

ชื่อเรื่องคุณูปการ	การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ชื่อผู้เขียน	วิยะดา เสรีวิชยสวัสดิ์
หลักสูตร	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สังคมศาสตร์)
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. จักรพันธุ์ วงษ์บุรณาวาทย์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร. บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ผณิตรา ธีรานนท์

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย และ (3) เพื่อนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยกำหนดขอบเขตพื้นที่ศึกษาเฉพาะจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติตั้งแต่ 150,000 คนต่อปีขึ้นไป ในเขตภาคเหนือตอนบนเป็นพื้นที่ศึกษา ซึ่งมี 3 จังหวัด คือ เชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน ในแต่ละจังหวัดได้ศึกษาข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ศึกษา ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และคนในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ผลการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยพบว่า จังหวัดเชียงใหม่ที่นิยมมี 2 กิจกรรม ได้แก่ ขนโตกอาหารพื้นบ้านล้านนาและการทำร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงรายที่นิยมมี 2 กิจกรรม ได้แก่ การทำเครื่องปั้นดินเผาและการชงชาจีน จังหวัดแม่ฮ่องสอนที่นิยมมี 2 กิจกรรม ได้แก่ การแต่งกายของชาวไทใหญ่และการทำปानซอย

ผลการศึกษาขั้นตอนของกิจกรรมการท่องเที่ยวงเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจ ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยพบว่า ขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจมากที่สุดคือ การรับฟังการบรรยายประวัติความเป็นมาของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม สนใจรองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมร่วมกับ คนในชุมชน

ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวงเชิงสร้างสรรค์ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ผู้วิจัย จึงได้เสนอรูปแบบการท่องเที่ยวงเชิงสร้างสรรค์ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ซึ่ง ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวงเชิงสร้างสรรค์มี 5 องค์ประกอบคือ (1) คนในชุมชน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวง (2) ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมท้องถิ่น (3) หน่วยงานภาครัฐที่ สนับสนุน (4) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวง และ (5) นักท่องเที่ยวงเชิงสร้างสรรค์
2. คุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวงเชิงสร้างสรรค์มี 5 ลักษณะคือ (1) การมีส่วนร่วมของ คนในชุมชน (2) การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ (3) การจัดกิจกรรมเป็นกลุ่มเล็ก (4) นักท่องเที่ยวงได้เรียนรู้ มี ประสบการณ์ และใช้ความคิดสร้างสรรค์ (5) การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. การดำเนินการการท่องเที่ยวงเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนมี 5 ขั้นตอนคือ (1) การจัดตั้งศูนย์ ข้อมูลการท่องเที่ยวงเชิงสร้างสรรค์ (2) การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูล (3) การจัดกิจกรรมเชิง สร้างสรรค์ (4) การใช้ศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ (5) การเรียนรู้วัฒนธรรมในชุมชน

ทั้งนี้คนในชุมชนจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการดำเนินการ โดยการสนับสนุนของ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้ประกอบการการท่องเที่ยวง ที่จะต้องให้การดำเนินการเป็นไป ตามคุณลักษณะของการท่องเที่ยวงเชิงสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวงเชิงวัฒนธรรม/การท่องเที่ยวงเชิงสร้างสรรค์

Dissertation Title	The Development of Cultural Tourism in Upper Northern Thailand into A Model of Creative Tourism
Author	Wiyada Sereewichayaswat
Degree	Doctor of Philosophy (Social Sciences)
Advisor	Assoc. Prof. Dr. Chakrapand Wongburanavart
Co-Advisor	Assoc. Prof. Dr. Boonlert Jittangwatana
Co-Advisor	Assist. Prof. Dr. Phanintra Teeranon

ABSTRACT

This study, entitled ‘Development of Cultural Tourism in Upper Northern Thailand into a Model of Creative Tourism’, was conducted for the main purposes of (1) investigating forms of cultural tourism appealing to foreign visitors to Upper Northern Thailand; (2) examining each form of cultural tourism in terms of the steps that appealed to foreign visitors to Upper Northern Thailand; and (3) presenting models of creative tourism suitable for Upper Northern Thailand. This study was designed to focus only on the provinces with an annual foreign tourist population of 150,000 or more. Three provinces met this condition: Chiang Mai, Chiang Rai and Mae Hong Son. In each of these three provinces, data were collected from four groups of tourism stakeholders: (1) foreign visitors to the areas studied; (2) administrators of tourism-related state organizations; (3) tourism entrepreneurs; and (4) members of the communities participating in cultural tourism.

The research findings concerning the cultural tourism activities most appealing to foreign visitors to Upper Northern Thailand are as follows. The two most appealing activities of Chiang Mai were the traditional Lanna reception dinner, or ‘Khan Toke’, and the Bor Sang umbrella-

making activity. The two most appealing activities of Chiang Rai were the earthenware-making activity and the Chinese tea brewing activity. Finally, The two most appealing activities of Mae Hong Son were the Shan costume activity and the Pan Soy making activity.

The findings regarding the steps that appealed most to foreign visitors to Upper Northern Thailand are as follows. The step regarded as most appealing was the presentation of the history of each artistic, cultural or traditional activity. The steps involving visitors' participation in the artistic, cultural or traditional activity and performance of a given activity together with community members were considered second most appealing.

With regards to models of creative tourism suitable for Upper Northern Thailand, the researcher has identified three major interplaying factors.

1. Five components of creative tourism, namely, (1) members of the tourist site community; (2) local artistic, cultural and traditional activities; (3) state organizations and their support; (4) tourism entrepreneurs; and (5) creative tourists.

2. Five important characteristics of creative tourism, namely, (1) community members' participation; (2) utilization of available resources; (3) arrangement of activities for small groups; (4) tourists' learning, experiencing and creative thinking; and (5) support from relevant organizations.

3. Five steps of community-based creative tourism operation, namely, (1) formation of creative tourism centers; (2) publicity; (3) arrangement of creative activities; (4) creative application of community's potential; and (5) visitors' learning of the community's culture.

Apparently, the main operators of creative tourism would have to be community members, with support from both relevant state organizations and tourism entrepreneurs. This would be to effectively ensure conformity to the accepted qualities of creative tourism.

Keywords: Cultural tourism/Creative tourism