

พัฒนาส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวพำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ
อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
Development Marketing Mix of Longstay Tourism in Maemae Village,
Chiangdao District, Chiangmai Province

น้ำฝน เจนสมบุญ^{1*}
Namfon Jensomboon¹

¹ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
เลขที่ 120 ถนนมหิดล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

¹Department of Marketing, Faculty of Business Administration, The Far Eastern University
120 Mahidol Road, Muang District, Chiang Mai Province 50100

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยว พัฒนาส่วนประสมทางการตลาด และแนวทางแก้ปัญหาของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาการมีส่วนร่วมกับชุมชนบ้านแม่แมะ เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลโดยวิธีการสังเกตการณ์ การจัดเวทีประชุมสัมมนา เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็น กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คือ ผู้นำชุมชน 1 คน กรรมการหมู่บ้าน 5 คน สันทนาการกลุ่ม บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการพำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ จำนวน 30 คน และผู้บริหารเทศบาลตำบลแม่แมะ 5 คน และนักท่องเที่ยว 9 คน เก็บข้อมูลโดยใช้การสนทนากลุ่ม

ผลการศึกษาพบว่าศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนมีความพร้อมทางด้านธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีทัศนียภาพทางธรรมชาติที่หลงเหลือไว้อย่างสมบูรณ์เกิดจากความร่วมมือช่วยเหลือกันในการอนุรักษ์ป่าของคนในชุมชน การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดทำให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันระหว่างนักวิจัยและชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวเพิ่มมากขึ้น อันจะทำให้มีรายได้มากขึ้น สำหรับการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาก็พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะด้านศักยภาพโดยการปรับปรุงบ้านพักให้มีห้องน้ำในบ้านสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ กิจกรรมนวดตัวและอบตัวด้วยสมุนไพรแบบภูมิปัญญาชาวบ้าน กิจกรรมเดินป่าท่องเที่ยวตามรอยเส้นทางธรรมชาติ กิจกรรมชมป่าไผ่เมืองและการสาธิตวิธีการเก็บไผ่เมือง และกิจกรรมเยี่ยมชมหมู่บ้านชาวเขาเผ่าปะล่อง การจัดแผนพับภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การจัดทำเว็บเพจ

*ผู้เขียนหลัก

อีเมล: namfonfeu@hotmail.com



เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งภาษาไทยภาษาอังกฤษ การจัดอบรมภาษาอังกฤษเบื้องต้น การจัดอบรมการประกอบธุรกิจบริการ และการทำบัญชีให้กับตัวแทนคนในชุมชนบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

คำสำคัญ

ส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว บ้านแม่แมะ

Abstract

This research aims to study tourism tourism. Development of marketing mix and solutions for long-stay business Ban Maemae Chiang Dao District, Chiangmai Province by participating in Mae Mai community. Tools used to collect data by observation. Organizing seminars to exchange knowledge and opinions. The samples were 50 community leaders, 5 village councilors, 30 people involved in long-term residence, 5 people in Mae Na district and 9 people tourists as a group meeting.

The result of the study is that the potential of tourism in the community is well equipped with natural resources. Completely natural scenery is created by the cooperation in forest conservation of people in the community. The marketing mix has led to a common development among researchers in the community. To increase the long-term tourists. It will make more income. To propose a solution to the problem of long-term residence Maemae. By improving the house to have a bathroom in the house can accommodate tourists, able to accommodate tourists. Traditional Thai massage and herbal steam bath Trekking along the natural trail. Jungle trekking and demonstration of how to collect leaves. Visit the hill tribe villages. Thai and English brochures Web page publishing both Thai and English. Basic English Training on service business. And training in accounting. To the representatives of the Maemae community, Chiang Dao District, Chiangmai Province.

Keywords

Tourism Marketing Mix, Longstay Tourism, Maemae Village

บทนำ

หมู่บ้านขนาดเล็กในหุบเขาห่างไกลความเจริญ จากอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ไปทางทิศเหนือประมาณ 100 กิโลเมตร เส้นทางเชียงใหม่-ฝาง ระยะเวลาในการเดินทาง 2 ชั่วโมง อยู่หมู่ที่ 11 บ้านแม่แมะ ตำบลแม่ณะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันมีประชากรประมาณ 500 คน 70 กว่าครอบครัว

เป็นคนพื้นเมือง และ เกือบ 30 ครอบครัวเป็นชนเผ่ามูเซอ พื้นที่รายล้อมไปด้วยหุบเขาน้อยใหญ่เรียกกันว่า “ดอยหลวงเชียงดาว” ธรรมชาติและป่าไม้ที่ยังอุดมสมบูรณ์ มีนกน้อยใหญ่พันธุ์แปลกตาจำนวนมากที่ยังมีให้เห็นอยู่ที่นี่ เพราะมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็งในการต่อต้านผู้ที่ตัดไม้ทำลายป่าและยังมีภูมิปัญญาชาวบ้านสร้างเตาอบตัวโดยนำพืชสมุนไพรหลายชนิดมาต้มเพื่อเอากลิ่นไอของสมุนไพร ใช้อบร่างกายให้สดชื่นปลอดโปร่งที่บ้านแม่แมะมีน้ำตกหลายแห่ง ใช้เป็นเส้นทางสำรวจความอุดมสมบูรณ์ของป่าในเขตชุมชน ถ้าธารของหมู่บ้านยังเป็นแหล่งของทรัพยากรที่นิยมเรียกกันว่าธารยาค้า สามารถนำมาใช้ก่อสร้างบ้านเรือนชาวบ้าน

ธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะเกิดขึ้นจากความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชนแม่แมะ โดยพ่อหลวงวงศ์ แก้วใจมา ผู้ใหญ่บ้านบ้านแม่แมะ จัดทำโครงการสร้างบ้านพักให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อปี พ.ศ. 2548 จำนวน 6 หลัง และเตาอบ 1 หลัง ตรจรมิธราและไหล่เขา สร้างด้วยวัสดุธรรมชาติเรียกว่า “บ้านไม้ไผ่” โดยใช้งบประมาณของกองทุนหมู่บ้านขนาดกลาง (SML) งบประมาณ 250,000 บาท เป็นการประกอบธุรกิจโดยคนในชุมชนที่มีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำ ต่อมาเมื่อเวลาผ่านไป 3 ปี จนถึงปี พ.ศ. 2551 บ้านที่สร้างได้ผู้พักไปตามกาลเวลา ทางผู้ใหญ่บ้านบ้านแม่แมะจึงได้ทำโครงการของงบประมาณมาใหม่ประมาณ 100,000 บาท เพื่อสร้างที่พักด้วยไม้ที่มีอยู่ในชุมชน โดยมีคนในชุมชนบ้านแม่แมะ บ้านมีลักษณะเป็นไม้แบบธรรมชาติจำนวน 4 หลังใหญ่และบ้านขนาดเล็กใช้อบตัวสมุนไพร 2 หลังริมลำธาร และบ้านหนึ่งหลังสร้างเป็นบ้านต้นไม้ตลอดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่พำนักระยะยาวของชุมชนบ้านแม่แมะ ประมาณ 4 ปี ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการก็จะเป็นลูกค้ากลุ่มเดิมหรือเป็นลูกค้ากลุ่มใหม่ที่ได้รับคำแนะนำมาจากลูกค้าที่เคยเข้ามาใช้ที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ แต่ก็ไม่ได้มีปริมาณที่มากนัก ส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาวและเป็นลูกค้ากลุ่มต่างชาติ เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศแถบยุโรปที่รักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับลูกค้าที่เป็นกลุ่มคนไทยมีปริมาณน้อยมากหรือบางปีไม่มีลูกค้าคนไทยเข้ามาใช้บริการ

จากการสัมภาษณ์วงศ์ แก้วใจมาผู้ใหญ่บ้านบ้านแม่แมะ (Kaewma, Personal communication, 2101) ทำให้ทราบว่าธุรกิจการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของชุมชนประสบปัญหาขาดทุนมาตลอดระยะเวลาการดำเนินงานและการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของชุมชนบ้านแม่แมะยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจเข้ามาพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดคือ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของบ้านแม่แมะ อันจะทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น ช่วยลดการขาดทุนจากการดำเนินงานหรืออาจมีกำไรจากการดำเนินงาน สำหรับการนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ รวมถึงการค้นหาปัญหาในการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไข พัฒนา ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงเพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ได้อย่างยั่งยืน



วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ว่าเป็นอย่างไร
3. เพื่อเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรม

1. การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว

Jittangwantana (1999,60) ได้กล่าวว่า รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ประมาณร้อยละ 20 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาวนับว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของรูปแบบการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 ที่มีวิวัฒนาการจากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานของการดำรงชีวิตรวมทั้งความต้องการที่ไม่เหมือนกัน แต่มีจุดมุ่งหมายที่คล้ายกัน คือ การพักผ่อนหย่อนใจ

Un-Prasert (2013, 75) ได้กล่าวว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านภูมิอากาศที่อบอุ่นคนไทยมีความเป็นมิตรสูง นักท่องเที่ยวที่มาอยู่จะสามารถปรับตัวได้ง่าย เชียงใหม่เป็นที่ที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุมากกว่าที่อื่นในประเทศไทยเนื่องจากค่าครองชีพถูก สามารถจับจ่ายซื้อของในราคาของคนเชียงใหม่ทั่วไปซื้อ

Tongsong (2010, 66) ได้กล่าวว่า จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเราสามารถจำแนกตามอายุได้เราจะเห็นในปีพ.ศ.2544 จะมีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุอายุตั้งแต่ 45 ปี ขึ้นไปถึง 54 จะมีสูงถึงร้อยละ 18.8 และอีกกลุ่มอายุ 55 ปี ถึง 64 ปีมีถึงร้อยละ 10.5 กลุ่มอายุ 64 ปีขึ้นไป มีถึงร้อยละ 4.5 ซึ่งรวมแล้วมีประมาณทั้งหมดร้อยละ 35 ซึ่งเป็นสถิติที่ค่อนข้างสูงและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นประกอปกกับจำนวนผู้สูงอายุมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นในอนาคตโดยในปี พ.ศ. 2563 จะมีจำนวนถึง 7 ล้านคนอย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุบางรายก็ขอ VISA O-A (VISA พิเศษที่มีระยะเวลาจนถึง 1 ปี) จะพบว่ากลุ่มเชื้อชาติที่เข้ามาเป็นอันดับหนึ่งคือ กลุ่มยุโรปเข้ามาถึงร้อยละ 42 จากนักท่องเที่ยวทั้งหมดรองลงมาเป็นชาวเอเชีย ชาวญี่ปุ่นร้อยละ 31 ชาวอเมริกาเหนือร้อยละ 17 ชาวสแกนดิเนเวีย ร้อยละ 10 ค่อนข้างที่จะลดหลั่นกันลงมาจากผลสำรวจนี้ทำให้คาดการณ์อนาคตได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเข้ามาในประเทศไทยค่อนข้างมากซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวพำนักแบบระยะยาวสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้

2. ส่วนประสมทางการตลาด

Samerjai (2004, 52-55) ได้กล่าวว่าส่วนประสมการตลาดบริการหมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์

(Product) หมายถึงสิ่งที่น่าสนใจเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของตลาดให้ได้รับความพึงพอใจ จากความหมายนี้ “ผลิตภัณฑ์” จึงมีความหมายที่ครอบคลุมถึงสินค้า (Goods) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน จับต้องได้เช่น น้ำมันระเหย ตัวยาสมุนไพร ยารักษาโรค เป็นต้น บริการ (Service) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้เช่น สปาการตัดผม การชมคอนเสิร์ต เป็นต้น ในขณะที่ Serirat (1998, 54-55) ได้อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของ ลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอ ขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือ บุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ นอกจากนี้ Samerjai (2004, 52-55) ยังได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด คือ 2) ราคา (Price) คือ อัตราในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ระหว่างกันในตลาดโดยใช้เงินเป็นสื่อกลางในปัจจุบัน ราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารงานการตลาดอย่างมากซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องกำหนด กลยุทธ์ด้านราคาให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาวะการณ์ต่างๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีระดับราคาที่เป็น ที่น่าพอใจขององค์กรคือ สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กรและเหมาะสมกับระดับความสามารถ หรือกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาดได้เป็นอย่างดี 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการกระจายสินค้า ได้ 2 ช่องทางดังนี้ ช่องทางการจำหน่ายทางตรง (Direct Channel) คือการที่ผู้ผลิตจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้บริโภคผู้ซื้อสินค้าหรือบริการหรือผู้ใช้สินค้าทางอุตสาหกรรมโดยตรงโดยไม่ผ่านคนกลางทางการตลาด และช่องทางการจำหน่ายทางอ้อม (Indirect Channel) คือการที่ผู้ผลิตจะอาศัยคนกลางทางการตลาดหรือ ตัวแทนทำการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้สินค้าทางอุตสาหกรรมอีกต่อหนึ่ง จะคำนึง ถึงความเหมาะสมด้านค่าใช้จ่ายและการประหยัดเวลา 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงเครื่องมือ การติดต่อสื่อสารทางการตลาดเพื่อแจ้งข่าวสารจูงใจตลาดสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วยคือการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาดทางตรงซึ่งองค์กรใช้เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อจูงใจให้เกิดทัศนคติที่ดีและ เกิดพฤติกรรมการซื้อตามมา 5) บุคลากร (People) หมายถึงบุคลากรภายในองค์กรที่ให้บริการและ อำนาจความสะอาดต่างๆ แก่ลูกค้า โดยบุคลากรที่ให้บริการต้องมีบุคลิกภาพดี มีความรู้มีความสะอาด เรียบร้อยสุภาพและมีมารยาทได้รับการอบรมการให้บริการ รวมถึงการติดต่อสื่อสารที่ดีและมีความสามารถ ในการสื่อสารโดยภาษาอังกฤษ 6) กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึงขั้นตอนต่างๆ ของการให้บริการ ตั้งแต่การเสนอการบริการจนจบสิ้นการให้บริการด้วยวิธีการจัดการที่ดีและมีระยะเวลาในการให้บริการ ที่เหมาะสม



วิธีการวิจัย

วิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปฏิบัติแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 50 คนครั้งนี้ สัมภาษณ์ผู้นำชุมชน จำนวน 1 คน กรรมการหมู่บ้าน จำนวน 5 คน เก็บข้อมูลโดยจัดรูปแบบการประชุมกลุ่มสมาชิกในหมู่บ้าน จำนวน 30 คน เก็บข้อมูลโดยสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานองค์การบริหารส่วนตำบลแม่แมะ จำนวน 5 คน โดยข้อมูลที่สอบถามได้แก่ ข้อมูลยุทธศาสตร์การบริหารงานที่ช่วยพัฒนาส่งเสริมกิจกรรมของชุมชน ข้อมูลด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย และนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวจำนวน 9 คน สัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม โดยนำข้อมูลทั้งหมดนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการสังเคราะห์เนื้อหาและสรุปผล

ผลการวิจัย

การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของธุรกิจที่พำนักระยะบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดยการทำ SWOT (การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ) ร่วมกับชุมชนเพื่อสำรวจศักยภาพของพื้นที่ที่เป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะเพื่อประเมินศักยภาพก่อนการดำเนินงาน ดังนี้

1. ผลการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของธุรกิจพำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

1.1 จุดแข็งของชุมชน (1) ด้านที่พัก มีการสร้างเป็นหลังมีห้องน้ำในตัวทำจากไม้ไผ่กว้างขวางสามารถรองรับนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มได้เป็นจำนวนมาก กิจกรรมมีบริการนวดตัวและอบตัวด้วยสมุนไพรแบบภูมิปัญญาชาวบ้าน กิจกรรมเดินป่าท่องเที่ยวตามรอยเส้นทางธรรมชาติ มีกิจกรรมชมป่าเมืองและสาธิตวิธีเก็บ กิจกรรมเยี่ยมชมหมู่บ้านชาวเขาปะหล่อง อัตราค่าบริการสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีราคาที่ไม่แพง และยังมีกิจกรรมที่น่าสนใจ คือ ส่วนเดินป่าดูนก ไปบ้านชาวเขา โดยราคาจะคิดตามระยะทางและจำนวนคน สถานที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยธรรมชาติ และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างพอเพียง (2) ด้านส่งเสริมการตลาดธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะได้มีการจัดทำป้ายบอกทางตั้งแต่เส้นทางถนนเชียงใหม่-แมริม ตรงหมู่บ้านจอมคีรี อำเภอเชียงดาว และทางแยกจากถนนสายหลักไปทางขวามือประมาณ 9 กิโลเมตรก็จะถึงหมู่บ้าน และทางการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวบ้านแม่แมะได้มีการติดต่อไปยังธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมืองเชียงใหม่เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวของทางหมู่บ้าน (3) ด้านคน (พนักงาน) หัวหน้าผู้ดูแลธุรกิจพำนักระยะยาว (ป่าผิงและลุงสุข) มีความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่องสมุนไพรเป็นอย่างดีและสามารถนำสมุนไพรมาต้มเพื่อใช้ในการอบตัวสมุนไพรให้กับนักท่องเที่ยว พนักงานหรือคนในท้องถิ่นมีความสามารถเรื่องการนวดตัวเพราะได้ไปเรียนการนวดที่ถูกวิธีจากครูหมอนวดต่างหมู่บ้าน ความเป็นมิตรเอื้อเฟื้อ ยิ้มง่ายและนิสัยต้อนรับขับสู้ของคนในธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ (4) ด้านกระบวนการบริการทางการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ มีวิธีการให้บริการนักท่องเที่ยวแบบธรรมดา เลียนแบบธรรมชาติในเรื่องที่พักและอาหารที่สามารถหาวัตถุดิบได้ในท้องถิ่นมาประกอบอาหาร (5) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพธรรมชาติ เสียงน้ำในลำธาร และเสียงนกร้องนานาชนิดต่าง

ส่งเสียงร้องกล่อมผู้ที่มาเยือน อุปกรณ์ภายในบ้านพักก็เน้นอุปกรณ์จากธรรมชาติและรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น อ่างล้างหน้าทำจากกะละมังสังกะสี โคมไฟจากไม้ไผ่ที่นอนนุ่มนุ่น มุ้งผ้าฝ้ายปล่อยชาย

1.2 จุดอ่อน (1) ด้านบริการบ้านพักที่ใช้ทำบ้านพัก ทางชุมชนใช้สีชมพูและสีฟ้าซึ่งให้ขัดแย้งกับธรรมชาติ (2) ด้านราคาราคาที่พักต่ำเกินไปเมื่อเทียบกับธุรกิจที่พำนักระยะยาวของที่อื่นโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่มีราคากำหนดที่ชัดเจนเช่น การเดินป่าดูนกและการไปเยี่ยมชมหมู่บ้านชาวเขา (3) ด้านสถานที่เนื่องจากบ้านที่สร้างนั้นอยู่ริมลำธาร ทางเดินลาดชันทำให้เวลานักท่องเที่ยวเดินทางไปที่บ้านพักค่อนข้างลำบาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติและการเข้าถึงสถานที่ยากลำบากเพราะเส้นทางการเดินทางยังไม่มีความพร้อมเป็นดินลูกรัง ในช่วงฤดูฝนจะทำให้ยากลำบากในการเดินทาง (4) ด้านส่งเสริมการตลาดธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ ยังขาดการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวยังขาดการทำแผนพับให้ข้อมูลข่าวสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (5) ด้านคน (พนักงาน) หัวหน้าผู้ดูแลและคนงาน ยังขาดความรู้และทักษะภาษาอังกฤษและยังขาดการทำบัญชีรายรับรายจ่ายของธุรกิจที่พำนักระยะยาวที่ชัดเจน (6) ด้านกระบวนการบริการ ยังขาดพนักงานประจำที่คอยรับโทรศัพท์เวลาที่ลูกค้าติดต่อเข้ามา ถ้าหากบ้านหัวหน้าผู้ดูแลไม่มีคนอยู่บ้าน (7) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องทำน้ำอุ่น ตู้เย็นแอร์ และฮีทเตอร์ทำความอุ่น

1.3 โอกาส (1) ด้านการเมืองและกฎหมายการได้รับการสนับสนุนโครงการการท่องเที่ยวจากภาครัฐบาลภาครัฐบาลให้เงินสนับสนุนกองทุนหมู่บ้าน SML แก่บ้านแม่แมะในการสร้างที่พำนักระยะยาวเมื่อปี พ.ศ. 2548 (2) ด้านสังคมและวัฒนธรรมในปัจจุบันจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นซึ่งจะก่อให้เกิดการใช้ชีวิตแบบผู้เกษียณอายุเพิ่มมากขึ้นและผู้เกษียณอายุเหล่านี้เป็นผู้ที่มีรายได้คงที่จึงต้องการแสวงหาที่อยู่ซึ่งไม่แพงเกินรายได้ของตนเอง การท่องเที่ยวพำนักระยะยาวบ้านแม่แมะจึงเป็นทางเลือกหนึ่ง และกำลังได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก ธรรมชาติที่ดีและยังอุดมสมบูรณ์ของป่าในหมู่บ้านแม่แมะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยชาวต่างชาติมีโอกาสเข้ามาท่องเที่ยวที่หมู่บ้านแม่แมะ (3) ด้านเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวจากประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นนักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อ

1.4 อุปสรรค (1) ด้านการเมืองและกฎหมายความไม่เสถียรภาพทางการเมืองภายในประเทศส่งผลถึงความมั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ขาดหน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนทางด้านการประชาสัมพันธ์ ขาดการส่งเสริมด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ความเจริญที่เข้ามาในหมู่บ้านโดยนักท่องเที่ยวอาจส่งผลถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชาวบ้านแม่แมะ (3) ด้านระบบสาธารณูปโภค ถนนทางเข้าหมู่บ้านบางช่วงเป็นดินลูกรังและสองข้างทางมีลักษณะเป็นเหวลึกอาจเกิดอันตรายขณะเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ชำนาญเส้นทางได้สภาพเศรษฐกิจภายในประเทศที่ยังไม่ดี (4) ด้านประชากรศาสตร์อาจมีการแผ่ตัวเข้ามาของกลุ่มอาชญากรรมข้ามชาติและการค้ายาเสพติด (5) ด้านคู่แข่งขั้นระหว่างประเทศเพื่อนบ้านเช่น มาเลเซีย ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียซึ่งมีทรัพยากรและศักยภาพที่ใกล้เคียงและสามารถแข่งขันกับประเทศไทยได้ (6) ด้านภูมิศาสตร์ประชาชนที่อาศัยในประเทศที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจแต่มีค่าครองชีพสูงจะเกิดความต้องการในการ



เดินทางไปพำนักยังต่างประเทศที่ค่าครองชีพเหมาะสมและยังมีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (7) ด้านเทคโนโลยี เสาสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ติดตั้งอยู่ห่างไกลหมู่บ้านทำให้เกิดปัญหาการติดต่อสื่อสารติดขัดในบางช่วงเวลา

2. ผลการศึกษาการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวของธุรกิจที่พักนักระยะยาวบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษากการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมสำรวจความต้องการก่อนและหลังการมารับบริการของนักท่องเที่ยว จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักเรียนชั้นมัธยมที่มีเป้าหมายในการมาท่องเที่ยวที่ต่างกัน ทำให้ได้ผลจากการสอบถามความคาดหวังก่อนมารับบริการและหลังรับบริการแตกต่างกันดังนี้

2.1 การบริการต้องการในด้านความสะดวกของที่พักรักษาให้สี่ของบ้านพักเลียนแบบธรรมชาติ ผู้นำชุมชนได้เรียกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเข้ามาเพื่อเปลี่ยนสีของตัวบ้านพักให้ใกล้เคียงธรรมชาติให้มากที่สุด

2.2 ราคาได้กำหนดราคาออกมา 2 แบบคือ แบบที่หนึ่ง นักท่องเที่ยวเดินทางมาแบบกลุ่ม 2-12 คน มีราคาที่พักต่อคนต่อคืน 150 บาท อาหารมื้อละ 50 บาท แบบที่สอง นักท่องเที่ยวเดินทางมาแบบคณะมากกว่า 12 คนขึ้นไป จะเสนอการคิดราคาแบบรายบุคคลหรือคิดราคาแบบเหมาจ่ายก็ได้ตามความต้องการ

2.3 สถานที่ผู้ดูแลธุรกิจที่พักนักระยะยาวจัดให้มีรถรับส่งนักท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและจัดเวรยามในช่วงเวลากลางคืนเพื่อรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

2.4 การส่งเสริมทางการตลาด จัดทำแผ่นพับ โบปลิ้ว การทำโฮมเพจ ในรูปแบบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นการสร้างความรับรู้และประชาสัมพันธ์บ้านพักให้นักท่องเที่ยวทราบ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินงานภายใต้งบประมาณการวิจัย

2.5 พนักงาน คนในชุมชนยังขาดความรู้ในด้านภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐาน ด้านการประกอบธุรกิจบริการและด้านการจัดทำบัญชีเบื้องต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเชิญวิทยากรมาให้ความรู้ภายใต้งบประมาณการวิจัย

2.6 กระบวนการให้บริการ กลุ่มการท่องเที่ยวพำนักนักระยะยาวบ้านแม่แมะนำเสนอว่าควรมีการจัดกระบวนการให้บริการใหม่ โดยมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจนขึ้น และการจัดทำแผนภาพโครงสร้างการทำงานโดยมีการแบ่งหน้าที่ดังนี้ ฝ่ายติดต่อให้ข้อมูลผู้เข้าพัก ฝ่ายดูแลความสะดวก ฝ่ายดูแลอาหารเครื่องดื่ม ฝ่ายบริการเสริม และฝ่ายรักษาความปลอดภัย ภายใต้การควบคุมดูแลของผู้นำชุมชน และ

2.7 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ สภาพป่าและถนนเส้นทางเข้าหมู่บ้านเป็นหน้าที่ของทุกคนในชุมชนและผู้ใหญ่บ้านจะต้องช่วยกันปกป้องดูแลรักษาไว้

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันเดินทางมาพัก 1 คืน ในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ.2553 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติมาเป็นอันดับแรก รองลงมาต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมชาวบ้าน การต้อนรับที่ดี ส่วนผลจากการใช้บริการที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ นักท่องเที่ยวมีความประทับใจอย่างมากในเรื่องธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ชอบการนวด และอบตัวด้วยสมุนไพรได้เรียนรู้เรื่องวัฒนธรรมการประกอบอาหารการดำเนินชีวิต แต่ที่ไม่ประทับใจเรื่องการเดินทางเส้นทางที่มีถนนขรุขระฝนตกตลอดการเดินทาง และไม่มีสัญญาณโทรศัพท์และการสัมภาษณ์นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2553 เดินทางมาเข้าค่ายพักแรม 3 คืน 4 วัน ได้แสดงความคิดเห็นก่อนเข้ารับบริการที่ธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะว่ามีความคาดหวังในเรื่องความสะดวกสบายของที่พักและความสะอาดมาเป็นอันดับแรก รองลงมาอาหารเครื่องดื่ม ความปลอดภัย และต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมชาวบ้าน พื้นที่สำหรับทำกิจกรรมของทางสถาบันที่เพียงพอ ส่วนผลจากการเข้ารับบริการที่ธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะแล้วนั้น นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาที่เข้ามาเข้าค่ายพักแรม ได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ ได้เรียนรู้เรื่องวัฒนธรรมของชนเผ่าและได้ทำกิจกรรมร่วมกัน แต่ที่ไม่ประทับใจ คือเรื่องการเดินทางเส้นทางไกลสภาพอากาศหนาวเย็นมาก และไม่มีสัญญาณโทรศัพท์

3. แนวทางการแก้ไขปัญหาของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

แนวทางการแก้ปัญหาของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ ด้านศักยภาพโดยได้นำข้อมูลจากการสำรวจพบปัญหาด้านทักษะภาษาอังกฤษของคนในชุมชน มีแนวทางการแก้ปัญหาโดยทำกิจกรรมอบรมทางด้านภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐานโดยวิทยากร คือ อาจารย์พัทธิเชีย วิชเชอร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เพื่อเพิ่มทักษะ พัฒนาศักยภาพของบุคคลในธุรกิจชุมชน การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ได้รับความร่วมมือจากผู้นำชุมชน คือ พ่อหลวงวงศ์ แก้วใจมา และคนในชุมชนที่มีความคิดเห็นและแสดงความต้องการให้มีการจัดกิจกรรมในครั้งนี้ ผลของการจัดกิจกรรมในครั้งนี้ 1 คือ มีคนในชุมชนให้ความสนใจที่เข้ามาทำกิจกรรมเสริมความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ จำนวน 18 คน และการทำกิจกรรมครั้งที่ 2 ก็มีจำนวนชาวบ้านในชุมชนเหลือเพียง 9 คน ส่วนชาวบ้านที่ไม่เข้ามาร่วมในการจัดกิจกรรมเหตุผลเพราะในชุมชนมีสมาชิกเข้าร่วมงานฉาบปัดคนในหมู่บ้านที่เสียชีวิตในต่างจังหวัด อีกทั้งบางรายติดงานที่ต้องไปเก็บชา แต่ก็มีนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่เข้าร่วมทำกิจกรรมทั้งสิ้น 9 คน รวมผู้เข้าร่วมในการทำกิจกรรมครั้งนี้ จำนวน 18 คน ทางผู้วิจัยได้มีการแจกซีดีการสื่อสารสนทนาภาษาอังกฤษขั้นต้นให้กับผู้ร่วมกิจกรรมด้วย ผลจากการทำกิจกรรมนั้น ได้รับความสนใจจากผู้ร่วมทำกิจกรรม อาจารย์พัทธิเชีย วิชเชอร์ ดำเนินการวัดผลจากผู้อบรมด้วยวิธีการให้ผู้เข้าร่วมอบรมจับคู่สนทนา โดยมีอาจารย์พัทธิเชีย วิชเชอร์ เป็นผู้ประเมินและสามารถสรุปได้ว่าผู้เข้าร่วมอบรมภาษาอังกฤษและสามารถสนทนาภาษาอังกฤษเบื้องต้นได้ เช่น การทักทาย และการแนะนำตัวเองได้

จากการสำรวจพบปัญหาการขาดทักษะในการประกอบธุรกิจ มีแนวทางแก้ปัญหาโดยทำกิจกรรมการฝึกอบรมด้านการเป็นผู้ประกอบการโดยวิทยากร คือ อาจารย์สุธีรา พงกษากร คณะบริหารธุรกิจ



มหาวิทยาลัยพะเยาเพื่อเพิ่มทักษะและศักยภาพทางด้านความคิดในการทำธุรกิจของชุมชน สามารถเรียนรู้ถึงการประกอบธุรกิจให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า มีผู้เข้าร่วมทำกิจกรรมครั้งนี้จำนวน 18 คน ทำกิจกรรมคือ Royal Cake โดยให้ผู้เข้าร่วมทำกิจกรรมแบ่งกลุ่ม 3 กลุ่มกลุ่มละ 6 คน ในการทำกิจกรรมขั้นตอนแรกวิทยากรให้โจทย์กับชาวบ้านโดยให้ประดิษฐ์ขนมเค้กเพียง 1 ชิ้นโดยจะขายให้กับคนที่รวยที่สุดในโลก ขายให้ดาราดู ขายให้เพื่อนข้างบ้าน เพียง 1 คนเท่านั้น วิทยากรแจกกระดาษสีต่างๆ 5 แผ่นกรรไกร 1 ด้าม และแบ่งเงินให้ชาวบ้านไว้ซื้ออุปกรณ์เพิ่มเติมเช่นกระดาษสีต่างๆ และกรรไกร กลุ่มละ 50 บาท จากนั้นให้เวลา 20 นาที ในการประดิษฐ์ ทั้ง 3 กลุ่ม สามารถซื้ออุปกรณ์เพิ่มได้ ขั้นตอนที่สองให้ชาวบ้านทั้ง 3 กลุ่มส่งตัวแทนออกมานำเสนอขายกลุ่มที่ 1 กับ 2 เสนอขายให้กับคนที่รวยที่สุด แต่ตั้งราคาไม่สูงเท่าไร กลุ่มที่ 3 เสนอขายให้เพื่อนข้างบ้าน เพราะเหตุผลขนมเค้กไม่สวยไม่ถนัดงานฝีมือ ตั้งราคาถูกมาก ขั้นตอนที่สามวิทยากรก็กล่าวสรุปว่าการที่เราประดิษฐ์ขนมเค้กก็เหมือนการลงทุนทำกิจการยิ่งลงทุนมากเท่าไรก็ต้องการผลตอบแทนมากเท่านั้น สินค้ามีคุณภาพสามารถตั้งราคาสูงได้ การทำธุรกิจต้องเลือกว่าเราจะขายให้ใครกำลังซื้อของลูกค้ามีประมาณเท่าไร เราต้องศึกษากลุ่มลูกค้าก่อนการลงทุน สรุปการทำธุรกิจการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวบ้านแม่แม่มองเห็นความสำคัญในการจัดทำบัญชี จากการที่เข้าไปพูดคุยกับผู้รับผิดชอบด้านการเงินว่า การทำบัญชีของทางธุรกิจชุมชนเป็นการทำบัญชีอย่างง่าย และการทำบัญชีมีประโยชน์ในการช่วยควบคุมค่าใช้จ่าย ทราบถึงผลการดำเนินงานว่าได้กำไรหรือขาดทุน และที่สำคัญคือสามารถเป็นหลักฐานที่ช่วยในการชี้แจงรายได้ของธุรกิจให้กับชุมชนได้

จากการสำรวจพบปัญหาทางด้านขาดทักษะในการทำบัญชีแนวทางแก้ปัญหาโดยการจัดกิจกรรมฝึกอบรมจัดทำบัญชีเบื้องต้นโดยอาจารย์วิรัชดา อาศนะ และอาจารย์น้ำฝน เจนสมบุญรณ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นการส่งเสริมให้ผู้รับผิดชอบทางการเงินของธุรกิจชุมชนการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวบ้านแม่แม่มองเห็นความสำคัญในการจัดทำบัญชี จากการที่เข้าไปพูดคุยกับผู้รับผิดชอบด้านการเงินว่า การทำบัญชีของทางธุรกิจชุมชนเป็นการทำบัญชีอย่างง่าย และการทำบัญชีมีประโยชน์ในการช่วยควบคุมค่าใช้จ่าย ทราบถึงผลการดำเนินงานว่าได้กำไรหรือขาดทุน และที่สำคัญคือสามารถเป็นหลักฐานที่ช่วยในการชี้แจงรายได้ของธุรกิจให้กับชุมชนได้

อภิปรายผลการวิจัย

ผลของการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แม่มองเห็นความสำคัญในการจัดทำบัญชี จากการที่เข้าไปพูดคุยกับผู้รับผิดชอบด้านการเงินว่า การทำบัญชีของทางธุรกิจชุมชนเป็นการทำบัญชีอย่างง่าย และการทำบัญชีมีประโยชน์ในการช่วยควบคุมค่าใช้จ่าย ทราบถึงผลการดำเนินงานว่าได้กำไรหรือขาดทุน และที่สำคัญคือสามารถเป็นหลักฐานที่ช่วยในการชี้แจงรายได้ของธุรกิจให้กับชุมชนได้

ผลของการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แม่มองเห็นความสำคัญในการจัดทำบัญชี จากการที่เข้าไปพูดคุยกับผู้รับผิดชอบด้านการเงินว่า การทำบัญชีของทางธุรกิจชุมชนเป็นการทำบัญชีอย่างง่าย และการทำบัญชีมีประโยชน์ในการช่วยควบคุมค่าใช้จ่าย ทราบถึงผลการดำเนินงานว่าได้กำไรหรือขาดทุน และที่สำคัญคือสามารถเป็นหลักฐานที่ช่วยในการชี้แจงรายได้ของธุรกิจให้กับชุมชนได้

ผลของการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แม่มองเห็นความสำคัญในการจัดทำบัญชี จากการที่เข้าไปพูดคุยกับผู้รับผิดชอบด้านการเงินว่า การทำบัญชีของทางธุรกิจชุมชนเป็นการทำบัญชีอย่างง่าย และการทำบัญชีมีประโยชน์ในการช่วยควบคุมค่าใช้จ่าย ทราบถึงผลการดำเนินงานว่าได้กำไรหรือขาดทุน และที่สำคัญคือสามารถเป็นหลักฐานที่ช่วยในการชี้แจงรายได้ของธุรกิจให้กับชุมชนได้

ผลของการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แม่มองเห็นความสำคัญในการจัดทำบัญชี จากการที่เข้าไปพูดคุยกับผู้รับผิดชอบด้านการเงินว่า การทำบัญชีของทางธุรกิจชุมชนเป็นการทำบัญชีอย่างง่าย และการทำบัญชีมีประโยชน์ในการช่วยควบคุมค่าใช้จ่าย ทราบถึงผลการดำเนินงานว่าได้กำไรหรือขาดทุน และที่สำคัญคือสามารถเป็นหลักฐานที่ช่วยในการชี้แจงรายได้ของธุรกิจให้กับชุมชนได้

ผลของการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แม่มองเห็นความสำคัญในการจัดทำบัญชี จากการที่เข้าไปพูดคุยกับผู้รับผิดชอบด้านการเงินว่า การทำบัญชีของทางธุรกิจชุมชนเป็นการทำบัญชีอย่างง่าย และการทำบัญชีมีประโยชน์ในการช่วยควบคุมค่าใช้จ่าย ทราบถึงผลการดำเนินงานว่าได้กำไรหรือขาดทุน และที่สำคัญคือสามารถเป็นหลักฐานที่ช่วยในการชี้แจงรายได้ของธุรกิจให้กับชุมชนได้

นักท่องเที่ยวแถบยุโรปและตะวันตก อุปสรรค คือ ด้านการเดินทางที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อระยะทางที่ห่างไกล ถูกปรับให้กลายเป็นข้อดีในเรื่องของการผจญภัยก่อนเข้าไปพักในหมู่บ้านแม่แมะ ซึ่งผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับหลักทฤษฎีของ Serirat (1998) องค์ประกอบของความสำเร็จของการตลาดบริการประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจเบื้องต้น แล้วถ่ายทอดข้อมูลพร้อมทั้งหาแนวทางพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดร่วมกันกับทางชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวบ้านแม่แมะแบบมีส่วนร่วมกับทางชุมชน และให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ตามกรอบการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดกลยุทธ์ 7Ps ซึ่งสอดคล้องกับหลักทฤษฎีของ Samerjai (2004) ที่สนับสนุนในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการให้มีความพร้อมในด้านบริการ การตั้งราคา สถานที่และการส่งเสริมทางการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้น

สรุป

1. การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวบ้านแม่แมะโดยชุมชนมีศักยภาพและมีความพร้อมทางด้านความเป็นธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีทัศนียภาพทางธรรมชาติที่ยังคงมีหลงเหลือไว้อย่างสมบูรณ์ จากความร่วมมือกันในการช่วยเหลือกันในการอนุรักษ์ป่าของคนในชุมชน

2. การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญของพื้นที่บ้านแม่แมะคือ บ้านพักที่ทำจากไม้ไผ่ธรรมชาติ มีความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่องสมุนไพรเป็นอย่างดีและสามารถนำสมุนไพรมาต้มเพื่อใช้ในการอบตัวสมุนไพรให้กับนักท่องเที่ยว พนักงานหรือคนในท้องถิ่นมีความสามารถเรื่องการนวดตัวเพราะได้ไปเรียนการนวดที่ภู่วิถีจากครูหมอนวด ความเป็นมิตรเอื้อเฟื้อยิ้มง่ายและนิสัยต้อนรับขับสู้ของคนที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ ด้านกระบวนการบริการทางการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวมีวิธีการให้บริการนักท่องเที่ยวแบบธรรมชาติเลียนแบบธรรมชาติสามารถหาวัตถุดิบได้ในท้องถิ่นมาประกอบอาหาร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพธรรมชาติ ทางชุมชนเน้นความเรียบง่ายการอยู่อย่างกลมด้วยธรรมชาติ

3. แนวทางการแก้ไขปัญหาของธุรกิจที่พำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ มีการจัดกิจกรรมเพิ่มทักษะเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความรู้ความสามารถของคนในชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวบ้านแม่แมะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จัดอบรมภาษาต่างประเทศ จัดอบรมการทำบัญชี และการให้ความรู้ด้านการประกอบการ

ข้อเสนอแนวทางในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปศึกษาหาเส้นทางการท่องเที่ยวของชุมชนเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวหลักของอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่อย่างแท้จริง

2. ควรนำผลการวิจัยมาปรับปรุงพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวให้กับชุมชนของอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น



References

- Jittangwantana, B. (1999). **Sustainable tourism development**. Chiangmai: Faculty of Social Sciences Chiang Mai University.
- Samerjai, C. (2004). **Service marketing and management**. Bangkok: Se-Education.
- Sirivan, S. (1998). **Service business**. Bangkok: Theera Film & Scitex.
- Tongsong, M. (2010). **The opportunity of tourism in Northern Thailand on Long stay Tourism Forum report: Long stay business supporting and tourism situation in Northern Thailand**. Chiang Mai: Tourism Authority of Thailand.
- Un-Prasert, S. (2013). **The opportunity of tourism in Northern Thailand on long stay tourism forum report: Long stay business supporting and tourism situation in Northern Thailand**. Chiang Mai: Tourism Authority of Thailand.