

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

Approaches to the Promotion of Cultural Tourism in Nan Province

ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์¹ และ เสรี วงษ์มณฑา²

Siriporn Thawornwisit¹ and Seri Wongmonta²

Received December 7, 2020 & Retrieved January 11, 2021 & Accepted March 31, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน 2) เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 24 ท่าน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาผลการวิจัย พบว่า จังหวัดน่านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย อาทิ โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน ศิลปะการแสดง ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต กลุ่มชาติพันธุ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าทอลายโบราณและเครื่องเงิน นอกจากนี้ ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ต้องเข้ามาสนับสนุน ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ สนับสนุนการพัฒนา สร้างมีคฤหาสน์ท้องถิ่น สร้างความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยนำข้อมูลวิจัยที่ได้ไปวิเคราะห์ SWOT เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ 1) การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชน วิถีชีวิตและกลุ่มชาติพันธุ์ 2) การส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พัฒนาการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เน้นการใช้สื่อออนไลน์ พัฒนาเครือข่ายภาคีท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์คุณภาพของการบริการของบุคลากรท้องถิ่น 3) การวางแผนนโยบายที่มีเป้าหมายและทิศทางเดียวกัน คนในพื้นที่ต้องช่วยกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพดี ปลูกจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี 4) การส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีไปสู่คนรุ่นใหม่ให้เห็นความสำคัญและคุณค่าในวัฒนธรรมของตน ภูมิใจที่จะนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดน่าน

คำสำคัญ: ศักยภาพ, การส่งเสริม, การท่องเที่ยว, เชิงวัฒนธรรม, จังหวัดน่าน

¹ นิสิตปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยพะเยา Email: tongcutegirl.st@gmail.com

Master of Arts, Major of Hotel and Tourism Management, College of Management, University of Phayao

² รองศาสตราจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยพะเยา

Associate Professor, Department of Hotel and Tourism Management, College of Management, University of Phayao



Abstract

The Research “Approaches to the Promotion of Cultural Tourism in Nan Province, Thailand” aimed to, first, study the cultural tourism resources of Nan Province, and second, 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, cultures of ethnic groups, famous local wisdom including traditional patterned fabrics, and silverware. The interview data also focused on the enchantment of the co-operation among stakeholder to promoted Cultural Tourism, the training of the local guides, and creating knowledge of sustainable cultural tourism. The data were analyzed through SWOT analysis to find ways to promoted cultural tourism in the province. The compositions of plans were 1) encouragement of local cultural tourism marketing, enhance community-based tourism, local lifestyle, and Ethnic group. 2) 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. 3) Planning the directions of cultural tourism, maintain the attractions in their original condition, as well as increasing the amazing Thai host awareness of the local. 4) Promoting and cultivating awareness of the local culture, its environment, and transferring existing cultural values and rituals to the new generation and they should be able to proudly present the identity of the local culture of Nan Province.

Keywords: Potential, Promotion, Cultural Tourism, Nan Province

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างมากและมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจทั่วโลก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ที่มีมูลค่ามหาศาล การเกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง จากการศึกษาขององค์การการท่องเที่ยวโลก ได้พยากรณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกประมาณ 1,800 ล้านคน (องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว 2558)

(Tourism Promotion Organization 2015) จากปัจจัยดังกล่าวทำให้ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม เนื่องจากเป็นจุดหมายปลายทาง ทางการท่องเที่ยว ซึ่งในบรรดาประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาคนี้ได้แก่ ประเทศไทย

จากนโยบายของรัฐบาลไทยโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้ปลุกกระแสให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี 2562 “Amazing ไทยเท่” ภายใต้แนวคิด “เมืองไทย...สวยทุกที่ เเท่ทุกเวลา” และการใช้การท่องเที่ยวแบบ “วิถีไทย” และการสานต่อนโยบายของรัฐบาลในการลดความเหลื่อมล้ำทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การกระจายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวและการกระจายรายได้การท่องเที่ยวเมืองหลักไปสู่ การท่องเที่ยวเมืองรองภายใต้แนวคิด “Amazing Thailand Go Local หรือ ท่องเที่ยวถิ่นไทย ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต”(กระทรวงการท่องเที่ยวและท่องเที่ยว 2561) (Ministry of Tourism and Sports, Thailand – MOTS 2018)



จังหวัดน่าน เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่เป็นเมืองรอง ที่ปัจจุบันได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวของภาคเหนือ จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่อยู่ชายแดนไทย-ลาว เป็นเมืองล้านนาตะวันออกที่มีมนต์เสน่ห์ที่แตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ ประกอบกับการมีภูมิประเทศที่รายล้อมด้วยขุนเขาที่สวยงาม อากาศที่บริสุทธิ์ จังหวัดน่านยังมีประวัติศาสตร์ ที่มีอายุยาวนานมากกว่า 700 ปี มีสถาปัตยกรรมแบบผสมผสานระหว่างสุโขทัยและล้านนา มีโบราณที่สวยงาม ตลอดจน ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีมาตั้งแต่โบราณ และวิถีชีวิตของคนน่านที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นที่ โดยเฉพาะหมู่บ้านไทลื้อที่มีวิถีชีวิตที่น่าสนใจและชุมชนท่องเที่ยวท่องเที่ยวต่างๆที่ถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมของหมู่บ้านโดยให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในการท่องเที่ยว ความมีน้ำใจไมตรีของคนน่าน จึงทำให้เมืองน่าน เมืองเล็กๆแห่งนี้มีเสน่ห์ที่จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นที่มาของการวิจัย เรื่อง “แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านในฐานะเมืองรอง” โดยผู้วิจัยจะศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน รวมทั้งการแสดงความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการนำผลของการศึกษามาเป็นแนวทางและการดำเนินการ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านให้เป็นไปตามแผน ที่กำหนดไว้ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับเมืองท่องเที่ยวหลักที่อยู่ใกล้เคียง การสร้างมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจให้สูงขึ้น ยกกระตักการท่องเที่ยวและการบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและมีศักยภาพในทุกๆ ด้านบนรากฐานของความยั่งยืนทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของคนที่สังคมต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน
2. เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

บททวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) คือ การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกันเดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจติดต่อดูธรรมชาติและวัตถุประสงคใด ๆ ก็ได้แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (องค์การท่องเที่ยวโลก 2558) (World Tourism Organization – WTO 2015)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ (6A's) (Steven D. Pike (2008) ดังต่อไปนี้ 1) ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 3. แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ (Attraction) 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 5) กิจกรรม (Activities) 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม ได้แก่ พระราชวัง ปราสาทหิน วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปะ ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตที่แสดงถึงความรุ่งเรืองและมีการพัฒนาให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตและสภาพแวดล้อมในแต่ละยุค ที่ถ่ายทอดและส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้ทราบประวัติความเป็นมา ศรัทธา มุมมองความคิดของคนในอดีตจนถึงปัจจุบัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2553) (Ministry of Tourism and Sports, Thailand - MOTS



2010)

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 5 ประเภท ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) 2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) 3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism) 4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) และ 5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประกอบไปด้วย 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ 2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ 3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม สิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองเก่า ซากปรักหักพัง 4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก 5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา 6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ 7) ภาษาและวรรณกรรม 8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร 9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ 10) ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548) (Boonlert Chittangwattana 2005)

องค์ประกอบพื้นฐานที่ใช้ในการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการ โดยองค์ประกอบด้านศักยภาพ มี 2 ด้าน ดังนี้ คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการ มี 2 หลักเกณฑ์ ดังนี้ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก 3) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแล ดำเนินการ และจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบดังนี้ การจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และการจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว 2549) (Office of Tourism Development 2006)

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึงการตัดสินใจและการนำไปสู่ เป้าหมายโดยตรงในการใช้ทรัพยากรและศักยภาพขององค์กรเพื่อสร้างโอกาสและป้องกันเหตุการณ์ ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร (โคลเธอร์ Coulter 2005)

ความหมายการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว คือกระบวนการพัฒนางานการสื่อสารการตลาดที่ต้องการใช้การสื่อสารเพื่อจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสร้างพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยพิจารณาวิธีการสื่อสารตราสินค้า (Brand contacts) เพื่อกลุ่มผู้บริโภคได้รู้จักสินค้า (เสรี วงษ์มณฑา 2547) (Seri Wongmontha 2004)

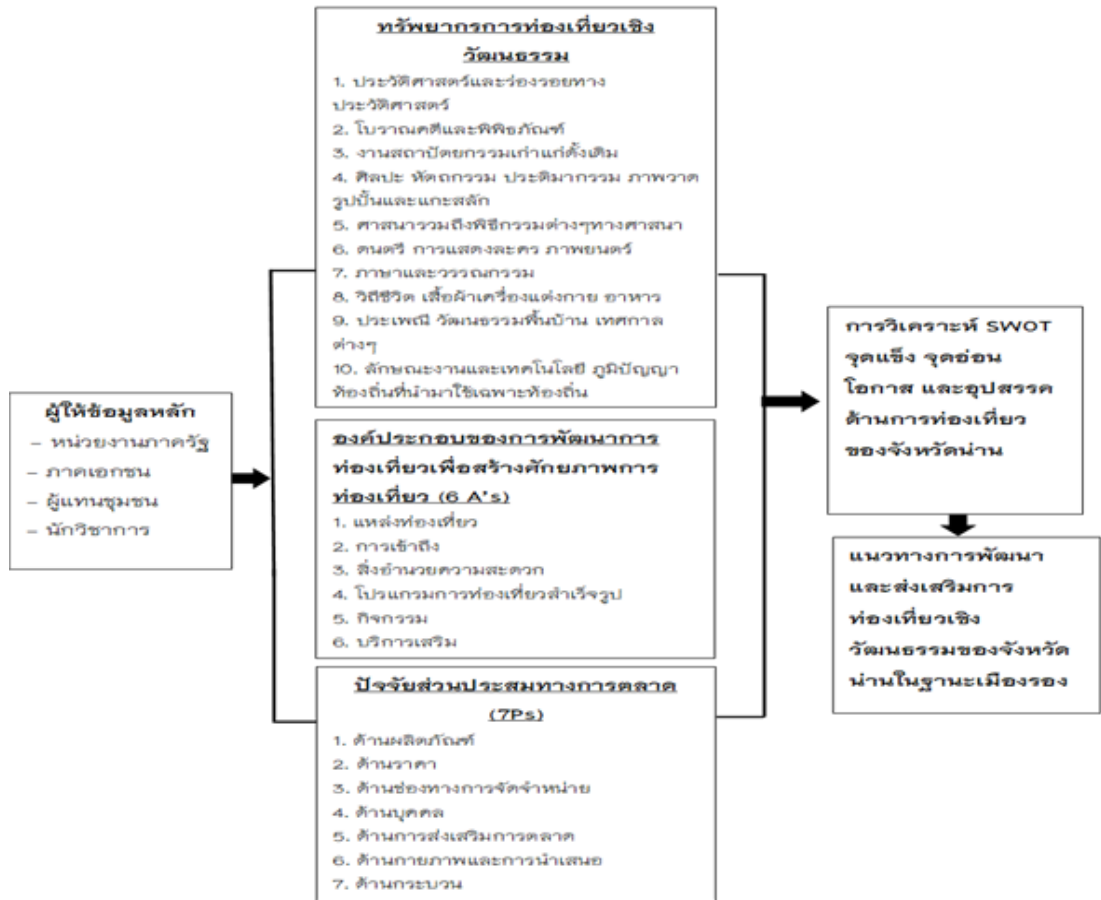
องค์ประกอบของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว นักวิชาการทางการท่องเที่ยว โมฮัมเหม็ด และคณะ (Muhammad Aslam Memon 2001); ฉันทัช วรณณนอม 2554 (Chantouch Wannathanom 2011) และ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ 2557 (Chalongsri Pimonsompong 2004) ได้มีความเห็นสอดคล้องถึง องค์ประกอบของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วยส่วนประสมย่อยที่สำคัญดังนี้ 1) การโฆษณา (Advertising) 2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของธุรกิจ ไปยังผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการรับรู้และการตัดสินใจซื้อสินค้า และบริการการท่องเที่ยวการประชาสัมพันธ์จะต้องมีการกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ต้องเป็นข้อมูลที่ชัดเจน ทันสมัย ทันเวลา และกระจายได้ทั่วถึง 3) การขายโดยบุคคล (Personal Selling) 4) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2552) (Siriwan Serirat 2009) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่



เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งจะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) 6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) 7) ด้านกระบวนการ (Process) จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น จึงนำมาสู่ กรอบแนวคิดการวิจัยที่ใช้ศึกษาแสดงดังภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหลักของจังหวัดน่าน ซึ่งมี 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองน่าน อำเภอปัว และอำเภอบ่อเกลือ

1.1 อำเภอเมืองน่าน จะเป็นพื้นที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้าน ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม โบราณวัตถุ ประติมากรรม ภาพวาดที่สำคัญของการท่องเที่ยว



เที่ยวในจังหวัดน่าน

1.2 อำเภอปัว จะเป็นพื้นที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชีวิต อาหารพื้นเมืองและเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ทำด้วยผ้าทอที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของคนน่าน ที่เป็นภาพสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนน่านที่มาตั้งแต่อดีตและถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบัน

1.3 อำเภอป่อเกลือ จะเป็นพื้นที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านวิถีชีวิต ศาสนา ความเชื่อ พิธีกรรม และการนำภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีที่นำมาใช้เฉพาะในท้องถิ่นแล้วก่อให้เกิดประโยชน์กับคนในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ศึกษาข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน โดยศึกษาบริบทของพื้นที่ ด้วยเครื่องมือเชิงคุณภาพ ได้แก่รายงานตรวจสอบชุมชนศึกษา (Community Study) การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน (Tourism Resource Audit) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) พร้อมทั้งวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวผ่านกระบวนการการคิดวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อหาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน

2.2 ศึกษาข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน

3. ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่เกี่ยวข้องกับส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการในพื้นที่ในจังหวัดน่าน รวมจำนวน 24 ราย

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และกำหนดกระบวนการวิธีการวิจัย (Methodology) คือ

1. กระบวนการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) เบื้องต้นผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ ตำรา บทความวิชาการ ข้อมูลจากเว็บไซต์อินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน โดยอาศัยแนวคิด 10 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ บุญเลิศจิตตั้งวัฒนา (Chittangwattana, B. (2005) ได้แก่ 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ 2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ 3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม สิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองเก่า ซากปรักหักพัง 4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก 5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา 6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ 7) ภาษาและวรรณกรรม 8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร 9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ 10) ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) ผู้วิจัยนำผลจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบชี้นำ (Guided Interview) กำหนดข้อคำถามแบบเปิดกว้าง ใช้แบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่ทำให้คำถามนั้นมีความยืดหยุ่นและเปิดกว้าง ซึ่งเนื้อหาของการสัมภาษณ์จะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดย Steven D. Pike (2008) กล่าวถึงคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ (6A's) ดังต่อไปนี้ 1) ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 3) แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ



(Attraction) 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 5) กิจกรรม (Activities) และ 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ส่วนแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (Siriwan Serirat 2009) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ประกอบไปด้วย 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 โดยสร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำแนะนำจากคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งใช้วิธีการหาคุณภาพของเครื่องมือในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนเนื้อหาของข้อคำถามจะต้องครอบคลุมและตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ครบถ้วน แล้วจึงนำไปตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาทั้งหมด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Study) การสำรวจ (Survey) ข้อมูลโดยทั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดน่าน การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 24 คน โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ ติดต่อบริษัทงานเพื่อทำการนัดหมายล่วงหน้ากับผู้ให้ข้อมูลหลัก ขอเอกสารทางราชการ (บันทึกข้อความ) จากฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา เรื่อง “ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน” แล้วจัดส่งให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่ตามวัน เวลาและสถานที่ ที่ได้ทำการนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์ ซึ่งในระหว่างการสัมภาษณ์จะจดบันทึกข้อมูลและบันทึกเสียงตลอดการสัมภาษณ์ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางการวิจัยและเป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจและช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ แล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมด โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นเป็นวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย โดยการระบุลักษณะเฉพาะของข้อมูล จัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ โดยมีวิธีการ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) กำหนดเกณฑ์คัดเลือกเอกสาร จากกลุ่มตัวอย่าง 2) วางเค้าโครงการวิเคราะห์ 3) การพิจารณาเงื่อนไขแวดล้อมของข้อมูลเอกสาร

6. การตรวจพิสูจน์ความถูกต้องและความเที่ยงตรงของข้อมูล ใช้การตรวจสอบข้อมูล แบบสามเส้า (Triangulation Technique) เพื่อทำการพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้อง มีความเชื่อถือได้ของข้อมูล เป็นข้อมูลที่แท้จริงและสามารถตอบปัญหาการวิจัยได้อย่างครบถ้วน ซึ่งการตรวจสอบแหล่งข้อมูลจะพิจารณาจากบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ จากเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนเดิมหรือไม่ จากสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่

การศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้การตรวจสอบจากแหล่งบุคคลมากที่สุด โดยการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างหลายกลุ่ม ในคำถามเดียวกัน และจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวกันในบุคคลหลายๆคน เพื่อเป็นการยืนยันว่าข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้องและตรงกันหรือไม่ อย่างไร โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์ และจดบันทึกข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล



สำคัญในพื้นที่ (Key Informant) ตามแบบสัมภาษณ์ที่ได้กำหนดขึ้น จากนั้นผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและประมวลข้อมูล โดยดำเนินการประชาพิจารณ์ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่จังหวัดน่าน และนักวิชาการ รวมทั้งสิ้น 24 คน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งประกอบไปด้วย

1. หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดน่าน ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดน่าน ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดน่าน พัฒนาการจังหวัดน่าน และนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองน่าน รวมทั้งสิ้น จำนวน 5 ท่าน

2. หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดน่าน นายกสมาคมธฤกิจท่องเที่ยวจังหวัดน่าน นายสถานีเดินรถบริษัทขนส่ง 999 เจ้าของกิจการบริษัททัวร์ภูม่านฮอติลเคย์ เจ้าของกิจการตูปนาโฮมสเตย์ ผู้จัดการศูนย์โฮมทอป 1 ผู้ประกอบการร้านค้าตัวแทนผ้าทอและกาแฟบ้านไถลื้อ เจ้าของกิจการโรงเรียนชวานาตำบลศิลาเพชร และนักข่าวท้องถิ่น เพจ เสน่ห์น่านวันนี้ รวมทั้งสิ้น จำนวน 9 ท่าน

3. ผู้แทนชุมชน ได้แก่ นายอำเภอปัว นายกเทศมนตรีตำบลปัว นายอำเภอบ่อเกลือ นายกอบต. บ่อเกลือเหนือ ผู้ใหญ่บ้านบ้านบ่อหลวง ผู้รักษาการแทนเจ้าอาวาสวัดภูมินทร์ และผู้นำชุมชนกลุ่มผ้าทอไถลื้อบ้านเก็ด รวมทั้งสิ้น จำนวน 7 ท่าน

4. นักวิชาการ ได้แก่ อาจารย์ประจำผู้ช่วยหัวหน้าศูนย์ฝึกวิชาชีพรองแรม วิทยาลัยการอาชีพปัว อาจารย์หัวหน้าแผนกวิชาการตลาด วิทยาลัยการอาชีพปัว และอาจารย์ประจำสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัดน่าน รวมทั้งสิ้น จำนวน 3 ท่าน

ผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ข้อแรก ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ทั้ง 4 กลุ่ม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ พบว่า จังหวัดน่านมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่นำมาสรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดน่าน จังหวัดน่านหรือ นครน่าน เป็นนครรัฐอิสระ จึงมีความหลากหลายของชาติพันธุ์ ที่ถูกกวาดต้อนมาจากที่อื่น ทำให้มีตำนานเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ที่เป็นของตนเอง มีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีอารยธรรมและสถาปัตยกรรมที่เป็นไปตามชาติพันธุ์ของตน มีผ้าทอที่มีลวดลายโบราณและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว คือ ผ้าลายน้ำไหล วิถีชีวิตที่สืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษเหล่านี้ยังคงถูกบอกเล่าและสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน ทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ไม่ใช่เป็นแค่ซากปรักหักพัง แต่ยังคงมีชีวิตเหมือนเอกเซนในอดีต น่านจึงเป็นเมืองเก่าที่ถูกขนานนามว่า เมืองเก่าที่มีชีวิต

จุดเด่นที่เป็นจุดขาย ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ก็คงเป็น วัดวาอาราม วัดโบราณ ก่อนการสร้างบ้านแปลงเมืองที่ยังคงรักษารูปแบบเดิมเอาไว้ ศิลปะวัฒนธรรม ภาพจิตรกรรมฝาผนังที่ถ่ายทอดวิถีชีวิตของคนน่าน ภาพที่สร้างชื่อเสียงให้จังหวัดน่าน คือ ภาพปูม่านยาม่านภาพกระซิบรักบรรลือโลก รวมถึงวิถีชีวิตของคนน่านที่อยู่แบบเรียบง่าย ไม่เร่งรีบ ทำให้คนที่มาเที่ยวน่านรู้สึกสุขกายสบายใจ

สิ่งที่ต้องพัฒนา ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน คือ การพัฒนาเส้นทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบนเขา ที่ยังเป็นถนนดิน การปรับปรุง ซ่อมแซม และบูรณะศาสนสถานและสถานที่ต่างๆ ที่อาจจะผูกพันตามกาลเวลา รวมถึงการให้การสนับสนุนของชาวบ้านบางกลุ่มที่ยังไม่เข้าใจด้านการท่องเที่ยว

สิ่งที่สนับสนุนและโอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่จะช่วยยกระดับทางการท่องเที่ยว คือ การมีชายแดนที่ติดกับประเทศอื่นๆ เช่น ลาว จีน อาจทำให้เกิดการลงทุนด้านธุรกิจที่มากขึ้น เกิดเส้นทาง

ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงถึงกัน คนน่านก็ต้องเตรียมความพร้อมในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ต้องรู้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายคือ คนไทยที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ชูความเป็นเมืองเก่าที่ยังคงสมบูรณ์ การมีวิถีชีวิตที่สงบสุข ช่วยกันรักษาความคงเดิมของทรัพยากรที่ตนเองมี และถ่ายทอดวัฒนธรรมเหล่านี้ให้คนรุ่นใหม่ได้เข้ามาสานต่อ

ปัญหาหรืออุปสรรค ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านคือ นักลงทุนขนาดใหญ่ โดยส่วนใหญ่ไม่ใช่คนในพื้นที่ ทำให้บางครั้งไม่เห็นประโยชน์ของคนในพื้นที่เป็นหลัก ทำให้คนในพื้นที่ไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างที่ควรจะได้รับ ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจึงเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่คนในพื้นที่ทำกันเอง ทำให้เสียโอกาสในการจะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ๆ ความจำกัดในเรื่องของที่ดิน เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าเขา ดังนั้นการคิดจะสร้างหรือขยายพื้นที่ทำได้ยาก ปัญหาภัยธรรมชาติเช่นดินถล่ม น้ำท่วมก็ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวถูกทำลายได้ ตลอดจนนโยบายหรืองบประมาณที่จะเข้ามาพัฒนาหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนขาดความต่อเนื่อง ทำให้คนในชุมชนเกิดความไม่มั่นใจต่อหน่วยงานของภาครัฐ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (6As) ในอำเภอเมืองน่าน อำเภอปัว และอำเภอบ่อเกลือ ทั้งสามอำเภอเป็นจุดหมายปลายทางหลักของการท่องเที่ยวน่าน เพราะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ครบในทุกด้าน รวมถึงมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้บริการ รวมถึงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว การคมนาคมสะดวกสบาย สามารถหาข้อมูลการท่องเที่ยวได้ง่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และมีการให้บริการพื้นฐานค่อนข้างครบในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ห้างน้ำ จุดพักรถ ศูนย์รับแจ้งเหตุ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและอินเทอร์เน็ต

ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน (7Ps) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่สำคัญก็จะเป็น ผ้าทอลายโบราณเครื่องเงิน งานหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชาวบ้าน ส่วนราคาและค่าบริการในการมาเที่ยวจังหวัดน่าน นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามกำลังซื้อของตนเอง ซึ่งมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับราคา โดยมากแหล่งท่องเที่ยวจะไม่ได้เรียกเก็บค่าเข้าชม กับ ด้านการจัดจำหน่ายถือว่าสะดวกรวดเร็วมาก สามารถหาข้อมูลได้ง่ายในโลกโซเชียลหรือเว็บไซต์ต่างๆ การส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ก็จะเป็นหน่วยงานภาคเอกชนที่เข้ามาช่วย ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดแสดงหรือการจัดโปรโมชั่นร่วมกับธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร พนักงานในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ทำเอง ถือว่า มีทักษะ ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รักในการให้บริการผู้อื่น แต่อาจจะมีจำนวนบุคลากรไม่มาก การดูแลสภาพโดยรวมของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว ก็จะเป็นคนในพื้นที่ช่วยกันดูแล สอดส่อง รักษาความสะอาดและดูแลความปลอดภัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ทั้ง 4 กลุ่ม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักวิชาการ พบว่า จังหวัดน่านมีแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่นำมาสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

การทำงานแบบบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีทิศทางและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกิดความยั่งยืน

ชุมชนต้องเข้าใจการท่องเที่ยว เข้าใจอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมตนเอง ช่วยกันอนุรักษ์ รักษา และสานต่อวัฒนธรรมเหล่านั้น โดยให้ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่จะเข้ามาช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตนเอง

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องรู้ว่าใครคือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายและศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านั้น เพื่อจะได้ให้บริการที่ตรงตามความต้องการกับนักท่องเที่ยว หากคนที่มี



ศักยภาพด้านการตลาดหรือผู้เชี่ยวชาญ เข้ามาช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ไปในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม วาง positioning ของการท่องเที่ยวเมืองน่า ให้ตรงกับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว ให้คนรับรู้ให้มากขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินงาน ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดียิ่งขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน พบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน และ 2) แนวทางในส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน

สำหรับผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ในข้อแรก ซึ่งพบว่า จังหวัดน่านมีศักยภาพและจุดเด่นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และมีคุณค่าคือ วัดวาอาราม โบราณสถาน เช่น วัดพระธาตุเขาน้อย วัดภูมินทร์ วัดมิ่งเมือง วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดภูเก็ต วัดก่ง วัดร่องแ่ง เป็นต้น โบราณวัตถุ งามล้ำค่า ภาพจิตรกรรมกระซิบรักบันลือโลก ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน การฟ้อนล่องน่าน การตีพรี สล้อ ซอ ซึ่ง งานหัตถกรรม เครื่องจักรสานจากวัสดุธรรมชาติ ผ้าทอลายน้ำไหล ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษา วิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนน่าน พิธีกรรมวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ และบ่อเกลือสินเธาว์ การต้มเกลือแบบโบราณ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ของความเป็นน่าน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548) (Boonlert Chittangwattana 2005) ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่าทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมที่มีในจังหวัดน่านมีคุณค่ายิ่ง สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว ความมีมิตรไมตรีของคนน่านให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเกิดความผูกพันเสมือนมาเยี่ยมญาติ คนในพื้นที่ช่วยกันดูแลแหล่งท่องเที่ยวทั้งเรื่องความสะดวกและความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบพื้นฐานในการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว 2549) (Office of Tourism Development 2006) ได้กล่าวว่า หลักเกณฑ์ในการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเมินจากศักยภาพ 3 ด้าน คือ ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวและศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

สำหรับผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ในข้อสอง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ซึ่งพบว่า การจะส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งยังมีองค์ประกอบด้านศักยภาพการท่องเที่ยวบางองค์ประกอบที่ยังขาดศักยภาพและต้องได้รับการพัฒนา ปรับปรุงให้อยู่ในสภาพดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านห้องน้ำสาธารณะ ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ เส้นทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บนเขา ที่จอดรถ จุดบริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะ และด้านการให้บริการพื้นฐาน ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ตู้เอทีเอ็ม ธนาคารที่ยังไม่เพียงพอ สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6A's ของ(Steven D. Pike 2008) ได้กล่าวว่า การที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้องพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวด้วย คนในชุมชนต้องรักษา อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ตนเองมีไม่ให้อายุหายไป ถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นใหม่ให้เข้ามาสานต่อวัฒนธรรมเหล่านั้นให้คงอยู่ต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ภานุพงษ์ สิทธิวิฑู (Siththiwut, P. (2011) ที่กล่าวว่า เมื่อน่านเป็นเมืองที่มีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม หน่วยงานท้องถิ่นต้องมีนโยบายในการอนุรักษ์และถ่ายทอดสิ่งเหล่านี้ไปสู่คนรุ่นปัจจุบัน นอกจากนี้ การส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจ คือ การเที่ยววัดวาอาราม การเที่ยววิถีชีวิตชุมชน การทอผ้า การผลิตเครื่องเงินน่านที่มีลวดลายโบราณ ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชาวบ้านที่ทำมาจากสมุนไพร การท่องเที่ยวชุมชน



กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ด้านราคาค่าเข้าชมสถานที่ ค่าที่พัก ค่าอาหาร รวมไปถึงของฝากของที่ระลึกมีความเหมาะสม คุ่มค่ากับเงินที่จ่ายไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการเข้าถึงข้อมูล มีความสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเป็นช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ค เป็นต้น การส่งเสริมการตลาดต้องเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นโดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์เข้ามาช่วย ส่วนด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอและควรมีการอบรมด้านทักษะภาษาต่างประเทศและการบริการให้กับคนในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2552) (Sirivan Serirat 2009) ที่อ้างแนวคิดของ Philip Kotler ไว้ว่า แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการ จะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด การส่งเสริมการตลาดจะมีประสิทธิภาพและประสพผลสำเร็จได้ ต้องได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนเป็นหลัก และทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน ในการกำหนดเป้าหมาย การบริหารจัดการ ระเบียบแบบแผนที่ต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (วาริตรา บุญสมเกียรติ 2555) (Waritsara Boonsomkiat 2012) ได้กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต้องได้รับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งทุกภาคส่วนทั้ง คนในชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการให้เป็นระบบและมีแบบแผน

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ที่ค้นพบมาในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ความคิดเห็นที่ตรงกัน ในด้านการใช้สื่อออนไลน์เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การรีวิว การทำเว็บไซต์ในการโปรโมทการท่องเที่ยวในชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในจังหวัดน่าน การชูวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ ตลอดจนการใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านเพื่อยกระดับและพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากรายละเอียดของเนื้อหามีความชัดเจนและเป็นข้อมูลเชิงลึกที่มาจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการเพิ่มข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเบื้องต้น ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง ป้ายแนะนำสถานที่ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ร้านอาหารและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก รวมถึงการใช้รูปภาพประกอบในการดึงดูดความสนใจและเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและเห็นภาพได้ชัดเจนมากขึ้นด้วย ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีจำเป็นในการนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจ ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ:

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย สำหรับ ภาครัฐ คือ การกำหนดนโยบาย แผนพัฒนา แผนการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แผนการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยโดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์ การจัดงบประมาณ รวมถึงการเป็นหลักในการประสานความร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อยกระดับการบริการให้มีคุณภาพ ทั้งทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ และทักษะการบริการที่เป็นเลิศ สำหรับ หน่วยงานภาคเอกชน คือ การส่งเสริมและผลักดันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การลงทุนธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว รวมถึงการรวมพันธมิตรในการดำเนินงานร่วมกันแบบเครือข่าย และ สำหรับหน่วยงานภาคประชาชน คือ การสร้างความตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง การส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ช่วยกันอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ รวมถึงการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ที่จะเข้าช่วยยกระดับการท่องเที่ยว



ในชุมชน ภายใต้อัตลักษณ์ที่ท้องถิ่นนั้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ ในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดใกล้เคียง ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันระหว่างภูมิภาค เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านในด้านอื่นๆ

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป ควรศึกษาการพัฒนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในจังหวัดน่าน เนื่องจากจังหวัดน่านมีศักยภาพด้านทรัพยากรทางธรรมชาติสูง และเพื่อเพิ่มมูลค่าทรัพยากรที่มีให้เกิดการใช้ประโยชน์ได้สูงสุด ศึกษาและส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืน ในจังหวัดน่าน เพื่อให้คนในท้องถิ่นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรที่ตนเองมีและเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับแต่ละชุมชนในจังหวัดน่าน ตลอดจนศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านที่จะเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจและสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดน่านได้/นอกจากนี้ควรศึกษาแนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ทั้งทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม กลุ่มชาติพันธุ์ และบริการ พร้อมทั้งการบูรณะปรับปรุงและการอนุรักษ์ทรัพยากรเหล่านั้นอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2558). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ, ศิริวรรณ เสรีรัตน์, (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ, ธรรมสาร.สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ, สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ, เพรส แอนด์ดีไซท์จำกัด. วริศรา บุณสมเกียรติ, (2555). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดธาตุน้อย โบราณสถานวัดโมคลาน, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. วิทยาลัยปริญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต. ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, (2557). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เสรี วงษ์มณฑา, (2547). ครอบคลุมเรื่องสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ, ธรรมสาร. ฉันทิช วรรณถนอม, (2554). การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว. กรุงเทพฯ, วิรัตน์ เอ็ดดูเคชั่น. ภาณุพงศ์ สิทธิภูมิ, (2554). การพัฒนาเชิงอนุรักษ์พื้นที่เมืองเก่าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดน่าน. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. รชิกามณ หลักหาญ, (2559). อิทธิพลของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดเชียงรายต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยาลัยปริญามหาบัณฑิต. องค์การท่องเที่ยวโลก (2558). “ข้อมูลการท่องเที่ยว.” Retrieved 16 มีนาคม, 2562, from <http://www.wto.org/>
- Coulter, M. (2005). Management. Prentice Hall, Sawyer.
- 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.



Steven D. Pike (2008). Destination Marketing: an integrated marketing communication approach. Butterworth-Heinemann, Burlington MA.

Translated Thai References

Boonsomkiat, W. (2012). Guidelines for the development of cultural tourism in Nakhon Si Thammarat Province. Wat Phra Mahathat Woramahawihan, Wat That Noi, Ancient Wat Mokhan, Dhurakij Pundit University. Master of Arts Thesis. (in Thai)

Chittangwattana, B. (2005). Sustainable tourism development. Bangkok, Press and Design Co., Ltd. (in Thai)

Lakhan, R. (2016). Influence of Cultural Tourism Management and Ecotourism of Chiang Rai Province on Tourist Satisfaction. Graduate school Chiang Mai University. Master's thesis. (in Thai)

Ministry of Tourism and Sports (2010). Cultural Tourism. Bangkok, Office of Tourism Development. (in Thai)

Pimonsompong, C. (2004). Tourism market planning and development. Bangkok, print edition of Kasetsart University. (in Thai)

Serirat, S. (2009). Modern Marketing Management. Bangkok, Thammasarn. Office of Tourism Development. (in Thai)

Sitthiwut, P. (2011). Conservation Development in Old City Area to Promote Cultural Tourism: A Case Study of Muang District, Nan Province, Bangkok, Kasetsart University. (in Thai)

Ministry of Tourism and Sports. (2005). Sustainable tourism. Bangkok, (in Thai)

Wannathanom, C. (2011). Planning and organizing a tour program. Bangkok, Wirat Education. (in Thai)

Wongmontha, S. (2004). Complete marketing communications tools. Bangkok, Thammasarn. (in Thai)

World Tourism Organization (2015). "Tourism Information." Retrieved 16 March 2019, from <http://www.wto.org/>. (in Thai)

