

ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวายในการเดินทางมาเยือน

ดอยม่อนแจ่ม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

DESTINATION ATTRIBUTES AFFECTING GENERAL Y THAI TOURISTS TO VISIT MON CHAM,

MAE RIM DISTRICT CHIANG MAI PROVINCE

ศิรชญา อุนทร์แน่ที่เร่* และจิราวรรณ ฉายสุวรรณ**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวายในการเดินทางมาเยือนดอยม่อนแจ่ม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวาย จำนวน 300 ราย แบ่งเป็นเจเนอเรชันวายตอนต้น จำนวน 150 ราย และเจเนอเรชันวายตอนปลาย จำนวน 150 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และสถิติเชิงอนุมานโดยใช้ t-test

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001- 30,000 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้จัดโปรแกรมท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากที่สุด เดินทางมากับเพื่อนรวมตนเอง จำนวน 2-5 คน จากภาคกลาง คือ กรุงเทพมหานคร พัก ณ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 คืน ส่วนใหญ่พักค้างคืน ณ ดอยม่อนแจ่ม 1 คืน มีค่าใช้จ่ายต่อคน ณ ดอยม่อนแจ่ม 1,001-1,500 บาท และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตลอดทริป 3,501-5,000 บาท

ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวดอยม่อนแจ่มที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เจเนอเรชันวายในระดับมากที่สุด 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ รองลงมาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริการเสริมที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของลักษณะแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ 3 อันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยว ได้แก่ มีอากาศบริสุทธิ์ มีความใกล้ชิดกับธรรมชาติ อาทิ ภูเขา น้ำตก ป่าไม้ และมีความสวยงามของวิวทิวทัศน์ระหว่างทาง ปัจจัยย่อยของลักษณะแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3 อันดับแรก ได้แก่ มีสถานที่เพียงพอต่อความต้องการ มีร้านอาหารและเครื่องดื่มให้บริการ และมีบริการที่พักและลานกางเต็นท์ ส่วนปัจจัยย่อยของลักษณะแหล่งท่องเที่ยวด้านบริการเสริมที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีความพร้อมในการให้บริการด้านความปลอดภัย เช่น เจ้าหน้าที่สอดส่องดูแลในพื้นที่ ความพร้อมในการให้บริการด้านการเงิน อาทิ ตู้ ATM บริการชำระผ่านบัตรเครดิต และความพร้อมในการให้บริการด้านสุขภาพ เช่น ยาสามัญประจำบ้าน โดยค่าเฉลี่ยผลของการตัดสินใจของเจเนอเรชันวายตอนต้นมากกว่าเจเนอเรชันวายตอนปลายในทุกปัจจัยย่อย

ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชันวายตอนต้นและตอนปลาย พบว่าปัจจัยของลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วยด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการแบบเป็นแพคเกจ และด้านการบริการเสริมที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ ยกเว้นลักษณะแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม ที่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

* นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study tourist attraction attributes that affect Generation Y travelers on their visit to Mon Cham, Mae Rim District, Chiang Mai Province. Data was collected from 150 early Generation Y travelers and 150 late Generation Y travelers using a questionnaire as a tool to collect data and analyze data using descriptive statistics including frequency and percentage and inference statistics by testing t-test statistics.

The results showed that the majority of respondents were females between the ages of 26-35 years old. They were single, whose occupation as employees / private company, and had an average monthly income around 15,001- 30,000 Baht. Travel behavior showed that most of them were self-organized travel programs. They were accompanied by 2-5 people. They came from the Central regions, mainly from Bangkok, and stayed in Chiang Mai province for 3 nights. Most of them stayed overnight at Mon Cham for 1 night. The cost spent at Mon Cham was at 1,001-2,000 Baht, and the cost of the whole trip from their hometown to Mon Cham was 3,501-5,000 Baht.

The findings also revealed that destination attributes affecting Generation Y decision making to visit Mon Cham there are highest level, the first 3 factors were attractions. Followed by amenities and ancillary services to tourists when considering the sub-factors of the top 3 attributes that affect travel choice. There is fresh air, location is close to nature, such as mountains, waterfalls, forests, and beautiful scenery along the way. Followed by the amenities at the highest level are 3 factors. There are sufficient toilets, food and beverage available, and offers accommodation. Furthermore, sub-factors of the ancillary service at the top 3 are the availability of security services such as local surveillance officers, financial services such as ATMs, credit card payment services and the availability of health services such as home remedies.

The results of testing the difference between the groups of the early and late generation Y tourists was found that all factors of the attributes affecting to tourist attractions had a statistically significant difference in the decision to select tourist attractions of the two groups. There consists of an attractions, accessibility, amenities, available package and ancillary service, except for the tourist activities with no statistically significant difference.

บทนำ

จังหวัดเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากความเป็นมิตรของคนเชียงใหม่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีอาหารให้เลือกอย่างหลากหลาย มีการจัดอันดับและพบว่าจังหวัดเชียงใหม่ติดอันดับ 2 จาก 20 เมืองที่น่าท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก ของนิตยสาร Travel and Leisure ปี ค.ศ. 2016 รองจากเมืองชาร์ลสตัน รัฐเซาท์ แคโรไลนา ประเทศสหรัฐอเมริกา (“เชียงใหม่-กทม. ติดอันดับเมืองน่าเที่ยว”, 2559) เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมและประเพณีที่งดงาม แม้จะมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี แต่ยังคงเป็นเมือง

ที่มีบรรยากาศที่เงียบสงบ และจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมในประเทศไทยอีกด้วย (“เชียงใหม่ดั่ง ก้องโลก”, 2559)

อำเภอแม่ริมเป็นหนึ่งในอำเภอยอดนิยมในจังหวัดเชียงใหม่ ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ควรพลาดหากมาท่องเที่ยวยังอำเภอแม่ริมคือ ม่อนแจ่มหรือดอยม่อนแจ่ม ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จเพราะได้รับการจัดอันดับเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมและติดอันดับ 1 ใน 10 ของสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ควรพลาดหากมาเยือนเมืองเชียงใหม่ (“ปักหมุด 10 ที่เที่ยวเชียงใหม่”, 2019) เนื่องจากมีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม มีอากาศที่เย็นสบายเกือบตลอดทั้งปี มีการปลูกพืชผัก ผลไม้ ดอกไม้เมืองหนาว ซึ่งจะเปลี่ยนไปในแต่ละช่วงของฤดูกาล มีทำเลที่ตั้งไม่ไกลจากตัวเมืองซึ่งใช้เวลาเดินทางเพียง 40 นาที (“ม่อนแจ่ม สถานที่ท่องเที่ยว”, 2018) นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปดอยม่อนแจ่มมีความหลากหลาย ทั้งกลุ่มคนไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งหนึ่งในนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางมาเที่ยวดอยม่อนแจ่มคือกลุ่มเจนเนอร์เรชันวาย

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวเจนเนอร์เรชันวายในการเดินทางมาเยือนดอยม่อนแจ่ม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ ในดอยม่อนแจ่มและแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกับดอยม่อนแจ่ม เพื่อเป็นการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับผู้บริโภคในปัจจุบันให้มากยิ่งขึ้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหา ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาลักษณะแหล่งท่องเที่ยว (6As) ที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์เรชันวาย ในการเดินทางมาเยือนดอยม่อนแจ่ม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวแบบ 6 องค์ประกอบ (6As) ประกอบด้วยด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด (Available Packages) ด้านกิจกรรม (Activities) และด้านบริการเสริมที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Service) (ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2560 อ้างถึงใน Buhalis & Amaranggana, 2015)

ประชากร

ประชากรในการศึกษานี้คือนักท่องเที่ยวเจนเนอร์เรชันวาย ได้แก่ ผู้ที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1980-2000 หรือปี พ.ศ. 2523-2543 (มีอายุระหว่าง 21-41 ปี ในปี พ.ศ. 2564) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังดอยม่อนแจ่ม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ อย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลา 12 เดือน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Survey) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจนเนอร์เรชันวายที่มาท่องเที่ยวยังดอยม่อนแจ่ม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย แบ่งเป็นเจนเนอร์เรชันวายตอนต้น จำนวน 150 ราย (มีอายุระหว่าง 31-41 ปี ในปี พ.ศ. 2564) และ เจเนอเรชันวายตอนปลาย จำนวน 150 ราย (มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ในปี พ.ศ. 2564)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์เรชันวายในการเดินทางมาเยือนดอยม่อนแจ่ม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยคำถามสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว แบบ 6 องค์ประกอบ (6As) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) การจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด (Available- Packages) กิจกรรม (Activities) และบริการเสริมที่

นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Service) โดยเป็นคำถามปลายปิด ใช้ Rating Scale เป็นเกณฑ์โดยกำหนดระดับความเห็นไว้ 5 ระดับ ประกอบด้วยคำตอบตั้งแต่ระดับที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจมากที่สุดถึงระดับที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชันวายที่มาท่องเที่ยว ยังคงยอมอ่อนแอ้มอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของดอยม่อนแจ่ม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม 300 ชุด นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติทำการวิเคราะห์ 2 ลักษณะ ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายข้อมูล ด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การทดสอบค่าสถิติ (t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชันวายตอนต้นและตอนปลายที่เดินทางมาเยือนดอยม่อนแจ่ม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยของลักษณะแหล่งท่องเที่ยว 10 อันดับแรก ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชันวาย ในการเดินทางมาเยือนดอยม่อนแจ่ม อำเภอแม่ริมจังหวัดเชียงใหม่ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อยของลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชันวายเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย

องค์ประกอบ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	มีอากาศบริสุทธิ์	4.95 (มากที่สุด)
	สถานที่ที่มีความใกล้ชิดกับธรรมชาติ อาทิ ภูเขา น้ำตก ป่าไม้	4.91 (มากที่สุด)
	มีความสวยงามของวิวทิวทัศน์ระหว่างทาง	4.85 (มากที่สุด)
ด้านกิจกรรม	มีโอกาสดูเห็นทะเลหมอก	4.80 (มากที่สุด)
	มีโอกาสดูเห็นทะเลหมอก	4.78 (มากที่สุด)
	มีโอกาสชมพระอาทิตย์ขึ้น-ตกดิน	4.78 (มากที่สุด)
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	การต้อนรับและความเป็นมิตรของคนในพื้นที่	4.76 (มากที่สุด)
	มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ	4.75 (มากที่สุด)
	มีอาหารและเครื่องดื่มของท้องถิ่น	4.67 (มากที่สุด)

องค์ประกอบ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	มีสุขาที่เพียงพอต่อความต้องการ	4.65 (มากที่สุด)
ด้านการบริการเสริมที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ	ความพร้อมในการให้บริการด้านความปลอดภัย เช่น เจ้าหน้าที่สอดส่องดูแลในพื้นที่	4.63 (มากที่สุด)

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปตามหลักลักษณะของประชากรศาสตร์

จากผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปีสถานภาพโสด ประกอบ อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001- 30,000 บาท

2. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาพบว่าเป็นผู้จัดโปรแกรมท่องเที่ยวด้วยตัวเอง นิยมเดินทางมาร่วมกับเพื่อน มีผู้ร่วมเดินทางรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 2-3 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคกลาง โดยเดินทางมาจาก จังหวัดกรุงเทพมหานคร พัก ณ จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 3 คืน ส่วนใหญ่พักค้างคืน ณ ดอยม่อนแจ่ม จำนวน 1 คืน มีค่าใช้จ่าย ณ ดอยม่อนแจ่มโดยประมาณระหว่าง 1,001-1,500 บาท และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ตลอดทริปจำนวน 3,501-5,000 บาท

3. ข้อมูลด้านลักษณะแหล่งท่องเที่ยว

ในภาพรวมพบว่าลักษณะแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวายตอนต้นและตอนปลายมากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับที่ 2 คือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อันดับที่ 3 คือด้านบริการเสริมที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ อันดับที่ 4 คือด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อันดับที่ 5 คือด้านกิจกรรม และอันดับที่ 6 คือด้านการจัดรูปแบบการให้บริการแบบเป็น Package โดยพบว่ากลุ่มเจนเอเรชั่นวายตอนต้นมีค่าเฉลี่ยผลของการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวมากกว่าเจนเอเรชั่นวายตอนปลายในทุก ๆ ด้าน

4. ข้อมูลการทดสอบความแตกต่าง

จากการทดสอบความแตกต่าง พบว่าลักษณะแหล่งท่องเที่ยว(6As) เกือบทุกด้าน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายตอนต้นและตอนปลายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นลักษณะแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม ที่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ด้านมีสุขาที่เพียงพอต่อความต้องการ มีโอกาสชมพระอาทิตย์ขึ้น-ตกดิน และมีกิจกรรมนั่งฟอร์มูล่ามั่ง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษา

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ชุมชนดอยม่อนแจ่มควรส่งเสริมและสนับสนุนความคงอยู่ของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น การรณรงค์ใช้สิ่งปลูกสร้างจากวัสดุทางธรรมชาติ เพื่อให้เกิดความกลมกลืนกับธรรมชาติให้มากที่สุด ภาครัฐอาจมีการจัดตั้งงบประมาณรายปี เพื่อใช้ในการดูแลและพัฒนาพื้นที่ดอยม่อนแจ่ม การให้ความรู้ที่ถูกต้องกับคนในชุมชนในเรื่องการฟื้นฟูธรรมชาติ การอบรมเรื่องกฎหมายที่เข้มงวดและรณรงค์การไม่เผาป่าหรือพื้นที่ทำกิน เพื่อเป็นการลดมลพิษทางอากาศ เน้นการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างภาครัฐและบุคคลในพื้นที่ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวดอยม่อนแจ่มมีความสมบูรณ์อย่างยั่งยืน

1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ชุมชนม่อนแจ่มอาจมีการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านเพื่อใช้เป็นงบประมาณในการบริหารชุมชนม่อนแจ่ม โดยเก็บจากส่วนของที่พัก ร้านอาหารและเครื่องใช้ในพื้นที่ นำมาจัดสร้างห้องน้ำสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ในช่วง High season เป็นช่วงที่ที่พักไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว กองทุนหมู่บ้านอาจทำการเช่าพื้นที่เปล่าบางแห่งจากคนในชุมชน ที่อาจมีที่ดินแต่ยังไม่พัฒนา นำมาเป็นพื้นที่ส่วนกลางให้นักท่องเที่ยวสามารถนำเต็นท์มาใช้บริการในพื้นที่ได้ โดยเก็บค่าเช่าเต็นท์ในราคาที่ไม่แพง และคนในพื้นที่สามารถนำสินค้ามาขายได้ สร้างความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวและเป็นการสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน

1.3 ด้านบริการเสริมที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary) อาจจัดจ้างเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยและเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวโดยม่อนแจ่มจากเงินกองทุนหมู่บ้าน ให้ความรู้เทคโนโลยีด้านการชำระเงินให้แก่พ่อค้า แม่ค้าและร้านค้าในชุมชนม่อนแจ่ม ให้สามารถรับชำระเงินผ่านการสแกนรับ-จ่ายเงิน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และพร้อมก้าวไปสู่กระแสสังคมไร้เงินสดในอนาคต

1.4 การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility) ชุมชนม่อนแจ่มอาจมีการเสนอไปยังส่วนของภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อของบประมาณการจัดทำป้ายตลอดเส้นทางไปยังม่อนแจ่ม เป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเยือนม่อนแจ่ม

ข้อเสนอแนะหรือแนวทางของกลุ่มเป้าหมายเจนเนอร์เรชันวาย

1. เจเนอเรชันวายตอนต้น ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย สมรสแล้ว มักเดินทางพร้อมกับคู่รัก ซึ่งเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ มากกว่าเจเนอเรชันวายตอนปลาย ทำให้ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า เป็นกลุ่มที่ต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เหนือกว่า เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้ที่สูงกว่า มีความสามารถในการใช้จ่ายมากกว่า จึงเน้นความเป็นพรีเมียม ดังนั้นอาจเน้นไปที่การขายควบแพ็คเกจที่พักพร้อมดินเนอร์อาหารเช้า/อาหารเย็น และกิจกรรมสำหรับคู่รักโดยที่พักรวมเน้นความเป็นส่วนตัว มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อาหารมีให้เลือกหลากหลาย เน้นกิจกรรมแบบคู่รัก เช่น การปั่นจักรยาน การดูดาวยามค่ำคืนและการดูหมอกในยามเช้า เป็นต้น โดยนอกจากนี้ อาจมีแพ็คเกจเสริมด้านบริการ รับ-ส่ง สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่อยากนำรถยนต์ส่วนตัวมา นอกจากจะช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวแล้วยังเป็นการลดการสัญจรที่ติดขัดและลดการเกิดอุบัติเหตุจากการไม่ชำนาญทาง

2. เจเนอเรชันวายตอนปลาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานะภาพโสด มักเดินทางมาพร้อมกับเพื่อน ทำให้ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า เป็นกลุ่มหญิงโสด ที่ชื่นชอบการผจญภัย ต้องการเก็บประสบการณ์ที่แปลกใหม่อยู่เสมอ ไม่เน้นความหรูหรา ดังนั้นอาจเน้นไปที่การจัดที่พักสำหรับ 3-4 คน โดยราคาเฉลี่ยต่อคนโดยประมาณ 500 บาท เน้นขายแบบส่วนเพิ่ม ไม่เน้นการขายควบเป็นแพ็คเกจ กล่าวคือราคาไม่แพงและสมเหตุสมผล อาจมีการจัดพื้นที่ส่วนกลางไว้สำหรับใช้หรือจัดกิจกรรมร่วมกัน เพื่อเปิดประสบการณ์รู้จักคนใหม่ๆ สังคมใหม่ๆ โดยเน้นความเรียบง่ายและสนุกสนานเป็นหลัก

บรรณานุกรม

เชียงใหม่-กทม. ติดอันดับเมืองน่าเที่ยวของโลก. (2559). สืบค้นจาก

https://www.thaich8.com/news_detail/8156

เชียงใหม่ดังไกล นิตยสารสวัสดีฯ ยกเมืองน่าเที่ยวมากสุดอันดับ 2 ปี 59. (8 กรกฎาคม 2559). ไทยรัฐ.

สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/658407>

ปักหมุด 10 ที่เที่ยวเชียงใหม่ ไฮไลท์เด็ดต้องเก็บให้ครบ. (2562). สืบค้นจาก

<https://blog.traveloka.com/th/local-travel/attractionschiangmai-must-checkin/>

ม่อนแจ่ม สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ที่เที่ยวยอดนิยมที่ห้ามพลาดเลย. (2561). สืบค้นจาก

<https://www.sakagami.biz/เที่ยวภาคไหน/เที่ยว ภาคเหนือ/ม่อนแจ่ม/>

ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2560). องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่ม

นักท่องเที่ยวอนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก, *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 11(1), 79-81.

Buhalis, D., Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism

Experience Through Personalisation of Services. In: Tussyadiah, I., Inversini, A. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. Springer, Cham: https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28