



รายงานฉบับสมบูรณ์

แผนงาน

การจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
ของอัตลักษณ์ชุมชนลำปาง

(The Co-creation of Tourism Management for
Sustainable Development of Lampang Community Identity)

โดย

ศรียุทธ์ นิลกรรณ และคณะ

14 กันยายน 2556

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG 5550046

ชื่อแผนงานวิจัย : การจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอัตลักษณ์ชุมชนลำปาง

ชื่อนักวิจัย : นาง ศรีศุภกร นิลกรรณ E-mail Address : srisook2556@gmail.com
นาย อติศักดิ์ จำปาทอง E-mail Address : adisak_champ@nation.ac.th
นางสาว วราภรณ์ เรือนยศ E-mail Address : nongnan_thai@hotmail.com
นาง สุจิรา หาผล E-mail Address : sujirak14@gmail.com
นาย จักรกฤษณ์ สำราญใจ E-mail Address : js_jakkrit@hotmail.com
นาย ชินพันธุ์ โรจนไพบูลย์ E-mail Address : chinapund_roj@nation.ac.th
มหาวิทยาลัยเนชั่น จังหวัดลำปาง

ระยะเวลาดำเนินการ : 15 มิถุนายน 2555 ถึง 14 กันยายน 2556

แผนการวิจัยนี้เป็นการดำเนินงานวิจัยร่วม 6 โครงการ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อกำหนด อัตลักษณ์ชุมชนจังหวัดลำปางที่มีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ 2. เพื่อสร้างภาคีเครือข่ายและกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและในการจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ในชุมชนจังหวัดลำปาง 3. เพื่อพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง 4. เพื่อสร้างระเบียบชุมชนว่าด้วยการจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ 5. เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าชุมชนจังหวัดลำปางให้มีมาตรฐานทางการท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง 6. เพื่อพัฒนาเครือข่ายการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์การธุรกิจด้านการท่องเที่ยว 7. เพื่อพัฒนามาตรฐานสินค้าหัตถกรรมชุมชน และบริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง และ 8. เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ และยั่งยืนจากอัตลักษณ์ชุมชนลำปาง ใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ มีทั้งส่วนที่ดำเนินการวิจัยร่วมกันและแยกกัน ประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้แก่นักท่องเที่ยว ผู้นำทางการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ชุมชน ผู้ประกอบการและพนักงานในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า

จังหวัดลำปางมีอัตลักษณ์ชุมชนที่มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนและเครือข่ายได้ร่วมกันจัดทำระเบียบว่าด้วยความร่วมมือทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน คัดสรรเรื่องเล่าที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน มีการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการและพนักงานในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชนที่มีคุณค่าและการยอมรับทางการตลาด เกิดเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีอัตลักษณ์ของชุมชนภายใต้เครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง 6 เส้นทาง ดังนี้

1. เส้นทางท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครลำปาง
2. เส้นทางท่องเที่ยวลำปางลำพูนเชียงใหม่ บนพื้นที่อำเภอห้างฉัตร เกาะคา และเสริมงาม

3. เส้นทางท่องเที่ยวลำปาง-กรุงเทพ บนพื้นที่ อำเภอสบปราบ เถิน และแม่พริก
4. เส้นทางท่องเที่ยวลำปาง-เชียงราย บนพื้นที่อำเภอแจ้ห่ม เมืองปาน และวังเหนือ
5. เส้นทางท่องเที่ยวลำปาง-พะเยา บนพื้นที่อำเภอเมือง แม่เมาะ และงาว
6. เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอแม่ทะ

รวมถึงการมีเครือข่ายที่ร่วมกันจัดทำสื่อสังคมเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้แก่จังหวัด
ลำปางได้ตลอดไปโดย Fanpage ชื่อ Group Tourlampang ซึ่งเชื่อมต่อเข้ากับเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว
ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนคือ www.365thainorth.com อีกด้วย

คำหลัก : การพัฒนาที่ยั่งยืน อัตลักษณ์ชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การประชาสัมพันธ์
ระเบียบชุมชน เรื่องเล่าชุมชน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ทัศนกรรม

Abstract

The Co-creation of Tourism Management for Sustainable Development of
Lampang Community Identity.

Project Code : RDG 5550046

Project Title : The Co-creation of Tourism Management for Sustainable Development
of Lampang Community Identity.

Investigator : Mrs.Srisook Nillakan E-mail Address : srisook2556@gmail.com

Mr. Adisak Champathong E-mail Address : adisak_champ@ntiaon.ac.th

Ms. Waraporn Roenyot E-mail Address : nongnan_thai@hotmail.com

Mrs.Sujira Hapol E-mail Address : sujirak14@gmail.com

Mr. Jackkrit Samrarnchai E-mail Address : js_jakkrit@hotmail.com

Mr. Chinnapun Rojjanapaiboon

E-mail Address : chinapund_roj@nation.ac.th

Nation University, Lampang Province

Project Duration : 15th June 2012 – 14th September 2013

This project plan composed of 6 research projects. The objectives were 1. To identify Lampang community identities for promote creative tourism. 2. To deveop the co-operative network and participatory procedure of community in Lampang creative tourism management. 3. To develop public relation media for promote the Lampang tourism. 4. To create the community regulation for creative tourism management. 5. To develop the corrected the community legend for tourist standard. 6. To develop human resource management network of tourism organization. 7. To develop the standard of community handicrafts and service for Lampang tourism. And 8. To set the strategy for creative and sustainable travelling management from Lampang community identity. Population and samples were Thai and foreigner of Lampang and Chiangmai tourists, leaders, communities, business owners and personnels in Lampang tourism industries, and Lampang citizen. The questionair, interview, and survey were the research equipments. The information were analyzed by content analysis and statistics by statistical computer program.

The research results were : Lampang have the potential community identities for creative tourism management. Communities and network developed the community

regulation for creative tourism management. There were the business owners and personnels in the tourism industries. And there developed the valuable and acceptable the community identity handicrafts for the market. The community identity travelling routes were set under the tourism management network :

1. Lampang municipality travelling route.
2. Lampang – Lampune - Chaingmai travelling route on Hang-chat, Koh-ka, and Sem-ngam districts.
3. Lampang - Bangkok travelling route on Sob-prab, Thoen, and Mae-prig districts.
4. Lampang–Chaingrai travelling route on Chahom, Muangpan, and Wang-nua districts.
5. Lampang - Phayoa travelling route on Muang, Mae-moh, and Ngoa districts.
6. Ma – tha districts travelling route.

There are many sub-routes in each main route areas.

On the other hands, the research created the social media for Lampang tourist named “Group Tourlampang (the Fanpage)” by the public relation network. There was linked to travelling website promotion the upper northern province group, www.365thainorth.com

Keywords : Sustainable development, Community Identity, Creative Tourism, Public Relation, Community Regulation, Community Legend, Human Resource Development, Handicraft