

การประเมินความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่องานเทศกาลชิมชา ซากระงาม
วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 จังหวัดเชียงราย

The Evaluation of Tourists' Satisfaction and Behavior towards the 24th
Tea Tasting, Sakura Blossoms, Tribal Culture, and Doi Mae Salong Coffee Festival,
Chiang Rai Province.

(Received: June 24, 2021; Revised: October 21, 2021; Accepted: December 20, 2021)

เสงี่ยม บุญพัฒน์¹ ขวัญฤทัย ครองยุติ² อรวรรณ บุญพัฒน์² ญาณัท ศิริสาร²

Sa-Ngiam Boonpat¹ Khwanruethai Krongyut² Orawan Boonpat² Yanat Sirisarn²

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดงานเทศกาล ชิมชา ซากระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย 2) ศึกษาพฤติกรรมและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวงานชิมชา 3) เสนอข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานเทศกาลนี้ในครั้งต่อไป การศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรกโดยมาพร้อมกับครอบครัวและญาติ โดยทราบข่าวการจัดงานเทศกาลจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืนบนดอยแม่สลอง โดยในส่วนของพฤติกรรมการใช้จ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายเงินโดยการซื้อสินค้าประเภทของที่ระลึกจากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชา กาแฟ และสินค้าชนเผ่ามากที่สุด โดยค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าซื้อของที่ระลึกและอื่น ๆ โดยเฉลี่ยใช้จ่ายคนละ 3,500 บาท โดยประมาณ สำหรับความพึงพอใจต่อการจัดงานนักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้านโดยด้านที่มีความพอใจมากที่สุด คือ ด้านสินค้าของที่ระลึก กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุด คือ กิจกรรมการชิมชา กาแฟ ในส่วนการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวงานเทศกาลนี้อีกครั้งในปีต่อไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ระบุไม่แน่ใจว่าจะกลับมาเที่ยวงานเทศกาลที่จะจัดในปีต่อไปหรือไม่ มีเพียงร้อยละ

¹ สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University

e-mail: sa-ngiam.boonpat@crru.ac.th

² สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

School of Tourism, Chiang Rai Rajabhat University

18 ที่ระบุว่าจะกลับมาอีกครั้ง สิ่งที่ต้องปรับปรุงในการจัดงานครั้งต่อไป คือ การปรับปรุงในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ดอยแม่สลอง การชิมชาและกาแฟ ซากุระบาน วัฒนธรรมชนเผ่า

Abstract

The objectives of the study of the evaluation of tourists' satisfaction and behavior towards the 24th Tea Tasting, Sakura Blossoms, Tribal Culture, and Doi Mae Salong Coffee Festival were 1) study tourists' satisfaction; 2) study tourist' behavior on how they spend while visit the festival 3) provide useful recommendations for future implement. Sample size for this study was 400 people using purposive sampling techniques. Findings from the study illustrated that most of the tourists are between 25-34 years old and hold bachelor's degree in term of education background. In term of number of visit, majority of tourist were traveled for the first time with family and relatives and did not stay overnight at Doi Mae Salong. Total spending of tourists is approximately 3,500 Baht and mostly spending for local souvenir and food, tea and coffee products, and tribal products. In term of satisfaction, tourists were satisfied in a high level of all aspects of the festival but the most satisfied was local souvenir and tea and coffee tasting were the most satisfied among activities provided. Majority of tourist confirmed they will not re-visit the festival in the following year but 18% confirm they will. What tourist want to see it improve in the future are the improvement of tourism facilities.

Keywords: Doi Mae Salong, Tea and Coffee Testing, Sakura Blossoms, Tribal Culture

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว โดยจากการคาดการณ์ของกรมการท่องเที่ยวประเทศไทยจะมีนักท่องเที่ยวประมาณ 67 ล้านคนในปี 2573 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558 : 9) ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกที่มีแนวโน้มการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและความต้องการเดินทางท่องเที่ยวในอนาคตเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ ผลจากการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในการพัฒนาคุณภาพ

มาตรฐานการให้บริการ รวมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่ม มากขึ้น

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือตอนบนที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเพราะจังหวัดเชียงรายมีปัจจัยเสริมหลายประการและจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นป่าเขา ที่ราบสูงสภาพแวดล้อมที่สมบูรณ์ ความหลากหลายของชาติพันธุ์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ซึ่งเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน ยุโรป และจีน ที่สนใจจะเรียนรู้วัฒนธรรม สัมผัสวิถีชีวิต แลกเปลี่ยนประสบการณ์ การอนุรักษ์ประเพณีของชาติพันธุ์ โดยเฉพาะพื้นที่ตำบลแม่สลองนอกหรือดอยแม่สลอง เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงราย เป็นที่รู้จักของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาตั้งแต่ครั้งคณะนายทหารไทยประสบความสำเร็จในการเจรจากับกระทรวงกลาโหมได้หัวน และนายพลเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ ได้ริเริ่มการปลูกชาบนดอยแม่สลอง และมีการสร้างบ้านเกรียงศักดิ์ในปี พ.ศ. 2522 บ้านเกรียงศักดิ์ สุสานนายพลหัวน และโรงเรียนสอนภาษาจีนบนดอยแม่สลอง และซากุระ ได้เริ่มเป็นที่รู้จักและเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเยือนดอยแม่สลองในระยะแรกและมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในระยะหลัง เช่น ไร่ชา อนุสรณ์สถานวีรชนอดีตทหารจีนคณะชาติ พระบรมธาตุเจดีย์ศรีนครินทราสถิตมหาสันติคีรี เป็นต้น จนกระทั่งปัจจุบันดอยแม่สลองกลายเป็นพื้นที่ในการปลูกกาแฟที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเชียงรายด้วยเช่นกัน

โครงการส่งเสริมและพัฒนากท่องเที่ยว “เทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแพดอยแม่สลอง” เป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนให้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องมานับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 รวมระยะเวลา 24 ปี เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการใช้จ่ายภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมของดอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวบนดอยแม่สลอง และส่งเสริมให้ประชาชนและผู้ประกอบการธุรกิจ ร้านค้า โรงแรม โรงงาน เกษตรกร มีรายได้เพิ่มมากขึ้น จากการมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้จ่ายในพื้นที่ โดยในปี 2562 องค์การบริหารส่วนตำบลแม่สลองนอกร่วมกับหน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจ ร้านค้า และประชาชนดอยแม่สลองจัดเทศกาลชิมชาฯ ขึ้น เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสบรรยากาศที่ดอยแม่สลอง ชมการแสดงศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต การแต่งกายพื้นเมืองชนเผ่าที่อนุรักษ์ให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมอย่างเต็มที่ ภายในงานประกอบด้วยกิจกรรมที่น่าสนใจ อาทิเช่น การออกร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ชา กาแฟ การแสดงของนักเรียน ประกวดเทพธิดาดอย การทำบุญตักบาตรใบชา นิทรรศการต่าง ๆ ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการโครงการเป็นไปตามเป้าหมายและเกิดประสิทธิผลสูงสุดและสามารถประเมินผลการดำเนินกิจกรรมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการจัดกิจกรรมในครั้งต่อไป ทั้งในเรื่องความพึงพอใจของการจัดงาน พฤติกรรมและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว จึงได้มีการประเมินผลการจัดงานเทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแพดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 ขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดงานเทศกาลชิมชา ชาภูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวงานชิมชา ชาภูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24
3. เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะสำหรับแนวการดำเนินงานเทศกาลชิมชา ชาภูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่าและกาแฟดอยแม่สลอง ในครั้งต่อไป

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดงานเทศกาลชิมชา ชาภูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการจัดกิจกรรมในครั้งต่อไป
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวงานชิมชา ชาภูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวในครั้งต่อไป
3. ได้ข้อเสนอแนะสำหรับแนวการดำเนินงานเทศกาลชิมชา ชาภูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลองเพื่อเป็นประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ และพัฒนาศักยภาพของสินค้าและบริการในครั้งต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจ ความคิดเห็น และการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดงานเทศกาลชิมชา ชาภูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 ประจำปี 2562 จากองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง ด้านที่พัก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และผลกระทบของการจัดงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ขอบเขตด้านประชากร

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวงานเทศกาลชิมชา ชาภูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 ประจำปี 2562 ผู้ร่วมจัดงานประกอบด้วย

ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่พัก ประชาชนทั่วไป และผู้แทนหน่วยงานร่วมจัด
เทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 ประจำปี 2562

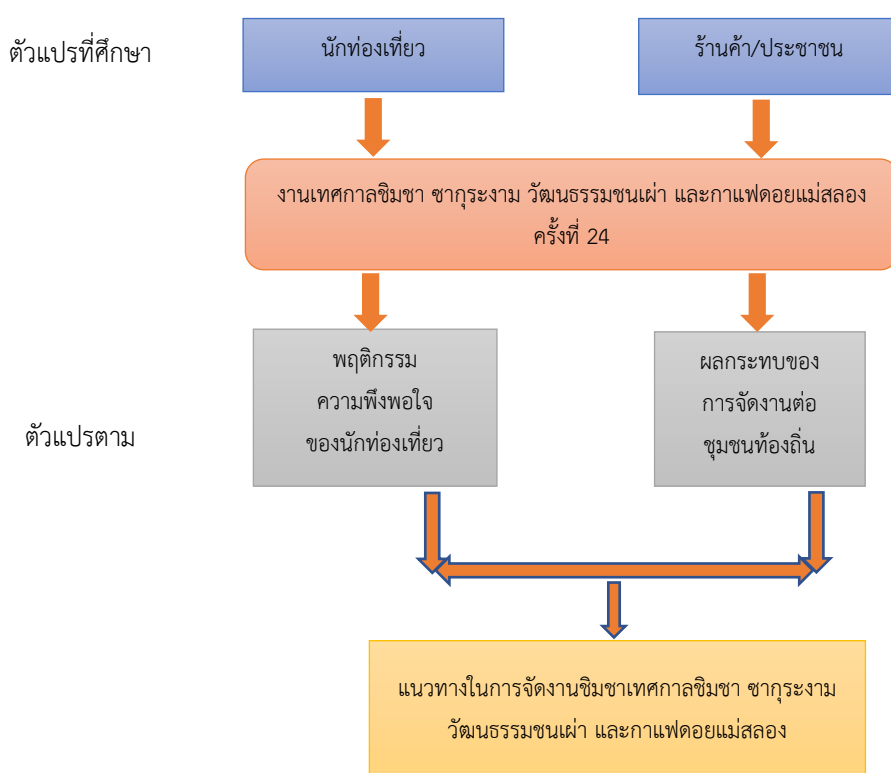
ขอบเขตด้านสถานที่ศึกษา

พื้นที่ในการจัดงานเทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ณ
สนามโรงเรียนบ้านสันติคีรี ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา

ประเมินผลในช่วงการดำเนินการจัดงานเทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และ
กาแฟดอย แม่สลอง ระหว่างวันที่ 28 ธันวาคม 2562 ถึงวันที่ 2 มกราคม 2563

กรอบแนวคิดของการวิจัย



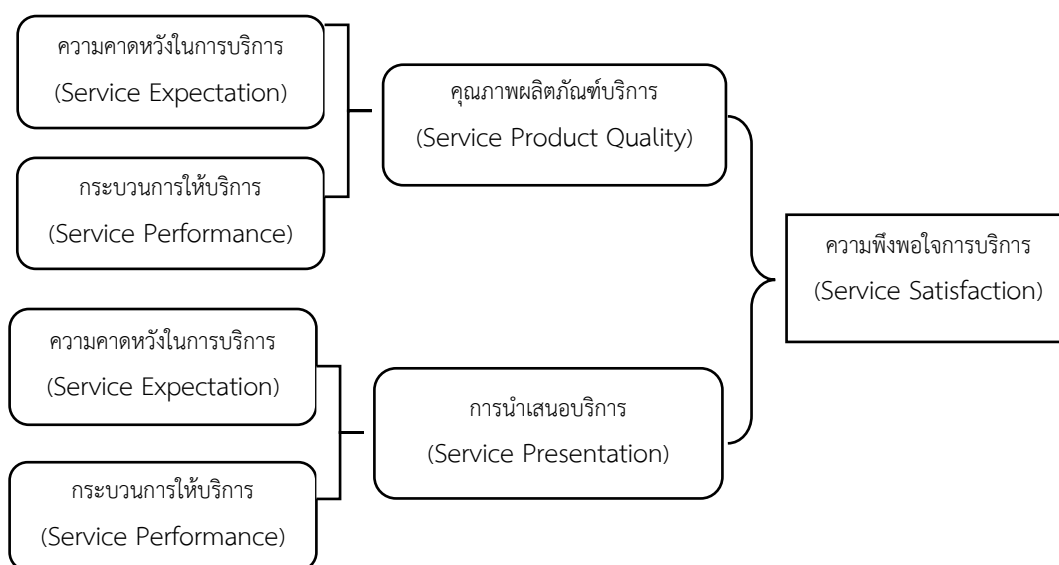
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเรื่องการประเมินผลของ เยาวดี ราชชัยกุล วิบูลย์ศรี (2553 : 1-20) สุวิมล ติรกานันท์
(2548 : 1) Shertzer & Linden (1979 : 13) กล่าวโดยสรุปว่า การประเมินผลนั้นเป็นการใช้หลัก

กระบวนการทางวิทยาศาสตร์เพื่อวัดผลการดำเนินงานว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยที่ต้องทำควบคู่กันไปพร้อมกับ การดำเนินงานเพื่อให้มีข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำ สำหรับการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานหรือโครงการให้เกิดประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจว่าโครงการนั้นดีหรือไม่ดี กล่าวคือ ทำให้โครงการนั้นเกิดประสิทธิภาพที่สูงสุดในการดำเนินงาน

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของ จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2551 : 64-65) เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548 : 169) กล่าวสรุปเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจในการบริการได้ว่า กฎแห่งความสำเร็จ (Key to Success) ของงานบริการ คือ ความพึงพอใจที่ผู้รับบริการมีต่อการบริการของหน่วยงานซึ่งความพึงพอใจเกิดจากการได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการ ความคาดหวังของผู้รับบริการเอง การบริการที่จะมีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการที่ซับซ้อนของผู้รับบริการได้ก็เกิดจากผู้ให้บริการที่มีคุณภาพ ทุ่มเทให้กับการทำงาน และทำงานด้วยใจรักบริการ รับผิดชอบต่องานอย่างจริงจัง ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของลูกค้าต่อการบริการ อันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าได้รับในการบริการกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับจากการบริการในแต่ละสถานการณ์ของการบริการที่เกิดขึ้น ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้งได้ ดังภาพประกอบความพึงพอใจในการบริการ



ภาพที่ 2 ความพึงพอใจในการบริการ

(ที่มา: ปรับปรุงจาก เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ 2548 : 169)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จากแนวคิดของ ส่องศรี วงษ์เวช (2545 : 12) ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542 : 27) บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 5) เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551 : 1-14) มนัส สุวรรณและคณะ (2541 : 41) สรุปความหมายของการจัดการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการในการจัดการที่มีรูปแบบการดำเนินการที่เหมาะสม ภายใต้สภาพแวดล้อมของพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งมีเป้าหมายที่มีความสอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพโดยองค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 5 ประการ หรือ 5As ดังต่อไปนี้

1. Accessibility หมายถึง การเข้าถึง คือ มีความสามารถในการเข้าถึงความสามารถในการคมนาคมไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี เช่น มีถนนคอนกรีตและถนนลาดยางอยู่ในสภาพที่ดี เข้าถึงง่ายสะดวกสบาย รวมไปถึงการเดินทางโดยวิธีอื่น ๆ

2. Activity หมายถึง กิจกรรม คือ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การเดินป่า การปั่นจักรยาน การศึกษาธรรมชาติ การพายเรือ การถ่ายรูป เป็นต้น

3. Amenity หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก คือ แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครันและเพียงพอ เช่น สาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ สถานีตำรวจ โรงพยาบาล รวมถึงที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และจุดบริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น

4. Attraction หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ

5. Accommodation หมายถึง ที่พัก คือ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักเพื่อไว้บริการนักท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพิเศษ หรือ Special Event จากความหมายของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (http://lexitron.nectec.or.th/2009_1/index.php?q=, 2562) เกรียงไกร กาญจนะโกคณิ (2549 : 52-55) ชีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (<https://marketeeronline.co/archives/136325>, 2562) Goldblatt (1997 : 2) Shone and Parry (2004 : 17) และ Jones (2017 : 4-6) ได้กล่าวถึงความหมายของอีเวนต์โดยสรุปว่า เป็นการจัดกิจกรรมทุกรูปแบบที่จัดขึ้นในโอกาสพิเศษ เพื่อให้เป็นเหตุการณ์ที่สำคัญและน่าจดจำโดยผ่านการคิดและวางแผนมาอย่างดีเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์บางอย่างที่องค์กรกำหนดขึ้น โดยเน้นการสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับแบรนด์ซึ่งกิจกรรมพิเศษนี้หากใช้ในมุมมองของนัก

ประชาสัมพันธ์ก็จะหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับองค์กร (Corporate Event) และหากนำไปใช้เพื่อตอบสนองการสื่อสาร การตลาดก็จะเป็นกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event) ที่จัดขึ้นภายใต้แนวคิดการสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม (Event Marketing) ซึ่งกิจกรรมทั้งที่เกี่ยวกับองค์กรและการตลาดนั้นก็มิวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารแบรนด์ ตั้งแต่แบรนด์องค์กรตลอดจนแบรนด์สินค้าหรือบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การประเมินผลการดำเนินงานของการจัดงานเทศกาลชิมชา ชากูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแพดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 เป็นการศึกษาผสมผสานด้วยการใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีการในการดำเนินการดังต่อไปนี้

การศึกษาเบื้องต้นก่อนลงภาคสนาม ผู้ศึกษาทำการศึกษาดำเนินการสังเกตในบริเวณพื้นที่ของการจัดงานเทศกาลชิมชา ครั้งที่ 24 ประจำปี 2562 ณ สนามกีฬาโรงเรียนสันติคีรี อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย และพื้นที่ใกล้เคียงในบริเวณงาน ผู้ศึกษาได้ทำการสังเกตบรรยากาศการเตรียมงานก่อนลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นจากโครงการจัดงานชิมชาขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่สลองนอก ครั้งที่ 22 -23 ปี 2560-2561 ติดตามการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลชิมชาฯ ทางป้ายประกาศ สื่อออนไลน์ และอินเทอร์เน็ต การสอบถามผู้รับผิดชอบการจัดงาน รวมถึงการสอบถามผู้ที่มีประสบการณ์ในการร่วมงานครั้งที่ผ่านมา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวชมการจัดงานเทศกาลชิมชา ชากูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแพดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 ประจำปี 2562

กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวชมการจัดงานเทศกาลชิมชา ชากูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแพดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 ประจำปี 2562 จำนวน 10,000 คน (ตามสถิติที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาย้อนหลัง 3 ปี) และทำการขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Taro Yamane ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยการแบ่งสัดส่วนโควตา 5 วัน วันละ 77 คน ได้ข้อมูลจากภาคสนามจริง 400 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่สอดคล้องกับ W.G. Cochran สำหรับการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนที่ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 เท่ากับ 384.16

ประชากรที่เป็นผู้ร่วมจัดงาน ได้แก่ ร้านค้าที่นำสินค้าผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายในงานเทศกาลชิมชาดอยแม่สลองฯ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่พัก และเจ้าหน้าที่จากส่วนราชการอื่นที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ที่ร่วมจัดงาน โดยทำการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 51 ร้าน

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลในการศึกษานี้ประกอบด้วยข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาภาคสนามของคณะผู้ศึกษาด้วยการทำแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน และสอบถามหน่วยงานผู้ร่วมจัด ร้านค้า และประชาชน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการจัดงานเทศกาลชิมชา ชากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 ข้อมูลจากเอกสารสรุปงานเทศกาลชิมชาฯ ที่ผ่านมา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติใช้แบบสอบถามประเมินผลการจัดงานเทศกาลชิมชา ชากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากร้านค้าและประชาชนใช้แบบสอบถามการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับประชาชนทั่วไป และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้แทนชุมชน
3. วิธีการสร้างและตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย
 - 3.1 เครื่องมือที่เป็นแบบสอบถาม กำหนดตัวแปรที่ศึกษาและรวบรวมประเด็นคำถามโดยยึดวัตถุประสงค์ของการจัดงาน รวมถึงการศึกษาเครื่องมือในการจัดงานครั้งที่ผ่านมา เป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการจัดงานเทศกาลชิมชา ชากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอย แม่สลอง โดยใช้มาตราประเมินแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและ น้อยที่สุด (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550: 76)
 - ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ
 - 3.2 นำข้อคำถามไปให้ผู้จัดงานพิจารณาความเหมาะสมของคำถามว่ามีเนื้อหาและความถูกต้องตรงกับวัตถุประสงค์ของการจัดงานและตรงกับความต้องการขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่สลองนอกหรือไม่
 - 3.3 ปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามและเตรียมจัดทำแบบสอบถาม
 - 3.4 ผู้ศึกษาสร้างแบบสังเกตและข้อคำถามความคิดเห็นของประชาชนและผู้ประกอบการร้านค้า โดยใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเป็นแนวทางในการตั้งประเด็นคำถาม

3.5 การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ผู้วิจัยจะหาความเชื่อมั่นโดยนำแบบประเมินที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบ (Try Out) ไม่น้อยกว่า 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติหาความเชื่อมั่นโดยวิธีการของครอนบาค (ยูทพงษ์ กัยวรรณ, 2543: 123 อ้างอิงจาก Cronbach, 1974 : 161)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษางานวิจัยเชิงเอกสารเพื่อกำหนดเกณฑ์และตัวชี้วัดในการประเมิน
2. สร้างแบบประเมินผลการจัดงานเทศกาลชิมชา ชากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแพดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 และนำมาตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมิน
3. เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวชม การจัดงานเทศกาลชิมชา ชากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแพดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 ประจำปี 2562 ระหว่างวันที่ 28 ธันวาคม 2562 – 2 มกราคม 2563
4. สัมภาษณ์และสอบถามผู้ประกอบการร้านค้าและประชาชนอย่างไม่เป็นทางการถึงผลกระทบของการจัดงานชิมชาฯ ที่มีต่อชุมชน ด้วยการสัมภาษณ์ในช่วงวันเวลาที่จัดงาน รวมทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้ศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมเหมือนกับนักท่องเที่ยวและทำการสังเกต บันทึกข้อมูลและภาพกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดเตรียมไว้ก่อนล่วงหน้า
5. สรุปผลการจัดงานเทศกาลชิมชา ชากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแพดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 และเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงการจัดงานเทศกาลในครั้งต่อไป

วิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล การวิเคราะห์ข้อมูลในรายงานการศึกษานี้ แบ่งเป็น 2 แบบ คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์เพื่อตอบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาตามขั้นตอนดังนี้
 - 1.1 ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบประเมินแต่ละฉบับที่ได้กลับคืนมา
 - 1.2 จัดทำรหัสในแบบประเมินตามที่กำหนดในตารางแจกแจงความถี่
 - 1.3 ดำเนินการกรอกข้อมูลตามรหัสลงในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
 - 1.4 วิเคราะห์และสรุปผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมิน ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ เป็นต้น แบ่งผลการวิเคราะห์ ดังนี้
2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) หาค่าร้อยละ (Percentage Distribution) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย
3. ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเที่ยวงานเทศกาลชิมชาฯ ครั้งที่ 24

การวิเคราะห์ตอนที่ 2 และตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลการหาร้อยละ (P) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำค่าเฉลี่ยมาจัดอันดับ โดยถือเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00	อยู่ในเกณฑ์	พึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20	อยู่ในเกณฑ์	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40	อยู่ในเกณฑ์	พึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60	อยู่ในเกณฑ์	พึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80	อยู่ในเกณฑ์	พึงพอใจน้อยที่สุด

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา วิเคราะห์โดยการตีความตามรูปแบบที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

ตอนที่ 2 ผลกระทบของการจัดงานชิมชา ครั้งที่ 24 ที่มีต่อชุมชนท้องถิ่น ข้อมูลจากหน่วยงาน ร้านค้า และประชาชน แบ่งผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ โดยคำนวณหารายได้จากการจำหน่ายสินค้า วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

2. วิเคราะห์ผลกระทบทางด้านสังคมวัฒนธรรม โดยการวิเคราะห์แบบสอบถามโดยแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบ คำบรรยาย โดยใช้มาตราประเมินแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550 : 76)

3) ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ

สรุปผลการวิจัย

จากการประเมินผลเทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 ประจำปี 2562 มีดังนี้

1. ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวงานเทศกาลชิมชา ซากุระบาน วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายที่เดินทางมาจากภาคเหนือมากที่สุด รองลงมาคือ ภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่อยู่ในวัยทำงาน คือ มีอายุระหว่าง 25-34 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและการซื้อสินค้าในงานเทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรมชนเผ่าและกาแฟดอยแม่สลอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรกโดยมากับครอบครัวหรือ

ญาติ ร้อยละ 31.30 ได้ทราบข่าวการจัดงานเทศกาลชิมชาในครั้งนี้จากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมา คือ ทราบจากเพื่อนหรือญาติ ร้อยละ 30.00 และจากเฟซบุ๊ก/เพจ ตามลำดับ ร้อยละ 37.50 ไม่พักค้างคืน บนดอยแม่สลอง ส่วนผู้ที่พักค้างคืนส่วนใหญ่พักที่โรงแรมหรือเกสต์เฮาส์ นอนเต็นท์ พักโฮมสเตย์ และ บ้านเพื่อน/ญาติ ตามลำดับ นักท่องเที่ยวร้อยละ 95.00 ใช้จ่ายเงินโดยการซื้อสินค้าโดยสินค้าที่ซื้อ มากที่สุด คือ ขนม ผลไม้แช่อิ่ม/อาหารอบแห้ง ชา กาแฟ และสินค้าชนเผ่า ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ทั้งค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าซื้อของที่ระลึกและอื่น ๆ โดยเฉลี่ยใช้จ่ายคนละ 3,511.75 บาท/คน

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวชมงานเทศกาลชิมชา ซากุระงาม วัฒนธรรม ชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง ครั้งที่ 24 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้านโดยด้านที่มีความพอใจสูงสุดคือ ด้านสินค้าของที่ระลึก รองลงมา คือ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านที่พัก ตามลำดับ ด้านที่พื่อน้อยที่สุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งนี้นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุดถึงร้อยละ 58.00 คือ การชิมชา กาแฟ และการจัดร้านค้าและการซื้อสินค้า ส่วนแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวเข้า ปีหน้ามีร้อยละ 18.50 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 73.75 ไม่แน่ใจ

4. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นว่า การจัดงานเทศกาล ชิมชาฯ ครั้งที่ 24 เป็นงานที่ดีควรจัดต่อเนื่องทุก ๆ ปี เพราะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนและอนุรักษ์ วัฒนธรรมชนเผ่า ปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบมากที่สุด คือ ปัญหาเกี่ยวกับห้องน้ำ การจราจร และอาหาร และสินค้านั้นมีราคาแพงกว่าปกติ อากาศร้อนและฝุ่น ไม่มีที่นั่งชมการแสดง สำหรับปัญหาที่นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติพบเพิ่มเติมคือ ขาดป้ายข้อความและข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ

5. รายได้ของร้านค้าต่าง ๆ ผู้ประกอบการร้อยละ 84.31 ให้ความเห็นว่า รายได้จากการขาย สินค้าในปีลดลงจากปีก่อน เนื่องจากเศรษฐกิจไม่ดี นักท่องเที่ยวลดลงจากปีก่อน ทั้ง ๆ ที่ ร้อยละ 70.59 ขายสินค้าในราคาเท่าเดิม ส่วนที่มีรายได้มากที่สุด คือ ผู้ประกอบการร้านอาหาร รองลงมา คือ ผู้ประกอบการโรงแรม ที่พัก และสินค้าทั่วไป ส่วนร้านชาที่มีรายได้อยู่ในอันดับที่สี่ และอันดับที่ห้า คือ ร้านขายสินค้าชนเผ่า ตามลำดับ

รายได้ของร้านค้าที่เป็นร้านอาหารกับร้านขายสินค้าชนเผ่าและสินค้าอื่น ๆ แตกต่างกันไป มี ตั้งแต่ 250-5,000 บาทต่อวัน ร้านอาหารมีรายได้เฉลี่ยสูงสุดวันละ 52,260 บาท รองลงมาโรงแรม ที่พัก เฉลี่ยสูงสุดวันละ 51,000 บาท และร้านขายสินค้าทั่วไป เฉลี่ยวันละ 5,031 บาท และร้านชา กาแฟ เฉลี่ยวันละ 4,378 บาท ตามลำดับ

ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและการบริการในงานชิมชาฯ ครั้งที่ 24 จากจำนวน ร้านค้า ผู้ประกอบการทั้งหมดจากที่ตอบแบบสอบถามและให้การสัมภาษณ์ข้อมูล 51 แห่ง จะได้ ยอดขายเท่ากับ 4,744,974 บาท โดยไม่รวมรายได้ของร้านค้าที่มาขายเพิ่มและร้านอาหารรอบ ๆ บริเวณ งาน

6. ผู้ประกอบการร้านค้าและประชาชนในพื้นที่ที่มีความคิดเห็นว่า การจัดงานเทศกาลชิมชา ชากูระงาม วัฒนธรรมชนเผ่า และกาแฟดอยแม่สลอง เป็นกิจกรรมที่ดี กิจกรรมที่ชื่นชอบมาก คือ การชิมชา ชิมกาแฟ การออกร้าน และการแสดงบนเวที แต่ควรทำการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมาเพิ่มขึ้น ในหลาย ๆ ช่องทางโดยเฉพาะทางอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมภาคกลางคืนไม่ควรเลิกงานเร็วเกินไป ความสำเร็จของงานคือ การเพิ่มขึ้นของรายได้ การอนุรักษ์ของวัฒนธรรม ทำให้มีชื่อเสียงและเกิดความภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง ปัญหาที่ควรแก้ไข คือ เรื่องห้องน้ำ การจราจร การจัดระเบียบร้านค้าย่อย ที่ก้างแสงแดดและก้างฝนได้สำหรับร้านค้าย่อย และจัดที่นั่งพักสำหรับนักท่องเที่ยว จัดให้มีจุดทิ้งขยะหรือถังขยะสำหรับผู้มาร่วมงานด้วย และข้อเสนอแนะที่มากที่สุด คือ การเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานเทศกาลชิมชาในครั้งนี้ให้แตกต่างไปจากเดิม เพิ่มกิจกรรมการละเล่น เกมส์ สันทนาการ การจัดโปรโมชั่นคูปองส่วนลดสินค้า จัดคอนเสิร์ตหรือมีดารานักแสดงมาร่วมงาน การแข่งขันทำอาหาร เพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวอยู่ในงานได้นานขึ้น

การอภิปรายผล

ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวอยู่ในวัยทำงานระหว่าง 25-34 ปี และเป็นผู้มีการศึกษาสูง เดินทางมาเป็นครอบครัวเนื่องจากเป็นวันหยุดระยะยาวที่สมาชิกในครอบครัวว่างตรงกัน จึงเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้ดี เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อสูง และอยู่ในช่วงของการเฉลิมฉลองปีใหม่ ดังนั้น ผู้จัดงานจึงมีช่องทางในการจัดกิจกรรมและจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มขึ้น โดยใช้ประโยชน์จากคุณลักษณะและช่วงเวลาให้มากขึ้นได้อีก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในงานเทศกาลชิมชาฯ มีเพียงการชมงาน การชิมชา ชิมกาแฟ และการซื้อของ เป็นหลัก ขาดกิจกรรมการมีส่วนร่วม ทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในงานที่จัดขึ้นน้อย ซึ่งมีผลต่อความรู้สึกประทับใจและความพึงพอใจที่น้อยกว่าที่ควรจะเป็น ทั้งนี้ การใช้เวลาอยู่ในงานให้นานขึ้น เช่น มีการละเล่นต่าง ๆ เกมส์สันทนาการ กิจกรรมโปรโมชั่นด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม จะเสริมสร้างให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับรายละเอียดของวัฒนธรรมชนเผ่าได้มากขึ้น ดังนั้น การประชาสัมพันธ์งานเทศกาลชิมชาฯ ควรมีระยะเวลาให้นานมากขึ้นกว่าเดิมและหลากหลายช่องทางในการสื่อสาร อาทิ อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สืบค้นข้อมูล มีเวลาเตรียมตัวในการเดินทางและพักค้างคืนบนดอยแม่สลองนอก จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศและกิจกรรมในงานทั้งภาคกลางวันและกลางคืนและยังจะมีผลต่อความประทับใจของนักท่องเที่ยวและอยากกลับมาเที่ยวซ้ำในปีต่อไป ในกรณีของนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน พบว่า ส่วนใหญ่ในปีนี้เป็นบุคคลในพื้นที่ดอยแม่สลองที่มาร่วมงาน ประกอบกับนักท่องเที่ยวไม่มีโอกาสชมการแสดงในภาคกลางคืนและอยู่ในงานไม่นานเนื่องจากแดดร้อนจัด หากไม่นั่งในร้านน้ำชา ร้านกาแฟ ก็ต้องมานั่งพัก ณ จุดให้บริการนักท่องเที่ยวที่มีที่จำกัดและอยู่นอกบริเวณงาน

การที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ และมาเป็นครั้งแรก ซึ่งไม่ได้มีการตั้งความคาดหวังไว้ล่วงหน้า ซึ่งตามทฤษฎีแล้วความคาดหวังสูงจะมีผลทำให้ความพอใจน้อยกว่าไม่ได้ตามหวัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความพึงพอใจของ จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551 : 64-65) เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548 : 169) หากลูกค้ามีความพึงพอใจจะส่งผลให้การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกต่อการบริการ อย่างไรก็ตาม ชื่อของงานเทศกาลชิมชาฯ เช่น คำว่า “ซากุระงาม” ทำให้นักท่องเที่ยวผิวดำอยู่บ้าง เนื่องจากภายในงานมีซากุระที่จัดแสดงไม่มาก ถึงแม้จะเข้าใจดีว่าเป็นเรื่องของธรรมชาติก็ยังคงคิดว่าบนดอยแม่สลองน่าจะมีดอกซากุระบานเช่นเดียวกับที่ดอยช้างมูบ หรือดอยตุง เป็นต้น ดังนั้น ผู้จัดงานควรจัดหาสิ่งชดเชยความรู้สึกของนักท่องเที่ยว อย่างเช่น มีป้ายภาพดอกซากุระบานขนาดใหญ่แสดงไว้ให้นักท่องเที่ยวถ่ายภาพ หรือทำต้นซากุระปลอมต้นใหญ่เป็นจุดถ่ายภาพ เป็นต้น รวมถึง คำว่า “กาแฟ” อาจจะมีกิจกรรมฝึกคั่วกาแฟ หรือจัดแสดงกระบวนการผลิตกาแฟ ที่นอกเหนือจากการให้ชิมกาแฟเพียงอย่างเดียว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ซึ่งเมื่อนักท่องเที่ยวได้สัมผัสตรงลงมือทำจะทำให้เกิดการรับรู้ ชาบซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตามมา นอกจากนี้สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบ เช่น ป้ายบอกทางไปงาน ข้อมูลกำหนดการ ห้องสุขา ที่นั่งพัก เป็นเรื่องที่ต้องการปรับปรุงต่อไปอีก

ด้านผลงานเชิงประจักษ์ของการจัดงานเทศกาลชิมชาในครั้งนี้ สิ่งที่เกิดขึ้น คือ ประโยชน์ด้านรายได้ ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมชนเผ่า และชื่อเสียงของดอยแม่สลองเป็นเรื่องสำคัญที่ทุกฝ่ายเห็นตรงกันและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน รวมถึงการกระจายรายได้ที่เกิดจากการจัดงานในปีนี้มีมีการกระจายรายได้สู่ชุมชน จึงนับได้ว่าองค์การบริหารส่วนตำบลแม่สลองนอกประสบความสำเร็จในการจัดงานเทศกาลชิมชาฯ ครึ่งนี้ สำหรับวัฒนธรรมชนเผ่าที่ชัดเจน คือ การแสดง การแต่งกาย การละเล่น และสินค้าชนเผ่า ช่วยให้ทราบแนวทางในการทำให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมได้มากขึ้น นับเป็นโอกาสที่ดีที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมจริงอย่างใกล้ชิดผ่านกิจกรรมของชุมชน ซึ่งผลจากการจัดงานในครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการจัดกิจกรรมพิเศษ หรือ Special Event ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (http://lexitron.nectec.or.th/2009_1/index.php?q=,2562) เกรียงไกร กาญจนะโกคิน (2549 : 52-55) Goldblatt (1997 : 2) Shone and Parry (2004 : 17) และวิลสา กลางณรงค์ (2543 : 43) ในเรื่องของการจัดอีเวนท์ว่าเป็นการจัดกิจกรรมที่จัดขึ้นในโอกาสพิเศษ เพื่อให้เป็นเหตุการณ์ที่สำคัญและน่าจดจำ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้

1. ด้านสถานที่ ควรปรับปรุงทัศนียภาพในบริเวณการจัดงานให้สอดคล้องกับชื่อของงานเพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว มีการติดตั้งป้ายของแต่ละพื้นที่หรือแผ่นพับประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและเพียงพอ นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมส่วนต่าง ๆ ภายในงานได้ตามความสนใจ เพิ่มการประชาสัมพันธ์การจัดงานให้มากยิ่งขึ้น ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น สื่อสังคมออนไลน์ อาทิเช่น Facebook, Twitter, Line และ Instagram โดยประชาสัมพันธ์ก่อนระยะเวลาจัดงานล่วงหน้าอย่างชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เตรียมการวางแผนการเดินทางไว้ล่วงหน้า

อาจมีการปรับรูปแบบการจัดงานภายในอาคารเพื่อป้องกันการเกิดสภาพอากาศที่ไม่อำนวยระหว่างการจัดงาน เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว มีการจัดแบ่งโซนในการเดินชมอย่างชัดเจน เช่น โซนสินค้าที่ระลึก สินค้าพื้นเมือง โซนการแสดง โซนขายอาหาร รวมถึงการรณรงค์ให้ผู้ขายสินค้าแต่งกายชุดชนเผ่าเพื่อเพิ่มสีสันในงาน

2. ด้านกิจกรรม ควรเพิ่มกิจกรรมบนเวทีให้มีความหลากหลาย น่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยมีการจัดทำตารางกิจกรรมอย่างชัดเจนไว้ตามบริเวณงาน และควรเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างใกล้ชิด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง เสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีและน่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งมีกิจกรรมเสริม เช่น เกมส์หรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วม (กิจกรรมแลกของรางวัล การชิงรางวัล เมื่อเที่ยวชมงานครบตามจุดที่กำหนด) หรือมีการผลิตสินค้าของที่ระลึกประจำงานเทศกาลชิมชาฯ และการปรับรูปแบบการจัดงานเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

3. ด้านการเข้าถึง ดูแลเส้นทางการคมนาคม ป้ายบอกทางตั้งแต่จุดทางแยกที่แสดงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ติดป้ายประชาสัมพันธ์การจัดงานเป็นระยะ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยวการตั้งป้ายพิวเจอร์บอร์ดก่อนการจัดงานตามจุดที่มีนักท่องเที่ยว เช่น ห้างสรรพสินค้า โดยให้มีข้อมูลของงานผ่านคิวอาร์โค้ด ในส่วนของบริเวณจัดงาน เตรียมที่จอดรถให้เพียงพอ ไม่ไกลจากสถานที่จัดงาน รวมถึงจัดเจ้าหน้าที่ดูแลการจอดรถให้เป็นระเบียบไม่จอดบังทางเข้างาน

4. ด้านที่พัก ตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักให้พร้อมสำหรับการให้บริการ มีระบบการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว พนักงานมีทักษะในการให้บริการความเต็มใจ และการยิ้มแย้มแจ่มใสตลอดเวลา

5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ดูแลห้องน้ำให้เพียงพอและสะอาด ติดตั้งป้ายห้องน้ำให้เห็นได้ชัดเจนติดตั้งถังขยะในบริเวณงานอย่างเหมาะสมและเพียงพอ จัดให้มีมีคฤศก์น้อยในการแนะนำและนำชมภายในงาน การเพิ่มจุดนั่งพักให้กับนักท่องเที่ยว มีป้ายบอกทางหรือประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560*. กรุงเทพฯ: เกรียงไกร กาญจนะโกธิน. (2549). *Event marketing*. กรุงเทพฯ : พิชเนศ พรินตริงเซนเตอร์.
- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. (2551). *จิตวิทยาบริการ*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542). *การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). *การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม อันดามันจุดเปลี่ยนอันดามันสู่ความยั่งยืน*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ.(2550) *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ. วี อินเตอร์ พรินท์.
- ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2562). *การวางแผนการจัดกิจกรรมทางการตลาด*, สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2562. จาก <https://marketeeronline.co/archives/136325>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- มนัส สุวรรณ, อุดม เกิดพิบูลย์, อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์, ประหยัด ปานดี, บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, ประสิทธิ์ การกลาง, รักกิจ ศรีสรินทร์, และนเร เหล่าวิทยา.(2541). *โครงการศึกษาแนวทางและการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ยุทธพงษ์ กัยวรรณ. (2543). *พื้นฐานการวิจัย*. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- เยาวดี ราชชัยกุล วิบูลย์ศรี. (2553). *การประเมินโครงการแนวคิดและแนวปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลสา กลางณรงค์. (2543). *ทัศนคติของวัยรุ่นต่อการตลาดเชิงกิจกรรม*. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2552). *พจนานุกรมศัพท์อิเล็กทรอนิกส์ ไทย-อังกฤษ LEXITRON เวอร์ชัน 2009 beta*, สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2562, จาก http://lexitron.nectec.or.th/2009_1/index.php?q=
- สงศรี วงษ์เวช. (2545). *รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำปิง*. (วิทยานิพนธ์การศึกษา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

- สุวิมล ตีรกานันท์. (2548). *การประเมินโครงการ : แนวทางสู่การปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). *จิตวิทยาบริการ : Service psychology* เอกสารวิชาการเชิงประยุกต์ด้านธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม การขนส่ง และธุรกิจจัดการงานบริการ. กรุงเทพฯ : อุดลพัฒน์กิจ.
- Cronbach, Lee J. (1974). *Essentials of Psychological Testing*. 3rd ed. New York: Harper & Row Publisher.
- Goldblatt, J. (1997). *Special events: Best practices in modern event management* (2nd ed.). New York: Van Nostrand Reinhold.
- Goldblatt, J. J. (2011). *Special events : A new generation and the next frontier*. Hoboken, N.J: Wiley.
- Jones, M. (2017). *Sustainable event management: A practical guide*. Routledge.
- Shertzer, B., & Linden, J. D. (1979). *Fundamentals of individual appraisal*. Boston : Houghton Mifflin.
- Shone, A., & Parry, B. (2004). *Successful event management : A practical handbook*. London: Thompson.