

แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านใน
ฐานะเมืองรอง



ศิริพร ถาวรวิสิทธ

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

กุมภาพันธ์ 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง



ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

กุมภาพันธ์ 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

APPROACHES TO THE DEVELOPEMENT AND PROMOTION OF CULTURALTOURISM IN
NAN PROVINCE AS A SECONDARY DESTINATION



A Thesis Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Arts Degree in Tourism and Hotel Management
February 2021
Copyright 2020 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

ของ ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชุมนะ เตชคณา)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ชวลี ณ ถลาง)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชลธิดา เทพหินลับ)

เรื่อง:	แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง
ผู้วิจัย:	ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์, วิทยานิพนธ์: ศศ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2563
อาจารย์ที่ปรึกษา:	รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ชวลี ฤ ธกลาง
คำสำคัญ	การพัฒนา, การส่งเสริม, การท่องเที่ยว, เชิงวัฒนธรรม, จังหวัดน่าน

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน 2) เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน 3) เพื่อวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน 4) เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 24 คน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า จังหวัดน่านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย อาทิ แหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑ์ ศิลปะการแสดง ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ นอกจากนี้ยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ ผ้าทอลวดลายโบราณ จากสิริธรรมชาติ เครื่องเงิน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บ่งชี้ว่า ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ต้องเข้ามาสนับสนุนร่วมมือกัน ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนการพัฒนาภาคเอกชน มัคคุเทศก์ท้องถิ่น รวมถึงการสร้างควมเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดน่าน

ผู้วิจัยนำข้อมูลวิจัยดังกล่าวไปวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกด้วยวิธี SWOT เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ประกอบไปด้วย 1) การส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน วิถีชีวิตของคนน่านและกลุ่มชาติพันธุ์ 2) การส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การพัฒนาการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เน้นการใช้สื่อออนไลน์ พัฒนาเครือข่ายภาคีท่องเที่ยว และยกระดับคุณภาพของการบริการของบุคลากรท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว 3) การวางแผนนโยบายที่มีเป้าหมายและทิศทางเดียวกัน การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ให้เสื่อมโทรมและรักษาให้อยู่ในสภาพเดิม คนในพื้นที่ต้องช่วยกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพดี ตลอดจนการปลูกจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี 4) การส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น และการถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีไปสู่คนรุ่นใหม่เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ เห็นความสำคัญและคุณค่าในวัฒนธรรมของตน ภูมิใจที่จะนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดน่าน

Title: APPROACHES TO THE DEVELOPEMENT AND PROMOTION OF CULTURALTOURISM IN NAN PROVINCE AS A SECONDARY DESTINATION

Author: Siriporn Thawornwisit, Thesis: M.A. (Tourism and Hotel Management), University of Phayao, 2020

Advisor: Associate Professor Dr. Seri Wongmonta Co–advisor Associate ProfessorChawalee Na thalang

Keyword Development Promotion Tourism Cultural Nan Province

ABSTRACT

The Research “Approaches to the Development and Promotion of Cultural Tourism in Nan Province as a Secondary Destination” aimed to, first of all, study the cultural tourism resources of Nan Province, study the potential for developing cultural tourism resources of the Nan province; to analyze the cultural tourism marketing of this province, and to find ways to promote cultural tourism in Nan Province. This research used the qualitative method. Qualitative in–depth interviews were conducted with 24 stakeholders, and the research data used the content analysis.

The interview data indicate that Nan province is a living old town, Nan has various cultural tourism resources such as archaeological sites, antiques, museums, performing arts, traditions, local lifestyles, and cultures of ethnic groups. In addition, famous local wisdom has remained in place, including traditional patterned fabrics, natural colors, and silverware. The interview data also focused on the enchantment of the co–operation among stakeholders to promoted Cultural Tourism, the training of the young tour guides, local guides, and creating knowledge of sustainable cultural tourism in the Nan province.

The data were analyzed through a SWOT analysis to find ways to promoted cultural tourism in the province. The composition of plans was first: encouragement of local cultural tourism marketing, enhance community–based tourism, local lifestyle, and Ethnic group. Secondly, encouragement of various advertising, development the attractions promotion marketing, focused on online marketing, develop a network of tourism partners, and enhance the quality of service of local people to support tourists. Moreover, planning the directions of cultural tourism, surveying and restoring cultural attractions to not degrade and maintain them in their original condition, as well as increasing the amazing Thai host awareness of the locals. Finally, promoting and cultivating awareness of the local culture, its environment, and transferring existing cultural values and rituals to the new generation to preserve knowledge and understanding of both; these are deemed to be unique, and future generations should be able to proudly present the identity of the local culture of Nan Province.

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยเล่มนี้สำเร็จขึ้นได้ เนื่องจาก ผู้มีพระคุณทั้งหลาย โดยได้รับความเมตตากรุณาเป็นอย่างยิ่ง จาการรองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา ที่ปรึกษาและคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา แนะนำสั่งสอน ตลอดจนช่วยเหลือตรวจ แก้ไข ให้วิจัยเล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชูชนะ เตชะคณา และรองศาสตราจารย์ ชวลีย์ ณ ถลาง และ ดร. ผากามาศ ชัยรัตน์ ผู้ที่ใส่ใจดูแล ผลักดันการดำเนินการวิทยานิพนธ์และขัดเกลาเนื้อหาอย่างละเอียดถี่ถ้วนทุกขั้นตอน ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิท่านอื่น ๆ ที่ได้ให้คำแนะนำที่มีคุณค่า ตลอดจนเจ้าหน้าที่ทุก ๆ ท่าน ที่คอยเอื้ออำนวยความสะดวก จนวิจัยเล่มนี้บรรลุตามวัตถุประสงค์ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ผู้ให้ข้อมูลทุก ๆ ท่าน ในจังหวัดน่าน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ ที่กรุณาตอบสัมภาษณ์ให้ข้อมูลเชิงลึกและมีประโยชน์อย่างยิ่ง และอีกส่วนที่สำคัญยิ่ง เพื่อน ๆ ร่วมรุ่น ปริญญาโท 2561 ทุก ๆ คน ที่คอยเป็นกำลังใจให้กันเหนียวแน่น พร้อมทั้งคอยเป็นที่ปรึกษา คอยแก้ปัญหาต่าง ๆ ไปด้วยกัน ตลอดการทำวิจัยเล่มนี้

ขอบคุณคณาจารย์ เพื่อนพนักงาน มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ดหัวหิน ที่คอยเป็นกำลังใจผลักดันให้วิจัยเล่มนี้สำเร็จได้

ขอกราบขอบพระคุณแม่อมร จิตอารี บุพการีผู้ให้กำเนิดและครอบครัว ที่คอยให้การสนับสนุน ผลักดันและให้กำลังใจ ในการวิจัยครั้งนี้ให้สำเร็จ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีคุณค่ายิ่ง เนื่องจากผู้วิจัยได้รับทุนอุดหนุนการทำวิทยานิพนธ์จากมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อใช้ในการดำเนินงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยจะนำองค์ความรู้ที่ได้ไปพัฒนาตนเองและถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ทุก ๆ ท่านที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึง ล้วนเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้วิจัยเล่มนี้สำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ ที่นี้

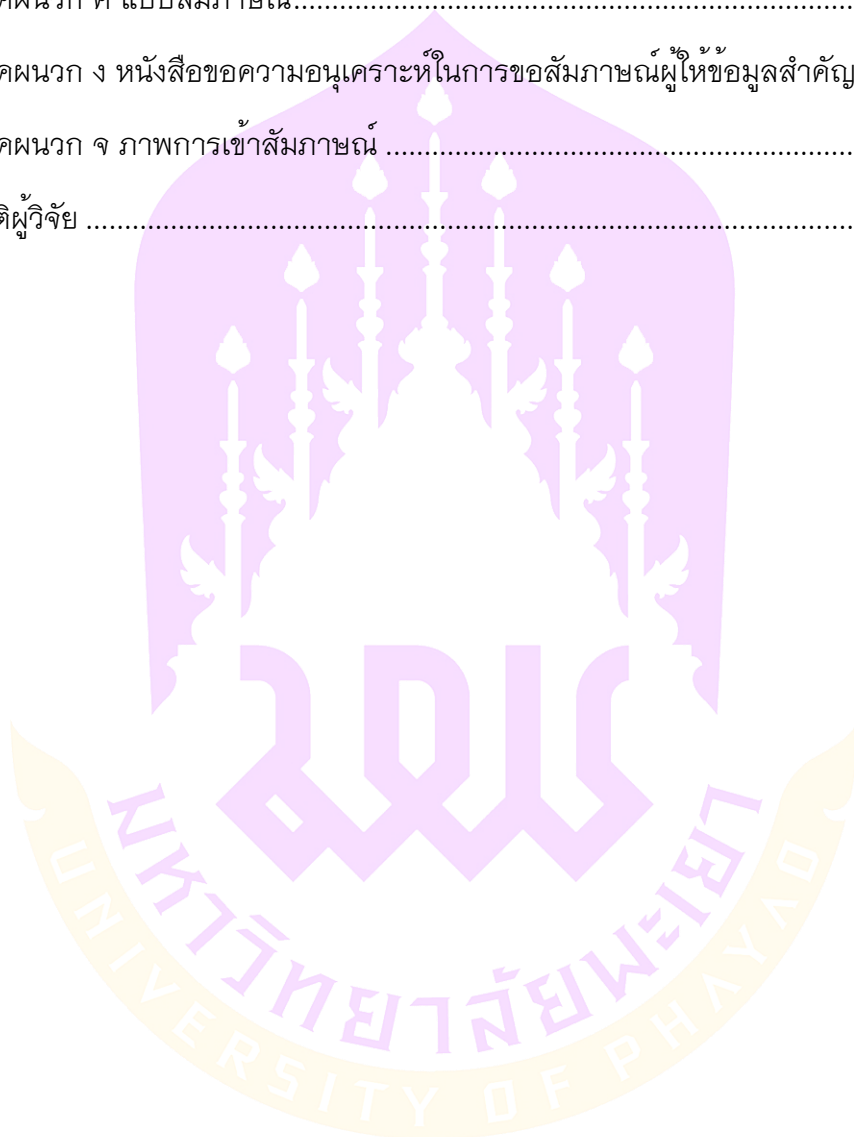
สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามในการวิจัย	9
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	9
ขอบเขตของการวิจัย	10
นิยามศัพท์เฉพาะ	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน.....	26
แนวคิดกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	32
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	46
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว	50
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	60
แนวคิดการวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ปี พ.ศ. 2564.....	64

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองหรือการท่องเที่ยวเมืองใหม่	65
แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564)	66
ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)	72
แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน	79
บริบททั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดน่าน.....	87
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	104
กรอบแนวคิดการวิจัย	115
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	116
การวิจัยเชิงคุณภาพ	116
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	124
ส่วนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์การศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดน่านใน ฐานะเมืองรอง	124
ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง	166
ส่วนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์การวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด น่านในฐานะเมืองรอง	203
ส่วนที่ 4 ผลการสัมภาษณ์การหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ จังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง.....	242
บทที่ 5 บทสรุป	267
สรุปผลการวิจัย	267
อภิปรายผลการวิจัย	282
ข้อเสนอแนะ.....	297
บรรณานุกรม	302

ภาคผนวก	307
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	308
ภาคผนวก ข รายนามผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	310
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์.....	313
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการขอสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	320
ภาคผนวก จ ภาพการเข้าสัมภาษณ์	326
ประวัติผู้วิจัย	339



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis.....	162
ตาราง 2 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis (ต่อ).....	163
ตาราง 3 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis (ต่อ).....	164
ตาราง 4 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis (ต่อ).....	165
ตาราง 5 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ในด้านองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ	197
ตาราง 6 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ในด้านองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)	198
ตาราง 7 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ในด้านองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)	199
ตาราง 8 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ในด้านองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)	200
ตาราง 9 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ในด้านองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)	201
ตาราง 10 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ในด้านองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)	202

ตาราง 11 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน.....	235
ตาราง 12 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)	236
ตาราง 13 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)	237
ตาราง 14 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)	238
ตาราง 15 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)	239
ตาราง 16 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)	240
ตาราง 17 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)	241
ตาราง 18 TOWS Matrix จังหวัดน่าน.....	300



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพ 1 ดอกกล้วยข้าว ดอกไม้ประจำจังหวัดน่าน.....	89
ภาพ 2 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดน่าน.....	90
ภาพ 3 โมเดลแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน.....	291
ภาพ 4 โมเดล REACT Policy	297
ภาพ 5 นายวรกิตติ ศรีทิพากร ผู้ว่าราชการจังหวัดน่าน	326
ภาพ 6 นายภาณุวัชร อันสนธิ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน.....	327
ภาพ 7 นายสโรช รัตนมาศ วัฒนธรรมจังหวัดน่าน	327
ภาพ 8 นายชำนาญ บุดาสา พัฒนาการจังหวัดน่าน	328
ภาพ 9 ว่าที่ ร.ต.ภาณุวัฒน์ ชัดนาค ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานน่าน	328
ภาพ 10 นายสาธิต บุญทอง นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว.....	329
ภาพ 11 นางดวงเดือน จิตอารี เจ้าของกิจการ ตูบนา โฮมสเตย์อำเภอบัว	329
ภาพ 12 นางสาวสุทธิดา กันศรีนวกุล ผู้จัดการศูนย์โอท็อป 1	330
ภาพ 13 นายพนม แก้วเทพ เจ้าของร้านลำดวนผ้าทอและกาแพบ้านไทลื้อ	330
ภาพ 14 นายมานะ ทองใบศรี นักข่าวท้องถิ่นจังหวัดน่าน เพจ เสน่ห์น่านวันนี้.....	331
ภาพ 15 นายสุรวิทย์ เมธาวรนนท์ เจ้าของบริษัททัวร์ภู่านานฮอลิเดย์	331
ภาพ 16 นายสุรพล เขียวสุต นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองน่าน.....	332
ภาพ 17 นายชนาธิป เสมแย้ม นายอำเภอบัว.....	332
ภาพ 18 นายพลายชุมพล อยู่เอนก นายกเทศมนตรีตำบลบัว	333
ภาพ 19 ว่าที่ร้อยโท บำรุง คำไว นายอำเภอบ่อเกลือ	333
ภาพ 20 นายสุทัศน์ ปันอิน นายก อบต. อำเภอบ่อเกลือเหนือ.....	334

ภาพ 21 นายสารโรจน์ อุปจักร์ ผู้ใหญ่บ้านบ่อหลวง บ่อเกลือ.....	334
ภาพ 22 นางสาวสุนทรา ปัทมวัฒน์ เจ้าของกิจการโรงเรียนชวนาตำบลศิลาเพชร.....	335
ภาพ 23 พระครูปลัดอุทัย อคฺคปัญโญ ผู้รักษาการแทนเจ้าอาวาสวัดภูมินทร์	335
ภาพ 24 นางศดานันท์ เนตรทิพย์ (ป้าหลอม) ผู้นำชุมชนกลุ่มผ้าทอไทลื้อบ้านเกิด.....	336
ภาพ 25 นางสาวอภิรดี ปรงฤทธิ์ อาจารย์ประจำและผู้ช่วยหัวหน้าศูนย์ฝึกวิชาชีพการโรงแรม วิทยาลัยการอาชีพบัว.....	336
ภาพ 26 นางนุชรี ไชยวงศ์ อาจารย์ประจำและหัวหน้าแผนกวิชาการตลาดวิทยาลัยการอาชีพ บัว.....	337
ภาพ 27 นางสาววรรณิศา ชินบุตร อาจารย์ประจำสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนา น่าน.....	337



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างมากและมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจทั่วโลก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ที่มีมูลค่ามหาศาล การเกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง จากการศึกษาขององค์การการท่องเที่ยวโลก ได้พยากรณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกประมาณ 1,800 ล้านคน ซึ่งจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ประมาณ 717 ล้านคน รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออกและแปซิฟิก ประมาณ 416 ล้านคน (การส่งเสริมการท่องเที่ยว. 2558) นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากรในปัจจุบันก็ทำให้รูปแบบของการท่องเที่ยวนั้นเปลี่ยนไปจากเดิม มีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ เกิดขึ้นหลากหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวสำหรับนักธุรกิจ การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน การท่องเที่ยวด้านอาหารท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีความหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว รวมถึงการมีวัฒนธรรมที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยดังกล่าวทำให้ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม เนื่องจากเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว ซึ่งในบรรดาประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาคนี้ได้แก่ ประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีจุดแข็งในหลาย ๆ ด้าน เป็นประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Destination) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างที่หลากหลายทั่วทุกภาคของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภูเขา น้ำตก เกาะน้อยใหญ่แห่ง ชายหาดที่สวยงาม ทะเล จุดดำน้ำ หรือ แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ที่เป็นมรดกโลก พระราชวังทั้งในอดีตและปัจจุบัน วัดขนาดใหญ่ แหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุ งานหัตถกรรม พิพิธภัณฑสถาน หรือ แหล่งท่องเที่ยวทาง

วัฒนธรรม เทศกาลและงานประเพณีต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทุก ๆ ปีทั่วทุกภาคของประเทศไทย หมู่บ้านชาวเขาเผ่าต่าง ๆ รวมถึงวิถีชีวิตของคนไทย หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงยามค่ำคืนที่สร้างสีสันให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

ด้วยความเข้มแข็งของประเทศไทยและความมีมิตรไมตรีของผู้คน ทำให้ประเทศไทยสามารถก้าวเข้าสู่การนำเสนอคุณค่าทางอารมณ์ (emotional value) ที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง รวมถึงความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ทางธรรมชาติที่ดึงดูดและสวยงาม วัฒนธรรมที่โดดเด่น ซึ่งทำให้ประเทศไทยสามารถนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์การตลาดของภูมิภาค (Regional Marketing Strategy) ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งทำให้เป็นจุดขายหลักเชิงสร้างสรรค์ของภูมิภาคนี้ (การส่งเสริมการท่องเที่ยว. 2558) ซึ่งทรัพยากรทางท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจากทั่วโลกเพื่อมาสัมผัส ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอคุณค่าของความเป็นไทยผ่านการส่งมอบประสบการณ์และแบ่งปันความสุขด้วยวิถีท้องถิ่นไทย (Unique Thai Local Experiences) ซึ่งเป็นการต่อยอดแนวคิดเชิงคุณค่าของ “วิถีไทย” ที่ลงลึกมากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและยกระดับมุมมองความคุ้มค่า (Value for money) เป็น คุณค่าด้านประสบการณ์ (Value for Experiences) เพื่อให้เกิดการบอกต่อในวงกว้าง และเป็นการชักจูงนักท่องเที่ยวทั่วโลกให้เดินทางมาเยือนประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่ารายได้ทางการท่องเที่ยว สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ รวมถึงการสร้างที่ยั่งยืนทางการท่องเที่ยวภายใต้โจทย์ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ตามเป้าหมายของรัฐบาล (กรมการท่องเที่ยว 2560)

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่ามีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปีโดยในปี 2560 ที่ผ่านมามีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 33,835,778 คน ก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศถึง 1,724,578 ล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬาอ้างอิงถึงใน (กรมการท่องเที่ยว 2560) รายได้จากการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทย ทำให้กระแสการท่องเที่ยวเกิดการตื่นตัวเป็นอย่างมากและส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

จากวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 (วิสัยทัศน์ 20 ปี) “ประเทศไทยประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย

เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยมี 5 องค์ประกอบหลักในการพัฒนา คือ

1. ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ด้วยการยกระดับคุณภาพและความหลากหลายของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทุกรูปแบบให้มีมาตรฐานครอบคลุมทุกรูปแบบ สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยวทั้งรูปแบบการท่องเที่ยว พื้นที่ และฤดูกาล พัฒนาคูณภาพสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. เติบโตอย่างมีดุลยภาพด้วยการส่งเสริมดุลยภาพทั้งสามมิติโดยการส่งเสริมการเติบโตของการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว อาทิ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ หรือระหว่างนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพกับนักท่องเที่ยวกระแสหลัก หรือ นักท่องเที่ยวทั่วไปกับนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจพิเศษ ส่งเสริมการเติบโตของดุลยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการกระจายการท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองและการท่องเที่ยวชุมชน สร้างดุลยภาพด้านช่วงเวลาและฤดูกาล โดยเฉพาะช่วงที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อย ตลอดจนส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ตามศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

3. การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีความเป็นไทย พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย การปลูกจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับประชาชนในทุกระดับ

4. การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน โดยพัฒนาภาคการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้ และสามารถกระจายรายได้ รวมถึงการขับเคลื่อนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสร้างโอกาสให้ประชาชนในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติ ส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ที่หลากหลายเพื่อสร้างประโยชน์ในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกัน โดยเฉพาะพื้นที่ชนบทและเมืองรองด้านการท่องเที่ยว

5. ส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการพัฒนาความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาด้านความสามารถในการรองรับของจำนวนนักท่องเที่ยว รวมถึงการปลูกฝังจิตสำนึกการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนด้านวัฒนธรรมให้คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์โดยการเชิดชูคุณค่าดั้งเดิมและภูมิปัญญาของท้องถิ่นนั้น ๆ ที่สืบทอดต่อกันมา (คณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ 2560)

จากนโยบายของรัฐบาลไทยโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้ปลุกกระแสให้เกิด การส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี 2562 “Amazing ไทยเท” ภายใต้แนวคิด “เมืองไทย สวยทุกที่ เททุกเวลา” และการใช้การท่องเที่ยวแบบ “วิถีไทย” เป็นตัวขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยว ทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ และเป็นการสานต่อนโยบายของรัฐบาลในการลดความเหลื่อมล้ำ ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การกระจายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวและการกระจายรายได้ การท่องเที่ยวเมืองหลักไปสู่ การท่องเที่ยวเมืองรองภายใต้แนวคิด “Amazing Thailand Go Local หรือ ท่องเที่ยวถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต” โดยการส่งเสริมภาพลักษณ์ในเรื่อง ของความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาว ต่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชน ท่องเที่ยว ในมุมมองที่แตกต่างและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาบุคลากรด้านการ ท่องเที่ยวในชุมชน ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นแบบก้าว กระโดด คนในชุมชนเองรู้สึกภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของตนเอง

การท่องเที่ยวในชุมชนก็ช่วยให้ชุมชนมีรายได้ สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 4 ของโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) นอกจากนี้รัฐบาลก็ได้ส่งเสริมให้คนไทยหันมาเที่ยว เมืองรองมากขึ้น โดยมีมาตรการสนับสนุนตั้งแต่การลดหย่อนภาษี การยกเว้นภาษีอากรใน กรณีที่จัดอบรมสัมมนาในเมืองรอง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองรอง และ เพื่อสนับสนุนให้การท่องเที่ยวได้เข้าไปถึงเมืองรองมากขึ้น รัฐบาลก็ได้จัดสร้างโครงสร้าง พื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เอื้อกับการเดินทางและเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ใน เมกะ โปรเจกต์หลาย ๆ อย่างด้วยกัน อาทิเช่น การวางโครงข่ายการคมนาคม สร้างระบบรางรถไฟที่ พาดผ่านเมืองรอง และการพัฒนาสนามบินในภูมิภาค เป็นต้น การท่องเที่ยวเมืองรองมีทั้งหมด 55 จังหวัด ใน 4 ภาคของประเทศไทย ซึ่งภาคเหนือมีด้วยกันทั้งหมด 16 จังหวัด ได้แก่ อุทัยธานี เพชรบูรณ์ กำแพงเพชร ตาก พิจิตร นครสวรรค์ พิษณุโลก อุตรดิตถ์ สุโขทัย เชียงราย ลำปาง ลำพูน แม่ฮ่องสอน พะเยา แพร่ และน่าน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

จังหวัดน่าน เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่เป็นเมืองรอง ที่ปัจจุบันได้กลายเป็นจุดหมาย ปลายทางด้านการท่องเที่ยวของภาคเหนือ จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่อยู่ชายแดนไทย-ลาว เป็น เมืองล้านนาตะวันออกที่มีมนต์เสน่ห์ที่แตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ ประกอบกับการมีภูมิประเทศ

ที่รายล้อมด้วยขุนเขาที่สวยงาม อากาศที่บริสุทธิ์ อีกทั้งสายหมอกและสายลมที่พัดผ่าน โดยเฉพาะในฤดูหนาวที่เป็นฤดูที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก นอกจากการมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามแล้ว จังหวัดน่านยังมีประวัติศาสตร์ ที่มีมาอย่างยาวนานมากกว่า 700 ปี มีสถาปัตยกรรมแบบผสมผสานระหว่างสุโขทัยและล้านนา มีโบราณที่สวยงาม เช่น วัดพระธาตุแช่แห้ง วัดภูมินทร์ วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติน่าน วัดมิ่งเมือง อีกทั้งวัฒนธรรมที่โดดเด่นที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีมาตั้งแต่โบราณ และวิถีชีวิตของคนน่านที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นที่แตกต่างจากจังหวัดใกล้เคียง โดยเฉพาะหมู่บ้านไทลื้อที่มีวิถีชีวิตที่น่าสนใจและชุมชนท่องเที่ยวท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมของหมู่บ้านโดยให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในการท่องเที่ยว ตลอดจนความมีน้ำใจไมตรีของคนน่าน จึงทำให้เมืองน่าน เมืองเล็ก ๆ แห่งนี้มีเสน่ห์ที่จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าจังหวัดน่านซึ่งเป็นเมืองรองด้านการท่องเที่ยวนั้นมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวไม่น้อยไปกว่าเมืองหลักของภาคเหนือเลย อีกทั้งเมืองน่านยังมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าดึงดูดใจและสามารถพัฒนา ส่งเสริมให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่สำคัญได้อีกเมือง โดยวัดได้จากสถิติของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นในแต่ละปี อย่างในปี 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดน่าน 943,944 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 922,059 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 21,885 คน สร้างรายได้จำนวน 2,671.12 ล้านบาท ซึ่งสูงกว่าปี 2560 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 900,126 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 879,394 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 20,732 คน และสร้างรายได้จำนวน 2,462.93 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) จากข้อมูลการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นนั้น จังหวัดน่านจำเป็นต้องหาแนวทางในการวางแผนพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เหมาะสม และช่วยกำหนดทิศทางในการจัดการด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และสังคม รวมถึงช่วยพัฒนาด้านเศรษฐกิจความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้เข้มแข็ง และเสมอภาคอย่างเท่าเทียมโดยคนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมและมีส่วนช่วยในการจัดการด้านการท่องเที่ยว

จากการศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดน่าน 4 ปี (พ.ศ.2561 – พ.ศ. 2564) จังหวัดน่านมีวิสัยทัศน์ของจังหวัด คือ “เมืองแห่งความสุข เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ธรรมชาติสมบูรณ์ การเกษตรมั่นคง ชุมชนเข้มแข็ง ท่องเที่ยวยั่งยืน” โดยได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยองค์ความรู้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

เนื่องจากจังหวัดน่านมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีความหลากหลาย และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากภูมิปัญญาของท้องถิ่น ทำให้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ส่วนใหญ่ไม่ได้รับการพัฒนาให้เกิดมูลค่าเพิ่ม โดยการใช้นวัตกรรมและช่องทางด้านการตลาดที่เหมาะสมเท่าที่ควร ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ในการให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าให้สูงขึ้นด้วยการวิจัยและการพัฒนา การใช้นวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนั้นยุทธศาสตร์นี้จึงให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงลักษณะของห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์หรือการบริการได้

2. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม

จังหวัดน่านมีความสำคัญในการเป็นพื้นที่ต้นน้ำน่าน ซึ่งนับเป็น 1 ใน 25 ของลุ่มน้ำไทย อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หลายแห่งด้วยกัน แต่พื้นที่ส่วนมากเป็นภูเขาสูงคนในพื้นที่นิยมปลูกข้าวโพดทำให้เกิดการบุกรุกและปัญหาภูเขาหัวโล้น ดังนั้นยุทธศาสตร์นี้จึงให้ความสำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมอย่างยั่งยืน คือ การป้องกันและแก้ไขปัญหาการทำลายธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมและสนับสนุนในการให้ความร่วมมือในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และการพัฒนาระบบการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน

3. การเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพการผลิตการเกษตร

เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูงทำให้มีพื้นที่ในการเพาะปลูกน้อย จังหวัดน่านจึงต้องนำเข้าผลผลิตทางการเกษตรเพื่อการบริโภคกว่าร้อยละ 80 ของความต้องการทั้งหมดในจังหวัด ดังนั้นในการเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพการผลิต จำเป็นต้องป้องกันและแก้ไขปัญหาการบุกรุกพื้นที่เพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร รวมถึงการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริม

การเกษตร การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าการเกษตร และการพัฒนาระบบตลาดกลาง และโลจิสติก

4. การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เจริญเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน

จังหวัดน่านมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบทั้งทางธรรมชาติ ป่าเขา และทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะวัฒนธรรมที่โดดเด่นแบบล้านนาตะวันออก ชนเผ่า โบราณสถานจำนวนมาก โดยในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี รวมทั้งการได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดน่าน การบอกเล่าปากต่อปากของนักท่องเที่ยว ซึ่งการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่มากขึ้นนี้ก็ได้ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม นักท่องเที่ยวหนาแน่นเกินขีดการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ขาดการพัฒนาและการบริหารจัดการที่ดี ดังนั้นยุทธศาสตร์นี้จึงเน้นและให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและเกิดความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว ดังนี้ การค้นหาพัฒนาและฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ยั่งยืน การบริหารจัดการของผู้ที่มีส่วนทั้งภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวหนาแน่น (Intensive tourism) และการยกระดับของแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในระบบสากลอย่างยั่งยืน

5. การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม

จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง มีปราชญ์และผู้นำชุมชนภาคีเครือข่าย องค์กรสตรีสภาเด็กและเยาวชนที่เข้มแข็งแต่ยังมีปัญหาในด้านคุณภาพการศึกษา สถานพยาบาลไม่เพียงพอต่อการเข้ารับบริการของประชาชน ดังนั้นยุทธศาสตร์นี้จึงให้ความสำคัญกับแนวทางการพัฒนาด้านการศึกษา คุณภาพชีวิต การพัฒนาและการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน การเสริมสร้างความสุขภาวะชุมชน การพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงภายในประเทศและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชายแดน

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า แผนพัฒนาของจังหวัดน่าน 4 ปี (พ.ศ.2561 – พ.ศ. 2564) ในด้านยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวนั้น ต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นและสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดน่านยังขาดทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่นที่สามารถเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับจังหวัดน่านได้อย่างถ่องแท้และถ่ายทอดเรื่องราวเหล่านั้นให้กับนักท่องเที่ยว ด้วยการให้บริการที่มีมาตรฐานระบบสากล พร้อมทั้งเข้ามาดูแลและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

จากการศึกษาข้อมูลด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ผู้วิจัยเห็นว่าจังหวัดน่านยังมีการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่เข้มข้นพอทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพราะยังมีนักท่องเที่ยวอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่รู้จักจังหวัดน่านในการเป็นเมืองด้านการท่องเที่ยวของภาคเหนือ ซึ่งดูได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าท่องเที่ยวในจังหวัดน่านที่มีจำนวนน้อยกว่าเมื่อเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ยังมองว่า จังหวัดน่านเป็นจังหวัดรองในการเลือกไปท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับจังหวัดใหญ่ ๆ เช่น เชียงใหม่หรือเชียงราย และมีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า หรือหากิจกรรมทำได้ยาก เป็นต้น ซึ่งความจริงแล้วจังหวัดน่านมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมทั้งวัดวาอารามที่สวยงามและมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น อาหารการกิน การเกษตรกรรม งานหัตถกรรม ตลอดจนวิถีชีวิตของคนน่านที่มีหลากหลายของชนเผ่าต่าง ๆ ซึ่งเต็มไปด้วยเสน่ห์และน่าเดินทางไปสัมผัส สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ควรได้รับการส่งเสริมในการสื่อสารให้กับคนภายนอกได้รับรู้ถึงคุณค่าและความมีเสน่ห์ของจังหวัดน่าน ดังนั้นจังหวัดน่านจึงจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน และช่วยกระตุ้นให้เกิดการประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้จัก ได้เห็นมุมต่าง ๆ ที่ไม่เคยเห็นมาก่อน และให้จังหวัดน่านเป็นตัวเลือกหลักในการท่องเที่ยวของภาคเหนือ

นอกจากการส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านให้เข้มข้นแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่าจังหวัดน่าน จำเป็นต้องมีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เข้มข้นและให้เป็นการพัฒนาแบบบูรณาการที่ควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่จะเติบโตขึ้นในอนาคตโดยไม่ส่งกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนน่าน และ

ต้องสอดคล้องกับนโยบายของเทศบาลเมืองน่านที่มุ่งมั่นในการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองน่าน ภายใต้แนวคิด “น่าน นครแห่งความสุข เมืองเก่าที่มีชีวิต” โดยการจัดการแบบบูรณาการในการให้ความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มาพัฒนาเมือง ภายใต้องค์ประกอบของการเป็นเมืองน่าอยู่ 6 มิติ อันได้แก่ 1.เมืองที่มีความสะอาดสวยงาม 2.เมืองที่มีสิ่งแวดล้อมที่ดี 3.เมืองที่มีความปลอดภัย 4.เมืองแห่งศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่ดี 5.เมืองแห่งสังคมคุณภาพ ธรรมภิบาล และ 6.เมืองแห่งโอกาสทางเศรษฐกิจ (ประชาสัมพันธ์จังหวัดน่าน, 2563) การพัฒนาการท่องเที่ยวจะเป็นแนวทางที่จะช่วยสร้างเมืองน่านให้เป็นสังคมแห่งคุณภาพที่มีผลต่อคนในชุมชนตลอดจนคนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านต่อไป

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นที่มาของการวิจัย เรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง” โดยผู้วิจัยจะศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน รวมทั้งการแสดงความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการนำผลของการศึกษามาเป็นแนวทางและการดำเนินการ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านให้เป็นไปตามแผน ที่กำหนดไว้ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับเมืองท่องเที่ยวหลักที่อยู่ใกล้เคียง การสร้างมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจให้สูงขึ้น ยกกระตือรือร้นการท่องเที่ยวและการบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและมีศักยภาพในทุก ๆ ด้านบนรากฐานของความยั่งยืนทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของคนในสังคมต่อไป

คำถามในการวิจัย

1. จังหวัดน่าน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอะไรบ้าง
2. ศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านเป็นอย่างไร
3. การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านเป็นอย่างไร
4. จังหวัดน่านจะมีแนวทางในส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

2. เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน
3. เพื่อวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน
4. เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหลักของจังหวัดน่าน ซึ่งมี 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองน่าน อำเภอปัว และอำเภอบ่อเกลือ

1.1 อำเภอเมืองน่าน จะเป็นพื้นที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้าน ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์สถาน งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม โบราณวัตถุ ประติมากรรม ภาพวาดที่สำคัญของการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน

1.2 อำเภอปัว จะเป็นพื้นที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้าน ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชีวิต อาหารพื้นเมืองและเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ทำด้วยผ้าทอที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของคนน่าน ที่เป็นภาพสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนน่าน ที่มาตั้งแต่อดีตและถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบัน

1.3 อำเภอบ่อเกลือ จะเป็นพื้นที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านวิถีชีวิต ศาสนา ความเชื่อ พิธีกรรม และการนำภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีที่นำมาใช้เฉพาะในท้องถิ่นแล้วก่อให้เกิดประโยชน์กับคนในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ศึกษาข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนแบบบูรณาการของจังหวัดน่าน โดยศึกษาบริบทของพื้นที่ ด้วยเครื่องมือเชิงคุณภาพ ได้แก่ ายงานตรวจสอบชุมชนศึกษา (Community Study) การตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน (Tourism Resource Audit) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) พร้อมทั้งวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวผ่านกระบวนการการคิดวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.2 ศึกษาข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน

3. ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยเชิงคุณภาพ

3.1 หน่วยงานภาครัฐ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด รองผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน ปลัดจังหวัดน่าน วัฒนธรรมจังหวัดน่าน

3.2 หน่วยงานภาคเอกชน คือ ผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 9 ท่าน ได้แก่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดน่าน การขนส่งของบริษัทเอกชน ผู้ประกอบการด้านที่พัก ร้านค้าขายของที่ระลึกและร้านอาหาร

3.3 ผู้แทนชุมชน คือ ผู้นำชุมชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดน่าน จำนวน 7 ท่าน

3.4 นักวิชาการ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ นักวิชาการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดน่าน อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม นักวิชาการด้านการตลาด

นิยามศัพท์เฉพาะ

เมืองรอง หมายถึง เมืองหรือจังหวัดที่ไม่ใช่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวหลัก และมีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่าน โดยในประเทศไทยมีเมืองรองทั้งหมด 55 จังหวัด ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตกมี 12 จังหวัด ภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 18 จังหวัดภาคใต้ มี 9 จังหวัด และภาคเหนือมี 16 จังหวัด ซึ่ง จังหวัดน่านก็เป็นหนึ่งในเมืองรองของภาคเหนือ

ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านเพิ่มมากขึ้น

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ในแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท่องเที่ยวในอำเภอเมืองน่าน อำเภอปัวและอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาเรียนรู้และเยี่ยมชม ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน ประเพณีและ วิถีชีวิตของคนน่าน ใน 3 อำเภอหลักของการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ได้แก่ อำเภอเมืองน่าน อำเภอปัว และอำเภอบ่อเกลือ

การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ หมายถึง การบูรณาการการท่องเที่ยวโดยการประสานแผนการทำงาน กระบวนการในการดำเนินการ การจัดการด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ควบคู่และสัมพันธ์กันไปในทุกด้าน ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจรวมถึงด้านจิตใจ ตลอดจนแนวคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ทั้ง 5 กลุ่ม อันได้แก่ ภาครัฐ ผู้ประกอบการเอกชน ผู้แทนชุมชน และตัวแทนนักวิชาการทั้งด้านการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ให้ปฏิบัติงานร่วมกันเพื่อผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อการท่องเที่ยวในภาพรวม

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน หมายถึง แนวทางในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านให้คงอยู่ไปสู่คนรุ่นหลัง โดยการอนุรักษ์และทำนุบำรุงให้คงไว้ซึ่งความสมบูรณ์ โดยการพัฒนาที่สมดุลกัน ทั้งทางด้าน สังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ที่เชื่อมโยงและสัมพันธ์ต่อกัน โดยที่ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาทำงานร่วมกัน และคำนึงถึงความสมดุลของทั้ง 3 ด้านนี้ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของคนในพื้นที่ นักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง แนวทางในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยการพัฒนาด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (6A's) ซึ่งประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) 2) เส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) 4) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) 5) ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations) 6) ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การดำเนินการ กระบวนการ หรือแนวทางในการดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน โดยการนำส่วนประสมทางการตลาด 7P's คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process) เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินการทางการตลาดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนในจังหวัดน่าน โดยการจัดการดูแลและคำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยวของพื้นที่ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ รวมถึงการกำหนดทิศทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนไปพร้อมกัน โดยให้คนในชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการบริหารจัดการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานภาครัฐ สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและช่วยกันอนุรักษ์วัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่านให้ยั่งยืนต่อไป
2. ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ได้ข้อมูลเกี่ยวกับ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการดำเนินการเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน
3. ภาคชุมชน ได้รู้จักและเห็นคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีในชุมชนของตนและสามารถช่วยส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับคนในชุมชน
4. ภาคนักวิชาการได้รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ในฐานะเมืองรอง หรืออาจจะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้จังหวัดอื่นที่อยู่ใกล้เคียงจังหวัดน่าน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ได้ศึกษาทฤษฎีแนวคิด และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
6. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
7. แนวคิดเกี่ยวกับการวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
8. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองหรือการท่องเที่ยวเมืองใหม่
9. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)
10. แผนการตลาดการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2563
11. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน
12. บริบทพื้นที่ศึกษาจังหวัดน่าน
13. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
14. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการจัดการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

องค์การการท่องเที่ยวโลก (2558) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกันเดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

สารานุกรมเสรี (2558) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นหรือเพื่อหาความรู้หรือเพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ

ชยารัตน์ แพทอง (2558) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการใช้เวลาว่างของมนุษย์เพื่อแสวงหาความสุขและความเพลิดเพลินจากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนเป็นการช่วยผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้าและความเครียด ทำให้สุขภาพทางกายและจิตใจสดชื่นดีขึ้นพร้อมที่จะกลับไปเผชิญกับการกิจต่าง ๆ และการดำรงชีวิตที่จำเจได้อย่างมีประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้ประสบการณ์ความแปลกใหม่ตลอดเวลาการเดินทาง ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ชีวิตในด้านต่าง ๆ และเข้าใจสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนดีขึ้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยว. (2558) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งหรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อนการเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬา ซีเกมส์โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษาการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

ยุวดี งามจันทร์ฉาย (2557) กล่าวถึง ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของคนจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหรือหาความรู้ซึ่งครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจตราบใดที่ผู้เดินทางยังไม่ได้ตั้งหลักแหล่งถาวรและไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทางโดย

การท่องเที่ยว ยังเป็นผลรวมของประสบการณ์พิเศษกับสัมพันธภาพซึ่งเกิดจากการเดินทาง และการพักผ่อนต่างถิ่นเป็นการชั่วคราวโดยไม่ได้ประกอบอาชีพ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางตามเงื่อนไข 3 ประการได้แก่การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว การเดินทางด้วยความสมัครใจ และการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

สมชาติ อุอ่อน (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนย้ายของผู้คนจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง ซึ่งรวมไปถึงการเดินทางภายในประเทศ และการเดินทางระหว่างประเทศ นอกจากนี้การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้องก็นับเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น โดยในหลักเกณฑ์ความหมายกำหนดได้โดยเงื่อนไขประการดังนี้

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

จากความหมายของการท่องเที่ยวข้างต้นสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้ และเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น หรือเพื่อหาความรู้

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2550) (1-3) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)
2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่

ภัตตาคาร บาร์สระว่ายน้ำ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ชาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัย หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม หรือการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยว มิได้หมายถึงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท้องถิ่น การปีนหน้าผา การดำน้ำ ในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไพร่ชนีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ องค์ประกอบทั้ง 5 ประการ ควรปรากฏอยู่บนระบบฐานข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination Management System: DMS)

Steven D. Pike (2008) กล่าวถึงคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่าง ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยวและการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ ให้กับผู้บริโภค โดยสิ่งที่สำคัญ คือแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย แหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ (6A's) ดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) คือการจัดการโปรแกรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความสะดวกรวดเร็ว รู้ถึงแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ ที่จะเดินทางไป เพื่อให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) คือ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมการขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบกและทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

3. แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ (Attraction) เป็นองค์ประกอบที่มีสำคัญที่สุด เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจจะเป็นแหล่งทางธรรมชาติที่มีความโดดเด่น หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ไม่ว่าจะเป็นที่พัก โรงแรม รีสอร์ท และโฮมสเตย์ Bed & Breakfast และ Guest House การบริการด้านการท่องเที่ยว การจัดเลี้ยง เป็นต้น

5. กิจกรรม (Activities) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ที่จะต้องมีกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ๆ เช่น ปีนเขา ดำน้ำ ตกปลา เป็นต้น โดยที่กิจกรรมเหล่านี้ต้องก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ได้แก่ บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านขายของที่ระลึก ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของ Steven Pike ที่ได้อธิบายความหมายองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวไว้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 6 ประการหรือ 6A's ดังนี้ 1. ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) 2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 3. แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ (Attraction) 4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) 5. กิจกรรม (Activity) 6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary service) มาเป็นองค์ประกอบที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลา ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิก ค่าใช้จ่าย ดังนั้น เราจึงพอจะแบ่งลักษณะการท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้ใน 6 ลักษณะดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน และความบันเทิงเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น อยากสัมผัสสิ่งใหม่ ๆ หรือชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจรวมถึงการพักผ่อนหลังจากเจ็บป่วย

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อ ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาในแง่มนุษย์วิทยา และสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะ หรือการแสดง

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

4.1 ชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส ซึ่งแม้จะย้ายสถานที่แข่งขัน ผู้ชมก็จะตามไปชมอยู่เสมอ

4.2 ร่วมแข่งขันกีฬา หรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวลักษณะนี้สถานที่จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา ป่าไม้ จากลักษณะดังกล่าว ประเทศที่มีทัศนียภาพ หรือภูมิประเทศหลาย ๆ แบบ จะได้รับความสนใจมาก

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมนา การท่องเที่ยวลักษณะนี้ไม่น่าจัดเป็นการท่องเที่ยว เพราะวัตถุประสงค์หลักไม่ใช่การเดินทางเพื่อไปท่องเที่ยวหรือพักผ่อน แต่ตามความเป็นจริง ผู้ไปร่วมประชุมสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน ดังนั้น ปัจจัยที่จะดึงดูด คือ สถานที่ที่น่าสนใจ สถานที่พักผ่อน การคมนาคมสะดวก ในปัจจุบันการท่องเที่ยวลักษณะนี้จะมีมากขึ้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา จากการที่บุคคลไปศึกษาดูงานทำวิจัย หรือโครงการ แลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา ระหว่างสถาบันการศึกษา บุคคลเหล่านี้ก็ต้องหาเวลาและโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ ประชุม และสัมนา

นอกจากนี้ ชิตจันทร์ หังสสูตร (2552) ชิตจันทร์ แบ่งความมุ่งหวังของนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 อย่าง คือ

1. ความมุ่งหมายในทางกายภาพ คือ มุ่งเดินทางเพื่อการพักผ่อนทางร่างกาย การแสดงกีฬา การสนุกสนานชายหาต การพักผ่อนใจในไนต์คลับ และการรักษาสุขภาพโดยตรง อาจเป็นคำสั่งของแพทย์หรือคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการรักษาตัว เช่น การอาบน้ำแร่เพื่อรักษา เป็นต้น

2. มุ่งหวังในทางศิลปวัฒนธรรม ผู้เดินทางต้องการจะหาความรู้เกี่ยวกับประเทศนั้นๆ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นิทานพื้นบ้าน การเต้นรำ การเขียนภาพ ศาสนา และกิจกรรม วัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ

3. มุ่งหวังในมิตรภาพ ผู้เดินทางประสงค์ที่จะเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ เพื่อหนีความจำเจ หนีไปจากครอบครัว และเพื่อนบ้าน หรือเพื่อคบเพื่อนใหม่ ๆ

4. มุ่งหวังทางฐานะและชื่อเสียงเกียรติศักดิ์ ต้องการพัฒนาศักยภาพส่วนตัว เช่น การไปประชุม ไปธุรกิจ ไปศึกษาต่อ ไปเพื่อให้ได้ปริญญาบัตร และสนใจในด้านอาชีพหรือวิชาชีพอื่น ๆ ที่ต้องการจะเรียนรู้

รูปแบบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง การจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ เป็นการจัดแบ่งเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บข้อมูลการท่องเที่ยวที่สำคัญ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวและการศึกษาผลทางเศรษฐกิจที่จะเกิดจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักต่างกัน โดยทั่วไปแล้ว สามารถจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ (วรรณวาทย์วนิช 2559)

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย ตลอดจนการโฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจโดยเฉพาะของสถานที่นั้น เช่น แหล่งฐานทางประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น

2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างไปจากประเทศของตนและต้องผ่านกระบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น ศุลกากร ด้านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น โดยใช้ภาษาต่างประเทศและอาจจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำ การท่องเที่ยวต่างประเทศนี้ขนาดของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศที่มีขนาดใหญ่จะมีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมาก เพราะมีโอกาสที่จะมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่น ๆ หลายอย่างมากกว่าประเทศ

ขนาดเล็ก แต่บางครั้งการที่จะต้องเดินทางไกล ๆ ก็อาจเป็นอุปสรรคหรือทำให้นักท่องเที่ยวหมดความสนใจ หรือมีความสนใจน้อยลงก็ได้

การท่องเที่ยวในปัจจุบันสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2551)

1. การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก

2. การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นและเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม เป็นการท่องเที่ยวในเชิงการใช้ความรู้และความภาคภูมิใจ

3. การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจในการพักผ่อนบันเทิงใจ ที่มุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม

4. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อการประชุมสัมมนา การติดต่อทางธุรกิจ ซึ่งอาจมีหรือไม่มี การศึกษาดูงานและการทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ ถูกจัดให้เป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง

การท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภทแบ่งระดับการท่องเที่ยวได้ 4 แบบที่ต้องการการจัดการที่ต่างกันคือ

1. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์รักษาททรัพยากรให้คงไว้นานที่สุด ครอบคลุมทรัพยากรทุกประเภท เช่น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตของมนุษย์ การท่องเที่ยวเหล่านี้ควรจัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) ซึ่งครอบคลุม Natural, Cultural Tourism และ Historical Tourism ทั้งหมด

2. การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการศึกษาในแหล่งธรรมชาติเพื่อการรักษาระบบนิเวศ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นมากเป็นพิเศษ ทั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งหรือบางส่วนของ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศของพื้นที่นั้น ๆ จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco tourism)

3. การจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการนันทนาการ การพักผ่อนหย่อนใจ การทัศนศึกษา การประชุม สัมมนา การติดต่อธุรกิจ ที่ให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ยังคงเป็นการท่องเที่ยวแบบประเพณี (Conventional Tourism)

4. การท่องเที่ยวที่ขัดต่อศีลธรรม จริยธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งยังคงมี แอบแฝงอยู่ในทุกส่วนหรือมีการพัฒนาอย่างถูกกฎหมายในบางพื้นที่ เช่น Sex tour, Casino และเกมส์กีฬาบางประเภทเป็นการท่องเที่ยวที่ขัดต่อศีลธรรม (Immorality Tourism)

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

นิคม จารุมณี (2555) ได้กล่าวถึง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวประเภทนี้ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) การผลิตสินค้า คือ บริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุนซึ่งเป็นผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศ และจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อม ๆ กับการได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยผ่อนคลายความเสียเปรียบในเรื่องดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง เช่น เปลือกหอย หินสวย ๆ ตามชายหาด ไม้ไผ่ ซึ่งผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึก สำหรับนักท่องเที่ยว เป็นการนำเอาวัสดุที่เคยเห็นว่าปราศจากคุณค่ามาทำให้เกิดประโยชน์ และเพิ่มรายได้ ซึ่งแม้จะเป็นรายได้เล็ก ๆ น้อย ๆ แต่เมื่อรวมกันเข้าก็เป็นรายได้สำคัญอย่างหนึ่งเช่นกัน อาจสรุปได้ว่าบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้
2. รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงาน สร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพด้วย อาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหารไปป้อนตามเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เพิ่มได้เป็นอย่างดีหรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจเป็นผู้นำเที่ยวด้วย

3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากอุตสาหกรรมบริการต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะธุรกิจทางตรง

เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลารว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใดก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร ซื้อผลิตภัณฑ์พื้นเมือง และหากพักแรมก็จะต้องใช้เป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะโรงแรม แต่จะกระจายไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่าง ๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ก็就会有การนำเอาวัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก แม้จะเป็นรายได้เพียงเล็ก ๆ น้อย ๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมาก ๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการกระตุ้นการผลิต หรือที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่สูงมากเทียบการผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

5. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ

6. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่มีข้อจำกัดในการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวคือความสวยงามของธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น ตลาดน้ำ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมและมีความยั่งยืน ไม่ผันแปร หรือขึ้นอยู่กับสภาพฝนฟ้าอากาศ ดังเช่น การผลิตด้านการเกษตร หรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ ไม่ต้องลงทุนและใช้เทคโนโลยีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุนและกระตุ้นจากองค์การท่องเที่ยวโลกอย่างจริงจังเพื่อให้ประเทศที่กำลังพัฒนาให้ความสนใจ และหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพ

7. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมเก่าแก่ สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรม ระเบียบ ประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นมรดกตกทอดที่ควรแก่การนำออกเผยแพร่ ฟื้นฟู และอนุรักษ์ไว้

8. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคน

ต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พื้นที่ที่จะสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่นนั้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งจะต้องมีผู้ลงทุนในหลาย ๆ ลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

9. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีมาตรการที่ช่วยเสริมความปลอดภัย และความมั่นคงในพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเที่ยวที่ใดต้องมั่นใจว่ามีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้นแหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไป แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

10. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสร้างสันติภาพสัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดี ด้วยการเข้าใจซึ่งกันและกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันโดยการเดินทางไปมาหา สู้กัน ผลก็คือ ความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคง

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

1. นักท่องเที่ยว คือ ผู้ที่ลงทุนเงินและเวลาเพื่อแสวงหาสินค้าและบริการ ตลอดจนประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

2. ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและบริการต่าง ๆ ผู้ประกอบการลงทุนทำธุรกิจดังกล่าวโดยมีเป้าหมายที่จะเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้นักท่องเที่ยวโดยมุ่งสร้างกำไรจากธุรกิจ

3. ภาครัฐ หมายถึง รัฐบาลของประเทศที่รองรับซึ่งต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาสู่จุดหมายปลายทางเพื่อที่จะใช้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างเงินและสร้างงานในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

4. ภาคประชาชน ได้แก่ ชุมชนที่เกิดการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์จะเสนอแหล่งท่องเที่ยวและบริการแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรม เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว

การเดินทางของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ประการ ตามที่ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2557) 80-89 กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. เงินหรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกล จำเป็นต้องมีเงิน งบประมาณ เพื่อใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยนี้เกิดจากเหตุผลและความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงิน มีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

วินิจ วีรยางกูร (2552) (32-34) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่สนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวมีดังนี้

1. การเปลี่ยนวิถีการดำรงชีวิต คือ การที่คนเริ่มประหยัดเงินส่วนหนึ่งเพื่อนำเงินมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน

2. รายได้ของครอบครัวเพิ่มขึ้น ในปัจจุบันผู้ทำงานมากขึ้น มีรายได้สูงขึ้น ทำให้เกิดตลาดใหม่ขึ้น โดยเฉพาะตลาดการท่องเที่ยว สินค้าประเภทสมัยนิยม กิจกรรมนันทนาการ ร้านอาหาร เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการในตลาดส่วนนี้

3. การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แม้ว่าเศรษฐกิจโลกตกอยู่ในภาวะเจริญเติบโตทรงตัว หรือ หดตัวเป็นบางครั้งสลับกันไป แต่รายได้และประสิทธิภาพในการผลิตก็สูงขึ้น ด้วยสาเหตุนี้ ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเจริญเติบโตอย่างมองเห็นได้ชัด

4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางลดลง โดยเฉพาะค่าโดยสารเครื่องบิน ทำให้คนระดับกลางสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ระยะทางไกล ๆ

5. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีเงินสกุลแข็ง จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศที่มีเงินสกุลอ่อนกว่า

6. สภาพแวดล้อมทางการเมืองและรัฐบาล เมื่อสภาพแวดล้อมทางการเมืองสงบเรียบร้อยไม่มีปัญหาใด ๆ การท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อตอบสนองสถานะทางเศรษฐกิจของชุมชนให้ดีขึ้น เป็นกระแสที่มีความนิยมที่ผู้คนกล่าวถึงมากมายทั้งในวงการธุรกิจและวิชาการ ซึ่งรายละเอียดขององค์ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีดังนี้

อทิยาภรณ์ แก่นสุข (2559) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวรวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพแก่สมาชิกของสังคมในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ประการ ดังนี้

1. การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในขอบเขตของความสามารถของธรรมชาติชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชนขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน
3. การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว
4. การประสานความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

พณิดา ตั้งวัฒนาภรณ์ (2558) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้นต้องมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ ดังนี้

1. ด้านหลักการ ควรมีการคำนึงถึงคุณภาพ โดยแยกออกเป็นลักษณะเฉพาะ ดังนี้
 - 1.1 คุณภาพของนักท่องเที่ยวที่ได้ประสบการณ์ด้านันทนาการของนักท่องเที่ยวในด้านที่เป็นคุณภาพและคุณประโยชน์
 - 1.2 คุณภาพของชุมชนที่จะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชน
 - 1.3 คุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่จะไม่เสื่อมโทรมลง

2. การท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่องระยะยาว และมีความสมดุลระหว่างรายได้ของชุมชนท้องถิ่น และความสุขหรือประสบการณ์อันดีที่นักท่องเที่ยวได้รับ

3. รูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อาจจะเป็นรูปแบบใดดังนี้ การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (History Tourism) การท่องเที่ยวด้านเกษตร (Agriculture Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบหลายอย่าง เช่น ด้านคุณภาพ ด้านความต่อเนื่อง และด้านความสมดุล เป็นต้น ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้จะนำไปสู่ศูนย์รวมการท่องเที่ยวและเกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนต่อไป

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เฉลิม บุญพิทักษ์ (2556) ให้แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สรุปได้ 6 ด้าน ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยือน โดยมีการประเมินศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมพร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วย

2. องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิมและป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3. องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนารูปแบบบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจโดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมด้วย

4. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพซึ่งมีลักษณะเป็นคุณประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขาพึงพอใจ

5. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของตนเองและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหนและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่

6. องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายโดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความรักหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

หลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

หลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่าต้องประกอบด้วยหลักการที่สำคัญ 10 ประการดังนี้ (สุริยา สิ้นเสนาะ, 2556)

1. การอนุรักษ์ใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและ ต้องมีวิธีการจัดใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิมทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่อย่างดั้งเดิมอย่างเพียงพอให้ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัด ต้องคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า คุณภาพของธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วย

2. การลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็นกับการลดของเสีย (Reducing over Consumption and Waste) ต้องร่วมกันวางแผนกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ หรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติและคุณภาพเหมือนกันทดแทนกันได้เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก

3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม (Maintain Diversity) ต้องวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยวโดยรักษาและส่งเสริมให้มีความ

หลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม

4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning)

ไม่เพียงแต่ทำงานตามแผนที่วางไว้ แต่ต้องประสานแผนการพัฒนาร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาล, อบต.) เป็นต้น

5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting Local Economy) จะต้อง

ประสานงานกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นหน่วยงานของรัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่น นำไปประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวให้มากขึ้นเป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น

6. การมีส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving

Local Communities) จะต้องร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์กรรวม (Participation Approach) โดยเข้าร่วมในลักษณะของหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยงานร่วมทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์ หรือร่วมแก้ปัญหาด้วยกัน เป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น

7. มีการประชุมกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and

the Public) ต้องประสานกับประชาคมในพื้นที่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ร่วมประชุมหารือทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาด โดยการจัดประชุมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ

8. การพัฒนาบุคลากร (Training Staff) จะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ความรู้ มีการ

ฝึกอบรม การส่งเจ้าหน้าที่ดูงานอย่างสม่ำเสมอให้มีความรู้ มีแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยการประสานกับสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว นับเป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กรและเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว

9. การจัดเตรียมข้อมูลคู่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว (Marketing Tourism

Responsibly) ต้องร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ข่าวสารการ

บริการขายให้พร้อมและเพียงพอต่อการเผยแพร่ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่โครงการท่องเที่ยว เป็นต้น

10. ประเมินผลตรวจสอบและวิจัย (Undertaking Research) จำเป็นต่อการแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่า คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ต่อการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ จะต้องมีการประเมินผลการตรวจสอบผลกระทบและการศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถามโดยตรง การสอบถามความเห็นจากใบประเมินผลหรือการวิจัยตลาดการท่องเที่ยว

คัมสันต์ ศรีปิตินันท์ (2557) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable Tourism) ไม่ใช่เป็นเพียงแค่การท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche tourism segments) หากแต่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวมหรือที่เรา รู้จักกันในชื่อที่เรียกว่าการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) โดยทั่วไปการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการเสมอภาคระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงสังคมและวัฒนธรรมของคนทั้งในรุ่นปัจจุบันต่อไปจนถึงคนในอนาคต ดังนั้นหลักการที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจึงประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ต้องตระหนักถึงการใช้และการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด
2. ต้องเคารพในสังคม วัฒนธรรม และประเพณีของประชาชนพื้นเมือง รวมไปถึงการรู้จักปรับตัวและเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละชุมชน
3. การสร้างความเจริญมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรก่อให้เกิดการกระจายของรายได้อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงแก่ประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (Tourism stakeholder) นอกจากนี้ ยังควรที่จะก่อให้เกิดการจ้างงานและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นรวมถึงการมีส่วนร่วมสำคัญในการช่วยลดความยากจนในท้องถิ่นด้วย
4. นอกจากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจแล้ว ยังจะต้องคำนึงถึงความร่วมมือกันของทุกฝ่ายรวมถึงจะต้องสามารถรักษาความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว การดำเนินการวางแผนอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญจะต้องมีเครื่องมือดัชนีที่ใช้วัดประสิทธิภาพต่อผลกระทบของการดำเนินการในส่วนต่าง ๆ เพื่อสามารถนำไปปรับปรุงและแก้ไขเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

สุนทร สุวรรณละออง (2555) ได้อธิบายถึงแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นต้องให้ความสำคัญในเรื่องการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงศักยภาพในการรองรับของระบบนิเวศและชุมชน (Carrying Capacity) รวมทั้งการมุ่งเน้นความยั่งยืนในประเด็นต่าง ๆ 4 ประเด็น คือ

1. ความยั่งยืนทางวัฒนธรรม (Cultural Sustainable) หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง เกิดความรัก ห่วงเห่นและต้องการดูแล รักษา สืบทอดวัฒนธรรมชุมชนของตนให้เจริญงอกงามต่อไป

2. ความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Sustainable) ในส่วนนี้หมายถึงการให้ความสำคัญต่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจนั้นคือรายได้ส่วนใหญ่ที่ได้มาจากการท่องเที่ยวควรตกอยู่กับชุมชน คนในชุมชนต้องได้รับประโยชน์เพียงพอในการจัดการกับต้นทุนและปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดตามมาจากการท่องเที่ยว

3. ความยั่งยืนทางการศึกษา (Educational Sustainable) หมายถึงการมุ่งเน้นให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน นั่นคือ นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ ได้เรียนรู้วิธีการปรับตัวให้เข้ากับชุมชนและสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจากสิ่งที่ตนคุ้นชินซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการยอมรับ เห็นอกเห็นใจ ชุมชนมากยิ่งขึ้น ส่วนชุมชนเองนั้นก็มีความโอกาสเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ จากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นต้นว่า การวางแผน การทำงานร่วมกัน การประเมินผล การมีส่วนร่วม สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและมั่นใจในตัวเองมากขึ้น

4. ความยั่งยืนทางสังคม (Sociological Sustainable) เนื่องจากมีการรวมกลุ่มเรียนรู้และทำงานร่วมกันในการจัดการเพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างกันและกันของผู้คนในชุมชนมีความเหนียวแน่น แข็งแรง ลดปัญหาความขัดแย้ง ก่อให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกัน ส่งผลให้ชุมชนสามารถรับมือหรือต่อสู้กับปัญหาต่าง ๆ ที่เข้ามาในชุมชนได้มีพลัง

จากข้อมูลข้างต้นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยสรุปได้ว่าในกระบวนการพัฒนานั้นจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลาย ๆ ด้าน เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนอย่างแท้จริง เช่น การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้นานที่สุด ใช้ประโยชน์มากที่สุดและส่งผลกระทบน้อยที่สุด รวมถึงต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน

ชนบทธรรมนิยมประเพณีมีต่อกระบวนการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงการป้องกันและรักษาทรัพยากรต่าง ๆ ไว้ให้คนรุ่นหลัง อีกทั้งประชาชนทุกส่วนต้องได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาค มีการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ยังสามารถรักษาไว้ได้ โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของ สุเนตร สุวรรณละออง (2555) ที่กล่าวถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมีความยั่งยืน 4 ด้านคือ ความยั่งยืนทางวัฒนธรรม ความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ ความยั่งยืนทางการศึกษาและความยั่งยืนทางด้านสังคมมาใช้ในการสร้างแนวทางในพัฒนาการท่องเที่ยว

แนวคิดกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน

กระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก เมื่อครั้งมีการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก หรือ "Earth Summit" เมื่อปี 2535 ที่ เมืองริโอ เดจาเนโร ประเทศบราซิล มีส่วนผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ประการ ประกอบด้วย

1. กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ
2. กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้
3. กระแสความต้องการพัฒนาคน

จากกระแสการพัฒนาทั้ง 3 ประการดังกล่าวมีผลต่อการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวและระบบการจัดการท่องเที่ยวในการหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและทดแทนการท่องเที่ยวตามประเพณีนิยม (Conventional Tourism) แบบเดิม ๆ ที่ปฏิบัติกันมา ดังนั้นแนวคิดในการนำเสนอการท่องเที่ยวอันเป็นทางเลือกใหม่นี้จึงมีชื่อเรียกอย่างหลากหลายเช่น Green Tourism, Bio Tourism, Sustainable Tourism, Conservation Tourism, Responsible Tourism และการจัดการท่องเที่ยวที่นิยมและแพร่หลายที่สุดในเวลานี้และมีนัยยะเชิงความหมายที่เข้าใกล้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) และบางครั้งอาจเรียกว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน (Community-based Ecotourism) ซึ่งโดยภาพรวมแล้วการ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นคำที่ใช้เรียกการท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลักแต่ในการอ้างอิงอย่างเป็นทางการยังไม่มีชื่อภาษาไทย บางครั้งก็เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวศึกษาระบบนิเวศ การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแวดล้อม การท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ นิเวศสัญจร นิเวศท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้การปรับตัวขององค์กรและชุมชนที่ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงอนุโลมให้มีการเรียก "Ecotourism" ว่า หมายถึง "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างไรก็ตามท่ามกลางกระแสท้องถิ่นนิยมที่มุ่งเน้นให้มีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น และให้ความสำคัญกับสิทธิชุมชนท้องถิ่น(- 2558)

ทั้งนี้ได้ประมวลนิยามและให้ความหมายเชิงปฏิบัติการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) ว่าหมายถึง "ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามากำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ" ทั้งนี้ความหมายเชิงปฏิบัติการดังกล่าวได้ถูกเขียนขึ้นภายใต้ข้อสรุปที่เกิดจากการดำเนินงานวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของชุมชน และเพื่อชุมชน อันเป็นความพยายามของชุมชนเองที่จะสร้างอัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism identity) ให้กับพื้นที่ทางสังคมของชุมชนที่ถูกท่องเที่ยว

ความสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้เป็นเงินตราให้กับผู้ประกอบการและกระจายเข้าไปในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบต. เทศบาลตำบล และอบจ.) หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องและรัฐบาลจึงควรมีนโยบายและแผนงานพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มเศรษฐกิจของท้องถิ่นโดยรวม และส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

ด้วยรายได้จากการท่องเที่ยวยอมกระจายเข้าไปสู่ท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้ ยกตัวอย่างเช่น มีนักท่องเที่ยวมากินอาหารในพื้นที่ หรือซื้อสินค้าของที่ระลึกต่าง ๆ เงินจากนักท่องเที่ยวจะผ่านมือจากเจ้าของร้านไปซื้ออาหารสด ผลไม้สด หรือเสื้อผ้าทอ เงินเหล่านี้อยอมกระจายไปสู่เกษตรกรผู้ผลิตอาหารและผลไม้ หรือไปสู่ช่างทอผ้าซึ่งอยู่ในท้องถิ่นได้ เป็นต้น ดังนั้นการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นยอมเป็นภาระหน้าที่ของคนในท้องถิ่นจะต้องร่วมกันคิดร่วมกันทำ เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวต่างถิ่นเดินทางมาเที่ยวได้เพิ่มขึ้นตลอดทั้งปีและตลอดกาล อันเป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั่นเองกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นั้น มีหลายระดับ ระดับแรกก็คือ ชุมชนหรือประชาคม (Community) ผู้รับผิดชอบเป็นเจ้าของเป็นผู้ครอบครอง จะต้องทำหน้าที่ มีบทบาท ดังนี้

1. หน้าที่รับผิดชอบการท่องเที่ยวของชุมชนตามที่กฎหมายระบุงค์กรชุมชนหรือประชาคม (Community) หรือกลุ่มประชาชน นับเป็นองค์กรเล็กที่สุด และมีบทบาทเป็นเจ้าของท้องถิ่น เจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีบทบาท และหน้าที่ต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนร่วมกัน ตามรัฐธรรมนูญกำหนดบทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกฎหมาย ดังนี้

รัฐธรรมนูญไทยฉบับพ.ศ.2540 ระบุไว้ในหมวดที่ 3 สิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทย มาตราที่ 46 ระบุว่า บุคคลซึ่งรวมกันเป็นชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมย่อมมีสิทธิอนุรักษ์และฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะหรือวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ และมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ทั้งนี้ตามกฎหมายบัญญัติมาตราที่ 56 ระบุว่า สิทธิของบุคคลที่จะมีส่วนร่วมกับรัฐและชุมชนในการบำรุงรักษา และการได้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพ และในการคุ้มครองส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ดำรงชีพอยู่อย่างปกติและต่อเนื่อง ในสิ่งแวดล้อมที่จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัย สวัสดิภาพ หรือคุณภาพชีวิตของตน ย่อมได้รับความคุ้มครอง ทั้งนี้ ตามกฎหมายบัญญัติ เพื่อให้การทำงานของชุมชนร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ มีความคล่องตัว ชุมชนหรือประชาคมจะต้องเลือกผู้แทนกลุ่มหนึ่งเพื่อทำหน้าที่เป็นองค์กรชุมชน ได้แก่ ประธานรองประธาน (1-2 ตำแหน่ง) เลขานุการและนายทะเบียน เภรัญญิกหรือสมุห์บัญชี ปฏิคมและประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดหน้าที่ ระเบียบ กติกา และรายงานต่อชุมชนในท้องถิ่นอย่างชัดเจน โปร่งใส เช่น ชุมชนสามแพร่ง ชุมชนท่าเตียน (เขตพระนคร กรุงเทพฯ) ชุมชนวัดเกตุ

การาม (อ.เมืองเชียงใหม่) ชุมชนรักษ์อัมพวา (อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม) เป็นต้น เพื่อให้การทำงานของกลุ่มผู้แทนสามารถทำงานได้ควรกำหนดเงินตอบแทนเป็นเบี้ยประชุมสำหรับค่าใช้จ่ายอื่นรวมอยู่ในงบประมาณดำเนิน

บทบาทขององค์กรชุมชนหรือประชาคมต่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้นจะต้องทำงานร่วมกันกับพหุภาคี โดยร่วมเสนอความคิดและระดมความคิดเห็นในการศึกษาสถานภาพของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวว่า มีจุดเด่น จุดด้อย โอกาสและปัญหาอะไรบ้าง จากนั้นจึงร่วมวางแผนงาน ทั้งแก้ไขปัญหาลงเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ทำแผนปฏิบัติการทั้งแผนเฉพาะกิจ แผนระยะเร่งด่วน ระยะกลาง และระยะยาว ร่วมมือกันทำงานตามแผนที่วางไว้ให้เป็นผลสำเร็จ รวมทั้งร่วมลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับการยินยอมจากชุมชน ร่วมกันประเมินผลงาน เพื่อให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ด้วยกัน หรือพบปัญหาที่ต้องร่วมกันแก้ไข ฟันฟู พัฒนาให้มีคุณภาพดีขึ้น นอกจากนั้น กลุ่มผู้แทนชุมชนต้องทำหน้าที่สร้างเครือข่ายทั้งระดับแนวตั้งและแนวนอนด้วย

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ชุมชนเป็นเจ้าของ

หากพิจารณาทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นแล้ว สามารถแยกออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ 7 ประเภท คือ

(1) แหล่งธรรมชาติที่มีความสวยงามโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเช่น ป่า เขา น้ำตก ถ้ำ ทะเล

(2) แหล่งโบราณคดี/ แหล่งประวัติศาสตร์/ ศาสนสถานที่สวยงาม

(3) พิพิธภัณฑสถาน

(4) งานบุญพื้นบ้าน งานประเพณีพื้นเมืองในรอบปี (12 เดือน)

(5) ภูมิปัญญาพื้นบ้าน วิถีชีวิตพื้นบ้าน และการประกอบอาชีพหลักในชุมชน

(6) ไร่นา สวนเกษตรต่าง ๆ และ ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ต่าง ๆ

(7) บุคลากรในท้องถิ่นที่มีความสามารถทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวด้านบริการอย่างมีคุณภาพในแต่ละสาขา เช่น บริการรถนำเที่ยว เรือนำเที่ยว บริการในร้านอาหาร และบริการนำเที่ยว(มัคคุเทศก์ท้องถิ่น หรือ วิทยากรในท้องถิ่น) เป็นต้น

การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยที่ผ่านกระบวนการจัดการของเครือข่ายการเรียนรู้และประสานงานวิจัยท่องเที่ยวโดยชุมชนการสนับสนุนให้ชุมชนดำเนินการวิจัยด้านการท่องเที่ยวสามารถสรุปประสบการณ์การจัดการงานวิจัยได้ดังนี้ (ศรียาแสงลัมสุวรรณ 2555)

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของพื้นที่แหล่งทรัพยากรอันหลากหลายของชุมชน การพิจารณาการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้เป็นการเน้นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลักมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงตั้งอยู่บนฐานคิดที่เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของการผสมผสานจุดมุ่งหมายของการฟื้นฟูและอนุรักษ์สภาพแวดล้อม รวมทั้งอัตลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ของชุมชนอันมีวิถีชีวิตและจารีตประเพณีแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังมีจุดมุ่งหมายให้คนในชุมชนรู้จักการสร้างสำนึกท้องถิ่น เร่งเร้าความภาคภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรมประเพณีของตน รวมทั้งสามารถให้คำอธิบายกับคนนอกหรือนักท่องเที่ยวได้รับรู้และเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ว่ามีความสวยงามและมีคุณค่าอย่างไร ตลอดจนการสื่อให้เห็นพัฒนาการของวัฒนธรรม จารีตประเพณีทั้งนี้เพื่อให้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน การเคารพต่อความเชื่อ ศักดิ์ศรีและสิทธิในการเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ วัฒนธรรม ประเพณี และพิธีกรรมของชุมชน

2. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการบริหารจัดการโดยชุมชน การพิจารณาการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้เน้นการจัดการท่องเที่ยวบนเงื่อนไขของการจัดการที่มีความรับผิดชอบที่จะช่วยกันลดผลกระทบต่องานสิ่งแวดล้อมและสังคม ทั้งนี้มุ่งให้มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ การจัดการสมรรถนะของการรองรับในระบบนิเวศ รวมทั้งการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต โดยเน้นภายใต้เงื่อนไขของความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับธรรมชาติในฐานะเป็นวิถีชีวิตที่เกื้อกูลในระบบนิเวศเดียวกันภายใต้หลักการที่ว่าคนที่ดูแลรักษาทรัพยากรย่อมสมควรได้รับประโยชน์จากการดูแลรักษา นั้น นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยกันประชาสัมพันธ์และเสนอแนวคิดในการเคลื่อนไหวให้นักท่องเที่ยวได้เป็นผู้เข้าร่วมขบวนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและการกระจายผลประโยชน์ที่เกื้อหนุนกันระหว่างการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวกับความต้องการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

3. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมการท่องเที่ยว การพิจารณาการใช้ประโยชน์ประเด็นนี้เป็นการเน้นให้มีการสร้างระบบการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้โดยมีกิจกรรมการให้การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ ระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการเรียนรู้ในวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรม

อันหลากหลาย ตลอดจนจนความเป็นชาติพันธุ์ อันเป็นการช่วยเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ และสร้างความตระหนัก สร้างจิตสำนึกที่ถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยว ให้กับ ประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการ ทั้งนี้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอาจนำไปสู่การสร้าง กระบวนการทางสังคมที่ชุมชนท้องถิ่นมีความพยายามในการปรับตัว ภายใต้บริบทของ สภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องรวมทั้งการสร้างดุลยภาพระหว่างการผลิตในภาค เกษตรกรรมกับการประกอบอาชีพของชาวบ้านที่เชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรของชุมชน ตลอดจนการรวมตัวกันเพื่อต่อสู้การเอารัดเอาเปรียบของบริษัทนำเที่ยวจากภายนอก อย่างไรก็ตาม กีดกันในส่วนของการกิจกรรมการสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยนั้น สกว.สำนักงานภาคและ กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา ได้ร่วมกันสร้างเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดย ชุมชน ทั้งนี้ได้พิจารณาเห็นว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนในอนาคตนั้น ไม่อาจจำกัดตัวเองอยู่แต่ เพียงชุมชน หมู่บ้าน แห่งใดแห่งหนึ่งอย่างโดด ๆ ได้ แต่พยายามให้มีการรวมตัวกันของชุมชน ท่องเที่ยวหลาย ๆ แห่ง และสร้างเครือข่ายการจัดการทรัพยากรหรือจัดโปรแกรมการ ท่องเที่ยวร่วมกันเพื่อให้การบริการและมุ่งให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างเป็น รูปธรรมโดยเน้นกระบวนการเรียนรู้ในการจัดทรัพยากรของชุมชนท้องถิ่นและแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความยั่งยืน

4. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการจัดการตัวเอง การ พิจารณาการใช้ประโยชน์จากการวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านนี้ เป็นการคำนึงถึง ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการทั้งนี้ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น และหมายรวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับ คุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนโดยมีจุดหมายปลายทางในการกลับมาบำรุงดูแลรักษา และจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติชุมชนท้องถิ่นเองก็สามารถที่จะมีส่วน ร่วมในการควบคุมการพัฒนามาตรฐานและคุณภาพของการท่องเที่ยวของตนเองได้ โดยเริ่มต้น จากชุมชนระดับรากหญ้า จนถึงองค์กรการปกครองท้องถิ่น และอาจรวมถึงการมีส่วนร่วมของ ผู้มีส่วนได้เสียอีกด้วย

5. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในฐานะกลไกการพัฒนาชุมชน การพิจารณาการใช้ ประโยชน์ในบริบทนี้ เป็นความพยายามจะชี้ให้เห็นถึงบทบาทของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ต่อการเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรชุมชนท้องถิ่นควบคู่กับการอนุรักษ์ฟื้นฟูธรรมชาติ อย่างยั่งยืน ดังนั้นการสนับสนุนโครงการวิจัยแบบนี้เป็นความพยายามที่จะชี้ให้เห็นว่าการ

ท่องเที่ยวโดยชุมชน ถือได้ว่าเป็น "เครื่องมือและกลไกของชุมชนท้องถิ่น" ในฐานะที่เป็นกระบวนการแสวงหาทางเลือกเพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรม จารีตประเพณีอันหลากหลายของชุมชน และกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ โดยยังให้ความสำคัญต่อความพยายามในการอนุรักษ์ฟื้นฟูธรรมชาติแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความจำเป็นที่จะต้องมองให้เห็นถึงบริบทของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและสภาพแวดล้อมธรรมชาติซึ่งสัมพันธ์กับเงื่อนไขภายนอกในระดับภาคและระดับมหภาคที่สามารถเชื่อมโยงปรากฏการณ์ในท้องถิ่นกับเงื่อนไขภายนอกและยังช่วยชี้ให้เห็นทิศทางของการพัฒนาประเทศที่มีผลต่อวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นอย่างชัดเจน

6. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในฐานะของการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชน การพิจารณาการใช้ประโยชน์ในบริบทนี้เป็นการย้อนกลับไปพิจารณาปัญหาของสังคมของชุมชนซึ่งอาจพบว่าชุมชนท้องถิ่นหลายแห่งกำลังเผชิญหน้ากับปัญหาวิกฤต ในด้านของความเสื่อมโทรมของธรรมชาติและควมยากจน ดังนั้นการพิจารณาประเด็นนี้จึงเป็นความพยายามที่จะชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถเป็นคำตอบส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหาดังกล่าวโดยพิจารณาการท่องเที่ยวในฐานะของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กองทุนชุมชน การพัฒนาอาชีพและฝีมือแรงงาน หัตถกรรมพื้นบ้าน เกษตรปลอดภัยจากสารพิษ รวมทั้งการพลิกฟื้นกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนในด้านการเชื่อมต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นและการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของทางเลือกใหม่ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนท้องถิ่นอย่างหลากหลาย

7. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในฐานะของการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สภาพความเป็นจริงของการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวก็คือการที่ภาคเอกชนบางแห่งบางจังหวัดได้มีบทบาทเข้ามาผูกขาดธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งเน้นการสร้างรายได้และความเจริญเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว และบางครั้งด้วยความไม่เข้าใจในเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรม ประเพณี ขนบธรรมเนียมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวดังกล่าวได้สร้างผลกระทบต่อการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่นรวมทั้งก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อันเนื่องจากชุมชนท้องถิ่นขาดอำนาจในการจัดการท่องเที่ยวของ

ตน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเข้ามากำหนดบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ให้เข้ามามีส่วนสำคัญร่วมกับภาคประชาชน ในการจัดการและหารูปแบบของการท่องเที่ยวในบริบทของชุมชนท้องถิ่น อันจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ในระดับล่าง รวมทั้งระบบการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมธรรมชาติให้กับชุมชนท้องถิ่นอย่างมากขึ้นกระบวนการการบริหารจัดการ

ผลกระทบทางบวกและทางลบจากการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น
 ดังนี้ (ประวิทย์ ชุมบัวทอง 2558)

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลง โครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น เมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ก็จะมีการลงทุนผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นขึ้น จึงทำให้เปิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น จากการเกษตรไปสู่อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ
2. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างอาชีพและการจ้างงานแก่ชุมชนท้องถิ่น เมื่อชุมชนมีการสร้างอาชีพและการจ้างงานจากการท่องเที่ยวย่อมก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ชุมชนท้องถิ่น จึงเป็นการเปิดโอกาสให้เกิดการจ้างงานในชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้นำเงินไปใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวของชุมชน และทำให้รายได้เข้าสู่ชุมชนท้องถิ่น
3. ช่วยกระตุ้นให้เกิดการคิดค้นนำทรัพยากรที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์หรือแปรรูปเป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นการสร้างอาชีพสร้างงานและรายได้ให้กับคนในชุมชน
4. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนท้องถิ่น ทำให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว เมื่อชุมชนท้องถิ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยวย่อมหมายถึงมีการกระจายรายได้สู่ชุมชน และก่อให้เกิดการพัฒนาสร้างความเจริญแก่ชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มรายได้ต่อหัวของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นเครื่องชี้สถานะทางเศรษฐกิจของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นว่ามีการกินดีอยู่ดีขึ้น

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการช่วยลดปัญหาทางด้านดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ

6. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการกระตุ้นการผลิตด้านอื่น ๆ ของชุมชนท้องถิ่น ทำให้ประชาชนท้องถิ่นสามารถนำรายได้ไปจ่ายได้มากขึ้น ก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจของชุมชนซึ่งเป็นการกระตุ้นในการนำทรัพยากรของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้น

7. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหารายได้เป็นฤดูกาลแก่ชุมชนในท้องถิ่น เนื่องจากการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นฤดูกาล ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไม่อาจจะอยู่รอดได้เมื่ออยู่นอกฤดูกาลท่องเที่ยว นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวอาจประสบภาวะเสื่อมโทรม หรือมีคู่แข่งขึ้นมาแย่งตลาดไปหรืออาจจะประสบปัญหาจากธรรมชาติที่แปรผันไปจนแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นนั้นไม่ดึงดูดใจอีกต่อไป

8. เกิดปัญหาคุณภาพแรงงานของชุมชนท้องถิ่น เมื่อชุมชนท้องถิ่นมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ทำให้ต้องการแรงงานด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นเหตุให้เกิดการถ่ายเทแรงงานจากชุมชนจากชุมชนท้องถิ่นอื่นเข้ามาทำงานในแหล่งท่องเที่ยวและมีแรงงานส่วนหนึ่งที่ด้อยคุณภาพเข้ามาด้วย ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อการท่องเที่ยวโดยรวม อีกทั้งต้องเสียค่าใช้จ่ายในการพัฒนาแรงงานให้มีคุณภาพมากขึ้น

9. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาราคาและค่าครองชีพสูงแก่ชุมชนท้องถิ่น เมื่อมีนักท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น ย่อมต้องมีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเกิดขึ้น เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวถือโอกาสโก่งราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ค่าครองชีพของชุมชนท้องถิ่นก็ย่อมสูงตามด้วย ทำให้ราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวสูงขึ้นประสบภาวะเงินเฟ้อในชุมชนท้องถิ่นนั้น

10. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาการแก่งแย่งผลประโยชน์กันขึ้นในหมู่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวด้วยการตัดราคา โดยมุ่งหมายที่จะขจัดคู่แข่งขึ้นให้ออกจากธุรกิจท่องเที่ยวไป ถึงแม้จะต้องขาดทุนก็ยอม ซึ่งส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจโดยรวม

11. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาลูกส่วนแบ่งผลประโยชน์อันควรได้ของชุมชนท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกชุมชนท้องถิ่นเข้ามาดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งบางธุรกิจท่องเที่ยวอาจมีบริษัทต่างชาติเข้ามาผูกขาดดำเนินการ ทำให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับส่วน

แบ่งผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งในความถูกต้องผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ควรตกอยู่กับชุมชนท้องถิ่น

12. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาอัตราที่ดิน การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยว ทำให้ราคาที่ดินสูงขึ้นโดยเฉพาะที่ดินบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

13. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาค่าใช้จ่ายในการจัดระเบียบชุมชนท้องถิ่น เพื่อคงไว้ซึ่งการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไป เช่น ค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสียและขยะมูลฝอยเพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายในการบูรณะซ่อมแซมความเสียหายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการจัดหาสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพิ่มขึ้น

ผลกระทบทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

จากการศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวทางด้านสังคมและวัฒนธรรมนั้น ได้มีการศึกษาและวิจัยไว้หลายท่าน บางท่านได้อธิบายเกี่ยวกับผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมไปพร้อม ๆ กัน การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมย่อมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรม ดังนั้นจึงเป็นเรื่องยากในการแยกอธิบายเรื่องของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมให้ออกจากกัน อย่างไรก็ตามมีผู้ศึกษาวิจัยบางกลุ่มไปศึกษาถึงผลกระทบทางด้านสังคมและวัฒนธรรมแยกออกจากกันอย่างชัดเจน แต่ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาในรูปใดนั้นองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งสิ้น ขึ้นอยู่กับมุมมองและการนำไปใช้ของผู้ศึกษา

อรุณพล บุญศิริ (2556) ได้ศึกษาถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมไปพร้อม ๆ กัน โดยมีการชี้ให้เห็นถึงผลกระทบทางตรงและทางอ้อม กล่าวได้ว่า ผลกระทบทางตรงจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของวัฒนธรรมดั้งเดิม วัฒนธรรมเดิมถูกนำมาดัดแปลงเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในลักษณะที่เรียกว่า “การขายวัฒนธรรม” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen (1989) ได้กล่าวว่าวัฒนธรรมประเพณีที่นักท่องเที่ยวชื่นชมกลายเป็นวัฒนธรรมเพื่อการแสดงเป็นเพียงสินค้าอย่างหนึ่งที่นำมาขายโดยไม่มีส่วนสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของสังคมนั้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554) ได้อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวทำให้สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบวัฒนธรรม ประเพณี เนื่องจากการนำวิถีชีวิตขนบธรรมเนียมและประเพณีของสังคมไทยมาเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวมากขึ้น หากไม่ระมัดระวังสิ่งที่เกิดขึ้นคือการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเนื้อหาเดิมของประเพณี วัฒนธรรมเดิมที่นำมาเป็นจุดขาย โดยทางอ้อมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ตามมา ซึ่งมีส่วนทำให้สายสัมพันธ์

ทางสังคม-วัฒนธรรม (Social-Cultural linkages) ของประชาชนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง คนรุ่นใหม่ต่างมุ่งจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกิดขึ้นมากกว่าการสืบทอดอาชีพดั้งเดิมจากบรรพบุรุษ ยิ่งไปกว่านั้นการมีส่วนร่วมในโอกาสงานบริการนี้ทำให้เริ่มห่างเหินจากญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง และกิจกรรมในชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นเริ่มจางหายไปคนรุ่นใหม่จะชื่นชมกับความก้าวหน้าทางสังคมสมัยใหม่มากกว่าผูกติดกับวิถีชีวิตเดิม

นอกจากนี้อาจเกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างมาก เนื่องจากความอ่อนแอของสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่แหล่งท่องเที่ยวเองมุ่งจะปรับตัวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นมากกว่าความพยายามที่ให้วัฒนธรรมคงเดิมเป็นลักษณะเฉพาะ แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวยังมีผลดีต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อให้เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว หากไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมอันเป็นมรดกและเอกลักษณ์ของสถานที่อาจเสื่อมหรือสูญไปได้ นอกจากนี้

อัญญารัตน์ ธีรารัตน (2556) ได้กล่าวถึงเรื่องของผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมชุมชนในแง่ของความสัมพันธ์ที่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตที่เกิดจากการลอกเลียนแบบอย่างจากนักท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวนั้นทำให้เกิดการลอกเลียนแบบอย่างวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวโดยประชาชนในท้องถิ่น จึงก่อให้เกิดปัญหาการใช้วัฒนธรรมที่ไม่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของประชาชนท้องถิ่น ก่อให้เกิดความขัดแย้งกันระหว่างวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่ลอกเลียนแบบมาจากนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เกิดปัญหากับประชาชนท้องถิ่นและสังคมท้องถิ่นอย่างมาก การเลียนแบบทางวัฒนธรรมซึ่งไม่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตที่แท้จริงของประชาชนในสังคมนั้นคือ อุดมการณ์ที่นำไปสู่การพึ่งพา เช่น บ้านนอกพึ่งพากรุงเทพฯ ซึ่งเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมนักท่องเที่ยว และกรุงเทพฯ ก็ต้องพึ่งพาต่างประเทศ ซึ่งเป็นผู้ส่งนักท่องเที่ยวเข้ามา วัฒนธรรมการพึ่งพาเหล่านี้ไม่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น และวัฒนธรรมที่ตัดขาดจากวิถีชีวิตเหล่านี้ย่อมไม่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและสังคม

ดังนั้นจึงไม่เอื้ออำนวยประโยชน์ให้กับสังคมและชุมชนเลย นอกจากนี้ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมยังก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนของวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อรับใช้วัฒนธรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความไม่สัมพันธ์กันของวิถีชีวิตชุมชนจนในที่สุดก็เกิดการดัดแปลงวัฒนธรรมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นคุณค่าเดิมของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เคยสัมพันธ์กันกับวิถีชีวิตถูกทำลายและหมดคุณค่าลงไป ซึ่งผลกระทบด้านบวกและ

ด้านลบของการท่องเที่ยวต่อสังคมวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น มีดังนี้ (ประวิทย์ ชุมบัวทอง 2558)

1. การท่องเที่ยวช่วยสร้างความเจริญทางสังคมแก่ชุมชน เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้บริการแก่นักท่องเที่ยวก่อให้เกิดการลงทุนทั้งภาครัฐบาลและเอกชนในการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์ความเจริญให้กับสังคมในชุมชนท้องถิ่น

2. การท่องเที่ยวช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของชุมชนท้องถิ่นและก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของชุมชนทำให้ประชาชนในชุมชนมีรายได้และมีอำนาจในการซื้อมากยิ่งขึ้น มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นการช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น

3. การท่องเที่ยวช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่นเพราะการท่องเที่ยวจะช่วยเปิดโอกาสให้มีการพบปะกันมากขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันและเกิดการสร้างความสามัคคี ทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจตระหนักในคุณค่า เกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ส่งผลให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาไปสู่ความยั่งยืน

4. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวและยังก่อให้เกิดผลตอบแทนที่เป็นรายได้จากการท่องเที่ยวในรูปของค่าเข้าชม

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ก่อให้เกิดความเข้าใจและยอมรับถึงคุณค่าทางมรดกวัฒนธรรมของชุมชน

6. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างชุมชน ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อกันระหว่างประชาชนในชุมชนกับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

7. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนท้องถิ่น โดยทำให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนท้องถิ่นอื่นพากันอพยพย้ายถิ่นเข้ามาทำงานในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว อาจสร้างปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัญหาที่อยู่อาศัย ปัญหาการจราจรติดขัด ปัญหาสาธารณสุข ปัญหาการจัดเก็บขยะมูลฝอย เป็นต้น

8. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและค่านิยมของสังคมของชุมชนท้องถิ่นกล่าวคือชุมชนท้องถิ่นเกิดความชื่นชมและเลียนแบบอย่างนักท่องเที่ยว เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านการแต่งกาย ค่านิยมในการบริโภคสินค้าต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งเป็นการ

ทำลายเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเป็นการใช้ชีวิตอย่างฟุ้งเฟ้อไม่ประหยัด ซึ่งสร้างปัญหาแก่สังคมในระยะยาว

9. เกิดปัญหาการหลอกลวงการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายเกิดความโลภจึงเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว โดยเล็งเห็นแก่ผลประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าส่วนรวม การคิดกำไรเกินควร เกิดการหลอกลวงหรือโกงนักท่องเที่ยวด้วยการขายสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพต่ำกว่าราคา ทำให้ภาพการท่องเที่ยวของชุมชนติดลบจนนักท่องเที่ยวไม่อยากเข้ามาเที่ยว

10. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรมขึ้นในชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวทำให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นรู้สึกแตกต่างด้านฐานะทางเศรษฐกิจระหว่างนักท่องเที่ยวกับประชาชนในชุมชนท้องถิ่น จึงเป็นผลให้มีโอกาสเกิดอาชญากรรมขึ้น

11. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาทางด้านความขัดแย้งด้านวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น เช่น การแต่งกายไม่สุภาพของนักท่องเที่ยวเมื่อเข้าชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ การเปลือยกายอาบแดด เป็นต้น

12. การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาการลดคุณค่าของงานศิลปะ วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น โดยผู้ผลิตมุ่งคำนึงถึงการผลิตงานศิลปะหัตถกรรมในด้านปริมาณมากกว่าคุณภาพอันเป็นการทำลายคุณค่าศิลปะหัตถกรรมของชุมชนท้องถิ่นให้ลดต่ำลงและก่อให้เกิดปัญหาการทำลายศิลปวัตถุของชุมชนท้องถิ่น เช่น การขีดเขียนบนศิลปวัตถุ หรือ การตัดเศียรพระพุทธรูปมาขายให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมถือว่าเป็นองค์ประกอบและปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเพื่อเกิดผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจสู่สังคม การสร้างรายได้สร้างงานหรือการนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศสู่ประเทศโลกที่สาม แต่อย่างไรก็ตามการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะสิ่งแวดล้อมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Environment) เช่น แผ่นดิน น้ำ พืช และสัตว์ และสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-Made Environment) เช่น โบราณสถานต่าง ๆ สิ่งก่อสร้าง อาคารต่าง ๆ ที่พักอาศัย เป็นต้น

ฐิติทธิ ฐาติ (2543) ดังนั้นผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมนั้นหมายถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของสิ่งแวดล้อม สร้างเป็นสภาพแวดล้อมใหม่ขึ้นมา โดยสภาพแวดล้อมใหม่ที่เกิดขึ้นอาจจะก่อให้เกิดผลด้านบวกหรือด้านลบต่อสภาพแวดล้อมเดิมที่เป็นอยู่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับสถานะของสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมที่สนใจ การเปลี่ยนแปลงนี้อาจเกิดขึ้นได้เองตามธรรมชาติ หรือมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้นก็ได้ ซึ่งผลกระทบด้านบวกและด้านลบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น มีดังนี้ (ประวิทย์ ชุมบัวทอง 2558)

1. การท่องเที่ยวทำให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นได้ตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ทำให้เกิดประโยชน์ในการรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งสามารถอาศัยรายได้จากการท่องเที่ยวกลับมาสนับสนุนช่วยรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่นด้วย

2. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการศึกษาค้นคว้าหาแนวทางรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งการออกกฎหมายควบคุมป้องกันสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่นไม่ให้เสื่อมโทรม

3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการบุกรุกบริเวณพื้นที่อนุรักษ์และพื้นที่สาธารณะเพื่อเปลี่ยนเป็นสถานที่พักแรม ร้านอาหาร และบริการอื่น ๆ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและมลภาวะในชุมชน เช่น ปัญหาขยะมูลฝอย ปัญหาขยะเป็นพิษและมลภาวะทางเสียง ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนมีผลต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนทั้งสิ้น

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาด้านการทำลายภูมิทัศน์ของชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือมีการสร้างอาคารและสิ่งปลูกสร้างขึ้นในชุมชน ซึ่งอาคารบางแห่งอาจจะก่อให้เกิดปัญหาการทำลายทัศนียภาพอันสวยงามของชุมชน บางแห่งมีลักษณะไม่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมเดิม

จากแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่าพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้เกิดประโยชน์และโทษต่อชุมชน ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนในแต่ละแห่งนั้น ผู้วิจัยเชื่อว่าในแต่ละชุมชนก็จะมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งความแตกต่างนั้นย่อมขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอยู่ภายในแหล่งชุมชนนั้น ๆ จำเป็นที่จะต้องศึกษาและค้นหาปัจจัยและความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบนั้น ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่อไป

จากข้อมูลความสำคัญของการท่องเที่ยว ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวมีประโยชน์ต่อระบบต่าง ๆ ในประเทศในภาพรวม โดยเฉพาะระบบเศรษฐกิจที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และปัจจัยสำคัญที่นำรายได้มาสู่การท่องเที่ยวคือนักท่องเที่ยว แต่กิจการท่องเที่ยวมิได้ก่อให้เกิดผลดีเท่านั้นแต่จะทำให้เกิดผลเสียตามมาได้เช่นกัน ดังนั้นการวางแผนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ดีและให้ความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีที่ถูกต้องจะช่วยลดผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวได้มาก

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม ได้แก่ พระราชวัง ปราสาทหิน วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปะ ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตที่แสดงถึงความรุ่งเรืองและมีการพัฒนาให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตและสภาพแวดล้อมในแต่ละยุคที่ถ่ายทอดและส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้ทราบประวัติความเป็นมา ศรัทธา มุมมองความคิดของคนในอดีตจนถึงปัจจุบัน

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ประเภทของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มี 5 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่ไปยังแหล่งโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชม และได้รับความรู้และความเข้าใจด้านประวัติศาสตร์ แล้วเกิดความประทับใจและมีจิตสำนึกในการรักษามรดกทางวัฒนธรรม
2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในท้องถิ่น ความเพลิดเพลิน ตื่นตาตื่นใจแล้ว ได้เรียนรู้ความเชื่อ การเคารพในพิธีกรรมต่าง ๆ ได้เข้าใจค่าของสังคมและวัฒนธรรม
3. การท่องเที่ยวเชิงวิถีชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism) คือ การท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีผลงานสร้างสรรค์เป็นพิเศษ ได้เรียนรู้บนพื้นฐานของความประทับใจและมีจิตสำนึกในการรักษามรดกทางวัฒนธรรม

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่ไปยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา หรือแข่งขันกีฬา ทำให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ได้รับความรู้ความเข้าใจที่เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกในการรักษาสถานที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นในการจัดการด้านการท่องเที่ยวและการรักษาคุณค่าของสภาพแวดล้อม

5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่มีกิจกรรมส่งเสริมด้านสุขภาพหรือฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การอบสมุนไพร การนวด การฝึกกายบริหาร เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและสุขภาพบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกในการรักษามรดกทางวัฒนธรรม

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจต้องการศึกษาเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ ประเพณีที่แตกต่างของแต่ละท้องถิ่น เพื่อเยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรม งานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญา และสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในสังคมนั้น ๆ ที่มีการส่งต่อจากคนในอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมแหล่งโบราณคดี การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปะงานประเพณี ความเชื่อ การท่องเที่ยวเชิงวิถีชนบทเพื่อชมวิถีชีวิตของคนที่แตกต่างกัน ความเป็นเอกลักษณ์ที่พิเศษ การร่วมกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพและการกีฬา โดยที่การท่องเที่ยวในทุกรูปแบบต้องมีความเข้าใจ มีจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรม

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบไปด้วย บุญเลิศจิตตั้งวัฒนา (2548)

1. ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์
2. โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์
3. งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม สิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองเก่า ซากปรักหักพัง
4. ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก
5. ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา
6. ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์

7. ภาษาและวรรณกรรม

8. วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร

9. ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่าง ๆ

10. ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

ผู้วิจัยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา
ในการศึกษาและสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านใน อำเภอเมือง
น่าน อำเภอปัวและอำเภอบ่อเกลือ

องค์ประกอบพื้นฐานที่ใช้ในการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

องค์ประกอบพื้นฐานที่ใช้ในการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี
3 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2549)

1. องค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มี
คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมที่ดึงดูดความสนใจ มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตและภูมิ
ปัญญา มีความงดงามทางด้านศิลปวัฒนธรรม ที่สร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้
นักท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบด้านศักยภาพ มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ดังนี้

1.1 คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย

1.1.1 ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญาและองค์ความรู้

1.1.2 ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี

1.1.3 ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม

1.1.4 ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่าง

ต่อเนื่อง

1.1.5 ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบทอดได้

1.1.6 ความผูกพันต่อท้องถิ่น

1.1.7 ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์

1.2 ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

1.2.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

1.2.2 ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

1.2.3 ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว

2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบที่จะช่วยเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ดังนี้

2.1 ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน

2.2 ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

3. ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแล ดำเนินการและจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบดังนี้

3.1 การจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน การจัดการ การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยว

3.2 การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยการดำเนินงานของหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในพื้นที่ ในการสร้างจิตสำนึกและให้ความรู้ในคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่ดูแล ผู้ประกอบการและคนในชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

3.3 การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมต่าง ๆ ในการจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์พื้นที่และการจัดการด้านการท่องเที่ยวให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

สรุปการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะใช้หลักเกณฑ์ในการประเมินจากศักยภาพ 3 ด้าน คือ ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวและศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

หลักการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เสรีวงศ์ไพจิตร (2534)(172) ได้สรุปว่า ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประมาณ 370 แห่ง เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่ามาก และต้องช่วยกันอนุรักษ์ไว้โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องคำนึงถึงหลัก 3 ประการ ดังนี้

1. สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถาปัตยกรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ที่ได้เข้ามาเยี่ยมชม

2. สิ่งที่คนในชุมชนคาดหวัง ได้แก่ ความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรมของตนเอง การมีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ

3.สิ่งที่ผู้รับผิดชอบ ผู้ที่ส่วนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวคาดหวัง ได้แก่ งบประมาณในการทำนุบำรุงรักษา การจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานให้เพียงพอ และเหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ใกล้เคียง ตลอดจน ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก สถานที่พักผ่อน การรักษาความปลอดภัยและการดูแลรักษาความสะอาดของสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

สรุป หลักการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องคำนึงถึง ความคาดหวังของ นักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้รับผิดชอบ ผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยความคาดหวังต้อง สอดคล้องต่อความต้องการของทุกฝ่าย โดยคำนึงถึงความเหมาะสมและอยู่บนพื้นฐานของการ อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้อยู่คงอยู่เป็นหลัก

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

ความหมายของกลยุทธ์

กลยุทธ์ หมายถึง แบบแผนของผู้บริหารระดับสูงที่จะนำไปสู่ความสำเร็จที่มีความ สอดคล้อง กับภารกิจและเป้าหมายขององค์กร (Wright 1992)

เชอร์เมอร์ฮอร์น (Schemerhorn 2002) ยังได้กล่าวว่า กลยุทธ์หมายถึง แบบแผนหรือ แผนปฏิบัติการที่มีความสำคัญต่อองค์กร เพื่อใช้ในการกำหนดทิศทางขององค์กรให้บรรลุ เป้าหมายและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

โคลเลอร์ (Coulter 2005) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์หมายถึง การตัดสินใจและการนำไปสู่ เป้าหมายโดยตรงในการใช้ทรัพยากรและศักยภาพขององค์กรเพื่อสร้างโอกาสและป้องกัน เหตุการณ์ ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร

เฟรด (R. 2012)ยังได้กล่าวอีกว่า กลยุทธ์หมายถึง วัตถุประสงค์ระยะยาวที่จะทำให้ องค์กรประสบผลสำเร็จ

จากข้างต้นสรุปได้ว่า กลยุทธ์ หมายถึง รูปแบบ แผนการ และแนวทางที่จะนำไปสู่ ความสำเร็จได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร

ความหมายการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

เรต และไบจานิค (Reid 2001) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสารกับตลาดนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยวนำไปใช้ในการสื่อสารข้อความต่าง ๆ ไปยังนักท่องเที่ยว

ฉันทัช วรณณอม (2554) ได้กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง เครื่องมือสื่อสารผ่านรูปแบบต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้จดจำ และรู้จักอย่างรวดเร็ว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2557) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการจำหน่ายเพื่อสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ผลิตและลูกค้าตลาดเป้าหมาย เพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ

เสรี วงษ์มณฑา (2547) ได้กล่าวถึง กระบวนการพัฒนางานการสื่อสารการตลาดที่ต้องการใช้การสื่อสารเพื่อจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสร้างพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยพิจารณาวิธีการสื่อสารตราสินค้า (Brand contacts) เพื่อกลุ่มผู้บริโภคได้รู้จักสินค้า

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวหมายถึง เครื่องมือและวิธีการที่ธุรกิจทางการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม สามารถนำไปใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า กลุ่มเป้าหมายหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดการรับรู้ และจดจำได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้เกิดแรงกระตุ้นจูงใจ ทัศนคติความต้องการในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง รูปแบบ แผนการ และแนวทางที่เป็นเครื่องมือและวิธีการที่ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้และจดจำได้อย่างรวดเร็ว เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยว กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวมีบทบาทความสำคัญต่อบริษัทการท่องเที่ยว ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบของกลยุทธ์ส่วนประสม การตลาด ซึ่งวิธีการที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดมีวัตถุประสงค์สำคัญดังนี้

1. ส่งเสริมการรับรู้ของตลาดด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและวิธีการส่งเสริมการตลาด
2. กระตุ้นให้เกิดการยอมรับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวเสนอออกสู่ตลาด

3. ชักชวนให้มีการซื้อและช่วยเร่งการตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

4. การจูงใจนักท่องเที่ยวให้สนับสนุนการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป และซื้อเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

องค์ประกอบของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

นักวิชาการทางการท่องเที่ยว โมฮัมหมัด และคณะ (Muhammad Aslam Memon 2001); ฉันทิช วรรณถนอม (2554) และฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2557) ได้มีความเห็นสอดคล้องถึง องค์ประกอบของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วย ส่วนประสมย่อยที่สำคัญดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) คือ รูปแบบ ความคิด วิธีการนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีใช้ตัวบุคคล เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เกิดแรงจูงใจไปกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อหรือเพื่อการใช้สินค้าและบริการของ ธุรกิจการท่องเที่ยวนั้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย

1.1) ลักษณะเด่นของการโฆษณาคือรูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เป็นการโฆษณาต้องประกอบไปด้วยลักษณะเด่น 4 ประการ ดังนี้

1.1.1) การโฆษณาต้องมีการเสียค่าใช้จ่ายเพราะการชำระเงินถือเป็นค่าตอบแทนในการลงโปรโมทสินค้าและบริการผ่านการโฆษณาสื่อต่าง ๆ

1.1.2) การโฆษณาต้องนำเสนอผ่านสื่อไม่ใช่ผ่านตัวบุคคล เพราะการสื่อสารไม่ได้ใช้บุคคลแต่ใช้สื่อมวลชน จึงไม่ได้มีการตอบโต้ระหว่างพนักงานขายกับลูกค้าแต่อย่างใด แต่เป็นการโปรโมทข้อมูลสินค้า บริการทางการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่กระจายตัวตามพื้นที่ต่าง ๆ ให้รับรู้อย่างทั่วถึงกัน

1.1.3) การโฆษณาต้องเป็นการเผยแพร่แสดงความคิดอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นการสร้างความคุ้นเคย มั่นใจ ตรวจสอบ ยอมรับ เปรียบเทียบข้อมูล ระหว่างคู่แข่งต่าง ๆ เปลี่ยนทัศนคติทดลอง สั่งซื้อ และสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวขึ้น ๆ ให้แก่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1.1.4) การโฆษณาต้องมีการระบุผู้อุปถัมภ์ หรือผู้ทำการโฆษณา เพราะการ ปรากฏชื่อผู้โฆษณาจะช่วยป้องกันไม่ให้ผู้รับสารเกิดความสงสัย และขาดความ

นำเชื่อถือในโฆษณา หากโฆษณาไม่เหมาะสมและไม่เป็นไปตามความเป็นจริงก็สามารถเรียกร้องจาก ผู้ลงโฆษณาได้ เพราะผู้โฆษณาเป็นผู้เสียค่าใช้จ่าย จึงสามารถที่จะควบคุมส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา สถานที่ ช่วงเวลาที่โฆษณาได้อย่างเต็มที่

1.1.5) การโฆษณาเป็นการขายโดยอาศัยเหตุผล เพราะการที่นำเสนอการขายด้วยเหตุผลจริงแต่อาจจะไม่ทั้งหมดและเหตุผลสมมติก็สามารถจูงใจได้อย่างไรก็ตามสิ่งที่ปรากฏในโฆษณาทั้งหมดเป็นความจริง แต่ความจริงก็ไม่ทั้งหมดของโฆษณาเช่นกัน

1.2) ประเภทของการโฆษณา จะต้องประกอบไปด้วยสื่อประเภทต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.2.1) สื่อที่ใช้คลื่นกระจายข่าว (Broadcast Media) ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ กระจายเสียง เป็นต้น

1.2.2) สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ ใบปลิว 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) สื่อสังคมออนไลน์สื่อออนไลน์ (Social Media) ได้แก่ Facebook Instagram Twitter LINE เว็บไซต์ อีเมลล์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

1.2.7) สื่อพิเศษอื่น ๆ เช่น เสื้อยืด แก้วน้ำ จาน พวงกุญแจ กระเป๋า เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของธุรกิจ ไปยังผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการรับรู้และการตัดสินใจซื้อสินค้า และบริการการท่องเที่ยวการประชาสัมพันธ์จะต้องมีการกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ต้องเป็นข้อมูลที่ชัดเจน ทันสมัย ทันเวลา และกระจายได้ทั่วถึง

2.1) วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ คือ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อ เสริมสร้างศักยภาพความเข้มแข็งในการแข่งขันทางการตลาด ดังนี้

2.1.1) เพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทและการแนะนำสินค้า และบริการการท่องเที่ยวที่เสนอขายให้เป็นที่รู้จัก อีกทั้งยังเป็นการเผยแพร่กิจกรรมความเคลื่อนไหวของ บริษัทให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้รับทราบด้วย

2.1.2) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร ให้มีบรรยากาศความเข้าใจ ความเชื่อถือบริษัท และรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในของบริษัท ซึ่งเป็นการทำให้บริษัทมีการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

2.1.3) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและประชาชนภายนอกทั้งที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ผู้ผลิต และประชาชนทั่วไป เพื่อให้เกิดความนิยม ความเชื่อถือ สนับสนุน และเห็นชอบกับนโยบายและวิธีการดำเนินธุรกิจ

2.1.4) เพื่อสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ ในการกระตุ้นให้เกิด ความต้องการที่จะซื้อสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยวมากขึ้น

2.1.5) เพื่อสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัทและสินค้ารวมทั้งป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดเพื่อรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ไว้

2.2) วิธีการประชาสัมพันธ์สามารถทำได้หลากหลายวิธีดังนี้

2.2.1) การเผยแพร่ต่อสาธารณชน (Publicity) คือ การตีพิมพ์บทความต่าง ๆ ของธุรกิจการท่องเที่ยวลงในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารต่าง ๆ ในท้องถิ่น หรือผ่านทางอินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งอาจจะไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรงในการลงบทความเหมือนการโฆษณา แต่จะเสียค่าใช้จ่ายให้ผู้จัดทำไปหาข้อมูล โดยกิจกรรมการเผยแพร่ต่อสาธารณชนของการท่องเที่ยวสามารถกระทำทั่วไป ได้แก่ การจัดทัศนศึกษา การทำจดหมายแจ้งข่าวสาร การแจ้งข่าวสารหรือสถานการณ์เป็นครั้งคราว การสัมภาษณ์บุคคล และการจัดแถลงข่าวสื่อมวลชน

2.2.2) การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน (Community Relations) คือ การเข้าร่วมงานประจำปีของเมืองสำคัญ หรือประเทศต่าง ๆ หรืองานที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้การสนับสนุน ซึ่งบริษัทการท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมและสนับสนุนเพื่อร่วมกันประชาสัมพันธ์

2.2.3) การจัดกิจกรรมโอกาสพิเศษ (Special Event) คือ การจัดกิจกรรมครั้งคราวตามวาระหรือโอกาสพิเศษ เช่น การจัดทัวร์ตัวอย่าง (FAM Trip) ในเส้นทาง

การท่องเที่ยวใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ให้บริษัทตัวแทนจำหน่าย รายการนำเที่ยว เข้ามามีส่วนช่วยกันส่งเสริมการขาย

3. การขายโดยบุคคล (Personal Selling) คือ การนำสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวขายตรงไปยังลูกค้าหรือผู้ที่คาดหวังจะเป็นลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสินค้าและบริการ โดย ต้องอาศัยพนักงานที่มีความสามารถ มีบุคลิกภาพที่จูงใจลูกค้าและส่งผลให้เกิดเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

3.1) ลักษณะของการขายโดยบุคคล มีดังต่อไปนี้

3.1.1) การขายโดยบุคคลเป็นการเสนอข้อมูลข่าวสารแบบตัวต่อตัว สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี

3.1.2) การขายโดยบุคคลมีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน สามารถเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานได้ เพราะจะทราบถึงความต้องการ แรงจูงใจ และมูลเหตุของการซื้อ ตลอดจนปฏิบัติการ ข้อโต้แย้งจากลูกค้าต่าง ๆ

3.1.3) การขายโดยบุคคลเป็นเครื่องมือที่ใช้ขายจริง และพนักงานขายสามารถให้บริการอื่นๆ 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 การติดต่อลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์เพื่อการจัดแจงเรื่องการนัดลูกค้า สอบถาม รวบรวมข้อมูล ยืนยันความ ต้องการของลูกค้า ติดตามผลหลังการขายหรือบางบริษัทอาจจะไม่สามารถจัดการเรื่องค่าตอบแทนให้กับพนักงาน ก็สามารถขายผ่านทางโทรศัพท์ได้เช่นกัน

3.2.3) การขายตามหน้าร้านของบริษัทตนเอง (Inside Sales) คือ การขายตามหน้าร้านของตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวซึ่งลูกค้าเป็นผู้เดินทางมาติดต่อซื้อสินค้าด้วย ตัวเอง จึงเป็นการขายที่เกิดขึ้นภายในบริษัท

3.2.4) การขายออนไลน์ (Online Sales) คือ การติดต่อสอบถามและการขายสินค้าและบริการทางทอ้งเทียวให้กับลูกค้าโดยผ่านทางเว็บไซต์ หรือ สื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท เพื่อที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้ทุกที่ สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

4. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) คือ กิจกรรมหรือเครื่องมือที่สำคัญในการกระตุ้นให้นักทอ้งเทียวเกิดการซื้อสินค้าและบริการทางทอ้งเทียวมากขึ้น และอาจจะเกิดการซื้อซ้ำ ซึ่งเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจทางทอ้งเทียวอีกด้วย

4.1) วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย

4.1.1) เพื่อชักชวน กระตุ้นให้นักทอ้งเทียวซื้อสินค้าและบริการทางทอ้งเทียวรวดเร็วขึ้น

4.1.2) เพื่อรักษาลูกค้า และให้รางวัลแก่นักทอ้งเทียวกลุ่มเดิมที่จงรักภักดี ต่อสินค้าและบริการของบริษัท

4.1.3) เพื่อกระตุ้นให้นักทอ้งเทียวเกิดการทดลองใช้สินค้าและบริการทางทอ้งเทียวใหม่ ๆ

4.1.4) เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับบริษัทในช่วงที่อัตราการซื้อลดลง

4.1.5) เพื่อช่วยให้จัดทำได้ตามงบประมาณที่มีอย่างจำนวนจำกัด

4.1.6) เพื่อผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่าย สามารถควบคุมการส่งเสริมการขายได้

4.1.7) เพื่อสามารถใช้การส่งเสริมการขายเป็นกลยุทธ์ดึงดูดหากเกิดการแย่งลูกค้าของบริษัทคู่แข่ง

4.1.8) เพื่อเป็นเครื่องมือการตลาดที่สามารถช่วยสนับสนุนการโฆษณา

4.1.9) เพื่อกระตุ้นให้ตัวแทนจำหน่ายเพิ่มปริมาณการขายให้มากขึ้น

4.2) วิธีการส่งเสริมการขายสามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

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

4.2.2) การแจกคูปอง (Coupon) คือ การนำใบคูปองมามอบให้กับลูกค้า เพื่อที่ สามารถนำมาลดราคา และแลกซื้อสินค้าและบริการทางทอ้งเทียวได้

4.2.3) การแจกของแถม (Premiums) คือการมอบของพิเศษหรือของสมนาคุณให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีแรงจูงใจในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ก่อนที่จะได้ของแถมชิ้นนี้หรืออาจจะเป็นการสะสมยอดซื้อให้ครบตามที่บริษัทกำหนดเพื่อนำมาแลกของแถมนี้ได้

4.2.4) การลดราคา (Price-offs) คือ การนำเสนอราคาสินค้าและบริการ ทางการท่องเที่ยวที่ต่ำกว่าปกติภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยการลดราคาก็ต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของบริษัทนั้น ๆ ด้วย ซึ่งส่วนใหญ่บริษัทนำเที่ยว สายการบิน โรงแรม ร้านอาหาร และอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมักจะมีการร่วมมือกันเพื่อที่จะสามารถช่วยกันนำสินค้าและบริการของบริษัทตนมาร่วมมือกันลดราคาให้กับลูกค้าของตนเองได้ เช่น ลูกค้าซื้อรายการนำเที่ยว จำนวน 2 ท่าน ลูกค้าสามารถนำไปลดราคาห้องพักของโรงแรมนี้ได้

4.2.5) การแข่งขัน (Contest) คือ การเชิญชวนให้ลูกค้าเข้าร่วมการแข่งขัน โดยใช้ทักษะ ความรู้ความสามารถ ซึ่งอาจจะเป็นกิจกรรมการตอบคำถาม การประกวดต่าง ๆ เพื่อชิงรางวัลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เงินสด ตัวเครื่องบินฟรีบัตรกำนัล ที่พักรับบัตรกำนัลรับประทานอาหารสุดหรูฟรี เป็นต้น

4.2.6) การชิงโชค (Sweepstakes) คือ การให้ลูกค้าเขียนชื่อ นามสกุล ที่อยู่ เบอร์ติดต่อของตนเอง เพื่อจับฉั้รับของรางวัลต่าง ๆ อาทิเช่น ตัวเครื่องบินฟรี บัตรกำนัลที่พักรับบัตรกำนัลรับประทานอาหารสุดหรูฟรี บัตรลดราคารายการนำเที่ยว เป็นต้น

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

4.2.8) การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย (Point of Purchase Displays) คือ การจัดแสดงสินค้าให้เด่นสะดุดตา ให้ลูกค้ามองเห็นภาพก่อนที่จะไปใช้บริการโดยควรมีการ ออกแบบให้น่าดึงดูด น่าสนใจ มีภาพประกอบที่ สวยสดงดงาม ถึงอย่างไรก็ไม่ควรโฆษณาเกินจริงจน เกิดไป เช่น การทำแผ่นพับนำเสนอรายการนำเที่ยว เป็นต้น

4.2.9) การให้รางวัล (Patronage Rewards) คือ การให้รางวัลในรูปแบบ เงินสด บัตรกำนัล ส่วนลด หรือบริการพิเศษต่าง ๆ แก่ลูกค้าที่เป็นลูกค้าประจำ เพื่อให้ลูกค้ามีความ จงรักภักดีต่อสินค้า อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อมากขึ้นหรือใช้บริการมากขึ้นด้วย

โดยสรุปแล้วกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว มีแนวทางวิธีการ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการส่งเสริมการขาย ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด เป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด โดยเป็นปัจจัยภายในการตลาดที่กิจการสามารถควบคุมไว้ได้ สามารถเปลี่ยนแปลงหรือทำการปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เพื่อให้กิจการอยู่รอดได้

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด ไว้ว่า การมีสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า และสามารถขายในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้ ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายเงินเพราะมองเห็นว่าสินค้านั้นมีความคุ้มค่า รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้ามีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาของผู้บริโภค อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าด้วยการพยายามจูงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและพฤติกรรมได้อย่างถูกต้องที่เราเรียกว่าส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งจะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและ

คุณประโยชน์ของบริการที่น่าเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Locations) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรมการจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งชั้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถที่จะตอบสนองต่อผู้ให้บริการมีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยการสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ทั้งในด้านการแต่งกาย การเจรจากับลูกค้าที่ต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็วรวมถึงผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

จากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าว ผู้วิจัยขอสรุปว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ หรือ 7P's ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence) จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ที่กล่าวมาข้างต้น ถือว่าเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญที่สามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวได้ ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลของแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ หรือ 7P's มาศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable Tourism) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะไม่ใช้แค่เพียงแค่การท่องเที่ยว ขนาดเล็กหรือการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche tourism segments) หากแต่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้อง ครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวมหรือที่เราเรียกกันในเรื่องที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบมวลชน” (Mass tourism) โดยทั่วไปการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ความสำคัญต่อการเสมอภาคระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงสังคมและวัฒนธรรมของคนทั้งในรุ่นปัจจุบันต่อไปจนถึงคนในอนาคต ดังนั้นแนวคิดปรัชญาของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีรายละเอียดดังนี้ (WTO, 2004)

1. การท่องเที่ยวต้องตระหนักและใช้ทรัพยากรธรรมชาติความหลากหลายทางชีวภาพให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด
2. การเคารพในสังคม วัฒนธรรม และประเพณีของประชาชนพื้นเมือง รวมไปถึงการรู้จักปรับตัว และเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละชุมชน
3. การสร้างความเจริญมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรก่อให้เกิด การกระจายของรายได้อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (tourism stakeholder) นอกจากนี้ยังควรที่จะก่อให้เกิดการจ้างงานและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงการมีส่วนร่วมสำคัญ ในการช่วยลดความยากจนในท้องถิ่นด้วย

วรพงศ์ ผูกู้ (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นเครื่องมือหนึ่งที่น่าไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานของ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต้องให้ความสำคัญถึงปรัชญาของแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อให้เป็นหลักยึดในการจัดการท่องเที่ยว 7 ประการ ดังนี้

1. ชุมชนเป็นจุดเริ่มต้นการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนต้องนำมาเสนออยู่บนพื้นฐานของนิเวศวัฒนธรรมของท้องถิ่น
2. มีเป้าหมายเพื่อการอนุรักษ์และใช้อย่างรู้คุณค่า กล่าวคือ มิติของการท่องเที่ยวต้องอยู่บนพื้นฐานของการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าเพราะฉะนั้นการนำเสนอผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการต่าง ต้องอยู่บนหลักคิดการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคำนึงถึงคนรุ่นหลัง

3. ให้ความสำคัญกับบทบาทคนในท้องถิ่นตั้งแต่กระบวนการแรกเริ่มคือการศึกษา ศักยภาพ การวิเคราะห์ การทำความเข้าใจตนเอง และเลือกนำออกมาเสนอ เพราะฉะนั้นคนในชุมชนต้องมีบทบาทและเป็นผู้กำหนดอนาคตและทิศทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง หากชุมชนจะเลือกสิ่งใดมาใช้หรือนำเสนอ ต้องมีส่วนร่วมในการเลือกและตัดสินใจ

4. มีการบริหารจัดการในรูปแบบที่เหมาะสมกับบริบทและสถานการณ์ มีการออกแบบ หรือมีการกำหนดมาตรการ ข้อตกลง การจัดการผลประโยชน์ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์แต่ละพื้นที่ รูปแบบการจัดการจึงไม่ตายตัวโดยที่อยู่บนพื้นฐานศักยภาพพื้นที่ในมิติต่าง ๆ ของนิเวศวัฒนธรรมท้องถิ่น เป้าหมายของการท่องเที่ยวบนพื้นฐานการอนุรักษ์และใช้อย่างรู้คุณค่า

5. มีการกระจายรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการจัดการผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการจัดการอย่างยั่งยืน การกระจายรายได้ทางตรง ต้องคำนึงถึงการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมคำนึงถึงทุกภาคส่วนที่ควรจะได้ตามความเหมาะสมตามข้อตกลง หรือตามกติกาที่สร้างร่วมกันไว้ หรือไม่ เช่น โกด์ โฮมสเตย์ ได้รับผลตอบแทนตามข้อตกลงตามข้อกำหนดร่วมกัน ส่วนการกระจายรายได้ทางอ้อมมีหลายรูปแบบ เช่น การตั้งกองทุน การพัฒนาและการอนุรักษ์ บางพื้นที่มีพัฒนาการถึงการสร้างสวัสดิการชุมชน ดูแลเรื่องการศึกษา อาชีพ สุขภาพ บางพื้นที่สามารถนำไปต่อยอด หรือลงทุนในส่วนอื่น ๆ เช่น ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ลงทุนเป็นร้านค้าชุมชนเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจชุมชน เพราะฉะนั้นการกระจายรายได้ ไม่เพียงทำให้ทุกคนมีรายได้ แต่นำไปสู่การนำรายได้ไปหมุนเวียนในระบบอื่นๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม และใช้เศรษฐกิจเป็นแกนหมุนในเรื่องของการพัฒนา อนุรักษ์ สังคม วัฒนธรรม

6. สร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จะทำให้เกิดความเข้าใจตระหนักรับยอมรับหรือให้เกียรติเพื่อนำไปสู่การสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ต่อไปรักษาสภาพให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการ เพื่อให้คนเกิดความเข้าใจยอมรับ ตระหนัก การให้เกียรติ เมื่อเกิดกระบวนการแบบนี้จะทำให้สังคมเกิดความตระหนักในเรื่องของการฟื้นฟู สิ่งแวดล้อมและสังคมวัฒนธรรมได้ นำไปสู่กระบวนการดำเนินงานอนุรักษ์ได้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นำเสนอบนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

7. เป็นเครื่องมือในการพัฒนาได้ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล ครอบครัว ชุมชน สังคม เป้าหมายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและต้องเป็นเครื่องมือที่นำมาสู่เรื่องการพัฒนาได้จริง และเกิดพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 3 มิติ ดังต่อไปนี้

7.1 มิติด้านการสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมีแนวคิดที่จะให้ความรู้ ความเข้าใจและสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายในการปกป้องรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรกเพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามและคุณค่าทรัพยากรการท่องเที่ยวช่วยสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ

7.2 มิติการสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ แบบยั่งยืนต้องมีแนวคิดให้นักท่องเที่ยวปรารถนาหรือสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม

7.3 มิติด้านการสร้างความมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมีแนวคิดในการมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่น ด้วยการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนี้ และช่วยให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

โดยสรุปแล้วการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ แล้วจะต้องคำนึงถึงความร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (Tourism stakeholder) ทุกฝ่ายรวมไปถึงจะต้องสามารถรักษาความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว การดำเนินการ วางแผนอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญจะต้องมีเครื่องมือดัชนีที่ใช้วัดประสิทธิภาพต่อผลกระทบของการดำเนินการในส่วนต่าง ๆ เพื่อสามารถนำไปปรับปรุงและแก้ไขเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

แนวคิดเกี่ยวกับการวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

การวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ กรมการท่องเที่ยว (2560) ได้ให้ความสำคัญประเด็นดังนี้

1. การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการภายใน การปรับวัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมร่วมพร้อมทั้งการเสริมสร้างสมรรถนะของบุคลากรกรมการท่องเที่ยว (Internal Reboost) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงานในปีต่อ ๆ ไป รวมถึงเพื่อให้กรมการท่องเที่ยว วัฒนธรรม ค่านิยมร่วมที่เหมาะสม กับพลวัตการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ในปัจจุบันและบุคลากรของกรมการท่องเที่ยวมีความรู้ ความสามารถ ทักษะที่เป็นสากลและทันสมัย

2 การพัฒนาฐานงานดิจิทัล (Digital-Platform) ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของกรมการท่องเที่ยวและการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว

3 การพัฒนาอัตลักษณ์และเรื่องราวของพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Identities and Local Stories) ซึ่งจะส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่มีทิศทางในการพัฒนาที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นทรัพยากรเด่นของพื้นที่ลดความทับซ้อนของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว แต่ละพื้นที่เกิดการกระจายนักท่องเที่ยวและลดการแข่งขันในมิติของราคา อีกทั้ง สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีเรื่องราว (Story) ที่น่าสนใจสอดแทรกซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในการนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว

การวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ปีพ.ศ. 2563

กระบวนการทำงานและบุคลากรของกรมการท่องเที่ยวมีความพร้อมและกรมการท่องเที่ยว มีเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวซึ่งนับเป็นนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวกรมการท่องเที่ยวจะมุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรม

1. การสื่อสารบทบาทและการปรับภาพลักษณ์ของ กรมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการรับรู้บทบาทที่ถูกต้องและกรมการท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ กรมการท่องเที่ยวจะต้องร่วมงานด้วย (Reinforce-NewImage) เนื่องด้วยการรับรู้บทบาทและภาพลักษณ์เป็น ปัจจัยขั้นต้นที่สำคัญที่จะนำไปสู่การให้ความร่วมมือและความสำเร็จในการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน

2. การพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว (Tourism Innovation) โดยดำเนินการร่วมกับสถาบันการศึกษา ในพื้นที่ผู้ประกอบการและผู้สนใจในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ซึ่งจะสอดคล้องกับการเปิดตัวฐานงานดิจิทัล ของกรมการท่องเที่ยว

3. การสร้างความเชื่อมั่น (Trust) ซึ่งมุ่งสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และสร้างความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อกรมการท่องเที่ยว

แนวคิดการวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ปี พ.ศ. 2564

เมื่อภาคส่วนต่าง ๆ มีการรับรู้บทบาทของกรมการท่องเที่ยว ที่ถูกต้องชัดเจนและกรมการท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งมีฐานข้อมูลสำคัญในห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวกรมการท่องเที่ยวจะมุ่งให้ความสำคัญกับ

1. การดำเนินงานเพื่อขยายเครือข่าย (Reconnected) เพื่อเป็นหน่วยงานสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่
2. การเตรียมความพร้อมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยง (Tourism-Plus) โดยการจัดทำแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวอันเกิดจากวิกฤตการณ์ต่าง ๆ หรือการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของตลาดท่องเที่ยวโลกรวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคต่าง ๆ

แนวทางในการดำเนินยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวบูรณาการ ต้องให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ดังนี้ (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

1. การพัฒนาแนวทางการจัดการขีดความสามารถ ในการรองรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอ่อนไหว
2. การพัฒนาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เพื่อเพิ่มมูลค่า ให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และลดการแข่งขันในมิติราคา
3. การพัฒนารฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยวเพื่อช่วยในการวางแผนการเดินทางและการตัดสินใจที่ถูกต้องของนักท่องเที่ยว
4. พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
5. พัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวรวมถึง การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่สะดวกแก่การเข้าถึงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ
6. พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในประเทศเพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจาก แหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักไปยัง แหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ตลอดจนพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
7. พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลเพื่อรองรับรูปแบบ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
8. ยกระดับการอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
9. พัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น ประเทศอินเดีย หรือ กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย เป็นต้น

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองหรือการท่องเที่ยวเมืองใหม่

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองหรือการท่องเที่ยวเมืองใหม่ โดยส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ผ่านโครงการ “เมืองรองต้องลอง” โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายตรงกับ Destination Branding เพื่อคัดกรองเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอย่างแท้จริง ทั้งนี้จะแบ่งเมืองรองเป็น 3 ประเภทตามศักยภาพ ได้แก่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

1. เส้นทางเมืองหลักเชื่อมเมืองรอง (Additional) เชียงใหม่-ลำพูน-ลำปาง ขอนแก่นมหาสารคาม และหาดใหญ่-พัทลุง
2. เมืองรองศักยภาพ (Brand New) แม่ฮ่องสอน เพชรบูรณ์ อุทัยธานี เลย อุบลราชธานี บุรีรัมย์ สกลนคร จันทบุรีตราด ราชบุรีสมุทรสงคราม สตูล นครศรีธรรมราช
3. เส้นทางเมืองรองเชื่อมเมืองรอง (Combined) สุโขทัย-กำแพงเพชร น่าน-แพร่ อุตรดิตถ์-หนองคาย นครพนม-มุกดาหาร สิงห์บุรี-อ่างทอง นราธิวาส-ยะลา-ปัตตานี

แนวคิดการส่งเสริมและพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญในการขับเคลื่อน นโยบายของรัฐบาลที่ต้องการสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ ของคนในชนบทให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน เน้นการสร้างงานให้กับชุมชนผ่านการใช้ทรัพยากรในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นผนวกกับการต่อยอดเรื่องราว ผ่านทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า มีจุดเด่น เป็นที่นิยมของคนทั้งในและต่างประเทศ โดยภาครัฐจะทำหน้าที่ ให้การสนับสนุนอย่างเหมาะสม ซึ่งมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรอง
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่แทรกอยู่ในเมืองหลัก
3. เชื่อมโยงชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

โดยดำเนินการดังนี้

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถเป็นเครื่องมือในการลดการเหลื่อมล้ำการทำให้เกิดการพัฒนาทางกายภาพที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเข้าถึงสะดวก ปลอดภัย ได้เอกลักษณ์ และมีความยั่งยืน
2. ส่งเสริมบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว

3. กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงตามยุทธศาสตร์แหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ

4. เพิ่มการใช้จ่ายใช้สอยภายในท้องถิ่น และเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท่องเที่ยวเมืองรองทั่วประเทศ

นโยบายการท่องเที่ยวเมืองรองจะต้องสร้างมุมมองใหม่ให้ "แปลก ใหม่ใหญ่ ดัง" เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แปลกและใหม่ คือ แปลกในเรื่องของแนวความคิดและสร้างมุมมองความแตกต่างให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยการสร้างกระแสต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ว่าเป็นมุมมองใหม่ ใหญ่คือ ความรับรู้ถึงความตื่นเต้นประทับใจเป็นสิ่งที่ใหม่ และ ดัง หมายถึง สิ่งที่ได้ประชาสัมพันธ์ออกไปนั้นได้ต้องถูกบอกต่อและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว และในขณะนี้การท่องเที่ยวเมืองรองได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี จนทำให้รัฐบาลพึงพอใจและสนับสนุนโครงการนี้ในหลาย ๆ เรื่อง เช่น การลดหย่อนภาษีจังหวัดเมืองรอง และโครงการเที่ยวกินหลัก ร้อยหลักพันซึ่งรางวัลหลักล้าน เป็นต้น

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564)

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) มีอำนาจและหน้าที่หลักในการส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติ ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการจัดทำแผนพัฒนาฉบับแรกของประเทศไปแล้ว คือ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 เพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของประเทศในระยะ 5 ปี โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับดังกล่าวจะสิ้นสุดลงในปี พ.ศ. 2559 ซึ่งผลการดำเนินงานในระยะที่ผ่านมา แม้จะประสบผลสำเร็จในการเพิ่มจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังประสบปัญหาและอุปสรรคสำคัญหลายประการ ประกอบกับสภาพและบริบทต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งปัจจัยภายใน เช่น สถานการณ์การเมืองของประเทศ นโยบายของภาครัฐ การปรับตัวของภาคเอกชน และปัจจัยภายนอก เช่น สถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จึงนับเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะได้กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยว 20 ปี และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ให้

สอดคล้องกับสถานการณ์และก้าวทันการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยยังคงบทบาทการเป็นสาขาหลักในการรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ได้คำนึงถึงบริบทของประเทศไทยในการพัฒนาภายใต้กรอบการวิเคราะห์แบบองค์รวม โดยสรุปจากการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิที่ได้สำรวจความเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้มีการดำเนินการตาม 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (1) การประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 (2) การศึกษาสภาพแวดล้อมและบริบทการท่องเที่ยวของประเทศและของโลก (3) การทบทวนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศคู่แข่งและประเทศต้นแบบรายสำคัญ (4) การทบทวนนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (5) การรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน/ประชาสังคม ผ่านการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในสาขาการท่องเที่ยว การจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วนทั่วประเทศ การจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อข้อเสนอ วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 และข้อเสนอร่างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ทั้งนี้ ได้เน้นกระบวนการทำงานที่ผ่านการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ตั้งแต่สภาพัฒนาการ (สปช.) สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการทำงานผ่านกลไกการมีส่วนร่วมจากผู้แทนของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในรูปแบบของคณะอนุกรรมการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ภายใต้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ และคณะทำงานพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อให้ได้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง

การประเมินสถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้งความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว และความเป็นไทย ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม

ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ทัศนคติไมตรีของคนไทย โดยในปี พ.ศ. 2558 World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นที่สุดด้านการท่องเที่ยว ของโลกในการจัดอันดับระดับนานาชาติ เช่น กรุงเทพมหานคร ได้รับเลือกเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุด ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี 2558 โดย Master Card รางวัลชายหาดที่ดีที่สุดในโลกของเอเชีย ในปี 2558 จาก World Travel Awards รางวัลประเทศท่องเที่ยวที่ดีที่สุด ในด้านการท่องเที่ยวครอบครัว การท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการวิเวก ในปี 2557 รางวัลสถานที่เพื่อการประชุมและจัดงานยอดเยี่ยม จาก TTG Travel Awards ในปี 2557 และประเทศไทยได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว Grand Travel Award จากนิตยสาร Travel News นิตยสาร ธุรกิจท่องเที่ยวชื่อดังจากภูมิภาคแอฟริกาใต้ ในปี 2554 ติดต่อกันเป็นเวลา 9 ปี เนื่องจากความมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและขีดความสามารถของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลก

2. ผลการพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 แม้จะประสบผลสำเร็จด้านรายได้และขีดความสามารถในการแข่งขัน แต่ยังคงมีปัญหาค้างคาอีกหลายประการ โดยเฉพาะในด้านความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จากการจัดอันดับของ World Economic Forum: WEF ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 116 ในด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมจาก 141 ประเทศทั่วโลก เนื่องจากมีความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจากการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ขาดการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ในด้านความปลอดภัยประเทศไทยอยู่ที่อันดับ 132 จาก 141 ประเทศทั่วโลก อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ การหลอกลวงอาชญากรรม การก่อการร้ายที่เกิดกับนักท่องเที่ยวบ่อยครั้ง ดังนั้น แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) นี้จะมุ่งแก้ปัญหาจากต้นเหตุ โดยเน้นในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ การอนุรักษ์รักษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง การให้ประชาชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลนักท่องเที่ยว และดูแลด้านความปลอดภัย เพื่อเป็นการสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่งให้การเติบโตของอุตสาหกรรมในอนาคต

3. แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลก ได้สร้างโอกาสทางการตลาดให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีความสอดคล้องและตอบรับกับ

แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในโลก อาทิ การเติบโตของชนชั้นกลางที่เพิ่มความสามารถในการจับจ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยว การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำที่ทำให้การเดินทางเป็นไปได้สะดวกด้วยค่าใช้จ่ายที่ลดลง การเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ การเพิ่มขึ้นของการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันเป็นโอกาสให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรงได้มากขึ้น ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่สูงขึ้นทำให้หลายประเทศได้พัฒนาสินค้าบริการ และเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าว และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำให้มีกลุ่มสาขาการท่องเที่ยวเติบโตใหม่มากมาย อีกทั้งหลายประเทศหันมาเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถตอบรับกับความต้องการที่หลากหลายได้

4. บทเรียนจากประเทศต้นแบบและประเทศคู่แข่งรายสำคัญ ทำให้ประเทศไทยสามารถนำมาปรับใช้เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาให้มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้น การทบทวนวิเคราะห์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ประเทศจีน สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย มัลดีฟส์ และประเทศต้นแบบ เช่น ญี่ปุ่น รวมทั้งประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ สิงคโปร์และมาเลเซียซึ่งเป็นคู่แข่งที่สำคัญ สามารถสรุปทิศทางการพัฒนาที่สำคัญได้ดังนี้ 1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการพัฒนาคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว การคมนาคม เพื่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาคุณภาพของบุคลากรและการนำเอาเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและเพื่ออำนวยความสะดวกด้านข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว 2) การพัฒนาบางประเทศเลือกที่จะตั้งเป้าหมายดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างเฉพาะเจาะจง ในขณะที่บางประเทศตั้งเป้าหมายการพัฒนาเชิงกลุ่มการท่องเที่ยวที่ประเทศนั้น ๆ มีศักยภาพ 3) การบูรณาการเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ได้รับการเน้นย้ำในทุกแผนพัฒนา เนื่องจากการบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยผลักดันแผนให้เป็นรูปธรรมและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

ดังนั้นการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงสภาพการณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศ โดยเน้นที่การพัฒนาจุดอ่อนและเพิ่มความสามารถของจุดแข็งในอุตสาหกรรม ในขณะเดียวกันต้องมีการคำนึงถึง

แนวโน้มของโลกที่กระทบกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้ทิศทางการพัฒนาเป็นไปอย่างสอดคล้องและสามารถแปรเปลี่ยนเป็นรายได้ของอุตสาหกรรมได้ ทั้งนี้ เพื่อการรักษาขีดความสามารถทางการแข่งขันและต่อยอดการพัฒนาบนพื้นฐานของศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่ จึงควรกำหนดแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนา รักษา และยกระดับการท่องเที่ยวไทยเพื่อให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนประเทศไทยให้เป็นประเทศพัฒนา บนพื้นฐานของความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

วิสัยทัศน์และเป้าประสงค์

1. วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579

“ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ 5 ประการ ดังนี้

1) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ด้วยการยกระดับคุณภาพและเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล มุ่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายและวันพักต่อครั้งของการเดินทางของนักท่องเที่ยว และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

2) การเติบโตอย่างมีดุลยภาพ โดยส่งเสริมดุลยภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ระหว่างนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ และระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ส่งเสริมดุลยภาพการเติบโตระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเน้นการกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองและพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมดุลยภาพการเติบโตระหว่างช่วงเวลาและฤดูกาล โดยเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพหรือรูปแบบที่ควรพัฒนา

3) การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย โดยเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทยและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับประชาชนทุกระดับ

4) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน โดยมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเพิ่มรายได้ และกระจายรายได้ แก่ประเทศ พัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศและสร้างโอกาสเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติ พัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคและเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่เมืองรองและชนบท และสนับสนุนภาคเอกชนลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

5) การพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมโดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรม การบริหารความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรม โดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. เป้าประสงค์ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564)

- 1) การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว
- 2) การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล
- 3) การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน
- 4) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย

3. ตัวชี้วัดระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564)

- 1) จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
- 2) อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว¹ ของประเทศไทย เป็น 1 ใน 30 อันดับแรกของโลก หรือ 1 ใน 7 อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
- 3) ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ 90
- 4) รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี

5) การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี

6) สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน ไม่ต่ำกว่า 1 ใน 3 ของการเดินทางตลอดทั้งปี

7) รายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง (จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนต่ำกว่า 1 ล้านคน) มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 12 ต่อปี

8) ดัชนีการรับรู้และเข้าใจในเอกลักษณ์ความเป็นไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี

9) อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI) ของประเทศไทย ด้านความเด่นชัดของวัฒนธรรมและนันทนาการจากการสืบค้นออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว (Cultural & Entertainment Tourism Digital Demand) เป็น 1 ใน 10 อันดับแรกของโลก

10) ดัชนีด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยใน 6 มิติที่สำคัญ 2 พัฒนาขึ้นอย่างน้อย 10 อันดับในแต่ละมิติ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้างพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ และส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการระดับโลกสากล

2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ

ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ได้แก่ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ การส่งเสริมสร้างสรรคณ์วัฒนธรรมด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนผู้ประกอบการให้ใช้วัฒนธรรมในการผลิตสินค้าและบริการ การดูแลรักษาและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น

3) สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยว ทั้งในแง่การกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและพื้นที่ที่มีศักยภาพ การพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นต้น และการส่งเสริมความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือเทศกาลประจำปีในพื้นที่ต่าง ๆ การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ (Man – Made Attractions) เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว โดยการพัฒนากระบวนการคมนาคมขนส่งในการเดินทางเข้าสู่ประเทศทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ยกกระต๊บบระบบขนส่งสาธารณะ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทางอื่น ๆ พัฒนาศักยภาพของสนามบินในการรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มเส้นทางและจำนวนเที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง

2) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงระบบการตรวจคนเข้าเมือง ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านแดน ปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง เพิ่มจุดบริการ Free – WiFi ในแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบบัตรโดยสารเดียวที่ใช้ได้กับทุกช่องทางการเดินทาง พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรค

สำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) ได้แก่ ห้องน้ำคนพิการ ทางลาด ราวจับ เป็นต้น และพัฒนาแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

3) พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องวงจรปิด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขาสาธารณะ การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องความต้องการของตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล

2) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่นจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมทักษะธุรกิจพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ ภาคเอกชน ภายใต้หลักการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Thailand 4.0

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

1) เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย โดยการพัฒนาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ มุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดเยี่ยม (Preferred Destination) ที่มีคุณภาพสูงต่อนักท่องเที่ยว การทำการตลาดเป้าหมายและสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้านมาตรการ

รักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันของประเทศไทย ข้อควรปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย และสิ่งที่จะต้องกระทำในกรณีฉุกเฉิน เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมการบังคับใช้และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยวและสาธารณชน

2) ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ โดยการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มตลาดระดับกลาง – บน (มีรายได้ส่วนบุคคลสูงกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐต่อปี) ในพื้นที่ตลาดที่มีศักยภาพ และการทำการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ

3) ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น ด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก อาทิ การสร้างคุณค่าความเป็นไทยในสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านสัญลักษณ์ “Thainess” บนสินค้าและบริการที่คงอัตลักษณ์ความเป็นไทย การสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่าง ๆ เช่น รายการโทรทัศน์ การจัดแสดง Roadshow เป็นต้น และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัดโดยการพัฒนาแบรนด์และสื่อสารความแตกต่างของภาคและจังหวัดต่าง ๆ ในรูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling) การสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางการตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย

4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดยการสร้างการรับรู้สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล อาทิ การจัดกิจกรรม เทศกาล และงานประเพณีประจำปีในแต่ละเดือน การสร้างความนิยมของจังหวัดท่องเที่ยวรอง เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคเอกชน เป็นต้น และการส่งเสริม “ไทยเที่ยวไทย” ได้แก่ การสร้างค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้แก่คนไทยทุกคนในทุกเพศทุกวัย การส่งเสริมการตลาดแบบมีเป้าหมายเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มสุขภาพสตรี รวมถึงการสนับสนุนมาตรการทางการเงินเพื่อส่งเสริมการใช้จ่ายช่วงการท่องเที่ยว อาทิ มาตรการการลดหย่อนทางภาษี

5) ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาด ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาด ได้แก่ การร่วมมือกับชุมชน ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและ สอดคล้องแบรนด์จังหวัด การส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาด เช่น การสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอด แอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการทำการตลาด เพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานที่รับผิดชอบการตลาด ดิจิทัล ทั้งในด้านการดูแลบริหาร และวิเคราะห์สถิติ ข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

1) ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเสริมสร้างการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานระดับนโยบาย โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็น หน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบาย ประสานงาน กำกับติดตามและประเมินผลการ ดำเนินงาน ส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่หน่วยงานระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ขับเคลื่อนแผน และการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชาติ พัฒนาระบบการ ทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชนและประชาชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ ความรู้ จัดสรรงบประมาณและบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานในทุก ระดับ ผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – based Tourism: CBT) จัดให้มีแผนบริหารจัดการความเสี่ยงและแผนบริหาร จัดการสภาวะวิกฤตด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ

2) ปรับปรุงกฎหมายข้อบังคับและมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยการทบทวนแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรค ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ส่งเสริมความร่วมมือ ระหว่างหน่วยงานภาครัฐในการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง กำหนดบทบาทและความ รับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อ ระเบียบด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์ เสริมสร้างความเข้าใจในระเบียบและ กฎหมายด้านการท่องเที่ยว

3) สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว อาทิ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และเอกชนในการลงทุนต่าง ๆ และการจัดตั้ง หน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการท่องเที่ยวสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดทำ Tourism Intelligence Center และสนับสนุนการแบ่งปันข้อมูลกลางแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน

4) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการประสานความร่วมมือกับนานาประเทศในการส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศระดับต่าง ๆ เช่น APEC ASEAN GMS ACMECS IMT – GT สนับสนุนให้ตัวแทนประเทศไทยในองค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ มีบทบาทในเวทีนานาชาติ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย และอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค เช่น การลดขั้นตอนการเดินทางเข้าประเทศ การตรวจลงตราและใบขึ้นชีที่ครอบคลุมทั้งภูมิภาค เป็นต้น ส่งเสริมความสัมพันธ์ในรูปแบบเมืองพี่เมืองน้องด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก – ตะวันตก (East–West Economic Corridor: EWEC) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจเหนือ – ใต้ (North South Economic Corridor: NSEC) และส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภาพรวมของกลุ่มประเทศตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศต่าง ๆ

การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวสู่การปฏิบัติ

การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) สู่การปฏิบัตินั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการร่วมกันวางนโยบายการใช้ทรัพยากร และงบประมาณที่เกี่ยวข้องดำเนินการตามขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของตน เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีส่วนร่วมทั้งนี้ เพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) เกิดการพัฒนาขับเคลื่อนอย่างสัมฤทธิ์ผล จึงได้มีการวางระบบความเชื่อมโยงของแผนพัฒนาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานแผนแม่บทเฉพาะด้านแผนปฏิบัติการ ทั้งในระดับเขตพัฒนาการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัด และท้องถิ่น และการใช้กลไกภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ที่ให้ความสำคัญกับความร่วมมือภาครัฐ เอกชน และประชาชน รวมถึงระบบการจัดสรร

งบประมาณที่มีประสิทธิภาพที่ต้องตอบสนองต่อการพัฒนาเชิงบูรณาการและมีความต่อเนื่อง อีกทั้งต้องมีการพัฒนาระบบการติดตามประเมินผลการดำเนินงานของภาครัฐที่สอดคล้องกับเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาตามแผนอย่างแท้จริง โดยมีกระบวนการขับเคลื่อนในแต่ละระดับ ดังนี้

1. การดำเนินงานในระดับนโยบาย คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบาย โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้รับนโยบายเพื่อประสานการแปลงนโยบายหรือแผนไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น ในการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติเพื่อดำเนินการในแต่ละปีงบประมาณ รวมทั้งการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผน และนำเสนอต่อคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ทั้งนี้ ต้องมีการประสาน ดูแล กำกับดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานระดับนโยบายและพื้นที่ควบคู่กันไปด้วย ได้แก่ คณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาท่องเที่ยวและคณะอนุกรรมการรายสาขา ได้แก่ คณะอนุกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ คณะอนุกรรมการอำนวยการพัฒนาและส่งเสริมประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้าน Medical and Wellness คณะอนุกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวสีเขียวการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม คณะอนุกรรมการพัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และคณะอนุกรรมการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวไทย เป็นต้น เพื่อให้การพัฒนาทั้งระดับนโยบาย พื้นที่ และรายสาขา มีการบูรณาการเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)

2. การดำเนินงานในระดับพื้นที่ คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการพัฒนาในระดับพื้นที่ โดยเป็นแกนกลางในการประสานนโยบายจากคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ โดยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา องค์กรระหว่างประเทศ และท้องถิ่น รวมถึง คณะกรรมการบริหารกลุ่มจังหวัดและคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ จังหวัด และเขตพัฒนาการท่องเที่ยว สอดคล้องตามแนวทางและเป้าหมายการพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)

3. การดำเนินงานระดับชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวควรสนับสนุนให้ภาคประชาชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในบริบทที่เหมาะสม โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นผ่านกระบวนการจัดทำแผนและขับเคลื่อนแผนพัฒนาระดับชุมชน ทั้งนี้ การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนและเครือข่ายภาคประชาชนเจ้าของพื้นที่จะช่วยเพิ่มเอกลักษณ์และความเป็นไทยให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยว และเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ประชาชนอย่างแท้จริง

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน

จังหวัดน่าน จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับพื้นที่ เพื่อตอบสนองแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 – 2564 ขับเคลื่อนนโยบายกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ให้เป็นแผนแม่บทในการพัฒนาท่องเที่ยวไทย โดยกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ เป้าหมายและกลยุทธ์ดังนี้ (จังหวัดน่าน 2563)

วิสัยทัศน์

“เมืองแห่งความสุข เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ธรรมชาติสมบูรณ์ การเกษตรมั่นคง ชุมชนเข้มแข็ง ท่องเที่ยวยั่งยืน”(จังหวัดน่าน 2563)

ประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเจริญอย่างยั่งยืนและสมดุล

เป้าหมาย

เพื่อให้เป็นเมืองที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์

1. การค้นหาพัฒนาและฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน
2. การบริหารจัดการภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างมี

ประสิทธิภาพ

3. การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว
4. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวหนาแน่น
5. การยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเป็นสากลและยั่งยืน

พื้นที่ท่องเที่ยวเมืองรอง

“ในเวียงเมืองแห่งคนอายุยืน คีนถิ่นอัตลักษณ์เมืองเก่า เรามุ่งเป็นชุมชนแห่งปัญญา ปราศจากสิ่งสกปรกคุณภาพ” สำหรับประเทศไทยนับว่ายังขาดการลงทุนที่เพียงพอต่อการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวทั้งระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลัก เมืองท่องเที่ยวรอง และการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน (สุรีย์ บุญญานุพงศ์ และคณะ, 2559) ทำให้พื้นที่ท่องเที่ยวระดับเมืองรองควรให้ความสำคัญกับการวางแผนพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของตนบนความขาดแคลนจากการลงทุนในด้าน เพื่อสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวให้ต่างจากเมืองท่องเที่ยวหลัก เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวต่าง ๆ สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวของตน เพื่อเป็นการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

เมื่อกล่าวถึงเมืองท่องเที่ยวรอง จังหวัดท่องเที่ยวรอง พื้นที่ท่องเที่ยวรอง การท่องเที่ยวระดับเมืองรอง หรือพื้นที่ท่องเที่ยวระดับเมืองรอง จะหมายถึง การท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ระดับชุมชนท้องถิ่น หมู่บ้าน อำเภอ และจังหวัด ที่มีจำนวนผู้เยี่ยมชมน้อยกว่า 1 ล้านคน ต่อปี ซึ่งเป็นพื้นที่เชื่อมโยงเมืองท่องเที่ยวหลัก ตัวอย่างเช่น ในปี พ.ศ. 2555 ประเทศไทยมีพื้นที่ท่องเที่ยวระดับเมืองรองหรือเมืองท่องเที่ยวรอง จำนวน 51 จังหวัด และมาในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยมีพื้นที่ท่องเที่ยวในระดับเมืองรองหรือเมืองท่องเที่ยวรอง ลดลงมาเป็น 48 จังหวัด และใน 5 ปีที่ผ่านมา จากสถิติการเติบโตของรายได้ภาคการท่องเที่ยวและบริการในจังหวัดท่องเที่ยวรอง พบว่ามีอัตราการเติบโตของรายได้ อยู่ที่ร้อยละ 12.9 ของรายได้ทั้งหมด (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564, 2560)

ดังนั้นเป้าหมายหนึ่งในการจัดการการท่องเที่ยวระดับชุมชนท้องถิ่นนี้ก็เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น และขณะเดียวกันต้องดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการป้องกันการเสื่อมโทรมหรือสูญสลายของสิ่งแวดล้อมที่เป็นทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมทั้งต้องคำนึงถึงการเสริมสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมเยือนฉะนั้นการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ระดับชุมชนท้องถิ่นที่มีลักษณะเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวระดับเมืองรอง จึงควรกำหนดการวางแผนระยะยาวและกำหนดเป้าหมายยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการวางตำแหน่งที่แตกต่างอย่างเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวของชุมชน การวางแผน

ระยะยาวจะช่วยให้ลดผลกระทบทางลบที่เกิดกับความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอันเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

เขตการท่องเที่ยวล้านนา

ล้านนา เป็นคำที่ใช้เรียกดินแดนที่มีน่านับล้านหรือมีที่นาเป็นจำนวนมาก คู่กับล้านช้าง คือดินแดนที่มีช้างนับล้านตัว เมื่อปี พ.ศ. 2530 คำว่า “ล้านนา” กับ “ล้านนา” เป็นหัวข้อโต้เถียงกันซึ่งคณะกรรมการชำระประวัติศาสตร์ไทยได้ให้ข้อยุติว่า “ล้านนา” เป็นคำที่ถูกต้อง และเป็นคำที่ใช้กันในวงวิชาการ (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2555) โดยที่ล้านนาเป็นอาณาเขตบริเวณภาคเหนือตอนบนของไทย (Upper Northern Provinces) ซึ่งประกอบด้วย 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนของไทย ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน เชียงราย แพร่ น่าน พะเยา ซึ่งมีภูมิอากาศดี ธรรมชาติที่สวยงาม มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน และมีประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เหมาะแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558) จึงทำให้ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยได้อาศัยฐานทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรวัฒนธรรมล้านนาเป็นทุนและจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน และในขณะเดียวกันคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (2560) โดยจัดตั้งกลุ่มจังหวัด จำนวน 18 กลุ่มจังหวัด ใน 6 ภาคของประเทศไทย เพื่อการบริหารงานเชิงยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ โดยที่ภาคเหนือตอนบนของไทย ได้แบ่งเป็น 2 กลุ่มจังหวัด คือ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ได้แก่ เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง และลำพูน หรือเรียกว่า “ล้านนาตะวันตก” และกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ได้แก่ เชียงราย น่าน พะเยา และแพร่ หรือเรียกว่า “ล้านนาตะวันออก” หากเรียกตามกลุ่มวัฒนธรรมล้านนา

นอกจากนี้ด้วยประวัติศาสตร์ของเมืองน่านที่มีความเป็นมายาวนานหลายร้อยปี ตั้งแต่สมัยอาณาจักรสุโขทัยและล้านนา ทำให้ปัจจุบันจึงมีร่องรอยมรดกทางประเพณีวัฒนธรรมให้เห็นไว้ในเมืองน่านไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของศิลปกรรม โบราณสถาน สถาปัตยกรรม วัดวาอาราม ประเพณีวัฒนธรรมต่าง ๆ รวมถึงบ้านเรือนสมัยโบราณของเจ้าผู้ครองนครน่าน จึงทำให้จังหวัดน่านกลายเป็นพื้นที่ในเขตล้านนาตะวันออกที่ยังมีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และสถาปัตยกรรมที่สามารถเชื่อมโยงไปถึงความเป็นอยู่ของชุมชนล้านนาในอดีต (สุรพล เขียรสูตร, 2557) ส่งผลให้จังหวัดน่านเป็นเมืองหนึ่งที่มีความสำคัญภายใต้เขตอารยธรรมล้านนาตะวันออก ประกอบกับน่านยังมีทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ

สถาปัตยกรรมอยู่เป็นจำนวนมาก จนกลายเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวหลักมากกว่าทรัพยากรทางธรรมชาติ (ณวิทย์อ่องแสงชัย 2558)

จากแนวทางการจัดทำกาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่ได้เน้นถึงแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวตามกลุ่มจังหวัดไว้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จำแนกจังหวัดตามกลุ่มท่องเที่ยวออกเป็น 8 เขต หรือ 8 กลุ่มจังหวัด เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีความพร้อม และส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชื่อมโยงเป็นกลุ่มจังหวัดจากเมืองท่องเที่ยวหลักสู่เมืองที่อยู่รายรอบ 8 กลุ่มจังหวัดท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2560) และ 1 ใน 8 กลุ่มจังหวัดในการจำแนกตามกลุ่มท่องเที่ยวตามกลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ซึ่งก็คือ “เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา” โดยประกอบด้วย 5 จังหวัดภาคเหนือตอนบนได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา ซึ่งมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง ผ่านมาตรการการยกระดับวัฒนธรรม และภูมิปัญญาล้านนาสู่สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรมยกระดับและส่งเสริมการค้าการลงทุนอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า พัฒนาเชื่อมโยงสินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภาคอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว แทนการนำเข้าและบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ (การส่งเสริมการท่องเที่ยว, 2558)

แม้ว่าจังหวัดน่านหรือเมืองน่านจะไม่ได้เป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา แต่จังหวัดน่านนับว่าเป็นจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มพื้นที่จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพซึ่งอยู่ในเขตล้านนาตะวันออกที่มีพื้นที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาตามที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. 2558- 2560) ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว โดยเน้นการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวรอง และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล ซึ่งมีแนวทางส่งเสริมการเดินทางสู่พื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีความพร้อมและส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชื่อมโยงเป็นกลุ่มจังหวัดจากเมืองท่องเที่ยวหลักสู่เมืองท่องเที่ยวรองโดยรอบ อย่างเช่น ในพื้นที่ 12 เมืองต้องห้ามพลาด (การส่งเสริมการท่องเที่ยว, 2558) ซึ่งหนึ่งในนั้น

ประกอบด้วยจังหวัดน่าน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ 12 เมือง อันประกอบด้วย จังหวัดลำปาง น่าน เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ สมุทรสงคราม ราชบุรี จันทบุรี ตราด ชุมพร นครศรีธรรมราช และตรัง โดยมีแนวทางการพัฒนาในการพัฒนา พื้นฟู และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านท่องเที่ยว โดยยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนไว้ และยังส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวหรือ Cluster และพื้นที่จังหวัดเมืองรองใกล้เคียง

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เมืองน่านกลายเป็นอีกหนึ่งจังหวัดท่องเที่ยวรองหรือเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวระดับเมืองรองที่มีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้วยจังหวัดน่านนับว่าเป็นเมืองต้นแบบอารยสถาปัตย์ (universal design) ทั้งพื้นที่หน่วยงานรัฐ โบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่เอกชนหลายแห่ง เช่น บริเวณสำนักงานเทศบาลเมืองน่านศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเทศบาลเมืองน่าน (tourist information center) รถรางนำเที่ยวรูปแบบอารยสถาปัตย์ ลานข่วงเมืองน่าน วัดสวนตาล สถานีขนส่งเทศบาลเมืองน่าน หอผ้าสาธารณะ บริเวณสวนสาธารณะ ริมแม่น้ำน่าน เป็นต้น

ด้วยศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านดังกล่าวนี้ทำให้จังหวัดน่านถูกบรรจุอยู่ในยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศในประเด็นพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและความยั่งยืน ภายใต้แนวทางการพัฒนาระดับการท่องเที่ยวคุณภาพกลุ่มเป้าหมายเฉพาะของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ในประเด็นของการสร้างสมดุลเชิงเวลาและพื้นที่ที่เน้นการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปสู่พื้นที่ท่องเที่ยวรองและเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล ภายใต้การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ดังเช่น 12 เมืองต้องห้ามพลาด ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพซึ่งก็คือ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ

ขณะเดียวกันข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ยังได้มุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่นำไปสู่การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (แผนปฏิบัติการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของประเทศ พ.ศ. 2558-2560, (- 2558) ด้วยเช่นกัน ดังนั้น จังหวัดน่านในฐานะเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองรองที่อยู่ในเขตลุ่มนาของภาคเหนือตอนบนที่มี

ความสามารถรองรับการท่องเที่ยวเชื่อมโยงจากจังหวัดท่องเที่ยวหลักได้เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยวระดับเมืองรองนี้ซึ่งการมียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนและเหมาะสมกับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นสิ่งจำเป็นมากเพราะถ้าหากไม่มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและเห็นเป็นรูปธรรมในการวางตำแหน่งและนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวระดับเมืองรองอย่างมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นไปยังกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างในอนาคต ก็จะมีผลกระทบให้การท่องเที่ยวระดับเมืองรองอย่างจังหวัดน่านเสียโอกาสที่จะได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนและยาวนาน

ด้วยปัจจัยด้านความเสื่อมของแหล่งท่องเที่ยวตามแบบจำลองของ Butler ที่เกิดจากการตั้งราคาของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแข่งขันกันมากเกินไป ทำให้มีการตัดราคาและลดคุณภาพจนกระทั่งนักท่องเที่ยวหนีไป (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ, 2556) ซึ่งผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การแข่งขันทางการท่องเที่ยวที่เป็นการแข่งขันด้านราคาสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบมวลชน มาเป็นกลยุทธ์การแข่งขันที่ไม่ได้เน้นราคาแต่เพียงอย่างเดียวซึ่งก็คือ เน้นการแข่งขันการท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าทางการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยวของตนเองเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพขณะเดียวกันด้วยยุคปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีก้าวหน้าและเติบโตไปอย่างรวดเร็ว ได้ส่งผลกระทบอย่างมากต่อทุกภาคส่วน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและภาคบริการเองก็ได้รับผลกระทบนี้เช่นเดียวกัน ทำให้ธุรกิจใภาคท่องเที่ยวและบริการมีการแข่งขันกันทั้งด้านราคาและด้านคุณภาพ ภาคการผลิตที่เกี่ยวข้องล้วนมีความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพด้วยต้นทุนที่ต่ำ ส่งผลให้เกิดปัญหาเกิดขึ้นคือ การเผชิญปัญหาการแข่งขันตัดราคา (Cut-Price Competition) ซึ่งมุ่งเน้นเรื่องการลดต้นทุนด้วยการแสวงหาเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมไปถึงเกิดปัญหาการย้ายจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว โดยย้ายจากจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมแล้ว ไปยังจุดหมายปลายทางใหม่ที่มีสภาพสมบูรณ์ สวยงาม และยังคงความบริสุทธิ์ฉะนั้นการแข่งขันทางการท่องเที่ยวด้วยคุณภาพจึงเป็นอีกกลยุทธ์ที่นำมาใช้ในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวแทนการแข่งขันด้วยราคาอย่างที่เคยใช้กับการท่องเที่ยวแบบมวลชนที่เน้นจำนวนนักท่องเที่ยวปริมาณมาก

จากงานวิจัยหลายชิ้นที่ได้รายงานไว้ว่า พื้นที่จังหวัดน่านมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวสูงมาก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดโบราณสถาน อาคารบ้านเรือนเก่าแก่ที่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวครั้งแรกให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มากกว่าทางธรรมชาติ (ณวิทย์ อ่องแสงชัย, 2558) โดยสอดคล้องกับคำขวัญที่ว่า น่านเมืองเก่ามีชีวิต (Nan Living Old Town) ที่การท่องเที่ยวของจังหวัดใช้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งจากประกาศเมืองเก่าตามนโยบายของรัฐบาล ได้แบ่งเมืองเก่าเป็น 3 กลุ่ม โดยเมืองเก่าน่านจัดอยู่ในกลุ่มที่ 1 เป็นเมืองเก่าที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ เป็นเมืองเก่าที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี มีขนาดใหญ่ในฐานะศูนย์กลางของอาณาจักรในยุคใดยุคหนึ่ง มีหลักฐานของงานศิลปกรรมที่มีลักษณะที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของอาณาจักรนั้น ๆ ในอดีต และในปัจจุบันมีการอยู่อาศัยของชุมชนใหม่ซ้อนทับชุมชนเดิม และนับเป็นเหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งที่จะต้องเร่งประกาศเมืองในกลุ่มนี้เพื่อป้องกันภัยคุกคามที่เกิดจากการบุกรุกหรือการขยายตัวของเมืองเหล่านี้ เมืองในกลุ่มนี้ได้คัดเลือกแล้วมี 10 เมืองคือ เมืองเก่าเชียงใหม่ เมืองเก่าน่าน เมืองเก่าลำปาง เมืองเก่าลำพูน เมืองเก่ากำแพงเพชร เมืองเก่าพิษณุโลก เมืองเก่าลพบุรี เมืองเก่าพิจิตร เมืองเก่านครศรีธรรมราช และเมืองเก่าสงขลา (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2554)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเลือกพื้นที่เมืองน่านหรือจังหวัดน่านเป็นพื้นที่ศึกษาการท่องเที่ยวระดับเมืองรองในเขตล้านนา เนื่องจากเมืองน่านหรือจังหวัดน่านไม่ได้เป็นหนึ่งในจังหวัดที่อยู่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา แต่เป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตการพัฒนาเมืองเก่าของประเทศไทยที่มีความสำคัญอยู่ในกลุ่มที่ 1 ของการแบ่งประเภทเมืองเก่า ส่วนจังหวัดพะเยาแม้ว่าจะอยู่ในเขตล้านนาตะวันออกเช่นเดียวกับจังหวัดน่านแต่เป็นเมืองเก่าที่จัดอยู่ในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นเมืองที่มีความสำคัญรองลงมาจากกลุ่มที่ 1 ทั้งในเรื่องของขนาดเมืองที่เล็กกว่า และเมืองในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ยังคงเป็นเมืองบริวารในฐานะเมืองลูกหลวงยังไม่เร่งด่วนเท่ากลุ่มที่ 1

ด้วยจังหวัดน่านมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในเขตตัวเมืองน่าน จึงนับว่าเป็นโอกาสของพื้นที่จังหวัดน่านที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยวคุณภาพของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุซึ่งแก่นักท่องเที่ยวคุณภาพ ภายใต้ขอบเขตของแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวทางด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงการท่องเที่ยวแบบนิบาชา ที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย

ให้เข้ามาท่องเที่ยวพักผ่อนในพื้นที่ท่องเที่ยวระดับเมืองรองอย่างเช่นจังหวัดน่าน เนื่องจากพื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดน่านเป็นพื้นที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักของภาคเหนือและภูมิภาคอื่น ๆ ได้ แต่ในขณะเดียวกันจากผลการศึกษาของ ณวิทย์ อ่องแสงชัย (2558) ระบุว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 1.8 แสดงความคิดเห็นว่า คิดว่าจะไม่กลับมาเที่ยวที่จังหวัดน่าน แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวอาจไม่พึงพอใจจากการท่องเที่ยว ซึ่งอาจมาจากความประทับใจในการต้อนรับการให้บริการจากคนในพื้นที่ แสดงให้เห็นว่าพื้นที่ท่องเที่ยวระดับเมืองรองยังขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพที่เหมาะสม ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนากลยุทธ์การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวระดับเมืองรองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวคุณภาพของผู้สูงอายุ

ดังนั้นจังหวัดน่าน จึงนับได้ว่าเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ มีวัฒนธรรมประเพณี วิธีการดำเนินชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งคนในท้องถิ่นยังคงดำรงรักษาวิถีการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมและสืบทอดต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน จึงเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของเมืองน่าน (ภาณุพงศ์ สิทธิวุฒิ, 2554) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะช่วยรักษาสถิติลักษณ์ความเป็นเมืองน่านให้สมดุลกับความเปลี่ยนแปลงของเมืองที่กำลังพัฒนาไปสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับเมืองรอง โดยเป็นการนำเอาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของคนในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวซึ่งก็คือความเป็นคนน่าน ที่มีความเป็นล้านนาตะวันออก มาเป็นจุดขายในการท่องเที่ยวให้จังหวัดน่านได้กลายเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้รูปแบบการท่องเที่ยวในชื่อว่า น่านเมืองเก่าที่มีชีวิต

ซึ่งการท่องเที่ยวจะสร้างรายได้เป็นรายได้เสริมให้กับคนจังหวัดน่านขณะเดียวกันก็ยังสามารถรักษาสถิติลักษณ์ตัวตนของน่านได้ (สุรพล เทียรสูตร, 2557) ซึ่งการจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ความเป็นล้านนาตะวันออกได้นั้น ทำให้ต้องอาศัยการจัดการการท่องเที่ยวคุณภาพในขณะเดียวกันพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดน่านเองต้องเป็นผู้คัดเลือกนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพเท่านั้นซึ่งก็คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย เพื่อป้องกันทรัพยากรท่องเที่ยวภายในพื้นที่ท่องเที่ยวไม่ให้ถูกทำลายลงไปจากกระแสนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมากโดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว นอกจากนี้ด้วยลักษณะทำเลที่ตั้งของจังหวัดน่านที่เป็นเมืองทางตะวันออกสุดของล้านนา ซึ่งไม่สามารถผ่านไปยังจังหวัดอื่น ๆ ได้ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวยังเมืองน่านเป็น

นักท่องเที่ยวที่ต้องตั้งใจมาเที่ยวจังหวัดน่านโดยเฉพาะ และในขณะที่คุณค่าทางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่นของภาคเหนือตอนบนกำลังถูกละเลยและลดทอนความเป็นเอกลักษณ์ลง

เนื่องจากกระแสวัฒนธรรมจากภายนอกทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้วัฒนธรรมเดิม คลายตัวลง โดยเฉพาะในคนรุ่นใหม่ของชุมชนและท้องถิ่น จากผลการศึกษาที่ผ่านมาหลาย ชิ้นงานได้ระบุว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน สนใจที่จะเยี่ยมชมแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและองค์ประกอบรองรับการ ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคเหนือตอนบนยังมีศักยภาพในการรองรับการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับปานกลางถึงต่ำ จึงไม่สามารถตอบสนองและรองรับการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งต้องเร่งดำเนินการพัฒนา

จากปรากฏการณ์และสภาพโดยทั่วไป รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมา ข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวระดับเมืองรองในเขตล้านนาโดยเฉพาะ จังหวัดน่านที่อยู่ภายใต้เขตอารยธรรมล้านนาตะวันออกที่มีศักยภาพทางด้านทุนทางวัฒนธรรม ต้องมีการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับเมืองรองให้อยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนและเหมาะสม กับอัตลักษณ์ของน่าน โดยไม่ทำลายทรัพยากรท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวรองด้วยใน ขณะเดียวกัน ดังนั้นการท่องเที่ยวระดับเมืองรองจึงอาศัยกลยุทธ์การแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ที่ไม่ได้เน้นราคาสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบมวลชนให้ใช้กลยุทธ์การแข่งขันที่ไม่ได้ใช้ราคา แทน คือ การแข่งขันการท่องเที่ยวคุณภาพ ทำให้ต้องอาศัยแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวให้ม ีความยั่งยืนไม่ให้ทรัพยากรท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวรองต้องได้รับผลกระทบจากกระแส การท่องเที่ยวในปัจจุบัน

บริบททั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดน่าน

ประวัติศาสตร์เมืองน่าน

น่าน ถือกำเนิดจากการเป็นนครรัฐเล็ก ๆ เมื่อราวปี พ.ศ.1825 โดยพญางูคาในอดีตมี ความสัมพันธ์ทางการค้ากับนครรัฐโดยรอบไม่ว่าจะเป็นสุโขทัย หลวงพระบาง ลำปาง หรือล ีปองปันนา แต่หลักฐานประวัติศาสตร์แสดงให้เห็นว่า ในช่วงก่อร่างสร้างเมือง อาณาจักร สุโขทัยเป็นอาณาจักร ที่มีความสัมพันธ์กับน่านอย่างแนบแน่น ทั้งด้านการเมือง การค้า และ ศิลปะ ดังจะเห็นจากเจดีย์วัด พระธาตุช้างค้ำวรวิหาร ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางเมืองน่านบ่งบอกถึง

ศิลปะสุโขทัยอย่างชัดเจนจนกระทั่ง สุโขทัยผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกรุงศรีอยุธยาในปี พ.ศ. 1981 น่านก็เริ่มเป็นที่หมายปองของ อาณาจักรล้านนาซึ่งมีเชียงใหม่เป็นราชธานี (วิกิพีเดีย 2563)

ด้วยความสมบูรณ์ของบ่อเกลือที่เป็นของหายากใน พื้นที่แถบนี้ทำให้พระเจ้าติโลกราช แห่งล้านนาส่งกองทัพเข้ายึดเมืองน่าน และผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของล้านนา เป็นระยะเวลา เกือบร้อยปีที่น่านตกอยู่ภายใต้อำนาจของล้านนา ส่งผลให้ได้รับ อิทธิพลทางศิลปกรรมและ สถาปัตยกรรมจากล้านนาแทนที่ศิลปะสุโขทัย ล่วงเข้าปี พ.ศ.2103 อาณาจักรล้านนารวมไปถึง เมืองน่านตกเป็นเมืองขึ้นของพม่าเป็นเวลายาวนานกว่า 200 ปี ระหว่าง นั้นมีความพยายามที่ จะปลดจากการเป็นเมืองขึ้นของพม่าหลายต่อหลายครั้งแต่ก็ไม่สำเร็จ ไม่เพียง เท่านั้นผลที่ได้ จากความพยายาม คือ ทั้งบ้านเมืองและวัดวาอารามบางส่วนถูกพม่าเผาทำลายจน กลายเป็น เมืองร้างจนถึงปี พ.ศ.2317 ขณะนั้นทั้งเชียงใหม่และน่านยังคงตกอยู่ภายใต้การปกครอง ของ พม่า สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงยกทัพขึ้นมาตีเมืองเชียงใหม่และขับไล่พม่าออกไป ทาง พม่าจึงได้ถอยทัพไปยังเมืองเชียงแสนพร้อมทั้งกวาดต้อนผู้คนจากเมืองน่านไปด้วยเป็นจำนวน มาก จนทำให้น่านถูกทิ้งร้างเป็นระยะเวลายาวนานกว่า 23 ปี (วิกิพีเดีย 2563)

กระทั่งได้รับการบูรณะบ้านเมืองขึ้นมาใหม่ ในสมัยพระเจ้าอัฐวรปัญญา เจ้าผู้ครอง นครน่านที่หันมาศรัทธาดีกับสยามในสมัยรัชกาลที่ 1 พร้อมกับนำนโยบาย “เก็บผักใส่ 1 ช้า เก็บข้าวใส่เมือง” ผู้คนจากหลายแห่งถูกกวาดต้อนมาจากเมือง น่านโดยเฉพาะชาวไทยเชื้อจาก แถบสิบสองปันนา จากนั้นมีการปฏิรูปการปกครองในสมัยรัชกาลที่ 5 ส่งผลให้อำนาจเจ้าผู้ ครองนครน่านลดน้อยลง แต่ความสัมพันธ์ระหว่างน่านกับกรุงเทพมหานครก็ดำเนินไปได้ด้วยดี จนกระทั่งเจ้ามหาพรหมสุรธาตาเจ้าเมืองน่านองค์สุดท้ายถึงแก่พิราลัยในปี พ.ศ. 2474 เป็น การสิ้นสุดระบอบการปกครองเจ้าผู้ครองนคร และน่านก็กลายเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ตั้งแต่นั้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2553)

คำขวัญของจังหวัดน่าน

“แข่งเรือลือเลื่อง เมืองงาช้างดำ จิตรกรรมวัดภูมินทร์ แดนดินส้มสีทอง เรืองรองพระธาตุแช่แห้ง”(จังหวัดน่าน 2563)

ดอกไม้ประจำจังหวัดน่าน

ชื่อทั่วไป : เลี้ยวดอกขาว (เลี้ยวป่าดอกขาว)



ภาพ 1 ดอกเลี้ยวขาว ดอกไม้ประจำจังหวัดน่าน

ที่มา : <https://sites.google.com/site/prawatisastrmeuxngnan/tnmi-pra-ca-cang-hw>

1.2 ที่ตั้ง (Location)



ภาพ 2 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดน่าน

ที่มา : <https://sites.google.com/site/kittiphngskhakhng2559/khxmul-keiyw->

ด้านภูมิศาสตร์

จังหวัดน่านมีสภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่ร้อยละ 40 เป็นภูเขาซึ่งวางตัวในแนวเหนือ-ใต้ โดยเฉพาะบริเวณชายแดนด้านเหนือและตะวันออกซึ่งเป็นรอยต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีพื้นที่ 11,472.072 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 7 ล้านไร่เศษ อยู่ห่างจากกรุงเทพ 668 กิโลเมตร มีพื้นที่ใหญ่อันดับ 13 ของประเทศ มีดอยภูคาในเขตอำเภอปัว เป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในจังหวัด คือมีความสูงถึง 1,980 เมตร ส่วนพื้นที่ราบจะอยู่บริเวณตอนกลางของจังหวัด และตาม ลุ่มน้ำต่าง ๆ แหล่งน้ำที่สำคัญของจังหวัดคือแม่น้ำน่าน ซึ่งมีต้นกำเนิดทางตอนเหนือของจังหวัด แล้วไหลลงไปยังเขื่อนสิริกิติ์ในจังหวัดอุตรดิตถ์และบรรจบกับแม่น้ำปิง ที่จังหวัดนครสวรรค์เป็น แม่น้ำเจ้าพระยา นอกจากนี้ยังมีลำน้ำต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ลำน้ำสา ลำน้ำว้า ลำน้ำสมุน ลำน้ำปัว ลำน้ำย่าง ลำน้ำแหง เป็นต้น (วิกิพีเดีย 2563)

อาณาเขตโดยรอบของจังหวัดน่าน

ทิศเหนือ	ติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดอุตรดิตถ์
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดแพร่และจังหวัดพะเยา

ด้านภูมิอากาศ

มีลักษณะอากาศแบบทุ่งหญ้าเมืองร้อนแบบ 3 ฤดู คือ ฤดูร้อน ฤดูฝน และฤดูหนาว โดย มีความแตกต่างของฤดูอย่างชัดเจน (จังหวัดน่าน 2563)

ฤดูร้อน ระหว่างเดือนมีนาคม-เมษายน อากาศร้อนถึงร้อนจัด (สถิติอุณหภูมิสูงสุด 44.1 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 12 เมษายน พ.ศ.2502) เป็นช่วงเวลาชมความสวยงามของดอกไม้บานชนิด ไม่ว่าจะเป็นดอกเสี้ยวขาว ที่เป็นดอกไม้ประจำจังหวัด หรือดอกชมพูดา ที่จะพบได้ที่นี่เป็นที่เดียวในโลกเท่านั้น

ฤดูฝน ระหว่างเดือนพฤษภาคม-กันยายน มีฝนตกชุก จากอิทธิพลลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ลำน้ำหลายสายจะเชี่ยวมากเป็นฤดูแห่งการล่องแก่ง โดยเฉพาะลำน้ำว้าซึ่งได้ชื่อว่าเป็นจุด ล่องแก่งที่ดีที่สุดในเมืองไทย นอกจากนี้ช่วงปลายฝนยังมีเทศกาลแข่งเรือซึ่งเป็นประเพณี ที่มีชื่อเสียงของเมืองน่านมาก

ฤดูหนาว ระหว่างเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์ อากาศหนาวถึงหนาวจัด จากอิทธิพลลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ (สถิติอุณหภูมิต่ำสุด 2.7 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม

พ.ศ. 2542) อุทยานแห่งชาติหลาย ๆ แห่งในจังหวัดจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาสัมผัสอากาศหนาวและชม ทิวทัศน์ของทะเลหมอกยามเช้า ชมดอกพญาเสือโคร่ง

ด้านประชากร

ประชากรในจังหวัดน่านมีอยู่อย่างเบาบางเป็นอันดับ 55 ของประเทศ จำนวน 457,984 (2551) (ประมาณ 41 คนต่อตารางกิโลเมตร) กระจายไปตามสภาพทางภูมิศาสตร์ แบ่งได้เป็น กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ (จังหวัดน่าน 2563)

1. ชาวไทยวน หรือ คนเมือง ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของจังหวัด
2. ชาวไทลื้อ (ไทลื้อ ไทยอง) ส่วนใหญ่อาศัยตั้งบ้านเรือน อยู่กระจายตามลุ่มน้ำ ต่าง ๆ ในจังหวัดน่านมีมากที่สุด คือ อำเภอปัวแทบทุกตำบล อำเภอท่าวังผา อำเภอสองแคว อำเภอเชียงกลาง และอำเภอทุ่งช้าง เลยไปถึงอำเภอเฉลิมพระเกียรติ
3. ชาวไทพวน หรือ ลาวพวน ตั้งบ้านเรือนที่บ้านฝายมูล อำเภอท่าวังผา และบ้านลับ มีนพวน อำเภอเวียงสา
4. ชาวไทเขิน หรือ ชาวขิ่น
5. ชาวไทใหญ่ หรือ เลี้ยว หรือ ไตโหลง อาศัยอยู่บริเวณแก่งอำเภอทุ่งช้าง

ด้านการปกครอง

แบ่งการปกครองแบ่งออกเป็น 15 อำเภอ 99 ตำบล 848 หมู่บ้าน ได้แก่

1. อำเภอเมืองน่าน
2. อำเภอแม่จริม
3. อำเภอบ้านหลวง
4. อำเภอนาน้อย
5. อำเภอปัว
6. อำเภอท่าวังผา
7. อำเภอเวียงสา
8. อำเภอทุ่งช้าง
9. อำเภอเชียงกลาง
10. อำเภอนาหมื่น
11. อำเภอสันติสุข
12. อำเภอบ่อเกลือ

13. อำเภอสองแคว

14. อำเภอภูเพียง

15. อำเภอเฉลิมพระเกียรติ

ด้านการคมนาคม

เนื่องด้วยภูมิศาสตร์ของจังหวัดน่านมีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดอื่น ๆ ไม่มาก และเป็นจังหวัดชายแดนติดกับประเทศลาว ดังนั้นการเดินทางมาจังหวัดน่านจึงมีเส้นทางที่จำกัด ไม่มีทางรถไฟ รถยนต์ จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 32 ถึงจังหวัดนครสวรรค์ จากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 117 ถึงจังหวัดพิษณุโลกและใช้ทางหลวงหมายเลข 11 ผ่านจังหวัดอุตรดิตถ์ และ อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ จากเด่นชัยใช้ทางหลวงหมายเลข 101 ผ่านจังหวัดแพร่ไปจนถึงจังหวัด น่าน รวมระยะทางประมาณ 668 กิโลเมตร ทางรถไฟ จังหวัดน่านไม่มีเส้นทางรถไฟ ผ่าน แต่สามารถเดินทางมาลงที่สถานีรถไฟ เด่นชัย อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ แล้วเดินทางด้วยถนนระยะทางประมาณ 140 กิโลเมตร ตามทาง หลวงแผ่นดินหมายเลข 101 มายังตัวจังหวัดได้ ทางอากาศ มีท่าอากาศยานน่านซึ่งเป็นสนามบินพาณิชย์ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของตัวเมืองห่างประมาณ 3 กิโลเมตร มีเที่ยวบินระหว่างท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานดอนเมือง และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (วิกิพีเดีย 2563)

ด้านการท่องเที่ยว

จังหวัดน่านอาจจะไม่มีชื่อเสียงเป็นอันดับต้น ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว แต่ความจริงแล้วที่นี่มีแหล่งท่องเที่ยวให้ผู้สนใจได้ท่องเที่ยวมากมายไม่รู้จบ ทั้งสถานที่ทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี แหล่งอารยธรรมโบราณ โดยที่เพิ่งค้นพบในเขตอำเภอเมืองน่าน ส่วนโบราณสถาน โดยเฉพาะวัด เก่าแก่มิให้เห็นแทบทุกอำเภอ ได้แก่ วัดพระธาตุแช่แห้ง พระธาตุคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัด วัดภูมินทร์ หอคำ วัดหนองบัว วัดบุญยืน ซึ่งล้วนแต่มีอายุนับร้อย ๆ ปี มีภาพจิตรกรรมฝาผนังที่สวยงามทั้งสิ้น สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติก็มีความหลากหลาย เช่น เส้นทางชมธรรมชาติหมู่บ้านมณีพฤกษ์ ในอำเภอทุ่งช้าง อุทยานแห่งชาติหลายแห่ง เสาหินที่อำเภอนาน้อย บ่อเกลือโบราณในอำเภอบ่อเกลือ หรือการล่องแก่งน้ำว่าที่มีทัศนียภาพสวยงามตลอดเส้นทาง เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2556)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน สามารถท่องเที่ยวได้ทั่วทุกอำเภอ ด้วยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว นอกจากนี้ยังมีงานบุญประเพณีที่สำคัญ เช่น งานแข่งเรือ งานไหว้พระธาตุ เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดน่าน

สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม

วัดพระบรมธาตุแช่แห้ง

เป็นปูชนียสถานศักดิ์สิทธิ์ตั้งอยู่บนเนินทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำน่าน บริเวณที่เป็นศูนย์กลางเมืองน่านเดิม หลังจากที่ย้ายมาจากเมืองบัว วัดพระบรมธาตุแช่แห้งสร้างในสมัยเจ้าพระยาการเมือง (เจ้าผู้ครองนครน่านระหว่าง พ.ศ.1869-1802) เพื่อเป็นที่ประดิษฐานพระมหาชินธาตุเจ้า 7 พระองค์ พระพิมพ์เงินและพระพิมพ์ทอง ที่ได้รับพระราชทานจากพระมหาธรรมราชาลิไท เมื่อครั้งที่เจ้าพระยาการเมืองเสด็จไปช่วยสร้างวัดหลวงอภัย (วัดป่ามะม่วง จังหวัดสุโขทัยในปัจจุบัน) เมื่อ พ.ศ.1897 องค์พระธาตุเป็นเจดีย์ทรงระฆัง รูปแบบของพระธาตุแช่แห้งสันนิษฐานว่าได้รับอิทธิพล จากเจดีย์พระธาตุหริภุญไชย โดยรอบองค์บุด้วยทองจังโก (ทองดอกบวบ ทองเหลืองผสมทองแดง) ทางขึ้นสู่องค์พระธาตุเป็นตั้วพญานาค หน้าบันเหนือประตูทางเข้าพระวิหารเป็นปูนปั้นลายนาคเกี่ยว ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ของศิลปกรรมเมืองน่าน พระบรมธาตุแช่แห้งเป็นพระธาตุประจำปีเถาะ ชาว ล้านนาเชื่อว่า หากได้เดินทางไป “บูชา” หรือนมัสการพระธาตุประจำปีเกิดจะได้รับอานิสงส์อย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมวัดพระธาตุแช่แห้งได้ทุกวัน ระหว่างเวลา 06.00-18.00 น. (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2556)

วัดภูมินทร์

เป็นวัดหลวง ตั้งอยู่ในเขตพระนครดงปรากฏชื่อตำบลในเวียง ในปัจจุบันอยู่ใกล้กับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจังหวัดน่าน ตามพงศาวดารของเมืองน่าน พระเจ้าเจตบุตรพรหมมินทร์เจ้า ผู้ครองนครน่านได้สร้างวัดภูมินทร์ขึ้นหลังจากที่ครองนครน่านได้ 6 ปี เมื่อ พ.ศ.2139 มีปรากฏใน คัมภีร์เมืองเหนือว่าเดิมชื่อ “วัดพรหมมินทร์” แต่ตอนหลังชื่อวัดได้เพี้ยนไปจากเดิมเป็นวัดภูมินทร์ สามร้อยปีต่อมา วัดภูมินทร์ได้รับการบูรณะครั้งใหญ่สมัยเจ้าอนันตวรฤทธิเดช เมื่อ พ.ศ.2410 (ปลายสมัยรัชกาลที่ 4) ใช้เวลาซ่อมนานถึง 7 ปี จิตรกรรมฝาผนังในวิหารหลวงก็เขียนขึ้นในช่วงนี้ ภาพจิตรกรรมหรือ “สื่อบัณฑิต”

ในวัดภูมินทร์เป็นชาดกในพุทธศาสนาแต่ถ้าพิจารณารายละเอียดของ วิถีชีวิตของคนเมืองในสมัยนั้น มีภาพที่น่าสนใจอยู่หลายภาพเช่น ภาพธรรมเนียมการอยู่ช่วง ของ ชาวไทลื้อ พ่อแม่ จะอนุญาตให้หนุ่มสาวพบปะกันที่ชานบ้านในเวลาค่ำ ขณะหญิงสาวกำลังปั่นฝ้าย หรือ “อยู่ช่วง” หากสาวเจ้าตกลงปลงใจด้วยก็จะจัดพิธีแต่งงาน หรือที่เรียกว่า “เอาคำ ไปป้องกัน”

หรือเป็นทองแผ่นเดียวกัน การค้าขายแลกเปลี่ยนในชุมชน ภาพชาวพื้นเมือง ซึ่งอาจเป็นชาวเขา “เปื้อะ” ของป่าบนศรีษะ เพื่อนำมาแลกเปลี่ยนกับคนเมือง

ภาพปู่ม่าน ย่าม่าน ภาพนี้ได้รับการยกย่องว่าเป็นภาพที่งามเป็นเยี่ยมของวัดภูมินทร์ มีการใช้สีแดง ฟ้ำดำ น้ำตาลเข้มเป็นพื้นใหญ่ ๆ คล้ายภาพสมัยใหม่ ชีวิตความเป็นอยู่ของคน เมืองน่าน หญิงสาวกำลังทอผ้าด้วยกี่พื้นเมือง นอกเรือนมีชาน เล็ก ๆ ตั้งหม้อน้ำดินเผาที่ เรียกว่า “ร้านน้ำ” ชายหนุ่มไฉ่ผมทรงหลักแจวหรือทรงมหาดไทย แสดงให้เห็นอิทธิพลตะวันตก ที่เข้ามาผสมผสานในวิถีพื้นเมืองน่าน

ภาพชาวต่างประเทศ ที่เข้ามา เมืองน่านช่วงรัชกาลที่ 5 ทรงผม และเครื่องแต่งกาย ของผู้หญิงเป็นรูปแบบเดียวกับที่กำลังเป็นที่นิยมในยุโรปขณะนั้น จุดเด่นของวัดนี้คือเป็นวัดที่ สร้างทรงจตุรมุขหนึ่งเดียวในประเทศไทยที่ดู คล้ายตั้งอยู่บนหลังพญานาค 2 ตัว อาคารนี้เป็น ทั้งพระอุโบสถ พระวิหารและพระเจดีย์ประธาน โดยใช้อาคารในแนวตะวันออก-ตะวันตกเป็น พระวิหาร และอาคารแนวเหนือ-ใต้ เป็นพระอุโบสถ รัฐบาลไทยเคยพิมพ์รูปวัดภูมินทร์ใน ธนบัตรใบละ 1 บาท ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 และเมือง โบราณ จังหวัดสมุทรปราการ สร้างพระวิหารหลังนี้จำลองไว้ด้วย (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดน่าน 2563)

วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร

ตั้งอยู่ถนนสุริยพงษ์ ตรงข้ามสำนักงานเทศบาลเมืองน่าน เดิมเรียก “วัดหลวง” หรือ “วัด หลวงกลางเวียง” สร้างขึ้นในสมัยเจ้าปู่แข็ง พ.ศ.1949 เป็นวัดหลวงในเขตนครน่าน สำหรับ เจ้าผู้ ครองนครใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีสำคัญทางพุทธศาสนาและพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยา ตามศิลา จารึกหลักที่ 74 ซึ่งถูกค้นพบภายในวัดกล่าวว่า พญาพลเทพฤาษย์ เจ้าเมืองน่านได้ ปฏิสังขรณ์บูรณะ วิหารหลวงเมื่อ พ.ศ.2091 ลักษณะสถาปัตยกรรมของวัดพระธาตุช้างค้ำนี้ สะท้อนให้เห็นอิทธิพล ของศิลปะสุโขทัย อาทิ เจดีย์ทรงลังกา (ทรงระฆัง) รอบฐานองค์พระ เจดีย์ล่ออิฐถือปูนและป็นเป็น รูปช้างครึ่งตัว ด้านละ 5 เชือก และที่มุมทั้งสี่อีก 4 เชือก ดูคล้าย จะเอาหลังหนุน หรือ “ค้ำ” องค์เจดีย์ ไว้ ลักษณะคล้ายวัดช้างล้อม จังหวัดสุโขทัย และภายใน วิหารประดิษฐาน พระพุทธรูปนันทบุรีศรีศากย มุนี พระพุทธรูปสำริดปางประทานอภัย สูง 145 เซนติเมตร อายุราวครึ่งหลังพุทธศตวรรษที่ 19 ตรง กับสมัยสุโขทัยตอนปลาย ส่วนผสมของ ทองคำ 65% พระประธานเป็นปูนปั้นขนาดใหญ่ศิลปะเชียง แสนฝีมือสกุลช่างน่านที่มีพุทธ ลักษณะงดงามยิ่ง (จังหวัดน่าน 2563)

29 บาท สร้างขึ้นเนื่องในมหามงคล พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่ฯ ทรงเจริญพระชนมพรรษา 6 รอบ เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ.2542 (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดน่าน 2563)

วัดมิ่งเมือง

ตั้งอยู่ถนนสุริยวงศ์ สร้างเมื่อ พ.ศ.2400 ลักษณะเด่นคือ ลายปูนปั้นที่ผนังด้านนอกของพระอุโบสถ เป็นฝีมือตระกูลช่างเชียงแสน มีความวิจิตรงดงามมาก ภายในมีภาพจิตรกรรมฝาผนัง แสดงให้เห็นวิถีชีวิตของชาวเมืองน่าน ฝีมือช่างท้องถิ่นยุคปัจจุบันและบริเวณวัดยังเป็นที่ประดิษฐาน เสาหลักเมือง ซึ่งอยู่ในศาลาจัตุรมุขด้านหน้าพระอุโบสถ เสาหลักเมืองสูงประมาณ 3 เมตร ฐานประดับ ด้วยไม้แกะสลดลายลงรักปิดทอง ยอดเสาแกะสลักเป็นรูปพรหมพักตร์มีชื่อ เมตตา กรุณา มุติตา อูเบกขา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2556)

วัดสวนตาล

ตั้งอยู่ถนนมหายศ สร้างขึ้นโดยพระนางปทุมวดี เมื่อ พ.ศ.1770 เจดีย์มีฐานางดงามชั้นล่างมีซุ้มประตูทั้งสี่ทิศ ภายในวิหารประดิษฐานพระพุทธรูปที่สำคัญคือ พระเจ้าทองทิพย์ ซึ่ง พระเจ้าติโลกราชแห่งนครเชียงใหม่ โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นใน พ.ศ.1992 เป็นพระพุทธรูปทอง สัริดองค์ใหญ่ปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 10 ฟุต สูง 14 ฟุต 4 นิ้ว มีงานนมัสการและสงฆ์น้ำเป็น ประจำทุกปี ในช่วงเทศกาลสงกรานต์และมีการเฉลิมฉลองทั้งกลางวันและกลางคืน

วัดพญาวัด

แต่เดิมบริเวณที่ตั้งวัดเป็นเขตศูนย์กลางเมืองน่านในสมัยที่ย้ายเมืองจากพระบรมธาตุแช่แห้ง มาตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำน่าน เจดีย์สร้างด้วยศิลาแลงในสมัยพระนางจามเทวี ลักษณะ คล้ายเจดีย์กู่กุด จังหวัดลำพูน เป็นทรงซุ้มสี่เหลี่ยมซ้อนกัน 5 ชั้น แต่ละชั้นประดิษฐานพระพุทธรูป ยืนซึ่งได้รับอิทธิพลจากศิลปะสุโขทัยตั้งพบที่สถูปเจดีย์วัดมหาธาตุจังหวัดสุโขทัย ยอดซุ้มล่ออิฐรวง โค้งเป็นรูปแบบการก่อสร้างสมัยพระเจ้าติโลกราชแห่งนครเชียงใหม่แสดงให้เห็นว่าการบูรณะในสมัยนั้น ซึ่งเป็นสมัยที่อิทธิพลของศิลปะเชียงใหม่ได้เข้ามาแทนที่ศิลปะสุโขทัยแล้ว ในพระอุโบสถ ประดิษฐาน “พระเจ้าฝนแสนห่า” หรือ “พระเจ้าสายฝน” ซึ่งชาวเมืองน่านเคยนำมาแห่ขอฝนให้ตก ต้องตามฤดูกาล นอกจากนั้นยังมีธรรมาสันแกะสลัก ปิฝีมือช่างพื้นเมืองน่านที่เล่าที่สุดเท่าที่เคยพบ สันนิษฐานว่าสร้างในสมัยเจ้าอัตถวรปัญโญ ราวครึ่งแรกของพุทธศตวรรษที่ 24

วัดหนองแดง

ตั้งอยู่ตำบลเปือย สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ.2330 โดยชาวไทลื้อร่วมกับไทพวน องค์พระประธาน สร้างโดยครูบาสิทธิการ พระวิหารบูรณะครั้งแรกเมื่อ พ.ศ.2492 และบูรณะต่อมาในปี พ.ศ.2538 แล้วเสร็จเมื่อ พ.ศ.2539 ภายในวัดมีลานกว้างร่มรื่น ซอฟ้าพระอุโบสถสลักรูปนกหัสดีลิงค์ (เป็นนก ในวรรณคดีมีจะอวยปากยาวคล้ายงวงช้าง) ซึ่งชาวไทลื้อเชื่อว่าเป็นสัตว์ชั้นสูงจากสวรรค์ เชิงชาย ประดับไม้ฉลุลายน้ำหยาด ซึ่งเป็นลวดลายเฉพาะของชาวไทลื้อ องค์พระประดิษฐานบนฐานชุกชี เรียกว่า นาคบัลลังก์ จากความเชื่อที่ว่านาคเป็นเครื่องหมายแห่งความสง่างาม ความดี และเป็น อารักษ์แห่งพระพุทธศาสนา วัดหนองแดงได้รับรางวัลดีเด่นประเภทแหล่งท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม (ภาคเหนือ) รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ครั้งที่ 5 พ.ศ.2547

สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

อุทยานแห่งชาตินันทบุรี

ครอบคลุมพื้นที่อำเภอเมืองและอำเภอบ้านหลวง รวมทั้งพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าน้ำยาว-น้ำสวก และป่าสงวนแห่งชาติถ้ำพุเตย เป็นป่าผสมผลัดใบ ดิบแล้ง ดิบเขา มีไม้ประเภสลัก ประดู่ ตะแบก ฯลฯ และในเขตอุทยานฯ นี้ยังเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของชนเผ่ามลาบรี หรือ ผีตองเหลือง

สถานที่น่าสนใจในอุทยานฯ

ดอยผาจิ การเดินทางสู่ดอยผาจิต้องเดินเท้าจากอุทยานแห่งชาตินันทบุรี เขตติดต่อกันาน-พะเยา ดอยผาจิ เป็นดอยที่มีความสวยงาม มีธรรมชาติที่ยังสมบูรณ์ทั้งน้ำตก ต้นไม้นานาพันธุ์ ดอยผาจินี้เคยเป็นพื้นที่ตั้งฐานกำลังของฝ่าย ผกค. ปัจจุบันยังมีอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องกำเนิดไฟฟ้า ท่อประปาอยู่ในพื้นที่ นอกจากนี้บริเวณใกล้เคียงยังมีหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง

ดอยวาว อยู่ในเขตดูแลของหน่วยจัดการต้นน้ำน้ำลาง เป็นจุดชมทะเลหมอกและพระอาทิตย์ตกที่สวยงาม อำเภอท่าวังผาเดิมเป็นป่าเสื่อมโทรมมาก ปัจจุบันได้รับการฟื้นฟูโดยทาง หน่วยจัดการต้นน้ำฯ ได้ปลูกพันธุ์ไม้เดิม เช่น แอปเปิ้ลป่า เมเปิ้ล สนสามใบ ก่อนถึงดอยวาวจะผ่าน ดอยตัวซึ่งเคยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอดนียมของเมืองน่าน อุทยานแห่งชาตินันทบุรี หมู่บ้านม้งที่ บ้านดอยตัว และบ้านสบขุ่น อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานแห่งชาติไปอีกราว 4 กิโลเมตร สามารถ เดินทางด้วยรถยนต์ไปถึงหน่วยจัดการต้นน้ำฯ แล้วเดินเท้าขึ้นสู่ยอดดอยตลอดเส้นทางเป็นป่าดิบเขา ที่อุดมสมบูรณ์และเป็นถิ่นอาศัยของนกบนที่สูงนานาชนิด ได้แก่

นกมุ่นรกตาแดง นกหางร่ำหางยาว นกตี๊ดแก้มเหลือง นกเสือแมลงปีกแดง นกกระจ่างไพรปากแดงยาว ฯลฯ สถานที่ที่น่าสนใจอื่นได้แก่ น้ำตกสันติสุข น้ำตกสองแคว น้ำตกห้วยพริก น้ำตกตาดฟ้าร้อง น้ำตกดอยหมอก น้ำพุร้อน (จังหวัดน่าน 2563)

อุทยานแห่งชาติดอยภูคา

มีพื้นที่ทั้งหมด 1,065,000 ไร่ หรือ ประมาณ 1,704 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 8 อำเภอในจังหวัดน่าน คือ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอท่าวังผา อำเภอปัว อำเภอเชียงกลาง อำเภอทุ่งช้าง อำเภอบ่อเกลือ อำเภอสันติสุข และอำเภอแม่จริม อุทยานแห่งชาติดอยภูคาเป็นป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์มีทั้งพืชพรรณและสัตว์ป่ามีความสำคัญต่อระบบนิเวศเทือกเขาดอยภูคาประกอบด้วย แนวภูเขาสูงสลับซับซ้อน ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของปลายเทือกเขาหิมาลัย โดยมียอดภูคาเป็นยอดเขา ที่สูงที่สุดของจังหวัดน่าน สูงถึง 1,980 เมตรจากระดับน้ำทะเล ดอยภูคาเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำหลายสาย เช่น แม่น้ำน่าน ลำน้ำปัว และลำน้ำว้า (จังหวัดน่าน 2563)

บริเวณนี้เดิมเคยเป็นทะเลมาก่อน ก่อนจะเกิดการ เคลื่อนตัวของแผ่นดินสองฝั่งใต้ทะเลเข้าหากัน ทำให้แผ่นดินโผล่ตัวขึ้น น้ำทะเลได้ดินระเหยไป เหลือเพียงหินแร่เกลือ ดังที่พบในอำเภอบ่อเกลือ และการค้นพบสัณฐานหอยทะเลอายุประมาณ 200 ล้านปี บนดอยภูคาที่บ้านค้ำฮ่อ ตำบลสะกาด อำเภอปัว มีลักษณะเป็นหอยแครงสองฝา ดร.จงพันธ์ จงลักษณ์มณี นักธรณีวิทยา กรมทรัพยากรธรณี สรุปว่าเป็นซากหอยที่มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า “พาลีโอคาร์ดิด้า สปีชี” (Paleocardita Species) อายุ 195–205 ล้านปี จัดอยู่ในยุคไทรแอสซิก (Triassic) ตอนปลาย ป่าไม้ในเขตอุทยานแห่งชาติดอยภูคา ประกอบด้วยป่า 6 ประเภท ป่าดงดิบเขา ป่าดิบแล้ง ป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง ป่าสนธรรมชาติ และทุ่งหญ้า เป็นแหล่งของพันธุ์ไม้หายากใกล้สูญพันธุ์ และพรรณไม้เฉพาะถิ่น ได้แก่ ต้นชมพูภูคา (Bretschneidera sinensis Hemsl.)

ต้นชมพูภูคา เป็นพืชหายากใน ประเทศไทยจะพบเพียงแห่งเดียวที่ป่าอุทยานแห่งชาติดอยภูคา เป็นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่สูงถึง 25 เมตร ออกดอกเดือนมกราคม-ต้นมีนาคม ในเขตป่าดิบเป็นแหล่งต้นเตาร้ายังักเป็นพรรณไม้เฉพาะถิ่นของ อุทยานแห่งชาติดอยภูคา เป็นปาล์มลำต้นเดี่ยวปาล์มตีกดาบรูป เมเปิ้ลใบห้าแฉก ต่างจากเมเปิ้ลที่อื่นซึ่งมีสามแฉก และกระโถนพระฤาษี เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งนกเฉพาะถิ่นที่หายากสอง ชนิด คือ นกมุ่นรกตาแดง นกพญาไฟใหญ่ และนกพงใหญ่พันธุ์อินเดียช่วงเวลาที่เหมาะสมในการ ท่องเที่ยว คือ ฤดูหนาว ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ อุณหภูมิเฉลี่ย 15–27 องศาเซลเซียส

สถานที่ที่น่าสนใจในอุทยานฯ

ชมพูกา ดอยภูคา นับเป็นบ้านแห่งสุดท้ายของต้นชมพู ภูคาพันธุ์ไม้ที่หายาก ดร.ธวัชชัย ล้นดิษฐ์ ผู้เชี่ยวชาญพฤกษศาสตร์ป่าไม้ กรมป่าไม้ เป็นผู้สำรวจพบเป็นครั้งแรกในเขตอุทยานแห่งชาติดอยภูคา เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2532 ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ชมพูกาจะผลิดอกตามปลายกิ่งเป็นช่อสีชมพูยาว 30-35 เซนติเมตร เมื่อบานจะทำให้ช่อดอกเป็นพุ่มสวยงาม ชมพูกาเป็นพันธุ์ไม้ที่เคยมีการสำรวจพบตามหุบเขาแถบมณฑลยูนนานทางตอนใต้ของประเทศจีนและ ทางเหนือของเวียดนาม จากนั้นก็ไม่มีรายงานการค้นพบพืชชนิดนี้อีก พื้นที่ป่าดิบเขาดอยภูคาจึงอาจ เป็นแหล่งกำเนิดสุดท้ายของชมพูกา ซึ่งเป็นไม้หายากใกล้สูญพันธุ์ชนิดหนึ่งของโลก จุดชมต้น ชมพูกาที่เข้าถึงง่ายที่สุดอยู่ริมถนนห่างจากที่ทำการไป 5 กิโลเมตร

เส้นทางศึกษาธรรมชาติชมพูกา จัดไว้ 2 เส้นทาง คือ เส้นทางศึกษาธรรมชาติดอกชมพูกามีทั้งเส้นรอบใหญ่ มีระยะทางประมาณ 4 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินประมาณ 3 ชั่วโมง และเส้นทาง รอบเล็ก มีระยะทาง 2 กิโลเมตร ใช้เวลาเดิน ประมาณ 1.5 ชั่วโมง ซึ่งจะพบพันธุ์ไม้ที่หายากและ พันธุ์เฉพาะถิ่นสมุนไพร เป็นต้น และเส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าดึกดำบรรพ์ (ดอยดงหญ้าหวาย) มี ระยะทางประมาณ 7 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินประมาณ 5 ชั่วโมง ซึ่งเป็นแหล่งดูนกที่มันักได้ไม้ที่สวยงาม ที่พบเพียงแห่งเดียวในประเทศไทยและนกชนิดอื่น ๆ

1. น้ำตกศิลาเพชร บ้านป่าตอง ตำบลศิลาเพชร น้ำตกลงมาจากหน้าผาหลายชั้นลดหลั่น กันไป เหมาะกับการเล่นน้ำ และมีผีเสื้อสวยงามให้ชมด้วย

2. ถ้ำผาแดง อยู่ที่บ้านมณีพฤกษ์ หมู่ที่ 11 ตำบลงอบ เป็นถ้ำที่มีความสวยงามและยาวมากที่สุดในอุทยานแห่งชาติดอยภูคา ภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อยสวยงาม ยังมีน้ำตกและลำธารขนาดใหญ่ภายในถ้ำอีกด้วย ในอดีตถ้ำผาแดงเป็นฐานที่ตั้งหลบภัยของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย ภายในถ้ำยังปรากฏร่องรอยของที่พัก เติงนอนของทหาร เติงนอนคนไข้ บาง เติงยัง อยู่ในสภาพที่ใช้ได้หลุมที่ฝังซ่อนอาวุธเศษอาหาร (ถาดหลุม) และเครื่องใช้การ เดินทางต้องเดินเข้าประมาณ 3 ชั่วโมง ลัดเลาะเนินเขา ซึ่งจะได้ชมความสวยงามของธรรมชาติ พันธุ์ไม้ และ สัตว์ป่าต่าง ๆ บ้านของชาวเผ่าม้งที่อาศัยอยู่อย่างธรรมชาติกลางหุบเขา

3. ถ้ำผาซ้อง ต้องเดินเท้าผ่านป่าร่มรื่นเข้าไปประมาณ 3.5 กิโลเมตร มีน้ำตกขนาดเล็ก บริเวณปากทางเข้าถ้ำมีขนาดเล็ก ในถ้ำมีคูหาซึ่งมีหินงอกหินย้อย มีทางน้ำไหลผ่าน พื้น

ถ้าเป็นดินเหนียว สีนําก ไม่ควรเข้าชมในช่วงฤดูฝนเพราะอาจมีน้ำท่วมในถ้ำ ควรติดต่อเจ้าหน้าที่นำทาง การเดินทางห่างจากที่ทำการอุทยานฯ ประมาณ 7 กิโลเมตร และต้องเดินเท้าเข้าไปอีกประมาณ 2 กิโลเมตร

4. ดอยภูแว เป็นยอดดอยที่มีความสูงชันสูงจากระดับน้ำทะเล 1,837 เมตร เป็นเทือกเขา เดียวกับภูเขาสไต มีลักษณะโดดเด่น คือปราศจากต้นไม้ใหญ่ เป็นทุ่งหญ้าบนดอย อีกทั้งยังมีลาน หินและหน้าผาสูงชัน เช่น ผาแอ่น ผาผึ้ง ดอยภูแว ค้นพบสุสานหอยซึ่งเป็นหอยทะเลอายุประมาณ 218 ล้านปี

5. น้ำตกภูฟ้า เป็นน้ำตกที่สูงที่สุดในอุทยานแห่งชาติดอยภูคา สูงประมาณ 140 เมตร มีทั้งหมด 12 ชั้นใช้เวลาไป-กลับและชมน้ำตกประมาณ 2 วันควรติดต่อเจ้าหน้าที่นำทาง

อุทยานแห่งชาติขุนน่าน

อยู่ในป่าสงวนแห่งชาติ ป่าดอยภูคาและป่าผาแดง ตำบลภูฟ้า ตำบลบ่อเกลือใต้ ตำบลดงพญา ครอบคลุมเทือกเขาที่สำคัญ ได้แก่ เทือกเขาภูฟ้า เทือกเขาขุนน้ำว้าน้อย เทือกเขาน้ำว้ากลาง และเทือกเขาผีปันน้ำ โดยมียอดผีปันน้ำ ตำบลดงพญา เป็นยอดดอยที่สูงที่สุดประมาณ 1,745 เมตร จากระดับน้ำทะเล และน้ำตกภายในอุทยานฯ จะมีน้ำตลอดทั้งปี

อุทยานแห่งชาติศรีน่าน

มีพื้นที่ประมาณ 583,750 ไร่หรือ 934 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่อำเภอเวียงสา อำเภอนาน้อย และอำเภอนาหมื่น เทือกเขาสลับซับซ้อนที่วางตัวในแนวเหนือ-ใต้ ขนานกันทั้งทางทิศตะวันตกและตะวันออกแบ่งพื้นที่ออกเป็นฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออก สองฝั่งแม่น้ำเป็นป่าเบญจพรรณและป่าเต็งรัง ในเขตเทือกเขาประกอบด้วยป่าดิบเขา ป่าดิบแล้ง ป่าสนเขา พบสัตว์ป่าหายากหลายชนิด เช่น นกยูงซึ่งมีอยู่หลายฝูง เสือดำ เสือดาว หมี กวาง หมูป่า และหมาใน มีสัตว์ป่า หลายชนิดที่สำคัญ คือ ช้างป่า วัวแดง และกระทิง ซึ่งจะอพยพไปมา ระหว่างเขตติดต่อประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว)

สถานที่น่าสนใจในอุทยานฯ

1. ผาขี้บริเวณเชิงผาขี้เป็นที่ตั้งที่ทำการอุทยานฯ ในฤดูหนาวสามารถมองเห็นทะเลหมอก ได้จาก ยอดผาขี้ และเมื่อหมอกจางลง จะมองเห็นลำน้ำน่านทอดตัวคดเคี้ยวอยู่ที่ปลายผืนป่าเป็นจุด ชมพระอาทิตย์ขึ้นระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร ช่วงใกล้ขึ้นถึงยอดจะเป็นหินแหลมคม จึงต้องเตรียม รองเท้าผ้าใบที่ใส่กระชับไปด้วยเพื่อความสะดวกในการปีนป่าย ใช้เวลาในการเดินไป-กลับ ประมาณ 1 ชั่วโมง ผู้ที่ประสงค์จะเดินขึ้นยอดผาขี้ต้องติดต่อเจ้าหน้าที่

นำทางที่อุทยานฯ ตามตำนานที่เล่ากัน มาเกี่ยวกับผาซู้กล่าวว่า เจ้าเอื้องผึ้งซึ่งเป็นคู่รักกับเจ้าจันทน์ผา จำใจต้องแต่งงานกับเจ้าจวง เจ้าเอื้องผึ้งเสียใจที่ไม่ได้แต่งงานกับคนที่ตัวเองรักจึงตัดสินใจฆ่าตัวตายด้วยการกระโดดจากหน้าผา เจ้าจันทน์ผาตามมาพบว่าเจ้าเอื้องผึ้งได้กระโดดหน้าผาไปแล้ว จึงกระโดดหน้าผาฆ่าตัวตายตามคนรัก ตกไปอยู่ใกล้กัน และเจ้าจวงได้เห็นหญิงที่ตนรักกระโดดหน้าผาไป จึงรู้สึกเสียใจและตัดสินใจ กระโดดหน้าผาตามลงไปด้วย แต่กระเด็นห่างออกไป ด้วยความรักที่ระหว่างเจ้าเอื้องผึ้งและเจ้าจันทน์ผา ในชาติต่อมาเจ้าเอื้องผึ้งจึงเกิดเป็นดอกกล้วยไม้เกาะอยู่ใต้ต้นจันทน์ผา และเจ้าจวงก็เกิด เป็นต้นสน ณ จุดที่ตกไปนั่นเอง (“จวง” เป็นภาษาเหนือแปลว่าต้นสน “เอื้องผึ้ง” แปลว่ากล้วยไม้) หน้าผาแห่งนี้จึงได้ชื่อว่า “ผาซู้” นับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

2. เสาดินนาน้อย (ฮ่อมจอม) และดอกเสื่อ เป็นเสาดินมีลักษณะแปลกตาคล้าย “แพะเมืองผี” จังหวัดแพร่ จากหลักฐานทางธรณีวิทยา พบว่าเสาดินนาน้อยเกิดจากการเคลื่อนตัวของเปลือกโลก ในยุคเทอร์เชียรีตอนปลาย ประกอบกับการกัดเซาะของน้ำและลมตามธรรมชาติ นักธรณีวิทยา สันนิษฐานว่ามีอายุประมาณ 10,000-30,000 ปีมาแล้ว เคยเป็นกันทะเลมาก่อน และจากหลักฐานการ ค้นพบกำไลหินและขวานโบราณที่นี่ (ปัจจุบันเก็บรักษาอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน) แสดงให้เห็นว่าบริเวณนี้อาจเคยเป็นแหล่งอาศัยของมนุษย์ยุคหินเก่า

นอกจากนี้ยังมีจุดที่น่าสนใจอื่น ๆ ได้แก่ ผาหัวสิงห์และดอยเสมอดาว เป็นจุดชมทิวทัศน์บนยอดหน้าผาสูง สามารถมองเห็นทิวทัศน์ได้ 360 องศา มีพื้นที่เป็นลานกว้างตามสันเขา สำหรับพักผ่อนและดูดาว ดูพระอาทิตย์ตก หากจะเดินขึ้นไปบนผาสิงห์ (เป็นหน้าผาที่มีรูปร่างคล้าย หัวสิงห์) ต้องติดต่อเจ้าหน้าที่นำทางจากอุทยานฯ เส้นทางมีระยะ 2 กิโลเมตร ระหว่างทางจะพบต้น จันทน์ผาซึ่งเป็นไม้เด่น และเมื่อท้องฟ้าแจ่มใส จากผาสิงห์สามารถมองเห็น อำเภอเมือง อำเภอเวียงสา และแม่น้ำน่านได้

อุทยานแห่งชาติแม่จริม (ลองแก่งลำน้ำว้า)

อยู่ในเขตอำเภอแม่จริม ห่างจากตัวเมืองน่าน ประมาณ 60 กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข 1168 และ 1243 มีพื้นที่ 270,000 ไร่ หรือ 432 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศเป็น เทือกเขาสลับซับซ้อน เป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำที่ไหลไปลงแม่น้ำน่านที่อำเภอเวียงสา สภาพป่า เป็นป่าดิบเขา ป่าเต็งรัง และป่าเบญจพรรณ มีสัตว์ป่าหลายชนิด

สถานที่น่าสนใจในอุทยานฯ

1. ล่องแก่งแม่น้ำว้าตอนกลาง แก่งน้ำระดับ 3-5 ความยาว 100 กิโลเมตร ใช้เวลา 3 วัน 2 คืน ผ่านอุทยานแห่งชาติดอยภูกาคา และ อุทยานแห่งชาติแม่จริม

2. ล่องแก่งลำน้ำว้าตอนล่าง เส้นทางล่องแก่งลำน้ำว้าเดิมเป็นเส้นทางล่องไม้ซุง ที่ถูกลักลอบตัดจากผืนป่าในเขตอำเภอแม่จริมและอำเภอเวียงสา ตลอดลำน้ำว้าไหลผ่านหุบเขาสองฝั่ง เป็นภูเขาสูงสลับซับซ้อนผ่านแก่งต่าง ๆ กว่า 22 แก่ง ซึ่งมีระดับความยากง่ายอยู่ที่ระดับ 3-5 (ระดับ 3 เป็นระดับปานกลาง ระดับ 4 เป็นระดับยาก ระดับ 5 เป็นระดับยากมาก) แก่งที่ใหญ่ที่สุดและยาก ที่สุด คือแก่งหลวง บางจุดของลำน้ำเป็นหาดทรายที่สามารถจอดแพเพื่อให้ง่เล่นน้ำ บางแห่งเป็น จุดปางช้างสำหรับขึ้นช้างต่อไปที่บ้านหาดไร่ ช่วงเวลาที่ปริมาณน้ำขึ้นสูงสุดคือ เดือนสิงหาคม และ ช่วงที่ปริมาณน้ำน้อยที่สุดคือ เดือนเมษายน ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการล่องแก่งน้ำว้า คือ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน-มกราคม

เส้นทางล่องน้ำว้ามี ๒ เส้นทาง คือ

เส้นทางล่องเรือยาง เริ่มจากบ้านน้ำปู ตำบลนาพาง อำเภอแม่จริม ล้นสุดที่บ้านหาดไร่ ตำบลลานนาหนอง อำเภอเวียงสา รวมระยะทาง 19.2 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง หากเริ่ม ลงแพที่หน้าที่ทำการอุทยานฯ จะเหลือระยะทาง 15 กิโลเมตร

เส้นทางล่องแพไม้ไผ่ เริ่มจากบ้านน้ำว้าขึ้นที่บ้านน้ำปูระยะทาง ๔ กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง

สถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป

บ่อเกลือสินเธาว์

พื้นที่บนยอดเขาสูงเสียดเมฆอย่างอำเภอบ่อเกลือ ไม่น่าเชื่อว่าจะเป็นแหล่งเกลือที่มีความสำคัญมาแต่โบราณ เมืองน่านเป็นแหล่งเกลือขนาดใหญ่ ส่งเป็นสินค้าออกในภาคเหนือ และ แลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ชุมชนผลิตไม่ได้ จากกองคาราวานจีนฮ่อจากญวน กวางสี และ มณฑลอื่น ๆ ในจีน โดยใช้เส้นทางสิบสองปันนา รัฐฉาน สู่เชียงราย เชียงใหม่ น่าน เมืองสา (อำเภอเวียงสาใน ปัจจุบัน) และแพร่รวมทั้งพ่อค้าไทเขินจากเชียงตุง และพ่อค้าว้าชาวไทลื้อ จากอำเภอท่าวังผา ใน อดีตท้าวพญาในค้ำสนามหลวงได้รับส่วนแบ่งจากส่วยเกลือ นอกจาก ค่าธรรมเนียม และค่าปรับ อื่น ๆ พระยาดีโลกราชแห่งเชียงใหม่ยกทัพมาตีน่านก็มุ่งหวัง ครอบครองบ่อเกลือซึ่งถือเป็นยุทธปัจจัยสำคัญสมัยนั้น (จังหวัดน่าน 2563)

บ่อเกลือสำคัญในน่านมี 2 แห่ง คือบริเวณต้นน้ำว่า ซึ่งมีบ่อเกลือใหญ่ 2 บ่อ อีกแห่งคือ บริเวณต้นน้ำน่าน มีบ่อใหญ่ 5 บ่อและมีบ่อเล็กบ่อน้อยอีกจำนวนมาก ปัจจุบันชาวบ้านยังคงต้ม เกลือด้วยวิธีแบบดั้งเดิม โดยตักน้ำเกลือจากบ่อส่งผ่านมาตามลำไม้ไผ่สู่บ่อพัก ค่อนจะนำน้ำเกลือมา ต้มในกะทะใบกว้างขนาดใหญ่เคี่ยวจนน้ำงวดแห้ง ใส่ถุงวางขายกันหน้าบ้านเกลือเมืองน่านไม่มี ไอโอดีนเหมือนเกลือทะเลจึงต้องมีการเติมสารไอโอดีนค่อนถึงมือผู้บริโภค บ่อเกลือสินเธาว์ อยู่ห่างจากตัวเมืองน่าน 80 กิโลเมตร ชาวอำเภอเกลือนอกจากจะมีอาชีพทำนาทำไร่แล้วยังมีอาชีพ ทำเกลือสินเธาว์อีกด้วย มีแหล่งเกลือสินเธาว์อยู่บนภูเขา (บ่อเกลือจะปิดช่วงเข้าพรรษาเพราะเป็น ฤดูฝน)

หมู่บ้านไทลื้อหนองบัว

บ้านหนองบัว ตำบลป่าคา หมู่บ้านแห่งนี้มีฝีมือในการทอผ้าพื้นเมืองที่สวยงาม เรียกว่า “ผ้าลายน้ำไหล” ซึ่งเป็นแหล่งใหญ่ที่สุดในจังหวัดน่าน นับเป็นหัตถกรรมที่ตกทอดมาหลายยุคหลายสมัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เจษฎา นิลสงวนเดชะ (2561) ได้ศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการศึกษาส่วนร่วมของภาคีการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาประเพณีถือศีลกินผักของศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย จังหวัดตรัง โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาบริบทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในงานประเพณีถือศีลกินผักของศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย จังหวัดตรัง 2) เพื่อศึกษาสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในงานประเพณีถือศีลกินผักของศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย จังหวัดตรัง 3) (จังหวัดตรัง) เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในงานประเพณีถือศีลกินผักของศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย จังหวัดตรัง โดยใช้การวิจัยแบบผสานวิธี ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประกอบไปด้วย

การศึกษาภาคสนามโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth interview) และการสำรวจเชิงพื้นที่ (Area Frame Survey) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่ที่เข้าร่วมในงานประเพณีถือศีล กินผักของศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย จังหวัดตรัง ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนในพื้นที่โดยทั่วไปให้ความสำคัญต่อกิจกรรมประเพณีถือศีลกินผักเป็นอย่างมาก จะใช้เข้าร่วมกิจกรรมและพิธีกรรม

ต่าง ๆ ตลอดจนการจัดงาน ภาคการท่องเที่ยวมีการจัดการประชาสัมพันธ์และการบริการที่ดี ประกอบกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว จึงทำให้มีขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวได้ จากการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวและประชาชนที่เข้าร่วมงานประเพณีถือศีลกินผัก จำนวน 400 คน พบว่า

ศักยภาพความพร้อมในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรม ตั้งแต่ในงานประเพณีถือศีลกินผักของศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย จังหวัดตรัง ส่งผลต่อการจัดการ การท่องเที่ยวในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด ศักยภาพของผู้นั้นในพื้นที่จำเป็นต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองให้ดีเพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว คนในชุมชนก็ต้องรู้จักรักและหวงแหน รวมทั้งเห็นคุณค่าของงานประเพณีของตน สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างยั่งยืน ด้านศักยภาพของพื้นที่ศาลเจ้ายังคงยึดถือธรรมเนียมปฏิบัติที่สืบทอดกันมา ทำให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นได้ตั้งนั้น แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของภาคการท่องเที่ยวในงานประเพณีถือศีลกินผัก ศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย จังหวัดตรัง ที่ได้จากการศึกษาวิจัย มี 5 แนวทาง ดังนี้ 1) จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลประวัติความเป็นมาของงานประเพณีนี้อย่างจริงจัง 2) ปูกล้างและสร้างจิตสำนึกให้ผู้นั้นในจังหวัดตรังเกิดความรักและหวงแหนประเพณีท้องถิ่นของตน 3) เน้นการท่องเที่ยวที่ให้องค์ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเป็นสำคัญและให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 4) จัดการการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมดั้งเดิม และ 5) สนับสนุนให้งานประเพณีถือศีลกินผัก ศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย จังหวัดตรัง ได้รับการขึ้นบัญชีมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย (2561) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนท่ามะโอ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า เขตพื้นที่ของชุมชนท่ามะโอ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง นั้น มีศักยภาพของพื้นที่ในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเนื่องจาก ชุมชนท่ามะโอ มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่และเป็นเอกลักษณ์ มีอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากชุมชนอื่น เช่น บ้านเสานัก บ้านหลุยส์ วัดประตูป้อง นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ที่สืบทอดกันมาตั้งแต่โบราณ เช่น การฟ้อนผีปู่ย่า ประเพณีตานข้าวหอมต๋อ ประเพณีตานข้าวใหม่และประเพณีตานเปรตพลี เป็นต้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมควรใช้มาตรฐานและตัวชี้วัดการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะชุมชนท่ามะโอเป็นชุมชนที่มีความเก่าแก่ของจังหวัดลำปาง มีโบราณสถานหลายแห่ง มีวัฒนธรรม ประเพณีและ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ มีความพร้อมที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม

โดยได้ศึกษาและได้หาข้อสรุปและข้อเสนอแนะ นำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับชุมชนได้ และสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต แต่จะต้องมีการจัดสรรบุคลากรและหน่วยงานในการรับผิดชอบและส่งเสริมในเรื่องต่าง ๆ เช่น การบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมความสะอาดในพื้นที่ชุมชน การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนท่ามะโอ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

จิราณัฐ โสภ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษาชุมชนบ้านห้วยหินดำ อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา หาแนวทางและกลยุทธ์การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในชุมชนบ้านห้วยหินดำ อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ให้มีประสิทธิภาพ และเพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางการพัฒนากิจกรรมและประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับชุมชนบ้านห้วยหินดำอำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนบ้านห้วยหินดำเป็นชุมชนขนาดเล็ก หมู่บ้านชุมชนบ้านห้วยหินดำ ตั้งอยู่ในแอ่งที่ราบระหว่างหุบเขา สภาพภูมิอากาศจะหนาวเย็นในฤดูหนาว ในฤดูร้อนจะมีอากาศร้อนไม่มาก ด้วยความร่วมมือแรงใจของชาวบ้านทำให้มีการอนุรักษ์พื้นที่ป่าในชุมชน ช่วยทำให้ในหน้าร้อนอากาศจะเย็นสบาย ชุมชนมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวแนวทางการพัฒนากิจกรรมและประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม โดยกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวชุมชน มีดังนี้

1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านห้วยหินดำมีเอกลักษณ์และความโดดเด่นของทรัพยากรธรรมชาติ เพราะในพื้นที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ของพืชพันธุ์และป่าไม้ รวมถึงการมีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชาวกระเหรี่ยงโปว์ ที่ควรค่าแก่การดำรงรักษาให้คงอยู่สืบไป

2. ด้านองค์การชุมชนและการมีส่วนร่วมการท่องเที่ยว โดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจของชุมชน และคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น การท่องเที่ยว จึงเป็นรายได้เสริมที่สามารถนำรายได้นั้นมาดำรงชีพ โดยที่คนในชุมชนยังคงดำเนินวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม หรือเป็นการสร้างทางเลือกเรื่องรายได้ให้กับบางครอบครัว

3. ด้านการบริหารจัดการ เมื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมของชุมชน จึงต้องมีการกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทการเป็นเจ้าของในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

4. ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ ควรมีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึง การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้ความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างยั่งยืน และยังคงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเอาไว้ได้ กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน สามารถสร้างจิตสำนึก และองค์ความรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งแก่คนในชุมชน และผู้มาเยือน

พรทิพย์ รอดพัน (2560) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชนท้องถิ่นเพื่อการพัฒนา ในอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทชุมชน และบริบทด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพและการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชนท้องถิ่นในอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยเป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นในด้านศักยภาพและการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขตอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านศักยภาพในการจัดการและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน อยู่ในระดับมาก นำไปสู่แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชนท้องถิ่น ในอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ที่สำคัญ ในด้านการบริหารจัดการการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ชนบทธรรมนิยมประเพณีท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีหน่วยงานของรัฐเป็นแกนกลางในการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชนท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

รัชฎิภาณ หลักหาญ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดเชียงรายต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ด้านอาหารพื้นเมือง และด้านงานศิลปหัตถกรรมต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ข้อมูลในภาคสนามสำหรับการวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ด้านอาหารพื้นเมือง และด้านงานศิลปหัตถกรรม ไม่ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสำหรับอิทธิพลของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรารวรรณ เรืองกล้าป่วงศ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และ 3) เพื่อหาแนวทางพัฒนาการมีส่วนร่วมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมี 2 กลุ่มคือกลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นคนในชุมชน 7 หมู่บ้านที่อยู่ในเขตพื้นที่ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ อบต. ผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชนจำนวน 9 คน กลุ่มที่ 2 คือ ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 7 หมู่บ้าน จำนวน 373 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยสภาพแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก คือ ด้านเศรษฐกิจ รองลงมา คือ ด้านสังคม และด้านวัฒนธรรมการเรียนรู้ 2) ปัจจัยภาวะผู้นำในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากคือ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล รองลงมาคือ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ และด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ 3) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา และด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ด้านการ

สร้างแรงบันดาลใจ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ และด้านการกระตุ้นทางปัญญา
 แนวทางพัฒนาการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมชุมชนเกาะ
 เกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ควรดำเนินการดังนี้ 1. ผู้นำด้าน การสร้างแรงบันดาลใจ ผู้นำจะต้องกระตุ้นจิต
 วิญญาณของสมาชิกในชุมชนด้วยการสร้างแรงจูงใจ ทั้งภายในและภายนอก เข้ามามีส่วนร่วม
 ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ให้ชุมชนตระหนักว่าตนเองเป็น
 ส่วนหนึ่งของชุมชนที่ต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและทำให้มี
 รายได้ที่มั่นคง 2. ผู้นำด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ผู้นำต้องเป็นผู้ที่มีศีลธรรมและมี
 จริยธรรมสูง หลีกเลี่ยงการใช้อำนาจเพื่อผลประโยชน์ส่วนตนแต่ควรประพฤติตนเพื่อให้เกิด
 ประโยชน์แก่ผู้อื่นและเพื่อประโยชน์ของกลุ่ม 3. ผู้นำด้านการกระตุ้นทางปัญญา ผู้นำควรมี
 ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสนับสนุนให้สมาชิก มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อย่าง
 ต่อเนื่อง

นภดล นพรัตน์ (2558) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในชุมชนในการพัฒนาท่องเที่ยวแบบ
 ยั่งยืน กรณีศึกษาเทศบาลตำบลเวียงใต้ อำเภอป่าซาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ด้านการมีส่วน
 ในการวางแผนด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการวางแผน
 แผนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อยู่ในระดับปานกลาง จนถึงน้อยที่สุด ซึ่งมีส่วนร่วมในการเขียน
 และการจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ในระดับน้อยที่สุดด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมใน
 การพัฒนาท่องเที่ยวแบบยั่งยืน พบว่าประชาชนมีส่วนร่วมปานกลาง ทั้งปฏิบัติตามแผนหรือ
 กิจกรรมชักชวนผู้อื่นให้เข้าร่วมกิจกรรม การอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติกิจกรรม การ
 ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรม และงบประมาณ และวัตถุประสงค์
 ต่าง ๆ แต่การจัดหางบประมาณในการปฏิบัติงานกลับมีระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

ดลใจ มณีงาม (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้นำเที่ยวที่มีการ
 บริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า พฤติกรรมของผู้นำเที่ยว
 ส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยว 3 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน มาเที่ยวในเสาร์-อาทิตย์ เดินทางมาโดยรถส่วนตัว
 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,001-5,000 บาท แล้วจะกลับมาเที่ยวอีกครั้งระดับความคิดเห็นของผู้นำเที่ยว
 ด้านการวางแผน ด้านการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการแนะนำจุดชมวิวน้ำพุร้อนและด้านการ
 ควบคุมดูแลความปลอดภัยอยู่ในระดับมากทุกด้านระดับความพึงพอใจของผู้นำเที่ยวด้านการ
 บริการและด้านสถานที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการอำนวยความสะดวกอยู่ใน

ระดับปานกลาง ผู้มาเที่ยวที่มีระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ส่วนบุคคลมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญอยู่ที่ .05

สมเกียรติ ชัยไพบุลย์ (2557) ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาศักยภาพของชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร พบว่าศึกษาการจัดการท่องเที่ยวการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนนครชุม มีองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 3 ด้าน คือด้านดึงดูดใจ และการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก แต่มีจุดอ่อนสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ การปรับปรุงและสร้างให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นกลุ่มตัวอย่างในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนในระดับมาก และกลุ่มส่วนใหญ่ต้องการ การมีส่วนร่วมทุกด้านในระดับมากในทุกด้าน ผลการศึกษาการจัดการที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

สุนัน สังข์เกษม (2557) ได้ทำการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยความร่วมมือของชุมชนของตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษารูปแบบความร่วมมือของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนท่าหิน 2) เพื่อกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยความร่วมมือของชุมชนท่าหิน และ 3) เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยความร่วมมือของชุมชนท่าหิน การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษา 3 วิธีหลักด้วยกัน คือ 1) การทบทวนวรรณกรรม 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็น จากผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 3 คน และกลุ่มตัวแทนของชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 25 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง และการประชุมกลุ่มย่อยโดยการสนทนากลุ่มเพื่อสะท้อน การเรียนรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับการปรับปรุงรูปแบบความร่วมมือของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและร่วมกำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยโปรแกรมท่องเที่ยวแต่ละโปรแกรมที่ได้มาจะมาร่วมกันกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายของโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละโปรแกรม และ 3) การสังเกตการณ์ การมีส่วนร่วมตลอดการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีรูปแบบความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยความร่วมมือของชุมชนของตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา 3 รูปแบบด้วยกันคือ 1) การมีส่วนร่วมโดยธรรมชาติ 2) การมีส่วนร่วมโดยชักจูง และ 3) การมี

ส่วนร่วมโดยการสั่งการ ส่วนโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีอยู่ด้วยกัน 2 โปรแกรมหลักๆ ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้วิถีชีวิตโหนด-นา-เล มาเป็น โปรแกรมย่อยดังนี้ 1) โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 1 วัน เข้าไปเย็นกลับ และ 2) โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2 วัน 1 คืน และการสื่อความหมายของโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่กำหนดโดยความร่วมมือของชุมชนแต่ละโปรแกรมมีการอธิบายถึงความเป็นวัฒนธรรมของชาวชุมชนทำหินได้เป็นอย่างดี

วินิชา พานิชย์ (2557) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสกลนคร มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร 2) ศึกษาคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) ศึกษา รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร 4) ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร และ 5) เพื่อสร้างรูปแบบกลยุทธ์ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยประยุกต์ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร จำนวน 800 คน เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม 2) ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 20 คน เก็บข้อมูลโดยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และ 3) ตัวแทนผู้นำท้องถิ่นทั้ง 6 ชุมชน ๆ ละ 10 คนรวม 60 คน เก็บข้อมูลโดยการประชุมกลุ่มย่อยและมีการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อตรวจสอบข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบ Chi-Square แล้วแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดสกลนคร มีอัตลักษณ์ คือ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ศิลปะและประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อท้องถิ่น วรรณกรรมและภาษา การแต่งกายและอาหารท้องถิ่น รูปแบบกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสกลนครเมื่อปรับความสอดคล้องของ Model แล้วมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีมาก พิจารณาได้จากค่าสถิติ Chi-Square มีค่าเท่ากับ 347.79 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกค่า

โดยที่เมื่อจัดลำดับองค์ประกอบที่มีความเหมาะสม ซึ่งเป็นการยืนยันกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสกลนคร

วรศรา บุญสมเกียรติ (2555) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดธาตุน้อยและโบราณสถานวัดโมคลาน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน คือ ทั้ง วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดธาตุน้อยและโบราณสถานวัดโมคลาน มีศักยภาพทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านการเข้าถึงแหล่ง ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ แต่มีความแตกต่างกันในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและด้านการบริหารจัดการ โดย วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร มีศักยภาพมากในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วน วัดธาตุน้อยและโบราณสถานวัดโมคลาน มีศักยภาพปานกลาง นอกจากนี้ทั้ง 3 แหล่งยังมีจุดอ่อนและผลกระทบเชิงลบอีกด้วย

ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากในด้านกายภาพ ด้านการเข้าถึงแหล่ง ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของทั้ง 3 วัด แต่ในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังมีความเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แหล่งยังต้องพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งทุกภาคส่วนทั้งคนในชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการให้เป็นระบบและมีแบบแผน

ภาณุพงศ์สิทธิวุฒิ (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาเชิงอนุรักษ์พื้นที่เมืองเก่าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา อำเภอเมืองน่าน ผลการศึกษาพบว่า เมืองเก่าน่านเป็นเมืองที่มีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์ มีวัฒนธรรม ประเพณีและ วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งชาวน่านยังคงรักษาการดำเนินชีวิตแบบเดิมและถ่ายทอดมาสู่คนรุ่นปัจจุบัน สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน แต่พื้นที่เมืองเก่าจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงสภาพแวดล้อม สภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น หน่วยงานราชการท้องถิ่นต้องมีนโยบายในการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่นการกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน การพัฒนาแหล่งโบราณสถานและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

งานวิจัยต่างประเทศ

Corbos (2015) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องการจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในเขตเมืองใหญ่ กรณีศึกษาเมืองบูคาเรส (Towards Sustainable Tourism Development in Urban Areas: Case Study on Bucharest as Tourist Destination) ประเด็นต่าง ๆ ของการพัฒนาเมืองใหญ่และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้กลายมาเป็นความสำคัญเร่งด่วน มีความจำเป็นในการจัดการ การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งไม่สามารถเพิกเฉยต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่การท่องเที่ยว รวมทั้งมิติในระดับโลก กล่าวคือต้องพัฒนาอย่างรู้คุณค่า ความต้องการและปัญหาอันหลากหลายของสังคม รวมทั้งการพัฒนาเขตเมืองใหญ่อาจจะแก้ไขได้โดยการแปลงรูปเมืองเหล่านั้น ให้กลายเป็นเมืองจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่มีแรงดึงดูดเพียงพอ การศึกษานี้เผยให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในเขตเมืองใหญ่เหล่านี้ สามารถจัดการและสำเร็จลงได้อย่างไร เอกสารการศึกษานี้เผยปัจจัยสู่ความสำเร็จบางประการ ในการจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในเขตเมืองใหญ่และเน้นเฉพาะไปที่ กรณีศึกษาเมืองบูคาเรส นครหลวงของโรมาเนีย ในฐานะที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว จุดเริ่มต้นและคุณค่าของการศึกษานี้ ประกอบด้วย การระบุให้ชัดเจนของเส้นทางหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของ เมืองบูคาเรส

Alavanh (2009) ได้ศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในท้องถิ่น กรณีศึกษา หมู่บ้านเขียดโง้ง ในบริเวณเขตป่าสงวนเขเปียนสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขียดโง้ง มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของท้องถิ่นและ อื่น ๆ ด้านสิ่งแวดล้อมปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมในรูปแบบทั้งบวกและลบ ผลในเชิงบวกของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขเปียน พบว่ามีความสำคัญมากกว่าผลกระทบต่อผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้านเขียดโง้ง ผลกระทบเชิงลบใด ๆ ไม่สามารถกีดกันความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างต่อเนื่อง

Yang (2007) ได้ศึกษาการวางแผนสำหรับการท่องเที่ยวชาติพันธุ์กรณีศึกษาสิบสองปันนา ยูนนาน จีน พบว่า การพัฒนาเศรษฐกิจและวัฒนธรรม เพื่อช่วยการอนุรักษ์มรดกทางชาติพันธุ์อย่างไรก็ตามในการท่องเที่ยวชาติพันธุ์มีศักยภาพจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมนอกจากนั้นยังสามารถส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมวิถีชีวิตและความรู้สึกของตัวของกลุ่มชาติพันธุ์มีการเจริญเติบโตสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์

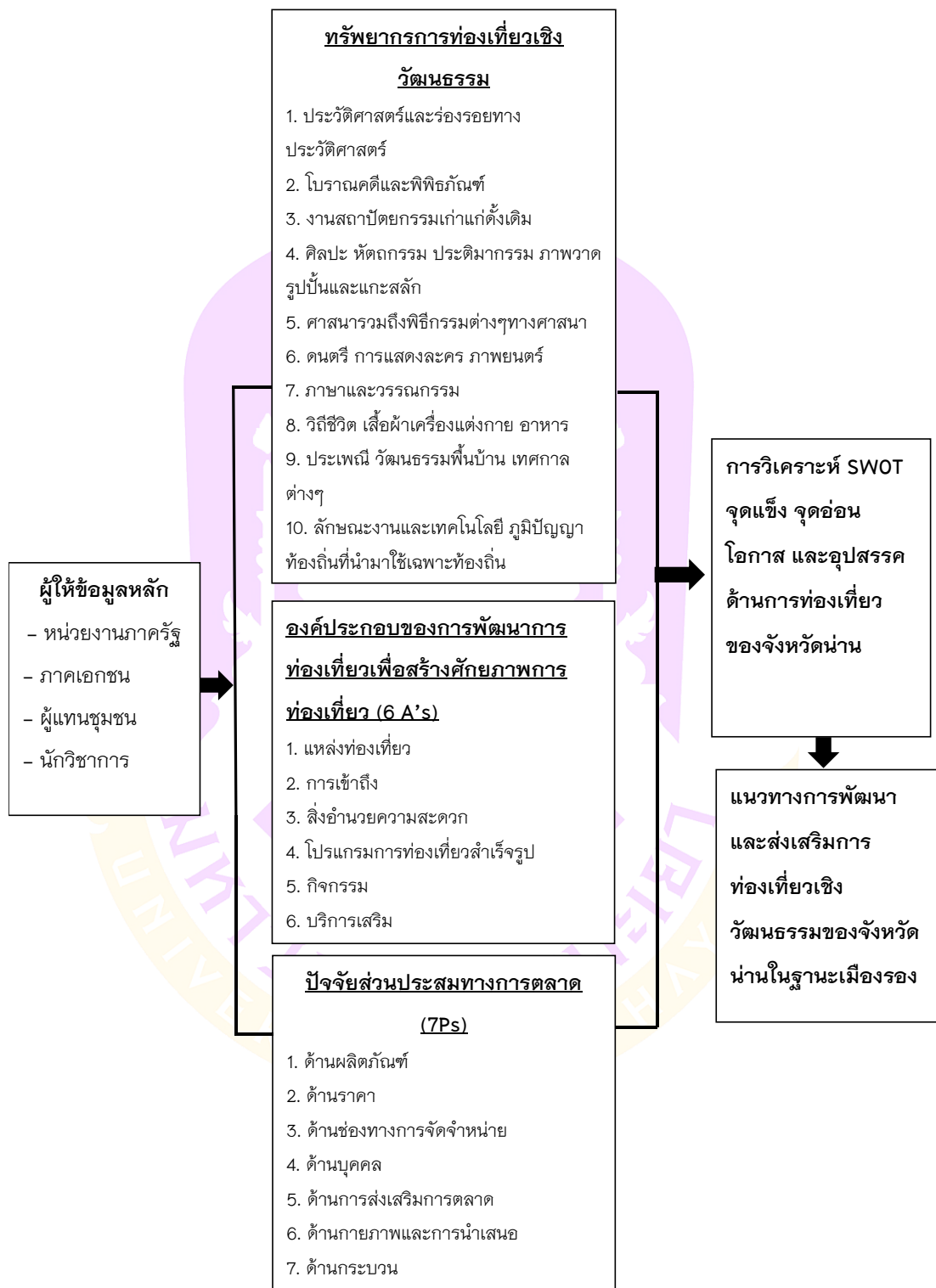
วัฒนธรรมชนกลุ่มน้อย และการส่งเสริมความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ พื้นที่ท้องถิ่นของตนและชุมชน

Lu (2006) ได้ศึกษาอำนาจการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ การวางแผนของเกาะแห่งหนึ่งที่มีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมในประเทศไต้หวัน พบว่าเกาะหลันหยู ซึ่งมี ประชากรดั้งเดิม คือ ชาวฮามิ ใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมแต่เผชิญกับความกดดันจากนโยบาย การอนุรักษ์ธรรมชาติการกลืนทางวัฒนธรรม กระแสหลัก และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เมื่อประเมินผลกระทบจากด้านต่าง ๆ 3 ด้าน สรุปได้ว่า ให้มีข้อเสนอแนะเป็นกลยุทธ์ในการ วางแผนและพัฒนาเกาะ หลันหยูเพื่อให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของคนพื้นเมืองดั้งเดิมบนเกาะหลัน หยูสามารถอยู่ได้

Tao (2006) ได้ศึกษากลยุทธ์การการท่องเที่ยววิถีชีวิตในชุมชนพื้นเมือง กรณีศึกษา จากประเทศไต้หวัน พบว่า วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม Cou และโครงสร้างทางสังคมแบบดั้งเดิม ที่มี การเชื่อมโยงอยู่อย่างใกล้ชิดเปลี่ยนวิถีชีวิตของ Cou จากการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนในอดีต ถูกเชื่อมโยงมากขึ้นกับระบบเศรษฐกิจตลาดโลกในปัจจุบัน ที่มาจากความหลากหลายของ ปัจจัยภายนอก และภายใน (เช่น นโยบายประวัติศาสตร์, การเมือง, สภาพเศรษฐกิจมหภาค)



กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ผู้วิจัยใช้วิธีการ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงเอกสาร บทความวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาดำเนินการวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน
2. เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน
3. เพื่อวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน
4. เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

วิธีดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน 2. เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน 3. เพื่อวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน 4. เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) รวมจำนวน 24 ราย (McMillan & Schumacher. 1997: p.534) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงของผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการในพื้นที่ในจังหวัดน่าน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงอันได้แก่

1.1 หน่วยงานภาครัฐ คือ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการสนับสนุนการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบาย วางแผนงาน ดูแลและมีส่วนในการรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน

ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด รองผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน ปลัดจังหวัดน่าน วัฒนธรรมจังหวัดน่าน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน รวมจำนวน 5 ท่าน

1.2 หน่วยงานภาคเอกชน คือ ผู้แทนจากผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ และการบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ทั้งด้านการค้า การลงทุนและการให้บริการ รวมทั้งการให้การสนับสนุนและร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ การจัดกิจกรรมการต่าง ๆ ในการพัฒนาและช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ได้แก่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดน่าน การขนส่งของบริษัทเอกชน ผู้ประกอบการด้านที่พักโรงแรม ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ร้านค้าขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ผู้สื่อข่าวและผู้ประกอบกิจการนำเที่ยวในจังหวัดน่าน รวมจำนวน 9 ท่าน

1.3 ผู้แทนชุมชน ที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน รวมถึงผู้นำชุมชนท้องถิ่นที่มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มการส่งเสริมภูมิปัญญาของคนในชุมชน หรือการช่วยฟื้นฟู พัฒนา ส่งเสริมและการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นในการจัดการและให้บริการด้านการท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ได้แก่ เทศบาลเมืองน่าน นายอำเภอปัว องค์การบริหารส่วนตำบลอำเภอปัว นายอำเภอบ่อเกลือ องค์การบริหารส่วนตำบลอำเภอบ่อเกลือ ผู้ใหญ่บ้านบ้านดอนไชยตำบลศิลาแลง ผู้นำชุมชนศิลาเพชร และปราชญ์ชาวบ้าน รวมจำนวน 7 ท่าน

1.4 ผู้แทนนักวิชาการ คือ ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ นักวิชาการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม นักวิชาการด้านการตลาดการท่องเที่ยว รวมจำนวน 3 ท่าน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และกำหนดกระบวนการวิธีการวิจัย (Methodology) ครั้งนี้ คือ

2.1 กระบวนการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) เบื้องต้นผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ ตำรา บทความวิชาการ ข้อมูลจากเว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการหาคำตอบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ดังต่อไปนี้

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่ช่วยในการหาคักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน ได้แก่

– แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

– แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

- แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- บริบทพื้นที่ศึกษาจังหวัดน่าน

แนวคิดที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 4 แนวคิด ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ อยากจะเข้ามาสัมผัส เยี่ยมชม และศึกษาเรียนรู้ถึง ข้อมูล เรื่องเล่าความเป็นมา ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมที่มีมายาวนาน ในแต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่านจะได้รับความนิยมและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นนั้น จำเป็นต้องศึกษาถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและความพร้อมที่จะรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านทั้งหมดจำเป็นต้องช่วยกันพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนต่อไป

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่ช่วยในการวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ได้แก่

– แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

– แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

– แนวคิดเกี่ยวกับการวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

– แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองหรือการท่องเที่ยวเมืองใหม่

- แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564)
- แผนการตลาดการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2563
- แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เกิดการรับรู้ จดจำและเกิดแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ต้องเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบยั่งยืน คือ จะไม่ใช่เป็นเพียงการท่องเที่ยวในกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche tourism segments) แต่จะเป็นการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) โดยการให้ความสำคัญอย่างเสมอภาคทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม มีการร่วมมือกันของทุกฝ่าย ในการวางแผน ดำเนินการ และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง และเท่าเทียม ทั้งนี้การดำเนินงานต้องคำนึงถึงความพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีการประเมินผลการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) ผู้วิจัยนำผลจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบชี้นำ (Guided Interview) ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอน และประเด็นของข้อคำถาม จะไม่มีการกำหนดคำถามที่มีความชัดเจนแบบตายตัว โดยจะเป็นเพียงการกำหนดข้อคำถามแบบเปิดกว้าง ใช้แบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่ทำให้คำถามนั้นมีความยืดหยุ่นและเปิดกว้าง ซึ่งรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น เป็นกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีความเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะนำมาใช้ในการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล โดยเฉพาะบุคคลที่มีความรู้ ความชำนาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเนื้อหาของการสัมภาษณ์จะเกี่ยวกับ “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน” โดยจะใช้องค์ประกอบศักยภาพการท่องเที่ยว 6A's ซึ่งประกอบด้วย

1. ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package)
2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)
3. แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ (Attraction)
4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
5. กิจกรรม (Activities)
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)

และ การมีส่วนร่วมทางด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 7P's อันได้แก่

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- 2) ด้านราคา (Price)
- 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 5) บุคคล (People)
- 6) ลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation) และ
- 7) ด้านกระบวนการ (Process)

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) มาเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำแนะนำจากคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งใช้วิธีการหาคุณภาพของเครื่องมือในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนเนื้อหาของข้อคำถามจะต้องครอบคลุมและตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ครบถ้วน แล้วจึงนำไปตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาทั้งหมด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่

4.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Study) โดยมีวิธีการดังนี้

4.1.1 การสำรวจ (Survey) เป็นสำรวจข้อมูลโดยทั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดน่าน

4.1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 24 คน โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ ติดต่อประสานงานเพื่อทำการนัดหมายล่วงหน้ากับผู้ให้ข้อมูลหลัก ขอเอกสารทางราชการ (บันทึกข้อความ) จากฝ่ายวิชาการวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา เรื่อง “ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน” แล้วจัดส่งให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่ตามวัน เวลาและ

สถานที่ ที่ได้ทำการนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์ ซึ่งในระหว่างการสัมภาษณ์จะจดบันทึกข้อมูลและบันทึกเสียงตลอดการสัมภาษณ์

4.1.3 การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยทำการสังเกตโดยการเฝ้าดูสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างใส่ใจและมีระเบียบวิธี เพื่อวิเคราะห์หรือหาความสัมพันธ์ของสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นกับสิ่งอื่น โดยผู้วิจัยทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยผู้วิจัยจะได้เข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับกลุ่มคนที่ถูกศึกษา มีการทำกิจกรรมร่วมกันกับชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ ในจังหวัดน่าน

4.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางการวิจัย และเป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจและช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ แล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมด โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นเป็นวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย โดยการระบุลักษณะเฉพาะของข้อมูล จัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ โดยมีวิธีการ 3 ขั้นตอน ได้แก่

5.1 กำหนดเกณฑ์คัดเลือกเอกสาร ผู้วิจัยจะต้องตั้งกฎเกณฑ์ในการในการคัดเลือกเอกสารและหัวข้อในการวิเคราะห์ให้ชัดเจน ซึ่งเอกสารที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บันทึกการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มตัวอย่าง

5.2 วางเค้าโครงการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจะต้องจัดระบบการจำแนกคำหรือข้อความในเนื้อหาของเอกสารให้ชัดเจนว่าจะจำแนกหรือคำหรือข้อความใดบ้าง ซึ่งขั้นตอนนี้จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเลือกเนื้อหาที่ต้องการวิเคราะห์หรือต้องการตัดเนื้อหาส่วนใด ซึ่งพิจารณาตามหลักเกณฑ์ ดังนี้ 1) การจำแนกต้องสอดคล้องกับปัญหาและวัตถุประสงค์ของตัวแปรในการวิจัย 2) การจำแนกต้องมีการครอบคลุมคำ ในเอกสารเพื่อนำมาลงรหัส แจนับได้ถูกต้องภายใต้คำหลักการจำแนก 3) การจำแนกควรใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการป้องกันการซ้ำซ้อนกันของคำที่จะปรากฏเมื่อทำการแจนับ 4) การแจนับต้องมีระบบที่เด่นชัด เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนระหว่างข้อความที่จะแจนับภายใต้การจำแนกแต่ละครั้ง

5.3 การพิจารณาเงื่อนไขแวดล้อมของข้อมูลเอกสาร

เป็นการพิจารณาลักษณะต่าง ๆ ของข้อมูล ที่จะนำมาวิเคราะห์ให้เป็นไปอย่างถูกต้องและครอบคลุมมากที่สุด โดยลักษณะของข้อมูลที่จะนำมาพิจารณา คือ แหล่งที่มาของข้อมูล เวลาในการบันทึกข้อมูลและบุคคลที่ผู้ให้ข้อมูลประสงค์จะส่งข้อมูลถึง ลักษณะของข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ผู้วิจัยวิเคราะห์เชื่อมโยงการอธิบายข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น

6. การตรวจสอบพิสูจน์ความถูกต้องและความเที่ยงตรงของข้อมูล

ผู้วิจัยมีการตรวจสอบข้อมูล แบบสามเส้า (Triangulation Technique) เพื่อทำการพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้อง มีความเชื่อถือได้ของข้อมูล เป็นข้อมูลที่แท้จริงและสามารถตอบปัญหาการวิจัยได้อย่างครบถ้วน ซึ่งการตรวจสอบแหล่งข้อมูลจะพิจารณาจาก แหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ การศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้การตรวจสอบจากแหล่งบุคคลมากที่สุด โดยการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างหลายกลุ่มในคำถามเดียวกัน และจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวกันในบุคคลหลาย ๆ คน เพื่อเป็นการยืนยันว่าข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้องและตรงกันหรือไม่ อย่างไร โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์ และจดบันทึกข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญในพื้นที่ (Key Informant) ตามแบบสัมภาษณ์ที่ได้กำหนดขึ้น จากนั้นผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและประมวลข้อมูล โดยดำเนินการประชาพิจารณา ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่จังหวัดน่าน และนักวิชาการ รวมทั้งสิ้น 24 คน เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและนำข้อมูลที่ได้ไปปรับและกำหนดแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านในฐานะเมืองรองด้านการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย

1. บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 ท่าน ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด รองผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน ปลัดจังหวัดน่าน วัฒนธรรมจังหวัดน่าน
2. บุคลากรในภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 9 ท่าน ได้แก่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดน่าน การขนส่งของบริษัทเอกชน ผู้ประกอบการด้านที่พัก ร้านค้าขายของที่ระลึกและร้านอาหาร
3. ประชาชนในพื้นที่และผู้นำชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 7 คน

4. นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและด้านการตลาด จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ นักวิชาการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม นักวิชาการด้านการตลาดการท่องเที่ยว



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง” (Approaches to the Development and Promotion of Cultural Tourism in Nan Province as a Secondary Destination) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structure) กับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาดำเนินการตรวจสอบโดยพิจารณาจากข้อมูลผู้ถูกสัมภาษณ์ ข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎีและข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 24 ท่าน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบไปด้วย ผู้แทนภาครัฐ ผู้แทนภาคเอกชน ผู้แทนภาคชุมชน และผู้แทนภาควิชาการ โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) รวบรวมข้อมูลด้วยการบันทึกเสียง การจดบันทึกแล้วนำมาถอดเทป ซึ่งจำแนกข้อมูลที่ได้รวบรวมจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์การศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

ผู้แทนจากภาครัฐ

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาครัฐ ประกอบไปด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัดน่าน ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดน่าน พัฒนาการจังหวัดน่าน และนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองน่าน รวมทั้งสิ้น จำนวน 5 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“จังหวัดน่านมีประวัติศาสตร์ที่มีมาอย่างยาวนานกว่า 700 ปี”

“จังหวัดน่านมีความหลากหลายของชาติพันธุ์ ไม่ว่าจะเป็น ชาวไทลื้อ ชาวเขา ที่ถูกกวาดต้อนมาจากที่อื่นแล้วมาอยู่อาศัยที่จังหวัดน่าน”

“จังหวัดน่านมีตำนานเรื่องเล่า มีวัฒนธรรมที่เป็นของตนเอง เป็นนครน่าน มีอารยธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ มีผ้าทอที่มีลวดลายโบราณและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว คือ ผ้าลายน้ำไหล เรื่องราวและตำนานเหล่านี้เป็นเรื่องราวที่สามารถบอกเล่าถึงตำนานของคนน่านในอดีตได้เป็นอย่างดี และที่สำคัญคือ เรื่องราวเหล่านี้ก็ยังคงถูกเล่าเรื่องอยู่จนมาถึงปัจจุบัน”

“จังหวัดน่านเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต มีวิถีชีวิตที่สืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่ไม่ใช่เป็นแค่ซากปรักหักพัง แต่ยังคงมีการใช้งานอยู่ ในอดีตเป็นอย่างไร ปัจจุบันก็ยังคงเป็นอย่างนั้น”

“จังหวัดน่านยังมีการรักษาข้าวของในอดีตให้คงอยู่ เป็นเมืองเก่าที่มี วิถีชีวิตในสมัยอดีต นี่แหละเป็นเสน่ห์ของจังหวัดน่านที่ไม่มีที่ไหนเหมือน”

2. สิ่งที่น่าสนใจและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขายของจังหวัดน่านก็คงเป็น วัดวาอาราม วัดโบราณก่อนการสร้างบ้านแปลงเมืองและยังคงรักษารูปแบบเดิมเอาไว้”

“ด้านศิลปะวัฒนธรรม ภาพจิตรกรรมฝาผนังที่คนวาดได้ถ่ายทอดวิถีชีวิตของผู้คนในอดีตที่บ่งบอกถึงคนที่มาจังหวัดน่านแล้วจะได้รับความสบายใจ เพราะไม่มีวัตถุแปลกใหม่”

“ความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ การมีผืนป่าที่มากกว่า 80% ของพื้นที่ทั้งหมด และป่าเหล่านั้นก็ยังคงสมบูรณ์อยู่ และเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำน่าน”

“การมีนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทย คิดเป็น 97 % ส่วนอีก 3 % จะเป็นชาวต่างชาติ เป็นการเที่ยวแบบไทยเที่ยวไทย เน้นความสุขสงบ สบายๆ ไม่ต้องเร่งรีบ”

“การเดินทางที่สะดวกสบายในปัจจุบัน”

“นักท่องเที่ยวส่วนมากจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ Re-Visit มาแล้วก็บอกต่อ เพราะมาแล้วได้รับความประทับใจจากผู้คน บ้านเมือง แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ชาวบ้านตื่นตัวด้านการท่องเที่ยว อยากสร้างรายได้แต่ยังขาดทิศทางในการดำเนินการ ทำให้ต่างคนต่างทำตามแบบของตนเอง ผลที่ออกมาก็ยังไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน”

“การเกิดนายทุนจากที่อื่นเข้ามาลงทุน นายทุนเหล่านั้นอาจไม่ได้ให้คนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วม ทำให้คนในพื้นที่ไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างที่ควรจะเป็น ซึ่งนายทุนพวกนี้บางคนก็ให้ความร่วมมือกับชุมชน บางคนก็ไม่ให้ความร่วมมือ ยากในการควบคุมดูแลให้ได้ทุกอย่างทั่วถึง”

“จังหวัดน่านถือว่าเป็นจังหวัดที่ชุมชนมีความเข้มแข็งมาก แต่ก็อาจจะรักษาไว้ไม่ได้ตลอด ถ้ามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวจำนวนมากขึ้น ๆ ก็อาจจะทำให้วิถีชีวิตของคนน่านเปลี่ยนไป”

“ชาวบ้านบางกลุ่มอาจจะไม่ชอบการท่องเที่ยวเนื่องจาก ทำให้รุดติด ขาดความสงบ ปัญหาขยะ ดังนั้นเมื่อจะพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงอะไร ชาวบ้านกลุ่มนี้ก็จะอาจจะไม่เห็นด้วยหรือไม่ให้ความร่วมมือ การพัฒนาเหล่านั้นก็ทำได้ไม่เต็มที่”

“จังหวัดน่านยังมีระบบผังเมืองไม่ค่อยมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะในเรื่องของการจัดการด้านพื้นที่ การจัด zoning”

“มีการใช้โซเชียลมีเดียในทางที่ผิด เช่นการเข้าไปแสดงความคิดเห็นในด้านลบ หรือแชร์ภาพที่ไม่ควร เช่นประเพณีหรือวัฒนธรรมบางชนเผ่าที่แตกต่างจากคนทั่วไป ทำให้คนอื่น ๆ มองว่าจังหวัดน่านเป็นอย่างนั้นในภาพรวม หรือการแชร์ความคิดเห็นในแง่ลบ ก็ทำให้มุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ภาพลักษณ์ของจังหวัดน่านไม่ถูกต้อง”

“ในการบริหารจัดการจะต้องใช้คนที่มีสติปัญญาและทัศนคติที่เข้าใจการท่องเที่ยว ซึ่งคนกลุ่มนี้ยังมีไม่มาก”

4. สิ่งที่น่าสนับสนุน (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“การมีชายแดนที่ติดกับประเทศอื่น ๆ เช่น ลาว จีน อาจทำให้เกิดการลงทุนด้านธุรกิจที่มากขึ้น”

“คนน่านต้องเตรียมความพร้อมและความเข้มแข็งในการรองรับด้านการท่องเที่ยว”

“จังหวัดน่านต้องรู้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายคือ คนไทยที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ”

“การมีวิถีชีวิตที่สงบสุข สุขสบาย ไม่เน้นความเจริญทางด้านวัตถุนิยมของคนน่าน”

“ชูความเป็นอดีตที่ยังคงสมบูรณ์ รักษาความคงเดิมของวัดวาอารามต่าง ๆ ที่มีเอาไว้
อย่างเดิม”

“คนน่านต้องช่วยกันดูแลรักษาท้องถิ่นของตนเองเอาไว้”

“ไม่ให้นักลงทุนที่เอาเปรียบเข้ามาลงทุน”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดน่าน

“นักลงทุนไม่ได้เห็นประโยชน์ของคนในพื้นที่ ทำให้คนในพื้นที่ไม่ได้รับประโยชน์จากการ
ท่องเที่ยวอย่างที่ควรจะได้รับ เช่น การจ้างงาน”

“คนในพื้นที่ลงทุนได้น้อย ขาดทุนทรัพย์ในการทำธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ธุรกิจที่เกิดขึ้น
ก็เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ทำให้เสียโอกาสในการจะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ ๆ ”

“ความจำกัดในเรื่องของที่ดิน จังหวัดน่านมีที่ดินน้อย และไม่สามารถสร้างอาคารหรือ
ตึกสูงได้ ดังนั้นการคิดจะสร้างหรือขยายพื้นที่ทำได้ยาก”

“คนรุ่นใหม่ที่เข้ามาลงทุนแล้วสร้างกำไรได้น้อย ทำให้มีต้นทุนสูงจึงสู้นักลงทุนที่มีทุน
ขนาดใหญ่ไม่ได้”

“คนน่านต้องปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น”

“โรงแรมขนาดเล็กไม่มีมาตรฐานในการให้บริการ บางครั้งบางโรงแรมก็มีการลดระดับ
การบริการโดยไม่แจ้งให้ลูกค้าหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทราบล่วงหน้าเมื่อนักท่องเที่ยวพักแล้ว
เจอแบบนี้ก็เอาไปโพสต์ทำให้เกิดภาพลบด้านที่พักและการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน”

“การมีคุณธรรมในการขายสินค้าและการบริการ ผู้ประกอบการและพนักงานต้อง
ช่วยกันสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่ง
ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“จังหวัดน่านมีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย
นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้ว ก็มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาทิ วัด

ต่าง ๆ ที่กระจายตัวอยู่ทั่วทุกอำเภอในจังหวัดน่าน มีประวัติศาสตร์ที่มีมายาวนานที่ถูกบันทึกไว้ ตั้งแต่อาณาจักรสุโขทัยและมีศิลปะที่มีความเฉพาะซึ่งพบตามศาสนสถานต่าง ๆ ทั้งยังค้นพบ โบราณวัตถุตามแหล่งต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น เตาเผาโบราณบ่อสวก ซากเปลือกหอยโบราณ ณ บริเวณดอยภูแว หรือการค้นพบเครื่องใช้ เงินโบราณ เป็นต้น นอกจากนี้แล้ว จังหวัดน่านยังมีกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น ไทลื้อ ไทพวน ไทเขิน ไทใหญ่ หรือกลุ่มชาวเขา อาทิม้ง เมี่ยน ลัวะ ขมุ เป็นต้น ทั้งนี้จังหวัดน่านยังมีประเพณีและเทศกาลที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เช่น การแข่งเรือโดยใช้เรือที่มีรูปแบบเรือพญานาค หรือ งาน 6 เป็งไหว้สาพระธาตุแช่แห้ง เป็นต้น”

2. สิ่งที่ได้โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายและมีความเข้มแข็งในการช่วยอนุรักษ์ทั้งทางด้านภาษา วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต จากความหลากหลายและความเข้มแข็งดังกล่าวส่งผลให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์และรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ ค้นหา สัมผัสและอยากมีประสบการณ์ร่วมเพื่อเรียนรู้วิถีความเป็นน่าน ส่งผลให้จังหวัดน่านได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต้องการสัมผัสเสน่ห์ของความเป็นน่าน”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การปรับปรุง ซ่อมแซม และบูรณะศาสนสถานและสถานที่ต่างๆ รวมถึงการให้การสนับสนุนเพื่อให้เกิดกิจกรรม อาทิ การส่งเสริมการจัดประเพณีต่าง ๆ การส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ดนตรี การละเล่นพื้นบ้าน และมรดกทางวัฒนธรรม เป็นต้น”

4. สิ่งที่น่าสนับสนุน (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“ภาครัฐ ภาคเอกชน และความร่วมมือของคนในชุมชน และกลุ่มสมาคม ชมรม ที่อยู่ในจังหวัดน่าน”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ความเข้าใจผิดและไม่ชำนาญในการปรับปรุง ซ่อมแซม และการอนุรักษ์ที่ไม่ได้เป็นไปตามรูปแบบของอดีต ส่งผลให้ศาสนสถาน และองค์ประกอบอื่นใดที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกิดการเปลี่ยนแปลง ลดคุณค่าและความงดงามของศิลปโบราณ อีกทั้งการขาดงบประมาณทั้งในด้านการอนุรักษ์ การซ่อมบำรุง และการส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน การอนุรักษ์เกินไป บางครั้งก็เข้าไปช่วยดำเนินการ จัดการค่อนข้างยาก อีกอย่างจังหวัดน่านมีราคาที่ดินค่อนข้างสูงเนื่องจากมีพื้นที่ราบน้อย โดยเฉพาะในตัวเมือง และจังหวัดน่านไม่มีความบันเทิง”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“1. โบราณสถานในพื้นที่ ที่ถูกประกาศให้ยกฐานะเป็นเมืองเก่าแห่งแรกในภูมิภาค เมื่อปีพ.ศ. 2548 ของประเทศไทย ซึ่งในจังหวัดน่านมีอยู่ 2 ที่ด้วยกัน คือ พื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองน่าน และเวียงพระธาตุแช่แห้ง ซึ่งแหล่งโบราณสถานเหล่านี้ยังถูกใช้อยู่อย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน เช่น วัดภูมินทร์ วัดพระธาตุช้างค้ำ ขวงเมืองน่าน”

“2. กลุ่มชาติพันธุ์ ในจังหวัดน่านมีกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลายมาก ไม่ว่าจะเป็น กลุ่มไทลื้อ ไทยพวน ม้ง เมี่ยน เยาวีร์ ชนเผ่าเผ่าตองเหลือง เป็นต้น การที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายก็จะมีวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรมที่หลากหลายตามชาตินั้น ๆ ”

“3. วิถีชีวิตของคนน่านที่มีความเรียบง่าย สงบ อยู่แบบสบาย ๆ นักท่องเที่ยวจึงนิยมมาเที่ยวน่านเพื่อมาพักผ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายของสังคมเมือง”

“4. ความสวยงามของธรรมชาติ การมีภูมิประเทศที่สวยงาม อากาศที่บริสุทธิ์ อย่างในอำเภอปัวเกลือบ หมู่บ้านสะปัน ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่อยู่ท่ามกลางขุนเขา รายล้อมด้วยธรรมชาติ มีการต้มเกลือ การทำเกลือสินเธาว์ ซึ่งเป็นวิถีชีวิตและประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต”

“5. มีแหล่งเรียนรู้ของชุมชน มีตำนานและมีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน เช่น “โฮงเจ้าฟองคำ” ซึ่งเป็นคุ้มเจ้าราชบุตร ที่มีประวัติและเรื่องราวของคนที่เคยอาศัยอยู่ที่นี่ ที่ยังเป็นเรื่องเล่ามาจนถึงปัจจุบัน”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

- “1. ทุกอำเภอในจังหวัดน่านมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย”
- “2. ชุมชนในจังหวัดน่านมีอัตลักษณ์ที่เป็นของตนเอง”
- “3. ชุมชนมีความเข้มแข็ง โดยเฉพาะเรื่องที่ต้องยึดเหนี่ยวของคนน่าน การยึดถือขนบธรรมเนียม ประเพณีของคนน่าน ที่ยังคงรักษาไว้และสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน ลูกหลานได้รับการถ่ายทอดและเรียนรู้จากรุ่นสู่รุ่น”
- “4. คนน่านจิตใจดี โอบอ้อมอารี ไม่เห็นแก่ตัว ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งจะสังเกตได้จากบ้านเรือนในจังหวัดน่านจะไม่มีรั้ว หรือถ้ามีรั้วก็จะเป็นรั้วแบบเตี้ย ๆ ซึ่งแสดงถึงคนน่านว่ามีจิตใจสูง ช่วยเหลือซึ่งกันและกันอยู่กันแบบพี่น้อง”
- “5. เมืองน่านเป็นเมืองที่มีความปลอดภัยสูง ไม่มีการลักขโมยหรืออาชญากรรมนักท่องเที่ยวมั่นใจได้ว่าเที่ยวเมืองน่านรับรองปลอดภัยแน่นอน”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

- “การฟื้นฟูขนบธรรมเนียมที่หายไป หรือเอาที่มีอยู่มาต่อยอด เช่น การฟ้อนล่องน่าน ประเพณีการแข่งขันเรือ อะไรที่ขาดหายไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความเชื่อ ความเข้าใจของคนรุ่นหลังที่จะเข้ามาสานต่อ”
- “การพัฒนา การทำประชาพิจารณ์ ทำให้ชุมชนไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อพัฒนาจังหวัดน่านสู่มรดกโลก ซึ่งเราก็ได้เสนอต่อ องค์การ UNESCO เพื่อพิจารณา ไม่ว่าจะเป็นแผนเมืองเก่าปี 2548 การจัดการกับพื้นที่ ภูมิทัศน์และวัฒนธรรมที่มี”
- “การเอาสายไฟฟ้าลงใต้ดิน”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

- “การให้สื่อมวลชนเข้ามาช่วย ซึ่งจังหวัดน่านเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและเริ่มได้รับความนิยมก็เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ที่ทางจังหวัดน่าน จัดงาน โครงการน่านนิรันดร์ มีการเชิญสื่อมวลชน ที่วี นิติยสาร จำนวน 100 คน เข้ามาอยู่ที่จังหวัดน่าน จำนวน 30 วัน แล้วให้กลุ่มคนเหล่านี้ถ่ายรูปจังหวัดน่านในมุมต่าง ๆ สุดท้ายก็นำรูปมานำเสนอผ่านสื่อ ทำให้เปิดมุมมองใหม่ของการท่องเที่ยวเมืองน่าน เมื่อรูปภาพเหล่านี้ถูกเผยแพร่ไป นักท่องเที่ยวก็อยากเข้ามาเที่ยว

เพื่อตามรอยและเก็บมูมรูปภาพตามบ้าง ทำให้นักท่องเที่ยวแห่กันเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดน่านเยอะมาก นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ต้องร่วมมือกันช่วยกันพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักนักท่องเที่ยวมากขึ้น ควรมีการทำ Road Show เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมุมใหม่ ๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นคนไทยมากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ เมื่อพวกเขาได้เห็นตัวอย่างผ่านสื่อต่าง ๆ ก็อยากจะเข้ามาสัมผัสและเกิดการบอกต่อปากต่อปากหรือกลับมาเที่ยวซ้ำอีก”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“เนื่องจากจังหวัดน่านเป็นเมืองเล็ก ๆ มีความจำกัดด้านพื้นที่ จึงไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนเยอะ ๆ ในคราวเดียวกันได้ ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวยังทำได้ไม่สมบูรณ์ นอกจากนี้คนในพื้นที่ส่วนใหญ่ยังขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“ท่องเที่ยวชุมชน วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของชาวบ้าน”

“เมืองเก่าที่มีชีวิต โบราณสถาน วัดวาอารามต่าง ๆ เช่น วัดโบราณที่ บ้านร่องแง เป็นวัดสมัยล้านนา วัดของคนไทลื้อ”

“วัฒนธรรมของชนเผ่าต่าง ๆ เช่น ม้ง เย้า ที่บ้านปากกลาง”

“ภาษาถิ่นของแต่ละชาติพันธุ์”

“กลุ่มชาติพันธุ์ อย่างในจังหวัดน่านมีประมาณ 11 ชนเผ่า อันนี้นับเฉพาะที่เป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ”

“ศิลปะดนตรี ซอหล่องน่าน”

“การผลิตเครื่องเงินที่ดอยซิลเวอร์”

“ผ้าทอมือ เป็นผ้าทอที่มีลายที่เป็นเอกลักษณ์ของคนน่านโดยเฉพาะ”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ”

“ชุมชนไทลื้อ ที่ยังคงรักษาวีถีชีวิตแบบเดิม วัฒนธรรมแบบดั้งเดิมเอาไว้”

“โบราณสถาน วัดวาอาราม ที่ยังคงสวยงามและสมบูรณ์ ในอดีตเป็นอย่างดีโรปัจจุบันก็ยังคงเป็นแบบนั้น เราถึงเรียกเมืองน่านว่าเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต และในแต่ละสถานที่ก็มีเรื่องเล่า มีตำนาน เช่น วิหารโบราณบ้านหนองบัว”

“สินค้าโอท็อปที่เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้าน”

“ประเพณีท้องถิ่นที่แตกต่างจากที่อื่น เช่น เทศกาลชนกวางที่อำเภอบัว ปี่ไหมเมือง การตานกวยสลาก ประเพณีแข่งเรือยาว”

“มีวิถีชีวิตที่นำมาเล่าเรื่องได้ เช่น การทำเรือแข่ง เรือแข่งของที่นี่จะแตกต่างจากเรือแข่งของที่อื่น และการที่คนอาศัยอยู่ริมแม่น้ำก็มีวิถีชีวิตไปอีกรูปแบบหนึ่ง”

“การแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ ผ้าทอของน่านจะมีลวดลายที่สวยงาม เป็นเอกลักษณ์ที่ไม่มีที่ไหน”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การที่คนน่านต้องตระหนักและรักษาความเป็นตัวตนของความเป็นเมืองเก่าเอาไว้ ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยจนไม่เหลือร่องรอยเดิม”

“การปลูกสร้างอาคาร การตกแต่ง การทาสี ต้องคงไว้ซึ่งในทิศทางเดียวกัน เช่นในตัวเมืองน่านที่เป็นเมืองเก่าต้องเป็นโทนสีน้ำตาลและไม่มีอาคารสูง”

“ชุมชนต้องร่วมมือกันพัฒนา เน้นการอนุรักษ์ของดีของเดิมให้คงอยู่”

“การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยว ไม่ให้เยอะจนเกินไป”

“การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจะต้องสร้างรายได้ให้คนในชุมชนอยู่ได้ เลี้ยงตัวเองได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น”

“คนรุ่นใหม่ต้องเข้าช่วยกันสนับสนุนและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น”

4. สิ่งสนับสนุน (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“การอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนจนกว่าชุมชนจะเกิดความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและสามารถช่วยตัวเองได้”

“คนรุ่นใหม่ต้องเข้ามาช่วยสนับสนุนคนรุ่นก่อน เรียนรู้ซึ่งกันและกัน”

“การมีระบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ดี สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว สร้างเส้นทางท่องเที่ยวแล้วแบ่งปันข้อมูล เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ที่ท่องเที่ยวแหล่งใหม่ ๆ ”

“การสร้างมรดกเมตักท้องถิ่น โดยเฉพาะมรดกเทศก้น้อย ที่เป็นเด็กนักเรียน ให้พวกเขาเข้าใจด้านการท่องเที่ยว ปลุกฝังสิ่งที่ถูกต้องเพื่อในอนาคตเขาจะเกิดความรักและห่วงแหนในทรัพยากรที่ตนเองมี”

“คนรุ่นหลังก็ต้องให้การสนับสนุนคนรุ่นใหม่ ไม่ปิดกั้นความคิด”

“ภาครัฐกำหนดนโยบายที่สนับสนุนและเอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว”

“การประสานที่ดีระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ในการร่วมมือกัน การสร้างเครือข่ายระหว่างองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ปัญหาหรืออุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ในจังหวัดน่านจะเป็นเรื่อง ภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ดินถล่ม ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อ ถนนหนทาง หรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ตามธรรมชาติต่าง ๆ ”

“เรื่องโรคภัย อย่างในปัจจุบันนี้โรค โควิด 19 ที่ทำให้ธุรกิจหรือกิจกรรมต่าง ๆ หยุดชะงักไปหมด”

“การปรับภูมิทัศน์ การจัดพื้นที่ต่าง ๆ ทำได้จำกัด เนื่องจากจังหวัดน่านมีพื้นที่ราบน้อย พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าเขา ทำให้จะขยายหรือปรับพื้นที่ ทำได้ลำบาก”

“ความต่อเนื่องในการดำเนินงานในระยะยาว บางชุมชนไม่มีจุดเด่นในการดึงดูดคนเข้าไปท่องเที่ยว พัฒนาชุมชนก็เข้าไปช่วยสร้าง ไปช่วยอบรม แต่ชาวบ้านก็ทำได้เพียงแค่วะสาน ๆ ไม่ต่อเนื่อง พัฒนาชุมชนจึงต้องเข้าไปจัดระดับชุมชนท่องเที่ยว พอไปจัดระดับชาวบ้านบางกลุ่มก็เข้าใจบางกลุ่มก็ไม่เข้าใจ”

“ความสะอาดของอาหารการกิน การจัดการด้านอาหารปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่น หรือ กลุ่มที่ทำผักอินทรีย์ควรติดต่อกับธุรกิจร้านอาหาร หรือ มีเครื่องหมายคุณภาพอาหารปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวได้เห็น”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“จังหวัดน่านเป็นเขตเมืองเก่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ที่ไม่ใช่เป็นซากเมืองเก่านะ แต่เป็นเมืองเก่าที่คนน่านยังคงใช้โบราณสถาน วัดวาอาราม นั้นอยู่ ในอดีตเป็นอย่างไรปัจจุบันก็เป็นอย่างนั้น เราจึงเรียกเมืองน่านว่าเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต จังหวัดน่านมีทั้งโบราณสถาน โบราณวัตถุ มีวิถีชีวิตที่เป็นแบบคนน่านไม่มีที่ไหนเหมือน ทั้งเรื่อง อาหารการกิน ภาษาที่พูด รวมไปถึงการแต่งกาย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้เมืองน่านมีเสน่ห์ นักท่องเที่ยวอยากเข้ามาเห็น เข้ามาสัมผัสความเป็นน่าน”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขายของเมืองน่าน ผมคิดว่า คนน่านมีความห่วงแหนความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ทำให้รักษาสืบสานสิ่งที่ตนเองมีเอาไว้ ทำให้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีไม่สูญหายไปและยังคงสภาพเดิม นอกจากนี้สถาปัตยกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวัดวาอาราม บ้านเรือน ก็สร้างมาจากความคิดและภูมิปัญญาของชาวบ้าน ความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวตรงนี้แหละที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเห็นก็จะรู้ว่า นี่แหละน่าน นอกจากนี้ คนน่านจะมีพิธีกรรมความเชื่อที่เคร่งครัด ที่เรียกว่า “ซิด” คือข้อห้ามที่เป็นอุปมงคล ดังนั้นถ้าจะทำอะไรก็แล้วแต่ที่มันซิด ก็จะไม่ทำเด็ดขาด นอกจากสิ่งที่ได้กล่าวมา ก็ยังมีในเรื่องภาษา คนน่านจะมีตัวอักษรเมือง ตัวเมือง จะสังเกตได้จากป้ายแนะนำต่าง ๆ จะมีตัวเมืองเขียนอยู่ด้วย ภาษาที่พูดก็มีความหลากหลาย คนเมืองก็พูดภาษาเมือง คนไทลื้อก็พูดไทลื้อ ซึ่งก็แตกต่างกันไปตามชาติพันธุ์ของตนเอง อาหารหรือที่เรียกว่า “กำกั้น” วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร รสชาติก็จะแตกต่างกันออกไป ข้าวของเครื่องใช้ งานหัตถกรรมงานฝีมือก็ไม่เหมือนกัน อย่างลวดลายของผ้าทอก็จะขึ้นอยู่กับการสืบทอดมาตั้งแต่อดีต ด้านศิลปะวัฒนธรรม ก็มีการ ชอ การฟ้อนล่องน่าน การแกะสลักลายปูนปั้นที่เป็นภูมิปัญญาของคนสมัยก่อนที่ถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบัน”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่ต้องพัฒนาก็คือ คนน่านจะต้องมีความหนักแน่นที่จะไม่รับวัฒนธรรมต่างถิ่นเข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมของตนเอง ไม่ใช่เราพอนักท่องเที่ยวจากหลาย ๆ ที่เข้ามาเยอะ ๆ คนน่านก็ไปรับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเกินไปหรือเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของตนเองไปซะ เช่น การแต่งกาย ก็ไม่อยากจะนุ่งผ้าเมือง ไม่อยากจะนุ่งผ้าขึ้น แบบนี้ ส่วนการ

พูดก็เหมือนกัน เด็กรุ่นใหม่ก็ไม่อยากพูดละ คำเมือง ก็ไม่ฝึกพูด พูดภาษาไทยกลางอย่างเดียว พอโตขึ้นก็พูดหรือรู้คำเมืองไม่ได้แล้ว เป็นต้น”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยว

“1. คนน่านจะต้องช่วยกันรักษาวัฒนธรรมของตนเอง รักษาความเป็นอัตลักษณ์ของเมืองน่านเอาไว้”

“2. การวางผังเมือง การสร้างอาคารต่าง ๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน”

“3. การรักษาและปฏิบัติตามกติกาสังคมที่เป็นแนวทางในการพัฒนาจังหวัดน่าน รวมถึงการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ก็ต้องให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน”

“4. การพัฒนาจังหวัดน่านในเรื่องต่าง ๆ ก็ต้องให้เป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“1. การจะพัฒนาอะไรก็แล้วแต่บางครั้งทำไม่ได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย”

“2. นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่หลากหลาย ซึ่งถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบความบันเทิง จังหวัดน่านก็ไม่ตอบโจทย์ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ละ ซึ่งการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านอาจจะมาได้สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด ดังนั้นเราก็ควรเลือกกลุ่มเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นักท่องเที่ยวที่ชอบเมืองเก่า มีเวลา มีกำลังซื้อสูง ไม่เน้นความบันเทิงแต่เน้นการเข้ามาเรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมจริง ๆ ”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดวาอาราม เมืองเก่า วิถีชีวิตของคนน่าน วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ประเพณีความเชื่อของคนน่านที่ถือรักษาเอาไว้จนถึงปัจจุบัน สิ่งที่ได้โดดเด่นและเป็นจุดขาย ของจังหวัดน่าน ความหลากหลายของวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ วิถีชีวิตของคนน่านที่เรียบง่าย การที่เป็นเมืองที่สงบและมีแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม เมืองสะอาดและมีความปลอดภัยสูง สิ่งที่จังหวัดน่านยังต้องจะพัฒนา ความพร้อมของคนน่านที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ทิศทางการดำเนินงานที่จะเป็นไปในแนวทางเดียวกัน การลงทุนของนายทุนที่ไม่ใช่คนในพื้นที่ทำให้ชาวบ้านไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างที่ควรจะได้รับ

การขาดงบประมาณในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว ความที่จังหวัดน่านเป็นเมืองที่มีชุมชนเข้มแข็ง ทุกคนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสมบูรณ์ การมีพื้นที่เขตรอยแดนทำให้มีโอกาสในการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน ส่วนปัญหาหรืออุปสรรค ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ก็จะเป็นเรื่องของภัยธรรมชาติต่าง ๆ โรคโควิดที่กำลังระบาดทำให้กิจกรรมทางการท่องเที่ยวหยุดชะงัก ความจำกัดในด้านพื้นที่ใช้สอยเนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูงทำให้การจะขยายหรือจัดสรรด้านพื้นที่ค่อนข้างลำบาก

ผู้แทนจากภาคเอกชน

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาคเอกชน ประกอบไปด้วย ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดน่าน นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดน่าน นายสถานีเดินรถบริษัทขนส่ง 999 เจ้าของกิจการบริษัททัวร์ภูพานฮอสมิเตอร์ เจ้าของกิจการตุนาโฮมสเตย์ ผู้จัดการศูนย์โอท็อป 1 ผู้ประกอบการร้านลำดวนผ้าทอและกาแป้นไทลื้อ เจ้าของกิจการโรงเรียนชาวนาดำบลศิลาเพชร และนักข่าวท้องถิ่น เพจเสน่ห์น่านวันนี้ รวมทั้งสิ้น จำนวน 9 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“ทรัพยากรท่องเที่ยวของน่านนี้ถือว่ามีเยอะนะ โดยหลักๆแล้วจะแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1) ด้านธรรมชาติ ก็จะประกอบไปด้วย 7 อุทยานแห่งชาติด้วยกัน 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ซึ่งทรัพยากรในส่วนนี้ถือว่ามีค่อนข้างเยอะ อย่างในเขตเมืองเก่า นี้มีไม่ต่ำกว่า 30 แห่งด้วยกัน ทั้งที่ขึ้นทะเบียนแล้วและยังไม่ได้ขึ้นทะเบียน อย่างในเขตเมืองเก่าที่มีชีวิต ที่ทำให้น่านมีชื่อเสียง ก็จะมี พระธาตุแช่แห้ง วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดภูมินทร์ วัดวามารามที่อยู่รายรอบประกอบ โบราณวัตถุก็จะมี งาช้างดำ พระพุทธรูปไม้ พระพุทธรูปสัมฤทธิ์ 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ก็จะเป็นด้านศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อทางศาสนา ส่วนใหญ่ก็จะเป็นประเพณีทางพุทธศาสนาเป็นส่วนใหญ่ การดักบาตรทำบุญทั้งปีใหม่ การดักบาตรเทียน ช่วงเข้าพรรษา ออกพรรษาก็จะมีประเพณีแข่งเรือ ซึ่งหัวเรือของน่านจะมีการตกแต่งที่ต่างจาก

ที่อื่น เป็นหัวเรือพญานาคหางหงส์ เรือที่จะแข่งที่น่านต้องเป็นแบบนี้เท่านั้น วิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในจังหวัดน่านมีกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลายมาก ไม่ว่าจะเป็น เมี่ยน ม้ง ขมุ ไทลื้อ มีน้อย ๆ ไปอีกเยอะ ทำให้มีวัฒนธรรมที่หลากหลายและยังแสดงออกอย่างชัดเจนไม่ว่าจะเป็น การแต่งกาย ก็จะเป็นผ้าทอพื้นเมืองของชาติพันธุ์นั้น ๆ มีลายหลัก ๆ อยู่ 7-8 ลาย ผ้าทอพื้นเมือง ผ้าลายน้ำไหล ผ้าคำเชิบ ภาษาพูด บ้านเรือนที่อยู่อาศัย ความเป็นอยู่ อาหารการกิน ที่น่านมีแบบพิเศษจากที่อื่น เช่น ลาบปลา ลาบเนื้อ ซ่า ที่น่านส่วนมากก็จะกินดิบกัน แต่ถ้าให้นักท่องเที่ยวก็จะทำให้สุก มะแขว่น สมุนไพรพื้นเมือง ที่ออร์ลซ่า ๆ ”

2. สิ่งที่น่าสนใจและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่โดดเด่นและน่าสนใจด้านการท่องเที่ยวของน่านคือ ความมหัศจรรย์ของธรรมชาติ เมืองเก่าที่มีชีวิต จุดแข็งนี้มีหลายเรื่อง ถ้าเราดูด้านโครงสร้างนี้มีพื้นที่ติดชายแดน สปป.ลาว เรียกว่าเป็นจุดแข็งและเป็นโอกาส คือสามารถกินข้าวเช้าที่น่านแล้วไปกินกลางวันที่หลวงพระบางได้เลย ระยะทางใกล้มาก น่านมีอากาศที่บริสุทธิ์ ไม่มีมลพิษของโรงงานอุตสาหกรรม มีพันธุ์ไม้ที่มีแห่งเดียวในโลกหรือในประเทศไทย คือ ดอกชมพูภูคา มีเกล็ดภูเขา เกล็ดลินเฮอร์ ซึ่งเกล็ดก็เป็นยุทธปัจจัยที่สำคัญ ซึ่งเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ ในอดีตเมืองต่าง ๆ ก็พยายามมาตี ทั้งพม่า ล้านนา ล้านช้าง หรือแม้แต่กรุงศรีอยุธยา หรือแม้แต่สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ซึ่งน่านก็บอกว่่าน่านไม่ใช่ล้านนา ไม่ใช่ล้านช้าง น่านเป็นน่าน เป็นนครรัฐที่ปกครองตนเอง มีเงินตราของตนเอง มีกฎหมายที่ปกครองตนเอง มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นของตนเอง ถึงแม้ว่าน่านจะอยู่ห่างไกลแต่มีทรัพยากรค่อนข้างครบ มีศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยังคงรักษาไว้ได้อยู่ คนน่านยังนั่งขึ้น ยังพูดภาษาพื้นเมืองอยู่”

“ความเป็นเมืองที่เป็นป่าต้นน้ำ คือ แม่น่านาน ซึ่งเป็นแม่น้ำสายสำคัญ สัดส่วน 44 เปอร์เซ็นต์ของแม่น้ำเจ้าพระยา คือ แม่น่านาน มีป่าไม้ที่สมบูรณ์ อากาศเย็นสบาย มีชัยภูมิที่เป็นป่าเขา มีที่ราบตอนกลางทำให้เมืองน่านเป็นเมืองที่รายล้อมด้วยทัศนียภาพที่สวยงาม อากาศบริสุทธิ์ ไม่มีมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม “

“เป็นเมืองที่มีพื้นที่ชายแดนทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน การเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น มีต้นชมพูภูคาที่มีดอกชมพูภูคาที่หาได้ยาก และบนบ่อเกล็ดยังมีการต้มเกล็ด ซึ่งเป็นเกล็ดลินเฮอร์บนภูเขาแห่งเดียวในประเทศที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์

จังหวัดน่านเป็นนครเมืองของตนเอง ทำให้มีความเป็นมาและประวัติศาสตร์ที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง มีเงินตราที่เป็นของตนเอง”

“จังหวัดน่านมีหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างครบ ทั้งภาครัฐและ ภาคเอกชน ร่วมมือกัน ทำงานแบบบูรณาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำการตลาดให้ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ลงพื้นที่ช่วยเหลือ และสนับสนุนชุมชนท่องเที่ยว เป็นต้น”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่ต้องพัฒนาในเชิงของการท่องเที่ยว คือเป็นเมืองที่ยังไม่ค่อยได้รับการพัฒนาเรื่อง โครงสร้างพื้นฐานมากนัก ถนนบายพาสเรายังมี แต่จุดอ่อนเหล่านี้ก็อาจเป็นข้อดีส่วนหนึ่ง การพัฒนาที่ซ้ำทำให้เมืองยังคงความสมบูรณ์เฉกเช่นในอดีต ตัวแหล่งท่องเที่ยวยังมีโครงสร้าง พื้นฐานที่ยังไม่ครบสมบูรณ์”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“การเป็นเมืองชายแดน ซึ่งถือเป็นโอกาสของน่านในหลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านการท่องเที่ยวและทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปถึงหลวงพระบางได้”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“เรื่องของงบประมาณ”

“ตัวกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการที่พื้นที่มีหลายเจ้าของ เช่น กรมเจ้าท่า อุทยานแห่งชาติ กรมศิลปากร เวลาจะพัฒนาหรือทำอะไรจึงกระทบผู้เกี่ยวข้องหลายคน”

“เรื่องของการทำการตลาด ผู้ประกอบการรายเล็กมักเสียโอกาสให้กับนายทุน เนื่องจากต้นทุนไม่พอ ผู้ประกอบการต้องติดอาวุธให้ทำตลาดที่ทันสมัยให้เข้ากับยุคปัจจุบัน”

“บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีน้อย คนไม่เพียงพอกับปริมาณงาน อุปกรณ์ที่จะอำนวยความสะดวกในการทำงานมีไม่เพียงพอ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“ชนบทธรรมนิยม ประเพณี งานเทศกาลชนกวาง การฟ้อน ประเพณีของชนเผ่า เช่น การแต่งงาน การปลูกข้าว จังหวัดน่านมีชนเผ่าเยอะ”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ความสวยงามของเมืองน่าน ชุมชนอยู่แบบสบายๆ slow life คนมาเที่ยวแล้วจะรู้สึกสบายใจ ไม่ต้องรีบเร่ง และมีความปลอดภัยสูง มาเที่ยวแล้วไม่ต้องกลัวอันตราย”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การบอกเล่าเรื่องราวของพิธีกรรมต่าง ๆ และการปลูกฝังให้คนรุ่นต่อไปได้สานต่อสิ่งที่บรรพบุรุษได้สร้าง ได้ทำกันสืบมา การรับมือกับปัญหาโรค Covid และความพร้อมของคนในท้องถิ่นที่จะรับมือกับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนขึ้นในอนาคต”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“กลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญในการเข้ามาให้ความความใจกับคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง และภาควิชาการ เข้ามาเพิ่มความรู้ให้กับผู้ประกอบการ”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ความพร้อมในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น อย่างเช่น การจัดงานน่านนิรันดร์ ที่ผ่านมา ที่มีการเชิญช่างภาพเข้ามาถ่ายภาพในมุมมองของศิลปิน จัดแสดงมุมมองภาพในมุมใหม่ ๆ หลังจากปล่อยภาพถ่ายออกไปก็เกิดกระแสท่องเที่ยวที่มาแรงมาก นักท่องเที่ยวทะเลาะในที่สุดก็ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ประทับใจกับการท่องเที่ยวน่าน นอกจากนี้พนักงานส่วนมากเป็นคนพื้นที่ พอมีงานเทศกาลก็มักจะหยุดงาน บางครั้งผู้ประกอบการก็ลำบากในการหาพนักงานมาทำงานในช่วงเทศกาล”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“วัด เช่น วัดพระธาตุแช่แห้ง อย่างในตัวเมืองน่านมีหลายวัดมากครับ เช่น วัดภูมินทร์ วัดศรีพันต้น วัดหัวข่วง วัดสวนตาล วัดดอนตูม ถ้าเป็นอำเภอท่าวังผา ก็จะเป็น วัดกง เทศกาลแข่งเรือยาว ตลาดช่วงเมืองน่านที่แสดงวิถีชีวิตของคนพื้นเมือง อาหารพื้นเมือง”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง คนน่านจะไม่รับเอาความเจริญที่มากเกินไป ทำให้จังหวัดน่านยังคงมีความเป็นน่านที่มีมาตั้งแต่อดีตและปัจจุบันก็ยังคงเป็นแบบเดิม ไม่ว่าจะเป็นด้านอาหารหรือการดำเนินชีวิตที่แสดงถึงความเป็นคนน่าน”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่ต้องพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ส่วนตัวผมคิดว่า น่าจะเป็นเรื่อง การคมนาคม การจราจร ปัญหาที่จอดรถ ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จอดรถมีน้อยมาก บางครั้งนักท่องเที่ยวต้องจอดรถไกลจากแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวต้องเดินไกลกว่าจะไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องหาที่จอดรถเอง ไม่มีรถสาธารณะที่ให้บริการรับส่งเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมไม่ค่อยสะดวก ถ้านักท่องเที่ยวไม่มีรถส่วนตัวก็ต้องใช้บริการรถรับจ้างในการเดินทางท่องเที่ยวเท่านั้น”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“สิ่งที่จะช่วยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ผมคิดว่า น่าจะมีรถประจำทางในเส้นทางที่เป็นเส้นทางท่องเที่ยว และมีบริการรถรับส่ง ที่ไปยังยังแหล่งท่องเที่ยว เช่นถ้านักท่องเที่ยวจะไปเที่ยววัดกึ่งที่อำเภอท่าวังผา จะไม่มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการเลย นักท่องเที่ยวต้องเดินทางเอง หรือ การมีบริการรถรางนำเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับกรุ๊ปทัวร์”

“นอกจากนี้ ก็คงเป็นเรื่องวิถีชีวิตของคนน่าน การมีชีวิตความเป็นอยู่ของคนน่านที่ไม่วุ่นวาย สงบทำให้นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพหรือในเมืองใหญ่ ๆ อยากเข้ามาเห็น มาสัมผัสวิถีชีวิตแบบคนน่าน”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกลจากตัวเมือง แต่ละสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้กัน การเดินทางไปต่างอำเภอที่ไม่ใช่ตัวเมืองน่านแต่ละอำเภอก็ออยู่ใกล้กันแล้วไม่มีรถรับส่ง เช่นถ้าจะเดินทางไปอำเภอปัว หรือไปอำเภอทุ่งช้าง หรือไปแหล่งท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ ที่คนนิยม ก็ไม่มีรถสาธารณะให้บริการ นักท่องเที่ยวต้องเหมารถรับจ้างไปเอง”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“วัดและ วิถีชีวิตของคนน่าน ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ ”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“วัฒนธรรมประเพณี วัดสวย ๆ มีเยอะมาก ธรรมชาติที่ยังสมบูรณ์และสวยงาม การเป็นเมืองชายแดน”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ข้อมูลข่าวสารของแหล่งพื้นที่ และประวัติความเป็นมาของแต่ละวัด”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“การเล่าประวัติความเป็นมาของสถานที่นั้น ๆ จะช่วยให้นักท่องเที่ยว เข้าใจและประทับใจมากขึ้น”

“การคมนาคม เนื่องจากตอนนี้การมีเที่ยวบินมาน่านในหลาย ๆ รอบและใช้เครื่องบิน 100 ที่นั่งก็ทำให้คนเดินทางมาน่านได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวไม่ใช่กลุ่มนักท่องเที่ยวโดยตรงกับแหล่งท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวไม่เกิดความซาบซึ้งในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวควรเป็นกลุ่มเฉพาะที่ชอบการท่องเที่ยวแบบ slow life ชอบความเรียบง่าย ชอบความสงบ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“วัด วิถีชีวิตของคนน่าน ชาวเขา ชนเผ่าต่าง ๆ ม้ง เย้า ลัว”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“วิถีชีวิตของคนน่าน ที่แตกต่างจากที่อื่น”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การรักษาวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมไม่ให้หายไป”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“ความสงบ ความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายของคนน่าน การที่คนน่านช่วยกันรักษาให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ไม่เอาสังคมเมืองเข้ามากลืนวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่อดีต ความเป็นธรรมชาติที่สวยงาม”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การที่มีนายทุนเข้ามาลงทุนและสร้างสิ่งปลูกสร้างที่ขัดกับวัฒนธรรมของคนน่าน เช่น การสร้างตึกในรูปแบบสมัยใหม่ท่ามกลางธรรมชาติ ทำให้มุมมองที่นักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 6

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“วัดวาอาราม ภาพจิตรกรรมฝาผนังปูม่านยาม่านที่เป็นเหมือน signature ของจังหวัดน่าน ทำให้ร้านขายของฝากของที่ระลึกจะเป็นรูปปูม่านยาม่าน ประมาณ 80-90 เปอร์เซ็นต์ การทำตุ๊กตาดองตุ๋น ตุ๊กตาส่งเต่ากับคน การเป็นพื้นที่เมืองเก่า”

2. สิ่งที่น่าสนใจและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ในตัวเมืองน่านจะเป็น วัด ต่างอำเภอจะเป็นด้านธรรมชาติมากกว่า อย่างเช่นอำเภอนาน้อย ก็จะมีดอยเสมอดาว อุทยานแห่งชาติขุนสถาน ธรรมชาติที่สวยงาม อำเภอปัวจะเป็นผ้าทอ อย่างลำดวนผ้าทอ เครื่องเงิน อำเภอท่าวังผา ก็จะเป็นวัดทุ่ง ที่มีการตกแต่งอย่างสวยงาม มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม มีการตกแต่งสไตล์ล้านนา ร่มกระดาศที่มีสีล้นสวยงาม อำเภอบ่อเกลือ ก็จะเป็นแหล่งเกลือสินเธาว์ เป็นวัฒนธรรมการต้มเกลือ เป็นเรื่องความเชื่อพิธีกรรม เชื้อผีปู่ผีย่า และการต้มเกลือจะหยุดในช่วงเข้าพรรษาของทุกปี”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“คนน่านไม่ต้องการความทันสมัย ไม่รับความเป็นสังคมเมืองทำให้บางอย่างในจังหวัดน่านยังคงเป็นเหมือนในอดีต”

“การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่ค่อยสะดวก ไม่มีรถโดยสารสาธารณะ”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยว

“มนต์เสน่ห์ของความเป็นน่าน”

“ความสะอาด จังหวัดน่านได้รับรางวัลเรื่องของความสะอาดว่าเป็นอันดับหนึ่ง”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ไม่มีรถที่จะนำเที่ยว รถโดยสาร รถสาธารณะ ทำให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวก ซึ่งนักท่องเที่ยวก็อาจจะใช้รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง หรือรถรับจ้างแต่ก็ยังมีไม่เพียงพอ”

“ที่พักขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมากมีน้อยมาก”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 7

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“1. วัดภูมินทร์ 2. งาช้างดำ 3. ประเพณีแข่งเรือยาว 4. วิถีชีวิตชุมชนไทลื้อและชนเผ่าต่างๆ 5. พิธีกรรม ความเชื่อ งานบุญต่าง ๆ ”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ชาติพันธุ์ การแต่งกายของชนพื้นเมืองที่แตกต่างกัน ภาษาไทลื้อ อาหารไทลื้อที่เหมือนกับ 12 บ้าน ประเพณีแข่งเรือยาวที่มีการตกแต่งหัวเรือที่โดดเด่นไม่เหมือนที่ไหน เป็นหัวเรือพญานาค”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ความเสื่อมล้ำของวัฒนธรรมร่วม ในปัจจุบันคนรุ่นหลังแทบจะไม่ใช้ภาษาท้องถิ่น กลายเป็นคนเมืองกันไปหมด”

“การถ่ายทอดสิ่งที่มีให้คนรุ่นหลังได้รู้ เข้าใจเห็นความสำคัญและคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมของตนเอง”

“การสร้างมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ต้องเป็นคนในพื้นที่ เพื่อจะได้ช่วยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการมาศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของจังหวัดน่านอย่างแท้จริง”

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยมากต้องใช้รถส่วนตัว”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“การคมนาคมทั้งทางบกและทางอากาศ การเพิ่มสายการบิน ในปัจจุบันมีสายการบินเดียวที่ให้บริการ”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การหลั่งไหลของคนนอกพื้นที่ ที่เข้ามาทำกิจการท่องเที่ยว ที่พัก โดยไม่คำนึงถึงวิถีชีวิตของคนน่าน มาเพื่อกอบโกย การแก้ไขตรงจุดนี้ ควรจะมีระเบียบการจัดการดูแลโดยให้คนในพื้นที่ควรได้รับประโยชน์ร่วมกัน”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 8

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“ชนพื้นเมือง วิถีชีวิต วัฒนาอาราม ความเป็นเมืองเก่าที่คงความเป็นอดีต ประเพณีต่าง ๆ พิธีกรรมความเชื่อ งานบุญ”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ชนพื้นเมือง ชาติพันธุ์ไทลื้อ ภาษาไทลื้อ การแต่งกาย อาหารไทลื้อที่เหมือนกับ 12 บ้าน”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวโดยมากต้องใช้รถส่วนตัว และความเหลื่อมล้ำของวัฒนธรรมอื่นที่จะเข้ามาคลืนกับวัฒนธรรมดั้งเดิม”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“การขายวิถีชีวิตที่เป็นที่เป็นของแท้ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นสิ่งเก่าแก่ ของดั้งเดิมแท้ว่าคนน่าน ีความเป็นอยู่อย่างไร กินอะไร แต่งกายแบบไหน ให้นักท่องเที่ยวเห็นตัวตนที่ไม่ใช่การแสดง”

“งบประมาณในการบำรุงและปรับปรุงดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ”

“การส่งต่อสิ่งที่มีแก่คนรุ่นหลังให้เห็นความสำคัญ”

“การมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการให้ความรู้และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว เพราะกิจกรรมหรือวัฒนธรรมบางอย่างจะขึ้นกับช่วงเวลา เช่นการดำนา การเก็บเกี่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่สามารถทำได้ทั้งปี”

“นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่เข้าใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่าเป็นอย่างไร บางครั้งก็ไม่ค่อยให้ความร่วมมือ อย่างเช่นในชุมชนชาวบ้านจะอยู่กันเป็นกลุ่ม มีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย มีอาชีพเกษตรกรซึ่งจะเข้านอนไว อย่าง 1 ทุ่มไปแล้วก็จะเงียบมาก นักท่องเที่ยวบางกลุ่มพอกินดื่มแล้วก็จะส่งเสียงดังยามค่ำคืนทำให้ไปรบกวนชาวบ้านโดยรอบได้”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 9

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“จังหวัดน่านมีกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย ทำให้เกิดความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม มีประเพณีที่แตกต่างกันตามชาติพันธุ์ของตนเอง”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว น่าจะเป็นเทศกาลงานประเพณี การแต่งกายของแต่ละชาติพันธุ์ ชุดประจำชนเผ่าต่าง ๆ ผ้าทอ ผ้าขึ้น ผ้าพื้นเมือง ผ้าเขียนเทียน แหล่งผลิตเครื่องเงิน”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างจริงจังจากภาครัฐ ที่เข้ามาช่วยสนับสนุนชุมชน เมื่อชุมชนขาดการสานต่อ หรือขาดงบประมาณ คนในชุมชนก็จะหยุดกิจการด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็จะหยุดชะงักไม่ดำเนินการต่อเนื่อง”

4. สิ่งสนับสนุน (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“การสนับสนุนจากภาครัฐ คนในท้องถิ่นหาแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นในพื้นที่ของตน แล้วสร้างความแตกต่างเฉพาะตัว คนในท้องถิ่นต้องได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ขาดงบประมาณในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขาดการประชาสัมพันธ์ การกระจายข้อมูลข่าวสาร การกระจายข่าวด้านการท่องเที่ยว ชุมชนไม่ได้ทำการท่องเที่ยวเป็นอาชีพหลัก เมื่อมาทำการท่องเที่ยวก็จะขาดรายได้หลัก ถ้าช่วงที่ไม่มีนักท่องเที่ยวคนในชุมชนก็จะขาดรายได้ ทำให้เสียโอกาสในการสร้างรายได้จากช่องทางอื่น ชาวบ้านขาดต้นทุนในการดำเนินกิจการ งบประมาณไม่เพียงพอ ชาวบ้านก็ไม่มี ความมั่นใจในการลงทุน และชาวบ้านขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคเอกชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนาอารามโดยเฉพาะในเขตเมืองเก่า ศิลปะวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ พิธีกรรมความเชื่อทางศาสนา ความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ การแต่งกายของแต่ละชาติพันธุ์ อาหารพื้นเมืองของน่าน ภาษา และวิถีชีวิตที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของคนน่าน สิ่งที่น่าสนใจและเป็นจุดขายของน่าน การมีทรัพยากรที่สมบูรณ์ เป็นเมืองที่มีธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีอุทยานแห่งชาติ 7 แห่ง ทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ มีทัศนียภาพที่สวยงาม สิ่งที่ยังต้องพัฒนาก็คือ ด้านสิ่งที่จะอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มมากขึ้น ด้านการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งพื้นที่ จังหวัดน่านไม่มีรถโดยสารประจำทางในการเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องใช้บริการส่วนตัวหรือรถรับจ้างเท่านั้น สิ่งที่น่าสนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว การรักษาทรัพยากรที่ตนมีไม่ให้อายุหายไปและถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่อดีตให้กับคนรุ่นหลังได้สานต่อ ปัญหาหรืออุปสรรค ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ก็จะเป็นเรื่องที่จอตลอด การจัดการพื้นที่ ปัญหาภัยธรรมชาติ ความต่อเนื่องในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ตลอดจนเรื่องงบประมาณที่นำมาพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน

ผู้แทนจากภาคชุมชน

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาคชุมชน ประกอบไปด้วย นายอำเภอบัว
นายกเทศมนตรีตำบลบัว นายอำเภอบ่อเกลือ นายกอบต. บ่อเกลือเหนือ ผู้ใหญ่บ้านบ้านบ่อ
หลวง ผู้รักษาการแทนเจ้าอาวาสวัดภูมินทร์ และผู้นำชุมชนกลุ่มผ้าทอไทลื้อบ้านเก็ด รวมทั้งสิ้น
จำนวน 7 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มี
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม น่านเรามีทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านนี้
ครบหมด ทั้งโบราณสถาน โบราณวัตถุ วัดวาอารามต่าง ๆ งานประเพณีต่างๆของคนในชุมชน
เช่น การตีพริที่บัว วัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น สถาปัตยกรรม ภาพจิตรกรรมปูม่านยาม่าน วิถี
ชีวิต ศิลปะต่าง ๆ โบราณสถาน โบราณวัตถุ อาหารพื้นเมือง เรียกว่าจังหวัดน่านมีทรัพยากร
ด้านวัฒนธรรมที่ครบในทุกด้าน แต่นักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้สนใจที่จะมาศึกษาหรือมาเที่ยว
ด้านนี้โดยตรงมากนัก ส่วนมากอาจจะแค่มาดู มาถ่ายรูปแค่นั้น ซึ่งในตัวเมืองน่านก็มีวัดที่
สำคัญๆ เช่น วัดภูมินทร์ วัดพระธาตุแช่แห้ง วัดมิ่งเมือง วัดพระธาตุช้างค้ำ วัดกง วัดภูเก็ด เป็น
ต้น ประเพณีที่ได้รับความนิยมก็จะเป็นประเพณีแข่งเรือ แต่โดยมากมหกรรมที่จัดขึ้น จะเป็น
การจัดเพื่อคนในพื้นที่ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวไม่ได้ตั้งใจเพื่อมาดูมหกรรมหรืออีดวันโดยเฉพาะ
นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเน้นมาเที่ยววัดเป็นหลัก หรือเป็นนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเท่านั้น”

2. สิ่งที่น่าสนใจและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็จะเป็นวัด เช่น วัดภูเก็ด วัดมิ่งเมือง วัด
กง แต่ในปัจจุบันเป็นการมาวัดกลายเป็นมาเที่ยว วัดกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งไม่
น่าจะใช้วัตถุประสงค้ของของ ดังนั้นการเที่ยววัดควรมีการจัดการและจัดให้เหมาะสมด้าน
พระพุทธศาสนาที่แท้จริง แทนการปรุงแต่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างเดียว นอกจากนี้ก็จะ
มีการแสดงฟ้อนล่องน่านที่ข่วงเมืองน่าน เป็นการฟ้อนที่มีประวัติความเป็นมาและเป็นเรื่องราว
ที่ถ่ายทอดมาตั้งแต่อดีต”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“แนวทางในการจัดการวัด ไม่ให้เป็นเชิงพาณิชย์จนเกินไป”

“การจัดการเรื่องอาหารพื้นเมืองที่ยังไม่โดดเด่น เพราะมีลักษณะคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่น ๆ ในภาคเหนือ จังหวัดน่านควรสร้างความแตกต่างที่ชัดเจนมากขึ้น”

“การแต่งกายที่ยังไม่โดดเด่นและยังไม่ได้เป็นแบบน่านแท้ ๆ ”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“การเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยว ต้องดูว่าเราจะขายอะไรที่ชัดเจน และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว จังหวัดน่านน่าจะชูเรื่องการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติตามมาด้วยวิถีชีวิตของคนน่าน ให้นักท่องเที่ยวได้มาใช้ชีวิตแบบคนน่าน สัมผัสความเป็นเมืองเก่า ทานอาหารแบบคนพื้นเมือง”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่เข้ามาสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวยังไม่พร้อม เช่น ร้านอาหาร ที่พัก เพราะถ้ามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวเยอะ ๆ จังหวัดน่านยังไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ และพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ยังไม่มีความมั่นใจที่จะลงทุนเนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางเข้ามาตลอดเวลา ต้นทุนการท่องเที่ยวยังไม่แน่นอน โรงแรมส่วนมากจึงเป็นการทำธุรกิจในครอบครัว จังหวัดน่านอาจจะต้องมองหานักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เช่น นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาประชุม เป็นต้น”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน คงต้องเป็นวัดวาอารามต่าง ๆ เช่น วัดภูมินทร์ วัดพระธาตุแช่แห้ง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวก็มาดูวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนน่าน มาเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่เป็นจุดขายของจังหวัดน่าน คงเป็นเรื่องของวัดโบราณในจังหวัดน่าน วิถีชีวิตของคนเมือง วิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ซึ่งที่จังหวัดน่านมีกลุ่มชาติพันธุ์เยอะมาก”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การพัฒนาเรื่องความสะดวกในชุมชน และบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเรื่องของความสะดวกนี้ถือเป็นเป็นวาระแห่งชาติที่ท่านผู้ว่าราชการจังหวัดมอบหมายมาให้ ทางเทศบาลเจาะลึกเรื่องความสะดวกเริ่มตั้งแต่ ปี 2561 ซึ่งในตำบลบ้านนี้ทั้งหมด 13 หมู่บ้าน ชุมชนและเทศบาลก็ช่วยกัน จนได้รับรางวัลจาก กรมการปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งได้รางวัล ระดับที่ 5 ของประเทศ”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“การมีสินค้าโอท็อปที่เกิดจากภูมิปัญญาของชาวบ้าน การพัฒนาอาชีพด้านการท่องเที่ยวให้กับคนในชุมชนได้เข้าใจและเห็นความสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ชุมชนขาดความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แท้จริง ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน และงบประมาณที่จะเข้าช่วยสนับสนุนต่าง ๆ มีความจำกัด”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองน่าน เมืองน่านเป็นเมืองที่อยู่ฝั่งล้านนาตะวันออก เป็นเมืองที่มีธรรมชาติ อุดมไปด้วยผืนป่า เป็นเมืองแห่งสายน้ำ ทะเลหมอก ด้านวัฒนธรรม ก็จะเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของผู้คน กลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ชาวไทลื้อ ชนบทรหมณีมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์ในเชิงศาสนา ได้แก่ วัดพระธาตุแช่แห้ง วัดช้างค้ำวรวิหาร วัดพระธาตุเขาน้อย

แล้วก็มีบ่อเกลือสินเธาว์ บ่อเกลือโบราณที่อำเภอบ่อเกลือ ในสมัยพระเจ้าติโลกราชก็เคยเข้ามาตีเจ้าเมืองน่านเพื่ออยากได้บ่อเกลือ”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่เป็นจุดเด่นหรือจุดขายของเมืองน่าน น่าจะเป็นเรื่องของการรักษาวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่สมัยอดีตมาจนถึงปัจจุบัน นักท่องเที่ยวมาเที่ยวก็จะได้สัมผัสกลิ่นกลายของความเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต ที่มีเสน่ห์และมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ ”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่ยังต้องพัฒนา น่าจะเป็นเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ ปัจจุบันที่บ่อเกลือตรงจุดต้มเกลือ ห้องน้ำยังมีไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ปัจจุบันต้องขอใช้ห้องน้ำของวัด นอกจากนี้ ก็ควรจะเป็นเรื่องของการเพิ่มป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยว เพราะบางจุดก็ค่อนข้างเก่าแล้ว การเพิ่มจุดบริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะให้กับนักท่องเที่ยวครับ”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“สิ่งที่น่าสนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ควรจะเป็นเรื่องการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น การทำงานแบบบูรณาการร่วมกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การสร้างความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวให้กับคนในชุมชนได้ตระหนักและเห็นคุณค่าของทรัพยากรที่ตนเองมี”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ปัญหาและอุปสรรค ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ก็จะเป็นเรื่องของการจัดการพื้นที่ใช้สอย เนื่องจากพื้นที่ที่สามารถใช้ได้มีน้อย ปัญหาเกี่ยวกับภัยธรรมชาติ เช่น ดินสไลด์ช่วงฝนตกหนัก ทำให้ถนนหนทางเสียหาย นักท่องเที่ยวก็ไม่สามารถเดินทางมาเที่ยวได้ ปัญหาในเรื่องของงบประมาณในการพัฒนาหรือปรับปรุงด้านต่าง ๆ มีไม่เพียงพอ ทำให้การพัฒนาในแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนท่องเที่ยวทำได้ไม่เต็มที่”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน ถ้าเป็นในตัวเมืองน่าน ก็จะเป็นวัดภูมินทร์ วัดช้างค้ำ ศาลหลักเมือง วัดมิ่งเมือง”

“ในอำเภอบ่อเกลือ ก็จะเป็นด้านประเพณีของชนเผ่าลัวะ คนบ่อเกลือเป็นคนลัวะ 99 เปอร์เซ็นต์ การสู่ขวัญ ภาษาลัวะซึ่งมีแต่ภาษาพูดไม่มีภาษาเขียน ในตำบลบ่อเกลือเหนือมีทั้งหมด 11 หมู่บ้าน ทั้ง 11 หมู่บ้าน จะมีสำเนียงภาษาที่พูดก็แตกต่างกันออกไป การละเล่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวลัวะ การเล่นพริ ซึ่งเป็นการเล่นดนตรีแบบดั้งเดิม ทำมาจากไม้ไผ่ เอามาตัดเป็นท่อน ๆ เสียงก็จะออกตามความยาวของกระบอกไม้ไผ่ 1 ชุด การแสดงจะใช้คนแสดงประมาณ 5 คน การตีพริ จะนิยมเล่นช่วงฤดูเก็บเกี่ยวข้าว นอกจากนี้วิถีชีวิตของชาวลัวะก็จะอยู่กันแบบพี่น้อง ทำอาชีพทำไร่ ทำข้าวไร่ ทำนา ด้านอาหารก็จะเป็นน้ำพริกมะกอก อาหารส่วนมากนิยมประกอบอาหารด้วยวิธีปิ้ง ย่าง เท่านั้น ด้านพิธีกรรมความเชื่อคนลัวะจะนับถือผีบรรพบุรุษ ผีปู่ผีย่า ผีเมือง ทุกปี ๆ ก็จะมีการบวงสรวง ซึ่งจะจัดช่วงประมาณเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย คือ ความเป็นธรรมชาติของเมือง ความโบราณของโบราณสถานที่แตกต่างกันที่อื่น ความเป็นมิตรของคนน่าน มีธรรมชาติที่สวยงามและสมบูรณ์ เป็นต้นกำเนิดแม่น้ำน่าน มีตาน้ำบนภูเขา 3 ลูก ชุมชนมีความเข้มแข็ง แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม มีตำนานเรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยว อย่างในบ่อเกลือมี ทั้งหมด 5 บ่อ บ่อเกลือเหนือมี 3 บ่อ ซึ่งแต่ละบ่อที่บ่อเกลือเหนือนี้จะแตกต่าง ได้แก่ 1) บ่อเวร เวลาต้มแล้วเกลือจะออกมาเป็นสีชมพู 2) บ่อโบราณหรือบ่อน่าน เป็นบ่อที่ยังคงเหมือนในอดีต คือใช้กระบอกไม้ไผ่ใหญ่ ๆ ครอบไว้ 3) บ่อหยวก ซึ่ง 3 บ่อ ก็มีน้ำเกลือที่เอามาต้มได้เหมือนบ่อเกลือใต้ ทุกๆบ่อจะมีข้อห้ามคือห้ามผู้หญิงหรือคนต่างถิ่นขึ้นไปตัก และจะหยุดการต้มเกลือช่วงเข้าพรรษา เป็นระยะเวลา 3 เดือน”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“1. สิ่งที่ต้องพัฒนา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว ถนน บางเส้นทางที่เข้าแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกล การปรับภูมิทัศน์โดยรอบของแหล่งท่องเที่ยว”

“2. ด้านระบบสาธารณูปโภค โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว”

“3. คนในชุมชนที่ต้องช่วยกันรักษาเอกลักษณ์ที่ตนเองมีอยู่ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การสร้างมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่สามารถเล่าตำนานประวัติความมาได้”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยว

“ผมคิดว่าภาครัฐมีส่วนสำคัญอย่างมากในการเข้ามาสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว หรือ การกำหนดนโยบายที่จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น รวมถึงการอำนวยความสะดวกหรือ เอื้อให้คนพื้นที่ท่องเที่ยวได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นเขตของอุทยาน ก็จะมีกฎระเบียบในการจัดการด้านพื้นที่ ตรงจุดนี้บางที่ควรจะมีคามยืดหยุ่นของกฎระเบียบที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาพื้นที่ให้ดีขึ้น”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ปัญหาหรืออุปสรรค ผมคิดว่าเป็นเรื่องของการจัดพื้นที่ เนื่องจากพื้นที่ ที่เป็นที่ราบมีจำกัดดังนั้นการจะขยายขยายอะไรก็ได้ลำบาก สิ่งที่ต้องทำก็คือการให้ความร่วมมือของภาครัฐในด้านการจัดพื้นที่ ที่ชุมชนสามารถปรับปรุงพื้นที่ที่จะใช้ประโยชน์ให้มากขึ้นได้”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน ก็จะเป็นวิถีชีวิตของคนน่านที่มีเสน่ห์ วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ มีธรรมชาติที่สวยงามสมบูรณ์ มีประเพณีวัฒนธรรมที่ยังคงรักษาไว้เหมือนเดิม เช่น งานไหว้พระธาตุแช่แห้ง งาน 6 เป็ง ประเพณีแข่งเรือเหมือนใน คำขวัญจังหวัดน่าน ที่ว่าแข่งเรือลือเลื่อง เมืองงาช้างดำ จิตรกรรมวัดภูมินทร์ แดนดินส้มสีทอง เรืองรองพระธาตุแช่แห้ง”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขายเชิงวัฒนธรรมของเมืองน่านคือ การรักษาทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีให้ยังคงความดั้งเดิม เป็นเมืองเก่าที่ยังมีชีวิต ในอดีตเป็นอย่างไรนักท่องเที่ยวก็ยังเห็นและสัมผัสได้ในปัจจุบัน อย่าง ชุมชนมหาโพธิเขตเทศบาลเมืองน่าน ที่ยังรักษาความเป็นเมืองเก่า ไม่ว่าจะเป็นตัวอาคารบ้านเรือน สีของอาคารบ้านเรือนที่เน้นเป็นโทนสีน้ำตาล พอเซเวน อีเลฟเว่นจะเปิดร้านค้าในเขตนั่น ก็ต้องทาสีน้ำตาล ซึ่งต่างจากร้านเซเวนอีเลฟเว่นที่อื่นเป็นต้น นอกจากนี้ เมืองน่านถือว่าเป็นเมืองที่ชุมชนมีความเข้มแข็งทุกคนให้ความร่วมมือกัน อย่างโรคโควิด ที่เกิดขึ้น จังหวัดน่านเป็นเมืองสีขาว คือปลอดผู้ติดเชื้อ เนื่องจากชาวบ้านปฏิบัติตามกฎอย่างเคร่งครัด คนน่านจะมีความเป็นน่าน คือมีเอกลักษณ์อัตลักษณ์ เฉพาะตัวที่ทำให้คนอื่นรู้ว่านี่แหละคนน่าน มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ไม่เร่งรีบ ไม่มีสถานบันเทิงเหมือนในเมือง”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สิ่งที่ต้องพัฒนา คือ อยากให้องค์กรต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเข้ามาช่วยซ่อมแซมสิ่งที่ขาดหายไปให้กลับมา เช่น การปั่นจักรยาน เล่น สลัด ซอ ซึ่ง การสร้างชุมชนให้เป็นชุมชนท่องเที่ยววิถีชีวิต คนที่จะเข้ามาบริหารจัดการจะต้องฟังเสียงจากชุมชน ว่าชุมชนอยากทำอะไร ต้องการอะไร พัฒนาเรื่องที่พักที่จอตลอดไม่เพียงพอ เนื่องจากพื้นที่ค่อนข้างคับแคบช่วงที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเยอะ ๆ ไม่มีที่จอตลอด”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“การประชาสัมพันธ์ สิ่งที่เป็น Unseen น่าน Amazing น่าน ชูทรัพยากรที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน”

“การมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยว เน้นให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรม การรักษาทรัพยากรที่มีไม่ให้อุญหายไป หรือถูกวัฒนธรรมอื่นกลืนไป”

“การทำงานแบบบูรณาการร่วมกันของหลาย ๆ ฝ่าย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และภาคการศึกษา”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ขาดงบประมาณในการช่วยจัดงาน”

“คนที่เข้ามาบริหารจัดการอาจจะไม่มีความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริงถึงวัตถุประสงค์ในการจัดงานนั้น เช่น งานสัสมิทอง ในสมัยก่อนจะจัดขบวนแห่ จัดขบวนสัสมิ การพ่อนแห่หน้าขบวน มีธิดาสัสมิ้งบนรถแห่ของแต่ละตำบล แต่สมัยนี้ ขบวนแห่ต่าง ๆ การพ่อนหน้าขบวนแห่ ไม่มีแล้ว กลายเป็นงานกาชาด ที่เน้นการขายของเป็นหลัก ทำให้วัตถุประสงค์ของงานเปลี่ยนไป”

“การไปรับวัฒนธรรมมาจากที่อื่น เช่น การแสดงศิลปะวัฒนธรรมต่าง ๆ ในอดีต จะเป็นการแสดงที่ใช้วัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น การชอล่องน่าน แต่ในปัจจุบันก็จะเป็นการแสดงเปิดหมวก หรือเน้นการซื้อของราคาถูก ของจากโรงงานเป็นต้น”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 6

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“วิถีชีวิตของคนน่านที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตที่ยังคงอนุรักษ์เอาไว้”

“วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ”

“ประเพณีแข่งเรือยาว”

“ชนเผ่าที่หลากหลาย”

“การพอล่องน่าน การพอนสาวไหม”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมที่ยังสมบูรณ์”

“คนในชุมชนมีความเข้มแข็ง หน่วยงานราชการท้องถิ่นเข้มแข็ง มีกฎ มีบัญญัติที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทำให้เกิดความสงบ เรียบร้อย เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น การก่อสร้างอาคารต่าง ๆ ในเขตเมืองเก่าจะต้องไม่เกิน 3 ชั้น ไม่มีตึกสูง”

“ไม่มีแหล่งบันเทิงที่ล่อลวงให้เกิดความเสื่อมโทรม”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การเอาสายไฟฟ้าลงดิน เมืองจะได้ดูเรียบร้อย สวยงาม”

“ความจำกัดของพื้นที่ใช้สอย เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าเขา ไม่มีที่ราบ ทำให้เวลาจะสร้างหรือพัฒนาอะไรที่ค่อนข้างลำบาก”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว อย่างวัดภูมินทร์นี้เป็นวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมมาก วัดภูมินทร์เคยได้รับรางวัลสถานที่ท่องเที่ยวดีเด่น”

“การมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว มาแล้วมาอีก นักท่องเที่ยวโดยมากจะมาเที่ยวซ้ำประมาณ 3 ครั้งขึ้นไป”

“ความเป็นเมืองที่สบาย ๆ สงบ วิถีชีวิตแบบ slow life”

“การมีวัฒนธรรมที่ยังคงความสมบูรณ์ ในอดีตเป็นยังไง ปัจจุบันก็ยังเป็นอยู่อย่างนั้น”

“การมีธรรมชาติที่สวยงามควบคู่ไปกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นแต่ที่พักไม่เพียงพอที่จะรองรับ”

“เมื่อมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รถก็เพิ่มขึ้น แต่ไม่มีที่จอดรถ เนื่องจากความจำกัดของพื้นที่”

“ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมบางครั้งมีไม่เพียงพอในการให้บริการ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 7

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“วัดวาอาราม”

“วัฒนธรรม ประเพณี เช่น ปีใหม่เมือง ตานก๋วยสลากหลังออกพรรษา การแต่งงานพื้นเมือง ความเชื่อพิธีกรรมต่าง ๆ การบูชาผีปู่ผีย่า การสืบทอดควาย บายสิ่วขวัญ”

“อาหารพื้นเมือง อาหารของคนไทลื้อ 5 อย่าง ได้แก่ คั่วไก่แฉ่ม ยำเหู้าหมาน้อย ซ่ามะเขือ น้ำพริกน้ำปู และแกงบอน”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ผ้าทอ เครื่องเงิน และแหล่งโบราณสถานที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การช่วยกันอนุรักษ์และการพัฒนาในเชิงอนุรักษ์”

“ถนนหนทางในแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยว”

“การที่คนรุ่นใหม่รับเอาวัฒนธรรมของในเมือง คนต่างชาติเข้ามา”

“เรื่องของราคาลิขสิทธิ์ ที่ควรกำหนดให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาที่มีมาตั้งแต่อดีต”

4. สิ่งที่น่าสนับสนุน (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยว

“การประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว”

“หน่วยงานรัฐบาลที่เข้ามาสนับสนุนในชุมชน ให้ท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็ง”

“ความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอ ผ้าที่ทำมาจากสีธรรมชาติ สดสวยที่มีมาตั้งแต่โบราณที่ถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัส”

“การถ่ายทอดเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครให้คนรุ่นหลัง”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น ยังไม่สะดวกเท่าที่ควรจะเป็น”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัดวาอาราม โบราณวัตถุ ศิลปะวัฒนธรรม การแสดง ภาพจิตรกรรมปูม่านย่าม่าน ภาพจิตรกรรมที่ถ่ายทอดวิถีชีวิตของคนน่านในอดีต วิถีชีวิตของคนน่านที่อยู่แบบสบาย ๆ ไม่เร่งรีบ ประเพณีความเชื่อ วัฒนธรรมที่หลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอาหารการกิน ความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา การแต่งกายที่แตกต่างกัน สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขายของเมืองน่าน เป็นวัดโบราณ ที่ยังคงสภาพสมบูรณ์เหมือนเช่นในอดีต การเป็นเมืองที่เป็นแหล่งกำเนิดแม่น้ำน่าน ทำให้มีเรื่องเล่าตำนานต่าง ๆ ของคนน่าน เป็นเมืองที่มีธรรมชาติสวยงาม อากาศบริสุทธิ์ บ้านเมืองสะอาดแหล่งท่องเที่ยวสะอาด เป็นระเบียบ

เรียบง่าย มีความปลอดภัยสูง สิ่งที่ต้องพัฒนา การให้ความรู้แก่คนในชุมชนในเรื่องการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ที่จอดรถ การเอาสายไฟฟ้าลงดิน งบประมาณในการทำนุบำรุงแหล่งท่องเที่ยว การเข้ามาดูแลและสนับสนุนของภาครัฐในการวางนโยบายด้านการท่องเที่ยว การจัดหางบประมาณมาช่วยเหลือในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน สิ่งสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยว ชุมชนมีความเข้มแข็ง ทำงานเป็นทีมดีช่วยเหลือกันในการดูแลรักษา สดุดีในแหล่งท่องเที่ยว การมีพื้นที่ติดชายแดนเพื่อนบ้านเป็นโอกาสในการทำงานแบบสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวที่กว้างมากขึ้น ความเป็นมิตรของชาวบ้าน ร่วมกันเป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่วนปัญหาหรืออุปสรรค ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เป็นเรื่องของภัยธรรมชาติ ดินถล่ม น้ำท่วม ปัญหาโรคระบาด โรคโควิด 19 ในปัจจุบัน ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้น้อยลง และความจำกัดด้านพื้นที่ใช้สอย

ผู้แทนจากภาคนักวิชาการ

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนนักวิชาการ ประกอบไปด้วย ผู้ช่วยหัวหน้าศูนย์ฝึกวิชาชีพการโรงแรม วิทยาลัยการอาชีพบัว อาจารย์หัวหน้าแผนกวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพบัว และอาจารย์ประจำสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัดน่าน รวมทั้งสิ้น จำนวน 3 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“จังหวัดน่านมีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีวัดที่สวยงาม เช่น วัดภูมินทร์ มีภาพจิตรกรรมฝาผนัง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติของหมู่บ้านคู่มือ กลุ่มชาติพันธุ์ มีความหลากหลายด้านภาษาและวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรมความเชื่อ วิถีชีวิตที่แตกต่างตามชาติพันธุ์ มีการละเล่นโบราณ เช่น การตีฟี ที่สกาต จะเริ่มทำก่อนการปลูกข้าวไร่ เพื่อให้พืชผลงอกงาม มีดนตรีพื้นเมือง เช่น ซอภาษาถิ่นเหนือ”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ สถาปัตยกรรมของชาวไทลื้อที่น่าสนใจ เช่น วัดร่องแง รูปแบบของวัดที่แบบชาวไทลื้อ เป็นอัตลักษณ์ที่เห็นได้ชัดเจน การแต่งกายของชาติพันธุ์ต่าง ๆ ภาษาที่ใช้”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ควรเพิ่มสถานที่จอดรถ ที่จอดรถไม่เพียงพอ ทำให้บางครั้งพลาดโอกาสที่จะรองรับนักท่องเที่ยว”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“กลุ่มชุมชน และผู้ประกอบการควรร่วมมือกันในการวางแผนระยะยาว ให้การท่องเที่ยวไปในทิศทางเดียวกัน การรักษาความเป็นน่าน คงความเป็นเอกลักษณ์ของน่านที่แท้จริง ไม่รับวัฒนธรรมของคนเมืองเข้ามา”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ปัญหาเรื่องขยะ ถ้าเทียบกับ 5-10 ปีในอดีต ปริมาณขยะในปัจจุบันเยอะขึ้น เมืองน่านเป็นเมืองสะอาด เป็นเมืองปลอดขยะ จะสังเกตว่าหน้าบ้านแต่ละหลังจะไม่มีถังขยะไว้หน้าบ้านเลย คนน่านจะดูแลและรู้ว่าจะจัดการด้านขยะอย่างไร และปัญหารถติดในช่วงเทศกาล ทำให้การเดินทางต้องใช้เวลาและไม่สะดวกสบายในช่วงเทศกาล”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“วัดภูมินทร์ วัดพระธาตุแช่แห้ง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ชาติพันธุ์ ชาวไทลื้อ ม้ง แม้ว”

2. สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตของชาวบ้าน ประเพณีพื้นบ้าน วัด บ่อเกลือการต้มเกลือ”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“จริง ๆ จังหวัดน่านดีอยู่แล้ว เพียงแต่ต้องรักษาและคงความเป็นน่านแบบนี้เอาไว้”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“หน่วยงานของภาครัฐเข้ามาช่วยพัฒนา แนะนำ ให้แต่ละชุมชนที่เป็นชุมชนท่องเที่ยว สร้างจุดเด่นให้ชัดเจนและน่าสนใจมากขึ้น”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากเกินไป บางครั้งอาจทำให้การบริการไม่ทั่วถึง นักท่องเที่ยวอาจไม่ได้รับความประทับใจ การแก้ไขควรเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

“จังหวัดน่านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเยอะมาก ไม่ว่าจะเป็นวัดวาอาราม ภาพจิตรกรรม ภาพเขียนเก่า พิพิธภัณฑสถานวิถีชีวิตของคนน่านที่เป็นแบบ น่าน เนิบ ๆ เรียบง่าย”

2. สิ่งที่น่าสนใจและเป็นจุดขาย (Strengths) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“วัด วัดดัง ๆ ก็จะมี วัดภูมินทร์ วัดช้างค้ำ วัดพระธาตุแช่แห้ง การแต่งกาย ศิลปะ ดนตรีพื้นบ้าน สล้อ ซอ ซึง และชนเผ่าต่าง ๆ ”

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา (Weaknesses) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การให้ความรู้ความเข้าใจกับชุมชนเรื่องการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง”

4. สิ่งที่น่าสนใจ (Opportunities) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

“การให้ความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ”

5. ปัญหาหรืออุปสรรค (Threats) ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“งบประมาณที่จะเข้ามาสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคนักวิชาการ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัด โบราณวัตถุ งามช้างดำ พิพิธภัณฑสถานภาพจิตรกรรมฝาผนัง วัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตของคนน่านที่เป็นเอกลักษณ์ การแต่งกาย ภาษา พิธีกรรมทางศาสนา การละเล่นโบราณ สิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย ความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แตกต่างกัน น่านเป็นเมืองที่สะอาด เป็นเมืองที่มีธรรมชาติสวยงาม สิ่งที่ต้องพัฒนา เรื่องที่จ่อครถ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งพื้นที่ การเข้าถึงแหล่งพื้นที่ที่จะมีทางเลือกให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น สิ่งที่น่าสนใจ ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว ทุกฝ่ายต้องทำงานร่วมกันช่วยกันคิดและวางแผนด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว การให้ชุมชนเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและมีส่วนในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ส่วนปัญหาหรืออุปสรรค ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จ่อครถในแหล่งท่องเที่ยว งบประมาณที่จะเข้ามาสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการจะรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะไม่หนาแน่นจนเกินไป ปัญหาด้านภัยธรรมชาติต่าง ๆ

ตาราง 1 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดน่านในการวิเคราะห์ SWOT Analysis

ลำดับ	จุดแข็ง (Strengths)	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	ภาคการศึกษา
1	มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย	✓	✓	✓	✓
2	ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต	✓	✓	✓	✓
3	ชุมชนในจังหวัดน่านมีความเข้มแข็งมาก	✓	✓	✓	✓
4	เมืองน่านเป็นเมืองที่สะอาดและมีความปลอดภัยสูง	✓	✓	✓	✓
5	น่านเป็นเมืองที่มีพื้นที่ติดชายแดนไทย-ลาว	✓	✓	✓	
6	จังหวัดน่าน มีหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างครบ	✓	✓	✓	✓
7	วิถีชีวิตของคนน่านที่มีความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่น	✓	✓	✓	✓
8	คนน่าน เป็นคนจิตใจดี โอบอ้อมอารี	✓	✓	✓	✓

ตาราง 2 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis (ต่อ)

ลำดับ	จุดอ่อน (Weakness)	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	ภาคการศึกษา
1	จังหวัดน่านไม่ใช่เมืองท่องเที่ยวหลักของภาคเหนือ	✓	✓	✓	✓
2	คนในชุมชนยังขาดทิศทางการค้าในการดำเนินการท่องเที่ยว	✓	✓		✓
3	การเกิตนายทุนจากที่อื่นเข้ามาลงทุน	✓	✓	✓	
4	ความจำกัดของพื้นที่	✓	✓	✓	✓
5	ปัญหาด้านที่จอดรถ	✓	✓	✓	✓
6	แหล่งท่องเที่ยวอยู่ห่างไกลจากตัวเมืองไม่มีรถโดยสารสาธารณะ	✓	✓	✓	✓
7	การสานต่อวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นใหม่ให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง	✓	✓	✓	✓
8	สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ	✓	✓	✓	✓

ตาราง 3 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis (ต่อ)

ลำดับ	อุปสรรค (Threats)	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	ภาคการศึกษา
1	ปัญหาภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ดินถล่ม	✓	✓	✓	✓
2	ปัญหาจากโรคโควิด 19 ทำให้การท่องเที่ยวชะงัก	✓	✓		✓
3	โรงแรมที่พักและร้านอาหารสวนใหญ่มีขนาดเล็ก	✓		✓	
4	ขาดงบประมาณทั้งในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓
5	ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน ในระยะยาว	✓	✓	✓	✓
6	จำนวนบุคลากรการท่องเที่ยวมีน้อย	✓	✓	✓	✓

ตาราง 4 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis (ต่อ)

ลำดับ	โอกาส (Opportunities)	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	ภาคการศึกษา
1	ความประทับใจจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำหลายรอบ	✓	✓	✓	✓
2	จังหวัดน่านสามารถเที่ยวได้ทุกฤดูเพราะมีธรรมชาติที่สวยงาม	✓	✓	✓	✓
3	การเป็นเมืองชายแดน ที่ติดกับประเทศอื่น ทำให้คนน่านมีโอกาสนับหลายด้านๆ	✓	✓	✓	✓
4	เส้นทางคมนาคมสะดวกสบายระหว่างภูมิภาค	✓	✓	✓	✓
5	เป็นเมืองเครือข่ายสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก	✓	✓	✓	✓
6	ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทำงานร่วมกันเป็นอย่างดี	✓	✓	✓	✓

ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

ผู้แทนจากภาครัฐ

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาครัฐ ประกอบไปด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัดน่าน ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดน่าน พัฒนาการจังหวัดน่าน และนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองน่าน รวมทั้งสิ้น จำนวน 5 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“ในตัวเมืองน่าน ก็จะเป็นวัดวาอาราม ภาพจิตรกรรมปูนปั้นยาม่านกระซิบรักบันลือโลก พิพิธภัณฑสถานจังหวัดน่าน ช่วงเมืองน่านลานแสดงศิลปวัฒนธรรม โฮงเจ้าฟองคำ”

“ในอำเภอบัว การเดินทางสะดวก ถนนดี ไปด้วย ใช้เวลาในการเดินทางไม่นาน ที่อำเภอบัวก็จะมีวัดวาอารามที่เก่าแก่ วิถีชีวิตของคนไทลื้อ การทอผ้า เครื่องเงิน อำเภอบัวเป็นจุดกึ่งกลางของอำเภอบางตอนเหนือของจังหวัดน่าน ทำให้มีร้านอาหารค่อนข้างเยอะ”

“ในอำเภอบ่อเกลือ มีเส้นทางการเดินทางที่สวยงาม มีถนนลอยฟ้า ธรรมชาติสวยงาม มีประวัติศาสตร์การทำเกลือที่มีความประวัตินานมีมาตั้งแต่อดีต เป็นสินค้าที่จังหวัดน่านค้าขายกับสุโขทัย มีตำนานเรื่องเล่าที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมความเชื่อของคนในท้องถิ่นที่ไม่อนุญาตให้คนนอกพื้นที่เข้ามาต้มเกลือ นอกจากนี้ยังถือว่าเกลือที่บ่อเกลือยังมีสรรพคุณทางยาที่ใช้รักษาได้จริง”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“เส้นทางคมนาคมยังไม่ได้มีการพัฒนาเท่าที่ควร ยังใช้รูปแบบเดิม มีรถสาธารณะค่อนข้างน้อยก็ยิ่งส่งผลให้ธุรกิจเดินรถแย่งเพราะคนใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นส่วนมาก ด้วยความที่มีรถสาธารณะน้อยทำให้ธุรกิจเช่ารถดีมากและราคาไม่แพงซึ่งก็เข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาตรงนี้ได้”

“เจ้าของกิจการขาดทุนทรัพย์ในการปรับปรุงธุรกิจให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีให้บริการแต่ไม่เยอะมาก ป้ายบอกทางยังมีน้อยอยู่ ตรงจุดนี้ภาครัฐกำลังดำเนินการของงบประมาณอยู่”

“ด้านที่พัก ช่วงHigh Season ห้องพักจะเต็มตลอด นักท่องเที่ยวต้องจองล่วงหน้าหลายเดือน แต่ก็มียุคที่พักราคาแพงบ้านทำHome Stay เอง Home stay เหล่านี้ไม่ได้อยู่ในระบบ อาจทำให้การบริการไม่ดีเท่าที่ควร นักท่องเที่ยวอาจตำหนิหรือเขียนรีวิวที่ไม่ดี”

“เรื่องห้องน้ำในอุทยานแห่งชาติไม่เพียงพอในช่วงที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเยอะ ๆ ที่พักรักจะล้นทะลัก แออัด ปัญหาตรงจุดนี้ควรกำจัดจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้าพัก”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“ให้พระ ไปดูวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ดูศิลปวัฒนธรรม การทำตุ๊กตาโบราณ การทำพระไม้ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้นักท่องเที่ยวชอบมาก”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมทัวร์เป็นภาคเอกชนทำเอง ชาวบ้านทำเองบ้างในชุมชนท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวก็จะได้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างจะครบโดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ๆ ”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“การให้บริการขั้นพื้นฐานมีครบทุกอำเภอ ทั้งโรงพยาบาล ศูนย์รับแจ้งเหตุ ตู้เอทีเอ็ม ธนาคาร ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“ในอำเภอเมืองน่าน อำเภอปัว มีศาสนสถาน โบราณสถาน และพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์เชื่อมโยงกับการสร้างเมืองน่าน ในส่วนของอำเภอบ่อเกลือนั้นเป็นพื้นที่ที่มีการทำเกลือบนภูเขาสูง ซึ่งมีแห่งเดียวในโลก และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เนื่องจากในอดีตเกลือในอดีตนั้นถือเป็นสินค้าที่มีค่าไม่ต่างกับทองคำในปัจจุบัน เนื่องจากในอดีตเกลือมีความสำคัญอย่างมากเพื่อใช้ในการปรุงอาหารและถนอมอาหาร

ในการดูแลสถานที่ในปัจจุบันนั้น มีการดูแลให้อยู่ในสภาพดีในบางพื้นที่ เนื่องจากงบประมาณที่เข้ามาไม่สามารถดูแลได้ทั้งหมด”

2. เส้นทางการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การคมนาคมในจังหวัดน่าน เส้นทางขยายไม่ได้อีกแล้ว ส่วนเส้นทางระหว่างจังหวัดมีความสะดวกสบาย แต่เส้นทางในตัวเมืองน่านค่อนข้างคับแคบ บางครั้งก็มีปัญหาการติด ส่วนเส้นทางสันติสุขไปบ่อเกลือ เส้นทางค่อนข้างคดเคี้ยว และอันตรายสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ชินกับเส้นทางขึ้นเขา อาจทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ บางเส้นทางยังคงอยู่ในระหว่างปรับปรุงซึ่งเกิดจากการปรับปรุงสภาพให้สามารถใช้งานได้ตามปกติและปรับปรุงเนื่องจากประสบภัยทางธรรมชาติ อาทิ ดินถล่มทับถนน และน้ำป่าพัดสะพานพัง เป็นต้น”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวยังขาดในส่วนของป้ายแนะนำสถานที่ ป้ายบอกเส้นทาง ห้องน้ำ และอินเทอร์เน็ตในบางพื้นที่ เนื่องจากสภาพพื้นที่โดยส่วนใหญ่ของจังหวัดน่านมีภูมิประเทศที่เป็นภูเขาสูงชันที่ราบสูง ส่งผลต่อความลำบากในการให้บริการของสัญญาณการติดต่อสื่อสาร รวมถึงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งประสบปัญหาภัยทางธรรมชาติส่งผลให้สิ่งก่อสร้าง รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกได้รับความเสียหายไปด้วย”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“สิ่งที่น่าสนใจทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในอำเภอเมืองน่าน อำเภอปัว และอำเภอบ่อเกลือ มีทั้งวัดที่มีประวัติและความโดดเด่นแตกต่างกัน เช่น วัดพระธาตุแช่แห้ง วัดพระธาตุช้างค้ำ วัดภูมินทร์ วัดภูเก็ต แหล่งผลิตเกลือโบราณ ทั้งนี้ด้านที่พักสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวนั้นไม่เพียงพอ อีกทั้งไม่สามารถขยายการบริการได้เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็น พื้นที่ของกรมอุทยานและกรมป่าไม้ ซึ่งไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการปลูกสิ่งก่อสร้างได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังคงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“ในการวางโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปนั้น พบว่า โปรแกรมได้รับการบริหารจัดการที่ดี สะดวกและมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวครบถ้วน”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานมีให้บริการในทุกอำเภอ ทั้งนี้จะมีมากในบริเวณอำเภอเมืองน่าน เนื่องจากมีผู้ใช้บริการค่อนข้างมาก”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมน่าจะเป็นเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน เช่น การท่องเที่ยวที่ตำบลสากด การดูการปลูกเมี่ยง การทำเมี่ยงของชาวลัว การดูวิถีชีวิตของชนเผ่าต่าง ๆ การทำกาแปแบบชาวเขา การเข้ามาพักแบบโฮมสเตย์ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของแต่ละชาติพันธุ์ในจังหวัดน่าน”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การคมนาคมถือว่าสะดวกสบายในปัจจุบัน เนื่องจากเมืองน่านเป็นเมืองหน้าด่าน ถนนเส้นหลักทุกเส้นทางถือว่าสะดวกสบาย และยิ่งในปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถมาได้ทั้งทางบกและทางอากาศ”

“ส่วนการเข้าถึงแหล่งข้อมูลในปัจจุบันถือว่าทำได้ง่ายมาก ไม่ว่าจะไปไหนก็มีข้อมูลหมดแล้วในโลกออนไลน์ ซึ่งเราสามารถศึกษาข้อมูลจากโซเชียลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook หรือ LINE หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ หรือจากการรีวิวจากนักท่องเที่ยวหรือบล็อกเกอร์ ก็ได้เช่นกัน”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ผมคิดว่ามีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดน่านเราจะรับนักท่องเที่ยวประมาณ 1 ล้านคนต่อปี โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวก็จะเป็นกลุ่ม Gen X และ Gen Y และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็จะคุ้นเคยกับสถานที่ รู้จักแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่กิน ที่ซื้อของ เส้นทางต่าง ๆ และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็จะมีการหาข้อมูลการท่องเที่ยวมาล่วงหน้าอยู่แล้ว ดังนั้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่มีก็น่าจะสามารถรองรับได้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้ตามความเหมาะสม”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนมากมาเที่ยวนาน ก็จะมาไหว้พระ มาทำบุญ”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ให้เป็นแพ็คเกจรวมกันกับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่นั้น ๆ และทางสมาคมเหล่านี้ก็จะมีการประชุมหารือกันเพื่อไม่ให้โปรแกรมหรือรายการท่องเที่ยวที่จัดทำออกมาซ้ำ ๆ กันหรือเกิดการแย่งตลาดกัน”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานก็มีประจำทุกอำเภอ ที่คอยให้บริการกับนักท่องเที่ยว ส่วนมากจะอยู่ตรงใจกลางของเมืองหรืออำเภอนั้น ๆ ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“สิ่งที่ดึงดูดใจหรือเสน่ห์ของเมืองน่าน ก็ คือ ความเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต นักท่องเที่ยวมาเที่ยวแล้วไม่ใช่เห็นเมืองที่เป็นแค่ตัวสถาปัตยกรรมหรือโบราณสถานเก่า ๆ เท่านั้น แต่โบราณสถานเหล่านั้นยังคงถูกใช้อยู่จนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น วัดวาอารามต่าง ๆ หรือแม้แต่วิถีชีวิตของคนน่านที่มีความหลากหลายทางด้านชาติพันธุ์ ตั้งแต่อดีตและยังคงรักษาไว้เหมือนเดิมจนถึงปัจจุบัน”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“เส้นทางคมนาคมในปัจจุบันถือว่าสะดวกสบายกว่าเมื่อก่อนมากถึงแม้เส้นทางขึ้นเขาบางที่จะเป็นถนนดินแต่นักท่องเที่ยวก็นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถมาเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัวหรือจะมาใช้บริการรถเช่าก็มีให้บริการ หรือจะนั่งเครื่องบินมาลงที่สนามบินแล้วจ้างรถรับจ้างไปท่องเที่ยวก็ได้เหมือนกัน”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ก็ครบครัน ไม่ว่าจะเป็น ที่พัก ร้านอาหารที่มีเยอะมากแต่จะเป็นร้านขนาดเล็ก อาจจะไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวครั้งละเยอะๆได้ ยิ่งถ้าเป็นช่วงเทศกาล หรือฤดูท่องเที่ยวร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวนิยมบางแห่งจะต้องจองล่วงหน้า”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวมีให้ทำเยอะครับ แต่ทุกๆกิจกรรมต้องอยู่ในขอบเขตข้อกำหนดของเทศบาล หรือ เจ้าของพื้นที่ เช่น การทำบุญ ไหว้พระ ทำโคม ทำตุง หรือ การเดินซื้อของถนนคนเดิน ช่วงเมืงน่าน การชมการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปร่วมสนุกด้วยได้”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“มีโปรแกรมของบริษัททัวร์ในตัวเมือง ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเลือกโปรแกรมได้เองว่าอยากไปเที่ยวที่ไหน หรือ จะเอาที่บริษัททำโปรแกรมไว้แล้วก็ได้ ซึ่งจะมีรายละเอียดและข้อมูลที่ครบถ้วน บางครั้งอาจจะมีบางโปรแกรมเป็นการท่องเที่ยวข้ามชายแดนไทย-ลาว”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานก็มีทั่วไปครับ ทุกอำเภอก็มีครบโดยมากจะตั้งอยู่ใจกลางเมือง”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“สิ่งดึงดูดใจด้านวัฒนธรรมของคนน่านก็น่าจะเป็น วัดวาอารามต่าง ๆ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนที่อยู่แบบสบาย ๆ ไม่เร่งรีบ วัฒนธรรมประเพณีของคนน่านที่เป็นเอกลักษณ์ที่ต่างจากที่อื่น โดยเฉพาะวัฒนธรรมของชนเผ่าต่างๆที่มีในจังหวัดน่าน จังหวัดน่านมีกลุ่มชนเผ่าเยอะมาก ซึ่งแต่ละชนเผ่าก็มีประเพณีที่แตกต่างกันออกไป เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวก็ชอบและประทับใจ”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“เรื่องเส้นทางคมนาคมต่าง ๆ ก็ถ้าเป็นในเขตตัวเมือง แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลกันสามารถเดินเที่ยวหรือปั่นจักรยานเที่ยวได้ ส่วนถ้าอยากท่องเที่ยวต่างอำเภอถนนหนทางก็ถือว่าสะดวกสบายแล้วในปัจจุบันอาจจะมีบางจุดที่กำลังก่อสร้างหรืออาจจะไม่สะดวกเท่าไรแต่โดยมากมีน้อย ที่เป็นแบบนี้ การเดินทางมาน่านก็มาได้ทั้งทางบก ทางอากาศ

นักท่องเที่ยวเลือกได้หรือจะขับรถส่วนมาเอง หรือนั่งรถโดยสารหรือนั่งเครื่องบินมาแล้วมาเช่ารถที่นี้ก็ได้เหมือนกันครับ”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“โรงแรมที่พักถือว่ามีเยอะนะแต่ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็ก บางครั้งในช่วง High season ก็มีปัญหาที่พักไม่พอบ้าง อันนี้ผมหมายถึงในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมาก ๆ นะครับ ส่วนร้านอาหารก็มีเยอะ คนน่านก็ทำร้านอาหารเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทุกปี ๆ ”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวก็เดินทางมาทำบุญ ไหว้พระขอพร นั่งรถรางชมเมือง ขับรถชมธรรมชาติ นักท่องเที่ยวเข้ามาชื่นชมอัตลักษณ์ของความเป็นน่าน มาเยี่ยมเยือนชาวบ้าน เหมือนมาเยี่ยมญาติเนื่องจากคนน่านมีน้ำใจ เป็นมิตร จึงสร้างความผูกพัน ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและเกิดความผูกพันต่อกันและกัน”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่บริษัททัวร์ในตัวจังหวัดน่านให้บริการกับนักท่องเที่ยวอยู่ แต่อาจจะไม่ค่อยได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเท่าไรเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองหรือไม่ก็มาตามวิธีวีการท่องเที่ยวในโลกโซเชียลมากกว่า”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานก็มีทั่วไปครับ ทุกอำเภอก็มีครบหมด โดยมากจะตั้งอยู่ใจกลางเมืองเป็นหลัก”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สิ่งดึงดูดใจ ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน จะเป็แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนาอาราม โบราณสถานที่เก่าแก่ ที่ยังคงความสวยงามเหมือนเช่นในอดีต ตลอดจนวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตลอดจนจังหวัดน่านเป็นเมืองแห่งขุนเขาและสายหมอก มีธรรมชาติที่สวยงามและอากาศที่บริสุทธิ์ เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ก็สะดวกสบายอาจจะมึบางเส้นทางที่อยู่ในช่วงกำลังพัฒนา การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารก็สะดวกสาย ทำได้ง่ายและรวดเร็ว ในแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวก็มีสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างครบ ควรจะเพิ่มในเรื่องของป้ายบอก

ทาง ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวหรือป้ายข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ส่วนในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมควรจะมีเพิ่มห้องน้ำให้เพียงพอ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาไหว้พระ ทำบุญ เน้นกิจกรรมที่เป็นความเชื่อทางศาสนา โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปจะมีบริษัทนำเที่ยวท้องถิ่นให้บริการ และด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานก็มีครบในทุกอำเภอแต่ที่ดึงดูดส่วนใหญ่จะอยู่ใจกลางเมืองของอำเภอนั้น ๆ

ผู้แทนจากภาคเอกชน

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาคเอกชน ประกอบไปด้วย ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดน่าน นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดน่าน นายสถานีเดินรถบริษัทขนส่ง 999 เจ้าของกิจการบริษัททัวร์ภูม่านฮอสิเคย์ เจ้าของกิจการตุนาโฮมสเตย์ ผู้จัดการศูนย์โอท็อป 1 ผู้ประกอบการร้านลำดวนผ้าทอและกาแป้นไทลื้อ เจ้าของกิจการโรงเรียนชาวนาตำบลศิลาเพชร และนักข่าวท้องถิ่น เพจ เส้นทางน่านวันนี้ รวมทั้งสิ้น จำนวน 9 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของน่านก็คือ การมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และยังสามารถรักษาวัฒนธรรมเหล่านั้นเอาไว้จนถึงปัจจุบัน มีการวางแผนและเป้าหมายที่ชัดเจน มีทิศทาง มีเข็มทิศ มีมิติของการท่องเที่ยวที่เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งทางสังคมวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ซึ่งทั้ง 3 ด้านต้องสมดุลกัน และน่านถือว่าเป็นเมืองที่เข้าเครือข่ายเมืองท่องเที่ยวสร้างสรรค์ของยูเนสโก ซึ่งเราจะสมัครในปี พ.ศ. 2564”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“เส้นทางคมนาคม แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1. การเดินทางระหว่างภูมิภาค สามารถเดินทางได้สะดวก ทั้งทางบก และทางอากาศ ถนนเป็นถนน 4 เลน สามารถเดินทางไปถึงชายแดนได้ ส่วนสายการบิน ก็เป็นของแอร์เอเชีย ขนาด 170-180 ที่นั่ง เมื่อเกินมี 4 คู่บินต่อวัน หลังโควิดมาก็เหลือ 2-3 คู่บินต่อวัน สามารถพาคนมาเที่ยวน่าน ประมาณ 20-30 เปอเซ็นต์ หรือจะใช้รถไฟมาลงแพร่ก็ได้ เส้นทางก็เชื่อมโยงกัน 2. การเดินทางเข้าสู่แหล่ง

ท่องเที่ยว เส้นทางในจุดนี้เริ่มมีปัญหา คนส่วนมากจะใช้รถส่วนตัวในการเดินทางเยอะ คนใช้รถสาธารณะน้อย ทำให้ผู้ประกอบการไม่กล้าลงทุน ไม่คุ้มทุน เพราะมีผู้โดยสารน้อย ทำให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่มีรถสาธารณะบริการ”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“ควรเพิ่มในเรื่องของป้ายบอกเส้นทาง ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวหรือป้ายข้อมูลด้านการท่องเที่ยว อย่างอื่นก็ถือว่ามีครบและเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“กิจกรรมก็มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นมา เช่น กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน กิจกรรมทอผ้า การปั่นเครื่องปั้นดินเผา การตอกเครื่องเงิน สปาพื้นบ้านจากสมุนไพรที่เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้าน งานจักรสาน พันเทียนที่วัดศรีบุญยืน การทำตุ๊กตากล้าดิงที่วัดพระเกิด ทำตุ๊กตาดินเผาทำคนทำ การทำโคมะเต้าเป็นพุทธบูชาที่วัดม่วงดี๊ด กิจกรรมที่ทำที่ประจำปี ก็จะมีงานแข่งเรือ ตักบาตรเทียน งาน6เป็ง คือ งานนมัสการพระธาตุแช่แห้ง มีขบวนแห่ริ้ว ขบวนสวยงาม แต่ละที่ก็มีการจัดงานประจำปีของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ต่าง ๆ ปีใหม่้ม อย่งในอำเภอสันติสุขก็จะมีงานแห่ควั่นแบบล้านนา หรือกิจกรรมที่จัดเป็น event ขึ้นมา เช่น ไนต์ไบค์ (Night Bike) การขี่จักรยานเที่ยวกลางคืน เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบขี่จักรยานเที่ยว นั่งรถรางท่องเที่ยวกลางคืน ในช่วงอากาศร้อน คนไม่อยากเที่ยวกลางวัน หรือ การวิ่งตอนกลางคืน (Night Run) หลายๆหน่วยงานช่วยกันทำนะไม่ใช่แค่ของ ททท.”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป นานมีบริษัททัวร์ 4-5 บริษัท บริษัททัวร์ท้องถิ่นสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ บริษัทเหล่านี้ก็จะจัดโปรแกรมตามความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือ วางแผนการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกรุ๊ป ซึ่งก็จะมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนอยู่แล้ว”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน ในแหล่งพื้นฐานถ้าเป็นในเรื่องของสาธารณูปโภค พื้นฐานยังถือว่าต้องพัฒนา แต่ถ้าเป็นบริการอื่น ๆ ก็มีประจำในทุก ๆ อำเภอ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“การวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ห่างไกลจากความวุ่นวาย ห่างจากความเป็นเมือง แหล่งท่องเที่ยวโบราณ วัดวาอาราม”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การคมนาคมสะดวกสบาย ทั้งทางบกและทางอากาศ มีเที่ยวบินให้เลือกหลายเที่ยว ถนนหนทางก็ไม่ลำบาก ส่วนเรื่องการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ก็ง่ายมากในยุคสมัยปัจจุบัน หาได้ในอินเทอร์เน็ต”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“โรงแรมที่พักเยอะมาก ร้านอาหารก็เยอะ ร้านจำหน่ายของที่ระลึกก็มีตามแหล่งท่องเที่ยว”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“ส่วนมากมาไหว้พระ ทำบุญ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“ในตัวเมืองน่าน ก็น่าจะเป็นในด้านวัฒนธรรมและกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มชนเผ่า หรืองานประเพณี การแสดงศิลปวัฒนธรรมที่ข่วงเมืองน่าน ถ้าอำเภอบ่อเกลือก็น่าจะเป็นการต้มเกลือสินเธาว์ เกลือบนภูเขานะ”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การคมนาคมยังไม่ค่อยสะดวกโดยเฉพาะเรื่องรถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่วนเรื่องการเข้าถึงแหล่งข้อมูลผมคิดว่าในปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลได้สะดวกรวดเร็วแล้วครับ”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“ข้อมูลตรงนี้ผมไม่แน่ใจ แต่ความคิดเห็นส่วนตัวผมคิดว่าควรมีป้ายบอกทางให้มากกว่านี้ เพราะบางทีผมเองยังหาเส้นทางไม่เจอเพราะเส้นทางบางทีมีเลี้ยวมีซอยค่อนข้างเยอะครับ”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“ถ่ายรูป ชมวิว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้มาท่องเที่ยวเพื่อศึกษาเรียนรู้หรืออยากทำกิจกรรมมากเท่าไร ส่วนใหญ่มาแล้วถ่ายรูป ๆ แล้วก็ไปครับ”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“มีบริษัททัวร์ให้บริการอยู่ครับแต่ไม่ค่อยมีคนนิยมเท่าไร ผมไม่ทราบเรื่องรายละเอียดว่าเค้ามีข้อมูลให้ครบไหม”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“วัดวามาราม ที่มีอายุ 400-600 ปี มีความเก่าแก่ และยังคงสวยงามไว้เหมือนเช่นในอดีต ความเข้มแข็งของคนในชุมชน และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การเดินทางบางครั้ง ที่ไม่รู้พื้นที่ ไม่รู้ทิศทางอาจทำให้เสียเวลาในการหาแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวด้วยตนเองอาจจะสับสนกับเส้นทางแล้วก็แต่ละแหล่งท่องเที่ยวอยู่ใกล้กัน แต่ดีที่การหาข้อมูลค่อนข้างสะดวก นักท่องเที่ยวควรศึกษาเส้นทางก่อนการเดินทาง แต่คนที่มีส่วนในการรวบรวมข้อมูลหรือจัดการข้อมูลควรแบ่งข้อมูลเหล่านั้นเป็นหมวดหมู่”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“ที่พักมีค่อนข้างเยอะ มีการเพิ่มจำนวนห้องพักขึ้นมาก อย่างในปี 2540 มีประมาณ 600 ห้อง แต่ในปัจจุบันมีประมาณ 4,500 ห้อง แต่ที่พักส่วนใหญ่จะเป็นขนาดเล็ก ขนาดกลาง ไม่มีที่พักขนาดใหญ่ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวหลักร้อยในทีเดียว ส่วนใหญ่จะมีไม่เกิน 20 ห้องในแต่ละที่ เรื่องที่พัคว่าควรมีการจัดแบ่งประเภทเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในการเลือกให้ง่ายขึ้น”

“ร้านอาหารมีเยอะแต่ไม่มีร้านอาหารขนาดใหญ่ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่”

“ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกเติบโตขึ้นเยอะ ปัจจุบันแทบจะมีในทุกแหล่งท่องเที่ยว”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“ทำบุญ ไหว้พระ มาร่วมงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เช่น งานทอดกฐิน งานแข่งเรือ เดินเที่ยวซื้อของพื้นเมือง ทานอาหารพื้นเมืองและชมการแสดงที่วังเมือง ตลาดคนเดินในยามค่ำ”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมการท่องเที่ยวเมื่อนานจะเป็นการท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน เส้นทางท่องเที่ยวก็จะเป็น น่าน-ปัว-สันติสุข-บ่อเกลือ หรือ น่าน-สา-น่าน้อย โดยมากโปรแกรมที่จัดทำขึ้นก็จะให้รายละเอียดด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างครบถ้วน ส่วนเรื่องมัคคุเทศก์ก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว การติดต่อก็ใช้ไลน์ Facebook คุยกันแล้วก็เป็นในเรื่องงานเอกสาร ส่วนโปรแกรมที่จัดทำขึ้นนักท่องเที่ยวสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 97-98 เปอร์เซ็นต์ ที่เหลือก็จะเป็นชาวต่างชาติ”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“จุดบริการเหล่านี้ก็มีให้บริการในทุกอำเภอแต่จะอยู่เป็นศูนย์กลางของอำเภอนั้น ๆ ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“ชนพื้นเมือง ชาวไทลื้อ ม้ง ลัวะ วัดวาอาราม วัดภูเก็ต วัดปรางค์ วัดพระธาตุ เบ็งสกัด วัดร่องแ่ง วัดต้นแหลง เป็นวัดสมัยล้านนา ที่มีประวัติความเป็นมายาวนานและอยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม มีพระธาตุคู่บ้านคู่เมือง พระธาตุจอมทอง พระธาตุจอมแจ้ง การทำชาเมี่ยง การปลูกกาแฟ การแต่งกายตามชาติพันธุ์ของตนเอง ผ่าทอ เครื่องเงิน”

2. เส้นทางการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ การเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การเดินทางต้องใช้รถส่วนตัว ถ้านักท่องเที่ยวไม่ได้ขับรถมาเองก็สามารถหาเช่ารถได้ มีบริการรถสองแถว นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลได้สะดวกผ่านเว็บไซต์ หรือจากการสอบถามข้อมูลจากชาวบ้าน”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“ป้ายบอกเส้นทางแต่คนในปัจจุบันนิยมใช้ GPS ในการนำทางแล้ว ร้านอาหารเป็นร้านขนาดกลางและขนาดเล็ก เป็นแบบธุรกิจครอบครัว ไม่มีร้านขนาดใหญ่ที่รองรับคนได้ทีละมาก ๆ ร้านขายของที่ระลึกในอำเภอบัว มี สามร้านใหญ่ ๆ เช่น ร้านลำตวนผ้าทอ OTOP เมืองบัว และร้านดอยซิลเวอร์ นอกจากนี้ก็มีร้านขายของที่ระลึกเล็ก ๆ ตามแหล่งท่องเที่ยว”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็จะมาไหว้พระ ทำบุญ ทอผ้า มาเรียนรู้วิถีการทำนาปลูกข้าว เกี่ยวข้าว”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปมีให้บริการแต่มีจำนวนน้อย ส่วนมากนักท่องเที่ยวมาเที่ยวด้วยตัวเอง นักท่องเที่ยวไม่ค่อยนิยมใช้โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“การให้บริการขั้นพื้นฐาน ไม่ว่าจะเป็นตู้เอทีเอ็ม โรงพยาบาล ก็มีให้บริการในแต่ละอำเภอ มีจำนวนเพียงพอ ส่วนจุดบริการนักท่องเที่ยวก็มีให้บริการกลางเมืองแต่นักท่องเที่ยวไม่นิยมใช้เพราะส่วนมากนักท่องเที่ยวจะมาตามรีวิวและหาข้อมูลมาแล้วล่วงหน้า”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 6

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“วัด จิตรกรรมฝาผนัง วิถีชีวิต ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น พร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาแล้วก็จะรู้สึกประทับใจ รู้สึกอบอุ่น”

2. เส้นทางการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยววนอกจากการส่วนตัวแล้ว นักท่องเที่ยวต้องใช้รถรับจ้าง รถเช่าหรือรถตุ๋นนำเที่ยวเท่านั้น ไม่มีรถโดยสารสาธารณะ”

“การเข้าถึงแหล่งข้อมูลตอนนี้ทำได้ง่ายมาก ๆ สามารถหาข้อมูลได้ตามอินเทอร์เน็ต”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“โรงแรมขนาดใหญ่มีน้อย อย่างในตัวเมืองน่านก็จะมีแค่โรงแรมเทวราชซึ่งรับแขกได้แค่ 100 คน ที่พักส่วนใหญ่เป็นที่พักขนาดเล็ก อำเภอปัวมีร้านอาหารร้านกาแฟเยอะ”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“ไหว้พระ ล่องแก่งน้ำว้า แคมป์ปิ้ง ถ่ายรูป การทำตุ่ง การนั่งรถรางชมเมืองเก่า”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“มีโปรแกรมท่องเที่ยวไว้บริการให้นักท่องเที่ยวได้เลือก สำหรับลูกค้าที่ไม่ได้เตรียมตัวมาหรือไม่รู้จะไปเที่ยวไหน มีมัคคุเทศก์นำเที่ยว มีการเล่าประวัติความเป็นมาด้วย”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“จังหวัดน่านไม่มีโรงพยาบาลเอกชน ในตัวเมืองจะมีโรงพยาบาลน่านและแต่ละอำเภอก็มีโรงพยาบาลประจำอำเภอ มีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ตู้เอทีเอ็มก็จะมีตามจุดที่เป็นห้างสรรพสินค้า จังหวัดน่านยังไม่มีจุดรับแลกเงิน แต่ถ้ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติก็สามารถแลกเงินได้ที่ธนาคาร”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 7

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“ในอำเภอเมือง คือ วัดภูมินทร์ ประเพณีแข่งเรือยาว”

“ในอำเภอปัว คือ วิถีชีวิตของชุมชนไทลื้อ พิธีกรรมความเชื่อ อย่างเช่น การสืบทอดวิชาเวทย์มนต์”

“ในอำเภอบ่อเกลือ คือ การต้มเกลือสินเธาว์ ซึ่งจะหยุดต้มเกลือทุกช่วงเข้าพรรษา เป็นวัฒนธรรมที่ถือปฏิบัติสืบทอดกันมาตั้งแต่โบราณ โดยการต้มเกลือจะใช้พื้นเท่านั้น ตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ”

2. เส้นทางการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“ในตัวเมื่องน่าน มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย แต่บางพื้นที่เช่น อำเภอปัว อำเภอเบ็ญ้อยยังมีการคมนาคมที่ยังไม่ได้รับการพัฒนา มีถนนที่ชำรุดในบางส่วน”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีตามสภาพขงแหล่งท่องเที่ยวนั้น แต่ก็มีให้บริการครบต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“ในตัวเมื่องน่าน ได้แก่ การนั่งรถรางเที่ยวชมวัดที่สำคัญ 9 วัดรอบเมือง ในอำเภอปัวก็เที่ยวชมสถาปัตยกรรมของชาวไทลื้อ เช่น วัดต้นแหลง วัดร่องแง ถ้าเป็นไทลื้อ ประยุกต์ ก็จะเป็นวัดญเก็ด การทอผ้าของชุมชนไทลื้อที่ตำบลศิลาแลง ตำบลวรนคร อำเภอเบ็ญ้อย เกลือ เที่ยวชมการต้มเกลือ ทำสปาเกลือ นวด ชัดตัว เที่ยวชมศูนย์ภูฟ้าพัฒนา ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปมีให้บริการกับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่ไม่อยากเที่ยวเอง และสามารถให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวได้”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน มีครบถ้วนและสะดวกสบาย พร้อมทั้งจะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 8

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“ความเป็นธรรมชาติของคน ของสถานที่ ที่ไม่ได้ปรุงแต่งขึ้นมาเพื่อขายการท่องเที่ยวเท่านั้น”

“ความสมบูรณ์ของวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่ยังคงความดั้งเดิมไว้”

“ความสวยงามของวัดวาอาราม และยังเป็นศูนย์รวมของวัฒนธรรมในท้องถิ่น

นั้น ๆ ”

2. เส้นทางการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ การเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่ค่อยสะดวก การเข้าถึงแหล่งข้อมูลในปัจจุบัน โซเชียลช่วยได้เยอะ การรีวิวจากนักท่องเที่ยว ซึ่งตรงนี้ก็มีความเสี่ยงเหมือนกัน คือพอมีคนรู้จักเยอะ ๆ ก็จะมีมูลค่าเกินความพอดี”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวคิดว่ามีเพียงพอ ถึงแม้บางจุดสัญญาณอินเทอร์เน็ตอาจจะไม่มีผลกระทบ ร้านขายของที่ระลึกยังมีน้อยอยู่ สินค้าก็มีให้เลือกไม่มาก ร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นร้านขนาดกลางหรือขนาดเล็ก ๆ ไม่มีร้านอาหารใหญ่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทีละเยอะ ๆ โรงแรมขนาดใหญ่ก็เช่นกันไม่มี”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“การเข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิตและใช้ชีวิตแบบคนน่าน”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป นักท่องเที่ยวไม่ค่อยนิยมใช้ ส่วนใหญ่มาเที่ยวกันเองแล้วก็เช่ารถท่องเที่ยวเอง”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“จุดบริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยว มีให้บริการในแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวไม่นิยมใช้บริการ ส่วนโรงพยาบาลก็มีประจำในทุกอำเภอ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 9

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมในจังหวัดน่านก็จะมี ผ้าทอ เครื่องเงิน เครื่องแต่งกายของชนเผ่าต่าง ๆ ”

2. เส้นทางการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ การเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การคมนาคมในปัจจุบันถือว่าสะดวกสบาย มีบางเส้นทางที่เข้าชุมชนที่อยู่ห่างไกลจากตัวเมืองอาจจะลำบากบ้าง บางเส้นทางรถยังเข้าไม่ได้ เนื่องจากน้ำป่าไหลหลากทำ

ให้ถนนพัง จังหวัดน่านมีปัญหาเรื่องไม่มีรถสาธารณะให้บริการ นักท่องเที่ยวต้องใช้รถส่วนตัวหรือเช่ารถ”

“การเข้าถึงแหล่งข้อมูลทำได้ง่าย นักท่องเที่ยวสามารถดูตามสื่อออนไลน์หรือรีวิวจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวแล้ว”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“ป้ายบอกเส้นทางยังมีน้อย ถ้าเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวร้านค้าขายของที่ระลึกก็มีตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาท่องเที่ยว”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“ถ้าสรุปตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง การขับรถชมวิว ไหว้พระทำบุญ การทอดผ้า”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปมีให้บริการกับนักท่องเที่ยว แต่โปรแกรมการท่องเที่ยวเหล่านี้จะเน้นเส้นทางท่องเที่ยวหลัก ที่นักท่องเที่ยวส่วนมากนิยมไปเที่ยว หรืออาจจะจัดโปรแกรมตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งก็ถือว่าให้ข้อมูลที่ครบถ้วนพอสมควร”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ในเรื่องการแจ้งเหตุต่าง ๆ ถือว่าสื่อสารได้ไวมาก ๆ ส่วนเรื่องโรงแรมที่พัก ก็จะมีคนในพื้นที่จัดทำไว้อยู่แล้วแต่มักจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก เป็นธุรกิจในครัวเรือน โรงพยาบาลก็มีประจำในทุกอำเภอ”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคเอกชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านจะเน้น วัด โบราณสถาน ที่เก่าแก่ จิตรกรรมฝาผนัง วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง การผ้าทอ การทำเครื่องเงิน การแต่งกายของชนเผ่าต่าง ๆ ประเพณีงานเทศกาล ความสวยงามของธรรมชาติ การเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิตซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และถ่ายทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ด้านเส้นทางการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถือว่ามีความสะดวกสบายโดยเฉพาะเส้นทางระหว่างภูมิภาค อาจจะมีถนนบางเส้นที่อยู่ในช่วงกำลังก่อสร้าง ซึ่งควรเพิ่มในเรื่องของป้ายบอกทางและป้ายแนะนำสถานที่ให้มากขึ้น การเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมโดยมากสามารถหาข้อมูลได้ง่ายจากอินเทอร์เน็ต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวถือว่ามีความค่อนข้างครบอาจจะต้องเพิ่มในเรื่องที่จอดรถและห้องน้ำให้มากขึ้น กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาไหว้พระ ทำบุญ ดูการทอผ้า เรียนรู้วิถีการปลูกข้าว ทำนา สัมผัสวิถีชีวิตของคนพื้นเมือง ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปจะมีบริษัทนำเที่ยวที่อยู่ในตัวเมืองน่านให้บริการ และด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานถือว่ามีความค่อนข้างครบในทุกอำเภอ แต่ในตัวเมืองน่านจะมีความค่อนข้างเยอะกว่าเพราะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่า

ผู้แทนจากภาคชุมชน

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาคชุมชน ประกอบไปด้วย นายอำเภอบัว นายเทศมนตรีตำบลบัว นายอำเภอบ่อเกลือ นายกอบต. บ่อเกลือเหนือ ผู้ใหญ่บ้านบ้านบ่อหลวง ผู้รักษาการแทนเจ้าอาวาสวัดภูมินทร์ และผู้นำชุมชนกลุ่มผ้าทอไทลื้อบ้านเก็ด รวมทั้งสิ้นจำนวน 7 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของอำเภอบัว ก็จะมีวัดต้นแหลง วัดร่องแ่ง วัดพระธาตุเบ็งสกัดแต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มันน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่นเที่ยวอุทยานดอยภูคา นอกจากนี้ก็จะเข้ามาดูการทอผ้า วิถีชีวิตของคนในชุมชน”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“เส้นทางในปัจจุบันถือว่าสะดวกสบาย เพียงแต่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่จะไม่เชื่อมต่อกัน จังหวัดน่านแบ่งการท่องเที่ยวออกเป็นโซน ซึ่งจะมี ตอนกลางได้แก่ ตัวเมืองน่าน โซนทางเหนือ ก็จะเป็นอำเภอนาน้อยไปจนถึงอำเภอทุ่งช้าง โดยมีอำเภอบัวเป็นศูนย์กลาง โซนใต้ก็จะอุทยานศรีน่าน อุทยานขุนสถาน ทำให้ใช้เวลาในการเดินทางมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวโดยมากจะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาช้า ดังนั้นควรที่จะจัดเป็น Route Trail สำหรับการท่องเที่ยวน่าน”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวถือว่ามีความครบ ถึงแม้ว่าการเดินทางไปแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะมีระยะทางที่ไกลกันแต่ระหว่างเส้นทางก็จะมีจุดพักรถ จุดชมวิว ทำให้ชุมชนที่อยู่ระหว่างเส้นทางใช้โอกาสดังนี้ในการสร้างรายได้ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านกาแฟ ร้านขายของที่ระลึกของชุมชน มีการสร้างห้องน้ำรองรับนักท่องเที่ยวแต่จุดบริการเหล่านี้มีตามสภาพของชุมชนนั้น ๆ ”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะให้บริการกับนักท่องเที่ยว ยังไม่ได้มีมากเท่าไร เนื่องจากผู้ประกอบการหรือชุมชนอาจจะยังไม่เห็นความสำคัญหรือยังไม่ให้ความสำคัญเมื่อเทียบกับที่ควร อย่างไรก็ตามในอนาคตก็จะมีการทำผ้าเขียนเทียนที่บ้านป่ากลาง แต่ก็ยังไม่มี การทำอย่างต่อเนื่อง จะมีที่ที่ทำอย่างชัดเจนก็จะเป็นที่ Coco Valley แต่ก็เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงเกษตรมากกว่า นักท่องเที่ยวจะเข้ามาศึกษากระบวนการ การทำโกโก้ ทำโกโก้บาร์ แล้วก็มีที่โรงเรียนชาวนาแต่ว่าการเรียนทำนาจะขึ้นอยู่กับฤดูกาลเท่านั้น”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“นักท่องเที่ยวส่วนมากจะจัดโปรแกรมมาท่องเที่ยวเอง นักท่องเที่ยวคนไทยส่วนมากไม่นิยมใช้โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่ผ่านบริษัททัวร์ หรือบางโรงแรม ก็อาจจะมี การให้บริการรถรับส่งสนามบิน รวมทั้งที่พักและการแสดงของท้องถิ่นนั้น ๆ ”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานก็มีตามความเหมาะสมของพื้นที่นั้น ๆ ทุกอำเภอ ก็จะมีโรงพยาบาลประจำอำเภอ ในอำเภอเมืองน่านก็จะมีโรงพยาบาลน่านเป็นโรงพยาบาลประจำจังหวัด”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“สิ่งดึงดูดใจ ทางวัฒนธรรม ในอำเภอบัว นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่า เช่นมาเที่ยว อุทยานแห่งชาติภูคา เทือกสกาต แต่ถ้ามาเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็จะมาดูศิลปะวัฒนธรรมของคนเมือง วัดวาอาราม อย่างเช่น วัดภูเก็ด วัดร่องแง ซึ่งอำเภอบัว

เป็นอำเภอที่ตั้งกลางระหว่างเส้นการท่องเที่ยวเหนือ-ใต้ ของจังหวัดน่าน และสามารถเชื่อมเส้นทางการท่องเที่ยวไปเที่ยวที่บ่อเกลือได้ด้วย”

2. เส้นทางการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การคมนาคม ถือว่า สะดวกสบาย ถนนเส้นหลักเป็นถนน 4 เลน นอกจากการใช้รถยนต์ส่วนตัวแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถ เลือกใช้บริการ รถตู้ หรือ รถสองแถวได้ ซึ่งการบริหารจัดการจะเป็นบริษัทเอกชนดูแล”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“สิ่งอำนวยความสะดวกถือว่ามีความค่อนข้างครบ ไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำ ป้ายบอกทางต่าง ๆ จุดชมวิว ส่วนที่พักก็มีเยอะแต่ส่วนมากจะเป็นที่พักขนาดเล็ก เป็นรีสอร์ต โฮมสเตย์ ร้านอาหารที่ปัวนี้มีถือว่ามียหลาย ๆ ร้าน ส่วนร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกก็มีแต่มีไม่มาก”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“กิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมในเชิงพระพุทธศาสนา เช่น ทำบุญ ไหว้พระขอพร มาดูการทอผ้า ซึ่งที่ปัวนี้มีชุมชนที่ทอผ้าหลายเจ้า เช่น ที่ชุมชนบ้านเก็ด แพรวผ้าฝ้าย เป็นต้น”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป ก็จะมีบริษัททัวร์รับทำในตัวเมืองน่านครับ”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน ก็จะมีให้บริการประจำทุกอำเภอครับ โดยส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใจกลางเมือง เป็นจุดรวม พื้นที่โดยรอบมีน้อย”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“สิ่งที่ดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของอำเภอบ่อเกลือ ก็คือ บ่อเกลือสินเธาว์ บ่อเกลือโบราณแห่งเดียวในประเทศไทย ที่เป็นบ่อเกลือที่อยู่บนภูเขาสูง วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชาวบ้านต่าง ๆ ธรรมชาติที่สวยงาม ดังคำขวัญของอำเภอบ่อเกลือ ที่ว่า ต้นกำเนิดแม่น้ำน่าน เต้นตระการด้วยขุนเขา เกลือสินเธาว์ลือชื่อ งานฝีมือเครื่องจักรสาน”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การคมนาคม ถ้าเป็นถนนเส้นหลักถือว่าสะดวกสบาย ซึ่งการคมนาคมระหว่างอำเภอบ่อเกลือและจังหวัดน่านมี 2 เส้นทางหลัก คือ ทางหลวงหมายเลข 1256 บัว-บ่อเกลือ ต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 1080 เป็นระยะทาง 60 กิโลเมตร และ เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางบ่อเกลือ-สันติสุข ทางหลวงหมายเลข 1081 ระยะทาง 96 กิโลเมตร นอกจากนี้พื้นที่อำเภอบ่อเกลือยังมีพรมแดนติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวอีก ด้วย ถ้าเป็นถนนที่เข้าแหล่งพื้นที่ จะเป็นถนนค่อนข้างแคบ บางพื้นที่ยังเป็นถนนดิน ตรงจุดนี้อาจจะลำบากนิดหน่อย นักท่องเที่ยวบางคนที่ไม่ชินเส้นทางก็อาจจะเกิดอุบัติเหตุได้”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในอำเภอบ่อเกลือ ที่พักมีค่อนข้างเยอะแต่โดยมากจะเป็นที่พักขนาดเล็กและขนาดกลางต่างคนต่างทำ ยังไม่มีศูนย์กลางของข้อมูล ไม่มีคนที่จะเป็นคนกลางที่จะทำ ไม่มีสื่อกลางที่จะให้ข้อมูล หรือข้อมูลบางอย่างก็ปะปนกันไปหมด เช่น รีสอร์ท โฮมสเตย์ ส่วนร้านค้าร้านอาหารก็มีให้บริการโดยทั่วไป ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่เป็นศูนย์รวมโอท็อปยังไม่มี ส่วนมากเป็นร้านที่ชาวบ้านขายกันเอง ส่วนอินเทอร์เน็ตก็ยังไม่ค่อยมีจุดปล่อยสัญญาณอินเทอร์เน็ตสาธารณะ นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้ตามร้านค้าที่ผู้ประกอบการอื่น ๆ มีให้บริการนักท่องเที่ยว ส่วนป้ายบอกทางถ้ามีเพิ่มได้ก็จะดีมากครับ”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็จะมาดูวิว มาถ่ายรูป มาซื้อผลิตภัณฑ์จากเกลืออย่างพวกสปาเกลือหรือมาซื้อเครื่องจักรสานงานฝีมือชาวบ้าน”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่บ่อเกลือทำเองยังไม่มีครับ แต่ถ้าเป็นในตัวเมืองน่านก็มีบริษัททัวร์รับทำอยู่ครับ แต่จะเป็นโปรแกรมทัวร์ที่รวมแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับคความนิยมของทั้งจังหวัดน่าน”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน ในอำเภอบ่อเกลือก็จะมีโรงพยาบาลประจำอำเภอ 1 แห่ง ตู้เอทีเอ็ม มี 3 ตู้ ได้แก่ ตู้ธนาคารกรุงไทย ธนาคารออมสิน และ ธนาคารธกส. แต่ไม่มีธนาคารหรือ เครื่องรูดบัตรเพื่อชำระสินค้า ถ้าเป็นช่วงเทศกาลหรือช่วงที่นักท่องเที่ยว

มาเที่ยวเยอะ ๆ บางครั้งตูเอทีเอ็มก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ถ้าเกอบ่อเกลี้ยงยังขาดศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว แต่ศูนย์รับแจ้งเหตุมีให้บริการทุกพื้นที่ ในช่วงวันหยุดยาวก็จะขอความร่วมมือกับวิทยาลัยเทคนิค ที่จะส่งนักเรียนช่างมาช่วยให้บริการนักท่องเที่ยวในการซ่อมรถ ปะยาง หรือให้ความช่วยเหลือเบื้องต้นครับ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม คงเป็นเรื่องของวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ประเพณีดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา พิธีกรรมความเชื่อของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น การสู่ขวัญควาย หลังจากการทำไร่ไถนาเสร็จเรียบร้อยแล้ว การเลี้ยงผีปู่ผีย่า ปราชญ์ชุมชน การต้มเกลือแบบโบราณที่ เป็นเกลือที่อยู่บนภูเขา เป็นต้น”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“ถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเมือง หรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้ถนนหลัก ถนนหนทางก็จะสะดวกสบายแล้วครับ แต่ก็ยังมีบางแหล่งท่องเที่ยวที่ถนนเข้าแหล่งท่องเที่ยวยังลำบาก เป็นถนนดินอยู่ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวบนเขา”

“การเข้าถึงแหล่งข้อมูลในปัจจุบัน ถือว่าง่ายมาก อยากรู้อะไรอยากไปไหนก็เข้าไปดูในวีวหรือตามโซเชียลมีเดียต่าง ๆ แต่ก็อาจจะมีบางข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่คนยังไม่นิยม ที่ยังมีข้อมูลน้อยอยู่ครับ”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“เรื่องที่พิก ก็ว่ามีเยอะมาก แต่ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของทำเอง เป็นรีสอร์ทเล็ก ๆ หรือไม่กี่เป็นแบบโฮมสเตย์ อย่างที่บ่อเกลือนี้ก็มีเยอะครับ แต่ส่วนใหญ่จะอยู่ที่บ่อเกลือใต้ เพราะบ่อเกลือเหนือเพิ่งเปิดตัวด้านการท่องเที่ยวได้แค่ ปีเดียว คนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยรู้จักครับ ส่วนตัวผมอยากให้เพิ่มเรื่องของป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพราะผมมองว่าตรงจุดนี้ยังมีจำนวนไม่เยอะครับ ส่วนร้านอาหารก็จะเป็นร้านขนาดเล็กของคนในท้องถิ่น อย่างที่บ่อเกลือเหนือนี้มีแค่ 2 แห่งครับที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ คือ ร้านวังว้าและครัวถวิล ส่วนเรื่องจุดบริการนักท่องเที่ยวก็จะอยู่ในเมืองครับที่บ่อเกลือยังไม่มีครับ”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่บ่อเกลือก็คงเป็นการดูการต้มเกลือแบบโบราณ การทำนา การมาใช้ชีวิตแบบคนในท้องถิ่น การทำอาหารพื้นเมืองของชาวลัวะ ที่ใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นที่มีจริง ๆ การเข้าพักแบบโฮมสเตย์”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปจะมีบริษัททัวร์ที่อยู่ในตัวเมืองน่านทำครับ ที่อำเภอบ่อเกลือยังไม่มีใครทำครับ ถ้านักท่องเที่ยวต้องการใช้บริการก็สามารถติดต่อบริษัทในตัวเมืองแล้วขึ้นมาเที่ยวที่บ่อเกลือได้ครับ”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานก็มีให้บริการประจำในทุกอำเภอครับ ส่วนใหญ่ก็จะเป็น 1 โรงพยาบาลหลัก คือโรงพยาบาลประจำอำเภอ แล้วก็โรงพยาบาลตำบล ส่วนศูนย์รับแจ้งเหตุจะมีประจำในทุกหมู่บ้านครับที่คอยให้ความช่วยเหลือกับผู้ประสบภัย ส่วนตู้เอทีเอ็ม และธนาคารที่อำเภอบ่อเกลือยังไม่มีให้บริการครับ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่บ่อเกลือ นักท่องเที่ยวจะมาดูวิถีชีวิตของผู้คน มาดูการต้มเกลือแบบโบราณ และมาเที่ยวชมธรรมชาติ มาเสพความเป็นธรรมชาติจริง ๆ มารับอากาศที่บริสุทธิ์”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การคมนาคมสะดวกสบาย จากตัวเมืองน่านถึงบ่อเกลือ มี 2 เส้นทาง คือ เส้นทางที่ 1081 และ 1256 ซึ่งเป็นถนนเส้นหลัก ทางสะดวกสบาย แต่ถ้าเป็นถนนในหมู่บ้าน ถนนจะค่อนข้างแคบ และบางเส้นทางอาจจะยังไม่ได้ลาดยาง บางครั้งนักท่องเที่ยวบางคนที่ไม่ชินเส้นทางหรือไม่เคยชินกับการขับรถที่ลาดชันก็อาจจะเกิดอุบัติเหตุได้เหมือนกัน ส่วนการเข้าถึงข้อมูล ส่วนใหญ่ภาคเอกชนจะเข้ามาช่วยทำข้อมูลให้ ซึ่งสามารถหาได้ตามอินเทอร์เน็ต แต่ไม่แน่ใจว่าจะครบถ้วนมั๊ย เพราะไม่มีคนกลางที่คอยดูแลในด้านนี้ให้โดยตรง ข้อมูลบางครั้งก็ปะปนกันไปหมด”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“เรื่องที่พักที่บ่อเกลือ มีให้เลือกเยอะ ไม่ว่าจะเป็นที่พักบนเขา ที่พักริมน้ำ หรือที่พักในชุมชน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะเลือกที่พักที่อยู่บนเขา มองเห็นวิวหรือทะเลหมอกได้เลย ที่พักเหล่านี้ก็จะมีราคาค่อนข้างสูง บางครั้งนักท่องเที่ยวก็จะโทรมาหาผม เพื่อสอบถามผมก็จะแนะนำว่านอนในชุมชนก็ได้ คืนละ 700-800 บาท แล้วเช้า ๆ ค่อยขึ้นไปบนเขาเพื่อดูทะเลหมอก ทำแบบนี้ก็จะช่วยประหยัดงบประมาณที่พักได้เยอะ ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ในแหล่งท่องเที่ยวถือว่ามีไม่เพียงพอ โดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยว อย่างที่เป็นจุดต้มเกลือโบราณ ต้องขอไปใช้ห้องน้ำที่วัด ส่วนจุดจำหน่ายสินค้าโอท็อปของบ่อเกลือที่เป็นศูนย์กลางยังไม่มี ส่วนมากก็ต่างคนต่างขาย ชาวบ้านขายกันเองแล้วก็บอกนักท่องเที่ยวว่าเป็นสินค้าโอท็อปของบ่อเกลือ ผมคิดว่าบ่อเกลือจะต้องสร้างโอท็อปที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง เรื่องของป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยวก็พอมีอยู่ในระดับหนึ่ง ซึ่งบางจุดป้ายก็เริ่มเก่าแล้ว ภาครัฐควรเข้ามาช่วยสนับสนุนอย่างเต็มที่ ส่วนมากพอป้ายชำรุดผู้นำชุมชนก็ต้องคิดทำเอง ใช้งบประมาณของหมู่บ้านทำเอง ส่วนด้านอินเทอร์เน็ตสาธารณะยังไม่มีบริการ จะมีอินเทอร์เน็ตตามร้านต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการดำเนินการเอง ส่วนตัวผมอยากให้มียุทธศาสตร์ป้องกันความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว เช่น กล้องวงจรปิดในจุดสาธารณะต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหาอาชญากรรมต่าง ๆ หรืออุบัติเหตุ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“นักท่องเที่ยวเมื่อมาเที่ยวก็ต้องมาเพื่อ ชิม ช้อป แชะ ชิม ผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านของชาวบ้าน ของกิน ข้าวสาลี ข้าวปิ้ง ถั่วดาวอินคา แชะ คือ ถ่ายรูป เช็คอินตามแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยม อย่างที่สะพาน ส่วน ช้อป ก็คือ การหาซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีขายในแหล่งท่องเที่ยวหรือในชุมชนนั้น ๆ ที่บ่อเกลือก็ต้องเป็น ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเกลือ ทำสปาเกลือ ซื้อเครื่องจักรสานจากหวายที่บ้านสะพาน เครื่องจักรสานจากหญ้าสามเหลี่ยมที่บ้านหางทางหลวง ที่เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านที่เอาหญ้าสามเหลี่ยมมาสานเป็นของใช้ต่าง ๆ เช่น กระเป๋า ตะกร้า ของตกแต่งบ้านต่าง ๆ ”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป สำหรับอำเภอบ่อเกลือ เมื่อก่อนผมเคยทำเป็น การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิต ทำเส้นทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมานอนบ่อเกลือ มาดูวิถีชีวิตของชาวบ้าน มาดูการปลูกข้าวสาลี พาไปลองแพพญากัย ไปชมถนนหมายเลข 3 หรือ ดอยพับฟ้า

ก่อนกลับไปสู่ตัวเมืองน่าน ซึ่งตอนนี้ไม่มีแล้ว เนื่องจากไม่มีการสานต่อขาดความต่อเนื่องของการทำงาน เนื่องจากขาดหัวเรือที่จะดำเนินงานไปต่อ นอกจากนี้ ผมเคยเสนอขอขอรถรางนำท่องเที่ยว ที่มีัคคุเทศก์นำเที่ยวซึ่งตรงนี้ผมทำได้ และมีัคคุเทศก์น้อยที่เราจะสอนเขาในการเล่าเรื่องราว ตำนานต่าง ๆ ของทรัพยากรท่องเที่ยวที่เรามี”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน ศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินเราต้องมีประจำจุดในพื้นที่อยู่แล้วครับ แต่ที่บ่อเกลือเราจะไม่มีศูนย์บริการข้อมูลให้นักท่องเที่ยวจะมีก็ในตัวเมืองน่านเรามีโรงพยาบาลประจำอำเภอ 1 แห่ง ตู้เอทีเอ็ม มี แค่ 3 ตู้ เท่านั้น ได้แก่ ตู้เอทีเอ็มของธนาคารกรุงไทย ธนาคารออมสิน และธนาคาร ธกส. แต่ตัวธนาคารไม่มีครับ ถ้าเป็นช่วงเทศกาลหรือช่วงฤดูท่องเที่ยวแนะนำให้นักท่องเที่ยวพกเงินสดมาตั้งแต่ในเมือง เพราะบางครั้งเงินสดในตู้เอทีเอ็มก็มีไม่เพียงพอต่อความต้องการทั้งของนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 6

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“วิถีชีวิตของคนน่านและวัฒนธรรมเป็นน่าน ที่เป็นเอกลักษณ์ ไม่เร่งรีบ และยังคงความเหมือนเดิมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การคมนาคม ถ้าเป็นเขตเมืองขยายไม่ได้แล้ว ไม่มีพื้นที่ การเข้าถึงข้อมูลทำได้ง่าย ผ่าน website ต่าง ๆ ”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“ควรเพิ่มป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว”

“เมืองน่านมีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามทำให้มีจุดชมวิวก่อนข้างเยอะ และในแต่ละจุดชมวิวก็น่าจะมีร้านค้าหรือน้ำ ให้บริการ ส่วนร้านขายของที่ระลึก ส่วนมากเป็นร้านค้าของชุมชนซึ่งมีอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“กิจกรรมการท่องเที่ยวก็ขึ้นอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เที่ยววัดก็ไปไหว้พระทำบุญ ถวายรูป”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“มีบริษัททัวร์ให้บริการ โปรแกรมรายการก็ขึ้นอยู่กับจัดการของบริษัททัวร์นั้น ๆ แต่โดยมากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาเที่ยวกันเอง”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวมีให้บริการแต่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยรู้จัก จึงไม่นิยมใช้บริการ ขาดการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 7

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“วัด ที่สวยงาม การทอผ้า เป็นลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ ทำจากธรรมชาติ”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“เส้นทางไม่ค่อยสะดวก โดยเฉพาะหน้าฝนจะมีปัญหาดินสไลด์ เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเขา เป็นที่ลาดชัน”

“การเข้าถึงแหล่งข้อมูล นักท่องเที่ยวทำได้สะดวกแล้ว ตอนนี้หลายๆที่ก็มีไลฟ์สด มีwebsite ของตัวเอง บางครั้งก็มีรายการมาถ่ายทำ มีดารานักแสดงมาเที่ยวก็ออกรายการที่วีต่าง ๆ ”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ เช่น ป้ายบอกทางก็น้อย อาจจะไม่มีงบประมาณมาสนับสนุนตรงนี้”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“ไหว้พระ ทำบุญ การทำผ้าหมัดย้อมเอง การปั่นฝ้าย การสาธิตการทอผ้าแล้วให้นักท่องเที่ยวได้ลองทำเอง”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“ยังไม่มีโปรแกรมท่องเที่ยวมากนัก ขาดการจัดการที่ชัดเจน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเอง”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“มีให้บริการในจุดท่องเที่ยวหลัก และในแต่ละอำเภอก็มีโรงพยาบาลประจำอำเภอให้บริการ แต่ไม่มีในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านจะเป็น วัดเก่าแก่ที่ยังคงสวยงาม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น การทอผ้าแบบโบราณจากวัสดุธรรมชาติ บ่อเกลือ แหล่งต้มเกลือสินเธาว์ ประเพณีดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา พิธีกรรมความเชื่อของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ ภาพจิตรกรรมปูม่านยาม่าน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้อยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม น่านเป็นเมืองแห่งสายหมอกและขุนเขา เป็นแหล่งกำเนิดแม่น้ำน่านจึงมีธรรมชาติที่สมบูรณ์และสวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติค่อนข้างเยอะ ด้านเส้นทางการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสะดวกสบาย แต่ต้องใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือรถเช่าเท่านั้น การเดินทางระหว่างอำเภอ หรือการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการ ส่วนการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถหาได้ตามทีวี ตามเว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวถือว่ามีความค่อนข้างครบแต่บางแหล่งพื้นที่อาจจะยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยเฉพาะเรื่องห้องน้ำและที่จอดรถ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวนิยมมาไหว้พระทำบุญ ดูวิถีชีวิตของคนพื้นเมือง ดูการทอผ้าแบบโบราณ ชมวิวถ่ายรูป ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปก็มีบริษัททัวร์ท้องถิ่นให้บริการซึ่งจะอยู่ในตัวเมืองน่านเป็นส่วนใหญ่ และด้านการให้บริการขั้นพื้นฐานก็มีความค่อนข้างครบในทุกอำเภอ

ผู้แทนจากภาคนักวิชาการ

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนนักวิชาการ ประกอบไปด้วย ผู้ช่วยหัวหน้าศูนย์ฝึกวิชาชีพการโรงแรม วิทยาลัยการอาชีพบัว อาจารย์หัวหน้าแผนกวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพบัว และอาจารย์ประจำสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัดน่าน รวมทั้งสิ้น จำนวน 3 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“ในอำเภอบัว จะมีวัดภูเกิด ซึ่งวัดภูเกิดจะมีการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ดี และตอบโจทก์ความต้องการของนักท่องเที่ยว วัดร่องแง เป็นวัดของชาวไทลื้อ วัดพระธาตุเบ็งสกัด เป็นวัดที่มีประวัติยาวนานมากกว่า 700 ปี ส่วนในอำเภอบ่อเกลือ ก็มีบ่อเกลือสินเธาว์ เป็นที่เดียวที่ผลิตเกลืออยู่บนภูเขาสูง”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การเดินทางในปัจจุบันมีความสะดวกสบาย นักท่องเที่ยวเดินทางได้ง่ายขึ้น การเข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจะมีเฉพาะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก แต่ยังไม่ค่อยมีข้อมูลในเชิงลึก ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งใหม่ยังไม่ค่อยมีข้อมูล”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว มีเพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากจังหวัดน่านนักท่องเที่ยวจะเข้ามาตามฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมากจะเป็นช่วงฤดูหนาว ส่วนฤดูฝนและฤดูร้อนจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาน้อยกว่า”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“ให้พระ ทำบุญ ชมสถาปัตยกรรม เรียนรู้การใช้ชีวิตแบบไทลื้อ เรียนรู้วิถีการต้มเกลือที่บ่อเกลือ เรียนรู้การทำนาปลูกข้าวที่โรงเรียนชาวนา เรียนรู้การทำอาหารพื้นเมือง”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปยังมีไม่เยอะเท่าไร คือส่วนมากนักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวเอง ข้อมูลตรงนี้จึงไม่แน่ใจว่ามีมากแค่ไหน”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“การให้บริการขั้นพื้นฐานก็มีเพียงพอ ภาครัฐก็เข้ามาอำนวยความสะดวกและจัดการดูแลในด้านการบริการขั้นพื้นฐาน”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“บ่อเกลือโบราณ บ่อเกลือสินเธาว์ และวัฒนธรรมของชาวเขา”

2. เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“การเดินทางสะดวกสบายมากขึ้น แต่อาจจะลำบากในช่วงที่ต้องเดินทางขึ้นเขา ทางลาดชัน การหาข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวใหม่อาจจะหาข้อมูลยาก แต่ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเที่ยวตามรีวิวซึ่งก็ดูข้อมูลไว้บ้างแล้ว”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“ปัจจุบันนี้ถือว่าสะดวกสบายและมีสื่อออนไลน์ในการช่วยอำนวยความสะดวก แต่อาจจะมีบางสถานที่ที่อาจจะลำบากนิดหน่อย”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“ดูการทอผ้า การเรียนทำนาปลูกข้าว แต่นักท่องเที่ยวต้องมาให้ตรงกับฤดูกาลที่ชาวบ้านทำ”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปอาจจะมีแต่มีไม่มากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเอง เดินทางเอง”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“การให้บริการขั้นพื้นฐานมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว และในแต่ละพื้นที่ก็มีศูนย์ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว มีโรงพยาบาลประจำอำเภอทุกอำเภอ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

“วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนน่าน การมีแหล่งท่องเที่ยวท่ามกลางบรรยากาศสวยงามเป็นธรรมชาติ”

“ความแตกต่างของแต่ละกลุ่มชนเผ่า ทำให้มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีพิธีกรรมความเชื่อที่แตกต่างกัน รวมถึงความแตกต่างในการแต่งกายของแต่ละชนเผ่า”

“ความสะอาดและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เมืองน่านเป็นเมืองที่ได้รับรางวัลเมืองสะอาด”

2. เส้นทางการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Accessibility)

“จังหวัดไม่มีรถโดยสารสาธารณะในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องเช่ารถหรือใช้รถส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว”

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)

“มีโรงแรมที่พักค่อนข้างเยอะ แต่ไม่มีโรงแรมขนาดใหญ่ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ในคราวเดียวกัน ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกก็มีให้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวและจุดชมวิวต่าง ๆ ”

4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

“ไหว้พระ ทำบุญ การทำข้าวแต๋น การทำเมี่ยง”

5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)

“มีบริษัททัวร์ท้องถิ่นให้บริการเหมือนกัน แต่เรื่องรายละเอียดด้านการท่องเที่ยวไม่แน่ใจเหมือนกัน แต่ส่วนตัวคิดว่าน่าจะให้ข้อมูลที่ครบถ้วน เพราะจังหวัดน่านเป็นเมืองเล็ก ๆ ข้อมูลต่าง ๆ ก็จะมีทั่วถึงกันหมดค่ะ”

6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)

“จุดบริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวมีเฉพาะในตัวเมือง ส่วนบริการด้านพื้นฐานอื่น ๆ ก็มีบริการประจำแต่ละอำเภอ”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคนักวิชาการ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน คือ วัฒนธรรมของชาวไทลื้อ วัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณีพื้นบ้าน วัดเก่าแก่ การแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ บ่อเกลือสินเธาว์ งามช้างคำ และภาพจิตรกรรมปูม่านย่าม่าน ด้านเส้นทางการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสะดวกสบายแต่อาจจะมีบางเส้นทางที่กำลังซ่อมแซมหรือปรับปรุงจากภัยธรรมชาติ ส่วนการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถือว่าทำได้ง่ายและรวดเร็วจากโลกออนไลน์ มีสื่อออนไลน์รีวิวมากมาย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีค่อนข้างครบแต่ควรเพิ่มเรื่องห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวบนเขาหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง และเรื่องที่พักจอดรถ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาไหว้พระ ทำบุญ ถ่ายรูป ดูการทอผ้า ซื้อสินค้าที่ระลึก เรียนรู้การทำนาปลูกข้าว ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปมีบริษัทนำเที่ยวให้บริการแต่อาจไม่ค่อย

ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากเท่าไรเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเที่ยวตามรีวิวที่ได้ศึกษามา ส่วนด้านการให้บริการขึ้นพื้นฐานก็มีให้บริการครบในทุกแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยว



ตาราง 6 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ในด้านองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)

คำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ได้แก่	ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	1. จังหวัดน่านไม่มีทรัพยากรในด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	1. การเข้าถึงข้อมูลปัจจุบันโลกโซเชียลช่วยได้เยอะ แต่ข้อมูลอาจจะยังกระจุกอยู่	1. การคมนาคมถ้าเป็นเขตเมือง ขยายไม่ได้แล้ว มีความจำกัดด้านพื้นที่	1. จังหวัดน่านไม่มีทรัพยากรในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
2. ความสะดวกสบาย (Amenities)	2. แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ใกล้กันต้องใช้เวลามากในการเดินทาง	2. เส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่ค่อยสะดวก	2. การเดินทางระหว่างภูมิภาค สะดวกแต่เส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบางจุดยังอยู่ในช่วงพัฒนา	2. การเดินทางสะดวกสบาย การเข้าถึงข้อมูลทำได้ง่ายและรวดเร็ว
3. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)	3. การคมนาคมสะดวกสบาย	3. การเดินทางระหว่างภูมิภาค สะดวก	3. การเข้าถึงข้อมูลสะดวกและรวดเร็ว นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลได้ง่าย	
4. โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package)	4. ถนนบางเส้นทางยังอยู่ในช่วงพัฒนา	4. ถนนบางเส้นทางยังอยู่ในช่วงพัฒนา		
5. บริการเสริมพื้นฐาน (Ancillary service)	5. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทำได้ง่ายและรวดเร็ว	5. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทำได้ง่ายและรวดเร็ว		

ตาราง 7 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ในด้านการท่องเที่ยว (6A's) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)

คำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ได้แก่	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	1. ป้ายบอกทางและป้ายแนะนำสถานที่ยังงั้นอยู่	1. ควรเพิ่มเรื่องป้ายบอกเส้นทางและป้ายแนะนำต่าง ๆ	1. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมีครบ	1. สิ่งอำนวยความสะดวกมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	2. หอแงน้ำในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจยังมีไม่เพียงพอ	2. สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ คือ 2. ร้านค้าที่จำหน่ายของที่ระลึกในชุมชนมีน้อย	2. ที่พักและร้านอาหารสวัสดิการใหญ่เป็นธุรกิจภายในครอบครัว	2. ควรเพิ่มเรื่องของป้ายบอกทางและข้อมูลด้านอาหารท่องเที่ยว
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	3. ไม่มีที่จอดรถ	3. ที่พักและร้านอาหารมีให้เลือกเยอะ	3. ที่พักและร้านอาหารสวัสดิการใหญ่เป็นธุรกิจภายในครอบครัว	3. ควรมีที่จอดรถบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)	4. อินเทอร์เน็ตบางพื้นที่อาจยังไม่ให้บริการ	4. ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกโดยมากเป็นร้านขนาดเล็ก	4. ควรเพิ่มห้องนั่งเล่นในแหล่งท่องเที่ยว	4. โรงแรมที่พักมีเยอะแต่ไม่มีโรงแรมขนาดใหญ่ที่สามารตรองรับนักท่องเที่ยวได้ทีละเยอะ ๆ
5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)	5. สิ่งอำนวยความสะดวกเรื่องที่พักร้านอาหารถือว่ามีให้เลือกเยอะแต่จะเป็นร้านขนาดเล็ก	5. ไม่มีโรงแรมหรือร้านอาหารขนาดใหญ่	5. ควรเพิ่มเรื่องของป้ายบอกทางป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	
6. ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)			6. บางพื้นที่ไม่มีจุดปล่อยสัญญาณอินเทอร์เน็ตสาธารณะ	

ตาราง 8 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ในด้านองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)

คำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ได้แก่	ตามกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)	ตามกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)	ตามกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)	ตามกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	1. ไหว้พระ ทำบุญ	1. การทอผ้า	1. การเก็บเลี้ยง	1. ไหว้พระ ทำบุญ ทำข้าวแต๋น
2. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	2. เชื่อมชมวิถีชีวิตของชุมชนเก่าต่าง ๆ	2. การปั่นเครื่องปั่นดินเผา	2. การเก็บกาแฟ	การทำเลี้ยง
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	3. การทำตุ๊กตารูปราชนิกูล	3. การตกแต่งเครื่องเงิน	3. การทำผ้าเขียนเทียน	2. การทอผ้า การเรียนรู้การทำนาปลูกข้าว
4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)	4. การทำพระไม่	4. การทำสปาพื้นบ้านจากสมุนไพร จากเกลือสินเธาว์	4. ทำบุญ ไหว้พระ	3. คู่มือวิถีชีวิตของครอบครัวโบราณ
5. โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package)	5. ทำโคม	5. การพันเทียน	6. การทำเครื่องเงิน	4. เรียนรู้วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง
6. การให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)	6. นุ่งผ้าไหมเมืองเก่า	6. การทำตุ๊ก	7. การเรียนรู้การทำนา	

ตาราง 9 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ในด้านองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)

คำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ได้แก่				
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	โปรแกรมการท่องเที่ยว สำเร็จรูป (Available Package)	โปรแกรมการท่องเที่ยว สำเร็จรูป (Available Package)	โปรแกรมการท่องเที่ยว สำเร็จรูป (Available Package)	โปรแกรมการท่องเที่ยว สำเร็จรูป (Available Package)
2. ความเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	1. มีบริษัททัวร์ท้องถิ่นที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งโปรแกรมก็จะขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก หรือไม่นักท่องเที่ยวก็สามารถเลือกได้จากโปรแกรมการท่องเที่ยวที่บริษัททำเอาไว้แล้ว	1. มีบริษัทนำเที่ยวคอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและสวนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง	1. มีบริษัททัวร์ในท้องถิ่นให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	1. มีบริษัททัวร์คอยให้บริการ
3. ความสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)				
4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)				
5. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package)				
6. การให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service)	2. โปรแกรมการท่องเที่ยวได้รับการบริหารจัดการที่ดี สะดวกและมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างครบถ้วน			

ตาราง 10 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ในด้านองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคบริการ (ต่อ)

คำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ได้แก่	ด้านการให้บริการชุมชนพื้นฐาน (Ancillary service)	ด้านการให้บริการชุมชนพื้นฐาน (Ancillary service)	ด้านการให้บริการชุมชนพื้นฐาน (Ancillary service)	ด้านการให้บริการชุมชนพื้นฐาน (Ancillary service)
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	1. การบริการชุมชนพื้นฐานมีครบทุกอำเภอ ทั้งโรงพยาบาล ศูนย์รับแจ้งเหตุ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ทั้งนี้จะมีมากในบริเวณตัวเมือง	1. ด้านบริการชุมชนพื้นฐานมีแบบทั่วไป มีให้บริการครบทุกอำเภอ แต่ส่วนมากจะตั้งอยู่ในใจกลางเมืองเป็นหลัก	1. ด้านการให้บริการชุมชนพื้นฐานมี 1. ด้านการให้บริการชุมชนพื้นฐานมีเพียงพอ ภาครัฐเข้ามาอำนวยความสะดวกและจัดการดูแลในด้านบริการชุมชนพื้นฐานที่จำเป็น	1. ด้านการให้บริการชุมชนพื้นฐานมีเพียงพอ ภาครัฐเข้ามาอำนวยความสะดวกและจัดการดูแลในด้านบริการชุมชนพื้นฐานที่จำเป็น
2. ความเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)				
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)				
4. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)				
5. โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package)				
6. ด้านการให้บริการชุมชนพื้นฐาน (Ancillary service)				

ส่วนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์การวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ จังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

ผู้แทนจากภาครัฐ

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาครัฐ ประกอบไปด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัดน่าน ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดน่าน พัฒนาการจังหวัดน่าน และนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองน่าน รวมทั้งสิ้น จำนวน 5 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
น่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“มีผ้าทอและเครื่องเงิน”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ราคาค่าบริการต่าง ๆ ถือว่าค่อนข้างถูก ไม่แพง มีความเหมาะสมเพราะคน
น่านเป็นคนใจดี ธุรกิจโดยมากเป็นธุรกิจในครอบครัว ทำเองที่บ้านจึงใช้ต้นทุนน้อย”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ตอนนี้ช่องทางการจัดจำหน่ายถือว่าสะดวกรวดเร็วมาก สามารถหาข้อมูลได้
ง่ายไม่ว่าจะเป็นตามเว็บไซต์ต่าง ๆ ”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การจัดแสดง แต่ต้องดูเรื่องงบประมาณ ต้องดูความเหมาะสม การท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทยจังหวัดน่านเป็นผู้ดูแล แต่สถานการณ์ covid ทำให้ต้องหยุดการประชาสัมพันธ์
ไป ทำงานร่วมกับสายการบิน ที่พัก จัดเป็นโปรโมชันร่วมกัน”

5. ด้านบุคลากร (People)

“ส่วนใหญ่เป็นคนพื้นที่ มีใจรักบริการแต่ต้องอยู่ในการดูแลของภาครัฐ”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“ชาวบ้านทำเอง ท้องถิ่นดูแลกันเองแต่ก็ขึ้นอยู่กับบางพื้นที่ บางพื้นที่ก็เป็นไปในเชิงพาณิชย์”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ในอำเภอเมืองน่าน สิ่งที่น่าสนใจ คือ วัด แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อาทิ เตาเผาโบราณ กำแพงเมืองเก่า เป็นต้น”

“ในอำเภอบัว สิ่งที่น่าสนใจ คือ แหล่งทอผ้าพื้นเมืองและเครื่องเงิน”

“ในอำเภอบ่อเกลือ สิ่งที่น่าสนใจ คือ แหล่งผลิตเกลือโบราณ”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ด้านสินค้าและบริการมีราคาเหมาะสมกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับ นักท่องเที่ยวใช้จ่าย วันละ 1,600 บาท โดยเฉลี่ย ต่อคน ต่อวัน สำหรับค่าจอดรถไม่มีค่าบริการในการจอด”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ยังไม่เหมาะสมเท่าที่ควร ทั้งนี้ช่องทางการเข้าถึงข้อมูลยังกระจัดกระจาย ยังไม่ได้รวมเป็นแหล่งเดียว ทำให้การหาข้อมูลต่าง ๆ ไม่ครอบคลุม”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยผ่านทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ ทั้งนี้ในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากกว่า แต่การประชาสัมพันธ์แบบออฟไลน์ก็มีความจำเป็นในการสร้างการรับรู้และเตือนความจำให้นักท่องเที่ยวได้”

5. ด้านบุคลากร (People)

“ปัจจุบันขาดพนักงานในแหล่งท่องเที่ยวที่มีทักษะและความรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ยกเว้นบริเวณวัดภูมินทร์และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจังหวัดน่าน ที่จัดให้มีเจ้าหน้าที่

และมักคุ้นเคยให้บริการนักท่องเที่ยว พนักงานในบางพื้นที่ก็ไม่เปิดรับแนวคิดใหม่ เพราะพนักงานโดยมากเป็นคนในท้องถิ่นทำเอง”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้รับการดูแลรักษาโดยเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยการดูแลรักษาสถานที่ยังต้องอาศัยงบประมาณที่ได้รับทั้งจากภาครัฐและจากภาคเอกชน ด้านการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานนั้นมีการกระจายตามแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ความหนาแน่นในการให้บริการขึ้นอยู่กับปริมาณ ความถี่และความต้องการของผู้ใช้บริการ”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดเก็บข้อมูลความพึงพอใจและการประเมินผลการให้บริการ เพื่อไปใช้ในการดำเนินการและให้บริการต่อไป”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวนั้นมีให้เลือกหลากหลายมากครับ มีทั้งงานหัตถกรรม งานฝีมือหรือที่มาจากภูมิปัญญาของชุมชน ไม่ว่าจะเป็น ผ้าทอ เครื่องเงิน อย่างเรื่องของผ้า ก็จะเป็นผ้าที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติ เป็น ออร์แกนิกอย่างร้านแพรวนี้สามารถส่งออกตลาดต่างประเทศ ส่งออกไปตลาดฮ่องกง ญี่ปุ่น ยุโรป อย่างกลุ่มทอผ้าในจังหวัดน่านนี้มีอยู่ประมาณ 400 กลุ่ม มีทุกอำเภอ แต่ลวดลายของผ้าก็จะแตกต่างกันออกไปตามชุมชนของตน เป็นลายผ้าแบบดั้งเดิม บางชุมชนก็ต่อยอดจากการทอผ้าที่ขายเป็นผืนก็นำมาทำไปของใช้ต่างๆ ของตกแต่งซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น นอกจากนี้ก็จะมีเครื่องเงิน การแกะสลักเครื่องเงินของพ่อบุญช่วย หรือเครื่องเงินจากกลุ่มเมี่ยน ม้ง มีโรงงานผลิตอย่างที่ดีอยชิลเวอร์ก็ทำเป็นโรงเรียนสอนด้วย”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ด้านราคาและบริการในการท่องเที่ยวจังหวัดน่านถือว่าไม่แพงเลย อีกทั้งนักท่องเที่ยวก็สามารถเลือกซื้อได้ตามกำลังทรัพย์ของตนเอง นักท่องเที่ยวสามารถดูเปรียบเทียบราคาได้ในอินเทอร์เน็ต ราคาค่าบริการก็จะขึ้นอยู่กับสถานที่ ถ้าเป็นสถานที่ที่ได้รับ

ความนิยมมาก ๆ ราคาอาจจะสูงนิดหน่อยแต่ก็ไม่ถือว่าแพงเมื่อเทียบกับการไปเที่ยวในเมืองใหญ่ ๆ ”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าในการปัจจุบันสะดวกและรวดเร็วมาก สามารถซื้อขายออนไลน์ มีบริษัทขนส่งหลายบริษัทให้บริการ นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลที่ต้องการทราบได้ทางอินเทอร์เน็ต”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรเชิญบล็อกเกอร์ที่มีคนติดตามเยอะ ๆ มารีวิว หรือการเชิญศิลปินที่ได้รับความนิยมมาก ๆ ศิลปินแห่งชาติ มาถ่ายรูปรูปโปรโมทในมุมมองใหม่ ๆ เพื่อสร้างมิติใหม่ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับจังหวัดน่าน”

5. ด้านบุคลากร (People)

“บุคลากรส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของกิจการทำเอง โดยมากเป็นคนรุ่นใหม่ ซึ่งรูปแบบการทำงานและการจัดการจะอยู่ภายใต้กฎระเบียบของเมืองน่าน ซึ่งคนที่เข้ามาทำงานในส่วนนี้จะต้องเข้าใจภูมิการท่องเที่ยวของเมืองน่าน ยกตัวอย่างเช่น ในตัวพื้นที่ที่เป็นเขตเมืองเก่า อาคารหรือสีของตัวอาคารต้องเป็นสีน้ำตาล อย่างเช่น ร้านเซเว่น อีเลฟเว่นจะเข้ามาเปิดก็ต้องสร้างร้านให้เป็นสีน้ำตาลซึ่งต่างจากร้านของสาขาอื่น ๆ เป็นต้น”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“การดูแลจัดการในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ก็จะมีคนดูแลโดยมาเป็นคนในชุมชนนั้น ๆ ช่วยกันดูแล ถ้าอยู่ในเขตเทศบาลก็จะมีเทศบาลเข้ามาช่วยดูแล นอกจากนี้ก็จะมีอาสาสมัครที่เข้ามาช่วยดูแลเรื่องความสะอาดเรียบร้อยให้อีกแรงหนึ่ง ด้วยเหตุนี้เมืองน่านจึงเป็นเมืองที่ได้รับรางวัล เมืองที่สะอาดอันดับ 1 ของอาเซียน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดการขยะ การคัดแยกขยะ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวก็ต้องให้ความร่วมมือ ช่วยกันรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม คนในชุมชนก็ช่วยกันดูแลรักษา จัดการพื้นที่ของตนเองให้เรียบร้อย ท่องถิ่นให้ความสำคัญในเรื่องนี้มาก ดังนั้นจะสังเกตเห็นเลยว่า บนถนนทุกเส้นทางในจังหวัดน่านจะปลอดขยะ ไม่มีถังขยะวางทั่วไป จะมีการเก็บขยะและดูแลความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบันทึกข้อมูลให้เป็นแบบระบบดิจิทัล”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
น่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมมาซื้อ ผ้าทอ เสื้อผ้าพื้นเมือง เพราะผ้าทอน่านมี
ลวดลายสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของน่าน เป็นลายโบราณ เป็นผ้าทอที่ทำสืงจากธรรมชาติ
นอกจากนี้ก็จะเครื่องเงิน แต่เครื่องเงินก็ต้องขึ้นอยู่กับกำลังซื้อของนักท่องเที่ยว เพราะราคา
ค่อนข้างสูง”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ผมคิดว่าราคาค่าบริการต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ไม่ได้ถูกหรือแพง
จนเกินไป นักท่องเที่ยวทั่วไปสามารถจับต้องได้ อย่างห้องพักก็มีราคาหลักร้อยไปจนถึงหลัก
หมื่น ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบรีสอร์ท แต่ถ้าเป็นที่พักในแหล่งท่องเที่ยวบนเขาที่นักท่องเที่ยวนิยม
ไปเที่ยวราคาก็อาจจะสูงนิดหน่อย”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ในปัจจุบันมีการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ค่อนข้างเยอะ การจัดส่ง
สินค้าก็สะดวกสบายทำได้รวดเร็ว มีการขายของผ่านระบบอินเทอร์เน็ต อย่างเช่น การไลฟ์สด
ทางเฟซบุ๊ก เป็นต้น”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การใช้สื่อออนไลน์เข้ามาช่วยในการโปรโมทกิจกรรมหรือข่าวด้านการ
ท่องเที่ยว การไลฟ์สด การใช้โซเชียลมีเดีย เช่น การรีวิวของนักท่องเที่ยว หรือรายการ
ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เข้ามาถ่ายทำ ก็เป็นการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองน่านให้คนรู้จักเมือง
น่านมากขึ้น นอกจากนี้การใช้สื่อออนไลน์เหล่านี้ควรต้องมีการสอนให้คนในท้องถิ่นหรือชุมชน
ท่องเที่ยวใช้เครื่องมือเหล่านี้เป็น อาจจะเป็นลูกหลานที่จะช่วย เพื่อช่วยให้คนในท้องถิ่นได้ใช้
ประโยชน์จากโซเชียลให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพราะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต้นทุนต่ำ”

5. ด้านบุคลากร (People)

“ด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เรามีเจ้าหน้าที่ที่มีศักยภาพและความพร้อมสูงแต่อาจจะมีจำนวนไม่มาก และควรเพิ่มมัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้มากยิ่งขึ้น อย่างเช่น มัคคุเทศก์น้อยถ้าเป็นช่วงโรงเรียนเปิดเทอมเด็ก ๆ ก็ไม่สามารถมาทำได้ช่วงวันธรรมดา ก็จะมีให้บริการแค่ช่วงวันเสาร์อาทิตย์ และช่วงปิดเทอมเท่านั้น”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“การดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ก็จะมีคนในชุมชนนั้นๆช่วยกันดูแล หรือไม่ก็มีอาสาสมัครมาช่วยอีกแรง ซึ่งโดยภาพรวมเมื่อนานถือว่า เป็นเมืองที่สะอาดมาก ที่พักสะอาด อาหารน่ากิน ห้องน้ำสะอาด ครับ”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการแต่ละขั้นตอนการดำเนินงานไม่ว่าจะเป็นการผลิต บรรจุภัณฑ์ การจัดจำหน่ายออนไลน์ หรือการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดทำโบชัวร์หรือโปสเตอร์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว นำไปโพสต์ในเวปไซด์ต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้าไปดู เป็นต้น”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของคนน่าน โดยมากจะเป็นงานฝีมือ เช่น ผ้าทอ ผ้าปัก ที่มีลวดลายที่แสดงออกถึงจิตวิญญาณของชนเผ่าของตนเอง เครื่องเงินลวดลายโบราณที่ดูแล้วมีคุณค่าด้านจิตใจเห็นถึงความทุ่มเทและความตั้งใจของคนทำ”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ในเรื่องราคาและค่าบริการ ถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวส่วนมากไม่มีค่าเข้าชมเที่ยวฟรี จะมีที่พิพิธภัณฑ์ที่เสียค่าเข้า ส่วนถ้าเป็นด้านที่พัก ถ้าอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวราคาค่อนข้างสูงแต่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามกำลังซื้อของตนเอง ราคาอาหารถือว่าไม่แพง

ส่วนราคาเรื่องการเดินทาง ค่าโดยสาร ถ้าเลือกโดยสารเครื่องบินก็อาจจะมีราคาค่อนข้างสูง แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นนักท่องเที่ยวเลือกได้หมดตามความสะดวกและกำลังซื้อของตนเองครับ”

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การส่งเสริมการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ก็ต้องมีการพัฒนาเมืองที่มีระเบียบแบบแผน ใช้มิติ ความสุข มาเป็นจุดขาย คนมาแล้วมีความสุข คนมาแล้วสบายใจ เป็นเมืองที่น่าอยู่ 6 มิติ ตามแนวทางที่ตั้งไว้ ทั้งคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว นั่นก็คือ 1. เมืองสะอาดสวยงาม 2. สิ่งแวดล้อมดี มีการเอาใช้ประโยชน์ที่ดี 3. ชุมชนปลอดภัยระดับโลก 4. เมืองที่เป็นธรรมชาติ 5. คนในเมืองมีโอกาสสร้างรายได้เลี้ยงตนเองได้ และ 6. เมืองที่มีศิลปวัฒนธรรมที่สวยงาม ซึ่งด้านความสะอาดและด้านสิ่งแวดล้อมจังหวัดน่านมีรางวัลระดับอาเซียนรับประกันคุณภาพ”

4. ด้านบุคลากร (People)

“ขาดแคลนมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ที่มีองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ ที่สามารถเล่าเรื่องราวให้นักท่องเที่ยวได้”

5. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“ด้านการดูแลพื้นที่เราใช้ มิติเมืองแห่งความสุข 6 มิติ ในการดูแลและจัดระเบียบ คนในชุมชนช่วยกัน มีจิตอาสาเข้ามาช่วย ในเขตเทศบาลเราทำให้เป็นเหมือนห้องรับแขกของจังหวัดน่าน การเป็นเจ้าบ้านที่ดีมีน้ำใจ ซึ่งสังเกตได้จากการสร้างรั้วเตี้ย ๆ เพื่อให้คนที่มาได้เห็นแหล่งท่องเที่ยว บ้านเรือนได้ชัดเจน นอกจากนี้ยังแสดงถึงคนที่มีความตั้งใจดี สิ่งที่ยากทำต่อไปด้านพื้นที่คือการเอาสายไฟฟ้าลงใต้ดิน ถ้าทำให้สำเร็จก็จะทำให้เมืองน่านสวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อยมากขึ้น”

6. ด้านกระบวนการ (Process)

“ผมคิดว่า มีการเอาเทคโนโลยีมาช่วยในด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้ได้ปริมาณที่มากขึ้น”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจะเป็นผ้าทอ เครื่องเงิน ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาของท้องถิ่น ด้านราคาและบริการมีความคุ้มค่าและเหมาะสม ไม่แพงจนเกินไป

นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้หลากหลายแต่โดยมากจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสะดวกและรวดเร็ว การส่งเสริมการตลาดเน้นการตลาดดิจิทัลที่ต้องปรับเปลี่ยนให้ทันต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทุกฝ่ายร่วมมือกันในการดำเนินงาน ชุมชนเป็นเจ้าบ้านที่ดี ด้านบุคลากรถือว่ามีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยวแต่มีจำนวนบุคลากรค่อนข้างน้อย ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอชุมชนเป็นคนดูแลในภาพรวม ซึ่งเมื่อนานเป็นเมืองที่สะอาดและมีความปลอดภัยสูงอยู่แล้ว ด้านกระบวนการมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงานให้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

ผู้แทนจากภาคเอกชน

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาคเอกชน ประกอบไปด้วย ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดน่าน นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดน่าน นายสถานีเดินรถบริษัทขนส่ง 999 เจ้าของกิจการบริษัททัวร์ภูม่านฮอโฮเต็ล เจ้าของกิจการตุนนาโฮมสเตย์ ผู้จัดการศูนย์โอท็อป 1 ผู้ประกอบการร้านลำดวนผ้าทอและกาแปบ้านไทลื้อ เจ้าของกิจการโรงเรียนชาวนาดำบลศิลาเพชร และนักข่าวท้องถิ่น เพจ เสน่ห์น่านวันนี้ รวมทั้งสิ้น จำนวน 9 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากผ้าทอ เครื่องเงิน หรืองานหัตถกรรมของชุมชนแล้ว ก็เป็นผลิตผลจากการเพาะปลูกอย่างเช่น กาแฟ กาแฟที่น่านมีขึ้นชื่อมาก เป็นสายพันธุ์ อาราบิก้า ซึ่งต้องอาศัยต้นไม้ใหญ่ในการบดบังแสงเพื่อเติบโต ให้รสชาติดี อย่างชุมชนมณีพฤษ์ กาแฟเกชาที่ได้รับขนานนามว่านางฟ้าแห่งกาแฟ กาแฟถือว่าเป็นพืชเศรษฐกิจของน่านทำให้ชุมชนมีรายได้ การปลูกกาแฟเริ่มมากจาก โครงการ “คืนป่าให้แม่ด้วยกาแฟ” ในหลวงรัชกาลที่ 9 พระราชทานต้นกล้าให้ นอกจากกาแฟก็จะ มีชา มีโกโก้ ถ้าเป็นผลไม้ ก็จะมีส้มสีทอง ซึ่งเป็นส้มที่มีลักษณะพิเศษ มีสีออกเหลืองทอง ซึ่งทุกปีก็มีการจัดงานเทศกาลส้มสีทอง ส้มเขียวหวานชนิดหนึ่งแต่มีผิวสีเหลืองทอง และก็จะมีมะไฟจีน เป็นผลไม้ที่มีสรรพคุณทางยา ซึ่งมีที่เดียวในประเทศไทย มีสาหร่ายน้ำจืด โก ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านน้ำ

เกียน ได้รับรางวัลเหรียญเงินระดับโลก น่านมีการออกตรารับรองคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ คือ ตรา น่านแบรนด์”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ด้านราคา มาเที่ยวน่านถือว่าไม่แพง ดูจากสถิติของการท่องเที่ยวของน่าน ไม่ได้เติบโตแบบก้าวกระโดด นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวน่านต้องมีคุณภาพด้านการใช้จ่ายและเข้าใจบริบทของพื้นที่ เป็นนักท่องเที่ยวสีเขียว เป็นนักท่องเที่ยวที่ช่วยกันลดขยะ ธุรกิจการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้ระดับต้น ๆ ของจังหวัดน่าน เห็นได้ชัดช่วงโควิดที่ผ่านมารายได้ลดลง แต่ข้อดีคือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทย ดังนั้นโควิดที่ผ่านมาไม่ได้ก็ไม่ได้กระทบมากเท่าแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นนักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวควมค่าเงิน น่านแพงอย่างเดียวคือค่าตัวเครื่องบิน ค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ประมาณ 1,600 บาทต่อคนต่อวัน”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ในปัจจุบันเน้นการซื้อขายออนไลน์ ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายก็มีการปรับเปลี่ยนให้ทันต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่ต้องสะดวกและรวดเร็ว”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“เน้นการทำดิจิทัลมากระตุ้นให้ตอบโต้กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป”

5. ด้านบุคลากร (People)

“บุคลากร แยกเป็น 2 ฝ่าย คือ ภาครัฐ และภาคเอกชน การท่องเที่ยวที่ถือหน่วยงานที่ใหม่ในจังหวัดน่าน ซึ่งเปลี่ยนช่วงเปลี่ยนถ่าย โยกย้าย หน่วยงานภาครัฐถือว่ามีศักยภาพเพียงพอแต่มีจำนวนบุคลากรน้อย ถ้าเป็นภาคเอกชน พี่ถือว่ามี ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวมาพอสมควรแล้วละ และมีความรักความสมัครใจที่ดี ชมรมต่าง ๆ เข้ามาช่วยกันไม่ได้ แก่งแย่งกัน มีการทำงานเป็นทีมที่ดี ถือว่าบุคลากรในภาพรวมมีศักยภาพ”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“คนในชุมชนช่วยกันดูแลและมีภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยกันดูแลด้านความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่ตลอด”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
น่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผ้าทอ โดยเฉพาะผ้าลายน้ำไหล สมนไพรจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ผลไม้แปรรูป น้ำพริกข่า”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ราคาที่พักมีหลายราคาด้วยกัน มีตั้งแต่หลักร้อยถึงหลักหมื่น แต่ต้องจองล่วงหน้า ห้องพักที่จังหวัดน่านมีประมาณ 3,000 กว่าห้อง ส่วนเรื่องราคาอาหารก็เช่นกัน มีให้เลือกหลายราคา นักท่องเที่ยวเลือกได้ตามกำลังซื้อของตนเอง”

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การจัดเทศกาลให้ได้ในทุกฤดู เช่น ประเพณีแข่งเรือ การกินสลาก ปีใหม่ มังการโปรโมทให้มากโดยเฉพาะช่วง High Season”

4. ด้านบุคลากร (People)

“พนักงานรักในการให้บริการแต่เหมือนอย่างที่ผมบอกไป พนักงานส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ ในช่วงที่เป็นเทศกาล เช่นปีใหม่ สงกรานต์ ก็อยากจะหยุดงาน บางคนยอมขาดงาน ยอมโดนไล่ออก ซึ่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในการหาพนักงานในช่วงเทศกาลใหม่ เมื่อได้คนใหม่ก็ต้องมาสอนงาน มาเรียนรู้งาน ความเข้าใจในงานใหม่ ความต่อเนื่องในการทำงานก็ไม่มี พอประสบการณ์การทำงานน้อย การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเลยทำได้ไม่ค่อยดีเท่าที่ควร”

5. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องก็ช่วยกันดูแลดีครับ เรื่องความสะอาดดีมาก มีทั้งคนในชุมชนและอาสาสมัครเข้ามาช่วยกันดูแล”

6. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยเยอะ เช่นการใช้social Media ในการหาลูกค้า”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
น่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“มะไฟจีน ที่มีเฉพาะที่น่าน อย่างอื่นก็เหมือน ๆ กัน กับจังหวัดอื่น ๆ ของภาคเหนือครับ”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ด้านราคาค่าบริการ อันนี้ขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยวครับ ถ้ามาในช่วงฤดูท่องเที่ยวราคาก็ค่อนข้างจะสูงอยู่เหมือนกันครับ ค่าที่พักก็น่าจะเริ่มต้นที่ 1200 บาทขึ้นไปครับ”

3. ด้านบุคลากร (People)

“ส่วนมากจะเป็นคนในพื้นที่ที่จัดทำกันเอง อาจจะไม่ใช้คนที่ทำงานหรือจบด้านการท่องเที่ยวโดยตรง ดังนั้นการทำงานก็ทำกันเอง จัดการและบริหารโดยเจ้าของเองครับ”

4. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“มีการจัดการและรักษาความสะอาดที่ดีมากครับ เทศบาลก็ให้การดูแล คนในชุมชนก็ช่วยกันในการดูแลและรักษาความสะอาดดีมาก ตามแหล่งท่องเที่ยวก็จะมีกฎระเบียบที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดครับ และมีการดูแลด้านความปลอดภัยเป็นอย่างดีแต่ไม่มีการมอบหมายให้ใครคนใดคนหนึ่งเป็นผู้ดูแลอย่างชัดเจน”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
น่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผ้าทอ ผ้าทอลายน้ำไหล ลายที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดน่าน เครื่องเงิน จังหวัดน่านนี้เป็นแหล่งผลิตเครื่องเงินที่ส่งขายทั้งในและนอกประเทศครับ”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ราคาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่จังหวัดน่านถือว่าค่อนข้างถูก ราคาก็มีให้เลือกตามกำลังของนักท่องเที่ยว เช่น ที่พักราคาก็ไม่แพงอยู่ระหว่าง 400-1,000 บาท ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะนิยมซื้อในราคาประมาณ 800-1,200 บาท ถ้า 2,000 บาทขึ้นไปเป็นห้องอย่างดีเลยครับ ราคาอาหารและของที่ระลึกก็เลือกได้ตามความต้องการเลยครับ”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ในปัจจุบันรวดเร็วและสะดวกมากครับ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการเลยครับ มีหลายช่องทางมีหลายบริษัทขนส่งให้เลือกครับ”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“คนที่ส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องจับมือกัน ทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน ให้เป็นภาพรวมเดียวกัน”

“ทำเป็นแพ็คเกจรวมเช่น รวมที่พัก การเดินทาง อาหารหรือแม้แต่การแสดง ทุกฝ่ายร่วมมือกันในการคิดและจัดทำ”

5. ด้านบุคลากร (People)

“บุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังมีน้อย ขาดประสบการณ์การทำงาน โดยมากก็เป็นธุรกิจที่เจ้าของทำเอง ขาดบุคลากรที่เข้ามาช่วยด้านการตลาด ผมอยากให้มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด อย่างเช่นอาจารย์เสรี วงษ์มณฑา หรือนักการตลาดดัง ๆ มาอบรมให้ความรู้กับคนที่มีส่วนในการดูแลและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เข้าใจและทำงานไปในทิศทางเดียวกันครับ”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“ด้วยความที่จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่ถือว่าชุมชนมีความเข้มแข็งมาก ดังนั้นคนน่าน คนในชุมชนก็ช่วยกันสอดส่องดูแลและรักษาแหล่งท่องเที่ยวหรือในชุมชนของตนเองอยู่แล้วครับ โดยเฉพาะเรื่องความสะอาดนี่มาเป็นอันดับหนึ่ง น่านได้รางวัลเมืองสะอาดอันดับหนึ่งของอาเซียนเลยนะครับ แต่ถึงยังไงก็ควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตอนนี้เริ่มมีนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Z, Gen Y เข้ามามากขึ้น พวกเขาต้องเข้าใจการท่องเที่ยวแบบน่านด้วยครับ ในความคิดผมถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่อายุ 40 ปีขึ้นไป น่าจะเกิดความซาบซึ้งในด้านวัฒนธรรมมากกว่าครับ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
น่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผ้าทอและเครื่องเงิน เป็นงานฝีมือที่มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคน
น่าน”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ราคาและค่าบริการมีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับ
ราคาของสินค้าและค่าบริการนักท่องเที่ยวจับต้องได้ และมีให้เลือกหลากหลายตามกำลังซื้อ
ของลูกค้า”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“การจัดจำหน่ายและการเข้าถึงข้อมูลในปัจจุบันมีความรวดเร็วมาก มีบริการ
ขนส่งทั้งของรัฐและเอกชน เช่นการจัดส่งแยมม่อนให้ลูกค้า”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“ใช้การโปรโมท ประชาสัมพันธ์ และสถานประกอบการต้องรักษาความจริงใจ
ต่อนักท่องเที่ยว ให้บริการด้วยความเต็มใจ ดูแลและคอยอำนวยความสะดวกให้กับ
นักท่องเที่ยว”

5. ด้านบุคลากร (People)

“พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ พนักงานมีความสามารถในการ
ให้บริการได้เหมาะสมตามงานที่ทำในสถานที่นั้น ๆ ”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“มีการจัดการด้านความปลอดภัยและความสะอาดเป็นอันดับต้นๆในแต่ละ
แหล่งท่องเที่ยว”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการใช้ระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงานมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นระบบ
การจอง การเช็คอิน การชำระค่าบริการต่าง ๆ ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 6

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
น่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“มะไฟจีนเชื่อมแห้งที่เป็นสมุนไพรที่มีที่น่านที่เดียว นักท่องเที่ยวมาแล้วต้องได้ลองชิมมะไฟจีนแห้งนี้ถือว่ามาไม่ถึงน่าน เป็นตระกูลพวกส้มมะนาว รสชาติจะออกเผ็ดนิด ๆ แต่มีสรรพคุณทางยา”

“สาหร่ายน้ำจืด สาหร่ายน้ำน่าน ที่เรียกว่า ไก่ ซึ่งก็นำมาแปรรูปเป็นไก่ไข่ ไก่แผ่น มีโปรตีนสูง มีโอเมก้า 3 6 9”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“มีหลายระดับราคา ถ้าเทียบกับในอดีต ราคาปรับสูงขึ้น บางอย่างแพง บางอย่างถูก ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามกำลังซื้อของตนเอง และถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักราคาค่อนข้างสูง”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ตอนนี้ถือว่าสะดวกรวดเร็วมากค่ะ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทำได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว อาจจะเข้าไปดูจากทีวีต่าง ๆ ”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“ทำการตลาดออนไลน์ การใช้โซเชียลมีเดีย Facebook เพสต่างๆ ให้เป็นประโยชน์ในการสื่อข้อมูล ประชาสัมพันธ์”

5. ด้านบุคลากร (People)

“บุคลากรส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น ส่วนมากทำเองคิดเอง การบริการส่วนใหญ่ก็อยู่ในระดับที่ดีนะคะ นักท่องเที่ยวพึงพอใจ”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“มีคนดูแลความสะอาดเรียบร้อย คนในชุมชนช่วยกันบางครั้งก็มีอาสาสมัครเข้าไปช่วย อย่างวัดภูมินทร์ก็มีมัคคุเทศก์น้อยช่วยกันดูแล”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาสินค้า เช่น การทำสบู่เหลว ทำครีมทาหน้า มีการร่วมมือกับสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยในการทำวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้าท้องถิ่นให้ดีขึ้น”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 7

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ในอำเภอเมือง จะเป็นเครื่องเงิน มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ มีลวดลายประณีตงดงาม”

“ในอำเภอบัว ก็จะเป็นผ้าทอ ผ้ามัดย้อม มีลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของน่าน ผ้าทอไทลื้อ ใช้สีธรรมชาติ”

“อำเภอบ่อเกลือ ก็จะเป็นเกลือสินเธาว์ สปาเกลือ เกลือขัดผิว”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“โดยปกติไม่ได้มีการเสียค่าบริการในการเข้าชมหรือการจอดรถ เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นพ้องต้องกันว่าไม่ควรมีการเรียกเก็บค่าบริการเหล่านี้ จะมีบางสถานที่ที่เรียกเก็บค่าเข้าชมเช่น พิพิธภัณฑ์”

“ค่าที่พัก อาหารและเครื่องดื่มนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามกำลังซื้อของตนเอง”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ในปัจจุบันสะดวกสบายมาก และให้บริการได้อย่างรวดเร็ว”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การโปรโมทผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ การใช้เฟสบุ๊ก นอกจากนี้ก็ควรมีป้ายโฆษณาตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ”

5. ด้านบุคลากร (People)

“พนักงานโดยมากมีทักษะความรู้ ความสามารถเพียงพอในการปฏิบัติหน้าที่ และการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“ควรมีการจัดระเบียบ เช่น การจัดระเบียบเรื่องการเข้าชม การทิ้งขยะให้ถูกต้อง ตลอดจนการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในการเข้าชมสถานที่นั้น ๆ ให้ถูกต้องเหมาะสม”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยบ้างแต่ยังขาดการประเมินผลของการให้บริการ ในจุดนี้”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 8

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด น่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผ้าทอและ เครื่องเงิน”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ราคาในการท่องเที่ยวถือว่าไม่แพง เหมาะสมและคุ้มค่าในการซื้อ และ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามกำลังซื้อของตนเอง”

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การชูเอกลักษณ์เฉพาะในท้องถิ่นของตนเอง อย่างอำเภอบัวก็ชูเรื่องผ้าทอ ลายโบราณ ให้ภาคเอกชนผู้ประกอบการเข้ามาช่วยในการจัดจำหน่าย ซึ่งตรงนี้ภาคเอกชนจะทำได้ ดีกว่าชาวบ้าน”

4. ด้านบุคลากร (People)

“พนักงานไม่ได้ทำอาชีพนี้เป็นหลัก แต่มีใจรักในการบริการ ทำงานเป็นเหมือน คนในครอบครัว”

5. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“สถานที่ท่องเที่ยวสะอาด ปลอดภัย คนในชุมชนให้ความร่วมมือช่วยกันดูแล รักษาเป็นอย่างดี”

6. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการใช้โซเชียลมีเดียเข้ามาช่วยในกระบวนการจอง ในการติดต่อกับนักท่องเที่ยว”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 9

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผ้าทอ เป็นผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดน่าน เครื่องเงินที่มีลวดลายโบราณที่สวยงาม”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“นักท่องเที่ยวควรศึกษาข้อมูลก่อน เพราะการบริการมีให้เลือกหลายราคา ตามความต้องการและกำลังซื้อของนักท่องเที่ยว ทั้งด้านที่พักก็มีให้เลือกหลากหลาย”

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การส่งเสริมการตลาด ควรมีการประสานงาน หรือกับทุกภาคส่วน กับชมรมผู้ประกอบการ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน เพื่อร่วมกันวางแผนด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว สร้างเส้นทางท่องเที่ยว ส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว อบรบให้ความรู้แก่ชุมชน”

4. ด้านบุคลากร (People)

“บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีน้อย พนักงานส่วนมากเป็นคนในท้องถิ่นทำกันเอง อย่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของจังหวัดน่านมีพนักงานไม่ถึง 10 คนเลยครับ นอกนั้นก็จะเป็นหน่วยงานเสริมที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงเข้ามาทำงาน”

5. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“คนในชุมชนช่วยกันดูแลกันเอง และมีทางเทศบาลเข้าช่วยกันรณรงค์ในเรื่องการรักษาความสะอาดในพื้นที่ต่างๆที่อยู่ในความดูแล นอกจากนี้ก็จะมีจิตอาสาเข้าช่วยในการดูแลรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ”

6. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยมากขึ้น อย่างในเรื่องของกาแฟ ก็เอามาช่วยในส่วนของการผลิต การคั่ว ทำเป็นเส้นทางกาแฟในจังหวัดน่านตั้งแต่การปลูก การเก็บเกี่ยว ขั้นตอนในการผลิตจนกลายมาเป็นกาแฟที่พร้อมบริการให้กับนักท่องเที่ยวครับ”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคเอกชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ก็จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ผ้าทอ เครื่องเงิน อาหารพื้นเมือง ผลผลิตทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น ด้านราคาและบริการถือว่าไม่แพง นักท่องเที่ยวใช้จ่ายได้สบาย เนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กใช้ต้นทุนไม่สูงมาก นอกจากนี้ก็มีให้เลือกหลากหลายระดับตามกำลังซื้อของนักท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสะดวกและรวดเร็ว มีบริษัทขนส่งหลายบริษัทให้เลือกซึ่งปัจจุบันจากสถานการณ์โควิด 19 นักท่องเที่ยวหันมาซื้อขายสินค้าออนไลน์มากขึ้น การส่งเสริมการตลาดเน้นการทำงานร่วมกัน คนในชุมชนให้ความร่วมมือ ภาครัฐสนับสนุนงบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดเข้ามาช่วยวาง positioning ของเมือง ช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนรับรู้และรู้จักน่านผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น ด้านบุคลากรถือว่ามีความรักในการบริการ มีความเต็มใจและมีศักยภาพแต่มีจำนวนบุคลากรค่อนข้างน้อย โดยมากพนักงานจะเป็นคนในพื้นที่ทำกันเอง ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ คนในชุมชนจะช่วยกันดูแลและรักษาให้สะอาดเรียบร้อยเป็นหลัก ส่วนด้านกระบวนการก็มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยมากขึ้น

ผู้แทนจากภาคชุมชน

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาคชุมชน ประกอบไปด้วย นายอำเภอปัว นายกเทศมนตรีตำบลปัว นายอำเภอบ่อเกลือ นายกอบต. บ่อเกลือเหนือ ผู้ใหญ่บ้านบ้านบ่อหลวง ผู้รักษาการแทนเจ้าอาวาสวัดภูมินทร์ และผู้นำชุมชนกลุ่มผ้าทอไทลื้อบ้านเก็ด รวมทั้งสิ้นจำนวน 7 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ในอำเภอบัวแก้วจะมี เครื่องเงิน แต่นักท่องเที่ยวได้ได้นิยมซื้อเป็นของฝาก เนื่องจากราคาสูง ส่วนมากจะซื้อใช้เอง ผ้าทอก็จะมีให้เลือกหลายระดับหลายราคา ผ้าทอมียายที่เป็นเอกลักษณ์ของคนบ้าน เช่นผ้าทอลายน้ำไหล ถ้าเป็นของกินก็จะเป็น ข้าวหลาม โดยเฉพาะข้าวหลามป่าเพ็ญ แต่ได้ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ด้านที่พัก ราคาที่พักถือว่าถูกสำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม แต่ถ้าเป็นคนในพื้นที่ก็ถือว่าราคาค่อนข้างสูงพอสมควร แต่ราคาก็มีให้เลือกตามกำลังซื้อของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเลือกได้ว่าอยากพักแบบไหน”

“ด้านอาหารก็เช่นกัน ถ้าสำหรับคนในท้องถิ่นราคาอาจจะแพงแต่นักท่องเที่ยวยอมรับได้สังเกตจากในช่วงเทศกาลร้านอาหารยังไม่เพียงพอ”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ช่องทางการจัดจำหน่ายถือว่าสะดวกสบาย สามารถซื้อผ่านระบบออนไลน์ หรือสามารถเข้าไปดูในอินเทอร์เน็ต หรือตามเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือจองผ่านตัวแทนออนไลน์”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“สร้างการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เช่น กลุ่มไทลื้อ กลุ่มคนล้านนา ในภาคเหนือ เป็นต้น

“เราต้องดูว่านักท่องเที่ยวต้องการจะขายอะไรด้านวัฒนธรรม ดูเป้าหมายของนักท่องเที่ยวที่มา ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากจะทำอะไร อะไรเป็นจุดขายของบ้าน ความ เป็นธรรมชาติ วิถีชีวิตของบ้าน อาหารการกินของคนบ้าน ให้นักท่องเที่ยวได้มาใช้ชีวิตแบบคนบ้าน คือ เราต้องดูความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก”

“ควรมีการจัด Route Trail การท่องเที่ยวในแต่ละโซน ว่ามาเที่ยวสายเหนือ นอนที่ไหน ทำอะไรได้บ้าง มาสายใต้นอนที่ไหน กินที่ไหน “

5. ด้านบุคลากร (People)

“บุคลากรที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่ทำกันเอง การบริการก็ขึ้นอยู่กับบริหารจัดการของผู้ประกอบการนั้นๆ”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“การดูแลรักษาความสะอาดและดูแลด้านความปลอดภัย ส่วนใหญ่คนในชุมชนจะเข้ามาช่วยกันดูแล อาจจะมีเทศบาลเข้ามาช่วยดูแลบ้างถ้าแหล่งพื้นที่อยู่ในเขตของเทศบาล”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“ในปัจจุบันกระบวนการต่าง ๆ ต้องใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยอยู่แล้ว เพื่อช่วยให้ขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ สะดวกรวดเร็วและง่ายขึ้น”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผลิตภัณฑ์ ของอำเภอบัว ก็จะมี ผ้าทอพื้นเมืองลวดลายโบราณ มีเครื่องเงินส่วนมากจะเป็นของกิน เช่น แคนหมู ไช้ภูคา แกงส้มตุน ไก่กระบอก มะแขว่น ของที่ระลึกหรือสินค้าโอท็อปของบัวจริง ๆ ยังไม่เป็นรูปเป็นร่างที่ชัดเจนและโดดเด่น ที่บัวยังมีร้านที่เป็นศูนย์รวมโอท็อปน้อยครับ”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ด้านราคา ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ อย่างค่าที่พักก็มีหลายราคาให้นักท่องเที่ยวได้เลือก ราคาเริ่มต้น 500 บาทขึ้นไป ซึ่งถือว่าไม่แพง ส่วนราคาอาหารก็อยู่ในระดับปานกลาง ถ้าเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่น เมืองน่านนี้เป็นเมืองรองด้านการท่องเที่ยวดังนั้น ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันถือว่าไม่แพงนะครับ”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ในปัจจุบันมีช่องทางการจัดจำหน่ายมีการให้บริการที่สะดวกเร็วมากครับ รวมถึงการหาข้อมูลต่าง ๆ ที่เที่ยว ที่กิน ก็สามารถหาได้ในอินเทอร์เน็ต อยากู้อะไรก็สามารถหาได้หมดครับ”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“ควรเพิ่มในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ภาครัฐควรเข้ามา ช่วยพัฒนาและส่งเสริมชุมชนว่าควรจะต้องไปในทิศทางไหน”

5. ด้านบุคลากร (People)

“ถ้าเป็นด้านบริหารจัดการ ผมคิดว่าบุคลากรมีศักยภาพ มีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยว และอาจจะมีจำนวนบุคลากรค่อนข้างน้อย ส่วนบุคลากรภาคปฏิบัติส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ทำกันเอง”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“การดูแลความสะอาดและการจัดการเรื่องความเรียบร้อย โดยมากเป็นคนในชุมชนช่วยกัน ทางเทศบาลเข้าไปดูแลและช่วยสนับสนุนในสิ่งที่ชุมชนต้องการ”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“ปัจจุบันมีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้เยอะครับ เข้ามาช่วยในขั้นตอนต่าง ๆ ของการดำเนินงาน ตั้งแต่การผลิต การจำหน่าย การจองที่พัก ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่สะดวกรวดเร็วมากขึ้น”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ชาวบ้านทำเอง ที่บ่อเกลือนี้จะเป็นงานฝีมือจากภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นผลิตภัณฑ์จากเกลือที่เอามาแปรรูป ทำเป็นสปาเกลือ เครื่องจักรสานจากหวาย เครื่องจักรสานจากหญ้าสามเหลี่ยมบ้านหางทางหลวง ที่ชาวบ้านเอามาสานเป็นของใช้ต่าง ๆ เช่น กระเป๋าถือ ตะกร้า แจกัน ของตกแต่งบ้าน เป็นต้น”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ด้านราคานี้ถือว่าเป็นความพอใจของทั้งผู้ซื้อผู้ขาย บางครั้งแพงเราอาจจะถูกของเขา มันเป็นเรื่องของความพอใจทั้งสองฝ่าย ที่פקก็จะเป็นแบบต่างคนต่างทำ ราคาที่פקไม่ชัดเจน ไม่มีคนกำหนดมาตรฐานราคา หรือจัดระดับที่פק เจ้าของทำกันเอง บางที่ราคาก็สูงเหมือนกัน ราคา 15,000 ต่อคืน บางคนก็มองว่ามันแพงเกินไป ผู้ประกอบการควรปรึกษารัฐบาลหรือกันเพื่อหาราคาที่เหมาะสม เพราะถ้าเจอนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง ก็อาจจะไม่เป็นไร แต่ถ้าเจอนักท่องเที่ยวที่มีกำลังทรัพย์น้อยอาจจะเกิดการคอมเพลนในโลกโซเชียลต่าง ๆ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ในแง่ลบ ดังนั้นควรมีการแจ้งราคาก่อนล่วงหน้าเพื่อป้องกันปัญหาเหล่านี้

ที่อาจเกิดขึ้นได้ ส่วนราคาค่าอาหารก็อาจจะสูงกว่าราคาในตัวเมืองเพราะถือว่าเป็นค่าน้ำมันในการขึ้นให้บริการบนเขา”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า มีความรวดเร็วมากในปัจจุบัน การจัดส่งสะดวกสบาย มีบริการจัดส่งของบริษัทเอกชนเข้ามาเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นการจัดการก็ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการของร้านนั้นๆว่าจะดำเนินการอย่างไร”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“ทุกฝ่ายต้องมาทำงานร่วมกัน มาปรึกษาหารือกัน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน เพื่อหาแนวทางที่จะจัดการด้านการท่องเที่ยว ช่วยกันทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว”

5. ด้านบุคลากร (People)

“บุคลากรมีความรู้ความสามารถแต่มีจำนวนน้อย บางครั้งไม่สามารถมาประจำพื้นที่ท่องเที่ยวได้ อย่างที่บ่อเกลือเราไม่มีพนักงานด้านที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมาอยู่ประจำเลย มีแต่ผู้ประสานงานที่มาเป็นครั้งเป็นคราว ทำให้โครงการต่าง ๆ ที่คิดจะทำนั้นขาดความต่อเนื่อง”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“การดูแลรักษาความสะอาดบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยมากผู้นำชุมชนจะเป็นคนนำ คนในชุมชนก็จะช่วยกันดูแลสอดส่องทั้งเรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“เรื่องของการบริหารจัดการในปัจจุบัน ก็มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการจองที่พัก การซื้อขายออนไลน์ การจัดส่งสินค้า การผลิตสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
น่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ในอำเภอบ่อเกลือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยว ก็จะซื้อผลผลิตด้านการเกษตร หรืองานหัตถกรรม เช่นไม้กวาด เครื่องจักรสาน เกลือสินเธาว์ หรือผลิตภัณฑ์สปาเกลือ ที่ใช้ขัดผิว น้ำมันหอมระเหยจากดอกเกลือ โดยมากก็จะเป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นที่มาจากภูมิปัญญาของชาวบ้านครับ ส่วนที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวก็จะเป็นกาแฟ กาแฟของน่านนี้ได้รับรางวัลระดับประเทศนะครับ เป็นกาแฟพันธุ์ 9 อาราบิก้า ซึ่งต้องปลูกที่ความสูง 1,900 เมตร ครับ”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ด้านราคา ถ้าเป็นที่พักผมว่าก็ค่อนข้างสูงนะครับ แต่ก็หลายระดับ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ ส่วนด้านอาหาร ถ้าเป็นร้านอาหารที่คนนิยมหรือที่อยู่ในตัวเมืองราคาก็สูงนะครับสำหรับคนท้องถิ่น ส่วนราคาค่าบริการเข้าสถานที่ ที่เที่ยวส่วนใหญ่จะให้เข้าไปเที่ยวฟรีครับ ไม่ต้องเสียค่าเข้ายกเว้นที่พิพิธภัณฑ์ครับน่าจะเก็บค่าเข้าชมอยู่”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีเยอะมากครับ เนื่องจากสถานการณ์โควิด ร้านค้าส่วนใหญ่หันมาขายออนไลน์กันเยอะครับ ลูกค้าสามารถหาซื้อได้สะดวกสบายและรวดเร็ว อย่างของพี่น้องชาวเขาก็จะมีโครงการของดอยตุงมารับซื้อถึงที่เลยครับ ส่วนด้านการเข้าถึงข้อมูลก็ทำได้ง่ายออกไปไหนก็มีคนที่เคยไปมาแล้วมาโพสต์ให้เราได้ดูก่อนการเดินทางไปจริง ๆ ครับ”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การส่งเสริมการตลาดก็ต้องสร้างให้คนในชุมชนหรือคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องรู้จัก การทำประชาสัมพันธ์ การทำให้คนได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวที่มี การพัฒนาด้านถนนหนทางในที่ที่ยังเป็นถนนดิน ตัวอย่างเช่น จากตัวอำเภอบ่อเกลือถึงบ่อเกลือเหนือ จนถึงเขตชายแดนไทย-ลาว เป็นต้น มีการจัดระบบสาธารณูปโภคให้เพียงพอที่จะรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้น การปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงามและสะอาดอยู่เสมอ”

5. ด้านบุคลากร (People)

“บุคลากรส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่ เจ้าของทำเอง บางครั้งความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวโดยตรงอาจจะยังมีไม่พอ แต่พนักงานทุกคนก็ทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดีอยู่แล้ว คนน่านเป็นคนจิตใจดีเป็นมิตร นักท่องเที่ยวเมื่อมาสัมผัสแล้วก็เข้าใจเห็นถึงความ เป็นมิตรก็จะรู้สึกเหมือนเป็นพี่น้องกัน รู้สึกประทับใจดังนั้นนักท่องเที่ยวก็จะไม่ได้ไปคิดเรื่องของการบริการที่ต้องเป็นแบบมาตรฐานทั่วไป”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“การดูแลพื้นที่ก็จะเป็นคนในชุมชนนั้น ๆ ช่วยกันทำ ช่วยกันเป็นหูเป็นตาและดูแลให้เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่แล้ว”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการผลิตต่าง ๆ มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เครื่องคั่วกาแฟ หรือการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยชาวบ้านในการเรียนรู้ขั้นตอนต่าง ๆ เช่น การจองที่พัก การติดต่อแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่าน ระบบออนไลน์ต่าง ๆ รวมถึงช่วยในการจัดจำหน่ายด้วย”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“นอกจากเรื่องของกินแล้ว ผลิตภัณฑ์โดยมากเป็นก็จะเป็น ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาของชาวบ้านที่ช่วยกันคิดช่วยกันทำ ซึ่งพัฒนาชุมชนก็เข้ามาช่วยสอน มาช่วยแนะนำ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเกลือ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำสปาเกลือได้ นอกนั้นก็จะเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นจากหวาย หรือเครื่องจักรสานจากหญ้าสามเหลี่ยม”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ด้านราคาค่าบริการ ถ้าเป็นค่าบริการด้านสถานที่ ก็จะให้เข้าชมฟรี ส่วนเรื่องของค่าราคาที่พัก บางทีก็อาจจะสูง ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการ แต่ถ้าจะให้ดีควรผู้ประกอบการด้านนี้ ควรปรึกษารื้อกันเพื่อหาราคาที่เหมาะสม และทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึก

คุ่มค่า สร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการและเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาเรื่องราคาแพงที่อาจเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อภาพรวมของที่พักที่บ่อเกลือได้ ส่วนเรื่องราคาอาหารต้องยอมรับว่า ร้านอาหารที่บ่อเกลือจะแพงกว่าในเมืองปอนิดหน่อย อาจจะคิดว่าการเดินทางรวมไปด้วย ทั้งนี้การเลือกใช้บริการและการซื้อขายก็ขึ้นอยู่กับความพอใจของทั้งคนซื้อและคนขาย”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“การจัดส่งสะดวกสบาย มีบริการจัดส่งของบริษัทเอกชนให้บริการ แต่การจัดการก็จะขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการของร้านนั้น ๆ ส่วนการเข้าถึงข้อมูลปัจจุบันดูในอินเทอร์เน็ตอยากรู้เรื่องอะไรก็หาได้ แต่อาจจะไม่ได้ข้อมูลเฉพาะเท่ากับการสอบถามข้อมูลจากเจ้าของพื้นที่ หรือข้อมูลจากเจ้าของพื้นที่โดยตรง”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การหานักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย คือนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่จะเข้ามาเที่ยว”

“การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ชูสิ่งที่เป็นจุดเด่น จุดขายด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ ”

“การพัฒนาและปรับปรุงทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่ตนเองมีให้ยังคงเหมือนเดิมไม่เปลี่ยนไปตามกระแสโลก”

5. ด้านบุคลากร (People)

“บุคลากรถ้าเป็นภาครัฐถือว่ามีความรู้ความสามารถ แต่มีจำนวนพนักงานน้อย ไม่มีเจ้าหน้าที่ที่จะมาอยู่ประจำที่บ่อเกลือ ส่วนมากก็จะมีแค่ผู้ประสานงาน ถ้าได้บุคลากรของวัฒนธรรมจังหวัดเข้ามาช่วยกำหนดทิศทางและ ได้ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เข้ามาเป็นพี่เลี้ยง อธิบายให้ชุมชนเข้าใจการท่องเที่ยว มาช่วยทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนและช่วยจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ดีมาครับ”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“ด้านลักษณะทางกายภาพ ในการดูแลความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ของพื้นที่ ก็จะมีการจัดการโดย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชนช่วยกันดูแล รักษาความสะอาดอยู่แล้วครับ”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงานถือว่ามีในแทบทุกขั้นตอน ตั้งแต่การติดต่อ การจอง การเข้าพัก และการชำระค่าสินค้าและบริการ หรือแม้แต่ช่วยขั้นตอนการผลิต การดำเนินงานต่าง ๆ เพราะเราต้องใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ให้ทันต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 6

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผ้าทอ ผ้าสกินรูปภาพแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่ได้รับความนิยม อาหารพื้นเมือง น้ำปู่ แคบหมู ไก่ หรือสาหร่ายน้ำจืด น้ำพริกหนุ่ม ไส้อั่ว มะไฟจีนอบแห้ง มีสรรพคุณทางยา ซึ่งมีที่จังหวัดน่านที่เดียวในประเทศไทย”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ราคาที่ปักค่อนข้างสูง ราคาอาหารไม่แพง ราคาของที่ระลึกก็เป็นเฉพาะอย่าง เช่นผ้าทอ เครื่องเงิน ราคาค่าเยี่ยมชมสถานที่มีแค่ค่าเข้าพิพิธภัณฑ์ ที่อื่นก็ให้เข้าฟรี”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“สะดวกรวดเร็ว มีศูนย์กลางในการจัดจำหน่าย”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การประชาสัมพันธ์ด้านวิถีชีวิตของคนน่าน ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักวิถีชีวิตของคนน่านอย่างแท้จริง”

5. ด้านบุคลากร (People)

“มีคนที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านการท่องเที่ยวมีส่วนน้อย ส่วนมากเป็นเจ้าของทำกันเอง”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“เทศบาลเป็นผู้ดูแลความสะอาดในภาพรวม เราต้องสร้างจิตสำนึกให้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในการช่วยกันรักษาความสะอาด และดูแลความปลอดภัยในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“การใช้อินเทอร์เน็ตในการจอง หรือขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 7

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
น่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผ้าทอน่าน เป็นผ้าทอที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของคนไทลื้อ ใน 1 ผืน จะมี 12 ลายเป็นอย่างต่ำ สีที่ใช้ก็เป็นสีจากธรรมชาติ เช่น ชินม่าน ชินมัดถ่าน ชินลายน้ำไหล ชินลายไทลื้อ ผ้าคำเข็บ คำว่าเข็บหมายถึงเคลือบ ก็จะเคลือบด้วยดินเงินดินทอง”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ราคาก็ขึ้นอยู่กับแหล่งพื้นที่ บางที่ก็แพง บางที่ก็ไม่แพง นักท่องเที่ยวเลือกได้ตามกำลัง อย่างผ้าทอก็มีราคาตั้งแต่ 30 บาท ถึง 30,000 บาท”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“การจัดส่งและการจำหน่ายปัจจุบันสะดวกและรวดเร็วมาก มีบริการขนส่งหลายบริษัทให้เลือกได้”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การประชาสัมพันธ์ การออกงาน การจัดแสดงในงานเทศกาลต่าง ๆ เช่นไปออกงานโอท็อประดับประเทศที่เมืองทองธานี การจัดแสดงที่ศูนย์ศิลปาชีพ”

5. ด้านบุคลากร (People)

“มีความรู้ความสามารถเฉพาะบางคน เนื่องจากความจำกัดด้านอายุ ส่วนมากคนที่ต้องให้บริการจะเป็นกลุ่มคนสูงอายุในชุมชน ซึ่งอาศัยประสบการณ์ของตนเองในการให้ข้อมูลหรือความรู้กับนักท่องเที่ยว บางครั้งก็ได้ข้อมูลครบถ้วนบ้างไม่ครบบ้าง”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“แหล่งท่องเที่ยวสวยงาม สะอาด ความสะอาดนี้ต้องมาเป็นอันดับแรก”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“การทอดผ้าก็มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเหมือนกันแต่ไม่เยอะ ประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ของทั้งกระบวนการ”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมของชาติพันธุ์ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานหัตถกรรม งานจักสาน ผ้าทอ เครื่องเงิน อาหารพื้นเมือง ของที่ระลึก กาแฟ มะไฟจีน ด้านราคาและบริการที่ยาวนานไม่แพง ส่วนใหญ่ไม่มีบริการค่าเข้าชมสถานที่ ราคาที่พักและอาหารก็ไม่แพง นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามกำลังซื้อและความพึงพอใจ แต่ที่พิกบนเขาหรือที่ได้รับความนิยมมาก ๆ ก็อาจจะสูงสำหรับคนในพื้นที่ แต่ก็มีความคุ้มค่าคุ้มราคากับสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสะดวกและรวดเร็วมาก การส่งเสริมการตลาดควรเน้นการประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ภาครัฐช่วยสนับสนุนในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเอกชนให้ออกมาคนในพื้นที่มีส่วนในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว พังเสียงคนในชุมชนว่าต้องการอะไรให้ชุมชนเข้าใจการท่องเที่ยวเพื่อจะได้เป็นตัวแทนที่ดีในการนำเสนอการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและบอกต่อ ด้านบุคลากรส่วนใหญ่เป็นเจ้าของและคนในพื้นที่ทำกันเอง มีใจรักในการบริการ มีความเต็มใจในการบริการบุคลากรมีความรู้ความสามารถแต่อาจจะมีจำนวนน้อย ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอชุมชนเป็นผู้ดูแลเป็นหลักโดยเน้นเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัยเป็นหลัก ด้านกระบวนการก็มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น

ผู้แทนจากภาคนักวิชาการ

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนนักวิชาการ ประกอบไปด้วย ผู้ช่วยหัวหน้าศูนย์ฝึกวิชาชีพการโรงแรม วิทยาลัยการอาชีพปัว อาจารย์หัวหน้าแผนกวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพปัว และอาจารย์ประจำสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัดน่าน รวมทั้งสิ้น จำนวน 3 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผ้าทอ ผ้าทอมีลวดลายที่แตกต่างกันตามกลุ่มผ้า เช่น ผ้าลายน้ำไหล เป็นผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดน่าน ผ้าคำเข็บ ในอดีตจะเป็นผ้าทอที่ให้คนชั้นสูงสวมใส่มียืนเงินด้นทอง และราคาก็ไม่แพงมาก นักท่องเที่ยวจับต้องได้”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ราคาและค่าบริการมีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน จังหวัดน่านสามารถตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อของที่ระลึกได้ครบตามร้านขายของที่ระลึก รวมถึงสามารถซื้อผ่านระบบออนไลน์ ร้านค้าต่างๆก็จะมีเพลสและทำไลฟ์สดขายของ นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกและรวดเร็ว”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“เพิ่มการประชาสัมพันธ์ เพิ่มการส่งเสริมการขาย เพิ่มการโฆษณา ภาครัฐควรเข้ามาช่วยในการยกระดับสินค้า มีการทำโปรโมชันให้มากขึ้น”

5. ด้านบุคลากร (People)

“พนักงานส่วนมากมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล เช่นที่วัดภูมินทร์ก็จะมีมัคคุเทศก์น้อยที่คอยแนะนำนักท่องเที่ยว สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ตอบคำถามได้ สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“มีการปฏิบัติและดำเนินตามนโยบายของภาครัฐ น่านเป็นเมืองปลอดภัย ภาครัฐเข้ามาช่วยดูแลในแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่นั้นก็ช่วยกันดูแลรักษาเรื่องความสะอาดเป็นอย่างดี”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในหลายๆขั้นตอน เช่น การจองที่พักผ่าน applications ต่าง ๆ มากขึ้น”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด น่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผ้าทอ เป็นผ้าทอที่มีลวดลายที่มีเอกลักษณ์ ผ้าลายน้ำไหล ผ้าลายตีนจก เกือบสินเธาว์ เป็นเกลือที่ได้จากบ่อน้ำเกลือ ที่มีอยู่ตามธรรมชาติ มะแขว่น เป็นเครื่องเทศ ชนิดหนึ่งที่คนน่านเอาปรุงอาหาร สินค้าพื้นเมือง สมุนไพรที่ได้มาจากภูมิปัญญาของชาวบ้าน”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ด้านราคาและค่าบริการ ถ้าเป็นคนในท้องถิ่นก็จะรู้ดีกว่าราคาค่อนข้างแพง แต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวถือว่าจับต้องได้ ไม่แพงจนเกินไป ราคาที่พักรักก็มีความเหมาะสม มีให้เลือกหลากหลายขึ้นอยู่กับกำลังซื้อของนักท่องเที่ยว”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“ปัจจุบันมีความสะดวกสบาย แต่จากสถานการณ์โควิด นักท่องเที่ยวก็หันมาซื้อขายออนไลน์ ซึ่งสะดวกสบายมากและบริษัทขนส่งให้เลือกหลายบริษัท จัดส่งได้สะดวก”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“ต้องอาศัยสื่อเข้ามาช่วย ในการช่วยประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันถือว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มีผลในการช่วยสนับสนุนในการทำตลาดและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ภาครัฐต้องเข้ามาสนับสนุนคนในชุมชนและ ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับชุมชนท่องเที่ยวด้วย”

5. ด้านบุคลากร (People)

“พนักงานในระดับชุมชน ยังต้องให้ความรู้เพิ่มเติม เพราะคนในชุมชนบางกลุ่ม ยังไม่ค่อยเข้าใจการตลาดว่าเป็นอย่างไร และควรให้บริการที่มีมาตรฐานเป็นอย่างไร”

“พนักงานของภาคเอกชน ก็จะมีความรู้ความสามารถได้ดีกว่า แต่อาจจะต้องหาลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้การบริการนั้นตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยสูง มีการจัดการที่ดีอยู่แล้ว แหล่งท่องเที่ยวสะอาดเรียบร้อยและสวยงาม”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในขั้นตอนต่างๆ เช่น การชำระเงินออนไลน์ การทำสื่อออนไลน์ การนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)

“ผ้าทอ อาหารพื้นเมือง เช่น ตำพระเจ้าห้าพระองค์ หรือ ตำมะกู่ เป็นต้นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่อยู่ในป่าที่สมบูรณ์ และขึ้นเองตามธรรมชาติ”

2. ด้านราคาและบริการ (Price)

“ด้านราคาถ้าเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ ถือว่าเที่ยวน่านไม่แพง โรงแรมก็มีให้เลือกหลายราคา มีตั้งแต่ 300 บาทขึ้นไป ราคาอาหารและของที่ระลึกก็ไม่แพง”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

“การจัดจำหน่ายและการเข้าถึงข้อมูลในปัจจุบันถือว่าสะดวกและรวดเร็วมาก”

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

“การทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักจังหวัดน่านให้มากขึ้น ส่วนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เป็นเอกลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าให้มากขึ้น เมื่อได้รับความนิยมมากขึ้นคนก็เดินทางมาซื้อมากขึ้น การสร้างแผนธุรกิจด้านท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ”

5. ด้านบุคลากร (People)

“พนักงานส่วนใหญ่เป็นในพื้นที่ ทำกันเอง ภาครัฐและภาคการศึกษาควรสนับสนุนในด้านการให้ความรู้ความเข้าใจให้มากขึ้น”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)

“แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมีการจัดการและดูแลรักษาเป็นอย่างดี คนในชุมชนช่วยกันดูแลโดยเฉพาะด้านความสะอาดถือว่าดีมาก”

7. ด้านกระบวนการ (Process)

“มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต เช่น การสร้างโรงอบ โรงคั่วกาแฟ การแปรรูปอาหาร”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคนักวิชาการ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นผ้าทอลวดลายโบราณ ผ้าลายน้ำไหล ผ้าคำเชิบ เครื่องเงิน เกือบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเกลือ เครื่องจักรสาน ด้านราคาและบริการถือว่ามีความคุ้มค่าคุ้มค่า ราคาไม่แพงจนเกินไปและมีราคาหลายระดับให้เลือกตามความเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสะดวกและรวดเร็วปัจจุบันเป็นการซื้อขายออนไลน์เยอะมาก การส่งเสริมการตลาดให้คนในชุมชนมีความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวในการให้ข้อมูล และการให้บริการกับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องเหมาะสม สามารถเป็นตัวแทนที่จะนำเสนอการท่องเที่ยวให้คนได้รู้จักจังหวัดน่านมากขึ้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน กำหนดแนวทางในการดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ภาครัฐจัดหางบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการจัดงานแสดงงานเทศกาลต่าง ๆ ด้านบุคลากรมีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยว มีศักยภาพและความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวแต่ยังมีจำนวนบุคลากรน้อย ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอชุมชนเป็นผู้ดูแลหลักบางครั้งก็มีอาสาสมัครเข้ามาช่วยด้วย ส่วนด้านกระบวนการก็มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในทุกขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มความรวดเร็วและให้การทำงานสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น



ตาราง 11 การแสดงผลรูปแบบตามส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ

คำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ได้แก่	ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)	ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)	ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)	ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)
1.ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	1.ผ้าทอ	1. ผาทยลายโบราณ	1. ผาทย	1.ผาทย
2. ดัชนีราคาและบริการ (Price)	2.เครื่องเงิน	2.เครื่องเงิน	2.เครื่องเงิน	2.อาหารพื้นเมือง
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.แหล่งประวัติศาสตร์	3.ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของชาวบ้าน	3.งานหัตถกรรม งานฝีมือ	3.เครื่องเงิน
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.แหล่งผลิตเกลือสินเธาว์	4.ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติแบบดั้งเดิม	4.อาหารพื้นเมือง	
5. ดัชนีบุคลากร (People)	5.งานหัตถกรรม งานฝีมือ	5.ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร		
6. ดัชนีลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	เครื่องจักรสาน	กาแฟ สมุนไพร มะพร้าว		
7. ดัชนีกระบวนการ (Process)				

ตาราง 12 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)

คำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ได้แก่	ด้านราคาและบริการ (Price) 1.ด้านราคาที่พักมีให้เลือกหลายระดับ ราคามีความเหมาะสมขึ้นอยู่กับที่พักที่พักรับ 2.ราคาอาหารเครื่องดื่มถือว่ามีความคุ้มค่าที่จ่ายไป 3.แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ต้องเสียค่าเข้าชม 4.ราคาค่าบริการต่าง ๆ ถือว่าค่อนข้างถูก เนื่องจากเป็นธุรกิจภายในครอบครัว ซึ่งไม่ได้มีต้นทุนสูง	ด้านราคาและบริการ (Price) 1.ด้านราคาสินค้าบริการต่าง ๆ มีความเหมาะสมกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับ 2.ด้านที่พักนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามกำลังซื้อของตนเอง เพราะมีที่พักให้เลือกหลากหลาย 3.ด้านอาหารก็ถือว่าไม่แพงเมื่อเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ	ด้านราคาและบริการ (Price) 1.ราคาค่าบริการในการมาเที่ยวนานถือว่าไม่แพง นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามกำลังซื้อ และมีราคาให้เลือกหลายระดับ 2.ราคาที่พัก ถ้าเป็นบungalow เกือบครึ่งของเที่ยวที่ได้รับความนิยมราคาสูงนิดหน่อย แต่ทั้งนี้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้	ด้านราคาและบริการ (Price) 1.ด้านราคาและค่าบริการถือว่าเป็นคนในท้องถิ่นอาจจะรู้สึกแพงไปนิด แต่ถ้านักท่องเที่ยวสามารถจ่ายได้ ไม่ได้แพงจนเกินไป 2.ราคาที่พักมีความเหมาะสมและคุ้มค่าเหมาะสมกับเงินที่จ่ายไป
1.ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)	ด้านอาหารเครื่องดื่มถือว่ามีความคุ้มค่าที่จ่ายไป	ด้านที่พักนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามกำลังซื้อของตนเอง	ด้านราคาและบริการ (Price) 2.ราคาที่พัก ถ้าเป็นบungalow เกือบครึ่งของเที่ยวที่ได้รับความนิยมราคาสูงนิดหน่อย	ด้านราคาและบริการ (Price) 2.ราคาที่พักมีความเหมาะสมและคุ้มค่าเหมาะสมกับเงินที่จ่ายไป
2.ด้านราคาและบริการ (Price)	ด้านราคาและบริการ (Price) 3.แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ต้องเสียค่าเข้าชม	ด้านราคาและบริการ (Price) 3.ด้านอาหารก็ถือว่าไม่แพงเมื่อเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ	ด้านราคาและบริการ (Price) 3.ด้านอาหารก็ถือว่าไม่แพงเมื่อเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ	ด้านราคาและบริการ (Price) 3.ด้านอาหารก็ถือว่าไม่แพงเมื่อเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ด้านราคาและบริการ (Price) 4.ราคาค่าบริการต่าง ๆ ถือว่าค่อนข้างถูก เนื่องจากเป็นธุรกิจภายในครอบครัว ซึ่งไม่ได้มีต้นทุนสูง	ด้านราคาและบริการ (Price) 4.ด้านอาหารก็ถือว่าไม่แพงเมื่อเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ	ด้านราคาและบริการ (Price) 4.ด้านอาหารก็ถือว่าไม่แพงเมื่อเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ	ด้านราคาและบริการ (Price) 4.ด้านอาหารก็ถือว่าไม่แพงเมื่อเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ
4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ด้านราคาและบริการ (Price) 5.ด้านบุคลากร (People)	ด้านราคาและบริการ (Price) 5.ด้านบุคลากร (People)	ด้านราคาและบริการ (Price) 5.ด้านบุคลากร (People)	ด้านราคาและบริการ (Price) 5.ด้านบุคลากร (People)
5.ด้านบุคลากร (People)	ด้านราคาและบริการ (Price) 6.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	ด้านราคาและบริการ (Price) 6.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	ด้านราคาและบริการ (Price) 6.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	ด้านราคาและบริการ (Price) 6.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)
6.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	ด้านราคาและบริการ (Price) 7.ด้านกระบวนการ (Process)	ด้านราคาและบริการ (Price) 7.ด้านกระบวนการ (Process)	ด้านราคาและบริการ (Price) 7.ด้านกระบวนการ (Process)	ด้านราคาและบริการ (Price) 7.ด้านกระบวนการ (Process)
7.ด้านกระบวนการ (Process)				

ตาราง 13 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ตามส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)

คำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ได้แก่	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 1.การจัดจำหน่ายสะดวกสบาย มีช่องทางให้เลือกมากกว่าเดิม ปัจจุบันเน้นช่องทางออนไลน์ ซึ่งมีความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านราคาและบริการ (Price) 3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5.ด้านบุคลากร (People) 6.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation) 7.ด้านกระบวนการ (Process)	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 1.เน้นการซื้อขายออนไลน์ 2.การเข้าถึงข้อมูลสะดวกและรวดเร็วมาก	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 1.ปัจจุบันมีความสะดวกและรวดเร็ว 2.ปัจจุบันนิยมซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ต่าง ๆ 3.มีบริการขนส่งหลายบริษัทให้เลือก	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 1.การจัดหน่ายและการเข้าถึงข้อมูลในปัจจุบันถือว่าสะดวกและรวดเร็วมาก 2.นักท่องเที่ยวนิยมซื้อขายผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น

ตาราง 14 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ตามส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)

คำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ได้แก่	การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 1. มีการพัฒนาเมืองที่มีระเบียบแบบแผนที่ไปในทิศทางเดียวกัน 2. ชาวบ้านต้องเข้าใจคอนเซ็ปต์และให้ความร่วมมือ 3. การใช้สื่อออนไลน์เข้ามาช่วยในการโปรโมท ประชาสัมพันธ์ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 4. รวมนี้อีกกับธุรกิจเครือข่ายในการจัดโปรโมทร่วมกัน 5. สร้างมิติใหม่ตามการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านให้แตกต่างจากที่อื่น	การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 1. เน้นการทำดีจิตตอลมาเก้ตติ้ง 2. จัดแสดง จัดเทศกาลให้ดึงดูดสายตา 3. ทุกฝ่ายต้องจับมือทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน 4. ทำโปรโมทร่วมกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 5. สถานประกอบการต้องจริงจังต่อกัน 6. ใช้การโปรโมท ประชาสัมพันธ์จากผู้ที่มีอิทธิพลในโลกโซเชียล	การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 1. สร้างการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน 2. รัฐบาลจะขยายอะไร ขยายให้ใครและขยายอย่างไร 3. เน้นการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น 4. ภาครัฐจัดหางบประมาณเข้ามาช่วยสนับสนุน 5. ทุก ๆ ฝ่ายร่วมมือกันในการวางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยว 6. คนในชุมชนให้ความร่วมมือและสนับสนุน เป็นเจ้าบ้านและชูตการท่องเที่ยวที่ดี	การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 1. การทำสื่อประชาสัมพันธ์ 2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น 3. การสร้างแผนธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ 4. ใช้สื่อเข้ามาช่วย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ 5. เพิ่มการส่งเสริมการขาย มีการทำโปรโมทให้มากขึ้น
ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)				
ด้านราคาและบริการ (Price)				
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)				
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)				
ด้านบุคลากร (People)				
ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)				
ด้านกระบวนการ (Process)				

ตาราง 15 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ตามส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)

คำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ได้แก่	ด้านบุคลากร (People) 1. ส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ 2. มีใจรักการบริการ 3. เน้นแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต พนักงานให้การให้ข้อมูล ประวัตินักงานเป็นมา เรื่องเล่าต่างๆของความประทับใจ แหล่งพื้นที่	ด้านบุคลากร (People) 1. บุคลากรมีศักยภาพมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว 2. บุคลากรมีจำนวนน้อย 3. มีจิตใจดี ชอบช่วยเหลือ 4. ส่วนมากเป็นเจ้าของกิจการทำเอง	ด้านบุคลากร (People) 1. ส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ทำกันเอง 2. คนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญมีน้อย 3. เป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นมิตร 4. มีความเต็มใจในการให้บริการ	ด้านบุคลากร (People) 1. พนักงานส่วนใหญ่มีความรู้ความสามารถ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจภายในครอบครัว คนในพื้นที่ทำเอง
1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)	4. จำนวนบุคลากรมีน้อย	5. พนักงานมีความเต็มใจในการบริการ มีความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่	5. จำนวนบุคลากรตามการท่องเที่ยวมีน้อย บางพื้นที่ไม่มีเจ้าหน้าที่ประจำ	2. พนักงานในระดับชุมชนยังต้องให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติม
2. ด้านราคาและบริการ (Price)	5. ขาดแคลนผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว		6. มีความรู้ความสามารถเฉพาะบางคน เนื่องจากความจำกัดด้านอายุและการให้ความรู้แก่พนักงานเหล่านั้นยังไม่เพียงพอ	3. ภาครัฐและภาคการศึกษาควรเข้ามาสนับสนุนการให้ความรู้ความเข้าใจมากขึ้น
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)				
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)				
5. ด้านบุคลากร (People)				
6. ตามลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)				
7. ด้านกระบวนการ (Process)				

ตาราง 16 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ตามส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาคอีสาน ภาคขอนแก่น และภาคนักวิชาการ (ต่อ)

คำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ได้แก่	ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)
1.ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)	1.ด้านการดูแลพื้นที่ที่จะใช้หลักสถิติ เรื่องแห่งความสุข 6 มิติในการดูแลและจัดระเบียบ คนในชุมชนด้วยกัน บางครั้งก็มีจิตอาสาเขา มาช่วย	1.ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวจะช่วยกันดูแลสภาพแวดล้อมในแหล่งพื้นที่ให้สวยงาม สะอาด	1.ชุมชนให้ความสำคัญและช่วยกันดูแลสภาพแวดล้อมในแหล่งพื้นที่ให้สวยงาม สะอาด	1.แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเป็นระเบียบ สะอาดเนื่องจากคนในพื้นที่จะช่วยกันดูแลทั้งเรื่อง การดูแลสภาพแวดล้อมและด้านความปลอดภัย
2.ด้านราคาและบริการ (Price)	2.สถานที่อยู่ในเขตเทศบาลก็จะมีความและทำนุบำรุงแหล่งรักษาและทำนุบำรุงแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีอยู่เสมอ	2.คนในชุมชนช่วยกันดูแลและรักษาความปลอดภัย	2.คนในชุมชนช่วยกันดูแลและรักษาความปลอดภัย	2.คนในชุมชนช่วยกันดูแลและรักษาความปลอดภัย
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.มีอาสาสมัครเข้ามาช่วยในการจัดการเรื่องขยะ การดูแลความเรียบร้อย ดูแลด้านความปลอดภัย	3.มีอาสาสมัครเข้ามาช่วยในการจัดการเรื่องขยะ การดูแลความเรียบร้อย ดูแลด้านความปลอดภัย	3.มีอาสาสมัครเข้ามาช่วยในการจัดการเรื่องขยะ การดูแลความเรียบร้อย ดูแลด้านความปลอดภัย	3.มีอาสาสมัครเข้ามาช่วยในการจัดการเรื่องขยะ การดูแลความเรียบร้อย ดูแลด้านความปลอดภัย
4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.ด้านบุคลากร (People)	4.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	4.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	4.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)
5.ด้านบุคลากร (People)	5.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	5.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	5.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	5.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)
6.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	6.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	6.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	6.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)	6.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)
7.ด้านกระบวนการ (Process)	7.ด้านกระบวนการ (Process)	7.ด้านกระบวนการ (Process)	7.ด้านกระบวนการ (Process)	7.ด้านกระบวนการ (Process)

ตาราง 17 การแสดงผลสรุปการสัมภาษณ์ตามส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (7Ps) ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ (ต่อ)

คำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ได้แก่	ด้านการบริการ (Process) 1.มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดเก็บข้อมูลความพึงพอใจและการประเมินผลบริการ เพื่อปรับปรุงหรือดำเนินการพัฒนาให้ดีขึ้น มีความสะดวกและรวดเร็วในการทำงานมากขึ้น	ด้านการบริการ (Process) 1.มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในขั้นตอนต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อลดเวลาและทำให้การดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง	ด้านการบริการ (Process) 1.มีการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น โดยเฉพาะระบบอินเทอร์เน็ตที่ช่วยให้ขั้นตอนต่าง ๆ ง่ายขึ้น มีความสะดวกและรวดเร็วในการทำงาน	ด้านการบริการ (Process) 1.มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในหลาย ๆ ขั้นตอนเพื่อให้อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
1.ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product)				
2.ด้านราคาและบริการ (Price)				
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)				
4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion)				
5.ด้านบุคลากร (People)				
6.ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation)				
7.ด้านกระบวนการ (Process)				



ส่วนที่ 4 ผลการสัมภาษณ์การหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

ผู้แทนจากภาครัฐ

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาครัฐ ประกอบไปด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัดน่าน ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดน่าน พัฒนาการจังหวัดน่าน และนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองน่าน รวมทั้งสิ้น จำนวน 5 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ระดับผู้ปฏิบัติการ ชมรมต่าง ๆ มาทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน อพท.สำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองเก่าน่าน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่จะทำงานให้เยอะขึ้น”

2. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“ชาวบ้านต้องเข้าใจในคอนเซ็ปต์ ความเป็นเอกลักษณ์ ความเป็นธรรมชาติของความเป็นคนน่านจริง ๆ แล้วรักษาความเป็นเอกลักษณ์ รักษาสิ่งที่มีให้ดีและมีประสิทธิภาพไม่ให้หายไป”

“ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว เลือกนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ กำหนดนักท่องเที่ยวเป้าหมาย”

“สร้างระเบียบ ข้อปฏิบัติให้นักท่องเที่ยว”

“ไม่เห็นเงินมาเป็นอันดับต้น ๆ ”

“ความเป็นเมืองเล็ก ๆ จึงทำให้คนในจังหวัดน่านรู้จักกันหมด ทำให้เกิดการ ทำงานเป็นทีมที่ดี ชุมชนเข้มแข็ง และการร่วมมือของคนในท้องถิ่นที่ดี”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“เมื่อพัฒนาและปรับปรุงแล้วต้องรักษาความดั้งเดิมเอาไว้ เก็บรักษาเอกลักษณ์ที่มีอยู่ ภูมิใจในชาติพันธุ์ของตนเอง รักษาอารยธรรมของคนนานเอาไว้ ส่วนคนรุ่นใหม่ต้องเรียนรู้และสืบทอดสิ่งที่คนรุ่นก่อนนำมา กำหนดแนวทางในการปฏิบัติที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“มีการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีทิศทางและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความยั่งยืน”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ทุกภาคส่วนควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เพื่อให้การพัฒนาสามารถพัฒนาได้ในทุกมิติ ทั้งนี้ในการส่งเสริมแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว ควรเป็นหน้าที่ของภาครัฐ โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นผู้มีส่วนหลักในการจัดทำแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และในส่วนของการดูแลและการขับเคลื่อนควรเป็นหน้าที่ของภาคประชาชนและเจ้าของพื้นที่ที่ให้บริการนั้น ๆ ”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“3.1 การให้ความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการจัดทำแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้ทิศทางและเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความชัดเจนและยั่งยืน”

“3.2 งบประมาณสำหรับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”

“3.3 การสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นและสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“ชุมชนเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนให้ดำเนินต่อไปได้ ภาครัฐควรเข้าไปสนับสนุนชุมชนอย่างต่อเนื่อง ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็ง ผู้นำส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน วิถีชีวิตในหมู่บ้าน และชุมชนควรมีรายได้จากการท่องเที่ยว รายได้ช่วยให้คนในชุมชนดูแลตนเองได้”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“1.1 มุ่งเน้นให้ชุมชนเข้มแข็ง”

“2.2 รักษาความเป็นอัตลักษณ์ของน่าน”

“3.3 ให้ความรู้กับคนในชุมชนให้เข้าใจและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ว่าการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยให้ชุมชนดีขึ้นอย่างไร ยกตัวอย่างเช่น ชุมชนวัดกั้ง เมื่อ 6 ปีที่แล้ว ทางวัฒนธรรมก็เข้าไปให้ความรู้ ช่วยจัดการด้านการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น เข้าไปแนะนำเจ้าของพื้นที่ว่าควรทำอะไรเพื่อให้ชุมชนช่วยตัวเองได้”

“4.4 ช่วยจัดกิจกรรมให้ชุมชน”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“2.1 ผู้นำ ผู้บริหารของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ต้องตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวและร่วมมือกันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่านให้มากขึ้น”

“2.2 การจัด Road Show ไปเรียนรู้ด้วยกัน แล้วนำความรู้ที่ได้มาบอกต่อ มาสานต่อในหน่วยงานของตนเอง”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“3.1 การท่องเที่ยวที่เน้นวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของคนน่านที่มีความหลากหลายด้านชาติพันธุ์และวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันออกไปตามชาติพันธุ์นั้น ๆ ”

“3.2 การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับศักยภาพของเมืองที่จะสามารถรองรับได้ ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถรองรับได้โดยเฉลี่ยต่อ ก็ประมาณ 1 ล้าน คน”

“3.3 เลือกนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ให้เป็นนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ”

“3.4 วางแผนที่จะรองรับการท่องเที่ยวจากปัจจุบันไปอีก 20 ปีข้างหน้า”

“3.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ ดังนั้น เราต้องหาอะไรที่แปลกใหม่และหรือมีการปรับเปลี่ยนให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“1. ควรมีการสร้างศูนย์การเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”

“2. ฝึกคนรุ่นใหม่ให้สืบทอดวัฒนธรรมของน่านไม่ให้สูญหายหรือถูกบิดเบือนไปจากเดิม”

“3. สร้างที่จอดรถใต้ดิน”

“4. ควรมีการท่องเที่ยว ที่มีการเชื่อมโยงแต่ละชาติพันธุ์ทั่วประเทศ อาจจะมีการจัดงานที่รวมเป็นการรวมตัวของชาติพันธุ์นั้น ๆ เพราะการมีชาติพันธุ์ที่หลากหลายถือว่าเป็นต้นทุนที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมื่อทำในประเทศแล้ว ก็ควรมีการเดินทางของกลุ่มชาติพันธุ์จากต่างประเทศด้วย เช่น ชาวไทลื้อที่ มาจากจีน มาจากสิบสองปันนา เป็นต้น”

“5. คนน่านต้องช่วยกันรักษารากเหง้าของวัฒนธรรมตนเองเอาไว้”

“6. เสนอให้เมืองน่านเป็นเมือง Top 100 ให้มีการประชุม สัมมนา นักท่องเที่ยวจะได้เกิดการถ่านเทเข้าหากัน”

“7. การท่องเที่ยวจังหวัดน่านเน้นนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ”

“8. จังหวัดน่านมี ทีมท่องเที่ยวพลัส ซึ่งเป็นหน่วยงานเสริมด้านการท่องเที่ยวที่ช่วยสนับสนุนและเน้นการท่องเที่ยวชุมชน”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ให้นักการตลาดเข้ามาช่วยทำการโปรโมทและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับชุมชนท่องเที่ยวต่าง ๆ ”

“การนำเสนอการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ในมุมมองที่แปลกใหม่ สร้างความแตกต่าง ๆ ในหลาย ๆ รูปแบบ”

“การเล่าเรื่องราว ตำนานของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ให้น่าสนใจ การนำเสนอ การแสดงของชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนนั้น ๆ อันนี้ควรมีทุกชุมชน มีการเล่าเรื่องความประทับใจต่าง ๆ ซึ่งในส่วนนี้ยังขาดสถานที่ในการจัดการแสดง สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ ๆ อยู่”

“เสน่ห์ของคน่าน ความเป็นมิตรของคน่านที่ดูแลนักท่องเที่ยวเหมือนคนในครอบครัว การมีน้ำใจไมตรีของคน่านที่ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวด้วยความจริงใจ”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ภาคเอกชนนำก่อนแล้วภาครัฐให้การสนับสนุน ส่วนชุมชนต้องเป็นเจ้าบ้านที่ดี ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยไมตรีจิตร์ องค์การปกครองท้องถิ่น เช่น อบต.แต่ละพื้นที่ วัฒนธรรมจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว พัฒนาชุมชน การดูแลอุทยานวัดวิถี แนวทางประชารัฐ การท่องเที่ยวโดยชุมชน สภาวัฒนธรรมของแต่ละอำเภอ สภาวัฒนธรรมของจังหวัด องค์การด้านการท่องเที่ยวเอกชน เจ้าของโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร บริษัททัวร์ ต้องทำงานร่วมกันช่วยกัน ตลอดจนการให้ความรู้กับคนในท้องถิ่นให้เข้าใจ เห็นภาพตรงกัน มีเป้าหมายเดียวกันและทำงานให้ไปในทิศทางเดียวกัน”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“ปัจจัยที่จะสนับสนุนให้จังหวัดน่านเป็นเมืองเป้าหมายการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมคือ ความเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต ตรงนี้ถือว่าจังหวัดน่านแตกต่างจากเมืองเก่าอื่น ๆ และเป็นเมืองเก่าที่มีวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากเมืองอื่น ๆ ”

“มีการทำงานเป็นทีมที่ดีในการประสานงานกับจังหวัดใกล้เคียงที่คอยให้การสนับสนุน เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน”

“การมีเส้นทางเชื่อมต่อการท่องเที่ยวทั้งไทยและลาว”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“พัฒนาชุมชน สานต่อชุมชนวิถี”

“ทำให้ชาวบ้านสร้างรายได้ พัฒนาของฝาก ของที่ระลึกให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น”

“การทำอาหารให้ปลอดภัย มีการเลือกใช้วัตถุดิบที่ปลอดภัยและมี เป็นผักอินทรีย์ หรือนำเสนออาหารพื้นถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้เมนูให้น่ากินและน่าสนใจมากขึ้น สร้างเอกลักษณ์

เฉพาะให้อาหารของตนเอง ไม่ปรับเปลี่ยนเอาใจผู้บริโภคนักเกิดไป หรือทำให้รสชาติผิดเพี้ยนไปจากเดิม”

“ชูวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น ภาษาท้องถิ่น คำเมือง การแต่งกายของชาติพันธุ์ต่างๆ การแสดงศิลปวัฒนธรรม พยายามสืบสานอนุรักษ์สิ่งเหล่านี้เอาไว้ หรือ ความพร้อมในการจัดแสดงในแหล่งชุมชนนั้น ๆ การนำเสนอในรูปแบบของความเป็นน่าน เพื่อนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวให้ได้เห็นของที่เป็นต้นฉบับ ของดั้งเดิม”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การอนุรักษ์และรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของความเป็นน่านไม่ให้สูญหายไป”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“หน่วยงานภาครัฐ เทศบาล การท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดที่จะให้การสนับสนุน จัดหางบประมาณ หน่วยงานภาคเอกชน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเข้ามาช่วยทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ อพท. การท่องเที่ยวชุมชน ให้ชุมชนสามารถจัดการด้านการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“การสร้างแตกต่าง ว่าการท่องเที่ยวของน่านควรเป็นอย่างไรแล้วใช้ความแตกต่างนี้เป็นจุดขาย ส่วนในช่วงฤดูท่องเที่ยวอย่างหน้าหนาวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเยอะ ๆ ก็มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้าท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่และความสามารถในการรองรับ เพื่อจะได้ไม่หนาแน่นจนเกินไป ทำให้การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ เงินในกระเป๋าของคนในพื้นที่เพิ่มขึ้นโดยที่ความสุขของคนน่านยังเหมือนเดิม”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาหรือการส่งเสริมการท่องเที่ยวอะไรก็ดี ในจังหวัดน่านก็ขอให้ยึดหลักของความพอเพียง เพราะถ้าพอเพียงได้ก็จะเกิดความยั่งยืน แต่ถ้าโลกมากจนเกินไปก็จะเกิดความล้มเหลว”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน การพัฒนาผังเมืองที่มีระเบียบแบบแผนที่ไปในทิศทางเดียวกัน ให้ชาวบ้านเข้าใจคอนเซ็ปการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านที่ควรจะเป็น ชุมชนให้ความร่วมมือในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ใช้สื่อออนไลน์ช่วยในการโปรโมท การประชาสัมพันธ์ ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างความร่วมมือกับธุรกิจเครือข่ายในการจัดโปรโมชันร่วมกัน และร่วมกันสร้างมิติใหม่ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านให้แตกต่างจากที่อื่น

ผู้แทนจากภาคเอกชน

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาคเอกชน ประกอบไปด้วย ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดน่าน นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดน่าน นายสถานีเดินรถบริษัทขนส่ง 999 เจ้าของกิจการบริษัททัวร์ภูม่านฮอลี่เดีย เจ้าของกิจการตุนนาโฮมสเตย์ ผู้จัดการศูนย์โอท็อป 1 ผู้ประกอบการร้านลำตวนผ้าทอและกาแป้นไทลื้อ เจ้าของกิจการโรงเรียนชาวนาตำบลศิลาเพชร และนักข่าวท้องถิ่น เพจ เสน่ห์น่านวันนี้ รวมทั้งสิ้น จำนวน 9 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“น่านต้องเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีคุณค่า นำส่งความสุขและคุณค่าให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาแล้วประทับใจ เกิดเผยแพร่การบอกต่อให้เรา”

“เน้นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพของการใช้จ่าย คุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม มาแล้วช่วยกันดูแลสิ่งแวดล้อม ช่วยดูแลเรื่องขยะ”

“น่านจะเป็นเครือข่ายเมืองท่องเที่ยวสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก”

“เน้นการท่องเที่ยวแบบไทยเที่ยวไทย เน้นให้คนไทยเข้ามาเที่ยว”

“เน้นการตลาดด้านดิจิทัลให้มากขึ้น”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ทุกฝ่ายต้องทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมาย เชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“น่านต้องเมืองท่องเที่ยวที่ส่งมอบคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้นและเป็น
จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวคุณภาพ”

“การรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมที่มีไม่ให้สูญหายไป”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“น่านต้องเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ค่อย ๆ โตเชิงจำนวนแต่เน้นการเติบโตเชิงรายได้”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะ
เมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ต้องเข้าหาคนในชุมชน ให้เข้าใจการท่องเที่ยว”

“การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นเพื่อ
รองรับนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูท่องเที่ยว”

“การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมือนเดิม เพิ่มการเล่าเรื่องราว ของแหล่ง
ท่องเที่ยวนั้น ๆ ให้เกิดการบอกเล่าปากต่อปาก”

“การจัดงานแสดงต่าง ๆ ”

“การส่งเสริมการรวมตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่มีในระดับโลก”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ทุกองค์กร ทุกหน่วยงาน ที่เชื่อมโยงกัน เช่น การท่องเที่ยวและกีฬา การ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อพท. ในการจัดหางบประมาณมาสนับสนุน การประชาสัมพันธ์
การสร้างความร่วมมือและหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมาย เชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“การสร้างความปลอดภัยแล้วเกิดการบอกต่อปากต่อปากของนักท่องเที่ยว
รักษาความเป็นน่าน ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น ในการให้บริการที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ดูแล
และให้คำแนะนำกับนักท่องเที่ยวได้ รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

สร้างความเป็นเอกลักษณ์และความต่างในวัฒนธรรมของตนเอง จังหวัดน่านต้องเป็นเมืองที่ปลอดภัย ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยเมื่อมาเที่ยวน่าน”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“ภาคเอกชนต้องปรับตัวให้เยอะขึ้น มีการอบรมให้ความรู้เพื่อยกระดับธุรกิจของตนเอง”

“สร้างเครือข่ายกับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว เพิ่มมิตรภาพในการทำงานร่วมกัน”

“มีัคคุเทศก์ท้องถิ่น ที่สามารถพูดภาษาต่างประเทศได้”

“เตรียมความพร้อมของเมือง ของคนในพื้นที่ ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้น”

“การสร้างมาตรฐานในการบริการ”

“การให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวว่ามาเที่ยวจังหวัดน่านต้องปฏิบัติตนอย่างไร อธิบายเหตุผลให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ”

“การปลูกฝังความรู้ จรรยาบรรณ ความซื่อสัตย์ในอาชีพ วินัยและ การสร้างจิตสาธารณะให้คนรุ่นใหม่”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“จังหวัดน่านน่าจะส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นทางประเพณี เทศกาลต่างๆ ที่เกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ เพราะที่จังหวัดน่านมีกลุ่มชาติพันธุ์ค่อนข้างเยอะ มีความหลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ครับ”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ผมคิดว่าน่ามีการประสานงานร่วมกันของภาครัฐและเอกชน หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ที่จะเข้ามาช่วยเหลือและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดน่านให้มากขึ้นครับ”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“ปัจจัยที่จะช่วยให้จังหวัดน่านเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายของภาคเหนือ น่าจะต้องส่งเสริมให้แต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ได้แสดงออกถึงความต่างที่ชัดเจนของชาติพันธุ์ของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านวิถีชีวิต ประเพณี พิธีกรรมต่าง ๆ เป็นต้น”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“อยากให้หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวเข้ามาประสานงานกับรถโดยสารสาธารณะ รถมอเตอร์ไซด์ ที่นำนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดน่าน เพราะบางครั้งนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวก็มีการสอบถามข้อมูลต่าง ๆ จากพนักงานที่ให้บริการ ดังนั้นเจ้าหน้าที่หรือพนักงานเดินรถควรได้รับคำชี้แนะหรือการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อที่จะสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้ว่าควรจะทำอย่างไร”

“การท่องเที่ยวในจังหวัดน่านควรเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวควรมีความรู้ความเข้าใจในความเป็นน่าน เพื่อคนที่มีส่วนร่วมในการทำงานก็ทำงาน”

“จังหวัดน่านควรมีมีคณาจารย์ท้องถิ่นที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวได้ เพราะการท่องเที่ยวจังหวัดน่านจำเป็นต้องมีคนแนะนำในเรื่องของการเดินทางไปยังแหล่งในด้านข้อมูลที่สำคัญหรือสิ่งที่น่าสนใจที่นักท่องเที่ยวควรรู้เพื่อปฏิบัติตาม”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“หาคนที่มีศักยภาพด้านการตลาดหรือผู้เชี่ยวชาญ เข้ามาช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ไปในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม วาง positioning ของการท่องเที่ยวเมืองน่าน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนรับรู้ให้มากขึ้น”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกัน มีผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเข้ามาเสนอแนะแนวทาง เข้ามาช่วยกำหนดทิศทางและช่วยโปรโมทการตลาดในน่าน ในการนำคนเข้ามาเที่ยว”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“การคมนาคมที่สะดวกจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเพิ่มขึ้น”

“การสร้าง Positioning มีจุดขายที่ชัดเจน อาจจะใช้เรื่องธรรมชาติ ควบคู่ไปกับด้านวัฒนธรรม เนื่องจากจังหวัดน่านมีอุทยานแห่งชาติ 7 อุทยานด้วยกัน แล้วด้านวัฒนธรรมก็เป็นเมืองร้อยวัด”

“เมืองน่านเป็นเมืองสะอาด มีรางวัลการันตีที่สนับสนุนและสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาแล้วจะเห็นความสวยงามสะอาดตา”

“ควรจัดงานมหกรรม หรือจัดเคมเปย์ที่น่าสนใจที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“อยากให้มีส่วนช่วยชาวยุทธด้านการตลาดเข้ามาช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นกว่าเดิมครับ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“คนในชุมชนต้องรักและภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง รักษาวัฒนธรรมประเพณีเอาไว้ให้คงเดิม คนในชุมชนต้องให้ความร่วมมือ ร่วมกันรักษาวิถีชีวิตของตนให้คงเดิม”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“หน่วยงานของรัฐบาล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“รักษาความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ความเป็นอยู่ ความเป็นธรรมชาติ ความสงบของบ้านเมือง รักษาความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายของชาวบ้าน ช่วยกันรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“1. อยากให้นักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว”

“2. ชาวบ้าน คนในชุมชนต้องได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด”

“3. การท่องเที่ยวควรเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 6

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ควรส่งเสริมด้านวิถีชีวิตของคนน่าน การเที่ยววัดวาอารามต่าง ๆ ”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง พัฒนาชุมชนในเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน และที่สำคัญคือคนในท้องถิ่นต้องให้ความร่วมมือ”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“การจัดการระบบขนส่ง เที่ยวบิน สายการบินที่มากขึ้น ตอนนี้มีแค่สายการบินเดียวทำให้ราคาตัวเครื่องบินแพงมาก”

“การกำหนดราคาราคามาตรฐาน ไม่ขึ้นราคาเอาเองหรือบางครั้งก็ขึ้นราคามากเกินไปโดยเฉพาะในช่วงHigh Season”

“เมืองน่านเป็นเมืองที่มีขนาดเล็ก ควรเพิ่มในด้านความพร้อมที่จะรองรับด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นระบบสาธารณูปโภคให้ดีขึ้น การมีน้ำใช้ที่เพียงพอต่อความต้องการ”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“จังหวัดน่านไม่ต้องเป็นเมืองที่ทันสมัยเหมือนเมืองใหญ่ ๆ ให้จังหวัดน่านคงความเป็นน่าน คงวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้ อย่าให้สังคมเมืองดูคดกลืน”

“ให้รักษาความเป็นเมืองที่สงบเอาไว้ บางครั้งการมีคนจำนวนมากเข้ามาก็อาจจะเกิดปัญหาตามมา เช่น อาชญากรรม โจรผู้ร้าย”

“ให้คนน่านอยู่กันแบบนี้ต่อไป คือ อยู่กันแบบเอื้ออาทร ไม่แก่งแย่งกัน”

“อยากให้จังหวัดน่านเป็นเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้เห็นวิถีชีวิตแบบเนิบ ๆ ไม่ต้องรีบร้อน สบาย ๆ เที่ยวชมน่านแบบเนิบ ๆ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 7

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การให้ความรู้ความเข้าใจกับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ให้ตระหนักถึงความภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง ว่าวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมที่มีความสำคัญ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวแล้วอยากกลับมาเที่ยวซ้ำอีก”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ผู้นำในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ต้องมีส่วนในการวางแผน การบริหารจัดการและเป็นผู้ประสานงานระหว่างภาครัฐกับคนในท้องถิ่นในการสนองต่อนโยบายที่ภาครัฐได้กำหนด ผู้ประกอบการก็ต้องมีส่วนร่วมให้ความร่วมมือสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนน่านที่ยังคงรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้ในอดีตเป็นอย่างดี ปัจจุบันก็ยังคงเหมือนเดิม”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“ในการบริหารจัดการของภาครัฐควรทำอย่างต่อเนื่อง และมีการสอบถามหรือปรึกษาคนในท้องถิ่นในการวางแผนนโยบายต่าง ๆ ว่าคนในท้องถิ่นอยากให้การท่องเที่ยวไปในทิศทางไหน ภาครัฐควรสนับสนุนและดึงผู้ประกอบการ ผู้นำในท้องถิ่นนั้นๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการให้มากขึ้น รวมถึงการจัดหางบประมาณเข้ามาสนับสนุนในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว”

“สร้างความเข้าใจให้ชุมชนเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่มี ความเป็นมิตรไมตรีของคนในชุมชน”

“ราคาต้องสมเหตุสมผล ยิ่งนักท่องเที่ยวจ่ายมาก ความคาดหวังก็จะสูงตาม แต่ถ้าจ่ายน้อยแต่ได้รับมาก นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความประทับใจและเกิดการบอกต่อ”

“ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวควรทำให้ครบวงจร เช่น มีทั้งที่เที่ยว ที่กิน ที่พัก และที่ซื้อของ”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 8

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“ทำวัฒนธรรมให้ถูกต้องตามเดิมและถ่ายทอดสิ่งที่เป็นของแท้ให้คนรุ่นหลัง ทั้งทางด้านภาษา การแต่งกาย อาหารท้องถิ่น ให้คงความเป็นคนน่านที่แท้จริง”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“พัฒนาชุมชนเข้าช่วยและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“การรักษาอัตลักษณ์ของความเป็นน่าน การเล่าเรื่องความเป็นมาในแต่ละพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยว การทำเรื่องราวความเป็นมาของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ เรื่องราวของผ้าทอ และรักษาวิถีชีวิตแบบเดิมเอาไว้”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“บทบาทของผู้นำทุกฝ่ายต้องชัดเจน”

“การสร้างความโดดเด่นให้กับทรัพยากรที่ตนเองมี”

“ควรมีการศึกษาดูงานเพื่อกระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจ ให้คนในท้องถิ่นรู้ว่าวิถีชีวิตของคนรุ่นเก่ามีความเป็นมาอย่างไร และส่งต่อความรู้ ภูมิปัญญาให้กับคนรุ่นใหม่”

“รณรงค์ในการอนุรักษ์การแต่งกาย ศิลปะวัฒนธรรม การแสดงการฟ้อนให้คงอยู่ต่อไป”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 9

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“คนในชุมชนต้องช่วยกันในการเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนการเป็นเจ้าภาพที่ดีในการดูแลนักท่องเที่ยว ความเป็นมิตรไมตรีต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่จะกลับไปพร้อมความประทับใจและบอกต่อการท่องเที่ยวน่านให้คนอื่น ๆ ได้รับรู้”

นอกจากนี้คนในชุมชนต้องพัฒนาความรู้ด้านการท่องเที่ยวของน่านให้ตนเองได้เข้าใจอย่างถูกต้อง เพื่อสามารถให้ข้อมูลหรือให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวได้”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ผมคิดว่าภาครัฐมีส่วนสำคัญมากในการเข้ามาช่วยพัฒนาและสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดหางบประมาณเข้ามาช่วยชุมชนท่องเที่ยวต่างๆตลอดจน เข้ามาพัฒนาในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์ ตลอดจนการเข้ามาอบรมให้ความรู้กับชุมชนให้เห็นความสำคัญและเข้าใจด้านการท่องเที่ยว อย่างเช่น เรื่องประเพณีการแข่งขันเรือ ก็ต้องใช้แรงงานคนในการพาย ถ้าเป็นเรือเล็ก เรือ 1 ลำต้องใช้คนพายประมาณ 25 -30 คนแล้ว และต้องฝึกซ้อมเป็นเดือน ๆ ซึ่งในช่วงฝึกซ้อมคนเหล่านี้ก็จะขาดรายได้ ตรงจุดนี้ ภาครัฐควรเข้าช่วยหาทางแก้ไขหรือหางบประมาณเข้ามาช่วยสนับสนุนครับ”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“ปัจจัยที่จะช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านหลักๆผมคิดว่าเป็นด้านงบประมาณในการจัดงานเพื่อประชาสัมพันธ์หรือการจัดแสดงต่าง ๆ ของท้องถิ่น เพราะงานบางงานของท้องถิ่น ชุมชนช่วยกันจัดงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลของชนเผ่า แต่ไม่ค่อยมีใครมาเที่ยวเนื่องจากไม่มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง คนไม่รู้ พอไม่มีคนมาเที่ยวชุมชนก็ไม่มีรายได้ ครึ่งหน้าจะจัดงานอีกก็ไม่มีใครอยากทำแล้ว ความต่อเนื่องของการจัดงานก็ไม่มี นอกจากด้านงบประมาณและการประชาสัมพันธ์แล้ว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านควรส่งเสริมด้านความยั่งยืนด้วย คือการให้คนในชุมชนหรือนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาเที่ยวมีความเข้าใจในวัฒนธรรมวิถีชีวิตของคนน่านจริง ๆ ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรด้านวัฒนธรรมที่มีแล้วช่วยกันดูแลรักษาให้คงอยู่แบบนี้ต่อไปให้คนรุ่นลูกรุ่นหลานได้เห็นครับ”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“1.สร้างความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ชาวบ้านได้ตระหนักเห็นคุณค่าในวัฒนธรรมของตนเอง”

“2. ภาครัฐเข้ามาช่วยสนับสนุนและช่วยเหลือชาวบ้านอย่างต่อเนื่อง”

“3. มีทำข้อตกลงระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ในการร่วมมือกัน ช่วยกันส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน”

“4. จัดหางบประมาณเข้ามาช่วยส่งเสริมและผลักดันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคเอกชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ต้องเน้นการทำดีจิตตอลมาเก็ดติง มีการจัดแสดงนำเสนอการท่องเที่ยว จัดเทศกาลให้ได้ตลอดปี ทุกฝ่ายต้องจับมือทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน และทำโปรโมชันร่วมกับธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน ส่วนสถานประกอบการก็ต้องมีความจริงใจต่อนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่าและได้รับการบริการที่มีคุณภาพ ใช้การโปรโมท ประชาสัมพันธ์จากผู้ที่มียุทธภพในโลกโซเชียลเข้ามาส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดการรับรู้ในวงกว้างมากขึ้น

ผู้แทนจากภาคชุมชน

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาคชุมชน ประกอบไปด้วย นายอำเภอบั่ว นายกเทศมนตรีตำบลบั่ว นายอำเภอบ่อเกลือ นายกอบต. บ่อเกลือเหนือ ผู้ใหญ่บ้านบ้านบ่อหลวง ผู้รักษาการแทนเจ้าอาวาสวัดภูมินทร์ และผู้นำชุมชนกลุ่มผ้าทอไทลื้อบ้านเก็ด รวมทั้งสิ้นจำนวน 7 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านควรเป็นอย่างไร

“การเตรียมความพร้อมในการจะเป็นเมืองท่องเที่ยว เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการพื้นที่ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ส่วนใหญ่ร้านพวกนี้เปิดให้บริการคนในพื้นที่เป็นหลัก ที่พักก็จะเป็นที่พักขนาดเล็กที่เจ้าของทำเอง ถ้าเราจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเราต้องมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ทุกฝ่ายต้องทำงานร่วมกัน แต่ต้องให้ชุมชนเป็นหลัก ถ้าคนในชุมชนไม่เอาด้วยก็ทำอะไรไม่ได้”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมาย เชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“ส่วนตัวผมมองว่าจังหวัดน่านยังไม่พร้อมที่จะเป็นเมืองหลักด้านการท่องเที่ยว เพราะน่านยังไม่สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้เหมือนเมืองท่องเที่ยวหลัก ที่รับนักท่องเที่ยวได้ทีละเยอะ ๆ น่านเป็นเมืองขนาดเล็ก ไม่มีโรงแรมใหญ่ ๆ หรือร้านอาหารที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทีละ 100 คนขึ้นไปได้ จังหวัดน่านควรจะเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะมีศักยภาพและทรัพยากรด้านนี้สูง นักท่องเที่ยวเมื่อคิดถึงน่านส่วนใหญ่จะมาเที่ยวชมธรรมชาติ ขึ้นเขา ดูทะเลหมอกและเที่ยวด้านวัฒนธรรม วอลีชีวิตของคนน่านรองลงมาครับ”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“หาความเป็นอัตลักษณ์ของน่านที่แท้จริง เช่นส่งเสริมการท่องเที่ยวของน่าน”

“รักษาทรัพยากรที่ตนเองมี โดยเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติทั้ง 7 แห่ง ให้สมบูรณ์

“น่านต้องเน้นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นหลัก เพราะนักท่องเที่ยวที่เข้ามา จะตั้งด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ”

“มาเที่ยวน่าน ถ้าจะเที่ยวให้ครบจริง ๆ อย่างน้อยต้องมา 3 รอบ แบ่งเป็นโซนการท่องเที่ยว โซนเหนือ โซนกลาง โซนใต้”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะ
เมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“เน้นการประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชนท่องเที่ยว”

“ชุมชนสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจนและพัฒนาสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นให้โดดเด่น”

“ชุมชนเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างแท้จริง”

“ชุมชนช่วยกันรักษาวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองที่มีมาตั้งแต่อดีตให้คงอยู่และถ่ายทอดให้คนรุ่นหลังได้สืบทอดต่อไป”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ทุก ๆ ฝ่ายต้องร่วมมือกัน ช่วยกัน”

3. มีปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมาย

เชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“เมืองน่านนี้เป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมโดดเด่น มีวัดวาอารามโบราณต่าง ๆ มีวิหารทรงล้านนา ที่ต่างจากที่อื่น คนน่านและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว ต้องช่วยกันอนุรักษ์ วัฒนธรรมเหล่านี้เอาไว้ ให้การอบรมกับชุมชนให้เข้าใจความสำคัญตระหนักถึงคุณค่าในทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตนเองมี เกิดความรัก ความภูมิใจและหวงแหนวัฒนธรรมที่ตนเองมี”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“ทุกฝ่ายควรทำงานร่วมกัน มีทิศทางการทำงานและเป้าหมายเดียวกันในการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของน่าน”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การทำงานที่ทุกฝ่ายช่วยกันระดมสมอง ผู้นำก็ต้องร่วมมือกัน เน้นการประชาสัมพันธ์ในโซเชียลมีเดีย การรีวิวแหล่งท่องเที่ยว ภาครัฐช่วยในเรื่องการจัดสรรงบประมาณต่าง ๆ ที่จะเข้ามาสนับสนุนคนในชุมชน ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมจังหวัด กรมศาสนาที่จะเข้ามาเฝ้าระวังและเป็นหน่วยงานหลักในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เข้ามาช่วยในระดับพื้นที่ มาทำงานประจำในพื้นที่ท่องเที่ยว เพราะถ้าจะให้ชาวบ้านคิดเองทำเอง ก็ทำได้แต่อาจทำได้ไม่ดีพอ”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“อย่างที่ผมบอกนะครับว่า ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องเข้าทำงานร่วมกัน ปรีกษาหารือกัน ชุมชนต้องการอะไร ผู้ประกอบการสามารถทำอะไรได้บ้าง และภาครัฐสามารถเข้ามาส่งเสริมอะไรได้บ้าง”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมาย

เชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“สร้างความตระหนักให้ชุมชนเห็นคุณค่าความเป็นตัวตนของตนเอง รักและภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ช่วยกันอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรที่ตนเองมีให้คงอยู่ และสืบทอดไปสู่คนรุ่นใหม่ได้สานต่อไม่ให้วัฒนธรรมที่มีคุณค่านั้นจางหายไป”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“อยากให้สายวิชาการเข้ามาทำการวิจัยมากขึ้น เพื่อจะได้ข้อมูลเชิงวิชาการมาเก็บรวบรวม เวลาจะทำอะไรจะได้มีข้อมูลในภาพรวมมาช่วยวิเคราะห์ ชาวบ้านจะได้เห็นภาพสะท้อนของชุมชนว่าเป็นอย่างไรและควรพัฒนาปรับปรุงในด้านไหนบ้าง”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 4

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ถูกต้องเหมาะสมให้กับคนในชุมชนเข้าใจ”

“การท่องเที่ยวเมื่อเกิดขึ้นแล้วต้องสามารถสร้างรายได้ให้คนในชุมชนจากวิถีชีวิตของคนในชุมชน ไม่ใช่สิ่งที่ปรุงแต่งขึ้นมาเพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวมาดูเท่านั้น เมื่อคนในชุมชนมีรายได้ ก็จะมีทุนมากขึ้น ที่จะสามารถขยายหรืออำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ ได้มากขึ้น”

“ต้องมีการจัดโซนของพื้นที่ที่ดี เพื่อให้พื้นที่ที่อย่างจำกัดสามารถให้ประโยชน์ได้สูงสุด”

“การใช้โซเชียลมีเดียต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ต้องเป็นเจ้าหน้าที่ของอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตอุทยาน ตรงนี้เจ้าหน้าที่ควรมาช่วยจัดระบบโดยเฉพาะด้านพื้นที่ใช้สอย”

“การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานน่าน ที่จะช่วยทำการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้จังหวัดน่าน”

“หน่วยงานภาครัฐ ทั้งส่วนกลางและส่วนชุมชน เช่น อบต.บ่อเกลือเหนือ ที่จะเข้ามาช่วยสนับสนุน วางนโยบายต่าง ๆ ให้กับชุมชน”

“คนในชุมชน คนในพื้นที่ต้องให้ความร่วมมือ เห็นความสำคัญและดำเนินงานต่าง ๆ ให้เป็นไปทิศทางเดียวกัน”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมาย เชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“การพัฒนาด้านการคมนาคม ให้ปลอดภัย มีมาตรฐาน มีทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพิ่มป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ให้มากขึ้น การประชาสัมพันธ์จุดเด่นของจังหวัดน่านที่แตกต่างจากที่อื่น ๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่อัตลักษณ์ของความเป็นนครน่าน นครที่ปกครองตนเอง”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“ควรเตรียมความพร้อมด้านภาษาที่จะรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อาจจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมากขึ้น โดยเฉพาะการรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับอาเซียน”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 5

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะ
เมืองรอง

1. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เช่น การทำสะพานไม้ไผ่ที่ยื่นเข้าไปกลางทุ่งนา ให้คนมาถ่ายรูป เพิ่มความน่าสนใจ หรือจัดการด้านพื้นที่ให้ดูสวยงาม เรียบร้อย”

“ทุก ๆ ฝ่ายต้องมาทำงานร่วมกัน มาปรึกษารื้อกัน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน เพื่อหาแนวทางที่จะจัดการด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน การดำเนินงานก็ควรต้องไปในทิศทางเดียวกัน”

“การฟังเสียงจากชุมชนเป็นหลัก ว่าชุมชนต้องการอะไร อยากให้ช่วยตรงไหน ชุมชนก็ต้องให้ความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชน ในการที่หน่วยงานเหล่านี้จะเข้ามาสนับสนุน”

“การถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีไปสู่คนรุ่นใหม่ คนรุ่นใหม่ต้องเข้าใจและเห็นความสำคัญ รักและหวงแหนสิ่งที่บรรพบุรุษมิให้คงอยู่เหมือนเดิม เช่น ที่บ่อเกลือ คนต้มเกลือจะเป็นคนอายุ 40-50 ปี หมด คนรุ่นใหม่ไม่มี เป็นต้น”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ทุกฝ่ายทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะต้องทำงานร่วมกัน โดยฟังเสียงจากชุมชนเป็นหลัก เมื่อชุมชนเข้าใจและเห็นภาพเดียวกันแล้วก็จะเกิดความเชื่อมั่นในหน่วยงานนั้น ๆ และให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“สร้างความตระหนักให้ชุมชนเห็นคุณค่าความเป็นตัวตนของตนเอง รักและภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง เสริมสร้างสิ่งที่ทำอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม เช่น ส่งเสริมจุดเด่นของแต่ละหมู่บ้านให้ชัดเจน ตั้งแต่ระดับหมู่บ้าน ระดับตำบล ระดับอำเภอ ไปจนถึงระดับจังหวัด รวบรวมขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียว ประเมินผลการทำงาน วิเคราะห์ ข้อดี ข้อเสีย ปัญหา อุปสรรค และโอกาส (SWOT Analysis) ของพื้นที่นั้น ๆ แล้วระดมสมองของทุกฝ่าย โดยเฉพาะผู้นำหลัก ๆ ก็ต้องร่วมมือ ช่วยสนับสนุนซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นการช่วยการประชาสัมพันธ์ในโซเชียลมีเดีย การจัดสรรงบประมาณต่าง ๆ ให้มีความสำคัญกับวัฒนธรรมจังหวัด กรมศาสนาที่จะเข้ามามีบทบาทและเป็นหน่วยงานหลักในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เข้ามาช่วยทำงานในระดับพื้นที่ เพราะถ้าจะให้ชาวบ้านคิดเองทำเอง ก็ทำได้แต่อาจทำได้ไม่ดีพอ ส่งเสริมกลุ่มชาติพันธุ์ให้โดดเด่น อย่างที่บ่อเกลือ ก็จะเป็น คนเมืองกับคนลัวะ ซึ่งวัฒนธรรมและการใช้ ก็จะเป็นภาษาคำเมืองและภาษาลัวะ ซึ่งมีแต่ภาษาลัวะจะต่างจากภาษาคำเมืองคือ มีภาษาพูดแต่ไม่มีภาษาเขียน เป็นต้น”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“ทุกโครงการที่จะพัฒนาหรือส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้เราศึกษาข้อดี ข้อเสีย ปัญหา หรือ อุปสรรค ที่จะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหรือกระทบต่อวิถีชีวิตประจำวันของคนในพื้นที่ได้ มองหาโอกาสที่ชุมชนจะได้รับประโยชน์ในสิ่งที่เราจะทำ และเพื่อชุมชนจะได้เห็นภาพรวมของชุมชนตนเองว่าเป็นอย่างไร เพราะบางครั้งอะไรที่เราทำอยู่ ถ้าเราไม่รู้ Feedback หรือผล

ที่เกิดขึ้น เราก็มองไม่เห็นว่ามีอะไรที่จะต้องพัฒนาต่อ หรือต้องปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น หรืออะไรบ้างที่ชุมชนจะสามารถต่อยอดและเป็นโอกาสที่จะช่วยให้ชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นได้”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 6

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“เน้นการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของเมืองน่านให้ทั่วถึง”

“คนในชุมชนก็ต้องเห็นความสำคัญและคุณค่าทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตนเองมี ช่วยกันอนุรักษ์และรักษาไว้ ไม่ให้สูญหายไป”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ชาวบ้าน ชุมชนเป็นหลักในการผลักดันและให้ความร่วมมือ ถ้าชุมชนไม่ร่วมมือก็ทำอะไรไม่ได้”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“เน้นวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของคนน่าน”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 7

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“การท่องเที่ยวแบบลงพื้นที่ชุมชน มีกระจายการท่องเที่ยวลงสู่ชุมชน”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหลัก พัฒนาชุมชน แรงงานจังหวัด เข้ามาช่วยสนับสนุนและส่งเสริม ส่วนคนในชุมชนต้องเป็นภาคีที่เกื้อหนุนที่ดีในการเล่าเรื่อง ประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยววัน ๆ ”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมาย เชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“การสร้างมรดกเทศกัท้องถิ่นที่เข้มแข็งในการถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ให้
นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและเห็นความแตกต่างในการท่องเที่ยวที่น่าน”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“การส่งเสริมด้านวัฒนธรรม ประเพณี ควรเป็นหลักในการท่องเที่ยวที่น่าน”

“เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์”

“หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนให้มากขึ้น”

“การสร้างสิ่งใหม่ ต้องไม่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน
ต้องมีการสร้างการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน และคนน่านต้องรู้ว่ น่านจะ
ขายอะไร ขายให้ใครและขายอย่างไร เน้นการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ส่วนภาครัฐก็ต้องจัดหา
งบประมาณเข้ามาช่วยสนับสนุนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดความต่อเนื่อง ทุก ๆ ฝ่าย
ร่วมมือกันในการวางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยว กำหนดทิศทางให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
ส่วนคนในชุมชนก็ต้องให้ความร่วมมือและสนับสนุนในการเป็นเจ้าบ้านและจุดการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมของจังหวัดน่านที่ดี

ผู้แทนจากภาคนักวิชาการ

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนนักวิชาการ ประกอบไปด้วย ผู้ช่วยหัวหน้าศูนย์ฝึก
วิชาชีพการโรงแรม วิทยาลัยการอาชีพบัว อาจารย์หัวหน้าแผนกวิชาการตลาด วิทยาลัยการ
อาชีพบัว และอาจารย์ประจำสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัด
น่าน รวมทั้งสิ้น จำนวน 3 ท่าน

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะ
เมืองรอง

1. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“คงความเป็นวัฒนธรรมของจังหวัดน่านไว้เหมือนเดิม ที่มีมาตั้งแต่อดีต

ชูจุดเด่นของความเป็นน่าน ชูวิถีชีวิตของคนน่านที่อยู่แบบเรียบง่าย สงบ ไม่เร่งรีบ รักษาวัฒนธรรมชนเผ่าของตนเองไว้เหมือนเดิม”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ภาครัฐ ชุมชน และผู้ประกอบการ เข้ามามีส่วนร่วมด้วยกัน ร่วมมือกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยว”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“การชูวัฒนธรรมเรื่องชนเผ่า การแต่งกายของชนเผ่าต่าง ๆ ที่แตกต่างจากที่อื่น”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

- “1. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาต้องได้สัมผัสวิถีชีวิตความเป็นน่านที่แท้จริง”
- “2. รักษาความเป็นน่าน โดยไม่เอาวัฒนธรรมของที่อื่นเข้ามาจนกลืนความเป็นน่าน”
- “3. ไม่เอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาจนกลืนความเป็นน่านให้หายไป”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

“องค์กรภาครัฐเข้ามาช่วยกันกระตุ้นคนในชุมชนให้รู้จักการนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน สร้างชุมชนเข้มแข็งที่สามารถจัดการและให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องเหมาะสม”

2. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ผู้นำชุมชนเริ่มทำก่อน แล้วภาครัฐเข้ามาสนับสนุนภาคชุมชน”

3. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“คนในชุมชนช่วยกันเป็นชุมชนเข้มแข็ง ทำวิถีชีวิตให้เหมือนเดิม เพราะนี่เป็นเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวน่านเพื่อมาสัมผัสวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย ไม่วุ่นวาย เป็นเมืองเล็ก ๆ ที่มีความสุข”

ผู้สัมภาษณ์ท่านที่ 3

แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

1. ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วน

“ชาวบ้านก่อน ชุมชนต้องให้ความร่วมมือสนองต่อยุทธศาสตร์ของภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องเข้ามาช่วยสนับสนุน”

2. ปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิงวัฒนธรรมของภาคเหนือ

“การรณรงค์ให้รักษาวัฒนธรรมที่มีให้คงอยู่และรักษาความเป็นเอกลักษณ์ไม่ให้สูญหายไป และสิ่งที่สูญหายไปแล้วต้องช่วยกันรื้อฟื้นกลับคืนมาดังเดิม”

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

“ภาครัฐต้องให้เครื่องมือในการทำอาชีพแทนการให้งบประมาณอย่างเดียวและคนในชุมชนต้องให้ความร่วมมือกับภาครัฐด้วย”

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคนักวิชาการ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เน้นการทำสื่อประชาสัมพันธ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น มีการวางแผนการสร้างแผนธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ใช้สื่อเข้ามาช่วย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์และเพิ่มการส่งเสริมการขาย มีการทำโปรโมชั่นให้มากขึ้น

บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เพื่อวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และเพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ซึ่งการศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) คือ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (semi-structure) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 24 ท่าน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มประกอบไปด้วย ผู้แทนภาครัฐ ผู้แทนภาคเอกชน ผู้แทนภาคชุมชน และผู้แทนภาควิชาการ โดยใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยใช้วิธีแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) แบบสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล (Methodological Triangulation) และ แบบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลด้วยการบันทึกเสียง การจดบันทึกแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล และการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการค้นคว้าข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน บทความ หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการค้นคว้าจากระบบอินเทอร์เน็ต

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง พบประเด็นที่สำคัญที่สามารถนำมาสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้แทนจากภาครัฐ

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนภาครัฐ กล่าวว่า “จังหวัดน่านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นและมีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมเนื่องจาก จังหวัดน่านมีประวัติศาสตร์ที่มีมาอย่างยาวนานกว่า 700 ปี เป็นนครรัฐอิสระที่ปกครองตนเอง มีเงินตราเป็นของตนเอง มีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ มีตำนานเรื่องเล่าที่สืบทอดต่อกันมาอย่างยาวนาน มีวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อที่ถือรักษากันมา รุ่ง รุ่ง จังหวัดน่านจึงยังมีข้าวของเครื่องใช้ในอดีตที่ยังคงอยู่ มีวัดวาอาราม สถาปัตยกรรม รูปแบบของอาคาร บ้านเรือนที่เป็นเอกลักษณ์ของน่าน ตลอดจนการเป็นเมืองที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม ล้อมรอบด้วยภูเขาและผืนป่า เป็นเมืองที่เป็นแหล่งกำเนิดแม่น้ำน่าน ทรัพยากรที่เหล่านี้ทำให้จังหวัดน่านเป็นเมืองเก่าที่มีมนต์เสน่ห์และเป็นเมืองเก่าที่ยังมีชีวิตอยู่จนถึงปัจจุบัน”

กลุ่มที่ 2 ผู้แทนจากภาคเอกชน

ผลจากการสัมภาษณ์กับผู้แทนจากภาคเอกชน กล่าวว่า “จังหวัดน่านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นค่อนข้างเยอะ ไม่ว่าจะเป็นทางธรรมชาติ ที่มีอุทยานแห่งชาติมากถึง 7 อุทยานแห่งชาติด้วยกัน ส่วนทางวัฒนธรรมก็มีทั้งที่จำต้องได้ ไม่ว่าจะเป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุ โดยเฉพาะในเขตพื้นที่เมืองเก่า ซึ่งโบราณที่มีชื่อเสียงของจังหวัดน่าน ก็จะมีวัดพระธาตุแช่แห้ง วัดพระธาตุช้างค้ำ วัดภูมินทร์ วัดมิ่งเมือง วัดกั๋ง วัดภูเก็ต วัดบ้านร่องแง เป็นต้น โบราณวัตถุ ก็จะมี งามช้างดำของคุ้มบ้านคุ้มเมือง พระพุทธรูปไม้ พระพุทธรูปสัมฤทธิ์ และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ ก็จะเป็นด้านศิลปะวัฒนธรรม ประเพณีความเชื่อ ส่วนใหญ่ก็จะเป็นประเพณีทางพุทธศาสนา วิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เมี่ยน ม้ง ขมุ ลัวะ ไทลื้อ คนเมือง ผีตองเหลืองและมีย่อย ๆ ไปอีกเยอะ มีงานเทศกาลประจำปี ได้แก่ งานแข่งเรือ งานส้มสีทอง เทศกาลโลกของกว๋าง เป็นต้น”

กลุ่มที่ 3 ผู้แทนจากภาคชุมชน

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้แทนจากภาคชุมชน กล่าวว่า “จังหวัดน่านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นและมีความเป็นอัตลักษณ์ตามกลุ่มชาติพันธุ์ของตน มีวัฒนธรรมความเชื่อที่ยึดถือและสืบทอดต่อกันมาตั้งแต่อดีต มีตำนานเรื่องเล่าของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีวัดวาอารามโบราณที่สวยงาม เช่น วัดภูมินทร์ วัดพระธาตุแช่แห้ง วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดศรีพันต้น วัดมิ่งเมือง ศาลหลักเมือง มีภาพวาดจิตรกรรมฝาผนังที่ถ่ายทอดวิถีชีวิตของผู้นับในอดีตรูปภาพจิตรกรรมที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดน่านก็คือ ภาพปู่ม่านย่าม่านหรือภาพกระซิบรักบันลือโลก มีช่วงเมืองที่ใช้แสดงศิลปวัฒนธรรม การฟ้อนล่องน่าน การฟ้อนสาวไหม การซอ การเล่นสล้อ ซอ ซึ่ง การละเล่นตีพริในฤดูเกี่ยวข้าว มีประเพณีความเชื่อทางศาสนา มีการไหว้ผีปู่ผีย่า การตานก้วยสลาก งานไหว้สาพระธาตุแช่แห้ง งาน 6 เบ็ง วิถีชีวิตของชนน่านที่รักความสงบ ใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย ไม่เร่งรีบ นานเนิบ ๆ คนน่านมีจิตใจดี มีความเป็นมิตร มีการค้าขายที่มีสวดยลายสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดน่านทำสีมาจากธรรมชาติ เช่น ผ้าทอลายน้ำไหล ผ้าคำเข็บ มีเครื่องเงินที่มีสวดยลายโบราณ สวดยลายนอกจากทรัพยากรทางวัฒนธรรมแล้ว จังหวัดน่านยังมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม มีดอกชมพูภูคาที่มีแห่งเดียวในประเทศไทย มีเกลือสินเธาว์ เป็นบ่อเกลือธรรมชาติบนภูเขาสูง มีการต้มเกลือโบราณของคนลัวะ มีมะไฟจีนผลไม้ที่มีสรรพคุณทางยาที่มีที่เดียวในประเทศไทย มีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคนในชุมชนยังคงช่วยกันรักษามาช้านานถึงปัจจุบัน”

กลุ่มที่ 4 ผู้แทนจากภาคนักวิชาการ

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้แทนนักวิชาการ กล่าวว่า “จังหวัดน่านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง มีกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีวัฒนธรรมประเพณีความเชื่อที่ยังสืบทอดกันมา มีโบราณสถานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น วัดบ้านร่องแงที่เป็นวัดที่สร้างแบบไทลื้อ มีพิพิธภัณฑสถาน มีโฮงเจ้าฟองคำ ที่เคยเป็นคุ้มของเจ้าเมืองในอดีต มีวัดโบราณที่มีอายุมากกว่า 700 ปี วัดวาอารามมีความสวยงาม ซึ่งในเขตเมืองเก่ามีวัดที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดน่านหลายวัดด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น วัดภูมินทร์ วัดพระธาตุช้างค้ำ วัดมิ่งเมือง วัดพระธาตุแช่แห้ง มีงานช้างค้ำที่เป็นของคู่บ้านคู่เมือง ในวัดภูมินทร์ก็จะมีภาพจิตรกรรมกระซิบรักบันลือโลก หรือที่คนน่านเรียกว่า ภาพปู่ม่านย่าม่าน ที่กลายเป็น Signature ของเมืองน่านไปแล้ว เนื่องจากการมีกลุ่มชาติพันธุ์ที่ค่อนข้างเยอะทำให้มีความหลากหลายทางด้านภาษาด้วย เช่น

ภาษาเมือง ภาษาลื้อ ภาษาลัวะ บางภาษามีแต่ภาษาพูดไม่มีภาษาเขียน การแต่งกายของคนน่านก็แตกต่างกันไปตามชาติพันธุ์ของตน มีการละเล่นโบราณ เช่นการตีพริที่สกาต มีบ่อเกลือบนภูเขา นอกจากทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้ว จังหวัดน่านถือว่ามีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามมาก เป็นเมืองที่รายล้อมด้วยภูเขา ป่าไม้ที่สมบูรณ์ มีแหล่งกำเนิดแม่น้ำน่าน เป็นเมืองในสายหมอก ที่สำคัญเป็นเมืองที่สะอาดและมีอากาศบริสุทธิ์”

ผู้วิจัยขอสรุปว่า จังหวัดน่านเป็นเมืองที่มีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ครบครัน มีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ศิลปะการแสดง ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ ตลอดจนวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆที่มีในจังหวัดน่าน ทำให้จังหวัดน่านมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมที่มีเหล่านี้ คนน่านยังคงยึดถือปฏิบัติ และรักษาไว้มากจนถึงปัจจุบัน ทำให้จังหวัดน่านเป็นเมืองเก่าที่ยังคงมีชีวิตเนกเช่นในอดีต เป็นเมืองที่มีมนต์เสน่ห์ ที่แตกต่างจากเมืองท่องเที่ยวอื่น ๆ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ตามองค์ประกอบศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยว (6As) ผลการสัมภาษณ์ผู้แทนทั้ง 4 ภาค ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาคประชาชน ประกอบไปด้วย

กลุ่มที่ 1 ผู้แทนจากรัฐ

ผลการสัมภาษณ์ผู้แทนจากรัฐ กล่าวว่า “การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านควรที่จะพัฒนาระบบสาธารณูปโภคในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น ห้องน้ำสาธารณะ ที่จอดรถ สัญญาณอินเทอร์เน็ต ถนนเข้าแหล่งท่องเที่ยว ระบบคมนาคมขนส่งภายในพื้นที่ ป้ายบอกเส้นทาง ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการปรับปรุงซ่อมแซม บุรณสถานสถานที่ให้อยู่ในสภาพดี พื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีบางอย่างที่สูญหายไปหรือเอาที่มีอยู่มาต่อยอด ตลอดจนการเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยวให้กับคนในชุมชน เนื่องจากส่วนใหญ่ชาวบ้านมีความตื่นตัวแต่ยังขาดทิศทางในการดำเนินการและมีนักลงทุนที่ไม่ใช่คนในพื้นที่เข้ามาลงทุน ทำให้คนในพื้นที่ไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างที่ควรจะได้รับ”

กลุ่มที่ 2 ผู้แทนจากภาคเอกชน

ผลการสัมภาษณ์ผู้แทนจากภาคเอกชน ให้ความคิดเห็นว่า “สิ่งที่จังหวัดน่านต้องพัฒนาด้านการท่องเที่ยว คือ เรื่องโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เรื่องถนนหนทางภายในจังหวัดน่าน เส้นทางที่จะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บนเขา การคมนาคมการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีรถสาธารณะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวต้องใช้บริการรถรับจ้างหรือไม่ก็ต้องเป็นรถส่วนตัวเท่านั้น การจราจร ปัญหาที่จอดรถตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ตลอดจนการส่งต่อวัฒนธรรมให้คนรุ่นหลังได้สานต่อสิ่งที่บรรพบุรุษสร้างมา ความพร้อมของคนในพื้นที่ที่จะมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น การรักษาวัฒนธรรมวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมไม่ให้หายไป และที่สำคัญคือการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจังในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีความต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของงบประมาณต่าง ๆ และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่จะจัดขึ้นให้ไม่ชะงัก สามารถดำเนินการให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้”

กลุ่มที่ 3 ผู้แทนจากภาคชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ผู้แทนจากภาคชุมชน กล่าวว่า “สิ่งที่จังหวัดน่านต้องพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การบริหารจัดการวัดวาอารามต่าง ๆ ไม่ให้เป็นเชิงพาณิชย์จนเกินไป วัดควรจะต้องเป็นสถานที่รวบรวมจิตใจคน ให้ความสงบสุขและประกอบพิธีทางศาสนา ถ้าทำในรูปแบบเชิงพาณิชย์จนเกินไปก็อาจทำให้วัตถุประสงค์ของวัดเปลี่ยนไป แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรได้รับการพัฒนาดูแลรักษาความสะอาดอยู่เสมอ และควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นที่จอดรถ ห้องน้ำ ป้ายบอกทางและป้ายแนะนำสถานที่ที่ยังมีไม่เพียงพอ รวมถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ตในจุดสาธารณะ การเพิ่มกล้องวงจรปิดในแหล่งท่องเที่ยว หรือตามถนนหนทางต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ด้วย รวมถึงระบบสาธารณูปโภคให้พร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว การเอาสายไฟฟ้าลงใต้ดินให้เมืองดูเรียบร้อย สวยงาม หน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องเข้ามาช่วยบูรณะฟื้นฟูวัฒนธรรมที่เริ่มสูญหายไป เช่น การฟ้อนเจิง การฟ้อนล่องน่าน ตลอดจนการรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชน ให้คนในชุมชนมีส่วนในการวางแผนการพัฒนาและการบริหารจัดการ การกำหนดราคาให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาที่คนในอดีตสร้างมา รวมถึงคนในชุมชนเองต้องช่วยกันอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีให้ยังคงอยู่ ถ่ายทอดต่อคนรุ่นหลังให้รับรู้อย่างถูกต้อง คนในชุมชนต้องพัฒนาศักยภาพของตนเองให้มี

ความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยว การให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดน่านตลอดจนการเป็นเจ้าบ้านที่ดีด้วย”

กลุ่มที่ 4 ผู้แทนจากภาคนักวิชาการ

ผลการสัมภาษณ์ผู้แทนจากภาคนักวิชาการ กล่าวว่า “สิ่งที่จังหวัดน่านจะต้องพัฒนาควรจะเป็นการเพิ่มสถานที่จอดรถ เพราะที่จอดรถมีไม่เพียงพอโดยเฉพาะช่วงที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเยอะ ๆ จะหาที่จอดรถไม่ได้เลย แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงนักท่องเที่ยวต้องหาที่จอดรถเองและรอที่จอดรถค่อนข้างนานทำให้เกิดปัญหาการติดขัด นอกจากนี้คนน่านเองจะต้องรักษาความเป็นน่านไว้ให้ได้ตลอด ไม่ไปรับวัฒนธรรมอื่นหรือเลียนแบบวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัฒนธรรมของตนเอง ดังนั้นควรต้องมีการให้ความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์ การรักษา และเกิดความภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง”

ผู้วิจัยขอสรุปว่า จังหวัดน่านควรพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านระบบการให้บริการขั้นพื้นฐานต่างๆ ระบบอินเทอร์เน็ต ระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และในแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ให้เพียงพอเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงคนในชุมชนจะต้องเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยวในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งนอกจากศักยภาพการพัฒนาขององค์ประกอบการท่องเที่ยว (6As) ที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยยังพบประเด็นอื่น ๆ จากการสัมภาษณ์ผู้แทนทั้ง 4 ภาค ด้านศักยภาพการพัฒนาขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ได้ดังนี้

1. บริการเสริมที่อำนวยความสะดวกให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (Ancillaries) ในการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่ต้องมีแล้ว ก็ควรจะมีบริการเสริมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยว ในจังหวัดน่าน นั่นก็คือ บริการนำเที่ยวของคนในพื้นที่หรือ ไกด์ท้องถิ่นที่มีประสบการณ์และความรู้ที่ลึกซึ้งในแหล่งท่องเที่ยว เพราะไกด์ท้องถิ่นมักจะมีเกร็ดเคล็ดลับหรือตำนานเรื่องราวที่คนภายนอกไม่รู้ ว่าง่ายหรือแนะนำให้นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรเพิ่มการให้บริการรถเช่า หรือ บริการให้เช่าอุปกรณ์ต่าง ๆ สำหรับการทำกิจกรรมตามความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวต้องการในแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดน่าน

2. ชูรสชีวิต ในจังหวัดน่าน (Amenities) จังหวัดน่านควรมีโรงละคร หรือ โชว์พิเศษต่าง ๆ ที่เป็นการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนน่าน เช่น การฟ้อนล่องน่าน การฟ้อนของ

ชาวไทลื้อ หรือ วิศวกรละเล่นของคนพื้นเมือง ดนตรีพื้นเมือง เช่น ซอหล่งน่าน สล๊อ ซอ ซึ่งการเล่นตีพริ เป็นต้น แต่ทุกกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นมานี้จะต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบหรือเกิดผลเสียด้านวัฒนธรรมของคนน่าน

3. บรรยากาศในการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน (Atmosphere) จังหวัดน่าน ต้องทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึก ทั้ง 2 มิติ อันได้แก่ มิติแรกคือคุณภาพสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวเมื่อมาถึงต้องสัมผัสถึงสิ่งแวดล้อมที่สะอาด สวยงาม ตามธรรมชาติ ปราศจากขยะ โดยการที่จังหวัดน่านจะเน้นในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ รักษาความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว บ้านเรือนสุขอนามัยของคนในท้องถิ่น ส่วนมิติที่สองคือ บรรยากาศแห่งความมั่นคงปลอดภัย เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดน่านแล้วจะต้องรู้สึกว่าจะสามารถท่องเที่ยวด้วยความสบายใจ ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน โดยการเพิ่มการตรวจตราของเจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มากขึ้น รวมถึงการปลูกฝังให้คนในพื้นที่เป็นหูเป็นตาในการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเสมอ

4. ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ (Amiability) ข้อนี้สำคัญมาก ผู้นำของจังหวัดน่านทุกภาคส่วนตั้งแต่หน่วยเล็กถึงหน่วยใหญ่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้ความรู้และปลูกฝังให้คนในพื้นที่ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยไมตรีจิต มีอัธยาศัยไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส และให้บริการด้วยหัวใจแก่นักท่องเที่ยวอยู่แล้ว สิ่งที่ต้องเพิ่มเติมก็คือ มีการอบรมให้ความรู้หรือจัดสัมมนาให้คนในพื้นที่เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวและช่วยกันถ่ายทอดสิ่งดี ๆ ที่คนในท้องถิ่นได้ทำให้กับรุ่นลูก รุ่นหลานได้รักษาและเกิดความภาคภูมิใจในบ้านเกิดของตนเอง เพราะเมื่อเกิดความรักและภูมิใจแล้วก็จะส่งมอบการบริการและเรื่องราวเหล่านี้ด้วยความเต็มใจและความสุข คนให้ให้ด้วยความสุข คนรับก็จะได้รับความสุขกลับไปเช่นกัน นักท่องเที่ยวที่มาเยือนก็จะเกิดความประทับใจ อยากกลับมาเที่ยวซ้ำอีกและเกิดการบอกต่อความประทับใจนี้ไปสู่ผู้อื่นด้วย โดยเฉพาะการรีวิวในโลกโซเชียล

5. ผู้มีอำนาจหรือ เจ้าหน้าที่ในเมืองน่าน (Authorities) การสนับสนุนและให้ความร่วมมือในการพัฒนา ช่วยอำนวยความสะดวกและช่วยผลักดันการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านจากผู้มีอำนาจหรือเจ้าหน้าที่ ที่ต้องเข้ามาช่วยส่งเสริมและเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่ต้องเพิ่มเติม คือการให้ความรู้จัดอบรมหรือสัมมนา ให้กับเจ้าหน้าที่ในการเห็นความสำคัญในการท่องเที่ยวเพื่อแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

ผลจากการวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากผู้แทนทั้ง 4 ภาค คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาคนักวิชาการ ผลจากการสัมภาษณ์ของผู้แทนทั้ง 4 ภาค มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งมีประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) ผู้แทนทั้ง 4 กลุ่ม ให้ข้อมูลที่ตรงกันในด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน กล่าวว่า “จังหวัดน่านมี ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อาทิ วัดวาอาราม เตาเผาโบราณ กำแพงเมืองเก่า มีผ้าทอลวดลายโบราณของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอคำเข็บ ผ้าทอลายน้ำไหล มีเครื่องเงินที่มีลวดลายประณีตงดงาม และมีงานหัตถกรรมชุมชนเครื่องจักรสานจากวัสดุธรรมชาติ”

2. ด้านราคาและค่าบริการ (Price) ผู้แทนทั้ง 4 กลุ่ม ให้ข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงกันกล่าวว่า “ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ มาเที่ยวน่านถือว่านักท่องเที่ยวสามารถใช้จ่ายได้สบายมาก ราคามีความเหมาะสมกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับ เนื่องจากคนน่านเป็นคนใจดี ธุรกิจโดยมากเป็นธุรกิจในครอบครัว ทำเองที่บ้านจึงใช้ต้นทุนต่ำ ค่าเข้าชมสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดน่าน เกือบทั้งหมดจะให้เข้าชมฟรี ยกเว้นที่พิพิธภัณฑ์ ที่มีเก็บค่าบริการ ส่วนราคาสินค้าค่าบริการต่าง ๆ ถือว่าไม่สูงมาก นักท่องเที่ยวจับต้องได้ ผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนท่านหนึ่งกล่าวว่า มาเที่ยวน่านแพงแค่ค่าตัวเครื่องบิน นอกนั้นราคาถือว่าไม่สูงมาก ยิ่งถ้าเทียบกับเมืองท่องเที่ยวใหญ่ เทียบน่านถือว่าใช้จ่ายใช้สอยสะดวก ไม่ว่าจะเป็นราคาที่พัก ที่มีให้นักท่องเที่ยวได้เลือกและสามารถเปรียบเทียบราคาได้ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งก็จะมีตั้งแต่หลักร้อยขึ้นไป นักท่องเที่ยวเลือกได้ตามกำลังซื้อของตนเอง ยิ่งถ้าไม่ใช่ที่พักบนเขาที่ได้รับความนิยมมาก ๆ ราคาก็มีหลายระดับให้เลือก แต่อาจจะต้องจองล่วงหน้า ส่วนราคาอาหารก็ถือว่าถูก อย่างผักสดในตลาดขายกำละ 10-20 บาท อาหารที่ปรุงสุกแล้วก็ราคาถุงละ 20 บาท ถนนคนเดินช่วงเมืองน่าน อาหารเหนือก็ราคาประมาณ 20 บาทขึ้นไปแต่ไม่ถึงหลักร้อยต่อ 1 อย่าง ค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวประมาณ 1,600 บาทต่อคนต่อวัน ทั้งนี้เรื่องของราคาค่าบริการจะถูกหรือแพง มักเป็นเรื่องของความรู้สึก และขึ้นอยู่กับความพอใจของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ยิ่งถ้าพอใจมาก รู้สึกคุ้มค่ามาก ต่อให้คนในพื้นที่หรือคนอื่น ๆ จะมองว่าราคาค่อนข้าง

สูงแต่สำหรับนักท่องเที่ยวบางคน บางกลุ่มอาจจะมองว่าคุ้มค่าแล้วกับสิ่งที่ได้รับก็เป็นได้ โดยไม่ได้คิดถึงเรื่องราคาเป็นหลัก”

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผู้แทนทั้ง 4 กลุ่ม ให้ข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงกัน กล่าวว่า “ในปัจจุบันเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายและช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ถือว่าสะดวกรวดเร็วมาก โดยเฉพาะด้านข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ที่สามารถหาได้ง่ายตามเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือบางครั้งเจ้าของพื้นที่ เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวก็ทำขึ้นเอง นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลเหล่านี้ได้ง่ายมาก เพียงแต่ข้อมูลเหล่านี้บางข้อมูลยังกระจัดกระจาย ไม่ได้รวมเป็นหมวดหมู่ อาจจะทำให้การค้นหาของผู้สืบค้นจะต้องใช้เวลาในการแยกแยะข้อมูลที่ต้องการ หรือข้อมูลในบางเรื่องก็ยังไม่ได้ครอบคลุมข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการทั้งหมด ส่วนการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบันมีบริษัทขนส่งหลายบริษัทที่ให้บริการ โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์โควิด นักท่องเที่ยวไม่สามารถมาถึงแหล่งผลิตได้ ผู้ประกอบการก็หันมาจำหน่ายสินค้าออนไลน์ ทำให้ตอนนี้มีการสั่งซื้อสินค้าและจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์เยอะมาก หรือซื้อขายผ่านการไลฟ์สดค่อนข้างเยอะ หรือบางผลิตภัณฑ์ก็มีโครงการหลวง โครงการดอยตุงเข้ามารับซื้อถึงแหล่งผลิต ซึ่งโดยมากจะเป็นสินค้าด้านเกษตรกรรม โดยเฉพาะกาแฟน่าน ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก”

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้แทนทั้ง 4 กลุ่ม ให้ข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงกัน กล่าวว่า “การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ทุก ๆ ฝ่ายจะต้องมาทำงานร่วมกัน ปรีกษาหารือกัน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่จะเป็นไปทิศทางเดียวกัน โดยผู้ที่มีหน้าที่กำหนดนโยบายหรือวางแผนควรจะต้องฟังเสียงคนในชุมชนว่าชุมชนต้องการอะไร ชุมชนมีอะไรที่จะเอามาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว ซึ่งการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวต้องใช้สื่อเข้ามาช่วย โดยผ่านทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากกว่าและรวดเร็วกว่า แต่การประชาสัมพันธ์แบบออฟไลน์ก็ยังจำเป็นต้องทำอยู่ เพื่อสร้างการรับรู้และเตือนความจำให้แก่นักท่องเที่ยว คนในชุมชนก็ต้องให้ความร่วมมือในการเป็นเจ้าบ้านที่ คนในชุมชนต้องได้รับความรู้ในการจะเป็นตัวแทนที่ดี ที่จะนำเสนอการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง การประชาสัมพันธ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีในชุมชน การชูสิ่งที่เป็นจุดเด่น จุดขาย ทำให้คนภายนอกได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการเชิญบล็อกเกอร์ที่มีคนติดตามเยอะ ๆ เข้ามารีวิว มาถ่ายรูปโปรโมทจังหวัดน่านในมุมมองใหม่ ๆ เพื่อสร้างมิติใหม่ด้าน

การท่องเที่ยว เน้นการทำดีจิตอาสาเกิดขึ้นที่ตอบโจทก์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปให้ได้มากที่สุด กำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ส่วนในเรื่องการจัดแสดง งานเทศกาล ประเพณีต่าง ๆ ก็ต้องดูเรื่องของงบประมาณและความเหมาะสมในการจัดงาน ซึ่งสถานการณ์โควิด 19 ในปัจจุบันถือว่ามีความกระทบค่อนข้างมากในการจัดงานดังกล่าว นอกจากนี้จะต้องมีการทำงานร่วมกับธุรกิจเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น การทำโปรโมชั่นร่วมกับสายการบิน ที่พัก และร้านอาหารต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น”

5. ด้านบุคลากร (People) ผู้แทนทั้ง 4 กลุ่ม ให้ข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงกัน กล่าวว่า “จังหวัดน่านถือว่ามีความหลากหลายด้านนักท่องเที่ยวค่อนข้างครบ มีบุคลากรที่มีศักยภาพและมีความพร้อมสูงในการทำงาน แต่มีจำนวนบุคลากรค่อนข้างน้อยทำให้งานบางอย่างอาจจะยังทำไม่ได้เต็มที่ ส่วนพนักงานระดับปฏิบัติการส่วนใหญ่ก็จะเป็นคนในพื้นที่ ธุรกิจการท่องเที่ยวที่ทำก็เป็นธุรกิจของคนในครอบครัวทำกันเอง เจ้าของดูแลบริหารจัดการเอง ดังนั้นการบริการอาจจะไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่พนักงานส่วนใหญ่ก็มีใจรักในการบริการ ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว และด้วยความที่คนน่านเป็นคนจิตใจดี โอบอ้อมอารี ชอบช่วยเหลือผู้อื่นอยู่แล้ว ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวน่านจะรู้สึกเหมือนมาเยี่ยมญาติ ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรจะมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ที่สามารถเล่าเรื่องราว ประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ อย่างเช่นวัดภูมินทร์ก็จะมีมัคคุเทศก์น้อย แต่เด็ก ๆ ก็ไม่สามารถทำได้ตลอดเนื่องจากยังต้องไปโรงเรียน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์หลาย ๆ แห่ง ยังขาดแคลนมัคคุเทศก์ท้องถิ่นอยู่ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐควรเข้ามาเป็นพี่เลี้ยงในการอบรมให้ความรู้กับคนในชุมชน ช่วยพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันมากขึ้น”

6. ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation) ผู้แทนทั้ง 4 กลุ่ม ให้ข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงกัน กล่าวว่า “การดูแลพื้นที่ต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คนในชุมชนจะช่วยกันทำ ถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตเทศบาล อย่างเขตเมืองเก่าน่านก็จะมีเจ้าหน้าที่เทศบาลเข้ามาช่วยด้วย นอกจากนี้ก็จะมีกลุ่มอาสาสมัครที่เข้ามาช่วยดูแลในเรื่องของการอำนวยความสะดวก ดูแลความเรียบร้อย ดูแลเรื่องของความสะอาดและการจัดการขยะ ด้วยความที่เมืองน่านเป็นเมืองสะอาด ที่ได้รับรางวัลระดับอาเซียมา ทำให้ผู้นำและคนในชุมชนเห็นความสำคัญในเรื่องการดูแลด้านลักษณะทาง

กายภาพและการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีเป็นอย่างมาก จะสังเกตได้ว่าตามถนนหนทาง เส้นทางต่าง ๆ ภายในจังหวัดน่าน จะปลอดภัยและไม่มีถังขยะวางเลย ไม่มีเศษขยะในแหล่งท่องเที่ยว และด้วยความที่จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่ชุมชนมีความเข้มแข็งมาก ผู้นำชุมชนและคนในชุมชนจะช่วยกันเข้ามาดูแลสอดส่องด้านความปลอดภัย การจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ และช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว”

7. ด้านกระบวนการ (Process) ผู้แทนทั้ง 4 กลุ่ม ให้ข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงกันกล่าวว่า “ด้านกระบวนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในแต่ละขั้นตอนตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การจัดเก็บข้อมูล การจำหน่าย และการประเมินผล รวมถึงในเรื่องของการจองต่าง ๆ ทั้งที่พัก การเดินทาง ก็สามารถเข้าไปจองผ่าน Applications ต่างๆ กระบวนการต่างเหล่านี้มีความทันสมัย สะดวกรวดเร็ว นักท่องเที่ยวสามารถสอบถามข้อมูลจากเจ้าของพื้นที่ได้โดยตรง และ Applications นักท่องเที่ยวสามารถแสดงความคิดเห็นเพื่อให้ผู้ประกอบการนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น”

ผู้วิจัยขอสรุปว่า การตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากผู้แทนทั้ง 4 ภาค ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาคนักวิชาการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ที่จะเป็นงานฝีมือต่าง ๆ เช่น ผ้าทอ เครื่องเงิน เครื่องจักรสาน ด้านราคาผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ถือว่ามาเที่ยวน่านมีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย ราคามีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ราคาเหมาะสมและมีให้เลือกหลากหลายขึ้นอยู่กับกำลังซื้อของนักท่องเที่ยว ราคาค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่มีค่าเข้าชม ยกเว้นที่พิพิธภัณฑ์สถานน่าน ช่องทางการจัดจำหน่ายและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันมีความสะดวกรวดเร็ว นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูล รวมถึงการซื้อขายสินค้าต่าง ๆ ได้ง่าย การส่งเสริมการตลาด ทุกฝ่ายต้องจับมือร่วมกันทำงาน วางแผนเพื่อกำหนดทิศทางทางการท่องเที่ยวของน่าน กำหนดลูกค้าเป้าหมาย ภาครัฐต้องเข้ามาช่วยชุมชนให้มีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อคนในชุมชนจะได้ให้ความร่วมมือสนับสนุนรวมถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ควรใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นแต่ก็ไม่ทิ้งการใช้สื่อแบบออฟไลน์ด้วย ด้านบุคลากรถือว่าเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพียงแต่ยังมีจำนวนบุคลากรน้อย อาจทำให้ไม่เพียงพอต่อในการทำงาน ดังนั้นคนในชุมชนต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มทักษะความรู้

ความสามารถในการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวได้ ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอจังหวัดน่านทำได้ดีมาก ทุกฝ่ายช่วยกันโดยเฉพาะคนในชุมชนที่ช่วยดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาดเรียบร้อยและสวยงามอยู่เสมอ และด้านกระบวนการก็มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในขั้นตอนต่าง ๆ ทำให้กระบวนการในการทำงานเร็วขึ้น สะดวกมากขึ้น ทำให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ซึ่งนอกจากส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยยังพบประเด็นอื่น ๆ จากการสัมภาษณ์ ผู้แทนทั้ง 4 ภาค ด้านการวิเคราะห์การตลาดการท่องเที่ยว ได้ดังนี้

Population of the communities

ผู้นำด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านจะต้องจัดอบรมให้ความรู้กับประชาชนที่อาศัยในจังหวัดน่านให้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวและจัดการด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเท่าเทียม เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ไม่โจมตีการท่องเที่ยว แต่ช่วยสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Packaging

สินค้าของจังหวัดน่านจะสร้างเอกลักษณ์ด้วยการใช้วัสดุจากธรรมชาติในการบรรจุภัณฑ์ เช่น ใช้ผ้าทอ ผ้ามัดย้อมเป็นถุงผ้า หรือใช้งานจักรสานเข้ามาช่วยในเรื่องของบรรจุภัณฑ์สินค้า เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้สินค้า นอกจากนี้จะได้สินค้าด้านในแล้ว ยังสามารถนำเอาถุงผ้านี้หรืองานจักสานนี้ไปใช้ต่อได้ สามารถเป็นที่ระลึกในการมาท่องเที่ยวน่าน และเป็นการช่วยโปรโมทการท่องเที่ยวน่านไปในตัวด้วย

Partnership

นอกจากการเป็นพันธมิตรร่วมกับธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวจังหวัดน่านจะร่วมมือกับการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่และจังหวัดพะเยา เพื่อช่วยกันโปรโมทด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการท่องเที่ยว เนื่องจากมีอาณาเขตติดกัน หรือแม้แต่การทำเส้นทางท่องเที่ยวข้ามประเทศระหว่างน่าน-หลวงพระบาง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไป มา และเที่ยวได้อย่างสะดวก ร่วมผนึกกำลังกันเพื่อเอาชนะคู่แข่งชั้นด้านการท่องเที่ยวในภาคเหนือ เป็นต้น

Permission and participation

เมื่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดน่านซึ่งเป็นหนึ่งในจังหวัดที่อยู่ในแคมเปญการท่องเที่ยวนี้ก็ได้การโปรโมทจากดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง มากมายไม่ว่าจะเป็นคุณแต้ว ณิชพร คุณนาย ณิชพรพร้อมคุณแม่หนู พิมพกา คุณเจมส์จิ นอกจากนี้ จังหวัด

น่านอยากให้ กลุ่มคนที่มีชื่อเสียงและมีผู้ติดตามมากมายในโลกโซเชียลหรือยูทูบเบอร์ เข้ามาช่วยโปรโมท มาช่วยรีวิว ไม่ว่าจะเป็นรายการโทรทัศน์ หรือรายการผ่านยูทูบ หรือ ใช้จังหวัดน่านเป็นฉากในการโฆษณา การถ่ายภาพยนตร์หรือละคร เพราะถ้ากลุ่มคนดังเหล่านี้ช่วยโปรโมทการท่องเที่ยวของน่านก็จะมีคนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวตามกระแสคนดังมากขึ้น

Purple cow

จังหวัดน่านจะสร้างแคมเปญการท่องเที่ยว ที่แปลกใหม่ โดดเด่นและไม่เหมือนใคร คือ ถ้านักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดน่านแล้วใส่ชุดของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดน่านตลอดระยะเวลาการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน นักท่องเที่ยวจะได้รับส่วนลดพิเศษ สำหรับการให้บริการในธุรกิจเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสายการบิน โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และการซื้อสินค้าในศูนย์โอท็อปของจังหวัดน่าน เป็นต้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

ผลจากการสัมภาษณ์ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากตัวแทนภาครัฐ ตัวแทนภาคเอกชน ตัวแทนภาคชุมชน และตัวแทนภาคนักวิชาการ มีประเด็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้แทนจากภาครัฐ

ผลการสัมภาษณ์ผู้แทนจากภาครัฐเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ประกอบไปด้วย การทำงานแบบบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เพื่อให้การพัฒนาสามารถพัฒนาได้ครบทุกมิติ ทั้งนี้ การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น ต้องกำหนดแผนทั้งแบบระยะสั้นและระยะยาว มุ่งเน้นให้ชุมชนเข้มแข็งเพราะชุมชนเป็นตัวจักรที่สำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว คนในชุมชนต้องเข้าใจคอนเซ็ปของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แท้จริงว่าอะไรคือความต้องการของนักท่องเที่ยวและตอบสนองความต้องการนั้นได้ตรงจุด คนในชุมชนต้องเกิดความรักและภูมิใจในอัตลักษณ์ของความเป็นน่าน ต้องกำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน มีการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับในการท่องเที่ยวเพื่อจะได้ไม่เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวหรือคนในชุมชนท่องเที่ยว เมื่อมีการพัฒนาหรือ

ปรับปรุงแล้วต้องช่วยกันอนุรักษ์ให้คงความดั้งเดิมเอาไว้ รักษาไว้ให้ดีไม่ให้สูญหายไปแต่มีการสานต่อไปสู่คนรุ่นใหม่ด้วยความถูกต้องเหมาะสม ทั้งนี้หลักสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความพอเพียง ไม่มากจนทำให้วัฒนธรรมที่มีบิิตเพี้ยนไปหรือไม่น้อยไปจนไม่เห็นการเปลี่ยนแปลงที่จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของน่าน นอกจากนี้การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องอยู่บนหลักการของความยั่งยืนในทุก ๆ ด้าน

กลุ่มที่ 2 ผู้แทนจากภาคเอกชน

ผลการสัมภาษณ์ผู้แทนจากภาคเอกชนเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ประกอบไปด้วย จังหวัดน่านต้องเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีคุณค่า นำส่งความสุขและคุณค่าให้นักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วประทับใจ เกิดการเผยแพร่บอกต่อ เน้นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพของการใช้จ่าย คุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมาแล้วช่วยกันดูแลสิ่งแวดล้อม ช่วยดูแลจัดการด้านขยะ จังหวัดน่านต้องเป็นเครือข่ายเมืองท่องเที่ยวสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก เน้นการตลาดด้านดิจิทัลให้มากขึ้น นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าช่วยในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว คนน่านต้องช่วยกันรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีมาให้อยู่คงอยู่และมีการสืบทอดไปสู่คนรุ่นหลัง หน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องร่วมมือกันในการทำงาน การส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ในแหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการขั้นพื้นฐานในการรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ต้องหาคนที่มีความรู้หรือผู้เชี่ยวชาญมาช่วยด้านการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีการส่งเสริมการจัดการแสดงศิลปวัฒนธรรมเพื่อโปรโมทให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ และที่สำคัญคือการได้รับความร่วมมือจากคนในท้องถิ่นในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีที่จะคอยช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 3 ผู้แทนจากภาคชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ผู้แทนจากภาคชุมชนเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ประกอบไปด้วย จังหวัดต้องเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบสาธารณูปโภค การบริการขั้นพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องเข้ามาช่วยกันบริหารจัดการในการวางแผนงานต่าง ๆ และกำหนดทิศทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว คนในชุมชนท้องถิ่นต้องเห็นความสำคัญในทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตนเองมี รักและภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเอง และช่วยกันรักษาให้วัฒนธรรมเหล่านั้น ยังคงความเป็น

เอกลักษณ์แบบนี้ไว้ไม่ให้ถูกวัฒนธรรมเมืองกลืนหายไป หน่วยงานภาครัฐต้องมาสนับสนุนด้านงบประมาณในการช่วยประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชนท่องเที่ยวในการจัดการแสดงกิจกรรม งานประเพณีต่าง ๆ ให้เกิดความต่อเนื่อง ตลอดจนการให้ความรู้ความเข้าใจแก่คนในชุมชนในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ถูกต้อง การให้บริการที่มีมาตรฐานเพื่อไม่ให้งานไปคนละทิศคนละทาง มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระบบออนไลน์มากขึ้นในช่วงสถานการณ์โควิด สื่อออนไลน์ช่วยโปรโมทและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ดีมาก ทุกโครงการที่จะพัฒนาหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องศึกษาข้อดี ข้อเสีย โอกาสและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นให้ดีเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบในด้านลบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน

กลุ่มที่ 4 ผู้แทนจากภาคนักวิชาการ

ผลการสัมภาษณ์ผู้แทนจากภาคนักวิชาการเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ประกอบไปด้วย การรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของคนน่านเอาไว้ให้คงเดิม ที่มีมาตั้งแต่อดีต ชูจุดเด่นของความเป็นน่าน วิถีชีวิตของคนน่านที่มีความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย สงบ น่านเนิ่น ๆ ไม่เร่งรีบ รักษาวัฒนธรรมชนเผ่าเอาไว้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสของจริงไม่ใช่สิ่งที่แสดงขึ้น ไม่เอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาจนทำให้วัฒนธรรมของน่านถูกกลืนหรือสูญหายไป ภาครัฐ ภาคเอกชนและคนในชุมชนต้องร่วมมือกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยว กระตุ้นคนในชุมชนให้รู้จักการนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวรวมถึงการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ถูกต้องและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยว ธรรมชาติให้เกิดความรักและหวงแหนในทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีและเป็นเจ้าบ้านที่ดี

ผู้วิจัยขอสรุปว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากตัวแทนภาครัฐ ตัวแทนภาคเอกชน ตัวแทนภาคชุมชนและตัวแทนภาคนักวิชาการ มีประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. การทำงานแบบบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการปรึกษาหารือ วางแผน กำหนดนโยบายในการทำงานร่วมกันโดยให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น เมื่อชุมชนเข้มแข็ง เมื่อคนในชุมชนให้ความร่วมมือก็จะส่งผลให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ นักท่องเที่ยวมาแล้วได้รับการต้อนรับที่ดี ได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพ นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความประทับใจและเกิดการบอกต่อให้คนภายนอกได้รู้จักน่านมากขึ้น อยากเข้าเที่ยวน่านมากขึ้น

2. ภาครัฐช่วยสนับสนุนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดการทำงานที่ต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการจัดหางบประมาณเข้ามาช่วย การให้ความรู้ความเข้าใจกับคนในชุมชนให้เกิดความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุนและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนในการทำงานและทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น

3. การรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมที่มีให้คงอยู่ นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสของจริง ได้เห็นถึงความแตกต่างด้านการท่องเที่ยว นำเสนอการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นในมุมมองที่แปลกใหม่ นักท่องเที่ยวก็จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ คนในชุมชนช่วยกันดูแลรักษาความสะอาด ความสวยงามและดูแลด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ และเป็นเมืองแห่งความสุข

4. ให้นักการตลาดหรือผู้เชี่ยวชาญที่มีอิทธิพลด้านการตลาดเข้ามาช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ไปในทิศทางที่ถูกต้อง วาง positioning ของการท่องเที่ยว นำมาช่วยในการโปรโมทและประชาสัมพันธ์ให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านให้คนรับรู้มากขึ้น เน้นการตลาดดิจิทัล ที่ใช้ต้นทุนในการโฆษณาน้อยแต่ได้ผลลัพธ์ที่มาก สามารถขยายในวงกว้างและรวดเร็ว

5. การสร้างเครือข่ายภาคีด้านการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกัน เพื่อเพิ่มโอกาสในด้านการท่องเที่ยวที่มากขึ้น และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านให้มีโอกาสนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ได้หลากหลาย ผนึกกำลังให้การท่องเที่ยวน่านสามารถแข่งขันกับจังหวัดท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน พบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ได้ศึกษา ดังนี้

1. ผลการศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ทั้ง 4 กลุ่ม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ พบว่า จังหวัดน่านมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นำมาสรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน จังหวัดน่านหรือ นครน่าน เป็นนครรัฐอิสระ จึงมีความหลากหลายของชาติพันธุ์ ที่ถูกกวาดต้อนมาจากที่อื่น

ทำให้มีตำนานเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ที่เป็นของตนเอง มีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีอารยธรรมและสถาปัตยกรรมที่เป็นไปตามชาติพันธุ์ของตน มีผ้าทอที่มีลวดลายโบราณและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว คือ ผ้าลายน้ำไหล วิถีชีวิตที่สืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษเหล่านี้ยังคงถูกบอกเล่าและสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน ทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ไม่ใช่เป็นแค่ซากปรักหักพัง แต่ยังคงมีชีวิตเหมือนนกเขินในอดีต น่านจึงเป็นเมืองเก่าที่ถูกขนานนามว่า เมืองเก่าที่มีชีวิต

2. จุดเด่นที่เป็นจุดขาย ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ก็คงเป็น วัดวาอาราม วัดโบราณ ก่อนการสร้างบ้านแปลงเมืองที่ยังคงรักษารูปแบบเดิมเอาไว้ ศิลปะวัฒนธรรม ภาพจิตรกรรมฝาผนังที่ถ่ายทอดวิถีชีวิตของคนน่าน ภาพที่สร้างชื่อเสียงให้จังหวัดน่าน คือ ภาพปู่ม่านย่าม่านภาพกระซิบรักบรรลือโลก รวมถึงวิถีชีวิตของคนน่านที่อยู่แบบเรียบง่าย ไม่เร่งรีบ ทำให้คนที่มาเที่ยวน่านรู้สึกสบายใจ

3. สิ่งที่ต้องพัฒนา ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน คือ การพัฒนาเส้นทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบนเขา ที่ยังเป็นถนนดิน การปรับปรุง ซ่อมแซม และบูรณะศาสนสถานและสถานที่ต่าง ๆ ที่อาจจะผุพังตามกาลเวลา รวมถึงการให้การสนับสนุนของชาวบ้านบางกลุ่มที่ยังไม่เข้าใจด้านการท่องเที่ยว

4. สิ่งสนับสนุนและโอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยว คือ การมีชายแดนที่ติดกับประเทศอื่น ๆ เช่น ลาว จีน อาจทำให้เกิดการลงทุนด้านธุรกิจที่มากขึ้น เกิดเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงถึงกัน คนน่านก็ต้องเตรียมความพร้อมในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ต้องรู้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายคือ คนไทยที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ชูความเป็นเมืองเก่าที่ยังคงสมบูรณ์ การมีวิถีชีวิตที่สงบสุข ช่วยกันรักษาความดั้งเดิมของทรัพยากรที่ตนเองมี และถ่ายทอดวัฒนธรรมเหล่านี้ให้คนรุ่นใหม่ได้เข้ามาสานต่อ

5. ปัญหาหรืออุปสรรค ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน คือ นักลงทุนขนาดใหญ่ โดยส่วนใหญ่ไม่ใช่คนในพื้นที่ ทำให้บางครั้งไม่ได้เห็นประโยชน์ของคนในพื้นที่เป็นหลัก ทำให้คนในพื้นที่ไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างที่ควรจะได้รับ ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจึงเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่คนในพื้นที่ทำกันเอง ทำให้เสียโอกาสในการจะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ ๆ ความจำกัดในเรื่องของที่ดิน เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าเขา ดังนั้นการคิดจะสร้างหรือขยายพื้นที่ทำได้ยาก ปัญหาภัยธรรมชาติเช่นดินถล่ม

น้ำท่วมก็ส่งผลให้ถนนเสียหายหรือแหล่งท่องเที่ยวถูกทำลายได้ ตลอดจนนโยบายหรืองบประมาณที่จะเข้ามาพัฒนาหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนขาดความต่อเนื่อง ทำให้คนในชุมชนเกิดความไม่มั่นใจต่อหน่วยงานของภาครัฐ

ซึ่งพบว่า จังหวัดน่านมีศักยภาพและจุดเด่นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และมีคุณค่าคือ วัดวาอาราม โบราณสถาน เช่น วัดพระธาตุเขาน้อย วัดภูมินทร์ วัดมิ่งเมือง วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดภูเก็ต วัดกั๋ง วัดร่องแก เป็นต้น โบราณวัตถุ งามช้างค้ำ ภาพจิตรกรรมกระซิบรักบันลือโลก ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน การฟ้อน ล่องน่าน การตีพรี สล้อ ซอ ซึ่ง งานหัตถกรรม เครื่องจักรสานจากวัสดุธรรมชาติ ผ้าทอลาย น้ำไหล ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษา วิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนน่าน พิธีกรรมวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ และบ่อเกลือสินเธาว์ การต้มเกลือแบบโบราณ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ของความเป็นน่าน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548) ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่าทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมที่มีในจังหวัดน่านมีคุณค่ายิ่ง สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว ความมีมิตรไมตรีของคนน่าน ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเกิดความผูกพันเสมือนมาเยี่ยมญาติ คนในพื้นที่ช่วยกันดูแลแหล่งท่องเที่ยวทั้งเรื่องความสะดวกและความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานในการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ(สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว 2549) ได้กล่าวว่า หลักเกณฑ์ในการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเมินจากศักยภาพ 3 ด้าน คือ ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวและศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

2. ผลการศึกษาศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า จังหวัดน่านมีศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งยังมีองค์ประกอบด้านศักยภาพการท่องเที่ยวบางองค์ประกอบที่ยังขาดศักยภาพและต้องได้รับการพัฒนา ปรับปรุงให้อยู่ในสภาพดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านห้องน้ำสาธารณะ ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ เส้นทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว ที่อยู่บนเขา ที่จอดรถ จุดบริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะ และด้านการให้บริการพื้นฐาน ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ตู้เอทีเอ็ม ธนาคารที่ยังไม่เพียงพอในบางพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับ

แนวคิดองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6A's ของ (Steven D. Pike 2008) ได้กล่าวว่า การที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้องพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก และการให้บริการพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวด้วย คนในชุมชนต้องรักษา อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ตนเองมีไม่ให้สูญหายไป ถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นใหม่ให้เข้ามาสานต่อวัฒนธรรมเหล่านั้นให้คงอยู่ต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ภาณุพงษ์ สิทธิวุฒิ 2554) ที่กล่าวว่า เมืองน่านเป็นเมืองที่มีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม หน่วยงานท้องถิ่นต้องมีนโยบายในการอนุรักษ์ และถ่ายทอดสิ่งเหล่านี้ไปสู่คนรุ่นใหม่

3. การตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่สำคัญก็จะเป็น ผ้าทอลายโบราณ เครื่องเงิน งานหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชาวบ้าน ส่วนราคาและค่าบริการในการมาเที่ยวจังหวัดน่าน นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามกำลังซื้อของตนเอง ซึ่งมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย โดยมากแหล่งท่องเที่ยวจะไม่ได้เรียกเก็บค่าเข้าชม ยกเว้นที่พิพิธภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่ายถือว่าสะดวกรวดเร็วมาก สามารถหาข้อมูลได้ง่ายในโลกโซเชียลหรือเว็บไซต์ต่าง ๆ การส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ก็จะเป็นหน่วยงานภาคเอกชนที่เข้ามาช่วย ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดแสดงหรือการจัดโปรโมชั่นร่วมกับธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรพนักงานในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ทำเองเป็นธุรกิจภายในครอบครัว บุคลากรมีทักษะ ความรู้ คักยภาพ และความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เพราะสามารถตัดสินใจในปัญหาที่เกิดขึ้นได้เลย มีใจรักในการให้บริการผู้อื่นด้วยความที่คนน่านเป็นคนจิตใจดีอยู่แล้ว แต่อาจจะมีความรู้ของบุคลากรน้อยกว่าความต้องการในการทำงาน การดูแลสภาพแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอโดยรวมของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว ก็จะเป็นคนในพื้นที่ช่วยกันดูแล สดุดสง รักษาความสะอาดและดูแลความปลอดภัย

การส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจในการท่องเที่ยว คือ การเที่ยววัดวาอาราม อยากรมาสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน การทอผ้าแบบโบราณ การผลิตเครื่องเงินน่านที่มีลวดลายประณีตสวยงาม ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชาวบ้านที่ทำมาจากสมุนไพร การท่องเที่ยวชุมชนในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ด้านราคาค่าเข้าชมสถานที่ ค่าที่พัก ค่าอาหาร รวมไปถึง

ของฝากของที่ระลึกที่มีความเหมาะสม คำนึงถึงเงินที่จ่ายไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการเข้าถึงข้อมูล ก็มีความสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเป็นช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก เป็นต้น การส่งเสริมการตลาดต้องเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นโดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์เข้ามาช่วย ส่วนด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอและควรมีการอบรมด้านทักษะภาษาต่างประเทศและการบริการให้กับคนในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2552) ที่อ้างแนวคิดของ Philip Kotler ไว้ว่า แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการ จะมีส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด การส่งเสริมการตลาดจะมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จได้ ต้องได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนเป็นหลัก และทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน ในการกำหนดเป้าหมาย การบริหารจัดการ กำหนดระเบียบแบบแผนที่ต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วิศรดา บุญสมเกียรติ 2555) ที่ได้กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต้องได้รับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นคนในชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการให้เป็นระบบ มีแบบแผนและมีเป้าหมายเดียวกัน

4. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของจังหวัดน่าน รวมกับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของจังหวัดน่านทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนและนักวิชาการ ผู้วิจัยสามารถรวบรวมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดน่านในด้านการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strengths) ของจังหวัดน่านในด้านการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

1. จังหวัดน่านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นวัดโบราณที่มีอายุมากกว่า 700 ปี ศิลปะวัฒนธรรม ภาพจิตรกรรมที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของความเป็นน่าน นครที่เป็นอิสระปกครองตนเอง ภาพกระซิบรักบันลือโลก มีภาษาและขนบธรรมเนียมประเพณีที่หลากหลาย เนื่องจากการมีกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ ไม่ว่าจะเป็นไทลื้อ ม้ง เมี่ยน ขมุ ลัวะ มลาบรี ลาหู่ เป็นต้น

2. ความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีอากาศที่บริสุทธิ์ เนื่องจากเป็นเมืองที่โอบล้อมด้วยขุนเขา มีผืนป่ามากกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ของพื้นที่ และเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำสายสำคัญคือแม่น้ำน่าน

3. ทุกอำเภอในจังหวัดน่านมีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่เมืองน่านสามารถไปเที่ยวได้ทุกอำเภอ ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาทัวร์แล้วสามารถกลับมาเที่ยวซ้ำได้

4. ชุมชนในจังหวัดน่านมีความเข้มแข็งมาก คนในชุมชนช่วยกันดูแลรักษาโดยเฉพาะเรื่องที่ต้องยึดเหนี่ยวความเชื่อ การยึดถือขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ทำให้คนน่านรักยังชาวัฒนธรรมที่เคยมีมาตั้งแต่อดีตจนมาถึงปัจจุบันได้ ทำให้น่านกลายเป็นเมืองเก่าที่ยังคงมีชีวิตจนถึงปัจจุบัน

5. เมืองน่านเป็นเมืองที่สะอาด โดยมีรางวัลระดับอาเซียนในการรับรองด้านความสะอาด มีความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างสูง ไม่มีเหตุการณ์ลักขโมยหรืออาชญากรรม นักท่องเที่ยวมั่นใจได้ว่าจะมาเที่ยวน่านไม่ต้องห่วงเรื่องความปลอดภัย

7. น่านเป็นเมืองที่มีพื้นที่ติดชายแดนระหว่างไทยและสปป.ลาว ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและเพิ่มโอกาสด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น สามารถเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของล้านนาตะวันออก

8. จังหวัดน่าน มีหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างครบ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งทั้งสองหน่วยงานทำงานแบบบูรณาการร่วมมือกัน ทั้ง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) วัฒนธรรมจังหวัด พัฒนาชุมชน สมาคมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวน่าน เป็นต้น

9. วิถีชีวิตของคนน่านที่มีความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่น มีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย สงบ อยู่แบบสบาย ๆ นักท่องเที่ยวจึงนิยมมาเที่ยวน่านเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายของสังคมเมือง

10. คนน่าน เป็นคนจิตใจดี โอบอ้อมอารี ทำให้นักท่องเที่ยวเมื่อมาเที่ยวน่านจะได้รับความอบอุ่นใจ รู้สึกประทับใจ เสมือนมาเยี่ยมญาติ คนน่านไม่เห็นแก่ตัว ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งสังเกตได้ว่าเป็นเรือนที่น่านจะไม่มีรั้วกัน หรือถ้ามีก็จะเป็นรั้วแบบเตี้ย ๆ แสดงถึงว่าคนน่านมีจิตใจสูง อยู่ด้วยกันแบบบ้านพี่บ้านน้อง

จุดอ่อน (Weaknesses) ของจังหวัดน่านในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

1. คนในชุมชนยังขาดทิศทางการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว ทำให้ต่างคนต่างทำในแบบของตนเอง ผลที่ออกมาก็ยังไม่ได้ไปในทิศทางเดียวกัน
2. การเกิดนายทุนจากที่อื่นเข้ามาลงทุน ทำให้คนในพื้นที่ไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างที่เราควรจะเป็น
3. จังหวัดน่านยังมีระบบผังเมืองที่ยังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ เนื่องจากความจำกัดของพื้นที่ ทำให้การจัดการด้านพื้นที่ การจัดโซนนิ่งต่าง ๆ ทำได้ค่อนข้างยาก
4. ปัญหาด้านที่จอดรถ เนื่องจากการมีพื้นที่ค่อนข้างน้อย ทำให้ที่จอดรถมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเยอะ ๆ
5. ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น คนน่านต้องปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นด้านโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ห้องน้ำสาธารณะ ป้ายบอกเส้นทาง ป้ายแนะนำสถานที่ ซึ่งถือว่ายังไม่ความจำกัดและไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
6. การพัฒนาในเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค เส้นทางที่จะเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลจากตัวเมือง หรืออยู่บนเขา ซึ่งยังมีโครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่สมบูรณ์
7. จังหวัดน่านถือว่าเป็นจังหวัดที่ชุมชนมีความเข้มแข็งมาก แต่ความเข้มแข็งนี้ก็อาจจะรักษาไว้ไม่ได้ตลอดถ้าขาดการสืบทอดที่ถูกต้องและเหมาะสม คนรุ่นใหม่ที่จะเข้าไปสานต่อจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่คนรุ่นก่อนรักษาเอาไว้ และการที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวจำนวนมาก ๆ ก็อาจจะทำให้วิถีชีวิตของคนน่านเปลี่ยนไป

โอกาส (Opportunities) หรือ ปัจจัยที่จะสร้างโอกาสให้จังหวัดน่านด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. การมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสมบูรณ์และคนน่านก็ยังคงรักษาสິงที่มีเหล่านั้นไว้ได้ดั้งเดิม ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับความดั้งเดิม ความเป็นของแท้ที่ไม่ได้เกิดจากการสร้างขึ้นเพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวเห็นเท่านั้น

2. เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทย ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถทำได้ตรงจุดและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณภาพ

3. การมีมัคคุเทศก์น้อย ทำให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจไปสู่คนรุ่นใหม่ มีคนเข้ามาสานต่อและรักษาวัฒนธรรม ตำนานเรื่องเล่าต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว ปลุกฝังให้คนเหล่านี้เกิดความรักและหวงแหนในทรัพยากรที่ตนเองมี

4. การเป็นเมืองชายแดน ที่ติดกับประเทศอื่น ทำให้คนน่านมีโอกาสในหลายด้าน ๆ ทั้งด้านการท่องเที่ยว และทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถสร้างเครือข่ายและเส้นทางที่เชื่อมโยงกันได้

5. การคมนาคมที่สะดวกสบายระหว่างภูมิภาค ทำให้การเดินทางสะดวกสบาย อีกทั้งยังมีสนามบินที่อยู่ในตัวจังหวัดน่าน ยิ่งเปิดโอกาสด้านการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดน่านได้มากขึ้น

6. คนในชุมชนให้ความร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชน ผู้นำชุมชนมีความเข้มแข็งและพร้อมสนับสนุนนโยบายของภาครัฐ สังเกตได้จากการรักษาความสะอาด การจัดการด้านขยะในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว การปลูกสร้างอาคารต่าง ๆ ที่ยังคงรักษารูปแบบเดิมเอาไว้

อุปสรรค (Threats) หรือ ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำหรับการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ประกอบไปด้วย

1. ปัญหารัษฎรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ดินถล่มในช่วงหน้าฝน ทำให้เกิดความเสียหายต่อถนนหนทางและบางครั้งก็มีผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว

2. ความจำกัดด้านพื้นที่ จึงไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนเยอะ ๆ ในคราวเดียวกันได้

3. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอกับปริมาณงาน

4. โรงแรมที่พักและร้านอาหารส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก ไม่สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวคราวละเยอะ ๆ เป็นหลักร้อยคนได้

5. ขาดงบประมาณทั้งในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ ทำนุบำรุงทรัพยากรการท่องเที่ยว

6. ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน ในระยะยาว ชาวบ้านไม่ได้ทำอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นอาชีพหลัก ทำให้ช่วงที่มีนักท่องเที่ยวน้อย ชาวบ้านก็ไปทำอาชีพอื่นเมื่อ

นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในช่วงนั้นก็อาจจะทำให้กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกสบายเท่าที่ควร

7. นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจไม่ใช่นักท่องเที่ยวที่ตรงกับการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ทำให้มาเที่ยวแล้วไม่เกิดความซาบซึ้ง หรือไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น น่าน จะไม่มีแหล่งบันเทิงยามค่ำคืน ไม่มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวน่านต้องเป็นนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชอบความเรียบง่าย ชอบความสงบ เป็นต้น

8. การหลั่งไหลของคนนอกพื้นที่ ที่เข้ามาทำกิจการท่องเที่ยว นักลงทุนบางคนอาจไม่ได้เห็นประโยชน์ของคนในพื้นที่ ทำให้คนในพื้นที่ไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างที่ควรจะได้รับ

ผลจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ทำให้ทราบถึงสภาพแวดล้อมภายใน ภายนอกของการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ทำให้ได้แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ดังนี้

1. การทำงานแบบบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีทิศทางและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกิดความยั่งยืน

2. ชุมชนต้องเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยว เข้าใจอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมตนเอง ช่วยกันอนุรักษ์ รักษาทรัพยากรให้สมดุลและเกิดความยั่งยืน ทั้งสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม สานต่อวัฒนธรรมเหล่านั้น และให้ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่จะเข้ามาช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตนเองรวมถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

3. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องรู้ว่าใครคือนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับการท่องเที่ยวน่าน ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านั้น เพื่อจะได้ให้บริการที่ตรงตามความต้องการกับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพโดยไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มี

4. หาคณที่มีศักยภาพด้านการตลาดหรือผู้เชี่ยวชาญ เข้ามาช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ไปในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม วาง positioning ของการท่องเที่ยวเมืองน่าน ให้ตรงกับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว ให้คนรับรู้ให้มากขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินงาน โดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์ต่าง การใช้โซเชียลมีเดีย

เพื่อให้การโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจันทันมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีมากขึ้น

แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจันทัน



ภาพ 3 โมเดลแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจันทัน

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

จากข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ ทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและภาคนักวิชาการ จะเห็นได้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จประกอบไปด้วย

1. **Man** หมายถึง บุคคลที่จะให้ความร่วมมือในการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการสนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำงานโดยปราศจากความขัดแย้ง ได้แก่

1.1 ข้าราชการฝ่ายปกครองในการวางแผนงาน วางแผนนโยบายในการพัฒนาจันทันในด้านต่าง ๆ

1.2 ข้าราชการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในการวางแผนนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจันทัน

1.3 วัฒนธรรมจันทัน ในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจันทัน

1.4 พัฒนาชุมชน ในการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชน พัฒนาอาชีพ การพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโอทอปนวัตวิถีของจังหวัดน่าน

1.5 เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่จะช่วยจัดการวางแผนด้านการตลาดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน

1.6 เจ้าหน้าที่องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จังหวัดน่าน ในการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองเก่าของจังหวัดน่าน

1.7 เอกชนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่จะช่วยกันพัฒนาธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งทางด้านคุณภาพ มาตรฐานการบริการและการรักษาสมดุระหว่างความสำเร็จทางธุรกิจและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.8 ผู้นำชุมชน ที่จะเป็นตัวแทนของชุมชนในการบอกความต้องการของชุมชน ประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ กับคนในชุมชน ร่วมวางแผนนโยบายในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน

1.9 ประชาชนของจังหวัดน่าน ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านที่ถูกต้อง มีความรักและหวงแหน ภูมิใจในทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตนเองมีและเป็นเจ้าบ้านที่ดี

1.10 นักวิชาการในจังหวัดน่านที่จะช่วยให้คำแนะนำในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน

1.11 นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ที่เข้าใจการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน เป็นนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนน่าน ช่วยรักษาสภาพแวดล้อมในพื้นที่ ไม่มีพฤติกรรมที่สร้างปัญหาให้กับคนในพื้นที่ รวมถึงไม่รบกวนนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ด้วย

2. Mindset การสร้างสำนึกที่สำคัญต่อพฤติกรรมที่จะแสดงออกของคนในจังหวัดน่านในการช่วยพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ประกอบไปด้วย

2.1 สำนึกเรื่องความภูมิใจ ในการที่จะเป็น ตัวแทนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ในการนำเสนอการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นพนักงานที่ดีและเป็นเจ้าบ้านที่ดีที่จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดน่าน

2.2 สำนึกเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่ทุกคนต้องช่วยกันร่วมมือกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านให้ยั่งยืนทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

2.3 สำนึกรักบ้านเกิด ศึกษาเรียนรู้ของดีของน่านที่เป็นเอกลักษณ์ หวงแหนในความเป็นน่าน พร้อมที่จะอนุรักษ์และสานต่อวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาไม่ให้สูญหายไปตามกาลเวลา

2.4 สำนึกในการทำธุรกิจอย่างมีคุณธรรม พัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ คำนึงกับเงินที่จ่ายไป มีมาตรฐานและมีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้น

3. Money งบประมาณในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว หากจะพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแต่ไม่มีงบประมาณหรืองบประมาณไม่เพียงพอ การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ ซึ่งงบประมาณควรจะมาจากภาครัฐ ซึ่งงบประมาณควรนำมาใช้เพื่อ

3.1 งบประมาณสำหรับพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลจากตัวเมือง แหล่งท่องเที่ยวบนเขา

3.2 งบประมาณสำหรับการทำนุบำรุง ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและคุณภาพของสิ่งแวดล้อม

3.3 งบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้จังหวัดน่านเป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น

4. Macro factor ปัจจัยในระดับมหภาคมีความสำคัญมากในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ซึ่งการดูแลรักษาปัจจัยในระดับมหภาคนี้จะช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในน่านได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้น ได้แก่

4.1 โครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสาร ได้แก่ สัญญาณอินเทอร์เน็ตในจุดสาธารณะ และสัญญาณโทรศัพท์ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน

4.2 โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคม ได้แก่ การเพิ่มสายการบินและจำนวนเที่ยวบินที่มากขึ้น และถนนเข้าแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวในตัวเมือง การขนส่งมวลชนภายในพื้นที่ของจังหวัดน่าน

4.3 โครงสร้างพื้นฐานด้านระบบสาธารณูปโภค ได้แก่ ไฟฟ้าและน้ำประปา ที่ต้องมีเพียงพอและมั่นคงในการรองรับการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน

4.4 โครงสร้างพื้นฐานด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การกำจัดขยะ การรักษาสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศให้สมดุล การรักษาความสะอาดของน้ำและอากาศ ที่ต้องดูแลรักษามาตรฐานที่มีอยู่ให้ดีขึ้น

4.5 โครงสร้างพื้นฐานด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดตั้งกล้องวงจรปิดตามถนนที่เป็นเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว การทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนในการรักษาความปลอดภัยให้กับคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว

5. Micro factor ปัจจัยระดับจุลภาคของธุรกิจต่าง ๆ ที่จะต้องได้รับการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ได้แก่

5.1 การพัฒนาโรงแรมที่พักในระดับต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ระดับโรงแรม รีสอร์ท เกสเฮาส์ และโฮมสเตย์ ให้มีมาตรฐาน มีคุณภาพทั้งด้านกายภาพภายนอก ตลอดจนการบริการของพนักงาน

5.2 การทำร้านอาหารให้มีคุณภาพ มีความปลอดภัย ถูกสุขอนามัย มีมาตรฐานและทำให้เป็นร้านอาหารที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวน่าน ก็อยากจะไปทาน ทำให้เป็นร้านดังประจำพื้นที่

5.3 การพัฒนาสินค้าโอท็อปของชุมชน ให้มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนนั้น ๆ มีคุณภาพและคุ้มค่ากับราคา มีการนำเสนอและประชาสัมพันธ์ให้เป็นของดังของจังหวัดน่าน นักท่องเที่ยวมาแล้วต้องอยากมาซื้อ โดยเฉพาะเรื่อง ผ้าทอลายโบราณต่าง ๆ ผ้าลายน้ำไหล ผ้าคำเชบ เครื่องเงิน เครื่องจักรสาน เกสสินเชาว์ ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือแม้แต่ผลผลิตทางการเกษตร เช่น มะไฟจีน ส้มสีทอง และกาแฟ เป็นต้น

5.4 การพัฒนาร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ให้เป็นร้านที่เป็นจุดศูนย์รวมของที่ระลึก จุดรวมที่จำหน่ายสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของคนในพื้นที่ สินค้าโอท็อปต่าง ๆ เป็นร้านที่สินค้ามีคุณภาพ และเป็นร้านค้าที่มีความพร้อมที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้

5.5 การพัฒนาด้านการจัดกิจกรรมพิเศษด้านการท่องเที่ยว ทั้งงานเทศกาลต่าง ๆ งานประจำปี งานด้านศาสนา ที่จัดเป็นประจำของจังหวัดน่าน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้

เดินทางมาเที่ยวในช่วงเวลานั้น ๆ เช่น งานทำบุญพระธาตุแช่แห้ง งานตักบาตรเทโว งานตานก้วยสลาก งานปีใหม่เมือง งานแข่งเรือ งานโลกของกว้าง และงานส้มสีทอง เป็นต้น

6. Marketing เมื่อจังหวัดน่านได้รับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวแล้ว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะต้องร่วมมือกันในการวางแผนด้านการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้จังหวัดน่านเป็นที่รู้จักมากขึ้น เป็นเมืองเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวมากขึ้น โดยจะต้องดำเนินการดังนี้

6.1 กำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายให้ชัดเจน ว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านจะขายใคร และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มไหนที่ตรงกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จังหวัดน่านมี

6.2 วาง positioning ของจังหวัดน่าน ว่าจังหวัดน่านจะเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบใด อะไรเป็นจุดเด่น อะไรที่เป็นจุดขาย ที่จังหวัดน่านจะนำเสนอเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดน่าน

6.3 กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน โดยการใช้ส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาช่วย โดยกำหนดส่วนประสมทางการตลาดให้ครบถ้วน และกำหนดแนวทางการใช้ส่วนประสมทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

6.4 กำหนดแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และกำหนดทิศทางในการทำงานของทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้ดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน

6.5 ในการวางแผนการตลาดควรเป็นแผนงานการตลาดแบบบูรณาการที่จากหลายฝ่ายไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนและนักวิชาการ ที่ร่วมกันคิด ร่วมกันเสนอและร่วมมือกัน โดยที่แผนทุกแผนจะต้องมีความสอดคล้องกัน เสริมสร้างซึ่งกันและกัน เพื่อให้ผลที่ออกมามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

7. Message เมื่อมีการวางแผนด้านการตลาดแล้ว สิ่งสำคัญที่สุดคือการสื่อสารให้คนรับรู้ นั่นก็คือการประชาสัมพันธ์ ซึ่งคนน่านต้องภูมิใจที่จะนำเสนอการท่องเที่ยวของน่านให้คนรู้จักมากขึ้น ได้แก่

7.1 ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้คนน่านรู้ว่าอะไรที่เป็นจุดเด่น เป็นจุดขายของจังหวัดน่าน

7.2 ต้องมีการรณรงค์ให้คนน่านรู้จักการนำเสนอ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน เพื่อเป็นเสมือนชุดการท่องเที่ยวรวมถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

7.3 เมื่อมีการประชาสัมพันธ์ให้คนภายในแล้ว ก็ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้คนภายนอกได้รู้จักเรื่องราวต่างๆของจังหวัดน่าน และอยากเข้ามาเที่ยว มาสัมผัส โดยเฉพาะการใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ซึ่งมีต้นทุนน้อยแต่ให้ผลลัพธ์ในวงกว้างและได้รับความนิยมสูง

8. Management ปัจจัยความสำเร็จที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะสำเร็จได้ จะต้องมีการจัดการที่ดี นั่นคือ การวางยุทธศาสตร์ที่ดีด้านการท่องเที่ยว ในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนช่วยกันรักษาทรัพยากรเหล่านั้นอย่างยั่งยืน โดยการร่วมมือกันในการทำงานของทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนผู้ประกอบการ และคนในชุมชน ดังต่อไปนี้

8.1 ต้องมีการวางแผนที่ชัดเจน ทั้งด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายต่าง ๆ

8.2 มีการจัดตั้งคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ที่ประกอบด้วยทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการเข้ามาดูแลและตรวจสอบการดำเนินงานในทุกขั้นตอน และมีการประเมินผลการทำงานเพื่อพัฒนาศักยภาพและปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

8.3 การวางแผนงานจะต้องให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของคนในชุมชนเป็นหลัก ว่าคนในชุมชนอยากได้อะไร อยากทำอะไร และคนในชุมชนมีส่วนในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีในชุมชนได้อย่างไร

8.4 การจัดการด้านงบประมาณ ต้องมีการจัดสรรงบประมาณในแต่ละส่วนว่าจะมาจากแหล่งไหนได้บ้าง เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาสิ่งที่จำเป็นด้านการท่องเที่ยวว่าอะไรควรทำในลำดับต้น ๆ

8.5 ทุกแผนงานต้องให้ความสำคัญกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน การทำงานจะต้องมีความสมดุล และการพัฒนาจะต้องไม่ไปทำลายศักยภาพการท่องเที่ยวทั้งสามด้าน ไม่ว่าจะเป็นสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ของจังหวัดน่าน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เชิงนโยบาย

1.1 นโยบายด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience) ทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

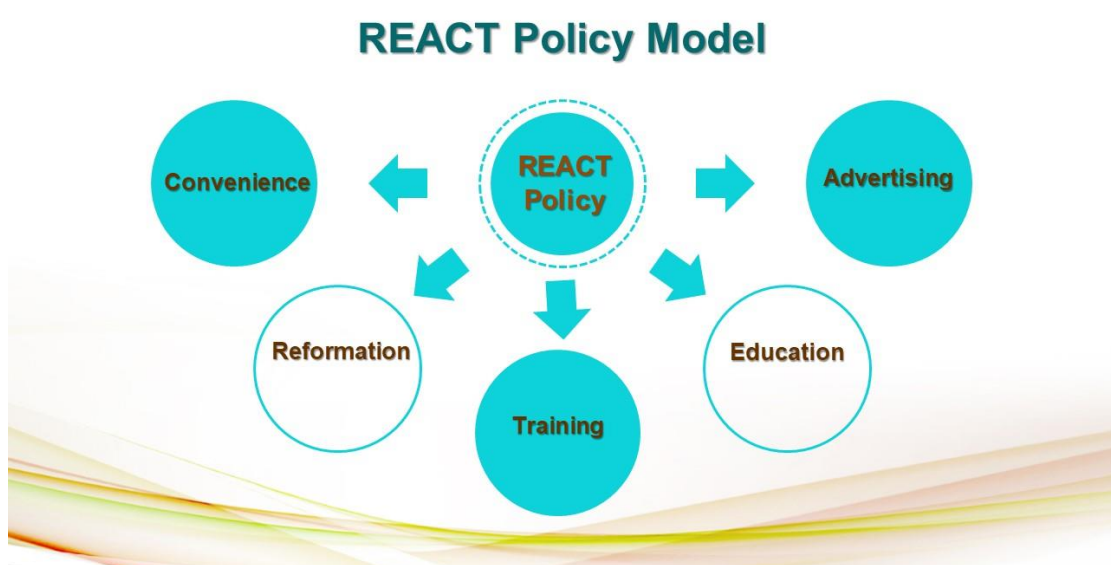
1.2 นโยบายด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน (Reformation) การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะการแสดงของคนน่าน ได้แก่ วัดโบราณต่าง ๆ การพักผ่อนน่าน วัฒนธรรมประเพณีความเชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์

1.3 นโยบายด้านการฝึกอบรม (Training) การให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวแก่บุคลากรทางการท่องเที่ยว การอบรมมัคคุเทศก์น้อย มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน

1.4 นโยบายด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising) โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวน่านเป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.5 นโยบายด้านการส่งเสริมการอนุรักษ์ (Education) ในทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีในท้องถิ่นและเกิดการส่งต่อไปสู่คนรุ่นใหม่

จากข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสามารถเขียนเป็นโมเดลรีแอค ได้ดังนี้



ภาพ 4 โมเดล REACT Policy

2. เชิงปฏิบัติการ

2.1 การปฏิบัติการเชิงรุก (SO)

2.1.1 ส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การเป็นนครรัฐอิสระในอดีต ยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดน่าน

2.1.2 สร้างเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ เทียวโบราณสถาน ชมนงานศิลปะวัฒนธรรม วิถีชีวิต เรียนรู้การปลูกกาแฟ การเก็บเมี่ยง เป็นต้น

2.1.3 ส่งเสริมภาคเอกชนผู้ประกอบการในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพของร้านอาหาร ที่พักในระดับ 4-5 ดาว และร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

2.2 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

2.2.1 ส่งเสริมและผลักดันการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน

2.2.2 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้มีรูปแบบที่หลากหลายและมีความต่อเนื่อง

2.2.3 ยกระดับคุณภาพการบริการให้กับบุคลากรที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน

2.3 กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

2.3.1 ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องมีการประชุมปรึกษาหารือ และร่วมกันวางแผนงาน หาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.3.2 การสืบทอดวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีมาในอดีตไปสู่คนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาสานต่อให้เกิดเข้าใจพร้อมทั้งปลูกจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

2.4 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

2.4.1 การรณรงค์และปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่มีในพื้นที่

2.4.2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สร้างความสมดุลภายใต้อัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ

3. เชิงวิชาการ

3.1 ควรทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดที่อยู่ใกล้เคียง

3.2 ควรศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงระหว่างไทย-ลาว และระดับภูมิภาค เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดน่าน

จากข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการและเชิงวิชาการทำให้ได้ TOWS Matrix การท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน ได้ดังนี้



ตาราง 18 TOWS Matrix จังหวัดน่าน

	ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
		1.มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย 2.ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต 3.ชุมชนในจังหวัดน่านมีความเข้มแข็งมาก 4.เมืองน่านเป็นเมืองที่สะอาดและมีความปลอดภัยสูง 5.น่านเป็นเมืองที่มีพื้นที่ติดชายแดนไทย-ลาว 6.จังหวัดน่าน มีหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างครบ 7.วิถีชีวิตของคนน่านที่มีความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่น 8.คนน่าน เป็นคนจิตใจดี โอบอ้อมอารี	1.จังหวัดน่านไม่ใช่เมืองท่องเที่ยวหลักของภาคเหนือ 2.คนในชุมชนยังขาดทักษะในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว 3.การเกิดนายทุนจากที่อื่นเข้ามาลงทุน 4.ความจำกัดของพื้นที่ 5.ปัญหาด้านที่จอดรถ 6.แหล่งท่องเที่ยวอยู่ห่างไกลจากตัวเมืองไม่มีรถโดยสารสาธารณะ 7.การสานต่อวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นใหม่ให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง 8.สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอ
	ปัจจัยภายนอก	กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)
	1.ความประทับใจจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเที่ยวซ้ำหลายรอบ 2.จังหวัดน่านสามารถเที่ยวได้ทุกฤดูเพราะมีธรรมชาติที่สวยงาม 3.การเป็นเมืองชายแดน ที่ติดกับประเทศอื่น ทำให้คนน่านมีโอกาสในหลายด้านๆ 4.เส้นทางคมนาคมสะดวกสบายระหว่างภูมิภาค 5.เป็นเมืองเครือข่ายสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก 6.ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทำงานร่วมกันเป็นอย่างดี	1.ส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การเป็นนครรัฐอิสระในอดีต ยกกระตือรือร้นการท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดน่าน 2.สร้างเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3.ส่งเสริมภาคเอกชนผู้ประกอบการในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพของร้านอาหาร ที่พักในระดับ 4-5 ดาว และร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	1.ส่งเสริมและผลักดันการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน 2.ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้มีรูปแบบที่หลากหลายและมีความต่อเนื่อง 3.ยกระดับคุณภาพการบริการให้กับบุคลากรที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน
	อุปสรรค (Threats)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
	1.ปัญหาภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ดินถล่ม 2.ปัญหาจากโรคโควิด 19 ทำให้การท่องเที่ยวชะงัก 3.โรงแรมที่พักและร้านอาหารส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก 4.ขาดงบประมาณทั้งในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว 5.ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน ในระยะยาว 6.จำนวนบุคลากรการท่องเที่ยวมีน้อย	1.การรณรงค์และปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่มีในพื้นที่ 2.ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สร้างความสมดุลภายใต้อัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ	1.ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ต้องมีการประชุม ปรึกษาหารือ และร่วมกันวางแผนงาน หาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว 2.การสืบทอดวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีมาในอดีตไปสู่คนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาสานต่อให้เกิดเข้าใจพร้อมทั้งปลูกจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาและพัฒนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในจังหวัดน่าน เนื่องจากจังหวัดน่านมีศักยภาพด้านทรัพยากรทางธรรมชาติสูง และเพื่อเพิ่มมูลค่าทรัพยากรที่มีให้เกิดการใช้ประโยชน์ได้สูงสุด
2. ควรศึกษาและส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืน ในจังหวัดน่าน เพื่อให้คนในท้องถิ่นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรที่ตนเองมีและเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับแต่ละชุมชนในจังหวัดน่าน
3. ควรศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านที่จะเพิ่มขึ้น สร้างความพึงพอใจและสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดน่านได้
4. ควรศึกษาแนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ทั้งทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม กลุ่มชาติพันธุ์ และบริการ พร้อมทั้งการบูรณะปรับปรุงและการอนุรักษ์อย่างยั่งยืน



บรรณานุกรม

- (2558). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สราวรรณ เรืองกัลป์วงศ์, (2559). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ, ธรรมสาร.สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.
- อทิยาภรณ์ แก่นสุข, (2559). หลักการและแนวทางการบริหารการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, สุขุมวิทการพิมพ์.
- ชยารัตน์ แพทอง, (2558). การท่องเที่ยวคืออะไร. กรุงเทพฯ โอ.เอส.
- จิราณัฐ โสกา, (2560). การพัฒนากลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมกรณีศึกษาชุมชนบ้านห้วยหินดำ อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. ปริญญามหาบัณฑิต.
- กรมการท่องเที่ยว (2560). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ.2560–2564. กรุงเทพฯ, พีดับบลิว ปรีนติ้ง.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ, สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว.
- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย, (2561). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนท่ามะโออำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. วารสารศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551). แผนการตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556). ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทยชุดภาคเหนือ. กรุงเทพฯ, บริษัทวิเสจจำกัด.
- การส่งเสริมการท่องเที่ยว. (2558). ความรู้เบื้องต้นของการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- คณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ (2560). โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง. กรุงเทพฯ, สำนักงานคณะกรรมการนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ.
- ยุวดี งามจันทร์ฉาย, (2557). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, บรรณกิจการพิมพ์.
- จังหวัดตรัง, วารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ: 47–66.
- จังหวัดน่าน (2563). "ข้อมูลจังหวัดน่าน." Retrieved 20 มีนาคม, 2563, from

<http://www.nan.go.th/webjo/>.

นิคม จารุมณี, (2555). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, โอเดียนสโตร์.

บุญเลิศ จิตต์วัฒนา, (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ, เพรส แอนด์ดีไซด์จำกัด.

สมเกียรติ ชัยไพบุลย์, (2557). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในพื้นที่ฝั่งธนบุรี.

บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏ บ้านสมเด็จเจ้าพระยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ, (2543). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ณวิทย์ อ่องแสงชัย (2558). สถาปัตยกรรมเมือง. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พนิดา ตั้งวัฒนารักษ์, (2558). คลังความรู้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ, เอส.อาร์.

พยอม ธรรมบุตร, (2550). เอกสารประกอบการเรียนการสอนหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ, สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อัญญารัตน์ ธรรมวรรณ, (2556). การศึกษาผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม การจัดการท่องเที่ยว

กรณีศึกษาเมืองเชียงใหม่ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. . สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.

นภดล นพรัตน์, (2558). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาเทศบาลตำบลเวียงใต้ อำเภอป่าซาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. . บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.

เจษฎา นิลสงวนเดชะ, (2561). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของภาคการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาประเพณีถือศีลกินผักของศาลเจ้า.

วริศรา บุญสมเกียรติ, (2555). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดธาตุน้อย โบราณสถานวัดโมคลาน, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.

ประวิทย์ ชุมบัวทอง (2558). การบริหารการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วรพงศ์ ผูกภู, (2560). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงภายใต้พลวัตของการเปลี่ยนแปลง:บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่. จังหวัดเชียงใหม่.

วนิดา พานิชย์, (2557). กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสกลนคร. ขอนแก่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต.

ฉล่องศรี พิมพ์สมพงศ์, (2557). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- ดลใจ มณีงาม, (2557). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- พรทิพย์ รอดพัน, (2560). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชนท้องถิ่นเพื่อการพัฒนา ในอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา. นครราชสีมา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- เสวี วงษ์มณฑา, (2542). กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ, ชีระพิมพ์และโชแท็กซ์.
- เสวี วงษ์มณฑา, (2547). ครบเครื่องเรื่องสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ, ธรรมสาร.
- นันท วรรณณอม, (2554). การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว. กรุงเทพฯ, วิรัตน์ เอ็ดดุกะชัย.
- เฉลิม บุญพิทักษ์, (2556). กลยุทธ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ, ธรรมสาร.
- วรรณ วลัยวานิช (2559). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสวี วงษ์ไพจิตร, (2534). วิวัฒนาการการท่องเที่ยวของโลกและของประเทศไทย. กรุงเทพฯ.
- วิกิพีเดีย (2563). "จังหวัดน่าน." Retrieved 19 มีนาคม, 2563, from <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%99%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%99>.
- วินิจ วีรยางกูร, (2552). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศรัณยา แสงลิ้มสุวรรณ (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน, นักบริหาร.
- คมสันต์ ศรีปิตินันท์, (2557). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, เพื่องฟ้าพรินต์.
- สุชน สังข์เกษม, (2557). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยความร่วมมือของชุมชนของตำบลท่าหิน อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดน่าน (2563). "วัฒนธรรมจังหวัดน่าน." Retrieved 20 มีนาคม, 2563, from <https://www.m-culture.go.th>.
- สารานุกรมเสรี (2558). "ความหมายของการท่องเที่ยว." Retrieved 1 มีนาคม, 2562 from <https://th.wikipedia.org/wiki/การท่องเที่ยว>.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2554). การจัดการสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ, สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- ภาณุพงศ์ สิทธิภูมิ, (2554). การพัฒนาเชิงอนุรักษ์พื้นที่เมืองเก่าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดน่าน. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุนทร สุวรรณละออง, (2555). การท่องเที่ยวทางเลือกกับความยั่งยืนของสังคมไทย. ชลบุรี, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รัชฎาภรณ์ หลักหาญ, (2559). อิทธิพลของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิง

นิเวศของจังหวัดเชียงรายต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ.

ชิดจันทร์ หังสสูตร, (2552). **หลักการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
รามคำแหง

องค์การท่องเที่ยวโลก (2558). "ข้อมูลการท่องเที่ยว." Retrieved 16 มีนาคม, 2562, from
<http://www.wto.org/>

สมชาติ อุ๋น, (2552). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการวางแผน**. ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์
นครปฐม, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Alavanh, P. (2009). **The potential of ecotourism to contribute to local sustainable development: a case study in Kiet Ngong village in Xe Pian National Protected Area, Lao PDR**. New Zealand, Massey University.

Cohen, E. (1989). **Thai Tourism Hill Tribes, Island and open ended Prostitution**. Bangkok, White Lotus.

Corbos, A. Z. a. R.-A. (2015). "Towards Sustainable Tourism Development in Urban Areas: Case Study on Bucharest as Tourist Destination. Sustainability, 7, 12709–12722." Retrieved June 20, 2020, from <https://www.mdpi.com/2071-1050/7/9/12709>.

Coulter, M. (2005). **Management**. Prentice Hall, Sawyer.

Lu, W. (2006). **Tourism Development in Ethnic Areas of Southern China**. Australia, Griffith University.

Muhammad Aslam Memon, R. A. M. a. C. L. R. (2001). "Human Capital a Source of Competitive Advantage "Ideas for Strategic Leadership." Australian Journal of Basic and Applied Sciences: 3(4), pp. 4182–4189.

R., D. F. (2012). **Strategic Management: Concepts and Cases**. Florence, South Carolina: Prentice Hall, Francis Marion University.

Reid, R. D. B., D.C (2001). **Hospitality marketing management** 3rd ed. New York: J. Wiley.

Schemerhorn, J. R. (2002). **Organizational Behavior**. United Kingdom., U.S.A.: Fairford, GLO.,

Steven D. Pike (2008). **Destination Marketing: an integrated marketing**

communication approach. Butterworth–Heinmann, Burlington MA.

Tao, T. C.–H. (2006). **Tourism as a Livelihood Strategy in Indigenous Communities: Case Studies from Taiwan.** Doctor of Philosophy, University of Waterloo.

Wright, P. L., Pringle, C.D., and Kroll, M.J (1992). **Strategic Management.** New York, Allyn & Bacon.

Yang, L. (2007). **Planning for Ethnic Tourism: Case Studies from Xishuangbanna, Yunnan, China.** Ontario, Canada, University of Waterloo.





ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ดร.พกามาศ ชัยรัตน์
2. ดร.ธนสิน จันทเดช

ที่ ขว ๗๓๒๗/ว ๐๐๗/๒



วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
๕๕ อาคารเวฟเพลส ชั้น ๔ แขวงลุมพินี
เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ๑๐๓๓๐

๖ สิงหาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.ธนสิน จันทเดช

มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด วิทยาเขตหัวหิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย นางสาวศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ รหัสนิสิต ๖๑๑๖๐๐๓๗/ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ วิทยาลัยการจัดการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์สูงในการตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับ แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในเรื่องดังกล่าว จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และหากท่านพิจารณาตรวจสอบเครื่องมือแล้วเสร็จโปรดแจ้งไปยัง นางสาวศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ รหัสนิสิต ๖๑๑๖๐๐๓๗ โทรศัพท์ ๐๘๙-๘๓๖-๕๕๖๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร แพรรค์)

รักษาราชการแทนรองคณบดีวิทยาลัยการจัดการ รักษาการแทน

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

กลุ่มงานวิชาการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

โทรศัพท์ ๐๒ ๖๕๕ ๑๑๐๐

โทรสาร ๐๒ ๖๕๕ ๑๑๕๖

E-mail: cmbkk.pr@up.ac.th

3. ดร. ณัฏฐพัชร มณีโรจน์

ที่ อว ๓/๓๒๓/ว ๐๐๗/๒



วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
๕๕ อาคารเวฟเพลส ชั้น ๔ แขวงลุมพินี
เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ๑๐๓๓๐

๒ สิงหาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.ณัฏฐพัชร มณีโรจน์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย นางสาวศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ รหัสนิสิต ๖๑๑๖๐๐๓๓/ นิสิตปริญญาโท หลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ วิทยาลัยการจัดการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์
สูงในการตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับ แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในเรื่องดังกล่าว จึงเรียนมาเพื่อขอความ
อนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และหากท่านพิจารณาตรวจสอบ
เครื่องมือแล้วเสร็จโปรดแจ้งไปยัง นางสาวศิริพร ถาวรวิสิทธิ์ รหัสนิสิต ๖๑๑๖๐๐๓๓/ โทรศัพท์ ๐๘๙-๔๓๖-๕๕๖๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร แพรรค์)

รักษาการแทนรองคณบดีวิทยาลัยการจัดการ รักษาการแทน
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

กลุ่มงานวิชาการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
โทรศัพท์ ๐๒ ๖๕๕ ๑๑๐๐
โทรสาร ๐๒ ๖๕๕ ๑๑๔๖
E-mail: cmbkk.pr@up.ac.th

ภาคผนวก ข รายนามผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1. นายวรกิตติ ศรีทิพากร

ตำแหน่ง ผู้ว่าราชการจังหวัดน่าน

สถานที่ทำงาน ที่ทำการปกครองจังหวัดน่าน

หมายเลขโทรศัพท์ 054 716 410

2. ว่าที่ ร.ต.ภาณุวัฒน์ ชัดนาค
แห่งประเทศไทย สำนักงานน่าน

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยว

สถานที่ทำงาน สำนักงานททท.น่าน

หมายเลขโทรศัพท์ 062 5950517

3. นายภาณุวัชร อันสนธิ
ท่องเที่ยวและกีฬาจ.น่าน

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักงานการ

สถานที่ทำงาน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจ.น่าน

หมายเลขโทรศัพท์ 054 716 434

4. นายสโรช รัตนมาศ
วัฒนธรรมน่าน

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักงาน

สถานที่ทำงาน สำนักงานวัฒนธรรมจ.น่าน

หมายเลขโทรศัพท์ 054 711 650

5. นายชำนาญ บุตาสา

ตำแหน่ง พัฒนาการจังหวัดน่าน

สถานที่ทำงาน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน

หมายเลขโทรศัพท์ 054 716 428

6. นายสาธิต บุญทอง
ท่องเที่ยวจ.น่าน

ตำแหน่ง นายกสมาคมธุรกิจ

สถานที่ทำงาน สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจ.น่าน

หมายเลขโทรศัพท์ 054 775 158

7. นายดิเรก กุบกระเป๋

ตำแหน่ง นายสถานีเดินรถน่าน

สถานที่ทำงาน บริษัทขนส่ง 999

หมายเลขโทรศัพท์ 054 710 097

8. นางดวงเดือน จิตอารี
โฮมสเตย์

ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ ตูบนา

สถานที่ทำงาน ตูบนา โฮมสเตย์

หมายเลขโทรศัพท์ 094 143 1969

9. นางสาวสุทธิดา กันศรีนวกุล

ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ

สถานที่ทำงาน ศูนย์โอท็อป 1

หมายเลขโทรศัพท์ 084 6080958

10. ผู้ประกอบการร้านกาแฟบ้านไทลื้อ

ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ

สถานที่ทำงาน ร้านกาแฟบ้านไทลื้อและร้านลำดวนผ้าทอ หมายเลขโทรศัพท์ 089 264 6058

11. นายมานะ ทองใบศรี

ตำแหน่ง นักข่าวท้องถิ่นจังหวัดน่าน

สถานที่ทำงาน เพจ เสน่ห์น่านวันนี้ จังหวัดน่าน

หมายเลขโทรศัพท์ 081 980 6470

12. นายสุรวิทย์ เมธาวรณันท์

ตำแหน่ง เจ้าของบริษัท

สถานที่ทำงาน บริษัททัวร์ภู่านาฮอติเคย์

หมายเลขโทรศัพท์ 095 687 8556

13. นายสุรพล เขียรสุตร
เมืองน่าน

ตำแหน่ง นายกเทศมนตรีเทศบาล

สถานที่ทำงาน สำนักงานเทศบาลเมืองน่าน

หมายเลขโทรศัพท์ 054 771 502

14. นายชนาธิป เสมแย้ม

ตำแหน่ง นายอำเภอบัว

สถานที่ทำงาน ที่ว่าการอำเภอบัว

หมายเลขโทรศัพท์ 054 791 252

15. นายพลายชุมพล อยู่เอนก

ตำแหน่ง นายกเทศมนตรีตำบลบัว

สถานที่ทำงาน สำนักงานเทศบาลตำบลบัว

หมายเลขโทรศัพท์ 054 791 400

16. ว่าที่ร้อยโท บำรุง คำไว

ตำแหน่ง นายอำเภอบ่อเกลือ

สถานที่ทำงาน ที่ว่าการอำเภอบ่อเกลือ

หมายเลขโทรศัพท์ 054 778 126

17. นายสุทัศน์ ปันอิน

ตำแหน่ง นายก อบต.

สถานที่ทำงาน อบต.อำเภอบ่อเกลือเหนือ
2594

หมายเลขโทรศัพท์ 088-259-

18. นายสาโรจน์ อุปจักร
ตำแหน่ง ผู้ใหญ่บ้านบ่อหลวง
สถานที่ทำงาน หมู่บ้านบ่อหลวง
หมายเลขโทรศัพท์ 097 920 0429
19. นางสาวสุทธนา ปัทมวัฒน์
ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ
สถานที่ทำงาน โรงเรียนชวานาตำบลศิลาเพชร
หมายเลขโทรศัพท์ 092 940 2414
20. พระครูปลัดอุทัย อุดฺฒฺญโณ
วัดภูมินทร
ตำแหน่ง ผู้รักษาการแทนเจ้าอาวาส
สถานที่ทำงาน วัดภูมินทร์
หมายเลขโทรศัพท์ 098 879 3956
21. นางสาวนันทน์ เนตรทิพย์
ตำแหน่ง ผู้นำชุมชนกลุ่มผ้าทอไทลื้อ
สถานที่ทำงาน ชุมชนผ้าทอไทลื้อ บ้านเก็ด
หมายเลขโทรศัพท์ 081 180 2964
22. นางสาวอภิรดี ปรงฤทธิ์
วิชาชีพการโรงแรม
ตำแหน่ง ผู้ช่วยหัวหน้าศูนย์ฝึก
สถานที่ทำงาน วิทยาลัยการอาชีพบัว
หมายเลขโทรศัพท์ 088 161 9945
23. นางนุชรี ไชยวงศ์
ตลาด
ตำแหน่ง หัวหน้าแผนกวิชาการ
สถานที่ทำงาน วิทยาลัยการอาชีพบัว
หมายเลขโทรศัพท์ 090 249 7994
24. นางสาววรรณิศา ชินบุตร
การตลาด
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขา
สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน
หมายเลขโทรศัพท์ 089 191 0821

ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนและภาคนักวิชาการ

เรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการวิจัยของนิสิตระดับปริญญาโท สาขาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่าน ให้ความกรุณาในการตอบแบบสัมภาษณ์ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่เป็นประโยชน์เหล่านี้ไปเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรองต่อไป

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและภาคนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอย่างสูง มา ณ ที่นี้

นางสาวศิริพร ถาวรวิสิทธิ์

นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม

วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ-นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตำแหน่ง.....

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง [] ภาครัฐ [] ภาคเอกชน [] ภาคประชาชน [] ภาคนักวิชาการ

หมายเลขโทรศัพท์.....

สถานที่ที่ให้สัมภาษณ์.....

วันที่และเวลาที่ให้สัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและภาคนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน

คำถาม

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้แก่ (โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน ศาสนาและความเชื่อ กลุ่มชาติพันธุ์ ภาษา วรรณกรรม วิถีชีวิต อาหารพื้นบ้าน ดนตรีและการละเล่นพื้นบ้าน ประเพณี เทศกาล มหกรรมทางวัฒนธรรม)

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่า อะไรเป็นสิ่งที่โดดเด่นและเป็นจุดขาย ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่า อะไรเป็นสิ่งที่ต้องพัฒนา ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่า อะไรเป็นสิ่งที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่
จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่า ปัญหาหรืออุปสรรค ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดน่าน มีอะไรบ้าง และควรจะมีแนวทางในการแก้ไขอย่างไร

.....

.....

.....

6. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As)

6.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ทางวัฒนธรรม ในอำเภอเมืองน่าน อำเภอปัวและอำเภอบ่อเกลือ มีอะไรที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นอย่างไร และมีการดูแลให้อยู่ในสภาพดีหรือไม่

.....

.....

.....

6.2 เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
(Accessibility) และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในอำเภอเมืองน่าน
อำเภอปัวและอำเภอบ่อเกลือ เป็นอย่างไร

.....

6.3 สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) เชิงวัฒนธรรมของอำเภอเมืองน่าน อำเภอปัวและอำเภอบ่อเกลือเป็นอย่างไร มีเพียงพอหรือไม่ เช่น ที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายแนะนำสถานที่ ป้ายบอกเส้นทาง จุดชมวิว ห้องน้ำ ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก อินเทอร์เน็ต ฯลฯ

6.4 กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) เชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองน่าน อำเภอปัวและอำเภอบ่อเกลือ มีอะไรที่น่าสนใจ มีความโดดเด่นอย่างไร มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวหรือไม่ และได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวหรือไม่

6.5 โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package) เชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองน่าน อำเภอปัว และอำเภอบ่อเกลือ มีการจัดการอย่างไร มีความสะดวกรวดเร็วหรือไม่ และมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนหรือไม่

6.6 ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน (Ancillary service) เช่น ศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉิน ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว จุดบริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยว โรงพยาบาล ตู้เอทีเอ็ม ในอำเภอเมืองน่าน อำเภอปัวและอำเภอบ่อเกลือเป็นอย่างไร

7. ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps)

7.1 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product) เชิงวัฒนธรรมที่สำคัญในอำเภอเมืองน่าน อำเภอปัวและอำเภอบ่อเกลือมีอะไรที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์และความโดดเด่นอย่างไร

7.2 ด้านราคาและบริการ (Price) ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร/เครื่องดื่ม ของฝาก ค่าที่จอดรถ ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองน่าน อำเภอปัวและอำเภอบ่อเกลือ เป็นอย่างไร มีความเหมาะสม และคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายหรือไม่

7.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ของสินค้าและบริการมีความเหมาะสม รวดเร็ว หรือไม่ และ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารหรือสอบถามข้อมูลได้ที่ใดบ้าง

7.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน อำเภอเมืองน่าน อำเภอปัวและอำเภอบ่อเกลือ สามารถทำได้วิธีใดบ้าง

7.5 ด้านบุคลากร (People) พนักงานในแหล่งท่องเที่ยว มีทักษะ ความรู้ความสามารถ ในการปฏิบัติหน้าที่และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รักในการให้บริการผู้อื่นและมีจำนวน บุคลากรที่เพียงพอในการทำงาน หรือไม่

.....

.....

.....

7.6 ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation) แหล่งท่องเที่ยวได้รับการดูแลรักษาความสะอาดให้สวยงาม ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีการจัด ระเบียบและดูแลด้านความปลอดภัยเป็นอย่างดี รวมถึงมีการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกขึ้น พื้นฐานที่เหมาะสมไว้รองรับนักท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....

7.7 ด้านกระบวนการ (Process) มีระบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม ในการควบคุม ดูแล และประเมินผล รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงานและการ ให้บริการอย่างไร

.....

.....

.....

8. แนวทางการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมือง รอง

8.1 ท่านคิดว่า แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านควร เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

8.2 ท่านคิดว่า ใครควรมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และบทบาทในแต่ละภาคส่วนควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

8.3 ท่านคิดว่ามีปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้ จังหวัดน่าน เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายเชิง
วัฒนธรรมของภาคเหนือได้มากขึ้น

.....

.....

.....

9. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

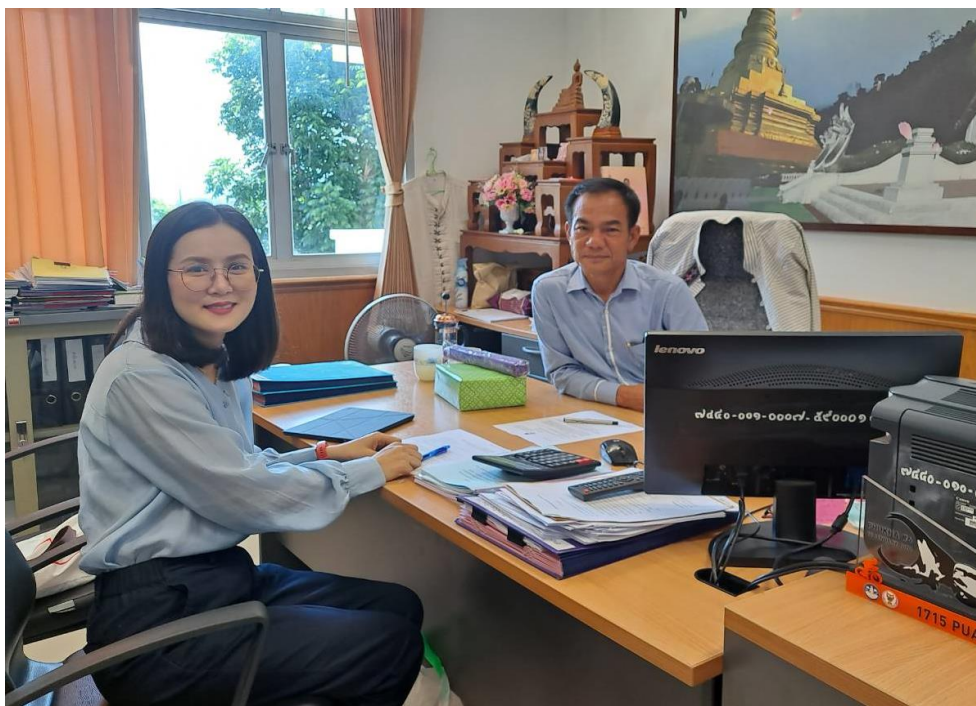
.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ
ผู้วิจัย

ภาคผนวก จ ภาพการเข้าสัมภาษณ์



ภาพ 5 นายวรกิตติ ศรีทิพากร ผู้ว่าราชการจังหวัดน่าน



ภาพ 6 นายภาณุวัชร อินสนธิ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจ.น่าน



ภาพ 7 นายสโรช รัตนมาศ วัฒนธรรมจังหวัดน่าน



ภาพ 8 นายชำนาญ บุตาสา พัฒนาการจังหวัดน่าน



ภาพ 9 ว่าที่ ร.ต.ภาณุวัฒน์ ชัดนาค ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
สำนักงานน่าน



ภาพ 10 นายสาธิต บุญทอง นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวบ้าน



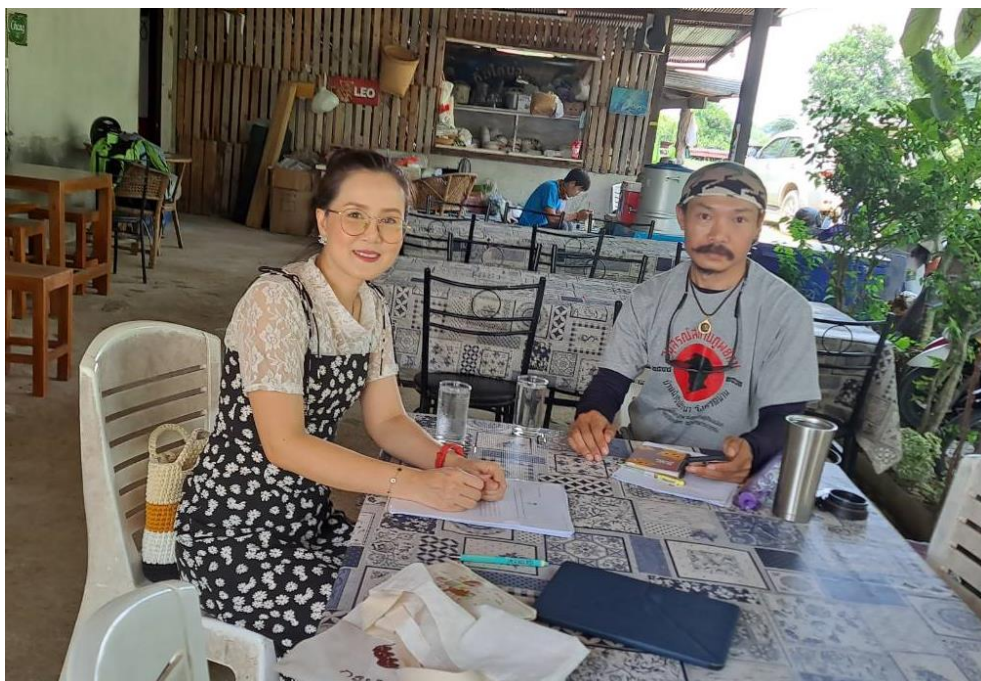
ภาพ 11 นางดวงเดือน จิตอารี เจ้าของกิจการ ตูบนา ไส้สมเด็จอำเภอบัว



ภาพ 12 นางสาวสุทธิดา กันศรีนวกุล ผู้จัดการศูนย์โอท็อป 1



ภาพ 13 นายพนม แก้วเทพ เจ้าของร้านลำดวนผ้าทอและกาแฟบ้านไถลื้อ



ภาพ 14 นายมานะ ทองใบศรี นักข่าวท้องถิ่นจังหวัดน่าน เพจ เสน่ห์น่านวันนี้



ภาพ 15 นายสุรวิทย์ เมธาวรนนท์ เจ้าของบริษัททัวรภู่านฮอลิเดย์



ภาพ 16 นายสุรพล เชียรสูต นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองน่าน



ภาพ 17 นายชนาธิป เสมแย้ม นายอำเภอปัว



ภาพ 18 นายพลายชุมพล อยู่เอนก นายกเทศมนตรีตำบลบัว



ภาพ 19 ว่าที่ร้อยโท บำรุง คำไว นายอำเภอบ่อเกลือ



ภาพ 20 นายสุทัศน์ ปั่นอิน นายก อบต. อำเภอบ่อเกลือเหนือ



ภาพ 21 นายสาริจน์ อุดจักร์ ผู้ใหญ่บ้านบ่อหลวง บ่อเกลือ



ภาพ 22 นางสาวสุนทรา ปัทมวัฒน์ เจ้าของกิจการโรงเรียนชานาตำบลศิลาเพชร



ภาพ 23 พระครูปลัดอุทัย อุดมปัญญา ผู้รักษาการแทนเจ้าอาวาสวัดภูมินทร์



ภาพ 24 นางสาวนันท์ เนตรทิพย์ (ป่าหลอม) ผู้นำชุมชนกลุ่มผ้าทอไทลื้อบ้านเกิด



ภาพ 25 นางสาวอภิรดี ประยุกต์ อาจารย์ประจำและผู้ช่วยหัวหน้าศูนย์ฝึกวิชาชีพการโรงแรมวิทยาลัยการอาชีพบัว



ภาพ 26 นางนุชรี ไชยวงศ์ อาจารย์ประจำและหัวหน้าแผนกวิชาการตลาดวิทยาลัยการอาชีพบัว



ภาพ 27 นางสาววรรณิดา ชินบุตร อาจารย์ประจำสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์
วัน เดือน ปี เกิด	08 ธันวาคม 2526
สถานที่เกิด	น่าน
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2550 ศศ บ. (การจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม), มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย, ปทุมธานี
ที่อยู่ปัจจุบัน	1414/31 ถนนจอมพล ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

