

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดลำปางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Destination Image of Lampang Province by Thai Tourists

ภูษิณธิกา ธรรมสอน* และวรรณัย สายประเสริฐ**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดลำปางของนักท่องเที่ยวชาวไทย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง จำนวน 400 ราย สอบถามข้อมูลระดับความคิดเห็นภาพลักษณ์ของจังหวัดลำปาง 9 ด้าน ประกอบด้วย ด้านประสบการณ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านราคา ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย ด้านการเรียนรู้ด้านสังคม และด้านชื่อเสียง นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุमान รวมถึงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดลำปางทั้ง 9 ด้าน จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาจังหวัดลำปาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาพักค้างแรม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทหรือร้านค้า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ เดินทางมาจังหวัดลำปางเพื่อท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก พาหนะที่ใช้เดินทางมาจังหวัดลำปางคือรถยนต์ส่วนตัว และใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง บุคคลที่ร่วมเดินทางคือ เพื่อน มีค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการท่องเที่ยว 2,001 – 3,000 บาท พักแรมที่โรงแรม และมีระยะเวลาการพักค้างแรมในจังหวัดลำปาง 1 คืน ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางอยู่ในระดับเห็นด้วยทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นได้ดังนี้ คือ ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย รองลงมาได้แก่ ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง ด้านสังคม ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย ด้านการเรียนรู้ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านประสบการณ์ และด้านราคา ตามลำดับ

เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาจังหวัดลำปาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาพักค้างแรม พบว่า จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาจังหวัดลำปาง แตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย ด้านการเรียนรู้ และด้านสังคม ประเด็นย่อย สามารถเรียนรู้และมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางมาจังหวัดลำปางหลายครั้งมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางมาครั้งแรก จึงควรให้ความสำคัญกับผู้ที่เคยเดินทางมาจังหวัดลำปางเป็นครั้งแรกโดยการประชาสัมพันธ์ให้เห็นว่าจังหวัดลำปางมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอย่างไร

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มีสถานที่ท่องเที่ยวใดบ้างที่น่าสนใจและห้ามพลาด รวมถึงต้องสร้างภาพอันน่าจดจำและสื่อสารออกมาให้ตรงประเด็น เพื่อให้ผู้ที่เดินทางมาจังหวัดลำปางเป็นครั้งแรกเข้าถึงข้อมูลได้มากขึ้น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกันในด้านประสบการณ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านราคา ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย และด้านการเรียนรู้ จึงควรให้ความสำคัญโดยการจัดระเบียบสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยเหมาะสมแก่การพักผ่อน ไม่มีสิ่งยั่วยุรบกวน รวมถึงให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยในสถานที่พักผ่อนต่าง ๆ ระยะเวลาพักค้างแรม แตกต่างกันในด้านราคา ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย และด้านการเรียนรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาพักค้างแรมมากกว่า 1 คืน มีความคิดเห็นประเด็นย่อย สามารถเรียนรู้และมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปางมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาพักค้างแรม 1 คืน จึงควรให้ความสำคัญกับผู้ที่มีระยะเวลาพักค้างแรมมากกว่า 1 คืน โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยให้นักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่นได้โดยตรง เพื่อให้เกิดความประทับใจและอยากกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต

ABSTRACT

The independent study entitled “Destination Image of Lamphang Province by Thai Tourists” studied destination image of Lamphang Province as perceived by Thai tourists. The data was collected from 400 Thai tourists who had visited Lamphang Province. The questionnaire asked the respondents about Lamphang Province’s image on 9 aspects, namely experience, attractions, price, environment, recreation, excitement and adventure, learning, society, and reputation. The data was then analyzed using descriptive statistics which consisted of frequency, percentage, mean, standard deviation, and inference statistics, namely the relation between all 9 aspects of destination image and number of visits to Lamphang Province, travelling expenses, and period of stay.

The results of the study showed that most questionnaire respondents were female, 31–40 years old, holding Bachelor’s degree. They were cooperate employees with the monthly salary of 15,001–25,000 baht, residing in the North of Thailand. Most travelled to Lamphang Province for the first time, by their own car. They used their own car to travel around town. They were accompanied by their friends. Their travel expense was 2,001– 3,000 baht per visit. Mostly they spent one night in a hotel and visited places in Ampler Mueang Lamphang.

The respondents agreed with all 9 aspects of destination image in the following order: recreation, reputation of Lamphang tourist attractions, society, attractions, excitement and adventure, learning, environment, experience, and price.

When classifying the respondents according to a number of visits, travelling expenses, and period of stay, the results were as follows. For a number of visits, the differences were in attractions, environment, excitement and adventure, learning and society. The difference was also found in a subaspect: being able to learn and experience new things when visiting Lamphang. The respondents visiting Lamphang Province several times had a lower average

level of agreement than the respondents travelling to Lampang Province for the first time. Therefore, the importance should be placed on the respondents travelling to Lampang Province for the first time by publicizing the history of Lampang Province, and its interesting tourist attractions and by creating and pertinently making known the memorable image to the public. This is in order that the travellers visiting Lampang Province for the first time can have a more opportunity to access to the information. For travelling expenses, the differences were in experience, attractions, price, recreation, excitement and adventure, and learning. Therefore, the emphasis should be put on the tourist attractions by making them appropriate and serene for recreation. Furthermore, the importance should be given to the safety and security of tourist accommodations. For the period of stay, the differences were in price, excitement and adventure, and learning. The respondents who stayed overnight for more than one night agreed more to the subaspect, namely being able to learn and experience new things than the respondents who stayed only one night. Therefore, the importance should be placed on the respondents staying in Lampang Province for more than one night. The activities to promote tourism in the province should be organized, such as giving tourists a chance to interact and exchange experiences with local people, and to directly learn their traditional culture in order to impress and attract them to revisit the province in the future.

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม บทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็คือ บทบาทด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้จำนวนมากให้ระบบเศรษฐกิจ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2562 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดรายได้ 2.21 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 ร้อยละ 10 และในจำนวนนี้เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 1 พันล้านบาท ธุรกิจที่ได้รับประโยชน์จากการเติบโตของการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ โรงแรมและที่พัก รองลงมาได้แก่ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561 : ออนไลน์) จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและท้องถิ่นทั่วทุกภูมิภาคของประเทศได้อย่างกว้างขวาง

นอกจากนี้รายงานสถิติของบลูมเบิร์กในปี พ.ศ. 2560 กล่าวว่าประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 57,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรือ 1.8 ล้านล้านบาท ซึ่งมากเป็นอันดับ 4 ของโลก โดยอันดับหนึ่งคือ สหรัฐอเมริกา อันดับสอง สเปน และอันดับสามคือ ฝรั่งเศส (Ekstein, 2018 : ออนไลน์) แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

หากจะกล่าวถึงการเดินทางท่องเที่ยวแล้วนั้นก่อนที่นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์จากการเดินทาง นักท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ไว้ล่วงหน้าซึ่งความรู้สึกนั้นอาจมีที่มาจากต่างกัน และเมื่อกล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ผู้ที่ได้ฟังจะนึกถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งควบคู่กันไปโดยที่ผู้ฟังนั้นยังไม่เห็นและสัมผัสได้จริง

ด้วยตนเอง ความรู้สึกนึกคิดล่วงหน้าเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนี้เรียกว่า “ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว” ดังนั้นการสร้างและจัดการภาพลักษณ์ให้มีความน่าสนใจและอยู่ในใจของนักท่องเที่ยวจึงเป็นเป้าหมายสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนของทุกธุรกิจการท่องเที่ยว (วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง, 2557)

จังหวัดลำปางตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน มีความเก่าแก่และมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ไม่น้อยกว่า 1,300 ปี ตั้งแต่สมัยหริภุญชัย (พระนางจามเทวี) เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ (สำนักงานจังหวัดลำปาง, 2558 : ออนไลน์)

จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยประจำปี พ.ศ. 2559 ของจังหวัดลำปาง พบว่า มีจำนวน 822,534 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ที่มีจำนวน 780,159 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2559 : ออนไลน์) ประกอบกับปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีแนวคิดประชาสัมพันธ์จังหวัดท่องเที่ยวใหม่ ภายใต้โครงการ “เมืองต้องห้าม...พลาด” โดยการคัดเลือก 12 เมืองทางเลือกจาก 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ เป็นการประชาสัมพันธ์และกระตุ้นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่รองที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่แฝงด้วยเอกลักษณ์และมีเรื่องราวที่น่าสนใจ 12 จังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น ซึ่งในภาคเหนือจังหวัดลำปางเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้รับคัดเลือกภายใต้การรณรงค์ที่มีชื่อว่า “เมืองที่ไม่หมุนตามกาลเวลา จังหวัดลำปาง” และในปี พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เพิ่มจังหวัดอีก 12 จังหวัด ที่มีเอกลักษณ์และเรื่องราวที่น่าสนใจไปในแนวทางเดียวกันกับ 12 จังหวัดแรก โดยในส่วนของจังหวัดลำปางนั้นเชื่อมโยงกับจังหวัดลำพูนเน้นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในความเป็นเมืองเก่า มีกลิ่นอายของวันวาน และชมวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560 : ออนไลน์)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าภาพรวมจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่จากการศึกษาข้อมูลทางสถิติ พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่จังหวัดลำปางยังมีจำนวนน้อยกว่าจังหวัดใกล้เคียงค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นจังหวัดเชียงรายที่มีนักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2559 จำนวน 2,635,864 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2559 : ออนไลน์) หรือแม้กระทั่งจังหวัดลำพูนที่มีนักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2559 จำนวน 1,034,273 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2559 : ออนไลน์) จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าเหตุใดจังหวัดลำปางที่เข้าร่วมโครงการ “เมืองต้องห้าม...พลาด” ก่อน จึงมีนักท่องเที่ยวน้อยกว่าจังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นจังหวัดที่ได้รับคัดเลือกเพิ่มเติมในภายหลัง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดลำปางของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อค้นหาเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนส่งเสริมภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สร้างความน่าเชื่อถือและสร้างการจดจำจนเกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว นำไปสู่การเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของจำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งคาดหวังว่าจะเป็นประโยชน์ในการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางต่อไป

แนวคิดและทฤษฎี

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสามารถจำแนกออกเป็น 9 ด้านดังนี้ (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2551)

1. ด้านประสบการณ์
2. ด้านสิ่งดึงดูดใจ
3. ด้านราคา
4. ด้านสภาพแวดล้อม
5. ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย
6. ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย
7. ด้านการเรียนรู้
8. ด้านสังคม
9. ด้านชื่อเสียง

ดังนั้น การศึกษานี้จึงใช้แนวคิดในกรอบ 9 ปัจจัยดังกล่าว เป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การท่องเที่ยวและไม่มีการหางานทำและไม่มีรายได้เกิดขึ้นจากการเดินทางนั้น ๆ ทั้งนี้จะต้องค้างแรมอย่างน้อย 1 คืน รวมทั้งสิ้น 400 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็นดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของการท่องเที่ยว ค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Likert Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (นลินี ฅ นคร, 2546) ค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยคำนวณคะแนนเฉลี่ยจากคะแนนมาตรวัด 5 ระดับ และเปรียบเทียบเกณฑ์การแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยของคะแนน ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำและการบอกต่อ เป็นการสรุปข้อมูลเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละและพรรณนา ส่วนที่ 5 เป็นการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การทดสอบตัวแปรด้วยวิธีค่าแจกแจงแบบที (Independent Sample T-test) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มจำแนกตาม จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาจังหวัดลำปาง และระยะเวลาพักค้างแรม รวมถึงการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ นำเสนอเป็นความเรียง

ผลการศึกษา

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทหรือร้านค้า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ เดินทางมาจังหวัดลำปางเพื่อท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก พาหนะที่ใช้เดินทางมาจังหวัดลำปางคือ รถยนต์ส่วนตัว และใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง บุคคลที่ร่วมเดินทางคือ เพื่อน มีค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการท่องเที่ยว 2,001 – 3,000 บาท พักแรมที่โรงแรม และมีระยะเวลาการพักค้างแรมในจังหวัดลำปาง 1 คืน ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางอยู่ในระดับเห็นด้วยทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นได้ดังนี้ คือ ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย รองลงมาได้แก่ ด้านชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง ด้านสังคม ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความน่าตื่นเต้น และการผจญภัย ด้านการเรียนรู้ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านประสบการณ์ และด้านราคา ตามลำดับ นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปางในอนาคต และแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง

เนื่องจากจังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่มีความพร้อมทุก ๆ อย่างทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามสมบูรณ์ อากาศดี วิวทิวทัศน์มีประวัติความเป็นมาเก่าแก่และน่าสนใจ อีกทั้งยังเห็นการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายของคนในท้องถิ่น นอกจากนี้จังหวัดลำปางยังเป็นทางผ่านไปยังจังหวัดอื่น ๆ สามารถแวะพักหรือท่องเที่ยวได้ อีกทั้งการคมนาคมก็สะดวก เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย จึงอยากแนะนำให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดลำปางเพื่อพบประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อจำแนกนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดลำปางเป็นครั้งแรกและเดินทางมามากกว่า 1 ครั้ง พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย ด้านการเรียนรู้ และด้านสังคม จำแนกนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 3,000 บาท มีค่าใช้จ่าย 2,001-3,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านประสบการณ์ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านราคา ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย และด้านการเรียนรู้ รวมถึงจำแนกตามระยะเวลาพักค้างแรม 1 คืน และมากกว่า 1 คืน มีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านราคา ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย และด้านการเรียนรู้

การอภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับเห็นด้วย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริกัญญา อารัญ (2551) ที่ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ รวมถึงไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจารุณี ทรัพย์บุญโต (2555) ที่ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายจากมุมมองประชาชนในท้องถิ่นและต่างถิ่น ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับเห็นด้วย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรุ่งทิศา จินดาศรี (2558) ที่ศึกษาการรับรู้องค์ประกอบด้านจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ของพระธาตุนพเม จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ทั้งนี้อาจเนื่องจากสภาพภูมิประเทศและสภาพพื้นที่แต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะแยกตามจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาจังหวัดลำปาง

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางมาจังหวัดลำปางหลายครั้งเห็นด้วยกับปัจจัยย่อยมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงามและสมบูรณ์ สูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางมาครั้งแรก แต่ประเด็นย่อย สามารถเรียนรู้และมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางมาจังหวัดลำปางหลายครั้งมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางมาครั้งแรก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญกับผู้ที่เคยเดินทางมาจังหวัดลำปางเป็นครั้งแรกโดยการประชาสัมพันธ์ให้เห็นว่าจังหวัดลำปางมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอย่างไร มีสถานที่ท่องเที่ยวใดบ้างที่น่าสนใจ

และห้ามพลาด รวมถึงต้องสร้างภาพอันน่าจดจำและสื่อสารออกมาให้ตรงประเด็น เพื่อให้ผู้ที่เดินทางมาจังหวัดลำปางเป็นครั้งแรกเข้าถึงข้อมูลได้มากขึ้นและนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจนำไปสู่การกลับมาท่องเที่ยวและแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปางในอนาคต ส่วนผู้ที่เคยเดินทางมาจังหวัดลำปางหลายครั้งอาจเพราะชอบธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และสนใจเรื่องของประวัติศาสตร์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของจังหวัดรักษาสภาพความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติเอาไว้ไม่ให้ถูกทำลายไปพร้อมกับการบอกเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ให้นำจดจำและน่าสนใจ

ข้อเสนอแนะแยกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 3,000 บาท เห็นด้วยกับปัจจัยย่อย สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำปางเป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายและสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี ที่พักรับประทานอาหารสามารถเรียนรู้และมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่าย 2,001-3,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 2,000 บาท ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของจังหวัดให้ความสำคัญโดยการจัดระเบียบสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยเหมาะแก่การพักผ่อน ไม่มีเสียงดังรบกวน ให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยในสถานที่พักรับประทานอาหารต่าง ๆ เป็นต้น รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจอยู่เสมอ เช่น การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man Made) เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้มีการใช้จ่ายเพิ่มเติม และทำการปรับปรุงเพิ่มเติมความหลากหลายเข้าไปเพื่อให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะแยกตามระยะเวลาพักค้างแรม

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาพักค้างแรมมากกว่า 1 คืน เห็นด้วยกับปัจจัยย่อยสามารถเรียนรู้และมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปางมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาพักค้างแรม 1 คืน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับผู้ที่มีระยะเวลาพักค้างแรมมากกว่า 1 คืน โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยให้นักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่นได้โดยตรง เพื่อให้เกิดความประทับใจและอยากกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต เช่น การสัมผัสวิถีชีวิตของคนเลี้ยงม้าที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคนหรือการผลิตเซรามิกอันเลื่องชื่อของจังหวัดลำปาง รวมถึงการสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นผ่านการเที่ยวชมตลาดนัด เป็นต้น

ข้อเสนอแนะตามแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง

จากการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางมีความเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ อีกทั้งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาจังหวัดลำปางมากกว่า 1 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการท่องเที่ยว 2,000-3,000 บาท วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางคือการท่องเที่ยวและพักผ่อน 1 คืน ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรจะเน้นการพัฒนาแบบบูรณาการโดยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณค่าผ่านการบอกเล่าเรื่องราวในอดีตที่น่าสนใจ ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ตนอาศัยอยู่ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวให้น่าจดจำ สร้างกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวไปพร้อมกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อมความสะอาดพื้นฐานให้มีความเป็นมาตรฐานและครอบคลุมทุกแหล่งท่องเที่ยว

ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง พ.ศ. 2561 – 2564 ที่มียุทธศาสตร์การพัฒนาคูณภาพโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยว สินค้า บริการด้านการท่องเที่ยวตลอดจนพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นอัตลักษณ์ชุมชนที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อมชุมชนเจ้าของพื้นที่ตลอดจนการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรและสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวให้กับประชาชน โดยในที่นี่ผู้ศึกษาขอเสนอโมเดลในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดลำปางตามแนวคิด “ลำปาง เมืองที่ไม่หม่นตามกาลเวลา” ในรูปแบบของ MBA Model ดังนี้

ประเด็นที่ 1 M: Management คือการบริหารและจัดการอย่างมีกระบวนการและเป็นขั้นตอนได้แก่ การวางแผน การจัดการพื้นที่ การจัดการสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของท้องถิ่น การจัดการบุคลากรทางการท่องเที่ยว การจัดการด้านรายได้ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและชุมชน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

ประเด็นที่ 2 B: Backgrounds คือการบอกเล่าเรื่องราวของจังหวัดลำปางผ่านการใช้สื่อ สังคมออนไลน์หรือการบอกเล่าเรื่องราวในอดีตผ่านคนในพื้นที่ เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีกับนักท่องเที่ยว และสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ได้อย่างแท้จริง

ประเด็นที่ 3 A: Activity and Attraction คือการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายตามศักยภาพและบริบทของพื้นที่หรือตามสถานที่ท่องเที่ยววนั้น ๆ เน้นการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ และมีการดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว. (2559). สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทย-ต่างชาติ ประจำปี 2015-2016. สืบค้นจาก

http://61.19.236.136:8090/dotr/statistic_compare.php?year%5B%5D=2016&year%5B%5D=2015

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). ผลงานด้านการท่องเที่ยวรอบปี 2561. สืบค้นจาก

<https://www.mots.go.th/content.php?nid=11277&filename=index>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). 12 เมืองต้องห้าม. สืบค้นจาก <http://www.tatnewsthai.org/news.php>

จารุณี ทรัพย์บุญโต. (2555). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายจากมุมมองประชาชนในท้องถิ่นและต่างถิ่น.

(การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

นลินี ณ นคร. (2546). เครื่องมือการวิจัย เอกสารชุดฝึกอบรมการเรียนรู้การทำวิจัยด้วยตนเอง. นนทบุรี:

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

รุ่งทิวา จินดาศรี. (2558). การรับรู้องค์ประกอบด้านจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ของพระธาตุพนม

จังหวัดนครพนม. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม.

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2551). กลยุทธ์การตลาดของเมืองไทย. กรุงเทพฯ: เอส สแควร์ แมกกาซีน.

วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง. (2557). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย Destination Image in Thailand. วารสาร

มหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 34(1), 31-34.

- ศิริกันยา อารัญ. (2551). ภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.
- สำนักงานจังหวัดลำปาง. (2558). จังหวัดลำปาง. สืบค้นจาก <http://www.lampang.go.th/travel/travel1.htm>
- สำนักงานจังหวัดลำปาง กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2561). แผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 4 ปี (พ.ศ. 2561 – 2564). สืบค้นจาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER21/DRAWER069/GENERAL/DATA0000/00000053.PDF>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. สืบค้นจาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8404
- Ekstein, N. (2018). *Travelers Spend More Money in Thailand than Anywhere Else in Asia*. Retrieved from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-10-10/travelers-spend-more-money-in-thailand-than-anywhere-else-in-asia>