

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดลำปาง

Components of Creative Tourism in Lampang Province

ณัฐกฤตา ศรีวิชัยโย¹ ขวลิย์ ณ ถลาง² ผกามาศ ชัยรัตน์³

Natkrita Sriwichaiyo, Chawalee Na Thalang, Pakamas Chairatana

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษา “องค์ประกอบการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ในจังหวัดลำปางเกิด” เกิดขึ้นจากการเล็งเห็นความสำคัญเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยที่จังหวัดลำปางเป็นเมืองรองทางการท่องเที่ยว แต่เป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของทางภาคเหนือของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษานำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางต่อไป โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดลำปาง 2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระจากกัน (t-test) Independent Sample T-Test และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวกัน (f-test or One way ANOVA) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเซฟเฟ ผลการวิจัยพบว่า 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเดินทางท่องเที่ยวมาในจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน ท่องเที่ยว ร้อยละ 53.50 นิยมเดินทางกับครอบครัว ร้อยละ 40.30 ในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ ร้อยละ 31.80 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 52.00 และพักที่พักระยะทางไกล ร้อยละ 28.70 โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 35.00 ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปี ร้อยละ 30.50 ข้อ 2. พบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยว-ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านสิ่ง

Received: 2022-09-13 Revised: 2022-10-10 Accepted: 2022-10-22

¹ สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม, มหาวิทยาลัยพะเยา College of Management University of Phayao. Corresponding Author e-mail: sriwichaiyo.n@gmail.com

² สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม, มหาวิทยาลัยพะเยา College of Management University of Phayao

³ สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม, มหาวิทยาลัยพะเยา College of Management University of Phayao

ดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาได้แก่ ด้านการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.48$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.40$) ด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.39$) และส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.35$) ตามลำดับ จากผลการวิจัยจะพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จังหวัดลำปางนั้นหัวข้อสิ่งดึงดูดใจมาเป็นลำดับแรก นั้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (เชิงวัฒนธรรม) มุ่งเน้นหาความรู้ โดยคำนึงถึงการเข้าถึง, สิ่งอำนวยความสะดวก, กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยวเป็นรองรอง ฉะนั้นแล้วผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่จังหวัดลำปางควรหาข้อมูลความเป็นมา เพื่อนำความรู้ที่ได้มาเป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจต่อไป

คำสำคัญ (Keywords): องค์ประกอบการท่องเที่ยว; การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์; จังหวัดลำปาง

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the behavior of Thai tourists visiting creative tourism in Lampang province, and 2) to study the tourism components of Thai tourists in traveling in Lampang. This research was a quantitative research, collecting data with the questionnaires. The sample group consisted of 400 people analyzed data with ready-made programs using descriptive statistics were frequency, percentage, mean, and standard deviation. Inferential statistics used to test hypotheses were T-Test, F-Test, The statistical significance was set at the 0.05 level. The correlation test was Scheffé's method. The result found that, 1) personal data of the respondents on a trip to come to Lampang with the purpose of traveling for leisure, travel was at 53.50%, Prefer to travel with family 40.30 level, travel by private car 52.00 percent and, travel by private car 52.00 percent, and 28.70% stayed in homestay accommodation with travel expenses less than 3,000 baht. 35.00 percent, most of them came to travel once a year, 30.50 percent. Item 2. It was found that tourism components The overall picture was at a high level (mean = 4.41). considering each aspect, it was found that the aspect with the highest average was attractiveness (average = 4.52), followed by accessibility (average = 4.48), amenities (average = 4.40), accommodation for tourists (average = 4.39), and the aspect with the least average was tourism activities and tourist attractions. (mean = 4.35), respectively.

Keywords: Elements of Travel; Creative Tourism; Lampang Province

บทนำ (Introduction)

กระแสของการท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนตามกระแสของการพัฒนาของโลก โดยมีแนวคิดที่ว่า “นักท่องเที่ยว” ในยุคใหม่ไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ของการเสพความสุขจากการบริการ หรือแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้ การเรียนรู้และการเข้าใจถึงความแตกต่างกันของสังคมมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ซึ่งนักท่องเที่ยวทางเลือกใหม่นี้มีผลทำให้รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวหรือการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะไป หรือการเลือกปฏิบัติกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนของทิศทาง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกระแสนความต้องการของ นักท่องเที่ยวตามมา โดยเป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในทางเลือกใหม่คือ นอกจากนักท่องเที่ยว จะได้รับความเพลิดเพลินหรือความสุขทางจิตใจแล้วนั้น ยังเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจกันในสังคม ของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน สังคมเกิดความสงบสุข เป็นการนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือ ในการเชื่อมโยงเกาะเกี่ยวคนในสังคมเดียวกันและต่างสังคมยังเป็นการรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น และยังเป็นกลไกนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (คู่มือการบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ CREATIVE TOURISM DESTINATION MANAGEMENT, กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) จัดว่าเป็นแนวคิด ที่ค่อนข้างใหม่ เริ่มปรากฏขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ.2543 โดยริชาร์ดส และเรย์มอนด์ (Greg Richards และ Crispin Raymond) (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน พ.ศ.2561)

ต่อมาในปี พ.ศ.2549 องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) จึงได้กำหนด นิยามว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเดินทางที่มุ่งไปสู่ความผูกพัน และประสบการณ์จริงแท้ที่เกิดจากการเข้าไปมีส่วนร่วม ในการเรียนรู้ศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม หรือคุณลักษณะพิเศษของพื้นที่นั้น และนำมาซึ่งความเชื่อมโยงกับผู้คนซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ และเป็นผู้รังสรรค์วัฒนธรรมที่มีชีวิตนั้น” (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีที่มาจากปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ กระแสโลกาภิวัตน์และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ความคิดเชิงสร้างสรรค์กับการกำหนดนโยบายสาธารณะ และการเปลี่ยนแปลงชนชั้นทางสังคม และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (ณรงค์ พลรักษ์ และคณะ, 2559) กล่าวคือ 1) กระแสโลกาภิวัตน์และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือการใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัย 2) ความคิดเชิงสร้างสรรค์ กับการกำหนดนโยบายสาธารณะคือการที่สังคมนั้น ๆ 3) การเปลี่ยนแปลงชนชั้นทางสังคมและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือในยุคปัจจุบันชนชั้นทางสังคมสามารถถูกขจัดได้ด้วยระบบเศรษฐกิจที่เข้มแข็งซึ่งเมื่อมีชนชั้นทางสังคมที่สูงขึ้นพฤติกรรมของทั้งเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวก็จะเปลี่ยนไป

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ระบุถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกว่า จากผลกระทบของโควิด-19 ที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี พ.ศ.2562 ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกเติบโตลดลงใน ไตรมาสแรกของปี พ.ศ.2563 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ลดลงร้อยละ 22.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ.2562 และต่อเนื่องมาจนถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 ที่จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเฉพาะในเดือนเมษายนลดลงมากถึงร้อยละ 97 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันในปี พ.ศ.2562 ซึ่งเป็นผลพวงมาจากการที่ทุกประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 100) ต่างใช้มาตรการจำกัดการเดินทางระหว่างกันเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยธุรกิจการบินและธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบในลำดับต้น ๆ จนทำให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต่างดำเนินมาตรการทุกด้าน โดยเฉพาะมาตรการด้านการเงินและการคลัง และการจ้างงานเพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย จากสถานการณ์ดังกล่าว ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ.2563 ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ.2562 ร้อยละ 38.01 โดยนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกมีจำนวนมากที่สุด 3.73 ล้านคน แต่ก็ยังเป็นภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในอัตราสูงสุดร้อยละ 46.12 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ.2562 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยสูง 3 อันดับแรก คือ นักท่องเที่ยวจีน มาเลเซีย และรัสเซีย ตามลำดับและที่สร้างรายได้สูงสุดให้กับประเทศไทยยังคงเป็นนักท่องเที่ยวจีนรองลงมาได้แก่ รัสเซีย สหราชอาณาจักร มาเลเซีย ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกาและเยอรมัน ตามลำดับ โดยกรุงเทพฯ ยังคงเป็นจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวไทยตามมาด้วย ภาคเหนือ และภาคตะวันตก ตามลำดับ แต่การใช้จ่ายส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพฯ ภาคใต้ และภาคเหนือ ตามลำดับ สถานการณ์ปัจจุบันที่ทั่วโลกให้ความสนใจและติดตามมาอย่างต่อเนื่องต่อเนื่อง คือ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทั้งในรูปของการนำเสนอข้อมูลความเป็นมา ความรุนแรงของการระบาดเมื่อเทียบกับการระบาดของโรคติดต่อร้ายแรงในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาลำดับเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงของการแพร่ระบาดผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของไทย (รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว พ.ศ. 2563, 2565)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทย และมีบทบาทสำคัญในการช่วยสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศ ในปี พ.ศ.2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ.2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 38.277 ล้านคน ขยายตัว ร้อยละ 7.54 รายได้รวมทั้งสิ้นมูลค่า 2 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.43 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

ในปี พ.ศ.2562 การท่องเที่ยวของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ได้รายงานภาวะเศรษฐกิจต้นปี พ.ศ.2562 และเปิดเผยตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2562 พบว่า มีจำนวน 3.72 ล้านคนเติบโตร้อยละ 4.9 ส่งผลให้ในเดือนมกราคม พ.ศ.2562 ประเทศไทยมีรายได้จาก การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อยู่ที่ 1.95 แสนล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 2.4 จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับ การท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์สินค้าและ

บริการ สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนและ แปรนด์จังหวัดในการส่งเสริมสินค้าในชุมชน (กรกช ตราชู, 2562)

จังหวัดลำปางได้รับการพัฒนาให้เป็นเมืองน่าอยู่ การพัฒนาให้เป็นเมืองน่าเที่ยวและการพัฒนาให้เป็นเมืองเซรามิก ซึ่งมีอุตสาหกรรมเซรามิกเป็นหนึ่งในประเด็นยุทธศาสตร์ เพื่อต้องการให้จังหวัดลำปางเป็นเมืองศูนย์กลางเซรามิกของประเทศ จึงได้จัดทำถนนเซรามิกขึ้นเพื่อเป็น Land mark นอกจากอำเภอเกาะคา ที่มีความโดดเด่นในเรื่องเซรามิกเครื่องปั้นดินเผาแล้ว ยังมีอีกหลายอำเภอที่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นและน่าสนใจ นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้เรียนรู้และ ได้ลงมือทำอีกด้วย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากเปลือกไม้ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ผลิตภัณฑ์แกะสลักไม้ นั้งช้างศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เป็นต้น (แผนพัฒนาจังหวัดลำปาง พ.ศ.2561 – 2565, 2564)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดลำปาง เป็นการท่องเที่ยวที่มีมนต์เสน่ห์ที่แฝงอยู่ในวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะได้เข้าร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่นักท่องเที่ยวไม่เคยประสบหรือพบเจอมาก่อน ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดลำปางพัฒนามาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น เช่น หมู่บ้านหัตถกรรมไม้แกะสลัก บ้านหูลุก, หมู่บ้านเซรามิก บ้านศาลา บัวบก หรือศูนย์การเรียนรู้ชุมชนท่ามะโอซึ่งรวบรวมศิลปวัฒนธรรมหลากหลายรูปแบบไว้ในสถานที่เดียวกัน เช่น การตีดาบ การฟ้อนดาบ การเลี้ยงช้าง เป็นต้น

จากข้อมูลตามที่ได้วิจัยได้กล่าวมานั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดลำปางให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มความนิยมให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยใช้เอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อนำรายได้เข้าสู่ชุมชนโดยตรงและยังเป็นการรักษาไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางไว้ไม่ให้สูญหายตามกาลเวลาและนอกจากนี้แล้ว ผู้วิจัยยังสามารถนำเอาผลของงานวิจัยไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางให้มีความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวมาในจังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวมาในจังหวัดลำปาง

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดลำปาง จำนวน 400 คน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดลำปาง จำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเนื้อหาอย่างสมบูรณ์โดยมีวิธีการดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดังนี้

แบบสอบถาม (Questionnaire)

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นจะใช้เป็นคำถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง จำนวน 400 คน เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิดจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และรายได้ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย แบบสอบถามด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิดจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เหตุผลที่เที่ยว ช่วงเวลาที่มาเที่ยว จำนวนครั้งที่มาเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เลือกทำการเก็บข้อมูลโดยอาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้ศึกษาวิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. การแจกแบบสอบถาม (Questionnaire Survey) ลักษณะของคำถามเป็นแบบคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question)

2. แบบสอบถาม ถูกนำไปใช้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง โดยมีแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 400 ชุด

3. การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ได้ทำการเก็บจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดลำปาง ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์และสามารถแบ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาได้ ดังนี้

การวิเคราะห์เชิงปริมาณของข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาแจกแจงในการวิเคราะห์ตามประเด็นที่ต้องการจะศึกษาจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง ด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) การคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ค่าความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดลำปาง จะใช้การคำนวณโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ผลการวิจัย (Research Results)

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดลำปาง พบข้อมูลที่สามารถนำมาสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
พักผ่อน ท่องเที่ยว	214	53.50
เยี่ยมญาติ เพื่อน	67	16.80
ทัศนศึกษา ศึกษาดูงาน	67	16.80
ติดต่อธุรกิจ	40	10.00
ปฏิบัติราชการ	12	3.00
รวม	400	100.0
2.ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางกับครอบครัว	161	40.30
เดินทางกับกลุ่มเพื่อน	120	30.00
เดินทางเพียงลำพัง	69	13.30
เดินทางมากับกลุ่มหน่วยงานองค์กร	50	12.50
รวม	400	100.0
3.ช่วงเวลาในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-ศุกร์	127	31.80
วันหยุดสุดสัปดาห์	106	26.50
วันหยุดช่วงปิดภาคเรียน	61	15.30
วันหยุดนักขัตฤกษ์	53	13.30
วันหยุดพิเศษอื่น ๆ	53	13.30
รวม	400	100.0
4.ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ

รถยนต์ส่วนตัว	208	52.00
รถเช่า รถตู้	97	24.30
รถจักรยานยนต์	48	12.00
รถโดยสารประจำทาง	31	7.80
รถทัวร์บริษัทนำเที่ยว	16	4.00
รวม	400	100
5. สถานที่พักแรม	จำนวน	ร้อยละ
โฮมสเตย์	115	28.70
บ้านญาติ/เพื่อน	100	25.00
โรงแรม	97	24.25
รีสอร์ท	88	22.00
รวม	400	100.0
6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	140	35.00
6,001 – 7,000 บาท	132	33.00
3,001 – 6,000 บาท	90	22.50
7,001 ขึ้นไป	38	9.50
รวม	400	100.0
7. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง ต่อปี	122	30.50
1 ครั้ง ต่อ 3 เดือน	106	26.50
1 ครั้ง ต่อ 6 เดือน	75	18.80
1 ครั้ง ต่อเดือน	62	15.50
1 ครั้ง ต่อสัปดาห์	35	8.80
รวม	400	100.0

จากตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเดินทางท่องเที่ยวมาในจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน ท่องเที่ยว ร้อยละ 53.50 นิยมเดินทางกับครอบครัว ร้อยละ 40.30 ในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ ร้อยละ 31.80 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 52.00 และพักที่พักระยะโฮมสเตย์ ร้อยละ 28.70 โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 35.00 ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว 1 ครั้ง ต่อปี ร้อยละ 30.50

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ขององค์ประกอบการท่องเที่ยว

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
-------------------------	-----------	------	----------

1.ด้านสิ่งดึงดูดใจ

1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ	4.52	0.67	มากที่สุด
2. ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ.ลำปาง	4.52	0.64	มากที่สุด
3. ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชน เช่นหมู่บ้านตีมืด และ หมู่บ้านแกะสลัก	4.52	0.67	มากที่สุด
4. กิจกรรมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ. ลำปาง เช่น นั่งช้าง รถม้า	4.51	0.65	มากที่สุด
5. สถานที่ท่องเที่ยวมีวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมชุมชนที่น่าสนใจ	4.51	0.68	มากที่สุด
รวม	4.52	0.57	มากที่สุด

2. ด้านการเข้าถึง

1. มีรถโดยสารสาธารณะเข้าถึง	4.54	0.67	มากที่สุด
2. ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน	4.52	0.68	มากที่สุด
3. มีป้ายบอกทางตลอดการ ทางเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ.ลำปาง	4.47	0.70	มาก
4. สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง	4.44	0.73	มาก
5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.42	0.71	มาก
รวม	4.48	0.56	มาก

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1. มีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่เพียงพอ	4.42	0.71	มาก
2. การให้บริการด้านข่าวสารข้อมูลจากเจ้าหน้าที่เพียงพอ	4.41	0.69	มาก
3. ป้ายแนะนำสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน	4.41	0.74	มาก
4. มีศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ. ลำปาง	4.40	0.71	มาก
5. มีบริการชำระสินค้าผ่าน mobile banking	4.38	0.71	มาก
รวม	4.40	0.60	มาก

4. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

1. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ. ลำปางมี ความหลากหลายของกิจกรรม	4.37	0.72	มาก
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้าง ประสบการณ์และความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว	4.37	0.75	มาก
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเอื้อต่อการสร้างจิตสำนึก แก่นักท่องเที่ยว เช่น เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	4.37	0.75	มาก
4. ความน่าสนใจของกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	4.35	0.73	มาก
5. มีกระบวนการสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ ชุมชนท้องถิ่น	4.33	0.72	มาก
รวม	4.35	0.66	มาก
5. ด้านแหล่งท่องเที่ยว			
1. ท่องเที่ยวหมู่บ้านหัตถกรรมแกะสลักไม้ บ้าน หลุก อ.แม่ทะ จ.ลำปาง	4.37	0.75	มาก
2. บ้านม้าทำน้ำ อ.เมือง จ.ลำปาง	4.35	0.73	มาก
3. หมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิค อำเภอเกาะคา จ. ลำปาง	4.34	0.75	มาก
4. ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อ.ห้างฉัตร จ.ลำปาง	4.33	0.72	มาก
รวม	4.35	0.67	มาก
6. ด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว			
1. มีที่พักรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ	4.44	0.69	มาก
2. ที่พักมีความสะอาด บรรยากาศดี และปลอดภัย	4.44	0.70	มาก
3. มีป้ายแนะนำสถานที่ที่พักมีความชัดเจน	4.37	0.77	มาก
4. ราคาที่พักมีความเหมาะสม	4.37	0.73	มาก
5. มีที่พักให้บริการใกล้เคียงสถานที่ท่องเที่ยว	4.35	0.73	มาก
รวม	4.39	0.61	มาก

จากตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวมาในจังหวัดลำปาง

ด้านสิ่งดึงดูดใจ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวมา ในจังหวัดลำปาง ด้านสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ.ลำปาง ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชน เช่นหมู่บ้านตีมิด และหมู่บ้านเกะสลัก (ค่าเฉลี่ย = 4.52) และส่วนข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ กิจกรรมของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ.ลำปาง เช่น นั่งช้าง รถม้า และ สถานที่ท่องเที่ยววิถีชีวิตศิลปวัฒนธรรม ชุมชนที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย = 4.51)

ด้านการเข้าถึง กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวมา ในจังหวัดลำปาง ด้านการเข้าถึง อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีรถโดยสารสาธารณะเข้าถึง (ค่าเฉลี่ย = 4.54) รองลงมาได้แก่ ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 4.52) มีป้ายบอกทางตลอดการ ทางเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ.ลำปาง (ค่าเฉลี่ย = 4.47) สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง (ค่าเฉลี่ย = 4.47) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.42)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวมา ในจังหวัดลำปาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย = 4.42) รองลงมาได้แก่ การให้บริการด้านข่าวสารข้อมูลจากเจ้าหน้าที่เพียงพอ และ ป้ายแนะนำสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 4.41) มีศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ.ลำปาง (ค่าเฉลี่ย = 4.40) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีบริการชำระสินค้าผ่าน mobile banking (ค่าเฉลี่ย = 4.38)

ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวมา ในจังหวัดลำปาง ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จ.ลำปางมีความหลากหลายของกิจกรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถ สร้างประสบการณ์และความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และ กิจกรรมการท่องเที่ยวเอื้อต่อการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยว เช่น เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน (ค่าเฉลี่ย = 4.37) รองลงมา ความน่าสนใจของกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ค่าเฉลี่ย = 4.35) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีกระบวนการสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ชุมชนท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 4.33)

ด้านแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวมาในจังหวัดลำปาง ด้านแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ท่องเที่ยวหมู่บ้านหัตถกรรมแกะสลักไม้ บ้านหลุก อ.แม่ทะ จ.ลำปาง (ค่าเฉลี่ย = 4.37) รองลงมาได้แก่ บ้านม้าท่าน้ำ อ.เมือง จ.ลำปาง (ค่าเฉลี่ย = 4.35) หมู่บ้านท่องเที่ยวเซรามิค อำเภอเกาะคา จ.ลำปาง (ค่าเฉลี่ย = 4.34) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อ.ห้างฉัตร จ.ลำปาง (ค่าเฉลี่ย = 4.33)

ด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบ การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวมาในจังหวัดลำปาง ด้านที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีที่พักรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ และ ที่พักมีความสะอาด บรรยากาศดี และปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 4.44) รองลงมาได้แก่ มีป้ายแนะนำสถานที่ที่พักมีความชัดเจน และ ราคาที่พักมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 4.37) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีที่พักรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ = 4.35)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวมาในจังหวัดลำปาง ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ องค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวมาในจังหวัดลำปางอันจะนำไปสู่ข้อมูล แนวทางที่เป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดลำปาง โดยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ดังนี้

อภิปรายผลตามสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน ผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยว คือ เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน มักเดินทางมาเป็นครอบครัว เดินทางมาท่องเที่ยววันจันทร์ – ศุกร์ เดินทางมาโดยรถส่วนตัว นิยมพักโฮมสเตย์ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งต่ำกว่า 3,000 บาท ซึ่งผลการได้สอดคล้องกับ วรวิทย์ แก้วไพรินทร์ (2564) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดในตำบลคลองสระบัว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ในหลายหัวข้อดังนี้ นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อพักผ่อน เดินทางมาเป็นครอบครัว เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว สาเหตุที่สอดคล้องอาจจะเกิดจากสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดลำปางส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในเรื่องของศิลปวัฒนธรรม แต่มีหัวข้อที่มีความขัดแย้งกันดังนี้ นักท่องเที่ยวมักเดินทางในช่วงวันหยุด และ ใช้เงินในการท่องเที่ยวประมาณ 1,000 บาท สาเหตุที่เกิดความขัดแย้งอาจจะเกิดจากระยะของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งอยู่ใกล้กว่าจังหวัดลำปางมากจึงไม่มีความจำเป็นที่นักท่องเที่ยวจะต้องนอนพักค้างแรม ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งต่างกัน ซึ่งการเดินทางไป

ท่องเที่ยวที่จังหวัดลำปางถ้าเดินทางด้วยรถส่วนตัวจะเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับได้ยาก ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงนิยมกลางานในวันธรรมดาและท่องเที่ยวต่อในวันเสาร์ อาทิตย์ที่เป็นวันหยุด

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวมาในจังหวัดลำปางซึ่งผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในหัวข้อสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด นอกจากนี้ในส่วนของการเข้าถึง, สิ่งอำนวยความสะดวก, กิจกรรมทางการท่องเที่ยว, แหล่งท่องเที่ยว, ที่พักแรม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งขัดแย้งกับ เพ็ชรภรณ์ ชีवालชาญชนกิจ (2564) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง” ซึ่งได้ผลการวิจัยดังนี้ สิ่งดึงดูดใจ, การเข้าถึง, สิ่งอำนวยความสะดวก, กิจกรรมทางการท่องเที่ยว, แหล่งท่องเที่ยว, ที่พักแรม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด สิ่งที่ทำให้ผลการวิจัยขัดแย้งกันคือรูปแบบของการท่องเที่ยวจังหวัดลำปางเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นหลัก แต่จังหวัดระนองมีความโดดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงสุขภาพ ทำให้ความสำคัญขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป แต่ทั้งนี้ผลการวิจัยส่วนใหญ่ได้ไปสอดคล้องกับ แสงรวี เกตุสุวรรณ (2563) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป” ซึ่งให้ความสำคัญในหัวข้อของ สิ่งดึงดูดใจ, การเข้าถึง, สิ่งอำนวยความสะดวก, กิจกรรมทางการท่องเที่ยว, แหล่งท่องเที่ยว, ที่พักแรม อยู่ในระดับมากนั้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความสำคัญกับสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด เพื่อมาความรู้เพิ่มเติมมากกว่าการท่องเที่ยวเพื่อความสุข

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestion)

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรนำเอาผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว
2. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องปรับและพัฒนาความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่แตกต่างออกไปจากจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวเป็นเรื่องหลัก
3. ควรนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดลำปางเพื่อที่จังหวัดลำปางจะได้เป็นเป้าหมายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากกว่าที่จะเป็นเพียงเมืองรองหรือเมืองผ่านทาง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง
2. ควรที่จะศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอื่นที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

3. ในประเทศมี 4 ภาคจังหวัดลำปางตั้งอยู่ที่บริเวณภาคเหนือของประเทศไทย แต่ยังมีอีก 3 ภาคที่ยังขาดการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไปควรทำให้ภาคที่เหลือของประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรกช ทรายและคณะ. (2560). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา. วารสารรัชต์ภาคย์. ฉบับพิเศษ: 164-177.
- คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดลำปาง สำนักงานจังหวัดลำปาง. กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. แผนพัฒนาจังหวัดลำปาง พ.ศ.2561 – 2565, 2564. ฉบับทบทวน ปี 2562
- เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ. (2564). องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่อิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ภูริวัจน์ เดชอ้อม. (2566). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์การพัฒนาการท่องเที่ยว โลกาภิวัตน์, สืบค้น 29 สิงหาคม 2565 จาก <https://www.kukr.lib.ku.ac.th>.
- วรวิทย์ แก้วไพรินทร์. (2561). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดในตำบลคลองสระบัว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- แสงรวี เกตุสุวรรณ. (2563). องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- Creative Tourism การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. สืบค้น 29 สิงหาคม 2565, จาก <http://creativetourism.circlecamp.com>.