



การประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนไทลื้อ ในจังหวัดน่านจากมุมมองของผู้นำท้องถิ่น

กัญญารินทร์ ไชยจันทร์*

Received: 11 June 2020

Revised: 1 December 2020

Accepted: 20 May 2021

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชนไทลื้อ 2) เพื่อประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยวในอำเภอปัวและอำเภอท่าวังผาซึ่งเป็นอำเภอที่มีชาวไทลื้ออาศัยอยู่มากที่สุดในจังหวัดน่าน การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านหรือกำนันในอำเภอปัวและอำเภอท่าวังผาซึ่งเป็นอำเภอที่มีชาวไทลื้ออาศัยอยู่มากที่สุดในจังหวัดน่าน โดยมีการแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงตามพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา เพื่อจะเป็นข้อมูลที่นำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า 1) ความสำคัญในการพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวในชุมชนประกอบด้วยสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีคุณค่าต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน พื้นที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณีและวัฒนธรรม มีความปลอดภัย ไม่มีภัยธรรมชาติและไม่มีโจรผู้ร้ายสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยที่พักแรมของนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม โฮมสเตย์ ฯลฯ และร้านขายสินค้าที่ระลึก โดยมีช่องทางที่ควรเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข่าวสารและกิจกรรม แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนควรจะเน้นการค้นหาจากข้อมูลการท่องเที่ยว จากแผนที่/ เส้นทางท่องเที่ยวออนไลน์ (google maps) และการค้นหาจากกูเกิล (google.com) สถานที่ในชุมชนที่เหมาะสมที่จะเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวในอนาคตและสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คือ เทศกาลงานประเพณีต่างๆ ของชุมชน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน และศูนย์ศิลปะและวัฒนธรรม รวมถึงร้านขายสินค้าที่ระลึกของชุมชน และสินค้าผ้าทอพื้นเมืองของชุมชนไทลื้อ 2) การประเมินศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเน้นหนักในด้าน

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

สินค้าท่องเที่ยว;
จังหวัดน่าน;
วิถีชีวิต;
ชุมชนไทลื้อ;
ผู้นำชุมชน

* นักวิจัยชำนาญการ สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ติดต่อได้ที่: khunyarin.ch@gmail.com

สถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน รวมทั้งลักษณะของพื้นที่ชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว สำหรับศักยภาพในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเน้นหนักในด้านป้ายบอกเส้นทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนมีสัญญาณของระบบสื่อสาร (โทรศัพท์/ อินเทอร์เน็ต) ครอบคลุมทุกพื้นที่ รวมทั้งที่พักแรมประเภทต่างๆ มีเพียงพอต่อความต้องการและมีมาตรฐาน สำหรับศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเน้นหนักให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ร่วมกับการสนับสนุนในการพัฒนากิจการร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวของทั้งหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนในระดับจังหวัด



Assessing the Potential of Tourism Products by the Tai Lue Community in Nan Province: Perspectives of Local Leaders

Received: 11 June 2020

Revised: 1 December 2020

Accepted: 20 May 2021

Khunyarin Chaijan*

This research aims to 1) conduct a survey on Tai Lue community tourism; and 2) assess tourism product potential in Pua and Tha Wang Pha Districts, with the highest population density of Tai Lue people in Nan Province. Qualitative research was done. Samples were village headmen in Pua and Tha Wang Pha Districts obtained by random selection. Research tools included semi-structured interviews. Data were analyzed and synthesized by qualitative research principles and using content analysis. The goal was to formulate guidelines to develop tourism activities.

Results were that developing community tourism products was important, with community attractions valued by community lifestyles. Unique tourism areas offering community attractions possess historical, traditional, and cultural values, with higher safety from natural disasters and lower crime statistics than externally-based tourism businesses involved in meeting the needs of tourists, including accommodations (hotels, home stays) and souvenir shops. Communications resources should be developed to inform potential tourists about news and activities. Community tourism attractions should focus on search options for tourist information from maps/online travel routes (Google Maps) and Google (google.com). Among suitable community features to be future focuses for tourism attractions are festivals, livelihoods, arts and cultural centers, local memory preservation efforts, and indigenous woven products of the Tai Lue community. In evaluating tourism attractiveness potential/attraction value, emphasis was placed on tourist attractions that enhance local community income, especially unique and distinctive

Research Article

Abstract

Keywords

tourist products;
Nan province;
lifestyle;
Tai Lue community;
community leaders

* Researcher, Professional Level, ThaiKhadi Research Institute, Thammasat University, email: khunyarin.ch@gmail.com

areas. Potential for tourism development, focusing on tourist attractions, and community tourist sites of communications systems (telephone/internet) in all areas should be studied, including different types of requirements to meet needs and standards. The potential for tourism development, emphasizing community participation in tourism management, will thereby support tourism activity development with the governmental and private sectors at provincial levels.

1. บทนำ

รัฐบาลได้ประกาศให้ พ.ศ. 2561 เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน” ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนในการดำเนินโครงการปีท่องเที่ยววิถีไทย การใช้วิถีไทยเป็นจุดเด่นทางการตลาดท่องเที่ยวจะทำให้ประเทศไทยมีความแตกต่างและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ สอดรับกับแนวทาง Thailand 4.0 ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง โดยส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์และย่านสร้างสรรค์เพื่อเป็นแหล่งธุรกิจสร้างสรรค์ ถือได้ว่าเป็นโครงการที่ต่อเนื่องมาจากแนวคิดการท่องเที่ยว “ปีท่องเที่ยววิถีไทย” ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไทยหรือ Thai culture ว่าหมายถึงทุกสิ่งที่มีในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นผู้คน ประเพณี วิถีชีวิต สถาปัตยกรรม ธรรมชาติ ภาษา การแต่งกาย ที่ถูกส่งมอบจากรุ่นสู่รุ่น หรือถูกปรับปรุงให้สอดคล้องกับการดำรงชีวิตในปัจจุบัน อาจจะมีในลักษณะที่เป็นแบบดั้งเดิม (traditional) และแบบร่วมสมัย (contemporary) และจากผลการวิจัยของกัญญารินทร์ ไชยจันทร์ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ความต้องการด้านการท่องเที่ยววิถีไทย: กรณีศึกษาวัยรุ่นที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ศึกษาความต้องการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ สมุทรสงคราม เลย ลำปาง ราชบุรี น่าน จันทบุรี ตรัง ตรวต นครศรีธรรมราช ชุมพร และบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่มีความต้องการท่องเที่ยวในภาคเหนือมากที่สุด สอดคล้องกับสถิติการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ไปเยี่ยมเยือนภาคเหนือ ใน พ.ศ. 2559 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่มีไม่น้อยกว่า 8,370,373 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.30 ของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนประเทศไทยทั้งหมด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) เมื่อเปรียบเทียบสถิติของนักท่องเที่ยวในปี 2561 จะเห็นได้ว่าจังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่น่าสนใจในฐานะจังหวัดที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดไม่น้อยกว่า 17.09% ซึ่งเป็นรองเพียงจังหวัดเพชรบูรณ์ เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองในภาคเหนือทั้งหมด

เมืองน่านในอดีตเป็นนครรัฐเล็กๆ ก่อตัวขึ้นราวกลางพุทธศตวรรษที่ 18 บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำน่านและแม่น้ำสาขาในหุบเขา เป็นดินแดนล่านาทางตะวันออกของภาคเหนือ จังหวัดน่านเป็นเมืองที่มีศิลปวัฒนธรรมเก่าแก่ที่สืบทอดต่อกันมา (จังหวัดน่าน, 2562) และยังได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีอัตลักษณ์และความยั่งยืน รวมทั้งการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวโดยใช้อัตลักษณ์และภูมิปัญญาล้านนาสู่สินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) จังหวัดน่านยังเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีชาติพันธุ์ไทลื้ออยู่อาศัยมากที่สุดอีกด้วย (มิ่งมงคล หงษ์วงศ์, 2557)

แนวทางในการศึกษาวิจัยนี้จึงเน้นให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลเพื่อพัฒนาไกลซ์เคลื่อน Thailand 4.0 ในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบริการที่มีมูลค่าสูง รวมถึงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยการท่องเที่ยวระดับประเทศที่มีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นจากผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวความเป็นไทย ความเป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นของวัยรุ่นในระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งถือเป็นหนึ่งในกลุ่มท่องเที่ยวกระแสหลัก (mainstream) และเชื่อว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพในอนาคต พบว่าวัยรุ่นมีความต้องการท่องเที่ยวจังหวัดน่านอยู่ในระดับมาก (กัญญารินทร์ ไชยจันทร์, 2558) ก่อนที่จะศึกษาทรัพยากรที่มีความโดดเด่นของจังหวัดน่าน ทั้งในด้านความหลากหลายของชาติพันธุ์ ทรัพยากรธรรมชาติ ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยนำมาประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนไทลื้อในจังหวัดน่านจากมุมมองของผู้นำ

ท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงการวางแผน ส่งเสริม สร้าง จุดขาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยกระแสหลัก (mainstream) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน ธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่ควรมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารของการท่องเที่ยว และสถานที่ในชุมชนที่เหมาะสมที่จะเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวในอนาคต
2. เพื่อประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยวของชุมชนไทลื้อในอำเภอปัวและอำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน

3. การทบทวนวรรณกรรม/ สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

3.1 จังหวัดน่าน

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2561) ระบุว่าชาวไทลื้อตั้งถิ่นฐานอยู่ที่แคว้นสิบสองปันนา ทางตอนใต้ของประเทศจีน นิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ตามที่ราบลุ่มแม่น้ำ มีการอพยพครั้งสำคัญสู่ล้านนา ซึ่งเป็นการกวาดต้อนผู้คนจากสิบสองปันนา เมืองเชียงตุง เมืองยอง โดยได้ระบุถึงถิ่นที่อยู่อาศัยของชาวไทลื้อในจังหวัดน่าน ประกอบด้วยอำเภอท่าวังผา อำเภอปัว อำเภอเชียงกลาง อำเภอทุ่งช้าง กิ่งอำเภอทุ่งหลวง และกิ่งอำเภอแม่อจริม ซึ่งอำเภอปัวและอำเภอท่าวังผาเป็นอำเภอที่มีชาวไทยเชื้อสายลื้ออาศัยอยู่มากที่สุด อำเภอท่าวังผามีหมู่บ้านไทลื้ออยู่ในตำบลศรีภูมิ ตำบลยม ตำบลจอมพระ ตำบลแสนทอง ได้แก่ บ้านแฮะ บ้านฮวก ตำบลป่าคา ได้แก่ บ้านต้นฮ้าง บ้านหนองบัว อำเภอปัวมีหมู่บ้านไทลื้ออยู่ที่ตำบลปัว ได้แก่ บ้านร่องแง บ้านมอน บ้านดอกแก้ว บ้านตีด บ้านขอน ตำบลศิลาแลง ได้แก่ บ้านดินตอก บ้านดอนไชย บ้านศาลา บ้านหัวน้ำ ตำบลศิลาเพชร ได้แก่ บ้านนาคำ บ้านป่าตอง บ้านดอนมูล บ้านดอนแก้ว และบ้านทุ่งรัตน

3.2 แนวคิดส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้อธิบายถึงการตลาดท่องเที่ยวและส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวสรุปได้ดังนี้ การตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่จะวิเคราะห์ให้ทราบว่ามีทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่จะสามารถขายให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ แล้วใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยว (tourism marketing mix) ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 4P's ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (tourism product) จะประกอบด้วยทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกแก่การท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวที่รวมกันแล้วสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแล้วขายให้แก่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นและสร้างความพึงพอใจ 2) ราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

(tourism price) หมายถึงจำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวจ่ายเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวกำหนดขึ้น โดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวพิจารณาว่าจะกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเท่าไรจึงจะเหมาะสม โดยอาจตั้งราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวตามค่าใช้จ่ายในการผลิต บวกผลกำไรที่ต้องการ (cost - plus pricing) หรืออาจตั้งราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวตามคู่แข่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการแข่งขันว่ามีมากน้อยเพียงใด ความสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของตนต่างจากคู่แข่งได้แค่ไหน ในปัจจุบัน นักการตลาดท่องเที่ยวพยายามหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา แต่จะแข่งขันด้านบริการและภาพลักษณ์มากขึ้น เพื่อสร้างความแตกต่างทางกายภาพหรือทางจิตวิทยาให้แก่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 3) การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (tourism places/ tourism distribution) หมายถึง การเลือกช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยวในตลาดเป้าหมายในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม สะดวกรวดเร็ว ประหยัด และปลอดภัย ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (tourism channel) มี 3 ช่องทาง คือ ช่องทางที่ 1 แบบขายตรง เป็นวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวโดยตรง ช่องทางที่ 2 แบบการขายผ่านตัวแทน เป็นวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวโดยผ่านตัวแทนการท่องเที่ยวอีกต่อหนึ่ง และช่องทางที่ 3 แบบการขายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ และ 4) การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (tourism promotion) เป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสม ในราคาและช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมไปยังนักท่องเที่ยวในตลาดท่องเที่ยวเป้าหมายเพื่อให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้

ในการศึกษานี้จึงใช้แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว เพื่อมุ่งศึกษาในประเด็นความสำคัญในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่ควรมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารของการท่องเที่ยว และสถานที่ในชุมชนที่เหมาะสม รวมทั้งการประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว และศักยภาพในการบริหารจัดการ ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญที่นำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนานักกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงการวางแผนส่งเสริม สร้างจุดขายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิลาสินี จินตลิตติดี และเอนก เหล่าธรรมทัศน์ (2561) ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาวัฒนธรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการท่องเที่ยวที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่นและศึกษาบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการธำรงรักษามรดกวัฒนธรรมของท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์ในการช่วยอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาวัฒนธรรมอันดีงามของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังช่วยสร้างความตระหนักของประชาชนในท้องถิ่นให้เห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของวัฒนธรรม จนเกิดเป็นความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในรูปแบบเทศบาลและประชาชนในท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาวัฒนธรรม จนเกิดเป็นนวัตกรรมในการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานของ

การอนุรักษ์วัฒนธรรมของเทศบาล ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละแห่ง ได้แก่ เทศบาลตำบลเชียงคานใช้รัฐประศาสนศาสตร์อย่างไม่เป็นทางการ เทศบาลเมืองน่านใช้รัฐประศาสนศาสตร์พลเมือง และเทศบาลนครเชียงใหม่ใช้รัฐประศาสนศาสตร์อย่างเป็นทางการ

โอริสา เชี่ยวเกษม (2558) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนไตลื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนไตลื้อ ตำบลบ้านถิ่น อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผลการวิจัยพบว่าสภาพปัจจุบันปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนไตลื้อ ตำบลบ้านถิ่น อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ มี 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะดวก และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนไตลื้อ มี 3 ด้าน ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ควรพัฒนาความสะอาด ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะดวก ควรปรับราคาที่พักและอาหารให้เหมาะสม ปรับปรุงงานบริการ บริเวณที่พักมีบริการที่จอดรถ ควรจัดให้มีมัคคุเทศก์ตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบลท้องถิ่นควรร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องปรับปรุงเส้นทางเดินทางให้มีความสะดวกและความปลอดภัยมากขึ้น ควรจัดทำป้ายบอกระยะทางที่มองเห็นได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย จัดตั้งศูนย์บริการข่าวสารและข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวตามจุดท่องเที่ยวที่สำคัญๆ จัดหาอาสาสมัครมัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวที่มีความรู้ทั้งด้านข้อมูลการท่องเที่ยว ข้อมูลด้านภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เพื่อคอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และคอยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมงานประเพณีที่ทางชุมชนจัดขึ้น

มิ่งมกล หงขวางศ์ (2557) ศึกษาวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ นำเสนอเรื่องราววิถีชีวิตตลอดจนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทลื้อซึ่งประกอบอาชีพทางการเกษตรและทอผ้า นิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ตามที่ราบลุ่มแม่น้ำของเมืองเชียงรุ่ง เมืองหลวงของแคว้นสิบสองปันนา มณฑลยูนนาน ประเทศจีน คนไทลื้อมีภาษาพูดและตัวอักษรเขียนเป็นของตนเองมานาน โดยภาษาไทลื้อนั้นจัดอยู่ในกลุ่มภาษาตระกูลไท (ไต) และมีบางคำที่คล้ายภาษาเหนือ ดำรงชีวิตผูกพันกับพระพุทธศาสนาจึงมีประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนามากมาย อัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมที่ชัดเจนคือ การแต่งกาย โดยตัวเสื้อมีลักษณะเป็นเสื้อผ่าอก เอวลอย แขนยาว สวมใส่กับผ้าซิ่นหรือกางเกง ตัดเย็บจากผ้าชนิดต่างๆ มีผ้าโพกหัวทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ชาวไทลื้อมีความเชื่อและพิธีกรรมการนับถือผีที่หลากหลาย ทั้งผีเจ้าเมือง ผีบ้านผีเรือน เป็นต้น

รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ (2557) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอำเภอบัวในจังหวัดน่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความพอใจของนักท่องเที่ยวและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว อำเภอบัว จังหวัดน่าน วิธีการศึกษาได้แก่ 1) การสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 308 คน 2) การสำรวจศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 3) การจัดสนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการและผู้นำชุมชน และ 4) การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 10 คน ผลการศึกษาดังกล่าวและความพอใจพบว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถพัฒนาให้เป็นจุดขายของอำเภอบัว และจากการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งกลุ่มเร่งด่วนในการพัฒนาเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญสูง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยภูคา วัดปรังค์ วัดต้นแหลง วิถีชนเผ่าตำบลปากกลาง และโฮมสเตย์ตำบลศิลาเพชร กลุ่มที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญปานกลาง ได้แก่ น้ำตกศิลาเพชร เครื่องเงินตำบลปากกลาง เทศกาลก๋ว้าง วัดพระธาตุเบ็งสกัด เทศกาลดอกชมพูภูคา และกลุ่มที่ 3 แหล่ง

ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่ำ ได้แก่ วัดร่องแง วัดพระธาตุจอมแจ้ง วัดพระธาตุจอมทอง อนุสาวรีย์พญาผานอง ทั้งนี้ การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจัดอันดับความเร่งด่วนในการพัฒนาเป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็นสำหรับภาครัฐโดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการกำหนดยุทธศาสตร์ แผนงาน/ โครงการร่วมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นการกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชน ตลอดจนการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดเกณฑ์และความพร้อมในการพัฒนาแต่ละด้านเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

เลหล่า ตรีเอกานุกูล (2557) ศึกษาทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดน่านต่อการส่งเสริมการเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิตของจังหวัดน่าน โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการเก็บข้อมูลเบื้องต้น โดยการใช้แบบสอบถามจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วยผู้แทนจากสถาบันการศึกษา ศาสนาและปราชญ์ชาวบ้านในเมืองน่าน ตัวแทนหน่วยงานทั้งจากภาครัฐและเอกชน มาเป็นแนวทางในการจัดทำคำถามสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงลึกในการสนทนากลุ่มจากผู้นำทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการจาก 30 ชุมชนในจังหวัดน่าน แล้ววิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่าจังหวัดน่านเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ยาวนาน มีการสั่งสมวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน อันเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาจังหวัดน่านให้คงอยู่อย่างมีเอกลักษณ์ สืบทอดเป็นมรดกจากรุ่นสู่รุ่นบนฐานของวัฒนธรรมที่ดี โดยทุนทางสังคม ประกอบด้วยทุนมนุษย์ ทุนสถาบัน ทุนทางปัญญาประกอบด้วยทุนทางด้านอาหาร ทุนทางด้านดนตรีและการแสดง ทุนทางด้านศิลปะ ทุนทางด้านกายภาพ ทุนด้านการคมนาคม อีกทั้งยังมีทุนทางวัฒนธรรมอันเป็นทรัพย์สินทางปัญญาเป็นวิถีชีวิตของชาวเมืองน่านที่มีมาตั้งแต่อดีต ทุนทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ทั้งที่ดิน ป่าเขา แม่น้ำอากาศ ทุนทางภูมิศาสตร์ ทุนทางปัญญา และทุนด้านการท่องเที่ยว ในด้านปัจจัยสนับสนุนทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่ทำให้จังหวัดน่านเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิตมีค่าเฉลี่ยของปัจจัยภายในมากกว่าปัจจัยภายนอก มีผลสนับสนุนทุนทางสังคมและวัฒนธรรมทำให้จังหวัดน่านเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต รูปแบบการส่งเสริมจังหวัดน่านให้เป็นเมืองเก่าที่มีชีวิตต้องการให้มีการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว การฟื้นฟูวัฒนธรรมเดิม การรักษาวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่นำเสนอรูปแบบกิจกรรมในทางที่ดี ในด้านการปฏิบัติงานให้เกิดผลสำเร็จ ผู้ที่เกี่ยวข้องและมีส่วนรับผิดชอบคือชาวบ้าน สถานศึกษา หน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชนที่ต้องทำงานกันอย่างต่อเนื่อง จึงจะส่งเสริมให้จังหวัดน่านเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิตได้

วิไลลักษณ์ กิตติบุตร (2551) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของสินค้า ศึกษาความต้องการในการพัฒนาสินค้า และศึกษาแนวทางการยกระดับการพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อพัฒนาสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ใช้ระบบวิธีวิจัยและพัฒนาแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ชาวไทลื้อมีส่วนร่วมในการพัฒนาตนเองอย่างแท้จริง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ SWOT analysis รวมถึงการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อ ผลการวิจัยพบว่าแนวทางที่กลุ่มสินค้าชุมชนจะสามารถพัฒนาไปสู่สินค้าชุมชนและท้องถิ่น OTOP ควรจะมีแนวทางในการพัฒนาด้านต่างๆ คือ 1) การพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรเพื่อนำมาจัดตั้งกลุ่มเป็นสินค้าชุมชนและสร้างระบบการบริหารจัดการที่ดี โดยกำหนดหน้าที่และบทบาทของสมาชิกให้มีความเหมาะสมกับความสามารถของสมาชิก 2) กลุ่มควรได้รับการพัฒนาด้านคุณภาพของสินค้า เพื่อให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพในระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) กลุ่มควรได้รับการพัฒนาด้านการตลาดและการวิเคราะห์ SWOT ของการตลาดของกลุ่มในระยะยาวได้ 4) กลุ่มสามารถพัฒนาการจัดทำแผนธุรกิจทั้งในด้านการพัฒนาองค์กรและการพัฒนาการตลาดของกลุ่มในระยะยาวได้ เพื่อพัฒนาสินค้าสู่มาตรฐานชุมชนและท้องถิ่น

(OTOP) โดยในปี 2550 สามารถยกระดับการพัฒนาสินค้าชุมชนได้ทั้งสิ้น 4 สินค้า คือ สินค้าเอือนปอกระดาสาสินค้าผ้าทอไทลื้อ สินค้าหัตถกรรมทอผ้าไทลื้อ และสินค้าหัตถกรรมและสิ่งประดิษฐ์ สำหรับข้อเสนอแนะของการศึกษาเห็นว่าการส่งเสริมและพัฒนาด้านคุณภาพของสินค้าที่ดีของสินค้าชุมชนไทลื้อ อำเภอต๋อยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ จะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะทำให้สินค้าสามารถพัฒนาไปสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ได้ และควรเชื่อมโยงกับชุมชนไทลื้อในภาคเหนือไม่ว่าจะเป็นจังหวัดพะเยา จังหวัดเชียงราย รวมถึงจังหวัดน่าน

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยมีการแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (purposive sampling) ตามพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เพื่อสอบถามความคิดเห็นจากผู้ใหญ่บ้านที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในอำเภอบัวและอำเภอนำหว้า จังหวัดน่าน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (content analysis) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาวิจัยจากเอกสาร (secondary data) โดยการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือวารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากพื้นที่ (field research) โดยการประสานงานและเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงานท้องถิ่นในอำเภอนำหว้าและอำเภอบัว จังหวัดน่าน ซึ่งเป็นผู้นำชุมชน/ ผู้ใหญ่บ้าน/ กำนัน จำนวน 24 คน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน โดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (purposive sampling) แบ่งออกเป็นตัวแทนชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอบัว จำนวน 10 ราย อำเภอนำหว้า จำนวน 14 ราย ซึ่งผู้แทนชุมชนเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สามารถให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเลือกบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน มีเวลาเพียงพอในการให้ข้อมูล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ได้มีการกำหนดคำถามและประเด็นที่ต้องการสำหรับการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ลักษณะการสัมภาษณ์เป็นแบบนัดหมายล่วงหน้าอย่างไม่เป็นทางการ

4. ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกตามกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) และนำมาจัดเรียงความสำคัญและจัดกลุ่มของเนื้อหา สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

5. ผลการศึกษา

การสำรวจความคิดเห็นจากผู้นำชุมชนไทลื้ออำเภอปัวและอำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน โดยศึกษาประเด็นความสำคัญในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่ควรมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารของการท่องเที่ยว และสถานที่ในชุมชนที่เหมาะสม ผลการศึกษามี ดังนี้

5.1 การท่องเที่ยวของชุมชน

5.1.1 ปัจจัยที่มีความสำคัญในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน

ปัจจัยที่มีความสำคัญในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีคุณค่าต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน พื้นที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณีและวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีความปลอดภัย ไม่มีภัยธรรมชาติและไม่มีโจรผู้ร้าย สถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีเส้นทาง/ ถนนเข้าถึงได้ง่าย สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพสวยงาม และสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการท่องเที่ยว ร้านค้าและร้านอาหาร

5.1.2 ธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

ธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ประกอบด้วยธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจที่พักแรมของนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม โฮมสเตย์ ฯลฯ ธุรกิจด้านรถยนต์ พาหนะโดยสารต่างๆ เพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก และธุรกิจหรือบริษัทที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการนิทรรศการ

5.1.3 ช่องทางที่ควรเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข่าวสารและกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

ช่องทางที่ควรเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข่าวสารและกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนประกอบด้วยช่องทางการค้นหาจากกูเกิล (google.com) และแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวออนไลน์ (google maps) เว็บไซต์การท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ต สื่อหนังสือนิตยสาร แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ เช่น ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 PPTV วิดีโอในอินเทอร์เน็ต (youtube) สื่อเฟซบุ๊ก (facebook) ชุมชนท่องเที่ยวในเว็บไซต์ เช่น กระทุ้ง เว็บไซต์พันทิปดอทคอม (pantip.com) และไลน์ (line)

5.1.4 สถานที่ในชุมชนที่เหมาะสมที่จะเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวในอนาคต

สถานที่ในชุมชนที่เหมาะสมที่จะเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวในอนาคตประกอบด้วยวัดในชุมชน เทศกาลงานประเพณีต่างๆ ของชุมชน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน แหล่งโบราณสถานต่างๆ ร้านขายสินค้าที่ระลึกของชุมชน สินค้าผ้าทอพื้นเมืองของชุมชนไทลื้อ บ้านโบราณของชุมชน ศูนย์ศิลปะและวัฒนธรรม ตลาด พิพิธภัณฑ์ของชุมชน และผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน

5.2 การประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยวของชุมชน

การประเมินศักยภาพสินค้าท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีประเด็นตัวชี้วัดด้านศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว และศักยภาพในการบริหารจัดการ ผลการศึกษามีประเด็นสำคัญดังนี้

5.2.1 ศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ควรมียอดประกอบในด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน โดยมองเห็นว่ามีศักยภาพในระดับมาก สำหรับสถานที่ในชุมชนมีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณีและวัฒนธรรม ถือว่ามีศักยภาพในการดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวมากเช่นกัน รวมทั้งลักษณะของพื้นที่ในชุมชนมีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญมากในด้านการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

5.2.2 การประเมินศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว ควรมียอดประกอบในด้านการคมนาคม อย่างความสะดวกสบาย บำบัดบอกเส้นทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ทางเข้าและจุดจอดรถที่เพียงพอต่อความต้องการ สัญญาณของระบบสื่อสาร (โทรศัพท์/ อินเทอร์เน็ต) ครอบคลุมทุกพื้นที่ ที่พักแรมประเภทต่างๆ เพียงพอต่อความต้องการ และมีมาตรฐาน มีศูนย์หรือหน่วยงานประสานเพื่อให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว มีมาตรฐานความปลอดภัย และมีประสิทธิภาพเพียงพอ มีจุดบริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีจุดพัก ร้านค้าและร้านอาหาร ห้องน้ำอย่างเพียงพอ

5.2.3 การประเมินศักยภาพในการบริหารจัดการ

ศักยภาพในการบริหารจัดการ ควรมียอดประกอบในด้านคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐรวมทั้งหน่วยงานภาคเอกชนระดับจังหวัดให้การสนับสนุนในการพัฒนาหรือสร้างกิจกรรมกับแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน และคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 บทสรุปและอภิปรายผล

จากข้อค้นพบในการศึกษาวิจัยเรื่องการประเมินศักยภาพของสินค้าท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนไทลื้อในจังหวัดน่าน ซึ่งจังหวัดน่านเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีชาติพันธุ์ไทลื้ออยู่อาศัยมากที่สุด (มิ่งมงคลหงษ์วงศ์, 2557) การศึกษาสินค้าการท่องเที่ยวการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนไทลื้อเป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนไทลื้อประกอบไปด้วยเทศกาลงานประเพณี วิถีชีวิตความอยู่ และการทอผ้าลายน้ำไหล จังหวัดน่านยังเป็นเส้นทาง

ท่องเที่ยวที่แสดงอัตลักษณ์แห่งล้านนาตะวันออก วัฒนธรรม วิถีชีวิต และชาติพันธุ์ สอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561) ที่มุ่งเน้นให้จังหวัดน่านเป็นเส้นหนัานวันนี รวมทั้งยังเป็นการเชื่อมโยงกับงานวิจัยของวิไลลักษณ์ กิตติบุตร (2551) ที่มีข้อเสนอแนะให้ศึกษาศักยภาพของสินค้าชุมชนไทลื้อในภาคเหนือ ไม่ว่าจะเป็นจังหวัดพะเยา จังหวัดเชียงราย รวมถึงจังหวัดน่าน เพื่อพัฒนาสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

1) ผู้นำชุมชนได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่สำคัญและโดดเด่นในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านสภาพความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีความปลอดภัย ไม่มีภัยธรรมชาติและไม่มีโจรผู้ร้าย สอดคล้องกับแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกแก่การท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวของคนนอกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่พักแรมของนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม โฮมสเตย์ ฯลฯ และร้านขายสินค้าที่ระลึก โดยมองว่าช่องทางที่ควรเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข่าวสารและกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนควรจะเน้นไปในช่องทางการค้นหาจากแผนที่/ เส้นทางท่องเที่ยวออนไลน์ (google maps) และการค้นหาจากกูเกิล (google.com) โดยสถานที่ในชุมชนที่เหมาะสมที่จะเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวในอนาคตและสามารถดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวคือ เทศกาลงานประเพณีต่างๆ ของชุมชน วิถีชีวิตความอยู่ของชุมชน และศูนย์ศิลปะและวัฒนธรรม รวมถึงร้านขายสินค้าที่ระลึกของชุมชน และสินค้าผ้าทอพื้นเมืองของชุมชนไทลื้อ คล้ายคลึงกับผลการวิจัยของเลห์ล้า ตรีเอกานุกูล (2557) ที่ศึกษาทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดน่านต่อการส่งเสริมการเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต

2) การประเมินศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว และศักยภาพในการบริหารจัดการ ผู้นำชุมชนได้ให้ความสำคัญในด้านการประเมินศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว/ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คล้ายคลึงกับผลการศึกษาของโอริสา เชี่ยวเกษม (2558) ที่พบว่าแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไทลื้อมีศักยภาพสูง มีสิ่งดึงดูดใจทั้งธรรมชาติ ภูมิอากาศ สถานที่ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงได้สะดวก สำหรับภาพรวมของการประเมินด้านศักยภาพในการบริหารจัดการ สอดคล้องกับการศึกษาของวิลาสินี จินตลิขิตดี และเอนก เหล่าธรรมทัศน์ (2561) ที่พบว่าการท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์ในการช่วยอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาวัฒนธรรมอันดีงามของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังช่วยสร้างความตระหนักของประชาชนในท้องถิ่นให้เห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของวัฒนธรรม จนเกิดเป็นความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในรูปแบบเทศบาลและประชาชนในท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาวัฒนธรรม จนเกิดเป็นนวัตกรรมในการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานของการอนุรักษ์วัฒนธรรมของเทศบาล รวมทั้งงานวิจัยของรัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ (2557) ที่มีมุมมองในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็นสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการกำหนดยุทธศาสตร์ แผนงาน/ โครงการร่วมกันเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดเกณฑ์และความพร้อมในการพัฒนาแต่ละด้านเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

6.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยในการนำไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย

1. จังหวัดน่านถือเป็นเมืองการท่องเที่ยวรองของประเทศไทย ปัจจุบันมีอัตราการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างก้าวกระโดด จึงน่าจะเป็นจังหวัดต้นแบบการท่องเที่ยวของเมืองรอง ทั้งภาครัฐระดับประเทศ รวมถึงองค์กรส่วนท้องถิ่น เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทยควรส่งเสริม ให้ความสำคัญและพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. ควรศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยและศักยภาพของการท่องเที่ยวเมืองรองในภูมิภาคต่าง ๆ ที่มีแนวโน้มจะสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ปัญหา อุปสรรค รูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของแต่ละจังหวัด รวมทั้งศึกษาความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อนำมาวิเคราะห์ความต้องการการท่องเที่ยว สถานการณ์การท่องเที่ยว เพื่อศึกษาปัญหาและโอกาสทางการตลาด (problem and opportunity) ของการท่องเที่ยว และกำหนดเป็นแนวทางในการวางแผนการท่องเที่ยวในอนาคต

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (25 มกราคม 2562). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2562 จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=531.
- กัญญารินทร์ ไชยจันทร์. (2558). ความต้องการด้านการท่องเที่ยววิถีไทย: กรณีศึกษาวัยรุ่นที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (25 พฤศจิกายน 2561). 2015 Discover THAINESS / ท่องเที่ยววิถีไทย 2558. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2561 จาก TAT Review Magazine: <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2015/menu-12015/219-12015-discover-thainess>.
- จังหวัดน่าน. (23 มกราคม 2562). ประวัติศาสตร์น่าน. สืบค้นเมื่อ 23 มกราคม 2562 จาก http://www.nan.go.th/webjo/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=27.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- มังกรม หงษาวงศ์. (2557). ไทลื้อ: วิถีชีวิตและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม. วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์ ราชชมงคลธัญบุรี, 1(2), 1-20.
- รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์. (2557). การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอำเภอปัว จังหวัดน่าน. วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน, 5(1), 28-41.
- เลห์ล่า ตีรเอากานุกูล. (2557). ทูทางสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดน่านต่อการส่งเสริมการเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 6(3), 93-106.
- วิลาลินี จินตลิขิตดี และเอนก เหล่าธรรมทัศน์. (2561). รัฐประศาสนศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยว: บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาวัฒนธรรม: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลเชียงคาน เทศบาลเมืองน่าน และเทศบาลนครเชียงใหม่. วารสารเกษมบัณฑิต, 19(ฉบับพิเศษ), 312-323.

- วิไลลักษณ์ กิตติบุตร. (2551). การพัฒนาสินค้าชุมชนไทลื้อ อำเภอต๋อยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP). วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่, 10(1), 55-67.
- สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (16 สิงหาคม 2561). ศูนย์เรียนรู้ชาติพันธุ์ไทในล้านนา. สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2561 จาก <http://www.sri.cmu.ac.th/~lelc/index.php/2015-11-18-16-02-20>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (19 ธันวาคม 2561). สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561 จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422.
- โอริสา เชี่ยวเกษม. (2558). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนไทลื้อ ตำบลบ้านถิ่น อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.