

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ในเขตตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ศึกษาตามวัตถุประสงค์ แล้วนำมาวิเคราะห์ สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อทำการสำรวจความพึงพอใจด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาถึงการจัดการเชิงกลยุทธ์และแนะนำแผนกลยุทธ์ใหม่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นที่พอใจแก่นักท่องเที่ยว

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือการศึกษาข้อมูล ปฐมภูมิ ได้แก่ การลงพื้นที่สำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จากกล้องถ่ายภาพ การจดบันทึกข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 410 ชุด และแบบสัมภาษณ์ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เจ้าหน้าที่พนักงานประจำแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 2 แห่ง และการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากการค้นคว้าต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลมาประมวลผลและทำการวิเคราะห์ผล แล้วทำการสรุปและอภิปรายผลการศึกษา สรุปได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาถึงการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในตำบลแม่แรม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผล อภิปรายได้ 3 ประเด็น ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ปางช้างแม่สา

ผลการศึกษาพบว่า ในแหล่งท่องเที่ยวปางช้างแม่สา เป็นเพศหญิงน้อยกว่าเพศชาย มีอยู่เฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 18 - 44 ปี เป็นส่วนใหญ่ สถานภาพส่วนใหญ่สมรส มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับอนุปริญญา - ปริญญาตรี มีอาชีพที่หลากหลาย ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่างที่ 5,001 - 15,000 และมากกว่า 25,000 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ คือ เที่ยวแบบ Backpack มากับครอบครัว มากับกลุ่มเพื่อน และใช้บริการจากบริษัททัวร์ ยานพาหนะที่ใช้เดินทางมีทุกรูปแบบ คือ รถยนต์ส่วนตัว รถเช่า /รถตู้ รถโดยสารประจำทาง และรถบริษัทนำเที่ยว วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่เพื่อการพักผ่อน และส่วนใหญ่ยังไม่เคยไปเที่ยวปางช้างแม่สา ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต ค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ที่ 5,001 – 5,500 บาท และมากกว่า 7,001 บาท กิจกรรมที่ชอบ คือ กิจกรรมนั่งช้างชมธรรมชาติ

X Centre Chiangmai

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่ X Centre Chiangmai ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย อายุเฉลี่ย 18 – 44 ปี สถานภาพส่วนใหญ่โสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง , ค้าขาย , พนักงานเอกชน และนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้กระจายอยู่ระหว่าง 5,001 - มากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่มาเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน ยานพาหนะที่ใช้เดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว , รถเช่า /รถตู้ และอื่นๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน และไม่เคยไปเที่ยว X Centre Chiangmai ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต ค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย คือ ตั้งแต่ 5,000 บาท ไปจนถึงมากกว่า 7,000 บาท กิจกรรมที่ชอบเรียงลำดับ คือ กิจกรรมขับรถโกคาร์ท กิจกรรมยิงปืนบีบีกัน กิจกรรมขับรถคาสโตรส กิจกรรมบอลลูน และกิจกรรมบันจี้จัมพ์

2. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในเขตตำบลแม่แรม อำเภอแมริม

จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการผจญภัยในเขตตำบลแม่แรม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ทั้ง 2 แหล่ง (ปางช้างแม่สา และ X Centre Chiangmai) มีศักยภาพด้านต่างๆ ก่อนข้างสูง กล่าวคือ

ด้านสิ่งแวดล้อม

แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แหล่ง มีกิจกรรมที่ต่างกัน ซึ่งจะเป็นตัวช่วยเสริมการเดินทางท่องเที่ยวในแถบเส้นทางนี้ให้มีความคุ้มค่ายิ่งขึ้น ปางช้างนั้นจะมีการจัดแสดงกิจกรรมของช้าง อาทิ ช้างเตะบอล ช้างวาดรูป ช้างเล่นดนตรี ช้างลากซุง ช้างนวดคน และกิจกรรมขี่ช้างชมธรรมชาติ ลักษณะของกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ไม่มีขอบเขตลูกค้า เป้าหมายที่หลากหลาย คือ ไม่จำกัดว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ ได้ทุกเพศทุกวัย สามารถเข้าชมกิจกรรมได้ นอกจากนี้ทางปางช้างยังเปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมร่วมกิจกรรมให้อาหาร, ถ่ายรูปคู่กับช้างหลังจากเสร็จสิ้นการแสดง และยังไม่มีย่อจำกัดด้านฤดูกาล สถานที่ท่องเที่ยวสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก และบริเวณโดยรอบมีภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีเส้นทางน้ำจากลำธารไหลผ่าน มีต้นไม้ใหญ่พอสมควร บรรยากาศร่มรื่น มีการจัดการใช้พื้นที่อย่างเหมาะสมสอดคล้องกลมกลืนกับธรรมชาติ

ส่วนแหล่งท่องเที่ยวของ X Centre Chiangmai เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเส้นทางเดียวกัน มีกิจกรรมตื่นเต้นเร้าใจ และ โลดโผน แต่มีข้อจำกัดที่มีกลุ่มเป้าหมายค่อนข้างแคบ คือ เฉพาะพวกนักท่องเที่ยวที่มีความรักการผจญภัย แต่ก็มีข้อจำกัดด้านการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว เพราะเกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ และบุคลากร ก็จะต้องคอยดูแลอย่างใกล้ชิด ส่วนทางด้านกิจกรรมก็มีความโดดเด่น เช่น กิจกรรมบันจี้จัมพ์ มีที่เดียวในเชียงใหม่ และกิจกรรมยิงปืนบีบีกันเป็นสนามที่ใหญ่ที่สุดในเชียงใหม่ มีการจัดการใช้พื้นที่อย่างเหมาะสมกับกิจกรรม

แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แหล่ง ต่างมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตนและประกอบกับในเส้นทางท่องเที่ยวนี้มีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อีก เช่น ฟาร์มกล้วยไม้, คุ้มเสือ, สนามยิงปืน ATV Ontour, ศูนย์ฝึกยิง, โรงแรม, รีสอร์ท และหมู่บ้านชาวไทยภูเขา, น้ำตก ซึ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมความดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกไปเที่ยว

ด้านการเข้าถึง

แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แหล่งนี้ ตั้งอยู่บนถนนสายหลัก แม่ริม – สะเมิง ระยะทางจากตัวเมืองเชียงใหม่ รวดเร็วใช้เวลาประมาณ 20 - 30 นาที และสามารถใช้นานพาหนะทุกรูปแบบเข้าถึงได้ทุกฤดูกาล เพราะสภาพถนนที่ใช้สัญจรอยู่ในสภาพดีและมีความปลอดภัย มีป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวตามริมถนน

สำหรับปางช้างแม่สา เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการจำนวนมาก ทำให้มีปัญหาทางด้านที่จอดรถ ซึ่งปัจจุบันอาศัยไหล่ถนนสายหลักเป็นที่จอดรถ เพราะด้านหน้าของแหล่งท่องเที่ยวไม่มีที่จอดรถเพียงพอของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ จึงทำให้มีปัญหาการจราจรและเป็นช่องทางให้อาจเกิดอุบัติเหตุ ทั้งนักท่องเที่ยวและประชาชนที่สัญจรไปมาได้

ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก

แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แหล่งนี้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม มีห้องน้ำแบ่งชาย หญิง และมีสภาพที่สะอาด ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ลานจอดรถ ศูนย์บริการข้อมูล และประชาสัมพันธ์ ตลอดจนมีพนักงานคอยให้บริการนักท่องเที่ยว ที่เหมาะสม

โดยสรุปจากผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน เจ้าหน้าที่พนักงานภาคประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับ “ดี” มีค่าเฉลี่ย คือ 3.71 จึงถือว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ มีความพอใจในการจัดการเชิงกลยุทธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ในตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยเรียงตามลำดับ จาก “ดี - ไม่ดี” ตามลำดับ พบว่า

อันดับที่ 1 คือ ด้านลักษณะทางกายภาพในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย โดยภาพรวม คือ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว

อันดับที่ 2 คือ ด้านการบริหารและจัดการ โดยภาพรวม คือ ด้านการบริหารงาน การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน และการจัดการด้านบุคลากรที่ให้บริการ

อันดับที่ 3 คือ ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ โดยภาพรวม คือ การจัดการคุณภาพเสียง การจัดการขยะมูลฝอย การจัดการคุณภาพอากาศ และการจัดการระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยว

ด้านปัจจัยด้านสินค้าและบริการ โดยภาพรวม คือ ความเป็นเอกลักษณ์และมีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทางด้านกิจกรรมผจญภัย ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก ความสะดวกสบายของสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก มีกิจกรรมให้เลือกหลากหลายตามความต้องการของผู้มาใช้บริการได้ และกิจกรรมผจญภัยน่าสนใจให้ความสนุกสนานและสามารถให้ความรู้แก่ผู้มาใช้บริการได้

อันดับที่ 4 คือ ด้านการจัดการการมีส่วนร่วมของผู้บริหาร เจ้าหน้าที่พนักงาน และคนในชุมชนท้องถิ่น โดยภาพรวม คือ การให้การศึกษา หรือการสื่อความหมาย ภายในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย และประชาชนในท้องถิ่นตำบลแม่แรมมีส่วนร่วมในกิจกรรม

อันดับที่ 5 คือ ด้านปัจจัยทางด้านการจัดการจัดจำหน่าย โดยภาพรวม คือ การซื้อแพคเกจการท่องเที่ยวได้ง่ายจากบริษัทนำเที่ยวทั่วไป การจองแพคเกจกิจกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต สามารถซื้อแพคเกจจากบูธบริษัทท่องเที่ยวตามศูนย์การค้าต่างๆ และด้านความรวดเร็วในการขายและการให้บริการผู้มาใช้บริการ

อันดับที่ 6 คือ ด้านปัจจัยทางด้านราคา โดยภาพรวม คือ ราคาเหมาะสมกับประเภทกิจกรรม และราคามีความหลากหลายให้เลือกเช่น ชาวไทย ชาวต่างชาติ

อันดับที่ 7 คือ ด้านปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวม คือ การมีส่วนลดของสำหรับกลุ่มคณะ มีส่วนลดของสำหรับกลุ่มนักเรียน, นักศึกษา ส่วนลดของสำหรับช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ หรือช่วงหน้า Low season และมีส่วนลดของสำหรับกลุ่มลูกค้าประจำหรือบัตรสมาชิกที่ร่วมโครงการ

3. การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ในเขตตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาการจัดการเชิงกลยุทธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 2 แหล่ง พบประเด็น ที่ควรอภิปราย ดังนี้

การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านการพัฒนาเป็นที่น่าสนใจและดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ส่วนด้านการบริหาร

จัดการภายใน ด้านระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ พนักงาน คนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว อยู่ในเกณฑ์ “ดี” ทั้งนี้เพราะสินค้าและบริการ ทั้ง 2 แห่ง ถือว่าแหล่งท่องเที่ยว มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น โดยเฉพาะที่ปางช้างแม่สา เน้นการดูแลสุขภาพช้าง และมีความรู้ช่างประจำช้างทุกเชือก เพื่อคอยตรวจเช็คร่างกายของช้าง ด้านอารมณ์ ให้อยู่สภาพอนามัยที่ดี และมีสัตว์แพทย์คอยดูแลอย่างใกล้ชิด มีการผสมเทียมเพื่อได้พันธุ์ช้างที่ดีขึ้น จะได้ลูกช้างใหม่ 2 ตัว ต่อปีเป็นประจำ มีการฝึกฝนและคิดค้นการแสดงของช้างใหม่ๆ อยู่เสมอ เช่น ทำเดิน การวาดภาพใหม่ๆ การเล่นดนตรี อันเป็นสิ่งสำคัญการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมถ่ายรูปคู่กับช้าง ให้อาหารช้าง หลังเสร็จสิ้นการแสดง ส่วนรูปภาพที่ช้างวาดนั้น ทางปางช้างได้จัดทำเกลเลอร์แสดงโชว์ เพื่อจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจซื้อไปเป็นกรรมสิทธิ์ และยังเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดการจ้างงานแก่คนในท้องถิ่นอีกด้วย

ส่วนที่ X Centre Chiangmai ก็มีการเสาะหาอุปกรณ์ , เส้นทางวิ่งรถ และกิจกรรมใหม่ๆ หาเล่นได้ยากมาให้บริการนักท่องเที่ยวเสมอ เช่น กิจกรรมบันไดจัมพ์ กิจกรรมลูกบอลยักษ์ กิจกรรมยิงปืนบีบีกัน มีการตรวจสอบดูแลอุปกรณ์ให้มีความปลอดภัยตลอดเวลา จนกลายเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

การจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นโดยภาพรวมว่า มีการจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาด ทั้งในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับ “ปานกลาง” ส่วนประเด็นด้านราคานั้นแหล่งท่องเที่ยว ปางช้างแม่สา นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นในภาพรวมว่าเหมาะสมแล้ว เพราะช้างเป็นสัตว์หายากและในต่างประเทศหาดูและหานั่งช้างได้ยากมาก ส่วนค่าบริการของ X Centre Chiangmai มีราคาค่อนข้างแพง กล่าวคือ การใช้บริการอยู่ในระดับ หลักร้อยกว่า หรือ หลายพันบาท จึงมีแต่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และนักเรียนนานาชาติมาใช้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และมีการจัดกิจกรรม Kid's Fun เพื่อเปิดโอกาสให้เด็กร่วมกิจกรรมกับผู้ปกครอง หรือทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนเด็กด้วยกัน ทั้ง 2 แห่ง ยังมีการจัดอบรมและทดสอบพนักงานอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งคอยตรวจเช็คและซ่อมบำรุงอุปกรณ์ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอทุกครั้งก่อนให้บริการ

อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่ง ได้จัดทำกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยการจัดทำเว็บไซต์ เผยแพร่กิจกรรมของตัวเอง ของปางช้างแม่สา คือ <http://www.maesaelephantcamp.com/th> และของ X Centre Chiangmai คือ <http://www.chiangmai-xcentre.com/> และทั้ง 2 แห่งยังได้จัดกิจกรรมเสริมในโอกาสวันพิเศษ เช่น วันช้างไทย ให้เข้าชมฟรี วันแม่(ฟรีสำหรับคุณแม่) วันพ่อ(ฟรีสำหรับคุณพ่อ) และทำส่วนลดพิเศษสำหรับเด็กและนักเรียน ที่เข้ามาใช้บริการ(โดยการแสดงบัตรประจำตัวนักเรียนก่อนใช้บริการ) จะได้รับส่วนลด 10% ของราคากิจกรรมทันที ทางปางช้างแม่สาและ X Centre Chiangmai ยังได้จัดทำแผนพับ โบชัวร์ โฆษณาไปวางไว้ตามโรงแรมและบริษัทนำเที่ยว และลงโฆษณาในหนังสือแนะนำท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ทาง X Centre - Chiangmai ยังได้ตัดป้ายโฆษณาติดตามรถรับจ้างสองแถว วิ่งรอบเชียงใหม่ เพื่อทำการกระตุ้นการตลาดให้นักท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจอีกด้วย

การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านการแข่งขัน

แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่ง นับว่าเป็นสินค้าและบริการที่มีตลาดแข่งขันน้อย เพราะทั้ง 2 แห่งมีสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีข้อได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งไม่ไกลจากตัวเมืองเชียงใหม่มากนัก การคมนาคมสะดวก กิจกรรมสามารถดำเนินได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆที่หลากหลายในเส้นทางท่องเที่ยวเดียวกัน เป็นตัวช่วยเสริมสร้างพลังดึงดูดใจ จึงทำให้มีอัตราการแข่งขันค่อนข้างต่ำ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญประการหนึ่ง จึงทำให้การจัดการด้านกลยุทธ์ด้านนี้ไม่มีบทบาทมากนัก

กล่าวโดยสรุป คือ การท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่ง หากจะก่อให้เกิดความยั่งยืนจะต้องมีการตื่นตัวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่เสมอ รักษามาตรฐานของการให้บริการ และทำการตลาดให้กว้างขวาง เพื่อปิดช่องว่างการแข่งขันให้เหลือน้อยที่สุด

จากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อให้ทราบถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จากการลงพื้นที่ การแจกแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่พนักงาน ของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แหล่ง พบข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 5.63 การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จากการวิเคราะห์ SWOT

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
	กลยุทธ (SO)	กลยุทธ (WO)
โอกาส (Opportunities) 1.พื้นที่โดยรอบมีแหล่งอำนวยความสะดวกครบครัน 2.มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆอยู่ใกล้เคียงกันสามารถนำมาเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเข้าหากันได้	1.เพิ่มกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม 2.ส่งเสริมการตลาดโดยการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเข้าหากันเพื่อเพิ่มยอดขาย	1.เพิ่มกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม 2.เพิ่มกลยุทธ์ราคาแยกตามกลุ่มลูกค้า 1.เพิ่มกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 5.63 (ต่อ)

	กลยุทธ์ (ST)	กลยุทธ์ (WT)
อุปสรรค (Threats) ขาดการประชาสัมพันธ์กับ หน่วยงานราชการและธุรกิจ อื่น	เพิ่มกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ และเพิ่มการตลาดเชื่อมโยง แหล่งท่องเที่ยวเข้าหากัน	เพิ่มกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและ ภาครัฐให้มากขึ้น

ผู้ทำวิจัยได้ศึกษาหาแนวทางแก้ไขปัญหามาเพื่อเพิ่มรายได้และหาลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่ม หลังจากวิเคราะห์ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก และหลังจากการสัมภาษณ์ สรุปผลได้ดังนี้

จากศึกษากลยุทธ์ระดับบริษัท อยู่ที่กลยุทธ์คงที่ (Stability Strategy) คือ เป็นกลยุทธ์ที่รักษาอยู่ในสภาพเดิมในปัจจุบัน กลยุทธ์นี้จะไม่ใช่ในการขยายตัว ลด หรือ เลิกกิจการ แต่จะเสนอสินค้า หรือการบริการเดิมในตลาดเดิม เพื่อรักษาสภาพเดิม โดยมีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย จึงควรเพิ่มกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ โฆษณา เพื่อในสื่อต่างๆ เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้มาใช้บริการได้รับรู้มากขึ้น และไปมีส่วนร่วมองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อภาพลักษณ์ที่ดี

เพิ่มกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม คือ การสงวนรักษาพื้นที่ ควบคุมดูแลทรัพยากรในระบบนิเวศให้คงสภาพไว้ เพื่อสามารถนำมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้นานที่สุด โดยส่งเสริมเจ้าของพื้นที่ และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว สถาบันต่างๆ ในสังคม องค์กรประชาชน และประชาชนในท้องถิ่น ต้องร่วมมือกันในการอนุรักษ์ รักษาสภาพ ไม่ทำลายหรือสร้างความเสียหายแก่ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

เพิ่มกลยุทธ์ราคาแยกตามกลุ่มลูกค้า การสำรวจในการลงพื้นที่ พบว่า ราคาสูงเกินกำลังจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเฉพาะกลุ่ม ควรมีการกำหนดกลยุทธ์ราคาแยกตามกลุ่มลูกค้า มักพบเห็นในการบริการมากกว่าการซื้อสินค้า วิธีนี้จะใช้ความแตกต่างของผู้บริโภคด้านกายภาพ สถานภาพ และกำลังซื้อเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจในการเลือกบริการ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญตรงจุดนี้ เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมาใช้บริการมากขึ้น

เพิ่มกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด โดยการสร้างจุดขายใหม่ๆ ด้วยการออกแบบรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยการเชื่อมโยงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเข้าด้วยกันเพื่อกระตุ้นยอดขาย และเพิ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่อีกด้วย

5. ข้อเสนอแนะในการออกแบบสอบถามของทั้ง 2 แหล่งท่องเที่ยว คือ ปางช้างแม่สา และ X Centre Chiangmai สรุปผลดังนี้

5.1 ควรเพิ่มป้ายอธิบายแหล่งการท่องเที่ยว และไม่ควรเว้นระยะให้ห่างกันมากเกินไป และควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพราะเป็นเส้นทางหลักในการท่องเที่ยว

5.2 ควรมีการปรับราคาลงมาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย (บางกิจกรรม) เพราะกำลังซื้อของคนไทยน้อยกว่ากำลังซื้อของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

5.3 ควรมีการปลูกต้นไม้ใหญ่ทดแทนต้นไม้ที่ถูกตัดออกไปบ้าง เพื่อสร้างสมดุลให้กับธรรมชาติ ไม่ใช่เน้นแต่เพื่อความสวยงาม

5.4 ควรจัดทำของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของอำเภอแมริม ไว้ให้คนในชุมชนขายเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนอีกทาง เช่น หมวก ร่ม พวงกุญแจ ภาพวาดต่างๆ เป็นต้น

5.5 ควรสร้างความหลากหลายของกิจกรรมให้เพิ่มขึ้น หรือการจัดกิจกรรมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเข้าหากัน เพื่อสร้างความน่าสนใจและเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการรายอื่นอีกด้วย เช่น การนั่งช้างลงมาเที่ยวฟาร์มกล้วยไม้ การขับรถมอเตอร์ไซค์วิบาก ไปเที่ยวปางช้าง
→ คุ่มเสือ → ฟาร์มจระเข้ เป็นต้น

อภิปรายผล

จากการศึกษา สามารถอภิปรายผลประเด็นสำคัญได้ดังนี้ ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในตำบลแม่แรม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สถานสถานที่ดำเนินการสำรวจสามารถแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 แบบ คือ

1. กิจกรรมผจญภัยที่จัดขึ้นในแหล่งชุมชน ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ คือ กิจกรรมบันจีจัม (Bungy Jump) กิจกรรมบอลย์กซ์ (The Xorb Balls) กิจกรรมยิงปืนเพนด็บบอล กิจกรรมขับรถโกคาร์ท (Gokart)

2. กิจกรรมผจญภัยที่พึงพิงในแหล่งธรรมชาติ ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ คือ กิจกรรมขับรถคาสครอส (Buggy) กิจกรรมขับรถมอเตอร์ไซค์วิบาก (Motor Bikes) และ กิจกรรมขี่ช้างแม่สา

จากสถานที่ท่องเที่ยวหลักและมีชื่อเสียงในตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาผู้ประกอบการอยู่ 2 แห่ง คือ 1. ปางช้างแม่สา 2. X Centre Chiangmai โดยการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ว่า มีทรัพยากรการท่องเที่ยวอะไรบ้าง และมีการจัดการอย่างไร เพื่อจะได้กำหนดทิศทางแบบสอบถาม และเป็นประโยชน์ในการทำวิจัย การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ในตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ต่อไป

การวิเคราะห์ผล การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ในตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน เจ้าหน้าที่พนักงาน ภาคประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย ทั้ง 2 แห่ง ในภาพรวมด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อท่องเที่ยวเชิงผจญภัย อยู่ในระดับ “ดี” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ มีความพร้อมมากพอในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและเป็นที่พอใจหลังจากเข้ามาใช้บริการท่องเที่ยว

เรียงลำดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มโดยเรียงจาก “ ดี-ไม่ดี ” ตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 ด้านลักษณะทางกายภาพในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย อยู่ในระดับ “ ดี ” ลำดับที่ 2 ด้านการบริหารและจัดการ อยู่ในระดับ “ ดี ” ลำดับที่ 3 ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ อยู่ในระดับ “ ดี ” และด้านปัจจัยสินค้าและบริการ อยู่ในระดับ “ ดี ” ลำดับที่ 4 ด้านการจัดการการมีส่วนร่วมของผู้บริหาร เจ้าหน้าที่พนักงาน และคนในชุมชนท้องถิ่น อยู่ในระดับ “ ดี ” ลำดับที่ 5 ด้านปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย “ ดี ” ลำดับที่ 6 ด้านปัจจัยเรื่องราคา อยู่ในระดับ “ ปานกลาง ” ลำดับที่ 7 ด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับ “ ปานกลาง ” ตามลำดับ ดังนั้น ผลสรุปรวม จึงถือว่า เป็นที่พอใจแก่นักท่องเที่ยวหลังจากใช้บริการ

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวพบว่า เจ้าของผู้ประกอบการธุรกิจ ทั้ง 2 แห่ง มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน มองหาทำเลธุรกิจได้เหมาะสม อยู่ใกล้กับตัวอำเภอเมือง เชียงใหม่ และสภาพทรัพยากรโดยรอบ เต็มไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่น่าสนใจ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวครบครัน ลักษณะของกลยุทธ์ระดับบริษัท อยู่ที่กลยุทธ์คงที่ คือ การเสนอสินค้าหรือการบริการเดิมในตลาดเดิม เพื่อรักษาสภาพเดิม โดยมีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย และกล

ยุทธ์ที่ใช้ในปัจจุบัน คือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ , กลยุทธ์ทางการตลาด ,กลยุทธ์ด้านการแข่งขัน รวมถึงการบริหารทรัพยากรบุคคล และนำเอาองค์ประกอบ 3As เข้ามาจัดการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย ผลจากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนและครอบครัว เพื่อมาพักผ่อนหย่อนใจ และใช้เวลาในการท่องเที่ยว แบบไปเช้ากลับเย็นกลับ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

จึงเห็นถึงความสำคัญในการเพิ่มกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ คือ การโฆษณา เพื่อในสื่อต่างๆ เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้มาใช้บริการได้รับรู้มากขึ้น เพราะจากการสัมภาษณ์เบื้องต้น ทั้ง 2 แหล่ง ไม่ค่อยทำการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร เพราะได้รับการตอบรับจากบริษัททัวร์ที่จะคอยส่งนักท่องเที่ยวมาให้แหล่งท่องเที่ยวอยู่เป็นประจำ

เพิ่มกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม คือ การสงวนรักษาพื้นที่ ควบคุมดูแลทรัพยากรในระบบนิเวศให้คงสภาพไว้ โดยส่งเสริมเจ้าของพื้นที่ ประชาชนในท้องถิ่น และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ต้องร่วมมือกันในการอนุรักษ์ รักษาสภาพ ไม่ทำลายหรือสร้าง ความเสียหายแก่ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เพราะจากการสัมภาษณ์เบื้องต้น ทั้ง 2 แหล่ง มีกาปรับภูมิทัศน์ ให้สวยงามอยู่เสมอทุกๆปี บางที่อาจจะลืมจุดสำคัญในการรักษาระบบนิเวศแบบเดิมเอาไว้ เพราะปัจจุบันมีการตัดแต่งภูมิทัศน์เพื่อความสวยงามของสถานที่มากขึ้น บางที่อาจจะตัดต้นไม้ใหญ่หลายต้นออกไป เพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ชอบการสัมผัสกับธรรมชาติและวิถีชีวิตแบบเดิมๆ

เพิ่มกลยุทธ์ราคาแยกตามกลุ่มลูกค้า การสำรวจในการลงพื้นที่ พบว่า ราคาสูงเกินกำลังจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยเฉพาะกลุ่ม วิธีนี้จะใช้ความแตกต่างของผู้บริโภคด้านกายภาพ สถานภาพ และกำลังซื้อเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจในการเลือกบริการ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญตรงจุดนี้ เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมาใช้บริการมากขึ้น

ผู้วิจัยขอเสนอรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยการส่งเสริมการตลาด จากการเชื่อมโยงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเข้าด้วยกัน ด้วยการทำโปรโมชั่น ลดราคาเมื่อรวมกิจกรรมครบทุกที่ หรือ แจกของที่ระลึก เพื่อกระตุ้นยอดขาย และเพิ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่เข้ามาใช้บริการอีกด้วย

จากการวิจัยที่ได้ศึกษามาแล้ว ถือได้ว่ามีส่วนช่วยในการแก้ไข ปรับปรุง และกำหนดกลยุทธ์เพิ่ม รวมถึงการนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนการตลาด และการจัดรูปแบบ

การจัดการเชิงกลยุทธ์เชื่อมโยงกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเข้าด้วยกัน ไปเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจในการขยายตลาดและทำยอดขายให้กับธุรกิจมากขึ้น

ข้อจำกัดในการศึกษาในครั้งนี้

1. ช่วงเดือนที่ลงพื้นที่เก็บข้อมูลทำวิจัย ช่วงเดือน สิงหาคม – ตุลาคม พ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวชาวยุโรปไม่ค่อนมากนัก ส่วนใหญ่เป็นช่วงการท่องเที่ยวของชาวเอเชีย จีน ญี่ปุ่น และอินเดียเป็นจำนวนมาก จึงมีปัญหาในการสื่อสาร จึงใช้เวลาในการเก็บข้อมูลนานเกินกำหนด
2. ข้อมูลบริษัทบางอย่างต้องปกปิดไม่สามารถนำมาเปิดเผยต่อสาธารณะชน ได้ทั้งหมด
3. จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกมีจำนวนมากและส่วนมากจะเป็นคนในพื้นที่ จึงพบปัญหาต่อการเก็บข้อมูลเพราะคนส่วนใหญ่จะไปทำงานในตัวเมือง และไปเรียนหนังสือ จึงทำให้เก็บข้อมูลล่าช้า

ข้อเสนอแนะ

1. ควรอาศัยกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกเพิ่มขึ้น โดยการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงและกับคนในชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบที่มีความหลากหลาย
2. ต้องมีการอนุรักษ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติมากกว่านี้ จากการลงพื้นที่สำรวจ ส่วนใหญ่จะปรับภูมิทัศน์ให้สวยงาม เพื่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว โดยไม่คำนึงถึงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น เส้นทางเดินช้าง และเส้นทางวิ่งของรถวิบาก จึงจำเป็นต้องตัดต้นไม้ จึงทำให้ธรรมชาติถูกทำลาย
3. ควรมีการออกแบบถังขยะให้เข้ากับสถานที่ เพื่อความกลมกลืนของสถานที่ท่องเที่ยว อาจจะเป็นจุดดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวได้
4. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปดำเนินการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงพัฒนาจุดเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเข้าด้วยกัน และป้ายบอกทางต่างๆ รวมถึงการจัดทำเอกสารคู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่เพื่อทำการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวทั้งคนต่างถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาวิจัย หรือทำการสำรวจความสนใจหรือความนิยมของนักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไปที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในตำบลแม่แรม อำเภอแมริ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลจากการวิจัยมาทำเส้นทางทางการท่องเที่ยว หรือจัดกิจกรรมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจตัวเอง และสร้างเสริมประสิทธิภาพสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นและเป็นการกระจายรายได้ให้กับธุรกิจรายอื่นอีกด้วย

