

การท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา : ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Tourism in Lanna Civilization: The Strategic Offers of Creative Tourism

ธีรศานต์ สหัทสพาศน์* และนรินทร์ สังข์รักษา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Tirasan Sahatsapas* and Narin Sungrugsa
Faculty of Management Science, Silpakorn University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงนโยบาย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพการณ์และความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา วิเคราะห์ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา และนำเสนอข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 30 คน และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบร่างยุทธศาสตร์จำนวน 17 คน ใช้วิธี EDR การสัมภาษณ์เชิงลึกและการเสวนาเชิงสร้างสรรค์เพื่อหาข้อสรุป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ บันทึกภาคสนาม การสังเกต ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีแนวโน้มการเติบโตอย่างมาก แต่ละจังหวัดในพื้นที่ที่มีความโดดเด่นที่แตกต่างกัน แต่ยังคงมีอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตล้านนาที่คล้ายคลึงกัน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อารยธรรมล้านนา ควรมีการจัดการสร้างรูปแบบในการพัฒนา ส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาด และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์ ยุทธศาสตร์ที่สำคัญประกอบด้วย 1) สร้างรูปแบบในการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาในเชิงเศรษฐกิจ เพื่อเพิ่มมูลค่าในสายตาของนักท่องเที่ยว จากฐานอัตลักษณ์อารยธรรมล้านนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) ส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างและสื่อสารภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาบนฐานการมีส่วนร่วมจากทางภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งเน้นการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ และ 3) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์ เพื่อเพิ่มระยะเวลาพำนักผ่านการยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว ผลการรับรองข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์มีความสอดคล้องในระดับดี

คำสำคัญ: อารยธรรมล้านนา ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

* ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)
e-mail: tirasan_ice@hotmail.com

Abstract

This is a policy research which aims to analyze the situation and the need in order to develop creative tourism in Lanna civilization, to analyze the strategy about the development of creative tourism in Lanna civilization and to propose and ensure the strategy about the development of creative tourism in Lanna civilization. Data is collected from in-depth interviews with 30 related people and 17 examining draft strategy experts. The researcher uses EDFR method, in-depth interviews and creative dialogues to conclude the policy recommendations. The tools used in this research are interview guidelines, field notes, and observations. It is revealed that The tourism development of the Lanna civilization tourism is to grow significantly. Each province has a distinct distinction, but there are still a similar cultural identity and Lanna way of life. The creative tourism in Lanna civilization is creating a development model, promoting marketing strategy and connecting tourism within cluster. The strategic offers of creative tourism included 1) Create a development model of culture and Lanna wisdom in economical aspect for the purpose of add value in tourists' perspectives from the identity of Lanna civilization to be creative tourist destinations. 2) Promote marketing strategy in Thailand and foreign countries to establish and communicate a positive image of Lanna civilization tourism based on the participation from public and private sectors by mainly focusing on the quality tourist market. 3) Connect tourism within cluster to increase the period of stay by elevating tourism activities and tourism routes connectivity. The results of the Strategic Offer were consistent.

Keywords: Lanna Civilization, Strategic Offers, Creative Tourism

บทนำ

เมื่อปี 2558 การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเสาหลักทางเศรษฐกิจที่สร้างรายได้เข้าประเทศและเป็นแรงผลักดันสำคัญของเศรษฐกิจไทย เนื่องจากที่ผ่านมามีการลงทุนจากภาครัฐบาล การส่งออก และภาคการผลิตในประเทศเกิดการชะลอตัว รายงานสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2558 จากกรมการท่องเที่ยวระบุว่า มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวไทยมากถึง 29.88 ล้านคน ขยายตัว 20.44% สร้างรายได้ 1.44 ล้านล้านบาท ขยายตัว 23.39% ถือว่ามีการเติบโตสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2557 มากถึง 2.7 แสนล้านบาท ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จากข้อมูลเบื้องต้นประเมินว่าคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ 138.8 ล้านคน-ครั้ง สร้างรายได้ 7.9 แสนล้านบาท ส่งผลให้ในปี 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 2.23 ล้านล้านบาท สูงกว่าเป้าหมายที่วางไว้ 2.20 ล้านล้านบาท ซึ่งเกินกว่าเป้าหมายที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาวางไว้ 3 หมื่นล้านบาท (Department Of Tourism, 2015)

และในปี 2559 รัฐบาลได้ตั้งเป้ารายได้จากภาคการท่องเที่ยวของไทยที่ 2.3 ล้านล้านบาท (Ministry of Tourism and Sport, 2016) โดยคาดว่าจะมีการปรับตัวเลขรายได้จากภาคการท่องเที่ยวไทยสูงขึ้นจากเดิมทุกปี ส่งผลให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่เป็นหัวหน้าหน่วยงานจำเป็นต้องเร่งขับเคลื่อน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ไม่ว่าจะเป็นความพยายามในการรักษานักท่องเที่ยวเดิมไว้ การหาแนวทางเพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวในตลาดใหม่ๆ การวางยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ รวมทั้งความพยายามในการส่งเสริมและกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในกลุ่มคนไทยให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ เกิดการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ภูมิภาค ตามที่คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้กำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 เพื่อใช้เป็นกรอบในการส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศผ่านการจัดทำแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวและแผนที่กลุ่มเมืองท่องเที่ยว (Zoning) ประกอบด้วยพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวน 5 เขต ดังนี้ (Ministry of Tourism and Sport, 2011)

- 1) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัดในภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา
- 2) เขตพัฒนาการท่องเที่ยว Active Beach ครอบคลุมพื้นที่ 4 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด
- 3) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี
- 4) เขตพัฒนาการท่องเที่ยว Royal Coast ครอบคลุมพื้นที่ 4 จังหวัดในภาคกลางและภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง และ
- 5) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน ครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัดในภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล

หากพิจารณาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา พบว่ามีแนวโน้มการเติบโตดีมาก เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นของประเทศ โดยพิจารณาจากข้อมูลตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในทุกจังหวัด โดยจังหวัดที่มีผู้มาเยือน (Visitor) และจำนวนนักท่องเที่ยว (Tourist) สูงสุดในเขต

พัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนา คือ จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ จังหวัดเชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา หากวิเคราะห์ปัจจัยขีดความสามารถทางการแข่งขันการท่องเที่ยวของเขตอารยธรรมล้านนา จะพบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีความโดดเด่นด้านทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และได้รับการสนับสนุนจากภาคส่วนต่างๆ หน่วยงานภาครัฐมีนโยบายชัดเจน ด้านนโยบายการสร้างควมยั่งยืนให้การท่องเที่ยวของประเทศ มุ่งสร้างและกระจายรายได้สู่สังคมและท้องถิ่น หนึ่งในนโยบายด้านการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่คำนึงถึงความยั่งยืน เน้นประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน อันเป็นผลให้เกิดความประทับใจและจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นตลอดไป ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตดั้งเดิมของท้องถิ่น รวมไปถึงเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืนด้วย นโยบายการท่องเที่ยวดังกล่าว รูปแบบการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันได้มีแนวความคิดที่ปรับเปลี่ยนไปจากเดิมจากการท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อน หาทะเลอากาศใหม่ มาเป็นการท่องเที่ยวที่เพื่อการเรียนรู้ (Education-Tourism) อันสืบเนื่องจากสังคมโลกได้เปลี่ยนเป็นสังคมเพื่อการเรียนรู้ (Knowledge Society) หรือองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) การท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน ที่ต้องปรับเข้าสู่การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ โดยที่นักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยว การพักผ่อนหย่อนใจจะต้องได้รับความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้จากมัคคุเทศก์ที่มีชีวิต และไม่มีชีวิต รวมทั้งตัวแหล่งท่องเที่ยวเองก็ให้นิยามองค์ความรู้ในแต่ละช่วงของการท่องเที่ยว ย่อมแสดงให้เห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในช่วงเวลาท่องเที่ยวต่างกัน ย่อมได้รับความรู้ที่แตกต่างกันด้วย

หากแต่การบรรลุเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) นั้น จำเป็นต้องมีทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยในอนาคตไปสู่ความมั่นคง (Stability) ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ในภาวะวิกฤตต่างๆ ทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ ความมั่งคั่ง (Prosperity) จากการสร้างรายได้และสร้างความมั่นคงให้แก่เศรษฐกิจของประเทศโดยอาศัยการท่องเที่ยวเป็นหลัก และความยั่งยืน (Sustainability) ในการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และชุมชน ดังนั้น เพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยต้องสามารถตอบสนองต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวในตลาดโลกได้ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น สามารถเพิ่มความสมดุลของการท่องเที่ยวจากการเพิ่มรายได้เพิ่มค่าใช้จ่าย เพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยว และมีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามภูมิภาคต่างๆ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังชุมชนและท้องถิ่นอย่างทั่วถึง รวมทั้งได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพและสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่บุคลากรและผู้ประกอบการไทย ดังนั้นกรอบแนวคิดในการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของนักท่องเที่ยว เพื่อจะพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นประเทศจุดหมายปลายทางเพื่อการเดินทางมาพักผ่อนที่มีคุณภาพ (Quality Leisure Destination)

เมื่อพิจารณาข้อมูลข้างต้นจึงสะท้อนถึงเหตุผลสำคัญในการที่ผู้วิจัยทำการศึกษา การท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา : ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ต้องให้ความสำคัญ ดังนั้นเพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวในไทยมากขึ้น จำเป็นต้องกำหนดแผนและนโยบายท่องเที่ยวให้ชัดเจนและควรทำอย่างต่อเนื่อง พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงบริการต่างๆ ให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐที่ปฏิบัติงานและดูแลรับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยว ได้ทราบข้อมูลความต้องการด้านการท่องเที่ยวที่เป็นข้อมูลทางวิชาการ เพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางและแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา : ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งส่วนที่เป็นวัตถุประสงค์ของนโยบายและแนวทางของนโยบาย เพื่อเป็นทางเลือกในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวไทยที่จะก่อให้เกิดการร่วมมือของภาครัฐและภาคเอกชนต่อไป ก่อให้เกิดการยอมรับยุทธศาสตร์ร่วมกันจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

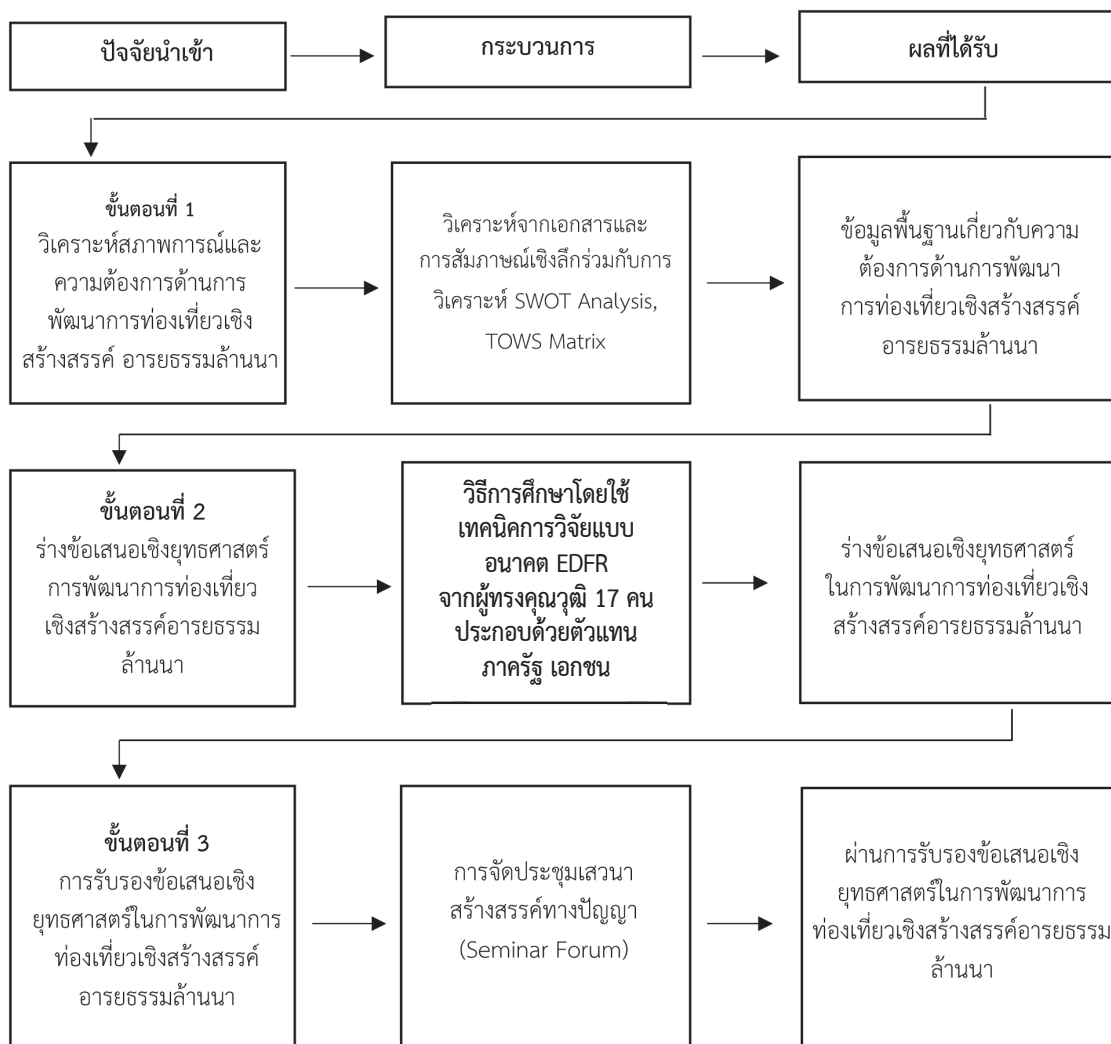
วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพการณ์และความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา
2. เพื่อวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา
3. เพื่อนำเสนอและรับรองข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา

ระเบียบวิธีการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา : ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเชิงนโยบาย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 30 คน และ เทคนิคการวิจัยแบบ EDR (Ethnographic Delphi Futures Research) จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 17 คน ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์และความต้องการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา ทั้งในเรื่องทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ขั้นตอนที่ 2 เป็นการร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบอนาคต EDR เพื่อรับรองข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา กลุ่มเป้าหมายโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) จำนวน 17 คน การแปลผลการร่างยุทธศาสตร์จากค่าทางสถิติในแต่ละส่วน ได้แก่ ค่าคะแนนมัธยฐาน (Median) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Inter quartile Rang IQR) พบว่าการพิจารณาเกณฑ์ความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ และการพิจารณาทิศทางแนวโน้มในอนาคตตามลำดับ สำหรับเกณฑ์

ความเป็นไปได้หรือโอกาสที่จะเกิดขึ้น มีค่าคะแนน ตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป การแปลผลเพื่อนำเสนอข้อมูล การแปลความหมายของค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Inter Quartile Range : IQR) ข้อความที่ได้ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) มีค่าไม่มากกว่า 1.5 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา หรือได้รับฉันทามติ (Consensus) ขั้นตอนที่ 3 การประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา (Seminar Forum) เพื่อนำเสนอนโยบาย (Policy Meeting) ในการจัดทำข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา ซึ่งเป็นการรับรองข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 สรุบบัณฑิตการวิจัย

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา : ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเชิงนโยบาย ศึกษาและเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยสามารถสรุป ได้ดังนี้

1. สภาพการณ์และความต้องการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศมีการเติบโตในเชิงปริมาณ ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังคงมีปัญหาในเชิงคุณภาพที่เป็นภัยคุกคามต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต อาทิ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวจากการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการเข้าถึงและการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และการรองรับการขยายตัวของสาขาการท่องเที่ยวใหม่ๆ อีกทั้งบุคลากรการท่องเที่ยวยังขาดแคลนทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) และการจับคู่จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (TOWS Matrix) เพื่ออธิบายสภาพการณ์และความต้องการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนาสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. จุดแข็งของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาคือที่ตั้งที่สามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศจีน มีระบบเส้นทางการเดินทางทางบกที่เชื่อมต่อไปยังประเทศในกลุ่มอินโดจีน เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นเมืองที่มีหลักฐานของการเป็นเมืองประวัติศาสตร์ และมีกลุ่มคนหรือกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย เหมาะแก่การเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และประเพณีของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ และยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่น่ารากฐานทางวัฒนธรรมมาผสมผสานกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว รวมถึงมิติของการประกอบธุรกิจทางการท่องเที่ยวได้อย่างสร้างสรรค์

2. จุดอ่อน คือ การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเขตเมืองหลัก และจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ช่วงเทศกาล หรือวันหยุด ส่งผลกระทบต่อระบบการจัดการบริการทางการท่องเที่ยวและการจราจร เนื่องจากเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเป็นเมืองที่มีรากฐาน และนำต้นทุนทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหรืออารยธรรมล้านนามาใช้ หากมีการเปลี่ยนแปลงหรือกระทำสิ่งใดก็อาจส่งผลกระทบต่อการเล่นแปลงหรือการสูญหายของวัฒนธรรม มีปัญหาด้านแรงงานแฝงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของคนต่างประเทศจำนวนมาก จึงส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยว ทำให้มีปัญหาการเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยว

3. โอกาสของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีแนวโน้มการพัฒนาเชื่อมต่อกับประเทศในกลุ่ม GMS ที่จะส่งผลต่อการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เพิ่มความได้เปรียบในศักยภาพการท่องเที่ยว เนื่องจากมีท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางการบินที่เชื่อมโยงจังหวัดต่างๆ นอกจากนี้ยังมีนโยบายจากรัฐบาลที่สนับสนุนการพัฒนาด้านโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงพื้นที่ต่างๆ ทำให้การขนส่งและการท่องเที่ยวเกิดความสะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาศักยภาพในเชิงเศรษฐกิจในด้านอื่นๆ ด้วย ประการสำคัญ คือ กระแสความตื่นตัวใน

การรักษาอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่นและชุมชน จากนโยบายของรัฐบาลในการปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจด้านการค้าบริเวณเขตชายแดน จึงเป็นโอกาสในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

4. อุปสรรคด้านต้นทุนการผลิตทั้งสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้นของแต่ละจังหวัดในเขตอารยธรรมล้านนา และการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศของโลก ซึ่งหากมีอากาศร้อนจะส่งผลต่อสภาพลักษณะทางการท่องเที่ยวของจังหวัดในเขตอารยธรรมล้านนาที่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีอากาศหนาวเย็น เสถียรภาพและความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจในระดับโลกและภูมิภาคเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว รวมถึงสภาพเศรษฐกิจในแต่ละประเทศของนักท่องเที่ยว จึงส่งผลต่อการปรับตัวและการรองรับนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา การขาดโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ถนน การสื่อสารหรือการคมนาคมที่ยังไม่สามารถครอบคลุมในทุกพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

ผลจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ได้นำการศึกษาทั้งหมดมาจัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ด้วยวิธีการ TOWS Matrix ได้แนวทางในการจัดการกลยุทธ์ทั้งหมด 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก SO (SO Strategy) คือ การเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามวัฒนธรรมและวิถีภูมิปัญญาล้านนา เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยว พัฒนาความเข้มแข็งและกลไกทางตลาดการท่องเที่ยว โดยเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเขตอารยธรรมล้านนา เชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนธุรกิจสินค้าทางการเกษตรเพื่อส่งเสริมศักยภาพขีดความสามารถทางการแข่งขันและสร้างรายได้

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO (WO Strategy) คือ การเร่งส่งเสริมและสร้างความเข้าใจให้กับชาวล้านนา เกี่ยวกับความแตกต่างทางวัฒนธรรม (Cross Cultural) ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อลดปัญหาความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม และโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกระบบโลจิสติกส์และความปลอดภัย ส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมของวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST (ST Strategy) คือ การส่งเสริมตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว โดยปรับโครงสร้างตลาดเข้าสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

4. กลยุทธ์เชิงรับ WT (WT Strategy) คือ การเพิ่มระยะเวลาในการพำนักในเขตการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา และส่งเสริมการเป็นเจ้าบ้านที่ดีตามขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวล้านนา

2. ผลการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา วิสัยทัศน์ คือ “การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์ เชื่อมโยงอารยธรรมล้านนา” พันธกิจ คือ

1. เพิ่มขีดความสามารถทางการพัฒนาและส่งเสริมให้เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาทางภาคเหนือของประเทศไทย ที่จะช่วยสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมให้กับท้องถิ่นและประเทศ
2. สร้างการกระจายรายได้การท่องเที่ยว และเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
3. พัฒนากลไกและเชื่อมโยงการจัดการท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ให้มีศักยภาพและมีความสามารถในการจัดการและรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้ โดยเน้นเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศที่มีคุณภาพเป็นหลัก โดยมียุทธศาสตร์ที่ได้รับการวิเคราะห์จำนวน 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างรูปแบบในการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนา ในเชิงเศรษฐกิจจากฐานอัตลักษณ์อารยธรรมล้านนาสู่การเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ประชุมมีความเห็นว่า แนวทางการขับเคลื่อนกลยุทธ์นั้น ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาจากฐานอัตลักษณ์อารยธรรมล้านนา เพื่อสร้างความแตกต่างทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับสังคมเศรษฐกิจในปัจจุบัน อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นผ่านกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเป็นหลัก

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดในและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ที่ประชุมมีความเห็นว่า การส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ โดยมุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เช่น การส่งเสริมโครงการ “12 เมืองต้องห้าม ... พลาด” ส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 12 เมืองรองที่มีศักยภาพ ซึ่งจะช่วยกระจายนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก และโครงการ Dream Destination 2015 กาลครั้งนั้น ... ความฝันลิบลิ้น ส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางดอกไม้ 22 เส้นทางทั่วประเทศสามารถผลักดันและฟื้นฟูจำนวนและคุณภาพของนักท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์เพื่อเพิ่มระยะเวลาพำนักรผ่านการยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว ที่ประชุมมีความเห็นว่า ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย หากแต่ทรัพยากร การท่องเที่ยวเพียงบางประเภทเท่านั้นที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ระบบโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวของไทยการพัฒนาประสิทธิภาพและการเชื่อมโยงโครงข่ายให้ครอบคลุมเป็นเรื่องที่สามารถทำได้และสามารถนำยุทธศาสตร์

ดังกล่าวไปพัฒนาตามยุทธศาสตร์ได้ในระยะยาวหากแต่การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องอาศัยฐานความรู้เชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมภาครัฐควรมีฝ่ายวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้การสังเคราะห์ข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกันประชาชนในพื้นที่ต้องรู้จักกับวัฒนธรรมและอารยธรรมของตนอย่างถ่องแท้ จึงจะสามารถเผยแพร่ไปสู่คนอื่นได้ปัญหาด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ไม่ควรเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะหน่วยงานหลักคือกระทรวงการท่องเที่ยวควรมีการสร้างร่วมมือกันในทุกภาคส่วนเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมซึ่งกันและกันในการจัดการ

อภิปรายผล

1. สภาพการณ์และความต้องการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา จากรายงานสรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวเดือนเมษายน 2559 ของกรมการท่องเที่ยว (Department Of Tourism, 2015) แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและการเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ไม่ว่าจะเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าพัก และอัตราการจองที่พักล่วงหน้า ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้มาเยือนเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาส่วนใหญ่เป็นชาวไทย จำนวนรายได้จากการท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในทุกๆ จังหวัด (Ministry of Tourism and Sport, 2016) แต่ละจังหวัดของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีลักษณะเฉพาะที่ต่างจากภาพรวมของพื้นที่ และมีทรัพยากรและต้นทุนทางวัฒนธรรม สังคม และธรรมชาติ ที่สามารถสะท้อนออกมาในภาพของเมืองท่องเที่ยว สามารถดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบที่แตกต่างและมีความโดดเด่น

2. วิเคราะห์ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างรูปแบบในการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาในเชิงเศรษฐกิจ เพื่อการเพิ่มมูลค่าในสายตาของนักท่องเที่ยว จากฐานอัตลักษณ์อารยธรรมล้านนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีเป้าหมาย คือ

1. การเพิ่มขึ้นของรายได้รวมจากการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
2. การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบโลจิสติกส์และความปลอดภัย เพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักของอารยธรรมล้านนา

กลยุทธ์ที่ 2 การเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามวัฒนธรรมและวิถีภูมิปัญญาล้านนา เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาความเข้มแข็งและกลไกทางตลาดการท่องเที่ยว โดยชุมชนที่อยู่ในเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนอารยธรรมล้านนา

กลยุทธ์ที่ 3 การเร่งส่งเสริมและสร้างความเข้าใจให้กับชาวล้านนา เกี่ยวกับความแตกต่างทางวัฒนธรรม (Cross Cultural) ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อลดปัญหาความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดในและต่างประเทศ เพื่อสร้างและสื่อสารภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาบนฐานการมีส่วนร่วมจากทางภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งเน้นการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยมีเป้าหมาย คือ

1. กระตุ้นการตลาดของเมืองท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาให้ได้ตามเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นตลาดที่มีคุณภาพ มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง

2. สร้างความร่วมมือจาก 3 ฝ่าย คือ ภาครัฐ เอกชน และประชาชน

กลยุทธ์ที่ 1 ปรับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาสู่การเป็น “Quality Leisure Destination”

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ มีการบูรณาการความร่วมมือ 3 ฝ่าย ภาครัฐ เอกชน และประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในคลัสเตอร์ เพื่อเพิ่มระยะเวลาพำนักรถผ่าน การยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมาย คือ

1. เพิ่มระยะเวลาพำนักรถในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

2. เพิ่มเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

3. เพิ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมของวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มนักลงทุนในท้องถิ่น รวมถึงกลุ่มนักลงทุนระดับประเทศและต่างประเทศอย่างเหมาะสม

กลยุทธ์ที่ 2 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ล้านนา ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

กลยุทธ์ที่ 3 การเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนธุรกิจสินค้าทางการเกษตร สินค้าที่ระลึกและงานหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของจังหวัดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาและภายนอกเขต เพื่อส่งเสริมศักยภาพขีดความสามารถทางการแข่งขันและสร้างรายได้

3. ผลการรับรองข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนา จากการจัดประชุมเชิงนโยบายเพื่อยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อารยธรรมล้านนาในวันพุธที่ 3 สิงหาคม 2559 ณ ห้องประชุมสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ ได้มีการเสนอข้อสรุปถึงการกำหนดยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ยุทธศาสตร์ในข้างต้น มีการอภิปรายซักถามและแสดงความเห็นในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว

อารยธรรมล้านนาโดยที่ผู้เข้าร่วมประชุมนโยบายได้พิจารณาความเชื่อมโยงและความเป็นไปได้ของ ยุทธศาสตร์ มีความเห็นอย่างฉันทามติ ในประเด็นต่างๆ ในภาพรวมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยโดยภาพรวมพบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความสำคัญ ควรมีการส่งเสริมให้ เมืองท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยว มีการสนับสนุนในการสร้างวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของ ท้องถิ่น มีการให้รางวัลเมืองท่องเที่ยวสร้างสรรค์ การสนับสนุนให้มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยว ในลักษณะของการสร้างสรรค์ ควรมีการจัดการและน่านโยบายไปปรับใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดให้แก่ นักท่องเที่ยว สร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
2. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ควรสร้างให้เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกภาค ของประเทศไทย ควรมีการพัฒนาอย่างจริงจังในหลายๆ ด้าน เพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการดำเนิน งานภาคบริการของประเทศไทยที่ปลอดภัยตามมาตรฐานสากล ร่วมกันส่งเสริมและผลักดันพัฒนางานวิจัย ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
3. ควรมีการสร้างและส่งเสริมการร่วมมือในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างภาคีเครือข่ายทาง ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่น ในเห็นถึงความแตกต่าง ของแต่ละจังหวัดอย่างชัดเจน
4. การจัดทำคู่มือด้านการท่องเที่ยว เป็นภาษาต่างๆ ให้มีความหลากหลาย นักท่องเที่ยวสามารถ ดาวน์โหลดออนไลน์ หรือมีแอปพลิเคชันที่มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอเพื่อต่อการเข้าถึง เช่น คู่มือการ เดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางหรือรถจักรยานที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน การปฏิบัติตัวในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทางศาสนา มารยาทไทยในแต่ละท้องถิ่น การใช้รถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถจักรยาน รวมทั้งข้อ พึงระวังต่างๆ
5. เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีบริบทของ พื้นที่แตกต่างกันไป โดยการปรับใช้ผลการวิจัยนี้ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และสภาพการณ์ได้ อย่างเหมาะสม
6. ควรศึกษาแผนยุทธศาสตร์ในลักษณะนี้ในภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศไทยและให้ไปในทิศทาง เดียวกัน
7. เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) การวิจัยเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยอ้างอิงยุทธศาสตร์ที่ได้จากการวิจัยนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นแผนปฏิบัติการในการ ดำเนินการปฏิบัติในบริบทของพื้นที่ได้

References

- กรมการท่องเที่ยว. (2558). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว ธันวาคม 2558*. สืบค้น 13 มีนาคม 2559, จาก <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/222/25409>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559*. กรุงเทพฯ
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยปี 2558 กรุงเทพมหานคร (2559) ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559*. กรุงเทพฯ
- ธีระ สนิทธารักษ์ และ นาฬิกอติภัค แสงสนิท. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การรับรู้ของนักท่องเที่ยวความพร้อมของเจ้าของกิจกรรม และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)*. สืบค้น 13 มีนาคม 2559, จาก <http://www.dasta.or.th/images/inter/CT1%20TH.pdf>.
- ธนภุต สังข์เฉย. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2556). การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น. *วารสารเวอร์ริเดียน*, 6(1), 548-560.
- วิชานันท์ ผ่องศรี และสมพงษ์ ธงไชย. (2550). การสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการพื้นที่อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี. *Environment and natural resource journal*, 5(2), 164-172.
- สุพัตรา วิชยประเสริฐกุล. (2545). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Anderson, J.E. (1994). *Public Policy Making: An Introduction*. 2nd.ed. New York: Houghton Mifflin Company.
- Figgis, P. & Bushell, R. (2007) *Tourism as a Tool for Community-based Conservation and Development*. In R. Bushell & P.F.J. Eagles. (Eds.), *Tourism and Protected Areas: Benefits beyond Boundaries*. Wallingford; Cambridge, Mass.: CABI Pub. & IUCN - The Vth. IUCN World Parks Congress.
- Rogerson, Chritstian. M. (2006). Creative industries and urban tourism: South African Perspectives. *Urban Forum*, 17(2), 149-166.

Translated Thai References

- Boonmeesrisa-nga, M. (2013). The Identity Construction of Destination Branding Amphoe Hua – Hin, Prachuap Khiri Khan Province amongst Young tourists' Perspective. *Veridian Journal*, 6(1), 548-560. (in Thai)
- Department Of Tourism. (2015). *Summary of tourist situation on December 2015*. Retrieved March 13, 2016, from <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/222/25409>. (in Thai)
- Pongsri, V & Thongchai, S. (2007). Creating integrated tourism models in Khong Chiam District. Ubon Ratchathani Province. *Environment and natural resource journal*, 5(2), 164-172. (in Thai)
- Sangchoey, T. (2007). *Tourism and hospitality industry*. NakhonPathom: Silpakorn University. (in Thai)
- Sindecharak, T. & Sangsanit, N. (2013). Creative tourism: Perception of tourists Activities of the ownership and possibilities of creative tourism in Thailand. Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). Academic article. Faculty of Sociology and Anthropology Thammasat University. Retrieved March 13, 2016, from <http://www.dasta.or.th/images/inter/CT1%20TH.pdf>. (in Thai)
- Ministry of Tourism and Sports. (2011). *National Tourism Development Plan 2012 – 2016*. Bangkok. (in Thai)
- Ministry of Tourism and Sports. (2016). *Summary of the Thai tourism situation in 2015. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports Strategic 2012-2016*. Retrieved March 15, 2016, from http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114. (in Thai)
- Wichayaprasertkul S. (2002). *Guidelines for Sustainable Tourism Development of Koh Kret, Nonthaburi Province* (Master's Thesis). Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)

คณะผู้เขียน

นายธีรศานต์ สหัสสพาศน์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอสอง อำเภอสอง จังหวัดเพชรบุรี 76120

e-mail: tirasan_ice@hotmail.com

รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอสอง อำเภอสอง จังหวัดเพชรบุรี 76120

e-mail: narin_324349@yahoo.co.th

