

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์สำคัญ	4
1.4.1 การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้	4
1.4.2 การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม	4
1.4.3 การท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	7
2.1 ความหมายและประเภทของภูมิปัญญา	7
2.2 โปรแกรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาที่มีอยู่แล้วในชุมชน	11
2.3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่จะเที่ยวเพื่อการเรียนรู้	15
2.4 ระดับของการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม	16
2.5 อุปสรรคที่จะขัดขวางความสำเร็จของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้	17
บทที่ 3 ทฤษฎี กรอบแนวคิด และสมมติฐาน	19
3.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย	19
3.1.1 กรอบแนวคิดด้านอุปสงค์	19
3.1.2 กรอบแนวคิดด้านอุปทาน	20
3.2 สมมติฐาน	23
3.2.1 สมมติฐานด้านความต้องการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้	23
3.2.2 สมมติฐานด้านศักยภาพและความพร้อมของชุมชน	24

บทที่ 4	วิธีการศึกษา	27
4.1	การเก็บข้อมูลและจำนวนตัวอย่าง	27
4.2	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	28
4.2.1	ข้อมูลเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	28
4.2.2	ความยินดีที่จะจ่าย	28
4.2.3	ส่วนแบ่งการตลาด	29
4.2.4	การวิเคราะห์ด้วยเศรษฐมิติ	29
บทที่ 5	ผลการศึกษาด้านการตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ	35
5.1	ข้อมูลเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	35
5.1.1	เพศและอายุ	35
5.1.2	ถิ่นฐานและอายุ	36
5.1.3	ถิ่นฐานและการเป็นนักท่องเที่ยวซ้ำ	38
5.1.4	การเป็นนักท่องเที่ยวซ้ำและระยะเวลาในการพำนัก	39
5.1.5	ช่องทางการซื้อทริปการท่องเที่ยว	40
5.2	การตัดสินใจเลือกของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	42
5.2.1	ประเภทของการเรียนรู้	42
5.2.2	แหล่งเรียนรู้	44
5.2.3	ระดับของการมีส่วนร่วม	50
5.2.4	ระยะเวลาที่เหมาะสมในการใช้บริการ	52
5.2.5	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	53
5.2.6	ราคาและความยินดีที่จะจ่ายค่าบริการท่องเที่ยว	55
5.3	การตัดสินใจใช้บริการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ	64
5.3.1	ความรู้สึกเรื่องความปลอดภัย	65
5.3.2	ความรู้สึกเรื่องความสะดวกสบาย	66
5.3.3	ความยอมรับเรื่องสภาพที่พักโฮมสเตย์	67
5.3.4	ความยอมรับเรื่องอาหารพื้นเมือง	67
5.3.5	ความยินดีที่จะจ่ายค่าที่พักโฮมสเตย์และค่าอาหาร	67
5.3.6	ความสนใจของนักท่องเที่ยว	69
5.3.7	สภาพการทำงานของนักท่องเที่ยวในประเทศของตน	70

5.4	การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวซ้ำ	71
5.4.1	ระดับความถี่ของการเรียนรู้	71
5.4.2	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	72
5.5	ส่วนแบ่งการตลาด	74
5.6	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยินดีที่จะจ่าย	78
5.7	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการท่องเที่ยว	81
5.8	การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Conditional Logit	84
บทที่ 6	กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสซื้อสูง	87
6.1	ข้อมูลเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสซื้อสูง	87
6.1.1	เพศและอายุ	87
6.1.2	ถิ่นฐานและอายุ	88
6.1.3	ถิ่นฐานและการเป็นนักท่องเที่ยวซ้ำ	89
6.1.4	การเป็นนักท่องเที่ยวซ้ำและระยะเวลาในการพำนัก	90
6.1.5	ช่องทางการซื้อทริปการท่องเที่ยว	91
6.2	การตัดสินใจเลือกของนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสซื้อสูง	92
6.2.1	ประเภทของการเรียนรู้	92
6.2.2	แหล่งเรียนรู้	93
6.2.3	ระดับของการมีส่วนร่วม	95
6.2.4	ระยะเวลาที่เหมาะสมในการใช้บริการ	96
6.2.5	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	98
6.2.6	ราคาและความยินดีที่จะจ่ายค่าบริการท่องเที่ยว	99
6.3	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มที่มีโอกาสซื้อสูง	104
6.3.1	ความยอมรับเรื่องที่พักและอาหารในชุมชน	104
6.3.2	ความยินดีที่จะจ่ายค่าที่พักโฮมสเตย์และค่าอาหาร	104
6.3.3	ความสนใจของนักท่องเที่ยว	105
6.3.4	สภาพการทำงานของนักท่องเที่ยวในประเทศของตน	106
6.4	ส่วนแบ่งการตลาด	107

6.5	การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	109
6.6	ข้อมูลเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย	111
6.6.1	ถิ่นฐานและการเป็นนักท่องเที่ยวซ้ำ	111
6.6.2	การเป็นนักท่องเที่ยวซ้ำและระยะเวลาในการพำนัก	112
6.6.3	ช่องทางการซื้อทริปการท่องเที่ยว	112
6.7	การตัดสินใจเลือกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย	113
6.7.1	ประเภทของการเรียนรู้	114
6.7.2	แหล่งเรียนรู้	115
6.7.3	ระดับของการมีส่วนร่วม	117
6.7.4	ระยะเวลาที่เหมาะสมในการใช้บริการ	118
6.7.5	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	119
6.7.6	ราคาและความยินดีที่จะจ่ายค่าบริการท่องเที่ยว	120
6.8	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย	124
6.8.1	ความยอมรับเรื่องที่พักและอาหารในชุมชน	124
6.8.2	ความยินดีที่จะจ่ายค่าที่พักโฮมสเตย์และค่าอาหาร	125
6.8.3	ความสนใจของนักท่องเที่ยว	126
6.8.4	สภาพการทำงานของนักท่องเที่ยวในประเทศของตน	127
6.9	ส่วนแบ่งการตลาด	128
บทที่ 7	ผลการศึกษาด้านศักยภาพชุมชน	131
7.1	ข้อมูลเบื้องต้นของชุมชน	131
7.2	ความพร้อมของบริการที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้	133
7.3	กระบวนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	135
7.3.1	ความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว	135
7.3.2	ความพร้อมในการสอนนักท่องเที่ยว	136
7.3.3	ความพร้อมในส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยว	139
7.4	ปัจจัยที่ช่วยให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ	140
7.5	การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว	141

7.6	ความเชื่อมโยงของการให้บริการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ	142
7.7	ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้บริการท่องเที่ยวดีขึ้นในอนาคต	143
7.8	การวิเคราะห์ถึงปัจจัยแห่งความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยว	143
7.9	ความคาดหวังของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญาล้านนา	145
7.10	หมู่บ้านนำร่องและขนาดตลาด	146
บทที่ 8	สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	159
8.1	สรุปผลการศึกษาด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	159
8.1.1	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	159
8.1.2	นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย	160
8.1.3	ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อบริการท่องเที่ยว	161
8.2	สรุปผลการศึกษาด้านความพร้อมของชุมชน	162
8.3	แนวทางที่เหมาะสมของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญา ล้านนา	163
8.3.1	ข้อเสนอแนะสำหรับหมู่บ้านที่ยังไม่เคยมีโปรแกรมการท่องเที่ยว	163
8.3.2	ข้อเสนอแนะสำหรับหมู่บ้านที่เคยมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ ใกล้เคียงกัน	165
8.3.3	ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ	165
8.3.4	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	166
	รายการอ้างอิง	167
	ภาคผนวก	171
ภาคผนวกที่ 1:	ความยินดีที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด	171
ภาคผนวกที่ 2:	ความยอมรับของนักท่องเที่ยวต่อระยะเวลาและต้นทุนการเดินทาง	181
ภาคผนวกที่ 3:	จุดดึงดูดนักท่องเที่ยวในความเห็นของผู้นำชุมชน	183
ภาคผนวกที่ 4:	แผนการปรับปรุงการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเป็นหมู่บ้าน เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาล้านนาในความเห็นของผู้นำชุมชน	187