันตก ติดกับอำเภอแม่จัน และอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ด้านทิศใต้ ติดกับอำเภอดอยหลวง และอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย โดยอำเภอเชียงแสนแบ่งการปกครองออกเป็น 6 ตำบล 70 หมู่บ้าน ซึ่งคนในพื้นที่อำเภอเชียงแสนส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม อาชีพพาณิชย์กรรม และอาชีพบริการ และการค้าชายแดน (ที่ว่าอำเภอเชียงแสน, 2562) ซึ่งสามารถทบทวนความพร้อมทางการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงแสน ประกอบด้วย 8 ด้าน ดังนี้

1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเชียงแสน โดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์และโบราณวัตถุ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้ให้ข้อมูลว่า อำเภอเชียงแสนมีประวัติศาสตร์มายาวนาน แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในอำเภอเชียงแสนจึงมีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์เมืองเชียงแสน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะสามารถเรียนรู้และได้ทำความรู้จักอำเภอเชียงแสนได้นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวยังมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ อีกทั้งอำเภอเชียงแสนยังถือเป็นแหล่งค้าขายระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จีน ลาว และพม่า รวมถึงนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาเที่ยวเชียงแสนและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวไปที่ประเทศเพื่อนได้ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าสนใจตามแนวชายแดน ดังนี้

1.1) สามเหลี่ยมทองคำ ถือเป็นพื้นที่รอยต่อระหว่างสามประเทศ คือ ประเทศไทย (จังหวัดเชียงราย) สปป.ลาว (แขวงบ่อแก้ว) และประเทศพม่า (ท่าขี้เหล็ก, รัฐฉาน) โดยมีลักษณะเป็นพื้นที่สามเหลี่ยมบรรจบกัน อีกทั้งมีแม่น้ำโขงตัดผ่านชายแดนระหว่างประเทศไทยและสปป.ลาว นับเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งของภูมิภาค ซึ่งบริเวณสามเหลี่ยมทองคำ มีพระเชียงแสนสี่แผ่นดิน หรือ พระพุทธรูปล้านตื้อ ประดิษฐานกลางแจ้ง โดยพระพุทธรูปล้านตื้อองค์นี้เป็น พระเชียงแสนสี่แผ่นดินเฉลิมพระเกียรติฯ ซึ่งได้สร้างขึ้นแทนองค์เดิมที่จมลงแม่น้ำโขง และสร้างขึ้นด้วยทองสัมฤทธิ์ ปิดทองด้วยบุศราคม น้ำหนักถึง 69 ตัน หน้าตักกว้าง 9.99 ม.สูง 15.99 ม. ประทับนั่งบน "เรือแก้วกุดล ธรรม" ขนาดใหญ่ โดยบริเวณสามเหลี่ยมทองคำยังมีท่าเรือให้บริการ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการนั่งเรือเที่ยวชมทิวทัศน์จุดบรรจบของพรมแดนไทย ลาว และพม่า ค่าเช่าเรือประมาณ 300-400 บาท นั่งได้ 6 คน ถ้าต้องการนั่งชมทิวทัศน์สองฝั่งแม่น้ำโขงไป และนั่งเรือทางไกลถึงเชียงแสนและเชียงของ ซึ่งสามารถหาเช่าเรือได้ และค่าเรือขึ้นอยู่กับระยะทางที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทาง (Paiduykan, 2563)



ภาพ 18 สามเหลี่ยมทองคำ

ที่มา : นักวิจัย



ภาพ 19 สามเหลี่ยมทองคำ

ที่มา : นักวิจัย

1.2) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงใหม่ ถือเป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสาขาประจำแหล่งโบราณคดีที่ได้มีการเก็บรวบรวมวัตถุโบราณต่าง ๆ ไว้ อาทิ พระพุทธรูป เครื่องประดับเจดีย์ แผ่นอิฐมีจารึก และเครื่องสำริด เป็นต้น โดยเป็นการจัดแสดงจะมุ่งเน้นทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ศิลปะที่มีความเกี่ยวข้องกับการตั้งหลักแหล่งของชุมชน ตั้งแต่ระยะแรกเริ่มสมัยก่อนประวัติศาสตร์จนถึงสมัยประวัติศาสตร์

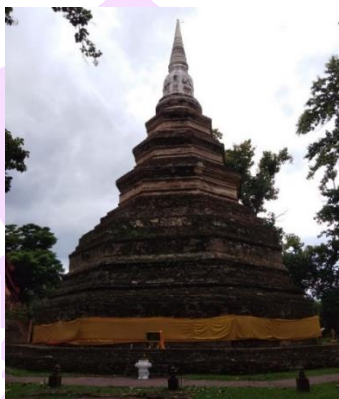


ภาพ 20 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงใหม่

ที่มา : นักวิจัย

1.3) วัดพระธาตุเจดีย์หลวง เป็นวัดที่ใหญ่ที่สุดในเมืองเชียงใหม่ หรือเป็นวัดประจำเมืองเชียงใหม่ โดยวัดพระธาตุเจดีย์หลวงตั้งอยู่ภายในเมืองโบราณเชียงใหม่ ซึ่งตัวเจดีย์หลวงเป็นเจดีย์ทรงระฆังกลมฐานแปดเหลี่ยม ถือว่าเป็นเจดีย์ที่ใหญ่ที่สุดในเมืองเชียงใหม่ ตามตำนานกล่าวว่าพญาแสนภูเป็นกษัตริย์ลำดับที่ 3 ในราชวงศ์มังราย ทรงเป็นพระราชโอรสองค์โต ของพระยาไชยสงครามและเป็นพระราชนัดดาของพระยามังราย ประสูติเมื่อปี

พ.ศ. 1820 ทรงสร้างวัดนี้ขึ้นเมื่อ พ.ศ.1887 หลังจากที่ทรงสร้างกำแพงเมืองเชียงใหม่แล้ว 3 ปี เจดีย์ประธานของวัดนี้เป็นเจดีย์แบบล้านนา สำหรับประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ กระจุกหน้าอก ต่อมาพระเมืองแก้วตรัสให้ชื่อฐานเจดีย์องค์เดิม แล้วก่อเจดีย์องค์ปัจจุบันในปี พ.ศ. 2058 (Museumthailand, 2559)



ภาพ 21 วัดพระธาตุเจดีย์หลวง

ที่มา : นักวิจัย

1.4) พิพิธภัณฑ์ฮอลส์ออปิโอเปียม เป็นพิพิธภัณฑ์หอฝิ่น อุทยานสามเหลี่ยมทองคำ ซึ่งเป็นศูนย์นิทรรศการแสดงประวัติความเป็นมาของฝิ่นเมื่อสมัยที่ยังมีการใช้ยาเสพติดตัวนี้กันอย่างถูกกฎหมาย และผลกระทบของการเสพติดฝิ่น แถมยังทำหน้าที่เป็นศูนย์ข้อมูลเพื่อการค้นคว้าวิจัยและการศึกษาต่อเนื่องในหัวข้อฝิ่น สารสกัดจากฝิ่นในรูปแบบต่าง ๆ และยาเสพติดในชนิดอื่น ๆ และยังเป็นเสมือนประตูเปิดสู่โลกอันลึกลับของพืชชนิดนี้ จากความมืดมนน่าหวาดกลัว สู่ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง (เชียงใหม่หน้าเที่ยว, 2558)



ภาพ 22 พิพิธภัณฑ์ฮอลส์ออปิโอเปียม

ที่มา : นักวิจัย

1.5) วัดพระธาตุผาเงา ตั้งอยู่บนหินก้อนใหญ่ ซึ่งคำว่า ผาเงา หมายถึงเงาของก้อนผา โดยก้อนหินก้อนนี้มีขนาดใหญ่ทรงคล้ายเจดีย์ เวลาที่พระอาทิตย์ส่องผ่านก้อนหินจะทำให้เกิดเงาขนาดใหญ่ ชาวบ้านจึงเรียกว่า พระธาตุผาเงา แต่ในสมัยก่อนนั้นวัดมีชื่อเดิมว่า วัดสบคำ ซึ่งตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขงได้พังทลายจากแรงกระแสน้ำ ทำให้วัดถูกพัดพังทลายลงเกือบหมดวัด คณะศรัทธาและคนในชุมชนจึงได้สร้างวัดขึ้นมาใหม่ ซึ่งมีระยะทางไกลจากที่เดิม ทั้งนี้ภายในวัดมีพระธาตุอยู่ 3 องค์ คือ องค์แรกเป็นพระธาตุผาเงาที่ตั้งอยู่บนยอดหินผา องค์ที่สองเป็นพระธาตุจอมจัน ซึ่งเหลือแต่ซากองค์พระเจดีย์สูงประมาณ 5 เมตร ในบริเวณพื้นที่นั้นทางวัดได้สร้างโบสถ์ขึ้นมาหลังหนึ่ง ถัดจากพระธาตุจอมจันขึ้นไปบนยอดเขา และองค์สุดท้ายเป็นพระธาตุเจดีย์ยอด ซึ่งเหลือแต่ซากฐานสูง 5 เมตร ทางวัดได้สร้างพระบรมธาตุพุทธนิมิตเจดีย์ขนาดใหญ่ครอบองค์พระธาตุไว้ แต่ยังคงมองเห็นซากพระธาตุเจดีย์ยอดได้ ณ ภายในองค์เจดีย์



ภาพ 23 วัดพระธาตุผาเงา

ที่มา : นักวิจัย

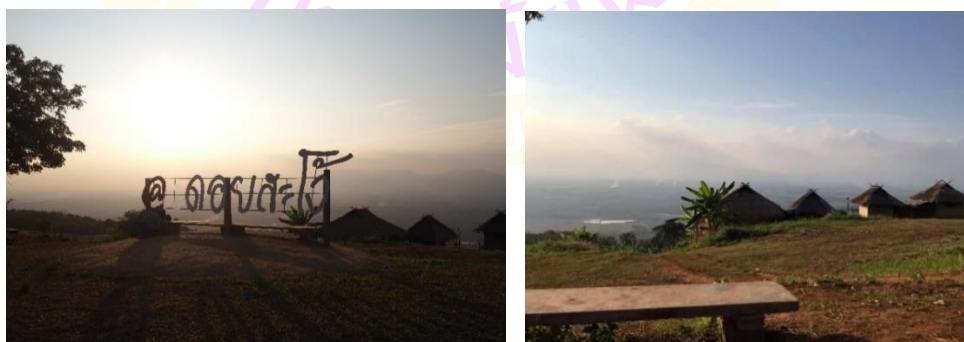
1.6) วัดพระธาตุจอมกิตติ ตั้งอยู่อยู่ถนนเลียบบแม่น้ำเชียงแสน – เชียงของ อยู่ในตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน ซึ่งพระธาตุจอมกิตติ ถือเป็น 1 ใน พระธาตุ 9 จอม หรือพระธาตุศักดิ์สิทธิ์ประจำจังหวัดเชียงราย โดยพระธาตุจอมกิตติมีอายุ 1,068 ปี เป็นสถาปัตยกรรมเชียงแสน ซึ่งสิ่งสำคัญภายในวัด คือ พระเจดีย์ทรงปราสาทยอดทรงระฆัง หลังคารูปบัวคว่ำ พระเจ้าฟ้างคราชโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ.1483 เพื่อบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ต่อมาในสมัยเจ้าสุวรรณห คำล้าน เจ้าเมืองเชียงแสน ได้สร้างครอบเจดีย์องค์เดิมไว้ เมื่อปี พ.ศ.2030 ตามรูปแบบสถาปัตยกรรมองค์เจดีย์ในปัจจุบัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)



ภาพ 24 วัดพระธาตุจอมกิตติ

ที่มา : เชียงรายไฟกัส (2563)

1.7) ดอยสะงี มีความสูงจากน้ำทะเลประมาณ 709 เมตร ในอดีตเป็นพื้นที่ทุรกันดารที่มีการเดินทางเข้าถึงยากลำบาก คนในพื้นที่มีความยากจน ซึ่งเมื่อปี พ.ศ.2521 ได้มีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยสะงีขึ้น โดยประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวเขาเชื้อสายอาข่าและไทลื้อที่มีวัฒนธรรม ความเชื่อ วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งในปัจจุบันดอยสะงีถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชุมชนชาติพันธุ์ อีกทั้งมีจุดชมวิวทิวทัศน์ที่มีพื้นที่กว้างและตั้งอยู่บนจุดสูงสุดของหมู่บ้าน ซึ่งสามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ของดินแดนสามประเทศ คือ ประเทศไทย สปป.ลาว และประเทศพม่า รวมถึงเห็นวิวแม่น้ำโขงอย่างชัดเจน และสามารถชมวิวได้แบบ 360 องศา ทั้งนี้ดอยสะงีในช่วงฤดูหนาวอากาศ จะมีทะเลหมอกในยามเช้า และสามารถชมพระอาทิตย์ขึ้นได้อย่างสวยงาม อีกทั้งในยามค่ำคืนสามารถชมดวงดาวเต็มท้องฟ้า และจะมีทุ่งดอกเก๊กฮวยแบ่งบานให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมในช่วงเดือนพฤศจิกายน และเดือนไป่ด้วยกัน, 2559)

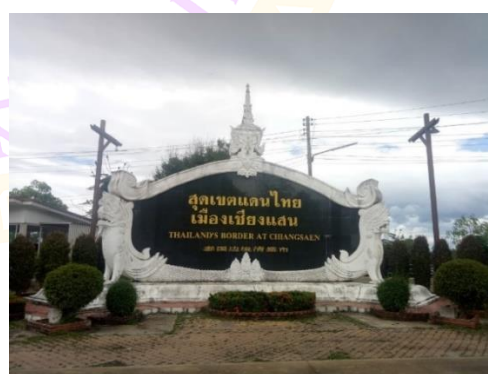


ภาพ 25 ดอยสะงี

ที่มา : นักวิจัย

2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า อำเภอเชียงแสนมีการเข้าถึงหลัก 2 ทาง ได้แก่ ทางบก และทางน้ำ โดยเส้นทางบกสามารถเข้าถึงได้หลายเส้นทาง โดยเส้นทางหลักจะเดินทางจากอำเภอเมืองเชียงราย ขึ้นไปทาง อำเภอแม่จัน ตามถนนทางหลวงหมายเลข 1 จากนั้นจะมีทางแยกเพื่อไปยังอำเภอเชียงแสน คือ ทางหลวงหมายเลข 1016 โดยรวมระยะทาง 77 กิโลเมตร ส่วนในเส้นทางน้ำน้ำโขงที่สามารถล่องจากอำเภอเชียงของ และเรือข้ามฝั่งไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีโครงสร้างพื้นฐานที่มีความพร้อม อีกทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งอำเภอเชียงแสนมีที่พัก จำนวน 65 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) รวมถึงมีบริษัทนำเที่ยว จำนวน 5 บริษัท (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคเหนือ, 2564) ทั้งในส่วนของท่าเรือ ห้องน้ำสาธารณะ บ้ายบ่อทาง ลานจอดรถ ร้านขายของฝากของที่ระลึก รวมถึงมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่ตั้งอยู่บริเวณลานอนุประสงค์ริมโขง สำหรับให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวตลอดจนช่วยเหลืออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งมีจักรยานสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อปั่นชมเมืองเชียงแสน ตลอดจนมีรถรางบริการนำชมเมืองโบราณเชียงแสนพร้อมมัคคุเทศก์บรรยายประวัติศาสตร์ที่ให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.30 – 16.30 น. และมีหน่วยเรือรักษาความสงบเรียบร้อยตามเขตลำน้ำโขง



ภาพ 26 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอเชียงแสน

ที่มา : นักวิจัย



ภาพ 27 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอยางชุมน้อย

ที่มา : นักวิจัย

4) ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอยางชุมน้อยส่วนใหญ่มีพื้นที่กว้างที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตามยังมีข้อจำกัดในด้านสาธารณูปโภคและบริการที่ยังไม่ได้มาตรฐานมากนัก ประกอบกับเจ้าหน้าที่ดูแลและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวยังมีจำนวนน้อย ซึ่งไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอยางชุมน้อย

5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า เมืองยางชุมน้อยเป็นเมืองที่มีสถานที่มรดกโบราณที่เก่าแก่มาก จึงทำให้สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ในพื้นที่มากขึ้น ส่งผลให้ชุมชนและคนในพื้นที่เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามยังส่งผลให้มีสิ่งปลูกสร้างเพิ่มขึ้นในพื้นที่ ก่อให้เกิดการบดบังสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหรือโบราณสถาน

6) ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า อำเภอยางชุมน้อยเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในด้านเมืองประวัติศาสตร์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว มีความสนใจในประวัติศาสตร์และโบราณสถาน แต่อำเภอยางชุมน้อยยังขาดการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวที่จริงจังและต่อเนื่อง โดยผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งให้ข้อมูลว่า “อยากให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวของอำเภอยางชุมน้อยอย่างจริงจังและต่อเนื่อง จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่อำเภอยางชุมน้อยมากขึ้น”

7) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า อำเภอยางชุมน้อยมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และความเชื่อ ซึ่งมีกิจกรรมไหว้พระพุทธรูปล้านต้นเพื่อความศิริมงคล กิจกรรมศึกษาประวัติศาสตร์เมืองยางชุมน้อย รวมถึงมีกิจกรรมปั่นจักรยาน

ชมเมือง นักรถรางชมเมือง ตลอดจนกิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพสองฝั่งแม่น้ำโขงระยะใกล้ และระยะไกล

8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า มีการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และชุมชน ทั้งนี้ชุมชนยังมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน เช่นเดียวกับข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่ง ที่ได้กล่าวว่า “การอนุรักษ์ธรรมชาติและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นสิ่งที่ชุมชนให้ความสำคัญ นอกจากนี้จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความยั่งยืนและสวยงามแล้ว ยังเป็นการอนุรักษ์ให้โบราณสถานและประวัติศาสตร์ของเชียงแสนยังคงอยู่ให้นักท่องเที่ยวได้มีเยี่ยมชมและศึกษา”

**4.1.4. อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย** มีพื้นที่อยู่ประมาณ 821 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่บนเนินเขาที่คลุมทั้งสองฟากของแม่น้ำอิงที่ไหลมาจากจังหวัดพะเยา โดยมีอาณาเขตด้านทิศเหนือติดกับอำเภอเวียงแก่น อำเภอขุนตาล และอำเภอพญาเม็งราย ด้านทิศใต้ติดกับอำเภอป่าแดด และอำเภอจุน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ด้านทิศตะวันออกติดกับแขวงไซยะบูลี สปป.ลาว และอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ด้านทิศตะวันตกติดกับอำเภอเมืองเชียงราย และอำเภอเวียงชัย โดยอำเภอเทิง มี 10 ตำบล คือ ตำบลเวียง ตำบลแม่ลอย ตำบลจ้าว ตำบลเชียงเคี่ยน ตำบลปล้อง ตำบลตับเต่า ตำบลสันทรายงาม ตำบลหางาว ตำบลหนองแรด และตำบลศรีดอนไชย โดยคนในพื้นที่อำเภอเทิงมีพื้นเพการสืบเชื้อสายมาจากเจ้าเมืองน่าน ซึ่งถือว่าอำเภอเทิงเป็นอำเภอที่มีความเป็นมาที่น่าสนใจและมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม โดยสามารถทบทวนความพร้อมทางการท่องเที่ยวในอำเภอเทิง ประกอบด้วย 8 ด้าน ดังนี้

1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเทิง โดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทางธรรมชาติ เนื่องจากมีเนินเขาและยอดดอยในพื้นที่ อีกทั้งยังมีอาณาเขตที่ติดกับสปป.ลาวอีกด้วย ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ โดยอำเภอเทิงมีแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1.1) ภูชี้ฟ้า มีความสูงจากระดับน้ำทะเลกว่า 1,628 เมตร ถือเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงหน้าหนาว จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อชมพระอาทิตย์ขึ้นตอนเช้า และทะเลหมอกที่ภูชี้ฟ้า อีกทั้งยังสามารถเห็นแม่น้ำโขงที่กั้นระหว่างประเทศไทยและสปป.ลาวไกล ๆ นอกจากนี้ในช่วงเดือนธันวาคมถึง ต้นเดือนกุมภาพันธ์ ระหว่างทางยังมีต้นพญาเสือโคร่งที่มีดอกสีชมพูเบ่งบานเต็มต้น โดยผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งให้ข้อมูลว่า “ในช่วงที่ต้นพญาเสือโคร่งออกดอก จะมีนักท่องเที่ยว

เดินทางมาถ่ายรูป โดยจะจอดรถตามริมทาง และเดินถ่ายรูป ทำให้บรรยากาศการท่องเที่ยวในพื้นที่ดูคึกคักมาก”



ภาพ 28 ภูชี้ฟ้า

ที่มา : นักวิจัย

1.2) ไโร้ร่นรมย์ เป็นฟาร์มเกษตรอินทรีย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ไโร้ร่นรมย์สามารถเรียนรู้และศึกษาในเชิงเกษตร โดยภายในไโร้ร่นรมย์มีทั้งแปลงผัก ออกแกนิต ร้านอาหาร และที่พัก ซึ่งที่พักจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) ประเภทห้องพัก มีทั้งหมด 3 ห้อง เป็นห้องแอร์ห้องน้ำรวม และ 2) ประเภทเต็นท์ มีทั้งหมด 16 หลัง เป็นเต็นท์ห้องน้ำรวม 11 หลัง และเต็นท์ห้องน้ำส่วนตัว 5 หลัง อีกทั้งยังมีจุดจำหน่ายสินค้าจากทางไร่ และชุมชนอินทรีย์ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อก่อนเดินทางกลับ



ภาพ 29 ไโร้ร่นรมย์

ที่มา : นักวิจัย

1.3) โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พื้นที่ดอยยาว ดอยผาหม่น ดอยผาจิ มีพื้นที่ 113 ไร่ ตั้งอยู่บนความสูงกว่า 1,000 เมตรจากระดับน้ำทะเล ซึ่งในพื้นที่จะมีอากาศที่เย็นสบายตลอดทั้งปี ทั้งนี้โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พื้นที่ดอยยาว ดอยผาหม่น ดอยผาจิเป็นสถานที่เพาะปลูกไม้เมืองหนาว และพันธุ์ไม้นานาชนิด โดยเฉพาะดอกกลีลลี่ ดอกทิวลิป ดอกหน้าวัว และดอกไม้เมืองหนาวอื่น ๆ ที่จะบานในช่วงหน้าหนาว นอกจากนี้ในพื้นที่ยังมีบริการบ้านพัก จำนวน 3 หลัง ซึ่งแต่ละหลังสามารถพักได้ประมาณ 10-15 คน รวมถึงมีบริการเต็นท์ให้เช่า แต่ยังไม่มียี่ร้านอาหารในพื้นที่



ภาพ 30 โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พื้นที่ดอยยาว ดอยผาหม่น ดอยผาจิ

ที่มา : นักวิจัย

2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า อำเภอเทิงสามารถเข้าถึงได้ทางบก โดยทางบกสามารถเข้าถึงได้ 2 เส้นทาง ซึ่งเส้นทางแรก คือ การเดินทางจากตัวเมืองจังหวัดเชียงรายไปอำเภอเทิง มีระยะทาง 58.3 กิโลเมตร ผ่านถนนหมายเลข 1152 และเส้นทางที่สอง คือ การเดินทางจากอำเภอเชียงคำ มีระยะทาง 33.5 กิโลเมตร ผ่านถนนหมายเลข 1021 ทั้งนี้ มีผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้ให้ข้อมูลว่า “อำเภอเทิงกำลังมีการดำเนินการขยายถนนในพื้นที่อำเภอเทิง ซึ่งจะส่งผลให้มีการสัญจรและการเข้าถึงที่สะดวกมากขึ้น”



ภาพ 31 การเข้าถึงอำเภอเทิง

ที่มา : นักวิจัย

3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า อำเภอเทิงของเป็นเมืองเล็ก ๆ ที่มีความพร้อมในด้านของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งอำเภอเทิงมีที่พัก จำนวน 38 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) รวมถึงสถานีขนส่งผู้โดยสาร บ้ายบอกทาง ปั้มน้ำมัน ห้างน้ำสาธารณะ ที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านค้าร้านขายของชำ แต่อำเภอเทิงไม่มีบริษัทนำเที่ยวสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคเหนือ, 2564)



ภาพ 32 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอเทิง

ที่มา : นักวิจัย

4) ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเทิงยังมีข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว แม้จะมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนักท่องเที่ยว แต่ในพื้นที่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวน้อย จึงต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่ง ได้กล่าวว่า “อยากให้มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆเกิดขึ้นในอำเภอเทิง เพื่อจะได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในอำเภอเทิงมากขึ้น”

5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเทิงมีสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ เหมาะสำหรับการเดินทางไปท่องเที่ยวท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน รวมถึงการสัมผัสบรรยากาศของธรรมชาติ และเดินทางต่อไปยังอำเภออื่นหรือประเทศเพื่อนบ้าน

6) ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า อำเภอเทิงมีชื่อเสียงในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งก็คือ ภูชี้ฟ้า ที่เป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและพักผ่อนที่ภูชี้ฟ้า เพื่อชมพระอาทิตย์ขึ้นและทะเลหมอกยามเช้า อีกทั้งในส่วนของรัฐวิสาหกิจที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้ามาพักผ่อนและศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์

7) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเทิงจะมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ อาทิ กิจกรรมชมพระอาทิตย์ขึ้นและทะเลหมอกยามเช้าที่ภูชี้ฟ้า กิจกรรมศึกษาเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ที่ไร่รื่นรมย์ เป็นต้น โดยกิจกรรมจะมีความแตกต่างกันไปตามบริบทของแหล่งท่องเที่ยว

8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอเทิง มีหน่วยงานหลายภาคส่วนให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมทั้งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

**4.1.4. อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา** มีพื้นที่ประมาณ 298 ตารางกิโลเมตร แยกตัวออกมาจากอำเภอเชียงคำ เดิมเป็นกิ่งอำเภอภูซาง และได้มีพระราชกฤษฎีกายกฐานะขึ้นเป็นอำเภอภูซาง ในปีพ.ศ.2550 โดยมีพื้นที่เป็นที่ราบสลับภูเขา ทางด้านทิศเหนือติดกับ อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ทิศใต้ติดกับอำเภอเชียงคำ ทิศตะวันออกติดกับแขวงไซยะบูลี สปป.ลาว และทิศตะวันตกติดกับอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา และอำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย อำเภอภูซางประกอบด้วย 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลภูซาง ตำบลสบบง ตำบลปาสัก ตำบลเชียงแวง และตำบลทุ่งกล้วย อีกทั้งมีแม่น้ำสายสำคัญ 4 สาย ได้แก่ แม่น้ำญวน แม่น้ำบาง แม่น้ำลาว และแม่น้ำเปือย โดยอำเภอภูซางถือว่ามีวัฒนธรรมที่หลากหลาย เนื่องจากมีชาติพันธุ์ย้ายถิ่นฐานเข้ามาตั้งรกราก อาทิ ไทยวน ไทลื้อ ม้ง เมี่ยน เป็นต้น รวมถึงมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย ซึ่งสามารถทบทวนความพร้อมทางการท่องเที่ยวในอำเภอภูซาง ประกอบด้วย 8 ด้าน ดังนี้

1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอภูซางโดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่และประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากอำเภอภูซางมีจุดผ่านแดนไปยังสปป.ลาว โดยผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า “ก่อนจะมีการเปิดให้ด่านบ้านฮวกเป็นด่านถาวร ผู้ที่อยู่ในพื้นที่อำเภอภูซางและเมืองคอบ สปป.ลาว ได้มีการไปมาหาสู่กันมาตั้งแต่อดีต จึงทำให้ทั้งสองพื้นที่คุ้นเคยและมีความสัมพันธ์กันมาตลอด” ทั้งนี้อำเภอภูซางมีแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

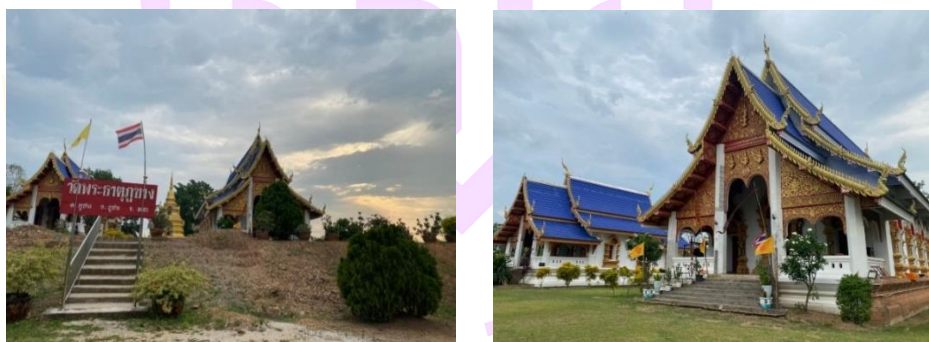
1.1) ด่านชายแดนบ้านฮวก ซึ่งปัจจุบันได้ยกระดับจากด่านผ่อนปรนเป็นด่านถาวร โดยด่านชายแดนบ้านฮวกนั้น เชื่อมกับด่านชายแดนปางมอน แขวงไซยะบูลี สปป.ลาว ซึ่งประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงด่านชายแดนของทั้งสองประเทศมีการติดต่อค้าขาย และเดินทางไปมาหาสู่กันมานานแล้ว อีกทั้งการเดินทางผ่านด่านชายแดนบ้านฮวกข้ามไปยังด่านชายแดนปางมอน แขวงไซยะบูลี สามารถเดินทางต่อไปยังเมืองหลวงพระบางได้อีกด้วย



ภาพ 33 ด้านชายแดนบ้านฮุก

ที่มา : นักวิจัย

1.2) วัดพระธาตุกุชาง ถือเป็นวัดเก่าแก่ประจำอำเภอกุชาง ซึ่งเป็นสถานที่เคารพและสักการะของคนในอำเภอกุชางและคนทั่วไป ซึ่งพระธาตุได้บรรจุพระเกศาธาตุของพระพุทธเจ้า โดยวัดแห่งนี้ตั้งอยู่บนยอดดอยที่สามารถมองเห็นหมู่บ้านใกล้เคียงและเห็นวิวกุชาง ป่าไม้ ของอุทยานแห่งชาติกุชางอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีประเพณีสร้างน้ำพระธาตุกุชางที่จัดขึ้นทุกปีและถือเป็นประเพณีประจำอำเภอกุชาง

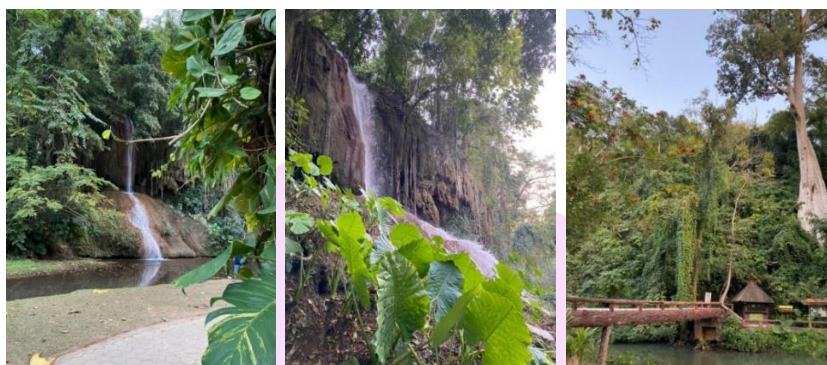


ภาพ 34 วัดพระธาตุกุชาง

ที่มา : นักวิจัย

1.3) น้ำตกรุชาง ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติกุชาง ที่ขึ้นชื่อว่าเป็นน้ำตกอุ่นแห่งเดียวในประเทศไทย เนื่องจากน้ำจะมีอุณหภูมิเฉลี่ย 35-36 องศา โดยน้ำตกรุชางมีความสูงประมาณ 25 เมตร มีน้ำไหลตลอดทั้งปี ซึ่งบริเวณแอ่งน้ำหน้าน้ำตกไม่ลึกสามารถลงเล่นได้ แต่ในช่วงสถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19 ได้มีการงดลงเล่นน้ำ นอกจากนี้ น้ำตกรุชาง

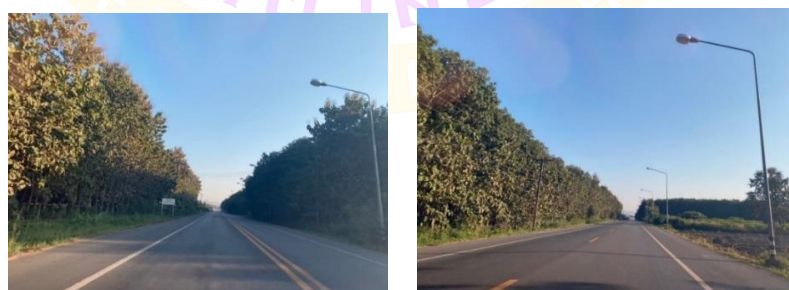
ซางยังถือเป็นจุดแวะพักที่นักท่องเที่ยวนิยมมาก เนื่องจากบริเวณหน้าน้ำตกมีสนามหญ้าที่นักท่องเที่ยวสามารถนั่งเล่นสัมผัสธรรมชาติและนั่งพักผ่อนหย่อนใจได้



ภาพ 35 น้ำตกภูซาง

ที่มา : นักวิจัย

2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า อำเภอภูซางสามารถเข้าถึงได้ทางบก โดยสามารถเข้าถึงได้ 2 เส้นทาง ซึ่งเส้นทางแรก คือ ตัวเมืองพะเยา – อำเภอดอกคำใต้ – อำเภอจุน – อำเภอเชียงคำ – อำเภอภูซาง ซึ่งมีระยะทางประมาณ 88 กิโลเมตร และเส้นทางที่สอง คือ ตัวเมืองเชียงราย – อำเภอเทิง – อำเภอภูซาง มีระยะทางประมาณ 95 กิโลเมตร และในปัจจุบันอำเภอภูซางได้มีการขยายเส้นทางจราจร จาก 2 ช่องทางเป็น 4 ช่องทาง เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้ที่สัญจรในอำเภอภูซาง ทั้งนี้ มีผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลว่า การขยายเส้นทางจราจร นอกจากจะช่วยให้มีการสัญจรที่สะดวกสบายมากขึ้น ยังส่งผลต่อความรวดเร็วและสะดวกในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศอีกด้วย



ภาพ 36 การเข้าถึงอำเภอภูซาง

ที่มา : นักวิจัย

3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า เนื่องจากอำเภอภูซางถือเป็นอีกหนึ่งเมืองที่จะสามารถเชื่อมโยงเส้นทางการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยวกับสปป.ลาวได้ จึงมีการพัฒนาในด้านความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยอำเภอภูซางมีที่พัก 39 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) อีกทั้งมีบริษัทนำเที่ยวอีก 1 แห่ง (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์สาขาภาคเหนือ, 2564) รวมถึงมีสำนักงานที่ทำการด่านชายแดน โรงพยาบาล บ้ายบอทาง ปิมน้ำมัน ห้องน้ำสาธารณะ



ภาพ 37 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอภูซาง

ที่มา : นักวิจัย

4) ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า อำเภอภูซางยังมีข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในพื้นที่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวน้อย จึงต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่จะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและพักผ่อนในอำเภอภูซางมากกว่าเดินทางมาเพื่อข้ามแดนอย่างเดียว

5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า อำเภอภูซางถือว่ามีธรรมชาติที่สมบูรณ์เนื่องจากมีอุทยานแห่งชาติในพื้นที่ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่

เหมาะสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับเดินทางไปท่องเที่ยวก่อนข้ามแดนไปยัง สปป.ลาว

6) ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า อำเภอกู่ซางมีชื่อเสียงในด้านแหล่งท่องเที่ยว นั่นก็คือ น้ำตกกู่ซาง รวมถึงกิจกรรมตกบาตรสองแผ่นดิน ระหว่างประเทศไทยและสปป.ลาว ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทางอำเภอกู่ซางและแขวงไซยะบูลีจัดขึ้นร่วมกันเพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและสปป.ลาว ตลอดจนยังเป็นที่ยึดเหนี่ยวในการเป็นประตูข้ามแดนไปยังบ้านปางมอน แขวงไซยะบูลี ที่จะสามารถเดินทางต่อไปยังหลวงพระบางได้ และถือเป็นเส้นทางข้ามแดนใหม่ที่จะเป็นทางเลือกในการเดินทางข้ามแดนของนักท่องเที่ยว

7) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า มีบริเวณด้านชายแดนบ้านฮวก มีการจัดตลาดนัดสองประเทศทุกวันทั้ง 10 และ 30 ของทุกเดือน ณ บริเวณตลาดบ้านฮวก ซึ่งจะมีพ่อค้าแม่ค้าทั้งชาวไทยและลาวนำสินค้ามาขายที่ตลาดนัดแห่งนี้ รวมทั้งในช่วงของสิ้นปี (วันที่ 30 ธันวาคมของทุกปี) จะมีกิจกรรมตกบาตรสองแผ่นดิน ที่เป็นกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและสปป.ลาว ในพื้นที่ด้านชายแดนบ้านฮวก ซึ่งได้รับความสนใจจากคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวจำนวนมาก อีกทั้งยังมีประเพณีและวัฒนธรรมอื่น ๆ ในอำเภอกู่ซางที่น่าสนใจ

8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า มีการผลักดันและส่งเสริมทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างประเทศไทยและสปป.ลาวในพื้นที่มากขึ้น โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวขึ้น มีภาคส่วนต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วม ทั้งในส่วนของหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงภาคชุมชน

**4.1.4. อำเภอยางคำ จังหวัดพะเยา** มีพื้นที่อยู่ประมาณ 784.06 ตารางกิโลเมตร โดยเป็นอำเภอที่ตั้งอยู่ลุ่มน้ำ 3 สาย ได้แก่ แม่น้ำยวน แม่น้ำลาว และแม่น้ำแวง ที่เป็นแม่น้ำสายย่อยของแม่น้ำอิง โดยอำเภอยางคำมีทิศเหนือติดกับอำเภอกู่ซางและอำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ทิศใต้ติดกับอำเภอปางและอำเภอสองแคว จังหวัดน่าน ทิศตะวันออกติดกับอำเภอสองแคว จังหวัดน่าน และแขวงไซยะบูลี สปป.ลาว และทิศตะวันตกติดกับอำเภอจุนและอำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย โดยอำเภอยางคำประกอบด้วย 10 ตำบล ได้แก่ ตำบลร่มเย็น ตำบลเจดีย์คำ ตำบลเวียง ตำบลหย่วน ตำบลแม่ลาว ตำบลอ่างทอง ตำบลฝายกวาง ตำบลเชียงบาน ตำบลทุ่งผาสุข และตำบลน้ำแวน อีกทั้งในอำเภอยางคำมีการอาศัยอยู่ร่วมกันหลายชาติพันธุ์ ประกอบด้วย 8 ชาติพันธุ์ ได้แก่ ชาติพันธุ์พื้นเมืองไทยวน ชาติพันธุ์ไทลื้อ ชาติพันธุ์เมี่ยนหรือเย้า ชาติพันธุ์ม้งหรือแม้ว ชาติพันธุ์ไทยอีสาน ชาติพันธุ์ไทใหญ่ ชาติพันธุ์ที่

น้องลาว และชาติพันธุ์พี่น้องชาวจีน จึงทำให้อำเภอเชียงคำมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และประเพณี นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถทบทวนความพร้อมทางการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคำ ประกอบด้วย 8 ด้าน ดังนี้

1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคำ มีความหลากหลายและมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ โดยอำเภอเชียงคำมีแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1.1) ถ้ำผาแดง ซึ่งถ้ำผาแดงตั้งอยู่ที่บ้านปางถ้ำ หมู่ 9 ตำบลร่มเย็น อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ภายใต้การดูแลของอุทยานแห่งชาติภูซาง โดยมีหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ ที่ 1 (ผาแดง) คอยดูแลและให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งถ้ำผาแดง เป็นถ้ำหินปูนขนาดใหญ่ มีความลึกประมาณ 450 เมตร มีพระพุทธรูปประดิษฐานอยู่ภายในถ้ำ 1 องค์ บริเวณโถงใหญ่ของถ้ำ ซึ่งภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อยที่สวยงาม



ภาพ 38 ถ้ำผาแดง

ที่มา : นักวิจัย

1.2) วัดพระนั่งดิน ตั้งอยู่ตำบลเวียง อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เป็นวัดที่ไม่มีฐานชุกชีรองรับองค์พระประธาน โดยทางวัดมีประวัติการพยายามยกพระประธานขึ้นฐานรองรับ แต่ไม่สำเร็จ จึงเป็นที่มาของชื่อวัดพระนั่งดิน ซึ่งองค์พระเจ้านั่งดินเป็นพระพุทธรูปที่มีความเก่าแก่ อีกทั้งมีองค์พระธาตุนั่งดิน เป็นพระธาตุนี้เป็นพระพุทธรูปแบบเหลี่ยมบรรจุพระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้าไว้ อย่างไรก็ตามวัดพระนั่งดินถือเป็นวันที่ชาวเชียงคำและคนทั่วไปนิยมเดินทางเข้ามากราบไหว้และสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์



ภาพ 39 วัดพระนั่งดิน

ที่มา : นักวิจัย

1.3) วัดนันทาราม เป็นวัดที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคำ เนื่องจากวัดนันทารามเป็นวัดที่มีความสวยงามอีกหนึ่งวัดของจังหวัดพะเยา เนื่องจากเป็นวัดที่มีสถาปัตยกรรมไทยใหญ่ ในส่วนของตัววิหารสร้างด้วยไม้สัก ทั้งหลัง รวมถึงองค์พระประธานที่เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัยก็แกะสลักจากไม้สักทองลงรักปิดทอง มีการทรงเครื่องแบบไทยใหญ่ นอกจากนี้ในบริเวณด้านหลังวิหารยังมีพิพิธภัณฑ์ของเก่าที่นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมและศึกษาหาความรู้ได้



ภาพ 40 วัดนันทาราม

ที่มา : นักวิจัย

1.4) อนุสรณ์ผู้เสียสละ เป็นปูชนียวัตถุที่ได้ก่อสร้างขึ้นเพื่อจารึกชื่อวีระชนผู้เสียสละ ทั้งข้าราชการ พ่อค้า และประชาชนผู้กล้า ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและเชียงราย ที่สละชีวิตในการสู้รบระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐและกลุ่มผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ ในปีพ.ศ. 2510-2524 อีกทั้งยังถือเป็นสถานที่สถิตดวงวิญญาณของวีรชนผู้กล้าหาญ ที่จะให้อนุชนคนรุ่นหลังได้เข้ามาศึกษาและสำนึกในคุณงามความดีของเหล่าวีระชน



ภาพ 41 อนุสรณ์ผู้เสียสละ

ที่มา : นักวิจัย

1.5) บ้านป่าแสงดา ตั้งอยู่ที่บ้านธาตุดสบแว่น ตำบลห้วยวน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เป็นบ้านที่มีสถาปัตยกรรมไทลื้อ โดยภาษาถิ่นเรียกว่า “เฮือนไตลื้อ” ซึ่งบ้านหลังนี้มีอายุราว 70 ปี โดยมีเจ้าของบ้านชื่อ นางแสงดา สมฤทธิ์ อายุ 90 ปี ซึ่งนางแสงดาได้ออนุรักษ์และรักษาบ้านหลังนี้ให้คงสภาพเดิมมากที่สุด และภายในบริเวณบ้านมีของใช้ และเครื่องมือต่าง ๆ ที่สร้างจากภูมิปัญญาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมและศึกษาเรียนรู้



ภาพ 42 บ้านป่าแสงดา

ที่มา : นักวิจัย

1.6) ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมไทลื้อ ตั้งอยู่ที่วัดหย่วน ตำบลหย่วน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา โดยเริ่มก่อตั้งขึ้นในปีพ.ศ.2536 ซึ่งถือเป็นสถานที่จัดแสดงข้อมูล และศิลปวัฒนธรรมไทลื้อ ทั้งวิถีชีวิต การแต่งกาย และอาหารการกิน โดยเปิดให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับไทลื้อเข้ามาเยี่ยมชม โดยมีผู้ให้ข้อมูลคือปราชญ์ชุมชนและชาวบ้าน อีกทั้งมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ลองทำด้วย



ภาพ 43 ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมไทลื้อ

ที่มา : นักวิจัย

2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า อำเภอเชียงคำสามารถเข้าถึงได้ทางบก ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ 2 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางจากตัวเมืองจังหวัดพะเยา ผ่านอำเภอดอกคำใต้ อำเภอจุน และมายังอำเภอเชียงคำ โดยใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1021 และเส้นทางที่ 2 จากตัวเมืองเชียงราย ผ่านอำเภอเทิง อำเภอภูซาง มายังอำเภอเชียงคำ



ภาพ 44 การเข้าถึงอำเภอเชียงคำ

ที่มา : นักวิจัย

3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า อำเภอเชียงคำมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นอำเภอที่มีความคึกคักและประชาชนหนาแน่น จึงทำให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ซึ่งอำเภอเชียงคำมีที่พัก 30 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) รวมถึงมีบริษัทนำเที่ยว 1 แห่ง (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคเหนือ, 2564) อีกทั้งยังมีสถานีส่งผู้โดยสาร บ้ายบอทาง ปั้มน้ำมัน ห้างน้ำสาธารณะ และห้างสรรพสินค้า



ภาพ 45 สิ่งอำนวยความสะดวกอำเภอเชียงคำ

ที่มา : นักวิจัย

4) ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเชียงคำยังไม่มีการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคำอย่างเป็นทางการเป็นรูปแบบชัดเจน จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีตัวเลือกทางการท่องเที่ยวมากนัก และยังขาดการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวขาดการรับรู้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว

5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเชียงคำเป็นอำเภอที่มีสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับเดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งในด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เนื่องจากมีความหลากหลาย อีกทั้งผู้คนในอำเภอเชียงคำมีน้ำใจและมิตรไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยว

6) ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า อำเภอเชียงคำมีชื่อเสียงในด้านวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาส่วนใหญ่ต้องการเข้ามาศึกษาวัฒนธรรม และเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมและการดำรงชีวิตของชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเชียงคำ จึงทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและเดินทางมาศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมในอำเภอเชียงคำ โดยผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งได้แจ้งว่า “นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคำส่วนใหญ่ รู้จักวัฒนธรรมไทลื้อ มาเพื่อศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทลื้อ”

7) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเชียงคำมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นการจัดงานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น งานอนุสรณ์ผู้เสียสละประจำปี งานไทลื้อโลก งานชาติพันธุ์เชียงคำ เป็นต้น

8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวภาคส่วนต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วม รวมถึงชุมชนที่ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอเชียงคำให้เป็นไปในทิศทางที่ดีกว่าเดิม

จากการศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย สามารถสรุปความพร้อมทางการท่องเที่ยวของอำเภอเวียงแก่น อำเภอเชียงของ อำเภอเชียงแสน อำเภอเทิง อำเภอเชียงคำ และอำเภอภูซาง ได้ดังตารางที่ 3

ตาราง 4 สรุปความพร้อมทางการท่องเที่ยว

อำเภอ	ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว							
	คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว	ความสะดวกในการเข้าถึง	โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก	ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว	สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	ความมีชื่อเสียง	กิจกรรม	การมีส่วนร่วม
เวียงแก่น	พร้อม	พร้อม	ไม่มีบริษัทนำเที่ยว	ต้องพัฒนามาตรฐานการบริการ	พร้อม	ยังไม่เป็นที่รู้จัก	พร้อม	พร้อม
เชียงของ	พร้อม	พร้อม	พร้อม	แหล่งท่องเที่ยวน้อย	พร้อม	พร้อม	พร้อม	พร้อม

อำเภอ	ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว							
	คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว	ความสะดวกในการเข้าถึง	โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก	ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว	สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	ความมีชื่อเสียง	กิจกรรม	การมีส่วนร่วม
เชียงใหม่	พร้อม	พร้อม	พร้อม	เจ้าหน้าที่และบุคลากรน้อย	พร้อม	พร้อม	พร้อม	พร้อม
เทิง	พร้อม	พร้อม	ไม่มีบริษัทนำเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวน้อย	พร้อม	พร้อม	พร้อม	พร้อม
กุซาง	พร้อม	พร้อม	พร้อม	แหล่งท่องเที่ยวน้อย	พร้อม	พร้อม	พร้อม	พร้อม
เชียงคำ	พร้อม	พร้อม	พร้อม	ไม่มีโปรแกรมนำเที่ยว	พร้อม	พร้อม	พร้อม	พร้อม

#### 4.2 การศึกษาการรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

ในการศึกษาการรับรู้ พฤติกรรม และความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงรายที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดนบริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 ชุด โดยได้ผลการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

##### 4.2.1 การรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

###### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ในด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมา คือ มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 28.80 อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 22.00 อายุ 51 – 60 ปี ร้อยละ 11.50 อายุ 11 – 20 ปี ร้อยละ 2.30 อายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตาราง 5 อายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
11-20 ปี	9	2.3
21-30 ปี	142	35.5
31-40 ปี	113	28.2
41-50 ปี	88	22.0
51-60 ปี	46	11.5
60 ปีขึ้นไป	2	0.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ด้านเพศ พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 และเพศทางเลือก (LGBT) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20 ตามลำดับ ดังตารางที่ 6

ตาราง 6 เพศของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศหญิง	208	52.00
เพศชาย	187	46.80
เพศทางเลือก (LGBT)	5	1.20
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

โดยส่วนใหญ่แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 รองลงมา คือ อาชีพรับจ้างอิสระ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 เป็นนักศึกษา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รับราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 รัฐวิสาหกิจ/องค์กรมหาชน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ไม่ได้ทำงานหรือเกษียณอายุ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ ดังตารางที่ 7

ตาราง 7 อาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ/พนักงานของรัฐ	52	13.00
รับจ้างอิสระ	80	20.00
รัฐวิสาหกิจ/องค์กรมหาชน	48	12.00
นักศึกษา	60	15.00
ธุรกิจส่วนตัว	72	18.00
พนักงานบริษัทเอกชน	81	20.30
ไม่ได้ทำงาน/เกษียณอายุ	4	1.00
อื่น ๆ	3	0.80
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ในส่วนจของรายได้อของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีรายได้อต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 รองลงมา คือ มีรายได้อตั้งแต่ 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 รายได้อตั้งแต่ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 รายได้อมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 และ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ ดังตารางที่ 8

ตาราง 8 รายได้อของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

รายได้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	197	49.30
10,000 – 15,000 บาท	86	21.50
15,001 – 20,000 บาท	11	2.80
20,001 – 25,000 บาท	61	15.30
มากกว่า 25,000 บาท	45	11.30
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ในด้านภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ใน 3 อันดับแรกของภูมิลำเนา นักท่องเที่ยว คือ มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ

22.50รองลงมา คือ มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และ  
 อ่างทอง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ตามลำดับ ดังตารางที่ 9

ตาราง 9 ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เชียงใหม่	90	22.50
น่าน	18	4.50
สุโขทัย	17	4.30
ลำปาง	17	4.30
ลำพูน	4	1.0
แพร่	16	4.00
เชียงราย	3	0.80
แม่ฮ่องสอน	6	1.50
ตาก	9	2.30
อุตรดิตถ์	6	1.50
พิษณุโลก	13	3.30
นครสวรรค์	10	2.50
พิจิตร	6	1.50
เพชรบูรณ์	8	2.00
กำแพงเพชร	6	1.50
อ่างทอง	23	5.80
ลพบุรี	2	0.50
อยุธยา	12	3.00
กรุงเทพมหานคร	72	18.00
ปทุมธานี	1	0.3
สระบุรี	2	0.50
อุบลราชธานี	5	1.30
ชลบุรี	10	2.50
ระยอง	4	1.00

ตารางที่ 9 (ต่อ)

จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขอนแก่น	12	3.00
ร้อยเอ็ด	3	0.80
มหาสารคาม	2	0.50
นครราชสีมา	2	0.50
เลย	7	1.80
ชุมพร	3	0.80
ภูเก็ต	2	0.50
กระบี่	2	0.50
สงขลา	2	0.50
นครศรีธรรมราช	1	0.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า วัดอุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางในพื้นที่ เพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว มากที่สุด ร้อยละ 49.30 รองลงมา เยี่ยมญาติ/เพื่อน ร้อยละ 21.50 เพื่อประชุมสัมมนา ร้อยละ 15.30 เพื่อทำธุระส่วนตัว ร้อยละ 11.30 และการศึกษา/ทัศนศึกษา ร้อยละ 2.80 ตามลำดับ ดังตารางที่ 10

ตาราง 10 วัดอุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทาง

วัตถุประสงค์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน/ท่องเที่ยว	197	49.3
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	86	21.5
การศึกษา/ทัศนศึกษา	11	2.8
ประชุมสัมมนา	61	15.3
ธุระกิจส่วนตัว	45	11.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ในด้านรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวด้วยตนเอง (FIT) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมา คือ ท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 30.30 และท่องเที่ยวแบบชวอนโดยสาร (คาราวาน) คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ ดังตารางที่ 11

ตาราง 11 รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว

รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่องเที่ยวด้วยตนเอง (FIT)	274	68.5
ท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัททัวร์	121	30.3
ท่องเที่ยวแบบชวอนโดยสาร (คาราวาน)	5	1.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ทั้งนี้ ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคน 4,135.75 บาทต่อคน ด้านพาหนะหลักของนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว นิยมใช้รถส่วนบุคคลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.50 รองลงมา คือ ใช้รถบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 16.80 และใช้รถประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ ดังตารางที่ 12

ตาราง 12 พาหนะหลักของนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

พาหนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถประจำทาง	66	16.5
รถบริษัทนำเที่ยว	67	16.8
รถยนต์เช่า	5	1.3
รถส่วนบุคคล	262	65.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

โดยนักท่องเที่ยวจะใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ 3 วัน รองลงมา คือ 2 วัน และ 4 วัน ซึ่งช่วงวันที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นวันหยุดนักขัตฤกษ์หรือเทศกาลมากที่สุด อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัด พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน ภูเขา เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น หมู่บ้านชนเผ่า ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรม เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ตามลำดับ ประกอบกับ

นิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวและญาติมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อนร่วมงาน กลุ่มเพื่อนสนิท คู่รักหรือสามี/ภรรยา และเที่ยวคนเดียว ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวเคยท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 45.80 และจังหวัดเชียงราย คิดเป็นร้อยละ 49.50 และผู้ที่ไม่เคยมา คิดเป็นร้อยละ 4.80 ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในพื้นที่มากที่สุด 2-5 ครั้ง ในด้านประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆมากที่สุด รองลงมา คือ ได้ผ่อนคลาย และได้รับความทรงจำที่ดีและมีความประทับใจ ในการเดินทางนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดเชียงราย คือ วัดพระธาตุจอมกิติ อำเภอยางสักมากที่สุด รองลงมา คือ วัดพระธาตุผาเงา อำเภอยางสัก และจังหวัดพะเยา คือ วัดพระธาตุภูซาง อำเภอยางสัก เมื่อมาท่องเที่ยวแล้วนักท่องเที่ยวนิยมแบ่งปันหรือแชร์ ประสบการณ์ โดยการ Check-in หรือแชร์ ผ่าน Social Media เช่น Facebook Instagram Line อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยว ร้อยละ 78.00 ไม่เคยข้ามด่านชายแดนผ่านช่องทางหรือเส้นทางในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงรายไปยังสปป.ลาว และนักท่องเที่ยว ร้อยละ 93.50 จะกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีก

### ส่วนที่ 3 การรับรู้

ในส่วนของการรับรู้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนบริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย จาก Facebook มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.70 รองลงมา คือ คำแนะนำจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 14.50 และคำแนะนำจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 13.20 ตามลำดับ โดยวัตถุประสงค์ที่ นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางในพื้นที่ โดยส่วนใหญ่มาพักผ่อนหรือท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.30 รองลงคือ เยี่ยมญาติหรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และมาประชุมสัมมนา คิดเป็นร้อยละ 15.30 ตามลำดับ ดังตารางที่ 13

ตาราง 13 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แฟนพับ/ใบปลิว	1	0.60
นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว	3	0.80
ป้ายโฆษณา	2	0.50
โทรทัศน์	3	1.00
บริษัทนำเที่ยว	22	7.00
คำแนะนำจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว	24	6.40
คำแนะนำจากเพื่อน	44	13.20
คำแนะนำจากคู่รัก สามี/ภรรยา	26	5.70
คำแนะนำจากคนรู้จัก	59	14.50
เว็บไซต์	53	11.30
Facebook	98	21.70
Instagram	54	12.70
blogger	12	4.60
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ภายใน 3 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการผ่อนคลายความเคร่งเครียดจากการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 99.50 รองลงมา คือ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน เช่น ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชน ต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ คิดเป็นร้อยละ 98.50 และเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัดของสังคมเมือง คิดเป็นร้อยละ 98.30 ตามลำดับ สำหรับการรับรู้ภายนอก 3 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะมีการบอกต่อจากคนอื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.80 รองลงมา คือ พาครอบครัวมาทำธุระหรือพบญาติ คิดเป็นร้อยละ 28.70 และได้รับการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 22.30 ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ความต้องการทางการตลาดท่องเที่ยว

จากการศึกษาความต้องการทางการตลาดท่องเที่ยว พบว่า ความต้องการในด้านสินค้า (Product) 3 อันดับ ได้แก่ นักท่องเที่ยวต้องการรายการนำเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ มีความหลากหลายมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}= 3.94$ ) รองลงมา คือ ความเป็น

ระเบียบเรียบร้อยและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.93$ ) และความปลอดภัยในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ ) ตามลำดับ ดังตารางที่ 14

ตาราง 14 ความต้องการในด้านสินค้า (Product)

ความต้องการทางการตลาดท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
<b>สินค้า (Product):</b>			
ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางวัฒนธรรม กิจกรรมการผจญภัย กิจกรรมนันทนาการ เป็นต้น	3.91	0.67	มาก
ความดั้งเดิมของวิถีชีวิตชุมชนตามเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ	3.91	0.64	มาก
รายการนำเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ มีความหลากหลาย	3.94	0.64	มาก
ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์ เป็นต้น	3.91	0.67	มาก
ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.93	0.64	มาก
ที่พักในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงเพียงพอและมีมาตรฐาน	3.94	0.60	มาก
ร้านอาหารในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงเพียงพอและมีมาตรฐาน	3.88	0.61	มาก
ร้านขายของที่ระลึกในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงเพียงพอและมีมาตรฐาน	3.86	0.65	มาก
มีการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ	3.84	0.63	มาก
ความชัดเจนของป้ายบอกทาง ป้ายให้ข้อมูล และสัญลักษณ์เตือนในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ	3.89	0.62	มาก
ความปลอดภัยในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ	3.92	0.64	มาก
ลานจอดรถในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอและสะดวกสบาย	3.89	0.67	มาก
ความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.89	0.63	มาก
การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่	3.87	0.67	มาก

ในส่วนความต้องการในด้านราคา (Price) 3 อันดับ ได้แก่ นักท่องเที่ยวต้องการความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในเส้นทางการท่องเที่ยวชายแดนมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) รองลงมา คือ รายการนำเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวชายแดนฯ มีราคาหลากหลายให้เลือก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ ) และต้องการให้มีการระบุหรือแสดงราคาที่ชัดเจนก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ ) ตามลำดับ ดังตารางที่ 15

ตาราง 15 ความต้องการในด้านราคา (Price)

ความต้องการทางการตลาดท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
<b>ราคา (Price)</b>			
ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พักแรม ค่านำเที่ยว ค่าอาหาร ค่าของที่ระลึก เป็นต้น	3.88	0.65	มาก
รายการนำเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวชายแดนฯ มีราคาหลากหลายให้เลือก	3.89	0.64	มาก
ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในเส้นทางการท่องเที่ยวชายแดนฯ	3.90	0.63	มาก
มีการระบุหรือแสดงราคาที่ชัดเจนก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	3.89	0.62	มาก

ทั้งนี้ ความต้องการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 3 อันดับ ได้แก่ การเลือกซื้อรายการนำเที่ยวผ่านทางออนไลน์ด้วยตนเองได้อย่างสะดวก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ ) รองลงมา คือ ความสะดวกในการจองที่พักล่วงหน้า เช่น การจองออนไลน์ การโทรติดต่อ เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ ) และต้องการช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับในเส้นทางการท่องเที่ยวชายแดนฯ มีหลายช่องทาง เช่น สื่อออนไลน์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ ) ตามลำดับ ดังตารางที่ 16

ตาราง 16 ความต้องการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ความต้องการทางการตลาดท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>			
ความสะดวกในการจองที่พักล่วงหน้า เช่น การจองออนไลน์ การโทรติดต่อ เป็นต้น	3.92	0.62	มาก
ช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ มีหลายช่องทาง เช่น สื่อออนไลน์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น	3.92	0.62	มาก
การเลือกซื้อรายการนำเที่ยวผ่านทางออนไลน์ด้วยตนเองได้อย่างสะดวก	3.94	0.65	มาก

อีกทั้ง ความต้องการในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 3 อันดับ ได้แก่ การส่งเสริมการขายโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ อย่างสม่ำเสมอ เช่น ลดราคา สะสมแต้ม เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.93$ ) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและโฆษณาเชิญชวนผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ Facebook Instagram Line blogger เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ ) และต้องการการประชาสัมพันธ์งานหรือจัดเทศกาลประจำปีอย่างทั่วถึง เช่น งานดับบาตรสองแผ่นดิน งานไทลื้อโลก เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$ ) ตามลำดับ ดังตาราง 17

ตาราง 17 ความต้องการในการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ความต้องการทางการตลาดท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับความ คิดเห็น
<b>การส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>			
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและโฆษณาเชิญชวนผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว นิตยสาร วารสารการท่องเที่ยว ป้ายโฆษณา เป็นต้น	3.89	0.63	มาก
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและโฆษณาเชิญชวนผ่านสื่อสาธารณะ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น	3.91	0.62	มาก

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ความต้องการทางการตลาดท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและโฆษณาเชิญชวนผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ Facebook Instagram Line blogger เป็นต้น	3.92	0.64	มาก
การส่งเสริมการขายโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางทางการท่องเที่ยวชายแดนฯ อย่างสม่ำเสมอ เช่น ลดราคา สะสมแต้ม เป็นต้น	3.93	0.65	มาก
การประชาสัมพันธ์งานหรือจัดเทศกาลประจำปีอย่างทั่วถึง เช่น งานดับกบาตรสองแผ่นดิน งานไทลื้อโลก เป็นต้น	3.91	0.62	มาก
การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางทางการท่องเที่ยวชายแดนฯ	3.89	0.62	มาก

รวมถึง ความต้องการในด้านบุคลากร (People) 3 อันดับ ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ ) รองลงมา คือ คนในพื้นที่ที่มีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.93$ ) และผู้ให้บริการมีการบริการที่ดี อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.93$ ) ตามลำดับ ดังตารางที่ 18

ตาราง 18 ความต้องการในด้านบุคลากร (People)

ความต้องการทางการตลาดท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
บุคลากร (People):			มาก
คนในพื้นที่ที่มีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี	3.93	0.61	มาก
ผู้ให้บริการมีการบริการที่ดี	3.93	0.57	มาก
ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี	3.94	0.57	มาก
ผู้ให้บริการมีไหวพริบในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	3.92	0.58	มาก
ผู้ให้บริการสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนใกล้เคียงได้ ผู้ให้บริการสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนใกล้เคียงได้	3.92	0.57	มาก

#### 4.2.2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมและปัญหาที่ต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน สำหรับทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ดังนี้

- 1) ควรมีกิจกรรมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น
- 2) ควรทำการตลาดในการประชาสัมพันธ์และโปรโมททางการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

#### 4.3 แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

จากการทบทวนเอกสาร วารสาร งานวิจัย สื่อสังคมออนไลน์ และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ประกอบกับการสัมภาษณ์ รวมถึงสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ทำให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลที่น่าไปสู่แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย โดยมีรายละเอียดผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

##### 4.3.1 การสรุปข้อคิดเห็นที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อยที่จะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

จากการประชุมกลุ่มย่อยหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องของทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย โดยในการประชุมกลุ่มย่อยมีหน่วยงานที่เข้าร่วมการประชุม ได้แก่ 1) ตัวแทนจากที่ว่าการอำเภอเชียงคำ (เจ้าหน้าที่ปกครองปฏิบัติงาน) 2) ตัวแทนจากที่ว่าการอำเภอภูซาง (เจ้าหน้าที่ปกครองชำนาญงาน) 3) ตัวแทนจากที่ว่าการอำเภอเทิง (เจ้าหน้าที่ปกครองปฏิบัติงาน) 4) ตัวแทนจากที่ว่าการอำเภอเวียงแก่น (พนักงานราชการ) 5) ตัวแทนจากที่ว่าการอำเภอเชียงของ (เจ้าหน้าที่ปกครองปฏิบัติงาน) 6) ตัวแทนจากที่ว่าการอำเภอเชียงแสน (พนักงานราชการ) 7) ตัวแทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา 8) ตัวแทนจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย 8) ตัวแทนสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดพะเยา 9) ตัวแทนสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดเชียงราย 10) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย 11) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

12) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยา และจังหวัดเชียงราย 13) หอการค้าจังหวัดพะเยา 14) หอการค้าจังหวัดเชียงราย 15) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา และ 16) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ซึ่งจากการประชุมกลุ่มย่อยสามารถสรุปข้อคิดเห็นที่จะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ได้ดังต่อไปนี้

1) ควรมีการติดตามความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ และท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ข้ามชายแดนไปยังสปป.ลาว โดยมีหน่วยงานที่ประสานความร่วมมือระหว่างพื้นที่ เพื่อให้ความช่วยเหลือและดูแลนักท่องเที่ยวที่เดินทางข้ามแดนในพื้นที่เส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย และเดินทางต่อไปท่องเที่ยวยัง สปป.ลาว โดยข้ามชายแดนในบริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ซึ่งอาจจะต้องมีความร่วมมือจากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2) ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในเส้นทางตามแนวชายแดนฯ ให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งในด้านของถนน ที่พัก ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ และสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างทาง ในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

3) ควรมีมาตรฐานในด้านความปลอดภัยด้านสุขอนามัย เพื่อไม่ให้เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเป็นการช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย อีกด้วย

4) ควรมีการเพิ่มข้อมูลเป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่สามารถรับรู้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น ประกอบกับมีการผลักดันให้บุคลากรทางการท่องเที่ยวและคนในพื้นที่เรียนรู้ภาษาอังกฤษมากขึ้น เพื่อที่จะนำไปใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้

5) ควรมีการส่งเสริมการสร้างรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้กับคนในชุมชน เพื่อให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว อีกทั้งเกิดการหมุนเวียนรายได้ และทำให้เศรษฐกิจของชุมชนในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน เป็นในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น

6) ควรมีการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทาง เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว และเพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ต่อไป ในขณะที่เดียวกันควรเร่งทำ Destination Branding เพื่อต่อยอดเอกลักษณ์ของพื้นที่ให้มี

ความโดดเด่นและชัดเจนมากยิ่งขึ้น อันเป็นสิ่งที่ทำให้การทำการตลาดในอนาคตของพื้นที่ดังกล่าวเป็นไปได้ด้วยความราบรื่นและมีประสิทธิภาพ และท้ายที่สุดนี้ การมุ่งเน้นที่จะพัฒนาใด ๆ ก็แล้วแต่ ขอให้พื้นที่คำนึงถึงความสมดุลในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืนของพื้นที่ท่องเที่ยวต่อไป

7) โอกาสในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางรถไฟกับสปป.ลาว เนื่องจากมีโครงการทางรถไฟสายใหม่ ช่วงเด่นชัย – เชียงราย – เชียงของ โดยกำลังมีการดำเนินการให้แล้วเสร็จในปี พ.ศ.2570 นี้ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่และสามารถเชื่อมโยงการเดินทางกับรถไฟจีน – ลาว ที่มีสถานีรถไฟใกล้กับด่านถาวรเชียงของ ซึ่งก็คือ สถานีนาเดย แขวงหลวงน้ำทา จึงเป็นโอกาสที่อาจจะสามารถเชื่อมโยงการขนส่งและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยและสปป.ลาว

#### 4.3.2 แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดนในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ทั้ง 5 ด้าน เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน รวมถึงการรับรู้พฤติกรรมและความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย และข้อคิดเห็นที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อย ดังตารางที่ 19

ตาราง 19 การวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมทางการท่องเที่ยว การรับรู้ พฤติกรรม และความถี่ของการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่นำไปสู่แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

ส่วนผสมทางการตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	ความพร้อมทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ 6 อำเภอ	การรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
ด้านสินค้า (Product)	1.การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาและชาติพันธุ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชมู (เวียงแก่น)</li> <li>- ไทยวนล้านนา (เชียงแสนและเชียงของ)</li> <li>- มัง (เทิง)</li> <li>- เมียน (ภูซาง)</li> <li>- ไทลื้อ (เชียงค้ำ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 20.30 มีช่วงวันที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะเป็นวันหยุดนักชัตฤกษ์หรือเทศกาลและเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการผ่อนคลายความเคร่งเครียดจากการทำงาน</li> </ul>	-
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- เส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ดอยสะเกี๋ (เชียงแสน)</li> <li>- ร่องเรือระยะสั้นแก่งผาใต้ (เชียงของและอำเภอกองเวียงแก่น)</li> <li>- ภูชี้ดาว ภูชี้เดือน ผาตั้ง (เวียงแก่น)</li> <li>- ภูชี้ฟ้า (เทิง)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นักท่องเที่ยวต้องการคำแนะนำเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวชายแดนฯ มีความหลากหลาย</li> <li>- ความสนใจของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มาก</li> </ul>	

ส่วนผสม ทาง การตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทางการ โฆษณา	ความพร้อมทางการ ท่องเที่ยวของพื้นที่ 6 อำเภอ	การรับรู้และพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	ข้อดีเห็นและ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และศาสนา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นักศึกษา (ผู้ชาย)</li> <li>- ถ้าผาแดง (เชียงใหม่)</li> <li>- พระธาตุเจดีย์หลวงและเมืองโบราณเชียงใหม่ (เชียงใหม่)</li> <li>- พิพิธภัณฑ์ลือลาธา (เชียงใหม่)</li> <li>- แก่งผาโต (เวียงแก่น)</li> <li>- โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พื้นที่ดอยยาว ดอยผาหม่น ดอยผาจิ (เทิง)</li> </ul>	<p>ที่สุด เช่น วัด พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น รอลงมา สนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน ภูเขา เป็นต้น และสนใจในแหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น หมู่บ้านชนเผ่า ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรม เป็นต้น</p>		

ส่วนผสม ทาง การตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	ความพร้อมทางการ ท่องเที่ยวของพื้นที่ 6 อำเภอ	การรับรู้และพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	ข้อดีเห็นและ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
	2. การยกระดับ มาตรฐานด้านความ ปลอดภัยทางการ ท่องเที่ยว	การติดตามในด้านความ ปลอดภัยของ นักท่องเที่ยวในด้านของ ชีวิตและทรัพย์สิน รวมถึงความปลอดภัย เกี่ยวกับการป้องกันโรค ติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)	- วัดพระธาตุภูซาง (ภูซาง) - วัดพระนั่งดิน วัดนันทา ราม และอนุสรณ์ผู้เสียสละ (เชียงคำ)	- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง ร้อยละ 52.00 มี วัตถุประสงค์มาพักผ่อนหรือ ท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวต้องการความเป็น ระเบียบเรียบร้อยและความสะอาด ของแหล่งท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวต้องการความ ปลอดภัยในระหว่างการเดินทาง	- ควรมีการติดตาม ความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยวเมื่อเข้ามา ชายแดนไปแล้ว

ส่วนผสม ทาง การตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	ความพร้อมทางการ ท่องเที่ยวของพื้นที่ 6 อำเภอ	การรับรู้และพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	ข้อดีเห็นและ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
	3.การทำการตลาด เชื่อมโยงกับพื้นที่อื่น ในประเทศ	โดยเชื่อมโยงกับพื้นที่ใน ประเทศทั้งในระดับ ภูมิภาคและภาค	-	ท่องเที่ยว  - นักท่องเที่ยวต้องการช่องทาง การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ มีหลายช่องทาง	

ส่วนผสมทางการตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	ความพร้อมทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ 6 อำเภอ	การรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ข้อดีเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
ด้านราคา (Price)	1. การพัฒนาแพลตฟอร์มช่องทางบริการชำระเงินหรือรูปแบบบริการทางการเงิน	สร้างแพลตฟอร์มสำหรับอำนวยความสะดวกทั้งในด้านการจองล่วงหน้า และการชำระเงิน	-	- นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง (FIT) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.50 - นักท่องเที่ยวต้องการราคาผู้นำเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ มีราคาหลากหลายให้เลือก	-
	2. การกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการเงินท่องเที่ยว	การกำหนดราคาของสินค้าและบริการที่มีความชัดเจน เป็นธรรม และเหมาะสม	-	- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 49.30 จึงต้องการทราบราคาที่ชัดเจน ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว - นักท่องเที่ยวต้องการความคุ้มค่าของการใช้จ่าย - นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการระบุหรือแสดงราคาที่ชัดเจนก่อน	-

ส่วนผสมทาง การตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	ความพร้อมทางการ ท่องเที่ยวของพื้นที่ 6 อำเภอ	การรับรู้และพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	ข้อดีเห็นและ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		3.การส่งเสริมให้เกิด รายได้ทางการ ท่องเที่ยวหมุนเวียน ในชุมชน		การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว	
		ส่งเสริมให้มีการจ้างงาน คนในชุมชนในพื้นที่และ สนับสนุนการใช้และ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ชุมชน	-	- นักท่องเที่ยวต้องการ ความคุ้มค่าของการใช้จ่าย	- ควรให้มีการส่งเสริมให้ คนในชุมชนมีรายได้จาก การท่องเที่ยว
ด้านช่องทาง การจัด	1.การส่งเสริมการ ขายและกา	การนำเสนอข้อมูล ทางทางการท่องเที่ยว ทั้ง	- อำเภอเชียงใหม่ขาดการ ประชาสัมพันธ์ทางการ	- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวใน	- ควรมีการทำ การตลาดในการ

ส่วนผสมทางการตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	ความพร้อมทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ 6 อำเภอ	การรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ข้อดีเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
จำหน่าย (Place)	ประชาสัมพันธ์ ผ่านทางสื่อออนไลน์ทุกรูปแบบ	ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว บริการนำเที่ยว ราคาท่องเที่ยว และช่องทางการจองล่วงหน้า ผ่าน Content Marketing	ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	เส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนบริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย จาก Facebook มากที่สุด - นักท่องเที่ยวแปงปันหรือแชร์ประสบการณ์ โดยการ Check-in หรือแชร์ ผ่าน Social Media เช่น Facebook Instagram Line เป็นต้น - นักท่องเที่ยวต้องการเลือกซื้อรายการนำเที่ยวผ่านทางออนไลน์ด้วยตนเองได้อย่างสะดวก - นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกในการจองที่พักล่วงหน้า เช่น การจองออนไลน์ การโทรติดต่อ เป็นต้น	ประชาสัมพันธ์และไปรษณีย์ทางการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

ส่วนสม ทาง การตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	ความพร้อมทางการ ท่องเที่ยวของพื้นที่ 6 อำเภอ	การรับรู้และพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	ข้อดีเห็นและ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
	3. การทำการตลาด เชื่อมโยงกับประเทศ เพื่อนบ้าน	เชื่อมโยงจากประเทศที่มี ชายแดนติดกัน คือ สปป. ลาว และพม่า) รวมถึงทำ การตลาดเชื่อมโยงกับ รถไฟจีน-ลาว	-	- นักท่องเที่ยวต้องการช้อปปิ้ง เข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับใน เส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ มี หลายช่องทาง	- โอกาสในการเชื่อมโยง การท่องเที่ยวทางรถไฟกับ สปป. ลาว
ด้านกา รส่งเสริม การตลาด (Promotion)	1. การสร้างเครือข่าย ทางการท่องเที่ยว ใน พื้นที่	ทั้งในส่วนของหน่วยงาน ภาครัฐ และหน่วยงาน ภาคเอกชน	-	- นักนักท่องเที่ยวต้องการ ส่งเสริมการขายไปรแกรม ท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยว ชายแดนฯ อย่างสม่ำเสมอ เช่น ลด ราคา สะสมแต้ม เป็นต้น	- ควรมีการยุทธการ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว - ควรมีการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานและสิ่ง อำนวยความสะดวกใน เส้นทางตามแนว ชายแดนฯ ให้ดีขึ้น กว่าเดิม เช่น ถนน สะดวกขึ้น เป็นต้น
	2. การสร้างเครือข่าย ทางการท่องเที่ยวใน ระดับประเทศและ ระหว่างประเทศ	เพื่อให้สามารถ แลกเปลี่ยนข้อมูล ทางการท่องเที่ยวและ เกิดการเชื่อมโยง ทางการท่องเที่ยวมาก	-	- นักนักท่องเที่ยวต้องการ ส่งเสริมการขายไปรแกรม ท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยว ชายแดนฯ อย่างสม่ำเสมอ เช่น ลด ราคา สะสมแต้ม เป็นต้น	

ส่วนผสม ทาง การตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	ความพร้อมทางการ ท่องเที่ยวของพื้นที่ 6 อำเภอ	การรับรู้และพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	ข้อดีเห็นและ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
	3. การเจาะตลาด กลุ่มนักท่องเที่ยว ต้องการห่างไกลจาก โรคติดเชื้อไวรัสโคโร นา (COVID-19)	ขึ้น มีการพัฒนาโปรแกรม ท่องเที่ยวให้มีการ กระจายนักท่องเที่ยว จากแหล่งท่องเที่ยวหลัก ไปยังแหล่งท่องเที่ยวรอง	- อำเภอเชียงของอำเภอเทิง และอำเภอภูซาง ยังต้องมีการ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และโปรแกรมการท่องเที่ยว ที่แปลกใหม่และดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวให้เดินทาง ท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของ มากกว่าเดินทางมาเพื่อข้าม แดนอย่างเดียว - อำเภอเชียงคำ ยังไม่มีการ จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวใน อำเภอเชียงคำอย่างเป็นทางการ	- การประชาสัมพันธ์งานหรือจุด เทศกาลประจำปีอย่างทั่วถึง เช่น งานตัดบาตรสองแผ่นดิน งานไท ลื้อโลก เป็นต้น - นักท่องเที่ยวเดินทางมา ท่องเที่ยวด้วยตนเอง (FIT) เพื่อ ต้องการห่างไกลจากโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา (COVID-19) และ หลีกเลี่ยงการรวมกลุ่ม - การประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่ง ท่องเที่ยวและโฆษณาเชิญชวนผ่าน สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ Facebook Instagram Line blogger เป็นต้น	-

ส่วนผสมทางการตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	ความพร้อมทางการท่องเที่ยว อำเภอ	การรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ข้อดีเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
ด้านบุคลากร (People)	1. การยกระดับความรู้บุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยผ่านกิจกรรม	โดยผ่านกิจกรรมที่มีมาตรฐานในการให้บริการนักท่องเที่ยว	-	- นักท่องเที่ยวต้องการผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี - นักท่องเที่ยวต้องการคนในพื้นที่มีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี	-
	2. การพัฒนาทักษะบุคลากรทางการท่องเที่ยว	ในด้านทักษะพื้นฐานทักษะความชำนาญเฉพาะและทักษะเสริม	- อำเภอเชียงแสน ยังมีเจ้าหน้าที่ดูแลและช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ดูแลและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวจำนวนมากน้อย ซึ่งไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	- นักท่องเที่ยวต้องการผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี - นักท่องเที่ยวต้องการคนในพื้นที่มีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี	-
	3. การส่งเสริมบุคลากรพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศ	ได้แก่ ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน	-	-	-

ส่วนผสม ทาง การตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	ความพร้อมทางการ ของเที่ยวของพื้นที่ 6 อำเภอ	การปรับปรุงและพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว	ข้อดีเห็นและ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
	4. การยกระดับ บุคลากรทางการ ท่องเที่ยวให้มี มาตรฐานความ ปลอดภัยด้าน สุขอนามัย	เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ให้แก่นักท่องเที่ยว	-	- นักท่องเที่ยวต้องการผู้ให้บริการมี บุคลิกภาพที่ดี	ภาษาองกฤษได้  - ควรมีมาตรฐานในด้าน ความปลอดภัยด้าน สุขอนามัย

แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้ดังต่อไปนี้

1) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านสินค้า (Product) ประกอบด้วย 3 แนวทาง ได้แก่

1.1) การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและเชียงราย เพื่อเป็นทางเลือกในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถกระจายตัวกลุ่มนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวรองได้ โดยมีการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ เป็น 3 เส้นทาง ได้แก่

- เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาและชาติพันธุ์ คือ เส้นทางชาติพันธุ์ขมุ (อำเภอเวียงแก่น) - ชาติพันธุ์ไทยวนล้านนา (อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ) ชาติพันธุ์ม้ง (อำเภอเทิง) - ชาติพันธุ์เมี่ยน (อำเภอภูซาง) - ชาติพันธุ์ไทลื้อ (อำเภอเชียงคำ) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ และสัมผัสวิถีชีวิตของคนในพื้นที่มากขึ้น



ภาพ 46 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาและชาติพันธุ์

- เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย คือ เส้นทางดอยสะโง้ (อำเภอเชียงแสน) – ร่องเรือระยะสั้นแก่งผาได (อำเภอเชียงของและอำเภอเวียงแก่น) – ภูชี้ดาว ภูชี้เดือน ผาตั้ง (อำเภอเวียงแก่น) – ภูชี้ฟ้า (อำเภอเทิง) – น้ำตกภูซาง (อำเภอภูซาง) – ถ้ำผาแดง (อำเภอเชียงคำ) ซึ่งเป็นเส้นทางที่เน้นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและผจญภัยเรียงเป็นเส้นทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและเชียงรายมากขึ้น



ภาพ 47 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย

- เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศาสนา คือ เส้นทางวัดพระธาตุเจดีย์หลวงและเมืองโบราณเชียงแสน (อำเภอเชียงแสน) – พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (อำเภอเชียงของ) – แก่งผาได (อำเภอเวียงแก่น) – โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พื้นที่ดอยยาว ดอยผาหม่น ดอยผาจิ (อำเภอเทิง) – วัดพระธาตุภูซาง (อำเภอภูซาง) – วัดพระนั่งดิน วัดนันทาราม และอนุสรณ์ผู้เสียสละ (อำเภอเชียงคำ)



1.2) การยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว โดยติดตามใน ด้านความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน รวมถึงความปลอดภัยเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทั้งในส่วนของแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม ร้านอาหารของที่ระลึก และร้านอาหาร จะต้องมีการเข้าร่วมมาตรฐาน SHA รวมถึงส่งเสริมให้มีมาตรการในการดูแล นักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ซึ่งในการท่องเที่ยวในเส้นทาง การท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวจะต้อง

ได้รับการคัดกรองโดยการตรวจ ATK ก่อนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ และก่อนเดินทางข้ามแดนหรือการแสดงผล RT-PCR ก่อนเดินทาง 72 ชั่วโมง

1.3) การทำการตลาดเชื่อมโยงกับพื้นที่อื่นในประเทศ ทั้งในระดับภูมิภาคและภาค เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวมากขึ้น อาทิ การท่องเที่ยว 5 เชียง (เล็ก) คือ เชียงราย เชียงของ เชียงแสน เชียงคำ เชียงม่วน เป็นต้น

2) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านราคา (Price) ประกอบด้วย 3 แนวทาง ได้แก่

2.1) การพัฒนาแพลตฟอร์มช่องทางการชำระเงินหรือรูปแบบบริการทางการเงิน โดยจะเป็นแพลตฟอร์มสำหรับอำนวยความสะดวกในการจองล่วงหน้า อีกทั้งเพิ่มความสะดวกในการชำระเงินมากขึ้น และลดการสัมผัสเงินสด

2.2) การกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เป็นธรรม และความเหมาะสม โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของราคากับคุณภาพการให้บริการเป็นหลัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลของราคาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ชัดเจน ประกอบกับเป็นทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อีกทั้งสามารถเตรียมตัวและวางแผนการเงินล่วงหน้าก่อนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเส้นทาง การท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

2.3) การส่งเสริมให้เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยวหมุนเวียนในชุมชน โดยมีการส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานในชุมชนและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน รวมถึงยังส่งผลให้ราคาของสินค้าและบริการในพื้นที่ไม่สูงมาก และชุมชนสามารถบริหารจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว

3) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ประกอบด้วย 2 แนวทาง ได้แก่

3.1) การส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์ ทั้ง Facebook Instagram Line และ Tiktok โดยมีการนำเสนอข้อมูลทางการท่องเที่ยวของเส้นทาง การท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ทั้งข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว รายการนำเที่ยว ราคา บริการทางการท่องเที่ยว และช่องทางการจองล่วงหน้า ผ่านการทำ Content Marketing เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

3.2) การทำการตลาดเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเริ่มเชื่อมโยงจากประเทศที่มีชายแดนติดกัน คือ สปป.ลาว และพม่า เพื่อขยายตลาดนักท่องเที่ยว อีกทั้งเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว และให้เกิดการเคลื่อนไหวของกลุ่มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รวมถึงทำ

การตลาดเชื่อมโยงกับรถไฟจีน-ลาวที่ถือเป็นโอกาสในการดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ได้มากยิ่งขึ้น

4) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประกอบด้วย 3 แนวทาง ได้แก่

4.1) การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดนในพื้นที่จังหวัดพะเยาและเชียงราย ทั้งในส่วนของหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือทางการท่องเที่ยวและเกิดการพัฒนาทางการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น และมีความต่อเนื่อง

4.2) การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในระดับประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อให้สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการท่องเที่ยวและเกิดการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้น

4.3) การเจาะตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการห่างไกลจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) โดยการพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวให้มีการกระจายนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลักไปยังแหล่งท่องเที่ยวรอง เพื่อให้พื้นที่ไม่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่นมากนัก และไม่เสี่ยงต่อการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

5) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านบุคลากร (People) ประกอบด้วย 3 แนวทาง ได้แก่

5.1) การยกระดับความรู้บุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยผ่านการอบรมที่มีมาตรฐานในการให้บริการนักท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย รวมถึงปรับกระบวนการในการทำงาน และสร้างวัฒนธรรมในด้านจิตบริการ (service mind) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาให้เกิดความพึงพอใจได้มากที่สุด และเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการทางการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

5.2) การพัฒนาทักษะบุคลากรทางการท่องเที่ยว รวมถึงพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านทักษะพื้นฐาน ทักษะความชำนาญเฉพาะ ทักษะเสริม และความเป็นมืออาชีพ เพื่อให้บุคลากรมีทักษะพื้นฐาน และความชำนาญเฉพาะด้าน ที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

5.3) การส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศ ได้แก่ ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน เพื่อให้บุคลากรทางการท่องเที่ยวสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ง่าย และสามารถเชื่อเหลือนักท่องเที่ยวได้

5.4) การยกระดับบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเส้นทาง การท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ที่จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและพำนักอยู่ในพื้นที่ได้นานยิ่งขึ้น

#### 4.3.3 หน่วยงานที่รับผิดชอบแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทาง การท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทาง การท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย จะสามารถดำเนินการได้ต้องมีหน่วยงานที่เข้ามารับผิดชอบ และปฏิบัติงานร่วมกันในพื้นที่เส้นทาง การท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย โดยแต่ละแนวทางมีหน่วยงานที่รับผิดชอบ ดังตารางที่ 20

#### ตาราง 20 หน่วยงานที่รับผิดชอบแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทาง การท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย

ส่วนผสมทางการตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
ด้านสินค้า (Produce)	1.การพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวตามแนวชายแดน	เส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาและชาติพันธุ์	- สำนักท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา - สำนักท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย
		เส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงราย
		เส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศาสนา	- ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวในพื้นที่
	2.การยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว	การประเมินและติดตามในด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ทั้งใน	- สำนักท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา - สำนักท่องเที่ยวและ

ส่วนผสมทาง การตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ด้านชีวิต ทรัพย์สิน และ ด้านสุขอนามัย	กีฬาจังหวัดเชียงราย - สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพะเยา - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย
	3. การทำการตลาด เชื่อมโยงกับพื้นที่อื่นใน ประเทศ	เชื่อมโยงทั้งในระดับ ภูมิภาคและภาค	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงราย
ด้านราคา (Price)	1.การพัฒนาแพลตฟอร์ม ช่องทางการชำระเงินหรือ รูปแบบบริการทาง การเงิน	แพลตฟอร์มสำหรับ อำนวยความสะดวก ทั้งในด้านการจอง ล่วงหน้า และการชำระ เงิน	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงราย - สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว
	2.การกำหนดราคาของ สินค้าและบริการทาง การท่องเที่ยว	โดยกำหนดราคาของ สินค้าและบริการให้มี ความชัดเจน เป็นธรรม และความเหมาะสม	- สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว - ธุรกิจร้านอาหาร - ธุรกิจที่พักแรม - ธุรกิจนำเที่ยว
	3.การส่งเสริมให้เกิด รายได้ทางการท่องเที่ยว หมุนเวียนในชุมชน	ส่งเสริมให้เกิดการจ้าง งานในชุมชน และ สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน	- ชุมชนในพื้นที่ - สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว - ธุรกิจร้านอาหาร - ธุรกิจที่พักแรม - ธุรกิจนำเที่ยว
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย (Place)	1.การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์	โดยมีการนำเสนอข้อมูล ทางการท่องเที่ยว ทั้ง	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน

ส่วนผสมทาง การตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
	ผ่านทางสื่อออนไลน์ทุกรูปแบบ	ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว รายการนำเที่ยว ราคา บริการทางการท่องเที่ยว และช่องทางการจอง ล่วงหน้า ผ่านการทำ Content Marketing	จังหวัดเชียงราย
	2. การทำการตลาด เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อน บ้าน	เชื่อมโยงจากประเทศที่มี ชายแดนติดกัน คือ สปป. ลาว และพม่า	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา</li> <li>- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย</li> <li>- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงราย</li> </ul>
ด้านการส่งเสริม การตลาด (Promotion)	1. การสร้างเครือข่าย ทางการท่องเที่ยว ใน พื้นที่	ทั้งในส่วนของหน่วยงาน ภาครัฐ และหน่วยงาน ภาคเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่</li> <li>- หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่</li> <li>- ชุมชน</li> </ul>
	2. การสร้างเครือข่าย ทางการท่องเที่ยวใน ระดับประเทศ และ ระหว่างประเทศ	เพื่อให้สามารถ แลกเปลี่ยนข้อมูลทางการ ท่องเที่ยวและเกิดการ เชื่อมโยงทางการ ท่องเที่ยวมากขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา</li> <li>- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย</li> <li>- สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว</li> </ul>
	3. การเจาะตลาดกลุ่ม นักท่องเที่ยวต้องการ ห่างไกลจากโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา (COVID-19)	มีการพัฒนาโปรแกรม ท่องเที่ยวให้มีการ กระจายนักท่องเที่ยวจาก แหล่งท่องเที่ยวหลักไปยัง แหล่งท่องเที่ยวรอง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงราย</li> </ul>

ส่วนผสมทาง การตลาด (5P)	แนวทาง	รายละเอียดแนวทาง	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
ด้านบุคลากร (People)	1.การยกระดับความรู้ บุคลากรทางการ ท่องเที่ยว โดยผ่านการ อบรม	โดยผ่านการอบรมที่มี มาตรฐานในการ ให้บริการนักท่องเที่ยว	- สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด พะเยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด เชียงราย
	2.การพัฒนาศักยภาพ บุคลากรทางการ ท่องเที่ยว	ในด้านทักษะพื้นฐาน ทักษะความชำนาญ เฉพาะ และทักษะเสริม	
	3.การส่งเสริมให้บุคลากร พัฒนาด้าน ภาษาต่างประเทศ	ได้แก่ ภาษาอังกฤษ และ ภาษาจีน	
	4.การยกระดับบุคลากร ทางการท่องเที่ยวให้มี มาตรฐานความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย	เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ให้นักท่องเที่ยว	- สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด พะเยา - สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด เชียงราย - สาธารณสุขจังหวัด พะเยา - สาธารณสุขจังหวัด เชียงราย

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อสำรวจและทบทวนความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน 2) เพื่อศึกษาการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน โดยมีพื้นที่ศึกษา คือ อำเภอเชียงคำ อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา อำเภอเทิง อำเภอเวียงแก่น อำเภอเชียงของ และอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

1) สำรวจและทบทวนความพร้อมทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน พบว่า 1) อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย มีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ (1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในช่วงฤดูหนาว มีแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ภูชี้ดาว ภูชี้เดือน ผาตั้ง ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงผาตั้ง แก่งผาได จุดผ่อนปรนแจมป๋อง และจุดชมวิวยอดห้วยเอียน (2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า มีการเข้าถึงในเส้นทางจากจังหวัดเชียงราย ซึ่งมีรถโดยสารสาธารณะสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว วันละ 3 เที่ยว ในส่วนของถนนที่ใช้ในการสัญจรมีสภาพดี (3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งท่าเรือ ห้องน้ำสาธารณะ บ้ายบอทาง ที่ทิ้งขยะ ลานจอดรถ ร้านขายของฝากของที่ระลึก รวมถึงมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่จุดผ่อนปรน (4) ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเวียงแก่นยังต้องมีการพัฒนามาตรฐานทางการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น (5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ดี เหมาะสำหรับการเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (6) ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า อำเภอเวียงแก่นยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก เนื่องจากยังไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวมากนัก (7) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า มีกิจกรรมชมวิวยอดห้วยเอียน กิจกรรมล่องเรือระยะสั้น แก่งผาได – เชียงของ และกิจกรรมศึกษาเรียนรู้ชนเผ่าขมุ (8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า

ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่แก่งผาได และพื้นที่อื่น ๆ ในอำเภอเวียงแก่น อีกทั้งมีความร่วมมือในการปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 2) อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย มีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ (1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่และประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากมีจุดผ่านแดนไปยังสปป.ลาว โดยมีแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านถาวรเชียงของ จุดชมวิวน้ำตกสงฆ์เทพนิมิต จุดผ่านแดนถาวรท่าเรือบัวตอง พิพิธภัณฑสถานลือลายคำ (2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า อำเภอเชียงของสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางบกและทางน้ำ โดยทางบกมีรถโดยสารสาธารณะคอยให้บริการ ส่วนทางน้ำสามารถเข้าถึงได้จากการเดินเรือระยะยาวระหว่างประเทศ เชียงของ – หลวงพระบาง และการเดินเรือระยะสั้น เชียงของ – แก่งผาได (3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า อำเภอเชียงของเป็นเมืองที่รองรับยุทธศาสตร์ระดับอนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขงที่เชื่อมโยงเส้นทางการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยว จึงมีความพร้อมในด้านของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก (4) ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า อำเภอเชียงของยังมีแหล่งท่องเที่ยวน้อย จึงต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของมากกว่าเดินทางมาเพื่อข้ามแดนอย่างเดียว (5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับเดินทางไปท่องเที่ยวท่องเที่ยวก่อนข้ามแดน (6) ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า มีชื่อเสียงในด้านการเป็นประตูข้ามแดนสู่อนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาในพื้นที่เพื่อข้ามแดนไปยังประเทศเพื่อนบ้านเป็นจำนวนมาก (7) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า มีกิจกรรมล่องเรือระยะสั้น เชียงของ – แก่งผาได และกิจกรรมล่องเรือระยะยาว เชียงของ – หลวงพระบาง (8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวภาคส่วนต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วม 3) อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ (1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์และโบราณวัตถุ อีกทั้งยังถือเป็นแหล่งค้าขายระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จีน ลาว และพม่า โดยมีแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สามเหลี่ยมทองคำ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเชียงแสน วัดพระธาตุเจดีย์หลวง พิพิธภัณฑสถานหอศิลป์อโศกเปี่ยม วัดพระธาตุผาเงา วัดพระธาตุจอมกิตติ ดอยสะเกิง (2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า มีการเข้าถึงหลัก 2 ทาง ได้แก่ ทางบก และทางน้ำ โดยเส้นทางบกสามารถเข้าถึงได้หลายเส้นทาง โดยเส้นทางหลักจะเดินทางจากอำเภอเมืองเชียงราย ส่วนในเส้นทางน้ำที่

สามารถล่องเรือแม่น้ำโขงจากอำเภอเชียงของ และเรือข้ามฝั่งไปยังประเทศเพื่อนบ้าน (3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีความพร้อม อีกทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว (4) ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า ยังมีข้อจำกัดในด้านสาธารณูปโภคและการบริการที่ได้มาตรฐาน ประกอบกับเจ้าหน้าที่ดูแลและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวยังมีจำนวนน้อย ซึ่งไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว (5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ในพื้นที่ (6) ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในด้านเมืองประวัติศาสตร์ (7) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า มีกิจกรรมไหว้พระพุทธรูปล้านต้น เพื่อความศุภมงคล อีกทั้งกิจกรรมศึกษาประวัติศาสตร์เมืองเชียงแสน (8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า มีการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งนี้ชุมชนยังมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน 4) อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย มีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ (1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทางธรรมชาติ เนื่องจากมีเนินเขาและบอดดอยในพื้นที่ อีกทั้งยังมีอาณาเขตที่ติดกับสปป.ลาว โดยยังมีแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ภูชี้ฟ้า ไร่รื่นรมย์ โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พื้นที่ดอยยาว ดอยผาหม่น ดอยผาจิ (2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า สามารถเข้าถึงได้ทางบก โดยสามารถเข้าถึงได้ 2 เส้นทางซึ่งเส้นทางแรก คือ การเดินทางจากตัวเมืองจังหวัดเชียงราย และเส้นทางที่สอง คือ การเดินทางจากอำเภอเชียงคำ (3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีความพร้อมในด้านของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก (4) ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า ยังมีข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว แม้จะมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง แต่ในพื้นที่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวน้อย (5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ เหมาะสำหรับการเดินทางไปท่องเที่ยวท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน (6) ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า มีชื่อเสียงในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งก็คือ ภูชี้ฟ้า อีกทั้งในส่วนองไร่รื่นรมย์ที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้ามาศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ (7) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า มีกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ โดยกิจกรรมจะมีความแตกต่างกันไปตามบริบทของแหล่งท่องเที่ยว (8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า มีหน่วยงานหลายภาคส่วนให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วม ทั้งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว 5) อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา มีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ (1) ด้าน

คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตและความ เป็นอยู่ของคนในพื้นที่และประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากอำเภอภูซางมีจุดผ่านแดนไปยังสปป. ลาว โดยมีแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านชายแดนบ้านฮวก วัดพระธาตุภูซาง น้ำตกภูซาง (2) ด้าน ความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า อำเภอภูซางสามารถเข้าถึงได้ทางบก โดยสามารถเข้าถึงได้ 2 เส้นทาง ซึ่งเส้นทางแรก คือ จากตัวเมืองพะเยา และเส้นทางที่สอง คือ ตัวเมืองเชียงราย (3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า เนื่องจากอำเภอภูซางถือเป็นอีก หนึ่งเมืองที่จะสามารถเชื่อมโยงเส้นทางทางการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยวกับสปป.ลาวได้ จึงมี การพัฒนาในด้านความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก (4) ด้าน ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า ในพื้นที่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวน้อย จึงต้องมีการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวที่จะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและพักผ่อนในอำเภอภูซางมากกว่าเดินทางมาเพื่อข้ามแดนอย่าง เดียว (5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีธรรมชาติที่สมบูรณ์เนื่องจากมี อุทยานแห่งชาติในพื้นที่ อีกทั้งยังมีสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับเดินทาง ไปท่องเที่ยวท่องเที่ยวก่อนข้ามแดนไปยัง สปป.ลาว (6) ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า มีชื่อเสียงใน ด้านแหล่งท่องเที่ยว นั่นก็คือ น้ำตกภูซาง รวมถึงกิจกรรมตกบาตรสองแผ่นดิน ระหว่าง ประเทศไทยและสปป.ลาว ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทางอำเภอภูซางและแขวงไซยะบูลีจัดขึ้นร่วมกัน เพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ไทยและสปป.ลาว ตลอดจนยังเป็นที่รู้จักในการเป็นประตูข้าม แดนไปยังบ้านปางมอญ แขวงไซยะบูลี ที่จะสามารถเดินทางต่อไปยังหลวงพระบางได้ (7) ด้าน กิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า มีการจัดตลาดนัดสองประเทศ ทุกวันที่ 10 และ 30 ของทุกเดือน ณ บริเวณตลาดบ้านฮวก มีกิจกรรมตกบาตรสองแผ่นดิน (8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า มีการผลักดันและส่งเสริมทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่าง ประเทศไทยและสปป.ลาวในพื้นที่มากขึ้น 6) อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา มีศักยภาพของ แหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ (1) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเชียง คำ มีความหลากหลายและมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ โดยมีแหล่ง ท่องเที่ยว ได้แก่ ถ้ำผาแดง วัดพระนั่งดิน วัดนันทาราม อนุสรณ์ผู้เสียสละ บ้านป่าแสงดา ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมไทยลื้อ (2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า อำเภอเชียงคำ สามารถเข้าถึงได้ทางบก ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ 2 เส้นทาง คือ การเดินทางจากตัวเมือง จังหวัด พะเยา และจากตัวเมือง จังหวัดเชียงราย (3) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า อำเภอเชียงคำมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะ รองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นอำเภอที่มีความคึกคักและประชาชนหนาแน่น จึงทำให้มีสิ่ง

อำนวยความสะดวกครบครัน (4) ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า ยังไม่มีการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคำอย่างเป็นทางการเป็นรูปแบบชัดเจน จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีตัวเลือกทางการท่องเที่ยวมากนัก (5) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว พบว่ามีสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับเดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งในด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ (6) ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า อำเภอเชียงคำมีชื่อเสียงในด้านวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย (7) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า พบว่า มีการจัดงานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมต่าง ๆ (8) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวมีภาคส่วนต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วม

2) ศึกษาการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย พบว่า ในส่วนของการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี เป็นเพศหญิง มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายต่ำกว่า 10,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ซึ่งนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากคำแนะนำจากคนรู้จักมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เดินทางเข้าไปในพื้นที่เพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยว และเพื่อการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ซึ่งนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (FIT) มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน 4,135.75 บาท ซึ่งเดินทางโดยรถส่วนบุคคล โดยเดินทางกับครอบครัวหรือญาติ เดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์หรือช่วงเทศกาล ใช้เวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 3 วัน ไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัด พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น ซึ่งเดินทางเพื่อมาได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ และนิยมแบ่งปันหรือแชร์ประสบการณ์ โดยการ Check-in หรือแชร์ ผ่าน Social Media เช่น Facebook Instagram Line เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและเชียงราย แต่ไม่เคยเดินทางข้ามด่านชายแดนไปยังสปป.ลาว

3) เสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน พบว่า จากการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน และการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดนในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังต่อไปนี้ (1) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านสินค้า (Produce) ประกอบด้วย 3 แนวทาง ได้แก่ (1.1) การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและเชียงราย 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาและชาติพันธุ์ คือ ชาติพันธุ์ขมุ (อ.เวียงแก่น) - ชาติพันธุ์ไทยวน

ล้านนา (อ.เชียงใหม่และอ.เชียงใหม่) ชชาติพันธุ์ม้ง (อ.เทิง) – ชชาติพันธุ์เมี่ยน (อ.ภูซาง) – ชชาติพันธุ์ไทลื้อ (อ.เชียงคำ), เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัย คือ ดอยสะเกี (อ.เชียงใหม่) – ร่องเรือระยะสั้นแก่งผาโต (อ.เชียงใหม่และอ.เวียงแก่น) – ภูชี้ดาว ภูชี้เตีอนผาตั้ง (อ.เวียงแก่น) – ภูชี้ฟ้า (อ.เทิง) – น้ำตกภูซาง (อ.ภูซาง) – ถ้ำผาแดง (อ.เชียงคำ) และเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศาสนา คือ วัดพระธาตุเจดีย์หลวงและเมืองโบราณเชียงใหม่ (อ.เชียงใหม่) – พิพิธภัณฑลลือลายคำ (อ.เชียงใหม่) – แก่งผาโต (อ.เวียงแก่น) – โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พื้นที่ดอยยาว ดอยผาหม่น ดอยผาจิ (อ.เทิง) – วัดพระธาตุภูซาง (อ.ภูซาง) – วัดพระนั่งดิน วัดนันทาราม และอนุสรณ์ผู้เสียสละ (อ.เชียงคำ)

(1.2) การยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว โดยมีการประเมินและติดตามในด้านความปลอดภัย โดยเฉพาะความปลอดภัยเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และ (1.3) การทำการตลาดเชื่อมโยงกับพื้นที่อื่นในประเทศ ทั้งในระดับภูมิภาคและภาค (2) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านราคา (Price) ประกอบด้วย 3 แนวทาง ได้แก่ (2.1) การพัฒนาแพลตฟอร์มช่องทางการชำระเงินหรือรูปแบบบริการทางการเงิน (2.2) การกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เป็นธรรม (2.3) ความเหมาะสม และการส่งเสริมให้เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยวหมุนเวียนในชุมชน

(3) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ประกอบด้วย 2 แนวทาง ได้แก่ (3.1) การส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์ ทั้ง Facebook Instagram Line และ Tiktok (3.2) การทำการตลาดเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

(4) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประกอบด้วย 3 แนวทาง ได้แก่ (4.1) การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและเชียงราย (4.2) การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในระดับประเทศและระหว่างประเทศ (4.3) การเจาะตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการห่างไกลจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และ (5) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านบุคลากร (People) ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่ (5.1) การยกระดับความรู้บุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยผ่านการอบรมที่มีมาตรฐานในการให้บริการนักท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย (5.2) การพัฒนาทักษะบุคลากรทางการท่องเที่ยวทั้งในด้านทักษะพื้นฐาน ทักษะความชำนาญเฉพาะ และทักษะเสริม (5.3) การส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศ ได้แก่ ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน และ (5.4) การยกระดับบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration)

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

ในการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย อำเภอเชียงคำ อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา อำเภอเทิง อำเภอเวียงแก่น อำเภอเชียงของ และอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย พบว่า ทั้ง 6 อำเภอ ในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ทั้งในด้านด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านความมีชื่อเสียง ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว และในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นเส้นทางที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ และสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น เช่นเดียวกับ (ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และ พัชรินทร์ เสริมการดี, 2556) ได้กล่าวว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนา การเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุง รวมถึงความน่าสนใจของพื้นที่ว่าจะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ

ในส่วนของการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางด้วยตนเอง (FIT) เนื่องจากในพื้นที่ทั้งสองจังหวัดเดินทางได้ง่ายและไม่ลำบาก โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี โดยมีรายได้ไม่มากนัก อีกทั้งมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ซึ่งไม่ไกลจากเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากคำแนะนำจากคนรู้จักมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เดินทางเข้าไปในพื้นที่เพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยว และเลือกเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์หรือช่วงเทศกาล ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ยุคจากการเรียนหรือทำงาน รวมถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการในการรับประสบการณ์ใหม่ๆ และนิยมแบ่งปันหรือแชร์ประสบการณ์ โดยการ Check-in หรือแชร์ ผ่าน Social Media เช่น Facebook Instagram Line เป็นต้น โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวในช่วงวัยดังกล่าวจะชื่นชอบการใช้ Social Media ซึ่งถือว่ามีผลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน โดยการแชร์ผ่าน Social Media จะทำให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลทางการท่องเที่ยวได้มากขึ้น และไม่เคยเดินทางข้ามด่านชายแดนไปยังสปป.ลาว จึงทำให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มที่กำลังจะจบการศึกษาและเริ่มทำงาน เป็นกลุ่มที่มีความเครียดจากการทำงาน จึงต้องออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียด อีกทั้งในส่วนของเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ยังมีราคาทางการท่องเที่ยวที่ไม่แพงมากนัก จึงทำให้

นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ประกอบกับ (รงรอง ตีระแพทย์, 2563) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มวัยทำงานส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลิน และสนุกสนาน นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวและคนรัก โดยช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวจะเป็นช่วง วันเสาร์-วันอาทิตย์ ระยะเวลา 2-3 วัน และงบประมาณในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ที่ 3,000-5,000 บาท นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย นิยมแบ่งปันหรือแชร์ประสบการณ์ โดยการ Check-in หรือแชร์ ผ่าน Social Media เช่น Facebook Instagram Line เป็นต้น ซึ่ง (ชื่นสุมล บุญนาค, 2563) อธิบายว่า การท่องเที่ยวในยุคนี้ การสร้างการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นสิ่งสำคัญสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เครื่องมือสื่อสารของตนเองค้นหาหาข้อมูลได้ โดยเฉพาะการเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ อาทิ เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม เป็นต้น

แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ (1) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านสินค้า (Produce) ประกอบด้วย 3 แนวทาง คือ (1.1) การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและเชียงราย 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาและชาติพันธุ์ , เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญ และเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศาสนา ซึ่งจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกในการท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถเป็นตัวเลือกในการใช้ประกอบการตัดสินใจ ประกอบกับสามารถวางแผนการเดินทางได้ และเกิดการเพิ่มจำนวนวันพักค้างคืนในพื้นที่มากขึ้น (1.2) การยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว โดยมีการประเมินและติดตามในด้านความปลอดภัย โดยเฉพาะความปลอดภัยเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสบายใจและไม่กังวลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว และ (1.3) การทำการตลาดเชื่อมโยงกับพื้นที่อื่นในประเทศ ทั้งในระดับภูมิภาคและภาค (2) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านราคา (Price) ประกอบด้วย 3 แนวทาง คือ (2.1) การพัฒนาแพลตฟอร์มช่องทางการชำระเงินหรือรูปแบบบริการทางการเงิน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเกิดความสะดวกสบายและสามารถชำระเงินได้ง่ายยิ่งขึ้น (2.2) การกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เป็นธรรม และความเหมาะสมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่เกิดความขัดแย้งและตัดราคากัน และ (2.3) การส่งเสริมให้เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยวหมุนเวียนในชุมชน (3) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ประกอบด้วย 2 แนวทาง คือ (3.1) การส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์ ทั้ง Facebook Instagram Line และ Tiktok จะทำให้

นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น และ (3.2) การทำการตลาดเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งจะเกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น (4) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประกอบด้วย 3 แนวทาง คือ (4.1) การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและเชียงราย ทำให้เกิดเครือข่ายคนทำงานทางการท่องเที่ยวที่จะช่วยเหลือและพัฒนาการท่องเที่ยว (4.2) การสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในระดับประเทศและระหว่างประเทศ ที่จะทำให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวในระดับชาติและนานาชาติต่อไป และ (4.3) การเจาะตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการห่างไกลจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 5) แนวทางการพัฒนาการตลาดด้านบุคลากร (People) ประกอบด้วย 4 แนวทาง คือ (5.1) การยกระดับความรู้บุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยผ่านการอบรมที่มีมาตรฐานในการให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งบุคลากรจะสามารถสร้างความประทับใจในการบริการแก่นักท่องเที่ยว (5.2) การพัฒนาทักษะบุคลากรทางการท่องเที่ยว ทั้งในด้านทักษะพื้นฐาน ทักษะความชำนาญเฉพาะ และทักษะเสริม ที่จะทำให้นักบุคลากรมีความเชี่ยวชาญในทักษะที่จะนำไปใช้ในการทำงานและให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (5.3) การส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศ ได้แก่ ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน โดยจะทำให้บุคลากรสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ตรงจุดและสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ (5.4) การยกระดับบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยา และจังหวัดเชียงราย มากยิ่งขึ้น ซึ่งแนวทางการพัฒนาการตลาดจะมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์แก่พื้นที่ให้มากที่สุด อีกทั้งให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ และเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น เช่นเดียวกับ (ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และ พัชรินทร์ เสริมการดี, 2556) กล่าวว่า การเน้นพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มตลาดใหม่ที่มีคุณภาพ และเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวของพื้นที่ผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และศิลปวัฒนธรรม ใช้การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ควรมีการประสานงานความร่วมมือทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยและสปป.ลาว เนื่องจากเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงรายสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับสปป.ลาวได้

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาในประเด็นอื่น ๆ ในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะประเด็นการทางการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวและสร้างความมั่นใจทางการท่องเที่ยวในเส้นทางตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงรายมากขึ้น





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยพะเยา  
UNIVERSITY OF PHAYAO

## 1. ประเด็นสัมภาษณ์

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบสัมภาษณ์

1. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์
2. ตำแหน่ง
3. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้
4. หมายเลขโทรศัพท์ และ ID Line

### ส่วนที่ 2 ข้อคำถาม

#### 1. ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

- 1.1 ท่านคิดว่าตามแนวชายแดนฯ แหล่งท่องเที่ยวใดมีคุณค่าบ้าง (เรียงลำดับ)
- 1.2 ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ มีคุณค่าอย่างไร
- 1.3 ท่านมีแนวทางในการรักษาคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร

#### 2. ความสะดวกในการเข้าถึง

- 2.1 ท่านคิดว่าเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ มีความความสะดวกในการเข้าถึงหรือไม่ อย่างไร
- 2.2 ท่านมีความต้องการให้มีความความสะดวกในการเข้าถึงเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ มากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

#### 3. โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

- 3.1 ท่านคิดว่า เส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก
- 3.2 ท่านคิดว่า เส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ ควรมีแนวทางในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

#### 4. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว

- 4.1 ท่านคิดว่าเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอหรือไม่ อย่างไร
- 4.2 ท่านคิดว่าเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ มีข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวอะไรบ้าง
- 4.3 ท่านหรือหน่วยงานของท่านมีแนวทางจัดการข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างไร

## 5.สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

5.1 ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ เป็นอย่างไร

5.2 ท่านคิดว่าอะไรที่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทั้งในด้านบวกและด้านลบ

## 6.ความมีชื่อเสียง

6.1 ท่านคิดว่าเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงหรือไม่อย่างไร

6.2 ท่านมีแนวทางอย่างไร ให้เส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงมากขึ้น

## 7.กิจกรรมท่องเที่ยว

7.1 ในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ มีกิจกรรมท่องเที่ยวอะไรบ้าง

7.2 ท่านคิดว่ากิจกรรมท่องเที่ยวใดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุด (5 ลำดับ)

## 8.การมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยว

8.1 ท่านหรือหน่วยงานของท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ หรือไม่ อย่างไร

8.2 ท่านมีความต้องการให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนทางด้านการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

9. ท่านคิดว่าแนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนบริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ควรเป็นอย่างไร

## 2. แบบสอบถามนักท่องเที่ยว

### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการเก็บข้อมูลในการวิจัย เพื่อการศึกษาการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย” ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาท่านตอบคำถามทุกข้อในแบบสอบถามนี้ คำตอบของท่านไม่มีถูกหรือผิด และผู้วิจัยขอรับรองว่า ข้อมูลต่าง ๆ ที่ท่านตอบในแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบต่อท่านหรือบุคคลใด ๆ และเพื่อจกใช้ข้อมูลเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป สำหรับแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งสิ้น 4 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2** พฤติกรรมการท่องเที่ยว

**ส่วนที่ 3** การรับรู้

**ส่วนที่ 4** ความต้องการทางการตลาดท่องเที่ยว

**ส่วนที่ 5** ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ (.....) ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี พร้อมทั้งขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย :

นางสาวสลิลทิพย์ ศิริดวงใจ

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม  
คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

## แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อายุ.....ปี
2. เพศ
- ( ) 1. เพศชาย ( ) 2. เพศหญิง
- ( ) 3. เพศทางเลือก (LGBT)
3. อาชีพ
- ( ) 1. รับราชการ/พนักงานของรัฐ ( ) 2. รับจ้างอิสระ
- ( ) 3. รัฐวิสาหกิจ/องค์กรมหาชน ( ) 4. นักศึกษา
- ( ) 5. ธุรกิจส่วนตัว ( ) 6. พนักงานบริษัทเอกชน
- ( ) 7. ไม่ได้ทำงาน/เกษียณอายุ ( ) 8. อื่นๆ (ระบุ).....
4. รายได้ (ต่อเดือน)
- ( ) 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท ( ) 2. 10,000 – 15,000 บาท
- ( ) 3. 15,001 – 20,000 บาท ( ) 4. 20,001 – 25,000 บาท
- ( ) 5. มากกว่า 25,000 บาท
5. ภูมิลำเนา
- ( ) 1) ภาคเหนือ จังหวัด.....
- ( ) 2) ภาคกลาง จังหวัด.....
- ( ) 3) ภาคตะวันออก จังหวัด.....
- ( ) 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัด.....
- ( ) 5) ภาคตะวันตก จังหวัด.....
- ( ) 6) ภาคใต้ จังหวัด.....

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

6. วัตถุประสงค์ที่ท่านเลือกเดินทางในพื้นที่
- ( ) 1. พักผ่อน/ท่องเที่ยว ( ) 2. เยี่ยมญาติ/เพื่อน  
 ( ) 3. การศึกษา/ทัศนศึกษา ( ) 4. ประชุมสัมมนา  
 ( ) 5. ธุรกิจส่วนตัว ( ) 6. อื่นๆ(ระบุ).....
7. รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้
- ( ) 1. ท่องเที่ยวด้วยตนเอง (FIT) ( ) 2. ท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัททัวร์  
 ( ) 3. ท่องเที่ยวแบบขบวนโดยสาร (คาราวาน) ( ) 4. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
8. ท่านมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้.....บาท
9. พาหนะหลักของท่านที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่
- ( ) 1. รถประจำทาง ( ) 2. รถบริษัทนำเที่ยว  
 ( ) 3. รถยนต์เช่า ( ) 4. รถส่วนบุคคล  
 ( ) 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
10. ท่านใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ ..... วัน
11. ช่วงวันที่ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยว
- ( ) 1. วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)  
 ( ) 2. วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)  
 ( ) 3. วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล  
 ( ) 4. ไม่แน่นอน
12. ท่านตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) 1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน ภูเขา เป็นต้น  
 ( ) 2. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น หมู่บ้านชนเผ่า ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรม เป็นต้น  
 ( ) 3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัด พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น  
 ( ) 4. แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ (ระบุ).....

13. ในการเดินทางครั้งนี้ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครมากที่สุด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เพียงคนเดียว    | <input type="checkbox"/> 2. คู่รัก สามี/ภรรยา |
| <input type="checkbox"/> 3. กลุ่มเพื่อนสนิท | <input type="checkbox"/> 4. ครอบครัว/ญาติ     |
| <input type="checkbox"/> 5. เพื่อนร่วมงาน   | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (ระบุ)..... |

14. ท่านเคยท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงรายหรือไม่

- |  |                                    |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. เคย          | <input type="checkbox"/> 2. ไม่เคย |
| <input type="checkbox"/> จังหวัดพะเยา    |                                    |
| <input type="checkbox"/> จังหวัดเชียงราย |                                    |

15. ถ้าเคย ท่านเคยมาท่องเที่ยวในพื้นที่กี่ครั้ง

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ครั้งแรก   | <input type="checkbox"/> 2. 2-5 ครั้ง        |
| <input type="checkbox"/> 3. 6-10 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 10 ครั้ง |

16. ประสบการณ์ที่ท่านได้รับในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ              | <input type="checkbox"/> 2. ได้รับความรู้ใหม่          |
| <input type="checkbox"/> 3. ได้ผ่อนคลาย                        | <input type="checkbox"/> 4. เกิดมิตรภาพที่ดี           |
| <input type="checkbox"/> 5. มีความเป็นอิสระจากวิถีชีวิตแบบเดิม | <input type="checkbox"/> 6. มีแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต |
| <input type="checkbox"/> 7. มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือความคิด | <input type="checkbox"/> 8. รู้สึกอยากกลับไป           |

เที่ยวซ้ำ

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 9. มีความตื่นเต้น/ท้าทาย    | <input type="checkbox"/> 10. รู้สึกเพลิดเพลินดี  |
| <input type="checkbox"/> 11. การรู้สึกว่าเป็นคนพิเศษ | <input type="checkbox"/> 12. ได้รับความประหลาดใจ |

- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> 13. ได้แบ่งปันความสุขจากการท่องเที่ยว     |
| <input type="checkbox"/> 14. ได้รับความทรงจำที่ดีและมีความประทับใจ |
| <input type="checkbox"/> 15. อื่นๆ (ระบุ).....                     |

17. ในการเดินทางครั้งนี้ ท่านเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จังหวัดพะเยา

- |  |                                |
|--|--------------------------------|
| ( ) 1. ด่านชายแดนบ้านฮวก อ.ภูซาง                 | ( ) 2. วัดพระธาตุภูซาง อ.ภูซาง |
| ( ) 3. น้ำตกภูซาง อ.ภูซาง                        | ( ) 4. ถ้ำผาแดง อ.เชียงคำ      |
| ( ) 5. วัดพระเจ้านั่งดิน อ.เชียงคำ               | ( ) 6. วัดนันทาราม             |
| ( ) 7. อนุสรณ์ผู้เสียสละ อ.เชียงคำ               | ( ) 8. บ้านป่าแสงดา อ.เชียงคำ  |
| ( ) 9. ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมไทยลื้อ อ.เชียงคำ |                                |

จังหวัดเชียงราย

- |   |                                |
|---|--------------------------------|
| ( ) 10. ไร่รื่นรมย์ อ.เทิง                        | ( ) 11. ภูชี้ฟ้า อ.เทิง        |
| ( ) 12. โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ อ.เทิง    |                                |
| ( ) 13. ภูชี้ดาว อ.เวียงแก่น                      | ( ) 14. ภูชี้เดือน อ.เวียงแก่น |
| ( ) 15. ผาตั้ง อ.เวียงแก่น                        | ( ) 16. แก่งผาได อ.เวียงแก่น   |
| ( ) 17. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงผาตั้ง อ.เวียงแก่น   |                                |
| ( ) 18. ด่านชายแดนเชียงของ อ.เชียงของ             |                                |
| ( ) 19. สามเหลี่ยมทองคำ อ.เชียงแสน                |                                |
| ( ) 20. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงแสน อ.เชียงแสน |                                |
| ( ) 21. วัดพระธาตุเจดีย์หลวง อ.เชียงแสน           |                                |
| ( ) 22. ถ้ำเขาหลวง อ.เชียงแสน                     |                                |
| ( ) 23. พิพิธภัณฑ์ฮอลล์ออฟไอเปียม อ.เชียงแสน      |                                |
| ( ) 24. วัดพระธาตุผาเงา อ.เชียงแสน                |                                |
| ( ) 25. วัดพระธาตุจอมกิตติ อ.เชียงแสน             |                                |
| ( ) 26. ดอยสะเกี๋ อ.เชียงแสน                      |                                |
| ( ) 27. อื่นๆ (ระบุ).....                         |                                |

18. ท่านนิยมแบ่งปันหรือแชร์ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวให้ผู้อื่นหรือไม่ และแบ่งปันในรูปแบบใด

(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ไม่นิยมแบ่งปันหรือแชร์ประสบการณ์ เพราะ .....
- 2. นิยมแบ่งปันหรือแชร์ประสบการณ์
  - 2.1 Check-in หรือแชร์ ผ่าน Social Media เช่น Facebook Instagram Line เป็นต้น
  - 2.2. อัปเดตวิดีโอลง YouTube หรือสื่ออื่น ๆ
  - 2.3. ตั้งกระทู้ตามเว็บไซต์ หรือ Blog ต่างๆ เช่น Pantip Tripadvisor เป็นต้น
  - 2.4. บอกต่อ/เล่าประสบการณ์
  - 2.5. อื่นๆ(ระบุ).....

19. ท่านเคยเดินทางข้ามด่านชายแดนผ่านช่องทางหรือเส้นทางใด ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงรายไปยังสปป.ลาวหรือไม่

- 1. เคย
  - ด่านชายแดนบ้านฮวก อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา
  - ด่านชายแดนเชียงของ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
  - ด่านชายแดนเชียงแสน (สามเหลี่ยมทองคำ) อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย
  - อื่นๆ .....
- 2. ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 22)

20. ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่อีกหรือไม่

- 1. กลับมาแน่นอน เพราะ.....
- 2. ไม่กลับมาแน่นอน เพราะ.....
- 3. ไม่แน่ใจ

### ส่วนที่ 3 การรับรู้

21. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย จากแหล่งใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1) สื่อสิ่งพิมพ์

- ( ) แผ่นพับ/ใบปลิว ( ) นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว  
 ( ) ป้ายโฆษณาสื่อสาธารณะ ( ) วิทยุ  
 ( ) โทรทัศน์

2) คำแนะนำ

- ( ) บริษัทนำเที่ยว ( ) ญาติพี่น้อง/ครอบครัว ( ) เพื่อน  
 ( ) คู่รัก สามี/ภรรยา ( ) คนรู้จัก

3) สื่อออนไลน์

- ( ) เว็บไซต์ ( ) Facebook ( )  
 Instagram  
 ( ) Line ( ) blogger

4) อื่นๆ ( ) ระบุ .....

22. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่

การรับรู้	ใช่	ไม่ใช่
<b>ปัจจัยภายใน</b>		
1. เพื่อตอบสนองความต้องการของตน เช่น ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชน ต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เป็นต้น		
2. เพื่อการผ่อนคลายความเคร่งเครียดจากการทำงาน		
3. เพื่อหลีกเลี่ยงหนีความแออัดของสังคมเมือง		
4. เพื่อสัมผัสอากาศที่ดี		
5. เพื่อรักษาโรคหรือบำบัดร่างกาย		
6. เพื่อปรับสภาวะจิตใจและอารมณ์		

การรับรู้	ใช่	ไม่ใช่
7. เพื่อเดินทางตามความเชื่อ เช่น ไหว้พระเสริมสิริมงคล เป็นต้น		
<b>ปัจจัยภายนอก</b>		
8. มีสภาพเศรษฐกิจที่ดี เช่น สินค้าราคาถูก ที่พักราคาถูก เป็นต้น		
9. พาครอบครัวมาทำธุระหรือพบญาติ		
10. มีการบอกต่อจากคนอื่น		
11. เพื่อทำงานหรือทำธุรกิจ		
12. ท่านได้รับการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ		
13. ตามวีรวิภากรท่องเที่ยวของคนมีชื่อเสียง		

#### ส่วนที่ 4 ความต้องการทางการตลาดท่องเที่ยว

23. โปรดประเมินความต้องการทางการตลาดท่องเที่ยวในเส้นทางตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย ทั้ง 5 ด้าน

การตลาดทางการท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ				
	ต้องการมากที่สุด (5)	ต้องการมาก (4)	ต้องการปานกลาง (3)	ต้องการน้อย (2)	ต้องการน้อยที่สุด (1)
<b>สินค้า (Product)</b>					
1. ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางวัฒนธรรม กิจกรรมการผจญภัย กิจกรรมนันทนาการ เป็นต้น					
2. ความดั้งเดิมของวิถีชีวิตชุมชนตามเส้นทางทางการท่องเที่ยวชายแดนฯ					
3. รายการนำเที่ยวในเส้นทางทางการท่องเที่ยวชายแดนฯ มีความ					

การตลาดทางการท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ				
	ต้องการ มากที่สุด (5)	ต้องการ มาก (4)	ต้องการ ปานกลาง (3)	ต้องการ น้อย (2)	ต้องการ น้อย ที่สุด (1)
หลากหลาย					
4.ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า สัญญาณ โทรศัพท์ เป็นต้น					
5.ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
6.ที่พักในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง เพียงพอและมีมาตรฐาน					
7.ร้านอาหารในพื้นที่และพื้นที่ ใกล้เคียงเพียงพอและมีมาตรฐาน					
8.ร้านขายของที่ระลึกในพื้นที่และพื้นที่ ใกล้เคียงเพียงพอและมีมาตรฐาน					
9.มีการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูล นักท่องเที่ยวในเส้นทางทางการท่องเที่ยว ชายแดนฯ					
10.ความชัดเจนของป้ายบอกทาง ป้าย ให้ข้อมูล และสัญลักษณ์เตือนใน เส้นทางทางการท่องเที่ยวชายแดนฯ					
11.ความปลอดภัยในระหว่างการเดินทาง เดินทางท่องเที่ยวในเส้นทาง ทางการท่องเที่ยวชายแดนฯ					
12.ลานจอดรถในแหล่งท่องเที่ยว เพียงพอและสะดวกสบาย					
13.ความสะดวกสบายในการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว					
14.การเชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยว ในพื้นที่					

การตลาดทางการท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ				
	ต้องการมากที่สุด (5)	ต้องการมาก (4)	ต้องการปานกลาง (3)	ต้องการน้อย (2)	ต้องการน้อยที่สุด (1)
<b>ราคา (Price)</b>					
1.ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พักแรม ค่านำเที่ยว ค่าอาหาร ค่าของที่ระลึก เป็นต้น					
2.รายการนำเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวชายแดนฯ มีราคาหลากหลายให้เลือก					
3.ความคุ้มค่าของการใช้จ่ายในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ					
4.มีการระบุหรือแสดงราคาที่ชัดเจนก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว					
<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>					
1. ความสะดวกในการจองที่พักล่วงหน้า เช่น การจองออนไลน์ การโทรติดต่อ เป็นต้น					
2. ช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ มีหลายช่องทาง เช่น สื่อออนไลน์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น					
3. การเลือกซื้อรายการนำเที่ยวผ่านทางออนไลน์ด้วยตนเองได้อย่างสะดวก					
<b>การส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>					
1. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่ง					

การตลาดทางการท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ				
	ต้องการมากที่สุด (5)	ต้องการมาก (4)	ต้องการปานกลาง (3)	ต้องการน้อย (2)	ต้องการน้อยที่สุด (1)
ท่องเที่ยวและโฆษณาเชิญชวนผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โบปลิว นิตยสาร วารสารการท่องเที่ยว ป้ายโฆษณา เป็นต้น					
2. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและโฆษณาเชิญชวนผ่านสื่อสาธารณะ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น					
3. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและโฆษณาเชิญชวนผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ Facebook Instagram Line blogger เป็นต้น					
4. การส่งเสริมการขายโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ อย่างสม่ำเสมอ เช่น ลดราคา สะสมแต้ม เป็นต้น					
5. การประชาสัมพันธ์งานหรือจัดเทศกาลประจำปีอย่างทั่วถึง เช่น งานตักบาตรสองแผ่นดิน งานไทลื้อโลก เป็นต้น					
6. การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวชายแดนฯ					
<b>บุคลากร (People)</b>					
1. คนในพื้นที่มีความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี					
2. ผู้ให้บริการมีการบริการที่ดี					
3. ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี					

การตลาดทางการท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ				
	ต้องการมากที่สุด (5)	ต้องการมาก (4)	ต้องการปานกลาง (3)	ต้องการน้อย (2)	ต้องการน้อยที่สุด (1)
4. ผู้ให้บริการมีไหวพริบในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า					
5. ผู้ให้บริการสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนใกล้เคียงได้					

24. ท่านคิดว่าเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดนฯ ต้องแก้ไขปัญหาอะไรอย่างเร่งด่วน สำหรับทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยา และจังหวัดเชียงราย

.....

.....

.....

**ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม**

.....

.....

.....ขอขอบคุณที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูล.....

## บรรณานุกรม

- Bojanic, R. (2001). **Hospitality marketing management** (พิมพ์ครั้งที่ 1). 3rd ed. New York: J. Wiley.
- Coulte. (2005). **Management Prentice Hall** (พิมพ์ครั้งที่ 1).
- Fred. (2012). **Fred R. David, Strategic Management**. Concepts and Cases(6).
- Garrison Karl Claudius and Magoon Robert A. (1972). **Educational Psychology; An Integration of Psychology and Educational Practices**.
- Goeldner & Ritchie. (2006). **Tourism: principles, practices, philosophies (10th ed.)** (พิมพ์ครั้งที่ 1: Hoboken:Wiley.
- Kurtz D. L and Clow K. E. (1998). **Services marketing**. New York: John Wiley & Sons.
- McIntosh & Goeldner. (1986). **Tourism Principles, Practices, Philosophiers** (พิมพ์ครั้งที่ 1). New York: John Willey & Son.
- Middleton, V. T. C. (1990). **Marketing in travel and tourism (2nd ed.)**. Oxford,
- Mohammed R A Fisher R J Jaworski J B and Cahill, M. A. (2001). **Internet Marketing: building advantage in a networked economy**.
- Museumthailand. **วัดพระธาตุเจดีย์หลวง อำเภอเชียงแสน**. สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.museumthailand.com/th/>.
- Paiduaykan. **สามเหลี่ยมทองคำ**. สืบค้นเมื่อ เมื่อ 29 สิงหาคม 2563, จาก [https://www.paiduaykan.com/76\\_province/north/chiangrai/goldentriangle.html](https://www.paiduaykan.com/76_province/north/chiangrai/goldentriangle.html)
- Schermerhorn J R. (2002). **Management. (7th ed.)** (พิมพ์ครั้งที่ 1 ). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Wright Pringle & Kroll. (1992). **Strategic Management**. New York: Allyn & Bacon.
- กมล รัตนวิระกุล. (2550). **การตลาดวิวัฒนาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 1). สมาคมการบริหารโรงแรมไทย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. **วัดพระธาตุจอมกิตติ**. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563, จาก <https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/detail/itemid/5116>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. **สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2562**. สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.mots.go.th/news/category/618>.

คณะกรรมการการเศรษฐกิจ การเงิน และการคลัง. เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงลุ่มน้ำโขง.

สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2563,

จาก [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_news.php?nid=6287&filename=index](https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6287&filename=index)

จารุจน์ กลิ่นดีปสี. (2541). การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยว

**เชิงนิเวศ กรณีศึกษา: อุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี.** บัณฑิตศึกษา, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ภาควิชาบริหารหลักสูตรการจัดการสิ่งแวดล้อม สำนักพัฒนาบัณฑิตศึกษา.

จิราพร กองทอง. (2540). ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวบริเวณด้าน

**ช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์.** มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ. (2557). การวางแผนและพัฒนาศูนย์การท่องเที่ยว.

(พิมพ์ครั้งที่ 12). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: กรุงเทพฯ.

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2547). การจัดการและการตลาดบริการ. ส.เอเซียเพรส.

ฉันทิช วรรณถนอม. (2554). การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 1)

: กรุงเทพฯ: สามลดา.

เฉลิมชัย ปัญญาดี. (2559). การศึกษาเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษา

**บริเวณภูชี้ฟ้าและภูชี้ดาว จังหวัดเชียงราย และบริเวณช่องทางบ้านฮวก - กิวหก จังหวัดพะเยา.** มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

ชัยพร วิชชาวุธ. (2523). การวิจัยเชิงจิตวิทยา (พิมพ์ครั้งที่ 1): กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์.

ชานนท์ รุ่งเรือง. (2555). การเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าและการลดต้นทุนโดย

**ใช้เทคนิคการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ ในอุตสาหกรรมอลูมิเนียม.**

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชีวรรณ เจริญสุข. (2547). กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกไทยแบบดั้งเดิม

**(โซว์ห่วย).** บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพมหานคร.

ชื่นสุมล บุณนาถ. (2563). การวิเคราะห์เส้นทางความต้องการและพฤติกรรมของ

**นักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล.** วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 17(2), หน้า 167-174.

เชียงรายโฟกัส. วัดพระธาตุจอมกิตติ (1 ใน พระธาตุ 9 จอม พระธาตุศักดิ์สิทธิ์ประจำ

**จ.เชียงราย).** สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563,

จาก <https://www.chiangraifocus.com/article/66>

เชียงใหม่เมืองหน้าเที่ยว. **พิพิธภัณฑ์หอฝิ่น อุทยานสามเหลี่ยมทองคำ.**

สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2563,

จาก <https://sites.google.com/site/chiangsaenthailand2558/sam-he-lia/hx-fin>.

ณ มาดา แสงนิมณฑล. (2543). **การรับรู้ ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อการดำเนิน**

**โครงการของกรุงเทพมหานคร. มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,**

ณัฐ อรินพิบูลย์. (2554). **ความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทางการตลาด**

**ผลิตภัณฑ์คอนกรีต ผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแพรนไฮส์ สาขาจอมทอง. บัณฑิต**  
วิทยาลัย,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ณัฐชามณูช สุวิทย์พันธุ์. (2545). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้ม**

**พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย/กรุงเทพฯ.

เต็มศักดิ์ สุวรรณประกาศ. (2541). **องค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อ**

**พฤติกรรมมากรท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยนเรศวร.**

ที่ว่ากรมอำเภอเชียงใหม่. **ข้อมูลทั่วไปอำเภอเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563,**

จาก <https://chiangsaen.go.th/>.

ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). **การจัดการการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 3).**

นงศ์นุช ศรีธนาอนันต์. (2550). **การตลาดการโรงแรมเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 6).** กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

นิคม จารุมณี. (2536). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 1).**

นิตา ชัชกุล. (2557). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของ**

**นักท่องเที่ยวชาวไทย. งานวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.**

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). **การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,**

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 1):** กรุงเทพฯ: เพรส  
แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 1).** นนทบุรี: เพชรน้ำหลวง

พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : การวางแผนการ**

**ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (พิมพ์ครั้งที่ 2 [ฉบับปรับปรุง]).** กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

- เบญจวรรณ จันทร์แก้ว. (2558). **การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชายแดน อำเภอ เชียงของ. จังหวัดเชียงราย.** มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ประกอบศิริ ภัคดีพิณีจ. (2558). **แนวทางการพัฒนาพื้นที่ด้านชายแดนบ้านฮวกเพื่อรองรับ การท่องเที่ยวข้ามพรมแดน.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ประกอบศิริ ภัคดีพิณีจ. (2559). **แนวทางการพัฒนาพื้นที่ด้านชายแดนบ้านฮวกเพื่อรองรับ การท่องเที่ยวข้ามพรมแดน.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ประกอบศิริ ภัคดีพิณีจ. (2560). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มอนุภาคลุ่มน้ำโขง ตอนบน (5 เชียง).** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และ พัชรินทร์ เสริมการดี. (2556). **การศึกษาศักยภาพและแนว ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอควนโดน และบ้านโดนปานัน อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล.** วารสารสุทธิปริทัศน์, หน้า ที่ 97-112.
- ไปด้วยกัน. **แ่วดอยสะเก้ใจ ชมวิว ดูนคร ทำลมหนาว.** สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.paiduaykan.com/travel>
- พิสนุ พงศ์ศรี. (2549). **วิจัยทางการศึกษา “แนวคิดทฤษฎี”** (พิมพ์ครั้งที่ 2). เทียมฟ้าการ พิมพ์. กรุงเทพมหานคร.
- ภัทรานิษฐ์ เหมาะทอง วนิตา ทองโคตร และ สุพรรณณี อึ้งปัญญาตวงค์. (2560). **การกำหนดขนาด ตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane.** วารสารวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, หน้า 1-12.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2551). **บันทึกความสำเร็จธุรกิจดอทคอม e-Commerce Success Case Study มุมมองการตลาดและกรณีศึกษาเว็บไซต์ไทย.** (กรุงเทพฯ: พงษ์วรินทร์การพิมพ์.).
- ภูตินันท์ อติพิทยางกูร. (2555). **การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศ.** มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รอรอง ตีระแพทย์. (2563). **พฤติกรรมกรรมการเลือกท่องเที่ยวของกลุ่มคนวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร.** มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรรณ วรชวานิช. (2550). **ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วาร์ชต์ มัชฌมบุรุษ และกรัณณ์นทร์ตัน คะวัตกุล. (2561). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเมือง ชายแดน.** งานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสังคมที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ประชุมวิชาการ

ระดับชาติมหาวิทยาลัยทักษิณ จังหวัดสงขลา, ครั้งที่ 28.

วารุณี ต้นติววงศ์วาณิช นิภา นิรัตติกุล สุนทรี เหล่าพัดจัน พรพรหม พรหมเพศ นิตยา งามแดน และ จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์ (2545). **หลักการตลาดของคอตเลอร์ ฟิลลิป.**

**กรุงเทพฯ:** เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

วาสนา อ่องเอี่ยม. (2546). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. (2550). **ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย เอกสารการสอนชุดวิชา ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทยสาขาวิชาการจัดการ** (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ศรัณญา วรากุลวิทย์. (2546). **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : เพ็ญฟ้าพรินติ้ง.

สตี๊ดดอย ร้อยเรื่องราว. **เที่ยวเชียงใหม่ นอนมาตัง ลัดเลาะริมโขงขึ้นยอดดอยภูชี้ฟ้า-ผาตั้ง**. สืบค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2563. จาก <https://th.readme.me/p/28499>

สำนักงานการท่องเที่ยว และ กีฬาจังหวัดเชียงราย. **ภูชี้ดาว**. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2563, จาก <http://www.cots.go.th/travelview/detail.php?id=270>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13**. กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2564 – 2565** (พิมพ์ครั้งที่ 1). สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก 2564.

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). **ความหมายของการท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). **การสำรวจที่พักแรม พ.ศ. 2563** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2563). **การสำรวจที่พักแรม พ.ศ. 2563** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพมหานคร.

สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคเหนือ. (2564). **ข้อมูลรายชื่อบริษัทธุรกิจนำเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรมการท่องเที่ยว.

สุกัญญา เจริญศรี. (2549). **การรับรู้และแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวใน 6 จังหวัด**

- ภาคใต้ ผังอันดามัน หลังจากได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติของ  
 นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.  
 สุชา จันทร์เอม. (2544). **จิตวิทยาทั่วไป** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.  
 สุประภา สมนักพงษ์. (2560). **แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว4.0ประเทศไทย**. Veridian E-  
 Journal, 10(3) หน้าที่ (2055–2068).  
 สุภางค์ จันทวานิช. (2553). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ** (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพมหานคร :  
 สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
 สุรีย เข้มทอง. (2555). **ชุดวิชาการจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและโรงแรม**  
 [เอกสารประกอบการสอน] (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.  
 โสภา ชูพิกุลชัย. (2512). **จิตวิทยาทั่วไป** (พิมพ์ครั้งที่ 1): กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิชย์.  
 องค์การท่องเที่ยวโลก. **ความหมายของการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 23 เมษายน 2563,  
 จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com>  
 อติษฐ์ ชัยรัตนานนท์. (2565). **รถไฟจีน-ลาว/เส้นทาง R3A โอกาสท่องเที่ยว “ไทย-  
 ลาว-จีน”** (พิมพ์ครั้งที่ 1). สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA), กรุงเทพมหานคร.  
 อัจฉมธีร์วรา นิชิกิจโกศล และพรรณกษม อินทรทัต. (2564). **การศึกษาสถานการณ์การ  
 ท่องเที่ยวไทยและแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค  
 ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย  
 บูรพา.

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	สลลธิพย์ ศิริดวงใจ
วัน เดือน ปี เกิด	27 พฤศจิกายน 2537
สถานที่เกิด	จังหวัดพะเยา
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2559 บธ.บ (การท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา
ที่อยู่ปัจจุบัน	99 หมู่ 8 ตำบลเจดีย์คำ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา
ผลงานตีพิมพ์	สลลธิพย์ ศิริดวงใจ และ ประกอบศิริ ภัคดีพินิจ.(2565) , แนวทางการพัฒนาการตลาดเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน บริเวณจังหวัดพะเยาและเชียงราย.การประชุมวิชาการระดับชาติ พะเยาวิจัย ครั้งที่ 11 วันที่ 25-28 มกราคม 2565 มหาวิทยาลัยพะเยา.หน้าที่ 1694 - 1704

