

แนวทางการยกระดับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ วัฒนธรรมล้านนาสู่การบริหารธุรกิจโรงแรมตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

The Strategies for Local Wisdom, Identity and Lanna Culture for Self – Sufficiency Economy in Hotel Business Management

รณจวน ประวัติเมือง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

E-mail : runjun15@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิปัญญา อัตลักษณ์ วัฒนธรรมล้านนา ระดับสุนทรียภาพ และวิเคราะห์การบริหารเพื่อหาแนวทางยกระดับด้วยวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งเน้นการศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อค้นหาภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม ตลอดจนการบริหารงานโรงแรมระดับ 3 ดาว ใช้การสังเคราะห์เนื้อหาและตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลด้วยวิธีตรวจสอบสามเส้า ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ อย่างละ 400 ตัวอย่างเพื่อระดับสุนทรียภาพ และประมวลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์หาค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบด้วย One – Way ANOVA ผลการวิจัย พบว่าภูมิปัญญาและวัฒนธรรมมีความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ 10 กลุ่ม คือ 1) อาหาร 2) ภาษา 3) การแต่งกาย 4) กิจกรรมประเพณี 5) สถาปัตยกรรมศาสตร์ อากาศและพืชพันธุ์ไม้ 6) ดนตรี 7) สถาปัตยกรรม 8) จิตรกรรมและประติมากรรม 9) บุคลิกลักษณะและวิถีชีวิต 10) อื่นๆ อาทิ หัตถกรรมพื้นบ้าน และการแพทย์แผนไทย ส่วนระดับความสุนทรียภาพ พบว่าคุณค่าจากสภาพธรรมชาติและอากาศสูงเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่คุณค่าทางสถาปัตยกรรม บุคลิกลักษณะทางกายภาพของผู้นัก ความงามเกี่ยวกับคุณค่าทางด้านวัฒนธรรมและกิจกรรมทางประเพณีตามลำดับ สำหรับแนวทางการยกระดับผู้บริหารโรงแรมต้องสร้างเสริมองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมให้กับบุคลากรโรงแรมที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย สร้างเครือข่ายทุกระดับทั้งหน่วยงานและชุมชน สร้างและจัดโรงแรมเป็นศูนย์เรียนรู้ แสดง จำหน่าย และให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว โดยสภาวัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยง และใช้ความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือปรับความสมดุลระหว่างการทำธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อชุมชน

คำสำคัญ : วัฒนธรรมล้านนา, ธุรกิจโรงแรม, แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง, อัตลักษณ์ ภูมิปัญญา

Abstract

This research paper aims to study local wisdom, Lanna culture and identity as well as its authentication, in order to analyze the strategies for the hotel business. Mixed method was applied where qualitative data were gathered from document and in-depth interview, and by means of quantitative research, questionnaire was developed and gathered from 400 samplings from both Thai and foreign tourists. Data analysis was done by analyzing percentage, means, standard deviation and one-way ANOVA test. Triangular method was applied to synthesize the information from qualitative research and check data accuracy.

The results indicate that local wisdom and culture are very distinctive and have their own identities. These identities can be classified into 10 groups, as (1) food (2) languages (3) costumes (4) festivals (5) environment, climate and botany (6) musical art (7) architecture (8) art and sculpture (9) behavior and life style (10) others, such as handmade arts and Thai medical science.

For the satisfaction level, natural resources and its pure air were ranked the highest, follow by the beauty of architecture, the behavior and life style of local people, the culture and facilities.

The research also found the elevation of hotel business management strategies were to pass on the knowledge to employees involve in the business; to build up networks in all level (public, private and local community); hotel should act as a center hub of knowledge, exhibition, business and tourist information; and to strengthen its culture in order to keep balance between business and local responsibility.

Keywords : Lanna Culture, Hotel Business, Sufficiency Economy, Identity, Local Wisdom

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ นับตั้งแต่ใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 และประกาศให้ ปี 2530 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทยจนกระทั่งปัจจุบัน ก้าวสู่แผนฯ ฉบับที่ 11 (2555-2559) ซึ่งให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สภาวะด้านทรัพยากรธรรมชาติ เศรษฐกิจ และการปรับตัวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจโลก ซึ่งยังคงให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมาก (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555) กล่าวคือ มีธุรกิจหลักๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจเดินทางและการขนส่ง ส่วนธุรกิจรอง ได้แก่ ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจอาหาร และธุรกิจบริการอื่นๆ ที่สร้างรายได้ และสร้างงานในหลายภาคส่วน ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับวันยังมี

ส่วนสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ และอยู่ในลำดับต้นๆ ที่ทำรายได้ให้กับประเทศ จึงมีการเร่งพัฒนาส่งเสริมงานให้มีศักยภาพเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ ทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) แต่ละปีสร้างรายได้ให้กับประเทศมากกว่าแสนล้านบาท เช่น ในปี พ.ศ. 2550 สามารถสร้างรายได้อยู่ลำดับที่ 3 รองจากอุตสาหกรรมส่งออกและการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ กล่าวคือ มีรายได้สูงถึง 547,782 ล้านบาท และแต่ละปีรายได้มากกว่า 547,500 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) ที่น่าสนใจยิ่งคือ ในปี พ.ศ. 2555 พบว่ามีนักท่องเที่ยวประมาณ 19.3 ล้านคนมาท่องเที่ยวในไทย แสดงถึงการขยายตัวและทำให้ประเทศมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 732,000 ล้านบาท ขยายตัวจากปี พ.ศ. 2554 ร้อยละ 5.4 (ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจมหาวิทยาลัยหอการค้า, 2554) ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวจึงถูก

จัดเป็นวาระแห่งชาติ ในการผลักดันเพื่อพัฒนาประเทศ ข้อสังเกตหนึ่งที่ต้องกล่าวถึงคือ ประเทศไทยมีการคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวจะเกิดการขยายตัวในปี 2563 ที่มีการเดินทางระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 1.6 พันล้านคน (เลขาธิการอนุสัญญาว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ, 2555, ไพริน เวชัญญะกุล, 2552, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) ซึ่งเป็นการเดินทางระหว่างภูมิภาค 1.2 พันล้านคน และเดินทางระยะไกล 378 ล้านคน และคาดว่าจะการเดินทางระหว่างภูมิภาค จะทำให้เอเชียตะวันออกและแอฟริกา มีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ 5 ในขณะที่ค่าเฉลี่ย การเติบโตของการท่องเที่ยวโลกเพิ่มขึ้น ร้อยละ 4 (ไพริน เวชัญญะกุล, 2552) การท่องเที่ยวที่ขยายสูงขึ้น ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและคนในท้องถิ่น โดยไม่ต้องอพยพถิ่นฐานไปทำงานในเมืองหรือชุมชนอื่น (จารุณี ชัยโชติอนันต์ และคณะ, 2550) ซึ่งการขยายตัวมีทั้งในเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยว การคมนาคม ลูกค้ำเป้าหมาย การบริการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ล้วนเป็นสิ่งที่ธุรกิจจำเป็นต้องพิจารณาปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพที่เปลี่ยนแปลง มีการเตรียมการรูปแบบการท่องเที่ยวคุณภาพสู่มาตรฐานและยั่งยืน แข่งขันได้ในตลาดโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) มิติการมองลูกค้ำจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ

โดยปัจจุบัน ทัศนคติ ค่านิยมของสังคมไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเปลี่ยนไปจากเดิม เช่น เมื่อก่อนผู้หญิงถูกสอนให้อยู่กับเฝ้า กำกับเรือน เช่นเดียวกับผู้สูงวัยที่มักไม่ออกไปไหน จะมีเฉพาะคนวัยหนุ่มสาวที่นิยมเดินทาง แต่ปัจจุบันได้เปลี่ยนไป เพราะนักท่องเที่ยวมีทั้งคนหนุ่มสาว วัยทำงาน นักเรียน นักศึกษา ผู้สูงวัย ฯลฯ การท่องเที่ยวถือว่าเป็นวัฒนธรรมของการดำรงชีวิต ขยายวงกว้างในทุกชนชั้น ทุกสังคม ทำให้ลูกค้ำเป้าหมายขยายฐานกว้างขึ้น มีทั้งคนไทยและต่างชาติ เช่น ญี่ปุ่น ยุโรป สแกนดิเนเวีย ฯลฯ รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวตามธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ฯลฯ ดังนั้นการดำเนินงานของธุรกิจในอนาคตการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม มีความท้าทายต่อการพัฒนาความแตกต่างของการให้บริการในอนาคต เพื่อให้การดำเนินงานของการท่องเที่ยวก้าวสู่มาตรฐานที่มีคุณภาพ

ยั่งยืน สามารถแข่งขัน ตามที่กำหนดไว้ในแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งชาติปี 2555-2559 (การท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

การพัฒนาสู่ความยั่งยืนพบว่ามีหลายองค์การน้อมนำปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการฯ เช่นเดียวกันองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม การขนส่ง อาหาร และการจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจบันเทิงธุรกิจนำเที่ยวหรือบริษัททัวร์ ที่ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ที่เป็นการบริหารและการลงทุนโดยคนไทย รายได้หมุนเวียนในภูมิภาคและในประเทศ การดำเนินงานที่ยึดหลักแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการบริหารงาน ได้รับการกล่าวขานนำไปสู่ความยั่งยืน มีการกระจายรายได้ และใช้ทรัพยากรที่มีในชุมชน เช่น โรงแรมชุมชน คัมปนา โรงแรมอิมพิเรียล สมุย เป็นต้น (ปตท.สผ., 2552) สามารถพึ่งพาตนเอง มีภูมิคุ้มกัน และสร้างความสมดุลของการพัฒนาเกิดขึ้นในทุกมิติ

ปัจจุบันความตระหนักต่อการให้บริการพื้นฐานที่ดี มีความรวดเร็ว สะอาด อาหารเป็นเลิศ และมีมิตรไมตรี (สมาคมโรงแรมไทย, 2553) สำหรับธุรกิจโรงแรมไม่เป็นการเพียงพออีกต่อไป แต่ต้องมีสถาปัตยกรรมและบริการอื่นๆ ที่โดดเด่น เนื่องจากความคาดหวังของลูกค้ำสูงขึ้น ในวันหยุดหรือวันที่มีการเจรจาธุรกิจ ลูกค้ำยังต้องการประสบการณ์พิเศษ ความตื่นตาตื่นใจไปจากชีวิตประจำวันก็ยังมีมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2552) การนำทรัพยากรที่มีในชุมชน อย่างภูมิปัญญา อัตลักษณ์วัฒนธรรม มาสร้างคุณค่าของการให้บริการที่มากกว่าบริการพื้นฐานจึงมีความสำคัญยิ่ง ภูมิภาคต่างๆ มีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมล้ำค่าโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง มีความหลากหลาย ทั้งด้านสถาปัตยกรรม การแต่งกาย อาหาร ภาษา ความมีน้ำใจ และประเพณีดั้งเดิม ควรแก่การค้นหาและวางแนวทางเพื่อยกระดับสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่เปรียบเสมือนบ้านพักอาศัยรอนแรมขณะเดินทาง การสร้างสุนทรียภาพให้กับนักท่องเที่ยว ด้วยภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมของถิ่นที่ตั้งเพื่อซึมซับถึงคุณค่า และความงดงาม เกิดความประทับใจ ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลายเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง

ด้วยเหตุนี้ คุณค่าของภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และ วัฒนธรรม จึงมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว และการบริหาร ธุรกิจ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวซึ่งถึงเส้นที่ คุณค่าของ ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิต ความเป็นมาของทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวมีความหมาย และสำคัญยิ่งขึ้น รวมทั้งแนวทางการจัดการให้เกิด ความเหมาะสมกับธุรกิจ ยกย่องคุณค่า นำมาซึ่งความ ภาคภูมิใจ การกินดีอยู่ดีของคนในชุมชน รวมทั้งเป็น การอนุรักษ์ให้คงอยู่คู่กับท้องถิ่นอย่างยั่งยืนด้วย

จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจ ศึกษาความสุนทรีย์ภาพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ วัฒนธรรมของล้านนาว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร มีแนวทางในการยกระดับสู่ธุรกิจโรงแรมที่เป็นของคนไทย ได้อย่างไร เพื่อเสริมสร้างการดำเนินงานตามแนวคิดเศรษฐกิจ พอเพียงและพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อรวบรวม และสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับ ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา
2. เพื่อศึกษาระดับการมีสุนทรีย์ภาพทางการท่องเที่ยว เกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนาของ นักท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์การบริหารธุรกิจโรงแรม ระดับ 3 ดาว ถึงการใช้ปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และการสอดแทรกภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
4. เพื่อเสนอแนวทางการยกระดับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนาสู่การบริหารจัดการโรงแรม ระดับ 3 ดาวที่เป็นของคนไทยมีความพอเพียงตามอัตภาพ ของตนเอง

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาดังนี้กล่าวคือ

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาครอบคลุม 3 ด้านได้แก่
 - 1) ด้านองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา
 - 2) ด้านความสุนทรีย์ของนักท่องเที่ยว
 - 3) ด้านการดำเนินงานของโรงแรม 3 ดาว
2. ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติในพื้นที่ ล้านนา ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ สภาวัฒนธรรมจังหวัด พานิชย์จังหวัด หอการค้าจังหวัด ตัวแทนชมรมคนล้านนา ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม 3 ดาว และนักวิชาการในพื้นที่ล้านนา
3. ขอบเขตระยะเวลา การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยทำ การศึกษาระหว่างพฤศจิกายน 2554–เมษายน 2556

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยคาดว่าจะได้รับประโยชน์ที่สำคัญ ทั้งในการจัดการเชิงธุรกิจและประโยชน์เชิงวิชาการ ดังนี้

ประโยชน์การจัดการเชิงธุรกิจ

1. สภาวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานเทศบาลฯ และ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ล้านนา สามารถนำผลวิจัย ไปเสนอแนะเพื่อการวางแผนปรับปรุงกลยุทธ์ในการเพิ่ม ประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานที่มีรูปแบบการบริหารทรัพยากร ท้องถิ่นที่เหมาะสม และเกิดคุณค่ากับสังคม ชุมชน และ ท้องถิ่นโดยรวม
2. เป็นข้อมูลที่สามารถนำมาใช้เสนอแนะเป็นแนวทาง ในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องทางด้าน ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก และธุรกิจโรงแรม ฯลฯ ในเขตพื้นที่ล้านนา โดยนำผลการวิจัยไปหาแนวทางการปรับปรุงการบริการที่มีความสอดคล้องกับการสร้าง ความสุนทรีย์ภาพ และพฤติกรรมการรับรู้คุณค่าความงาม จากภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ให้ได้ผลเป็นที่พอใจมากขึ้น

3. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนทางสร้างธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น การอบรมอาหารท้องถิ่น (Local Food Training) การตกแต่งอาคาร การจำหน่ายของที่ระลึกส่งเสริมรายได้ให้กับคนในชุมชน และบูรณาการนำทรัพยากรทางด้าน ภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์ให้เกิดคุณค่ายิ่งขึ้น

4. สามารถนำมาใช้ในการกระตุ้นให้ประชาชนมีความรักถิ่นฐาน เห็นคุณค่า ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นทรัพย์สินอันมีคุณค่าของตนเองและชุมชน ตลอดจน การอนุรักษ์ให้คงอยู่คู่แผ่นดินล้านนาสืบไป

ประโยชน์เชิงวิชาการ

1. สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับงานวิจัยอื่นทางการท่องเที่ยว การโรงแรมเพื่อเกิดมุมมอง ในการใช้งานที่มีประสิทธิภาพต่อการทำงานที่เป็นรูปธรรม

2. สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ใช้ในการเรียนการสอนเชิงบูรณาการศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจที่ก่อให้เกิดมุมมองของธุรกิจชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ วัฒนธรรมล้านนาสู่การบริหาร ธุรกิจโรงแรมตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง พบว่าแนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมไทย ที่ประกอบด้วย 1) ภูมิปัญญาชาวบ้าน (Folk Wisdom) หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) คือ องค์ความรู้พื้นเพ รากฐานความรู้ของชาวบ้าน หรือ ความรอบรู้ของชาวบ้านที่เรียนรู้ และมีประสบการณ์สืบทอดกันมาเป็นองค์ความรู้ที่คนในท้องถิ่นคิดค้นเพื่อการดำรงชีวิตในชุมชน จากทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นหรือชุมชนนั้นๆ 2) อัตลักษณ์ (Identity) คือ ลักษณะ เฉพาะบุคคล ลักษณะเฉพาะตัวตน หรือภาพลักษณ์ของแต่ละคน มุมมองที่เรามองตัวเราเองว่าเราคือใคร และเราอยากให้เป็นคนอื่นเห็นเราแบบไหน ซึ่งแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัว เช่นเดียวกันชุมชนหรือสังคมก็มีลักษณะเฉพาะตัว (Cultural Identity, Social Identity) โดยลักษณะเฉพาะตัวมาจากปัจจัยหลายอย่าง ทั้งสัญชาติ เชื้อชาติ ชนชั้นทางสังคม ชุมชน เพศ และอื่นๆ อีกมากมาย ทั้งนี้ ลักษณะ

เฉพาะตัวของเรายังได้มาจากการเรียนรู้ จากการได้สัมผัสพูดคุยกับคนอื่น ๆ ในสังคมซึ่งแต่ละชุมชนมีบริบทของสังคม และภูมิปัญญาที่แตกต่างกันไปด้วย (กระทรวงวัฒนธรรม, 2554) 3) วัฒนธรรมไทย ที่ได้รับการสร้างสรรค์จากคนไทยมาตั้งแต่โบราณ และบางส่วนได้รับมาจากสังคมอื่นที่นำมาใช้ทั้งหมด หรือนำมาเป็นบางส่วน หรือนำมาปรับปรุงดัดแปลงให้เหมาะสมสอดคล้องกับวัฒนธรรมเดิม เหมาะสมกับการใช้สอย และในที่สุด สิ่งต่างๆ เหล่านี้ คือ วัฒนธรรมไทย (ณรงค์ เสียงประชา, 2554)

ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่ถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญ และกำลังเจริญเติบโต มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศนับแสนล้านบาทในแต่ละปี ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจที่พักโรงแรม ฯลฯ ขยายตัวตามไปด้วย การบริหารจัดการในธุรกิจต่างๆ เหล่านี้ ควรได้มีการสนับสนุนจากหลายๆ ฝ่าย ในการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างคุ้มค่า และพัฒนาระดับสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้เกิดมูลค่าและความภูมิใจที่สูงขึ้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ ชิฟฟ์แมนและ คานุก (Schiffman & Kanuk 1987: 150) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นความคิดเห็นและพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นการเสาะหาซื้อ ใช้ ประเมิน หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ โดยผู้บริโภคคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเกิดความสุนทรีย์พึงพอใจได้ เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลัง เพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหนและเกิดความสุนทรีย์จากสิ่งนั้นแค่ไหน เช่นเดียวกับ เบ็คเวลและคนอื่นๆ (Blackwell and Others, 2001: 6) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลดำเนินการเพื่อได้รับ เพื่อบริโภค และเพื่อจ่ายใช้สอย สินค้าและบริการ หรืออีกนัยหนึ่ง พฤติกรรมผู้บริโภค ถูกกล่าวถึงในการศึกษาว่าทำไม คนถึงซื้อ ซึ่งเมื่อนักการตลาดทราบถึงเหตุผลว่า ทำไม

ผู้บริโภคถึงซื้อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า (ยี่ห้อ) นั้นๆ นักการตลาดก็สามารถนำเหตุผลนั้น ไปเป็นหลักในการพัฒนาและวางกลยุทธ์ที่สามารถ มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในภายภาคหน้า แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ทางการท่องเที่ยว ที่เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับความงาม ไม่ใช่เฉพาะความงามที่เกิดจากสัดส่วน ความเหมาะสม แต่รวมถึง ความแปลก ความน่าทึ่ง ความมีคุณค่าของสิ่งดังกล่าวด้วย ดังเช่น ไพฑูรย์ พัฒนใหญ่ยิ่ง (2541) อธิบายว่า สุนทรียศาสตร์คือ วิทยาศาสตร์ของความงาม โดยสุนทรีย รวมไปถึง ศิลปะ การละคร ดนตรี การฟ้อนรำ วรรณคดี และกิจกรรมที่เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่สร้างความประทับใจ ความซาบซึ้งในคุณค่าที่สามารถแสดงความเป็นตัวตนอย่างมีสุนทรียภาพ

การประเมินค่าของแขกผู้มาเยี่ยมเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์หรือความต้องการที่จะเข้าชม สิ่งที่ได้มาด้วยสุนทรียภาพไม่ว่าในแง่ภูมิปัญญา หรือสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมล้วนเป็น สิ่งที่มีลักษณะทางสุนทรียศาสตร์ (Brown, 1993) สุนทรียศาสตร์ อาจมีทั้งเชิงวัตถุ เชิงสิ่งก่อสร้าง และเชิงเนื้อแท้ของวัตถุ ที่เนื้อแท้ของการเป็นวัตถุถือได้ว่าเป็นสุนทรียศาสตร์ที่มีอยู่ในใจผู้เยี่ยมชม สุนทรียศาสตร์เป็นบางสิ่งบางอย่างที่รู้สึกกันได้ บางสิ่งที่ค้นไม่พบ หรืออยู่นอกเหนือจากที่นั้น

แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ และการบริหารที่พักแรม โดยที่พักแรมหมายถึงหลายสิ่งหลายอย่าง ตั้งแต่บ้านพักที่มีเพียง 10 ห้องพัก ไปจนถึงอาคารขนาดใหญ่ที่มีห้องพักนับพันห้องขึ้นไป รวมทั้ง ห้องประชุมสัมมนาขนาดใหญ่ พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ สนามกีฬา หรือสถานที่เพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส และห้องพัก บริการตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมทั้งภัตตาคาร ร้านอาหาร และบาร์ ที่ให้บริการความบันเทิงทั้งหลาย โรงแรมยังสามารถจำแนกออกไปเป็นโรงแรมตามประเพณีนิยม โรงแรมสำหรับนันทนาการ โรงแรมตามสถานที่พักตากอากาศ และโรงแรมสนามบิน

ธุรกิจโรงแรมก็เหมือนกับธุรกิจอื่นๆ การบริหารเพื่อให้ธุรกิจอยู่ได้ มีกำไร และมีการขยายตัวถือเป็นเรื่องสำหรับผู้ประกอบการต้องให้ความสนใจ ทั้งด้านการผลิต การตลาด การเงิน และงานทรัพยากรมนุษย์ตลอดจน การวิจัยและพัฒนาการผลิตในธุรกิจโรงแรมเป็นเรื่องที่ประกอบด้วยสิ่งที่สามารถ

จับต้องได้ (Tangible) และจับต้องไม่ได้ (Intangible) และเป็นหน้าที่ของธุรกิจที่สำคัญอย่างมากต่อการให้บริการ กล่าวคือ ในการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้ซ้ำอีก เป็นหน้าที่ที่ธุรกิจดำเนินการแล้วจะต้อง ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจากการให้บริการ ตามแนวคิดของ สตีตมอน และ คาซาวานา (Steadmon and Kasavana, 1988) สะท้อนให้เห็นว่าในการบริหารเพื่อการให้บริการของโรงแรม ควรมีพื้นฐานขององค์ประกอบ 2 ประการ กล่าวคือ การบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวตน (Intangibility of Service) และการประกันคุณภาพของงานบริการ (Quality Assurance)

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารโดยใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงชี้ถึงแนวทางการดำเนินชีวิตของประชาชนในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับครอบครัว ชุมชน หรือรัฐ การปฏิบัติงานหรือบริหารพัฒนาประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง มีความพอประมาณ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความ ไม่ประมาท อย่างมีเหตุผล และสร้างระบบภูมิคุ้มกันต่อผลกระทบต่างๆ อันอาจจะเกิดขึ้นจากภายนอกและภายในอย่างรอบคอบ โดยความพอเพียงประกอบไปด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัวและสามารถใช้ได้กับองค์กรต่างๆ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมื่อพิจารณาถึงการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และมีการเน้นถึงอัตลักษณ์ และความสุนทรียศาสตร์ที่สำคัญของชุมชน จารุณี ชัยโชติอนันต์ (2550) ผู้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการสุนทรียศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีลักษณะเฉพาะของตนเองเหมือนกันในเรื่องประเพณีท้องถิ่น ระดับความมีสุนทรียศาสตร์โดยรวม อยู่ในระดับ 4 โดยมีแนวทางในการเสริมสร้างความเข้มแข็งด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพา และเพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวไปสู่การอนุรักษ์อย่างแท้จริง การทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า ถือเป็นประเด็นที่มีความสำคัญและต้องใส่ใจ เช่นเดียวกันกับที่ จริญญา ณพิบูล และวราวัชต์ มัธยมบุรุษ(2555) พบในการวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย ว่า จังหวัดเชียงราย มีศักยภาพในด้านกายภาพ

ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติ และด้านการบริหารและการจัดการ จากการวิเคราะห์ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว นั้น สามารถกำหนดแนวทางการ คือ พัฒนานน หรือเส้นทางการคมนาคมให้เข้าถึงแหล่งฯ ได้อย่างสะดวกสบาย และสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล อนุรักษ์ความสมบูรณ์ของสภาพธรรมชาติคงเดิม เพื่อให้เกิดคุณค่าและนำไปใช้ประโยชน์ อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวจะมีความยั่งยืนได้นั้น การดำเนินงานมีองค์ประกอบเกื้อหนุน เช่น ธุรกิจอาหาร ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก และธุรกิจโรงแรม นอกจากนี้ผลการวิจัยของ จารุรัศมี ธนสิงห์ และ วารัชต์ มัธยมบุรุษ (2555) เรื่องแนวทางการบริหารจัดการโรงแรมบูติก กรณีศึกษาโรงแรมระรินจินดา เวลเนสสปาร์ รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าโรงแรมบูติกเป็นโรงแรมขนาดเล็กที่มีความหรูหราให้ความสำคัญในเรื่องความโดดเด่นของสถาปัตยกรรม การบริการที่ให้ความเอาใจใส่ใกล้ชิดจากพนักงาน และการนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาผ่านทางสถาปัตยกรรม การบริการจะต้องสามารถตอบสนองต่อรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้มาใช้บริการ จึงเป็นสถานที่ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิก และรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้มาใช้บริการ ส่วนแนวทางในการบริหารจัดการโรงแรมบูติกในมิติที่ศึกษา ได้เสนอว่า 1) มิติการจัดองค์กร พบว่า โรงแรมบูติกต้องมีโครงสร้างองค์กรขนาดเล็ก และไม่ซับซ้อน 2) มิติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ บุคลากรของโรงแรมบูติก ต้องสามารถเป็นผู้นำเสนอหรือเล่าเรื่องราวเอกลักษณ์ความโดดเด่นของโรงแรมได้ 3) มิติด้านการบริการ โรงแรมบูติก ต้องสามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองต่อปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการต้องการได้อย่างครบถ้วน และรวดเร็วกว่าโรงแรมประเภทอื่น เนื่องจากความได้เปรียบทางด้านขนาด 4) มิติด้านตลาดบริการ การตลาดบริการของโรงแรมบูติก คือ ความพยายามสื่อเรื่องราวความเป็นมาและเอกลักษณ์ของโรงแรมให้เป็นที่รับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

เช่นเดียวกันกับที่ ดวงกมล เวชวงศ์ (2554) ได้อธิบายไว้อย่างชัดเจนหลังจากที่ได้ทำการวิจัย เรื่องกระบวนการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในบริบทของการท่องเที่ยวผ่านหัตถกรรมพื้นบ้านและตลาดทำน้ำ : ศึกษากรณีชุมชน

ยวน ตำบลต้นตาล อำเภอสายบุรี จังหวัดกระบี่ ไว้ว่า ตำบลต้นตาล ประกอบไปด้วยกลุ่มคนในชาติพันธุ์ยวนเป็นส่วนใหญ่ พวกเขายังคงมีสำนึกในความเป็นชาติพันธุ์ยวนอยู่อย่างชัดเจน แม้จะอพยพจากถิ่นฐานเดิม คือ เมืองเชียงแสน มาอยู่ในสภาพแวดล้อมและสังคมแห่งใหม่มานานกว่า 200 ปี ผ่านการผสมผสานทางวัฒนธรรมอันหลากหลาย แต่สำนึกและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของ พวกเขายังคงดำรงอยู่และรักษาไว้ได้จนถึงปัจจุบัน พวกเขาได้มีการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ยวนของตนผ่านสถานที่ท่องเที่ยวอันสำคัญของชุมชน 2 แห่ง ได้แก่ หอวัฒนธรรมพื้นบ้านไทยยวน และตลาดทำน้ำโบราณบ้านต้นตาล

นอกจากนี้ ผศ.ดร.ปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร และ ทีมวิจัย ร่วมกับภาคธุรกิจท่องเที่ยวบริษัท Green Advance Tour ถอดบทเรียนการดำเนินธุรกิจตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมพรคานา รีสอร์ท ซึ่งพบว่ามีต้นแบบในการดำเนินธุรกิจตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของอุตสาหกรรมโรงแรมจะต้องพิจารณา 1) หลักการบริหารที่มีปัจจัยสู่ความสำเร็จ 8 ประการ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง การบริหารจัดการคุณภาพและความพร้อมของทรัพยากร กิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว ลูกค้า การสร้างเครือข่ายพันธมิตร การควบคุมต้นทุน และการตลาดที่แตกต่าง 2) ใช้ธรรมชาติของพื้นที่เป็นจุดขาย โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบผสมผสาน ซึ่งกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวกำหนดให้สอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพและศักยภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ที่เป็นการบูรณาการระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) เข้าด้วยกัน กล่าวคือ ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม (Questionnaires) ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทั้งเพื่อตอบข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสนใจด้าน ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนาที่สนใจ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณา หาแนวทางเพื่อยกระดับสู่การบริหารธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวซึ่งเป็นของคนไทยที่มีการดำเนินงาน

พอประมาณตามสภาพที่มี ในพื้นที่ลำนานา ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ได้ทำการรวบรวมข้อมูล ทั้งจากเอกสารและจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รวมทั้งทำการสนทนากลุ่มย่อย (Small Group Discussion) โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ : ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
คือนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติอย่างละ 400 ตัวอย่างที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ลำนานา ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา น่าน แพร่ ลำพูน ลำปางและแม่ฮ่องสอน ด้วยการใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ข้อมูลที่ได้รับกลับคืนมาและมีความสมบูรณ์จำนวน 789 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 98.63

เครื่องมือสำหรับวิจัยเชิงปริมาณ ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ใช้แบบสอบถาม ที่แบ่งออกเป็น 2 ส่วน สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบ สอบถามเกี่ยวกับระดับความสุทธวิธีใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่น = 0.908 แบบสอบถามมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ การท่องเที่ยวในพื้นที่ลำนานา จังหวัดที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุด วิธีการเดินทางท่องเที่ยว สถานที่พัก ความประทับใจ

ส่วนที่ 2 ระดับความสุทธวิธี เกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมลำนานา ประกอบด้วย ความงาม คุณค่า ความน่าสนใจในด้านต่างๆ

การวิจัยเชิงคุณภาพ : ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญในพื้นที่จำนวน 55 รายประกอบกลุ่มผู้บริหาร ธุรกิจโรงแรม 3 ราย ที่เป็นของคนไทยมีการดำเนิน งานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจำนวน 27 ราย กลุ่มนักวิชาการด้านการโรงแรมและประวัติศาสตร์จำนวน 4 ราย และผู้เกี่ยวข้องทางด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ได้แก่ ผู้อำนวยการสภาวัฒนธรรม 4 ราย ผู้ว่าการท่องเที่ยวและรองฯ 3 ราย ผู้ว่าราชการจังหวัดนายกเทศมนตรี 3 ราย ผู้ว่าการท่าอากาศยาน 2 ราย รวมทั้งพาณิชย์และประธานหอการค้าจังหวัดจำนวน 5 ราย ปราชญ์ชาวบ้าน 2 ราย ตัวแทนนักท่องเที่ยว 5 ราย

เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ นักวิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นแนวทางในการเก็บข้อมูลและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Check) ด้วยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหลายแหล่งแบบไขว้ไปไขว้มา ทั้งจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากข้อมูลเอกสาร หลักฐาน หลักการ ทฤษฎี ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interview) และการสนทนากลุ่มย่อย พิจารณาถึง ความเที่ยงตรง และความคล้ายของข้อมูล เพื่อให้ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ ครบถ้วนและมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด โดยยึดถือตามเกณฑ์พื้นฐานของจริยธรรมการวิจัยอย่างเคร่งครัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานชิ้นนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณโดย 1) เริ่มต้นด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิและสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมลำนานาที่โดดเด่น และใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยการถอดข้อความนำมาให้รหัสตามประเด็นที่สนใจ วิเคราะห์สังเคราะห์ตีความ และนำมาเรียบเรียงเสนอข้อมูลอยู่ในรูปรายงานในเชิงพรรณนาความ (Descriptive Approach) และได้นำมาทำการจัดกลุ่มข้อมูล 2) นำกลุ่มข้อมูลไปสร้างประเด็นในการศึกษาด้วยวิธีการเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ลำนานา ถึงความสนใจและความสุทธวิธีภาพจากการสัมผัสภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมลำนานาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-Test และ F-Test 3) ใช้ข้อมูลจากการศึกษาในข้อ 2 เป็นฐานในวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจโรงแรมไทยและผู้เกี่ยวข้องถึงแนวทางและความพร้อมในการบริหารจัดการเพื่อยกระดับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม โดยวิเคราะห์สังเคราะห์ตีความและนำมาเรียบเรียงเสนอข้อมูลอยู่ในรูปรายงานในเชิงพรรณนาความ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยในเชิงคุณภาพในขั้นต้น พบว่า ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมที่สร้างสมมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน มีความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ สามารถจัดเป็นกลุ่มหลัก 10 กลุ่มได้แก่ 1) อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านอาหาร 2) อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านภาษา 3) อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านการแต่งกาย 4) อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านกิจกรรมประเพณี 5) อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านสภาพแวดล้อม ตามธรรมชาติ อากาศ และพืชพันธุ์ไม้ 6) อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านดนตรี 7) อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านสถาปัตยกรรม 8) อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านจิตกรรมและประติมากรรม 9) อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านบุคลิกลักษณะของผู้คน และ 10) อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านอื่นๆ เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน หรืออุตสาหกรรมครัวเรือน แพทย์แผนไทย

ส่วนผลวิจัยเชิงปริมาณที่ได้จากการนำผลในขั้นต้น แรกสอบถามนักท่องเที่ยวถึงระดับความสุนทรีย์ซึ่ง ผลชี้ให้เห็นว่า

1) คุณลักษณะนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 789 คนคิดเป็นร้อยละ 98.63 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 56.53 มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20-40 ปี ร้อยละ 68.19 และเป็นชาวต่างชาติ ร้อยละ 50.70 การศึกษาระดับปริญญาตรีประมาณ ร้อยละ 80.10 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพในภาคเอกชนเกินกว่าครึ่ง กล่าวคือ ดำเนินธุรกิจส่วนตัว คิดเป็น ร้อยละ 21.17 และเป็นลูกจ้างในภาคเอกชน คิดเป็น ร้อยละ 26.87 นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 10,000 บาท โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้เมื่อคิดเป็นเงินไทยจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 120,000 บาทขึ้นไป นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวในล้านนาแล้ว อย่างไรก็ตามสัดส่วนของผู้ที่เพิ่งเดินทางมาเที่ยวครั้งแรกก็มีจำนวนมากพอๆ กับที่เคยมาแล้วหลายครั้ง ที่น่าสนใจคือ ทุกคนมีความรู้สึกประทับใจและสนใจจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด รองลงมาได้แก่จังหวัดเชียงราย และจังหวัดแม่ฮ่องสอน

สำหรับรูปแบบการเดินทางนักท่องเที่ยว พบชัดเจนว่า จะนิยมเดินทางมาด้วยตนเอง ไม่นิยมเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้ ระหว่างเดินทางจะอาศัยพักโรงแรมเป็นหลัก นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่เดินทางมาจากทวีปอเมริกาเหนือ ส่วนกลุ่มที่มาจากทวีปออสเตรเลียและทวีปเอเชียจะมีสัดส่วนไม่แตกต่างกันมากนัก

2) สิ่งที่เป็นภาพลักษณ์หรือสิ่งที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเมื่อพูดถึงล้านนา ผลการวิจัยนี้พบในเชิงประจักษ์ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นึกถึงสภาพอากาศที่หนาวเย็นสบายเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตที่เรียบง่าย และภาษาท้องถิ่น ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ส่วนใหญ่เมื่อพูดถึงล้านนา สิ่งที่นึกถึงคือ อาหารท้องถิ่น เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ความหลากหลายของชนเผ่าหรือชาติพันธุ์ และศิลปะและสถาปัตยกรรม ตามลำดับ

3) ระดับความสุนทรีย์ศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีระดับความสุนทรีย์ภาพ และความต้องการสัมผัสเกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา อยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายข้อ สามารถเรียงลำดับระดับความสุนทรีย์ภาพ และความต้องการสัมผัสภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนาของนักท่องเที่ยว 5 อันดับแรกได้ ดังนี้ ลำดับที่ 1 ได้แก่ ระดับความสุนทรีย์ภาพ และความต้องการสัมผัสด้านความงาม คุณค่าของสภาพธรรมชาติ และอากาศ อันบริสุทธิ์ตลอดไป ลำดับที่ 2 ได้แก่ ระดับความสุนทรีย์ภาพ ด้านความงาม คุณค่าทางสถาปัตยกรรม ลำดับที่ 3 ได้แก่ ระดับความสุนทรีย์ ภาพ และความต้องการสัมผัสเกี่ยวกับบุคลิก ลักษณะท่าทางกิริยามารยาทของผู้คน ลำดับที่ 4 ได้แก่ ระดับความสุนทรีย์ภาพ และความต้องการสัมผัสความงามเกี่ยวกับคุณค่าทางด้านวัฒนธรรม และกิจกรรมทางประเพณี และลำดับที่ 5 ได้แก่ ระดับความสุนทรีย์ภาพ และความต้องการสัมผัสองค์ความรู้ และความน่าสนใจความเป็นชนเผ่า

เมื่อเปรียบเทียบระดับสุนทรีย์ภาพที่เกิดจากภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา จำแนกตามคุณลักษณะส่วนตัวแล้ว พบว่า เพศ อายุ ที่ต่างกัน ไม่ทำให้ระดับ

สุนทรียภาพของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันไป มีเพียงสัญชาติ และการศึกษาที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับสุนทรียภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน จะพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีระดับสุนทรียภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 เกือบทุกด้าน แตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระดับสุนทรียภาพที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 เกี่ยวกับสุนทรียภาพที่เกิดจากความงาม คุณค่า ความน่าสนใจ ในวัฒนธรรม และกิจกรรมประเพณีท้องถิ่นส่วนความสุนทรียภาพเกี่ยวกับอัตลักษณ์ด้านอื่นๆ ไม่แตกต่าง กันแต่อย่างใด

สำหรับผลการนำระดับความสุนทรีย์มาสมทนากลุ่ม และสัมภาษณ์เชิงลึก เกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ลำนานพบว่าโรงแรมระดับ 3 ดาวมีการดำเนินงานที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีผู้ประกอบการเป็นคนไทย และดำเนินงานที่เป็นไปตามกำลังทรัพย์ที่มี เป็นกิจการที่มีการบริหารจัดการโดยคนในครอบครัวมีการนำเอาสิ่งที่เป็น ภูมิปัญญา วัฒนธรรม อันเป็นอัตลักษณ์ของลำนานมาใช้ใน การบริหารโรงแรมในลักษณะต่างกัน ทั้งในด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม การแต่งกาย อาหาร โดยทางโรงแรมได้มีการจัดตกแต่งสถานที่ด้วยภาพที่เป็นจิตรกรรมภาพวาดแบบลำนาน การออกแบบอาคารมีการนำเอาภูมิปัญญาทางสถาปัตยกรรมมาใช้ เพื่อให้การระบายถ่ายเทอากาศที่ปลอดโปร่ง การบริการต้อนรับแขกที่มาเยือนทางธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวได้ใช้อัตลักษณ์ความเป็นลำนานทางด้านการแต่งกายมาใช้ในการแต่งกายของพนักงานโรงแรมทั้งชายและหญิง โรงแรมได้มีการนำภาษาถิ่น “คำเมือง” มาใช้ในการทักทายแขก รวมทั้งการใช้ อัตลักษณ์อื่นๆ เป็นต้นว่า ทางด้านหัตถกรรม อย่างเช่น งานไม้ งานแกะสลัก มาใช้ประดับประดาตกแต่ง และบางแห่งใช้ภูมิปัญญาด้านอาหาร ทั้งประเภท และรูปแบบในการรับประทาน มาใช้ในการบริการลูกค้าของโรงแรม รวมทั้ง ภูมิปัญญาด้านการนวด ใช้ในงานสปาต่างๆ

ส่วนแนวทางการยกระดับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมสู่การบริหารธุรกิจโรงแรม ที่จะให้เกิดความยั่งยืน ควรต้องมีการดำเนินงาน ทั้งด้านคน (Soft-

ware) และด้านอาคารสถานที่ (Hardware) โดยการกำหนดแนวทางการบริหารบุคลากรให้มี **K : Knowledge of Local Wisdom and Culture** อันเป็นเรื่องที่ทางธุรกิจโรงแรมจะต้องศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมลำนาน ภายใต้บริบทของพื้นที่ ที่มีความรู้ความเข้าใจอย่างจริงจัง และถ่ายทอดได้โดยกำหนดเป็นข้อตกลงระหว่างโรงแรมกับพนักงาน ในการเรียนรู้ โดยเฉพาะสิ่งที่ทางโรงแรมนำมาใช้ในการตกแต่งและการบริหารโรงแรม พนักงานต้องนำเสนอข้อมูลให้กับแขกที่มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง มั่นใจ นอกจากนั้นการบริหารต้องมี **P : Partner** คือการสร้างเครือข่ายในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อม ควรได้มีการคุยและวางกรอบเชิงบูรณาการในการให้บริการและให้ความเกื้อกูลซึ่งกันและกันที่สำคัญโรงแรมต้องบริหารแบบ **L : Learning by doing** เป็นเรื่องของการจัดให้โรงแรมเหมือนเป็นแหล่งเรียนรู้โดยลงมือปฏิบัติให้กับนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น ศิลปะ ดนตรี ทำอาหาร มีการนำหัตถกรรมต่างๆ **A : Art and Architect** โดยโรงแรมมีการตกแต่งอาคารสถานที่ อันถือเป็น Hardware ที่นำเสนอความเป็นลำนานที่ชัดเจน โดยการใช้ศิลปะและสถาปัตยกรรม ลำนานมาเสนอ **Z : Zone display of Local Product** โรงแรมควรเป็นศูนย์ในการแสดงสินค้า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพราะลูกค้าสามารถเยี่ยมชมและสามารถเลือกหาได้ **A: Authority Awareness of Local Significant** ผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบาย มีความเข้าใจรับรู้ถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยสิ่งเหล่านี้จะบูรณาการทั้งด้าน Software และ Hardware อันเป็นองค์ประกอบสำคัญของโรงแรม เพื่อการยกระดับภูมิปัญญาในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และธำรงรักษาให้อยู่คู่ลำนานตลอดไป

อภิปรายผล

อัตลักษณ์อันเกิดจากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นของลำนาน มีความโดดเด่นในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านอาหาร การแต่งกาย ภาษา สถาปัตยกรรม จิตรกรรม หัตถกรรมพื้นบ้าน ดนตรี กิจกรรมประเพณี บุคลิกลักษณะของผู้คนทั้งนี้เพราะพื้นที่ลำนานเป็นพื้นที่ที่เคยรุ่งเรืองมากในอดีต จากหลักฐานต่างๆ แสดงให้เห็นว่าเป็นดินแดนที่มี

ความเจริญรุ่งเรืองและมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานสังเกตได้จากข้อมูลการเฉลิมฉลอง 750 ปีเชียงราย (ศูนย์ศึกษาและพัฒนาการท่องเที่ยว, 2555) ซึ่งโดยพื้นฐานการอยู่ร่วมกันของคนจำนวนมากๆ ย่อมต้องมีกฎกติกา ระเบียบ แบบแผนในการดำเนินชีวิตที่มีการปฏิบัติต่อเนื่องที่ยาวนานจนกลายเป็นธรรมเนียมปฏิบัติ หรือวัฒนธรรมนั่นเองซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาประวัติศาสตร์ล้านนาของศาสตราจารย์ ดร.สุรสวัสดิ์ อ่องสกุล ที่สะท้อนการหล่อหลอมความเป็นล้านนาที่ยาวนานส่งผลให้หลายสิ่งหลายอย่างมีความเข้มแข็งทั้งเชิงบวกและเชิงลบ (สุรสวัสดิ์ อ่องสกุล, 2539) ที่สำคัญลักษณะพื้นที่ล้านนามีสภาพเป็นที่ราบสูง ทำให้ภูมิอากาศหนาวเย็นสบายเป็นอัตลักษณ์โดดเด่นแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ เพราะเขตพื้นที่ล้านนาเป็นพื้นที่รอยต่อกับประเทศเพื่อนบ้านมีเทือกเขาสำคัญๆ 4 ทิวเขาด้วยกันและทิวเขาเหล่านี้มีส่วนทำให้ระบบนิเวศส่งผลต่อการก่อรูปวัฒนธรรมที่แตกต่างกันดังที่เกรียงไกร เกิดศิริ ได้พูดไว้ในผ่องล้านนา (เกรียงไกร เกิดศิริ, 2553) ยอดเขาเหล่านี้เป็นต้นน้ำสำคัญๆ หลายๆ สาย (เพลสแอนด์ไพร์ช, 2555) ทำให้อากาศเย็นสบายชุ่มฉ่ำตลอดปี มีพืชพรรณไม้ที่หลากหลาย ทั้งพรรณไม้เมืองหนาว พันธุ์ไม้เมืองร้อนหลายๆ ประเภทที่เจริญงอกงามให้ความสวยงามเป็นเสน่ห์กับพื้นที่ มีอัตลักษณ์เฉพาะ

ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ ล้านนา นำสู่การบริหารของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ในปัจจุบันมีทั้งในด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม การแต่งกาย และอาหาร โดยนำศิลปกรรมมาใช้ในการตกแต่งสถานที่และนำวัฒนธรรมการแต่งกายและอาหารมาบริการต้อนรับ รวมทั้ง การใช้อัตลักษณ์อื่นๆ เช่น ด้านหัตถกรรม อย่างงานไม้ งานแกะสลัก มาใช้ประดับประดาตกแต่ง บางแห่งใช้ภูมิปัญญาด้านการนวด ใช้ในงานสปา อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวยังมองว่า การบริหารธุรกิจโรงแรมยังมีจุดอ่อนต่อการใช้ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม ดังนั้นแนวทางการยกระดับ จะมีประสิทธิภาพสู่ความยั่งยืนได้ ต้องสร้างเสริม องค์ความรู้ทั้งวัฒนธรรม และเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้บุคคลเห็นคุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่นให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย มีความรู้ความเข้าใจ และใช้ได้ถูกต้อง และสร้างเครือข่ายทุกระดับ ทั้งระดับหน่วยงานและชุมชน เพื่อบูรณาการทำงานร่วมกัน โดยโรงแรม

ต้องเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ แสดง จำหน่าย และให้ข้อมูล โดยยกระดับการบริหารทั้งด้านคน (Software) ด้านอาคารสถานที่และบรรยากาศ (Hardware) ให้มีความสมดุล และมีสภาพวัฒนธรรมจังหวัดเป็นพี่เลี้ยง (Coaching) สร้างความสมดุลในการทำธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อที่มีต่อชุมชนโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

1. รัฐบาลต้องให้ความสำคัญและจริงจังในการผลักดันการเรียนรู้ ทำความเข้าใจและให้ความสำคัญกับภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งเป็นทรัพยากรและเป็นมรดกชาติที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม กับคนในท้องถิ่น และคนในทุกอาชีพที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผู้นำเที่ยว บุคลากรของโรงแรม คนขับรถแท็กซี่ ฯลฯ

2. สภาวัฒนธรรมจังหวัดต้องทำหน้าที่เชิงรุกในการดูแลรักษา ประชาสัมพันธ์ และประสานกับองค์กรต่างๆ เช่น การทำอากาศยาน การท่องเที่ยว โรงแรม วัด ฯลฯ ในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเหมาะสมที่มีเรื่องราวและรายละเอียดในการสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3. ทางโรงแรม 3 ดาวซึ่งเป็นของคนไทยสามารถใช้ความสุนทรีย์ภาพของนักท่องเที่ยวเป็นแนวทางในการบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์กับกิจการของตนเอง ชุมชน สังคม ในการตกแต่งอาคารด้วยเฟอร์นิเจอร์สไตล์ล้านนาแทนสไตล์แบบตะวันตก ฝึกพนักงานในการอธิบายถึง ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำคัญๆ ให้กับลูกค้าในการ Welcome พร้อมจัดบรรยากาศต้อนรับด้วยเครื่องดื่มและขนมไทยๆ ของล้านนา

4. ผู้ประกอบการโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวต้องสร้างเสริมองค์ความรู้และภาษาอังกฤษให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน ทั้งผู้ประกอบการ ผู้นำเที่ยว ผู้ปฏิบัติการในโรงแรม คนขับรถให้มีความรู้ความเข้าใจข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ และเห็นคุณค่า ภูมิใจในความเป็นมาหรือรากเหง้า สามารถสื่อสารภาษาให้กับลูกค้าได้ด้วยความเอื้ออาทร สไตล์ล้านนา

5. จังหวัดกลุ่มล้านนาต้องกำหนดพื้นที่ควบคุมเพื่อการอนุรักษ์วิถีชีวิต บรรยากาศที่อบอุ่นด้วยภูมิปัญญา และวัฒนธรรมล้านนา ไม่มีStarbuck ไม่มี Mc.Donalds แต่มีร้านอาหารแบบขันโตกแทน

6. กรมป่าไม้ จังหวัดและกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ต้องร่วมหาแนวทางมาตรการป้องกันไฟป่า ด้วยการทำความเข้าใจและหาทางออกให้กับประชาชนในพื้นที่ เพราะนอกจากสูญเสียสิ่งแวดล้อมแล้วยังทำลายความรู้สึกสุนทรีภาพของนักท่องเที่ยว หากไม่ได้รับการลงทุน ดูแลอย่างจริงจัง ภาพลักษณ์ของล้านนาก็จะเสียไปด้วย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554. **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ปี 2555 – 2559**. การท่องเที่ยวและกีฬา.

กระทรวงวัฒนธรรม. 2546. **กระทรวงวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: รุ่งศิลป์การพิมพ์.

กระทรวงวัฒนธรรม. 2554. **ภูมิปัญญา วัฒนธรรมไทย**. ออนไลน์, เข้าถึงข้อมูล กรกฎาคม 2554.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550. **วิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2553. **แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ**. เอกสารประกอบการประชุม เรื่อง “แนวทางพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ” 20 – 21 เมษายน 2553. เชียงใหม่ : โรงแรมเชียงใหม่พลาซ่า.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2553. **มาตรการเร่งด่วนด้านการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

เกรียงไกร เกิดศิริ. 2553. **ล้านนากับการเป็นมรดกโลก**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์อุษาคเนย์.

จริยญา ณ พิบูล และวรัชต์ มัธยมบุรุษ. 2555. **การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย**. จังหวัดพะเยา: พะเยาวิจัย 1.

จารุณี ชัยโชติอนันต์ และคณะ. 2550. **การจัดการสุนทรีศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

จารุณี ชัยโชติอนันต์. 2554. **แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมบูติก กรณีโรงแรมระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่**. จังหวัดพะเยา : พะเยาวิจัย 1.

จารุณี ชัยโชติอนันต์ และวรัชต์ มัธยมบุรุษ. 2554. **แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมบูติก กรณีโรงแรมระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่**. นครศรีธรรมราช. 2554. **พื้นฐานวัฒนธรรมไทย**. ออนไลน์, เข้าถึงข้อมูล กรกฎาคม 2554.

ดวงกมล เวชวงศ์. 2554. **กระบวนการนำเสนออัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ยวน**. วารสารวิทยบริการ. ปีที่ 22 ฉบับที่ 3 (กันยายน – ธันวาคม 2554).

บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม. 2552. **รางวัลลูกโลกสีเขียว วิถีพอเพียง**. ออนไลน์

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. **การพัฒนาท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์. เฟลส แอนด์ ไพร์ซ. 2555. **แม่ฮ่องสอน-ภูมิประเทศและการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: บริษัทแอดมิ พรีนติ้ง จำกัด.

ไพฑูรย์ พิศนไญย. 2541. **สุนทรีศาสตร์ : แนวความคิดทฤษฎีและการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร: สมาธรรม.

ไพรีน เวชัญญะกุล. 2552. **ทัศนะของประชาชนท้องถิ่นต่อผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาการท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จ.ระยอง**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ศูนย์การศึกษาและพัฒนการท่องเที่ยว. 2555. **750 ปี เชียงราย**. เอกสารแจกงานฉลองครบรอบ 750 ปี. จังหวัดเชียงราย.

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้า. 2554. **ข้อมูลคาดการณ์เศรษฐกิจปี 2555**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้า.

สมาคมโรงแรมไทย. 2553. **การจัดการตลาดธุรกิจ
โรงแรม.** กรุงเทพฯ : สมาคมโรงแรมไทย.

สารสนเทศจากเลขาธิการอนุสัญญาว่าด้วยความหลากหลายทาง
ชีวภาพ เนื่องในวันพื้นที่ชุ่มน้ำโลก (World Wetlands
Day). 2 กุมภาพันธ์ 2012 “พื้นที่ชุ่มน้ำกับ
การท่องเที่ยว”.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่ง
ชาติ. 2555. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555 – 2559).**
กรุงเทพมหานคร : สำนักประเมินผลและการเผยแพร่
การพัฒนา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติ.

สุรัสวดี อ๋องสกุล. 2539. **ประวัติศาสตร์ล้านนา.**
กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์
พับลิชชิ่ง จำกัด.

Blackwell, Roger D., Paul W. Miniard and Jame F.
Engel. 2001. **Consumer Behavior.** 9th ed.
New York: Harcourt, Inc.

Brown. 1993. **Security Planning for Personal
Communication.** Proc. of 1st ACM
Conference on Computer and Communications
Security.

Sehiffman, Leon G. and Kanuk, Lazar. 1987.
Consumer Behabvior. 4th ed. Englewood
cliffs, New Jersey : Prenticed Hall, Inc.
A Division of simon & Sehuster.