

การท่องเที่ยวเนิบช้ากับราคาที่เปลี่ยนแปลง :
กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จังหวัดน่าน

Slow travel and price changing:

Case study of Historical and Cultural Tourist Attraction in Nan, Thailand

ประพล จิตคติ^๑

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งนำเสนอผลกระทบด้านราคาสินค้าและบริการที่มีการเปลี่ยนแปลงภายหลังเกิดการท่องเที่ยวเนิบช้าในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยผู้เขียนได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาสังเคราะห์และนำเสนอในภาพรวม พบว่า จังหวัดน่านได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ข้อ ๒ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงอนุรักษ์ การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เด็กและเยาวชนให้มีความรู้และปลูกฝังจิตสำนึกพร้อมเปิดรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ โดยเป็นห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม แม้ว่าจังหวัดไม่ได้มีการกล่าวถึงการกำหนดมาตรฐานด้านราคาไว้ในแผนยุทธศาสตร์ จากการค้นคว้านี้พบว่า ราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีราคาที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากรายได้ต่อเดือนของประชากรเท่ากับ ๑๔,๓๕๙.๐๐ บาทต่อเดือนต่อครอบครัว ในขณะที่มีรายจ่ายเท่ากับ ๑๒,๔๘๕.๐๐ บาทต่อเดือนต่อครอบครัว ดังนั้นจึงเป็นตัวกำหนดราคาสินค้าและบริการ หากร้านค้า ร้านอาหารจำหน่ายสินค้าและบริการราคาสูงเกินไปในที่สุดก็จะขายไม่ได้เนื่องจากประชากรในจังหวัดจะไม่ใช้บริการในที่สุดก็ต้องปิดกิจการไปในที่สุด

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเนิบช้า, การเปลี่ยนแปลงราคา

^๑ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จ.พิษณุโลก

Abstract

This article to present the impact of price changes on goods and services after slow travel in the historical and cultural tourist attraction was explore the relevant documents and interviews with tourism stakeholders. The result was found as Nan province has determined tourism as a strategic development of the province as Cultural and Conservation Development of personnel involved for children and young population have the knowledge and instill the consciousness and open to both domestic and foreign tourists. Thus set value chain of potential products is eco-tourism and culture tourism. Although the province does not mention pricing standards in its strategic plan. The research found that. Price of products and services in historical and cultural sites. There are no different prices. Because the monthly income of the people is 14,359.00 baht per month per family. At the expense of 12,485.00 baht per month per family. If the restaurant and shops sell the goods and services too high prices will eventually not be sold because the population in the province will not buy and not use service eventually closed down

Keyword: Slow travel, Price change

บทนำ

หลังจากที่มีการกล่าวขานถึงการท่องเที่ยวเนิบช้า (Slow travel) ในปี พ.ศ. ๒๕๕๗ โดย Slowtalk ในการประชุมใหญ่เพื่อสร้างชุมชนการท่องเที่ยวเนิบช้า (Slow travel community) ได้ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวเนิบช้า ใช้แนวคิดโดยนักท่องเที่ยวต้องมีเวลาทั้งสัปดาห์ในวันหยุด เพื่อเช่าที่พัก วิลล่า ฟาร์ม กระโจม หรืออพาร์ทเมนต์ เพื่อสำรวจดูสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว ชะลอตัวเองลงเพื่อดื่มด่ำกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและหลีกเลี่ยงการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วตามหนังสือ เอกสารหรือคู่มือท่องเที่ยว (Internet Brands, ๒๐๑๘) โดยการท่องเที่ยวเนิบช้าเกิดขึ้นในหลายประเทศในยุโรปเป็นที่แรก ได้แก่ อิตาลี ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร ไอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ และขยายไปยัง สหรัฐอเมริกา ฮังการี ตุรกี โปรตุเกส โครเอเชีย ปัจจุบันมีมากกว่า ๓๓ ประเทศ (Cittaslow, ๒๐๑๘) โดยในการท่องเที่ยวเนิบช้านี้ อาจจะใช้เวลาดั้งแต่หนึ่งสัปดาห์หรือมากกว่าเพื่อจะได้เรียนรู้และเกิดความเข้าใจในลักษณะทางสังคม วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น (บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข, ๒๕๖๐) ประเทศไทยในหลายจังหวัดเริ่มมีการนำแนวคิดการท่องเที่ยวเนิบช้าเข้ามาจัดการการท่องเที่ยว ตัวอย่างหนึ่งที่ได้เห็นได้อย่างชัดเจน คือ จังหวัดน่าน ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานแพร่ ได้ริเริ่มกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเนิบช้า โดยจัดเทศกาลศิลปะน่าน ตอน น่าน เนิบ เนิบ ในระหว่างวันที่ ๒๑-๒๓ ก.พ. ๒๕๕๗ ณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จังหวัดน่าน เกิดจากการรวมกลุ่มของคณาจารย์หลากหลายสาขาอาชีพที่อาศัยอยู่ในจังหวัดน่าน ที่มาช่วยคิดและลงมือทำงาน เพื่อให้เกิดกระบวนการคิดสร้างสรรค์ นำเสนอ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปะหลากหลายแขนงทั้งทัศนศิลป์ ศิลปะการแสดง ภาพถ่าย ดนตรี หนังสือ และวรรณกรรม กิจกรรมในครั้งนั้นถือว่าเป็นงานเทศกาลศิลปะครั้งแรกในจังหวัดน่านและมีกิจกรรมในลักษณะนี้เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

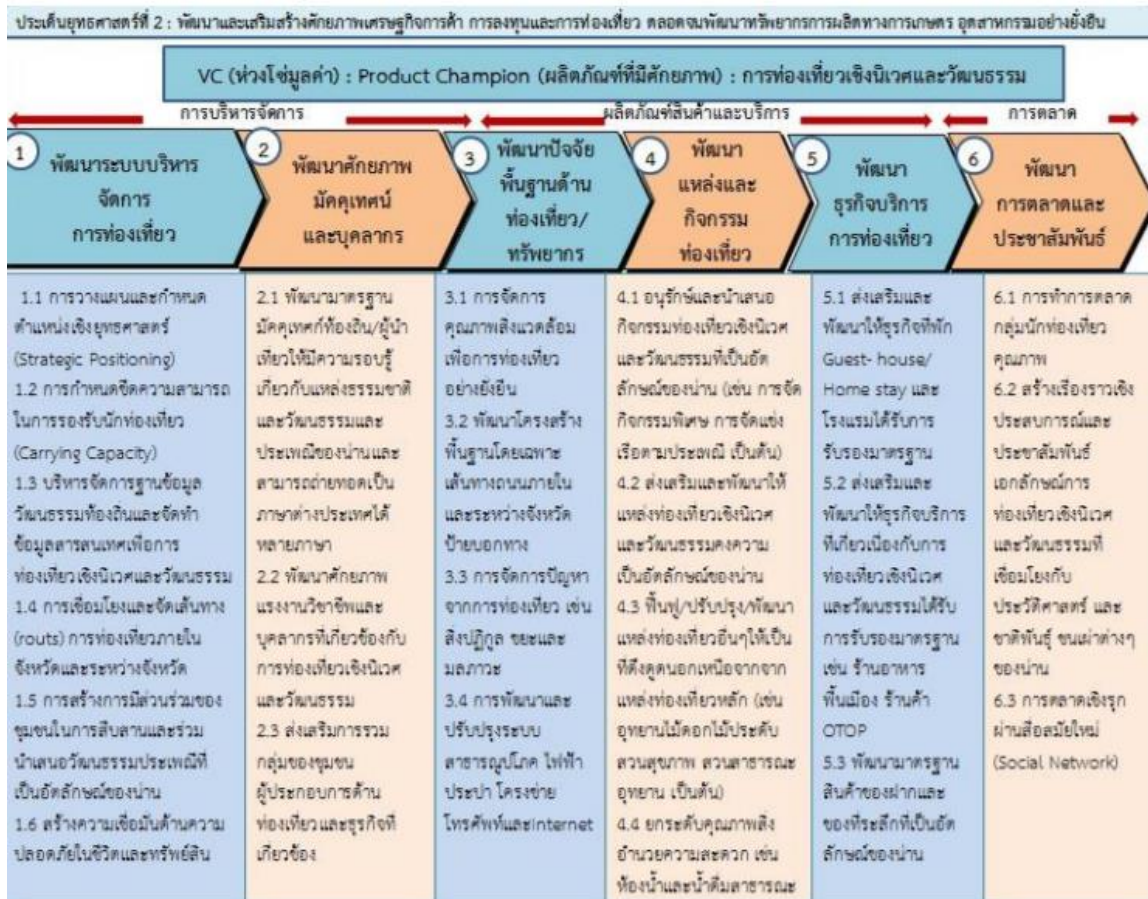
น่านกับการท่องเที่ยวเนิบช้า

เมืองน่านในอดีตเป็นนครรัฐเล็ก ๆ ก่อตัวขึ้นราวกลางพุทธศตวรรษที่ ๑๘ บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำน่าน และแม่น้ำสาขา ในหุบเขา ทางตะวันออกของภาคเหนือ ประวัติศาสตร์เมืองน่าน เริ่มปรากฏขึ้นราว พ.ศ. ๑๘๒๕ ภายใต้การนำของพญาภูคา ศูนย์การปกครองอยู่ที่เมืองย่าง (เชื่อกันว่าเป็นบริเวณริมฝั่งด้านใต้ ของแม่น้ำย่าง ใกล้เทือกเขาตอยภูคาในเขตบ้านเสี้ยว ตำบลยม อำเภอท่าวังผา) เพราะปรากฏร่องรอยชุมชนในสภาพที่เป็นคูน้ำ คันดิน กำแพงเมืองซ้อนกันอยู่ ในปี พ.ศ. ๒๔๔๖ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงมีพระกรุณาโปรดเกล้าฯ สถาปนาให้ เจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ เลื่อนยศฐานันดรศักดิ์ขึ้นเป็น "พระเจ้านครน่าน" มีพระนามปรากฏตามสุพรรณบัฏว่า "พระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ กุลเชษฐมหันต์ ไชยนันทบุรมหาราชวงศา ธิบติ สุริตจาวีราชนุภาวรักรัษ วิบูลยศักดิ์กิติไพศาล ภูบาลบพิตร สติธย ฌ นันทราชวงษ์" เป็นพระเจ้านครน่านองค์แรก และองค์เดียวในประวัติศาสตร์น่าน ภายหลังได้รับการสถาปนาเป็นพระเจ้าน่าน พระเจ้าสุริยพงษ์ผริตเดชฯ จึงได้สร้าง หอคำ (คุ้มหลวง) ขึ้นแทนหลังเดิมซึ่งสร้างในสมัยของ เจ้านันทวรฤทธิเดชฯ และด้านหน้าหอคำ มีข่วงไว้ทำหน้าที่คล้ายสนามหลวง สำหรับจัดงานพิธีต่าง ๆ ตลอดจนเป็นที่จัดขบวนทัพออกสู้ศึก จัดขบวนนำเสด็จหรือขบวนรักแขกเมืองสำคัญ

และในปี พ.ศ. ๒๔๗๔ เจ้ามหาพรหมสุรธาตา (เจ้าน้อยหมอกฟ้า ณ น่าน) เจ้าผู้ครองนครน่าน ถึงแก่พิราลัย ตำแหน่งเจ้าผู้ครองนครก็ถูกยุบเลิกตั้งแต่นั้นมา ส่วนหอคำได้ใช้เป็น ศาลากลางจังหวัดน่าน จนปี พ.ศ. ๒๕๑๑ จังหวัดน่าน ได้มอบหอคำให้กรมศิลปากร ใช้เป็นสถานที่จัดตั้ง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติน่าน จนกระทั่งปัจจุบัน (สำนักงานจังหวัดน่าน, ๒๕๖๑)

เกือบครึ่งทศวรรษที่จังหวัดน่านมีการปรับตัวเข้าสู่การท่องเที่ยวเนิบช้า (Slow travel) จังหวัดน่านมีความโดดเด่นในเรื่องการรักษาความเดิมแท้ของศิลปวัฒนธรรม และสภาพภูมิทัศน์มากที่สุด ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์ของเมืองน่านได้เป็นอย่างดี ภายหลังจังหวัดน่านได้รับการยกย่องจากสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asian Nations) ให้เป็นเมืองที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เมืองน่าน ควบคู่กับเมืองหลวงพระบาง ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) (วัชรภรณ์ สุรภี และฉลอมศรี พิมลสมพงษ์, ๒๕๖๐)

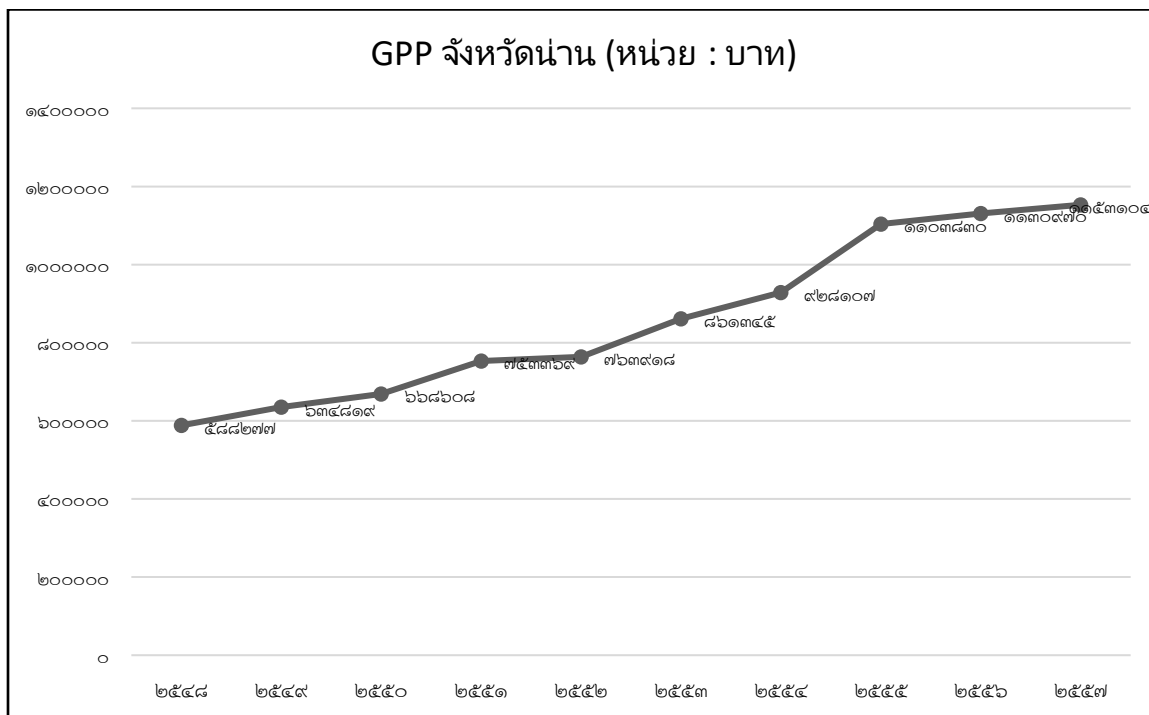
นอกจากนี้จังหวัดน่านยังเป็นเมืองเนิบช้าที่มีบรรยากาศของความเป็นเมืองเก่าที่มีชีวิต ซึ่งได้รับอิทธิพลและความศรัทธาในพระพุทธศาสนาของประชาชน แสดงให้เห็นความสำคัญและความเคารพของศาสนิกชนอย่างไม่ขาดสายตั้งแต่อดีต วัด วา อาราม ในจังหวัดได้รับการดูแลเป็นอย่างดี มาจนถึงยุคปัจจุบัน โบราณสถาน และโบราณวัตถุ มีความสำคัญและเป็นองค์ประกอบในการเล่าเรื่องได้เป็นอย่างดี เพื่อให้คนรุ่นหลังได้ทราบที่มา และความสำคัญ น่านในวันนี้ยังคงมีเสน่ห์ด้วยความเรียบง่าย สงบ ตลอดระยะเวลาในการสังเกตการณ์เมืองน่านเป็นเวลา ๓ วัน ทำให้ทราบว่า น่านยังคงรักษาวิถีชีวิตความเรียบง่ายเอาไว้เป็นอย่างดี ทั้งภาษาพูด การแต่งกาย อาหาร ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นการพัฒนาที่จังหวัดได้กำหนดตำแหน่งในประเด็น ที่ ๒ คือ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงอนุรักษ์ การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เด็กและเยาวชนให้มีความรู้และปลูกฝังจิตสำนึก พร้อมเปิดรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ “เพื่อให้เป็นเมืองที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและผลผลิตทางการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์” มีกลยุทธ์ที่สำคัญที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวครั้งนี้คือ ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมจังหวัด เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัด และรองรับ AEC โดยกำหนดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ดังภาพ ๑



ภาพ ๑ ห่วงโซ่มูลค่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม
ที่มา : (สถิติทางการประเทศไทย, ๒๕๖๑)

ในปี พ.ศ. ๒๕๕๗ จังหวัดน่านมีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product) ดังแผนภูมิ ๑ ภายหลังจากจังหวัดน่านเข้าสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวในปัจจุบันส่งผลให้จังหวัดน่านมีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเพิ่มมากขึ้น และคาดว่าเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจนถึงปีปัจจุบัน

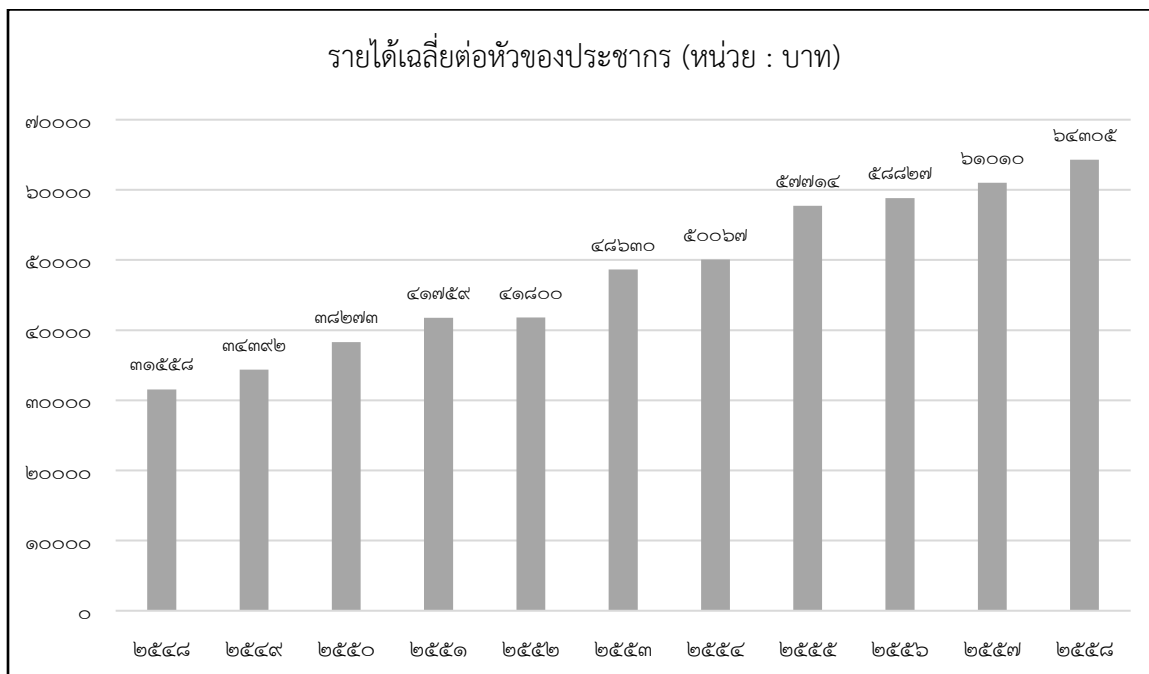
แผนภูมิ ๑ ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อคนต่อปี (Gross Provincial Product) จังหวัดน่าน



ที่มา : (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ๒๕๖๑๑)

เมื่อพิจารณารายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร จังหวัดน่าน พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๕๗ พบว่า ประชากรในจังหวัดน่าน มีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ย ๓,๒๗๒.๔๔ บาทต่อคน และในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ เพิ่มขึ้นเป็น ๖๔,๓๐๕ บาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๘) รายละเอียดแสดงในแผนภูมิ ๒

แผนภูมิ ๒ รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร จังหวัดน่าน พ.ศ. ๒๕๔๘ - ๒๕๕๗



ที่มา : (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ๒๕๖๑b)

สถานการณ์ราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว

เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเมืองน่านเข้าสู่การท่องเที่ยวตามนโยบายจากรัฐ และนโยบายจากผู้บริหารระดับสูงในระดับจังหวัด พบว่ามีสิ่งที่เกิดขึ้นในจังหวัดน่านในตอนนี้ คือ ด้านราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างถิ่น เกิดความไม่มั่นใจในราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ทั้งที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม การขนส่ง สินค้าที่ระลึก โดยเฉพาะในย่านท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน ซึ่งมีกระจายอยู่ในหลายอำเภอทั่วทั้งจังหวัดน่าน โดยผู้เขียนได้นำเสนอ ได้ดังนี้

๑. วัดศรีมงคล (ก่ง) ตำบลยม อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน มีพื้นที่บางส่วนในบริเวณวัดได้จัดให้มีร้านกาแฟ ตลาดช่วงวัด จุดชมวิว Sky walk และทางเดินเชื่อมออกไปนอกเขตวัดเพื่อชมวิว ยอดดอยภูคา ซึ่งทางวัดได้เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมื่อเดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๐ ที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางมาจากต่างจังหวัดเพื่อเที่ยวชมและเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกและสินค้าทางการเกษตรบริเวณตลาดช่วงวัด โดยเลือกซื้อผักสด ผลไม้ ที่มีความแตกต่างจากภูมิลำเนาตนเอง มีทั้งเลือกซื้อเพื่อนำไปประกอบอาหารด้วยตนเอง และซื้อเป็นของฝากสำหรับผู้อื่น สนนราคาสินค้าเริ่มต้นที่ ๑๐ บาท ตลาดช่วงวัดแห่งนี้เพิ่งเปิดให้บริการกับเกษตรกรในชุมชนมาจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร โดยทางวัดไม่คิดราคาค่าเช่าพื้นที่ ทำให้ราคาสินค้าและบริการราคาไม่แพง อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่จึงมีผลกระทบต่อด้านการเปลี่ยนแปลงด้านราคาค่อนข้างน้อย

๒. วัดพระธาตุเบ็งสกัด ตำบลปัว อำเภอปัว จังหวัดน่าน เป็นวัดที่มีความเป็นมายาวนานของเมืองวรนคร ซึ่งเป็นเมืองเก่าของ จังหวัดน่าน ภายในบริเวณวัดก่อนถึงทางเดินเข้ามัสการพระธาตุเบ็งสกัดแห่งนี้ มีจุดบริการรูป เทียน ดอกไม้ และน้ำบริสุทธิ์ สำหรับสรงน้ำพระธาตุด้านใน ภายในวัดบริเวณอื่น ๆ โดยรอบไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าและบริการ หากในอนาคตมีการจำหน่ายสินค้าและบริการภายในบริเวณวัดแห่งนี้ สามารถกระทำได้แต่อาจจะมีผลกระทบด้านราคาอาจจะสูงเนื่องจากเป็นวัดที่มีชื่อเสียงและมีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน หากจะยังความเดิมแท้ และไม่เน้นเชิงพาณิชย์เกินไปทางวัดอาจจะปฏิเสธการเข้ามาของผู้ประกอบการได้เช่นกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมและผลกระทบด้านอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตด้วย

๓. วัดภูเก็ต ตำบลวรนคร อำเภอปัว จังหวัดน่าน บริเวณภายในพื้นที่ของวัดภูเก็ตมีกิจกรรมสินค้าและบริการที่ถูกจัดสร้างขึ้นมาเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะโดย เช่น ร้านกาแฟบริเวณลานประทักษิณ และร้านกาแฟจะจุดชมวิว บริเวณด้านล่างทางออกทางด้านหลังของวัดภูเก็ต ส่วนราคาค่าบริการยังถือว่าอยู่ในเกณฑ์ปกติหากเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อื่น ๆ ในจังหวัดน่าน จากการลงพื้นที่สำรวจภาคสนามของผู้เขียน พบว่า วัดภูเก็ตยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่มากนัก แตกต่างจากวัดศรีมงคล (ก่ง) ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่า ด้านล่างวิหารฝั่งด้านล่างติดกับบ่อเลี้ยงปลา ยังมีบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว โดยมีการออกแบบตกแต่งในรูปแบบเรือนไทยลือที่มีสะพานไม้ไผ่ทอดตัวยาวไปตามทุ่งนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวชมธรรมชาติและทิวทัศน์ของดอยภูคา การลงทุนสร้างเรือนไทยลือขึ้นมาเพื่อการท่องเที่ยวนี้ ผู้เขียนมองว่ามีผลต่อการกำหนดราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากมีต้นทุนที่สูงกว่า

๔. วัดพระธาตุแช่แห้ง ตำบลม่วงตึ๊ด อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน ปุชนียสถานที่สำคัญของเมืองน่าน มีอายุกว่า ๖๐๐ ปี ตามพงศาวดารเมืองน่าน ได้กล่าวว่า พญากาเมืองโปรตเกล้า ให้สร้างขึ้นเพื่อบรรจุพระบรมสารีริกธาตุที่ได้มาจากเมืองสุโขทัย ระหว่างปี พ.ศ.๑๘๙๑-๑๙๐๑ สถาปัตยกรรมด้านโบสถ์ของวัดพระธาตุแช่แห้งที่สำคัญและแสดงให้เห็นถึงแบบอย่างสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมสกุลช่างน่าน วิหารหลวงอยู่ทางด้านทิศใต้ขององค์พระธาตุเป็นวิหารขนาดใหญ่ ๖ ห้อง ห้องกลางมีขนาด ๓ ห้อง และต่อชั้นลดออกไปทางด้านหน้า ๒ ห้องและด้านหลัง ๑ ห้อง ดังนั้นหากดูจากภายนอกจะมองเห็นเป็นอาคารขนาดใหญ่ หลังคาลาดต่ำลงมาเป็นชั้นซ้อนด้านละ ๓ ชั้น และมีชั้นลดด้านหน้า ๒ ชั้น ด้านหลัง ๑ ชั้น มีประตูทางด้านหน้าและด้านข้างตรงกลาง วิหารพระนอน อยู่ทางด้านหน้านอกกำแพงแก้วขององค์พระธาตุ วิหารก่อสร้างตามแนวยาวขององค์พระ มีประตูทางเข้าด้านหลังคือทิศใต้ (สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน, ๒๕๖๐) นอกจากนี้ยังเป็นพระธาตุประจำปีเกิด ปีเถาะ(กระต่าย) ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจอันมากและด้วยความที่เป็นวัดที่มีชื่อเสียง ทำให้มีร้านค้า จำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวนมาก ส่งผลต่อการกำหนดราคาให้มีความใกล้เคียงกันแทบทุกร้าน ราคาสินค้าและบริการยังถือว่าราคาสินค้าและบริการไม่มีความเปลี่ยนแปลงมากนักหากเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวแห่งอื่นในจังหวัดน่าน วัดพระธาตุแช่แห้งนี้ ให้ให้มีกิจกรรมการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม เนื่องจากลานด้านหน้าองค์พระธาตุ

๕. ถนนคนเดินกาดช่วงเมืองน่าน หน้าศูนย์บริการนักท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดน่าน สิ่งที่เกิดขึ้นกับตลาดถนนคนเดินกาดช่วงเมืองน่าน คือ เป็นจุดศูนย์รวมของนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย ในเวลาเย็นถึงมืดของทุกวันศุกร์ - เสาร์ - อาทิตย์ ในทุกเดือน ตลอดทั้งปี ภายในตลาดถนนคนเดินแห่งนี้ จำหน่ายสินค้าหลากหลาย ทั้งอาหารการกิน เมนูท้องถิ่น อาหารจานเด็ด สินค้าของที่ระลึกที่น่าสนใจมากมาย พื้นที่บางส่วนใกล้ถนนคนเดิน เป็นที่ตั้งของช่วงเมือง ซึ่งเทศบาลเมืองน่าน ได้จัดให้เป็นพื้นที่สำหรับบริการพื้นที่รับประทานอาหารแบบขันโตกรอรับนักท่องเที่ยวมากกว่า ๑๐๐ ขันโตก สะดวกสบายและมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ราคาสินค้าหลากหลายแตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นราคาที่นักท่องเที่ยวรับได้

๖. วัดภูมินทร์ ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน วัดแห่งนี้เป็นวัดที่มีชื่อเสียงของจังหวัดน่าน และยังเป็นที่ตั้งจุดบริการรถนำชมแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ทำให้วัดแห่งนี้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ภายในวัดแห่งนี้ยังเป็นที่รู้จักทั่วไปของนักท่องเที่ยว อีกอย่างหนึ่ง คือ ภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดภูมินทร์ (ปูม่านย่าม่าน) โดยภาพ "ปูม่านย่าม่าน" เป็นหนึ่งในงานจิตรกรรมฝาผนังที่ถูกวาดขึ้นช่วงปี พ.ศ. ๒๔๑๐-๒๔๑๗ ระหว่างการบูรณะซ่อมแซมวัดภูมินทร์ในสมัยเจ้าอนันตฤทธิ์วรเดชครองเมืองน่าน ซึ่งตรงกับปลายรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งภาพจิตรกรรมส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องราวในชาดก และแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวน่านในอดีต (วินัย ปราบริปู, ๒๕๕๔) แต่ภาพ "ปูม่านย่าม่าน" เป็นหนึ่งในภาพที่มีชื่อเสียงของงานจิตรกรรมฝาผนังดังกล่าว ด้วยได้รับการยกย่องว่าเป็นภาพที่สมบูรณ์แบบที่สุดทั้งด้านองค์ประกอบและอารมณ์รังสรรค์โดยศิลปินนิรนามที่คาดว่าเป็น หนานบัวผัน ศิลปินชาวไทลื้อที่เคยสร้างงานจิตรกรรมที่วัดหนองบัว อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน ด้วยเปรียบเทียบภาพจิตรกรรมทั้งสองก็พบความเหมือนทั้งลายเส้น, สีเส้น, ใบหน้า และฉากกว่า ๔๐ จุด (วินัย ปราบริปู, ๒๕๕๔) ทั้งยังมีมุมมองและแนวคิดที่ทันสมัยรู้จักนำสีเส้นมาใช้ เช่น สีแดง ฟ้า ดำ น้ำตาลเข้ม และมีวิธีลงฝีแปรงคล้ายภาพวาดสมัยใหม่ รายละเอียดของ "ปูม่านย่าม่าน" เป็นภาพที่แปลกแยกจากรูปอื่น ๆ โดยวาดเหนือภาพพระเนมิราชทองนรกและสวรรค์ของชาดกเรื่อง เนมิราช (วินัย ปราบริปู, ๒๕๕๕) แสดงให้เห็นรูปของชายหญิงคู่หนึ่ง โดยบุรุษใช้มือข้างหนึ่งเกาะไหล่สตรีแล้วมืออีกข้างหนึ่งป้องปากคล้ายกับกระซิบกระซาบที่ข้างหูสตรีผู้นั้นด้วยนัยนัยตากรุ้มกริมแฝงไปในเชิงรักใคร่ (วินัย ปราบริปู, ๒๕๕๔)

สถานการณ์ราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จังหวัดน่าน ยังอยู่ในมาตรฐานของความเท่าเทียมระหว่างนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น ดังที่ นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองน่าน (สุรพล เขียรสุตร, ๒๕๖๑) ได้กล่าวว่า “หากผู้ประกอบการรายใดกำหนดราคาสินค้าและบริการราคาสูง ลูกค้านี่เป็นคนท้องถิ่นซื้อไม่ไหว เขาก็จะขายไม่ได้เอง เพราะอย่าลืมนะว่าสินค้าและบริการ คนเมืองน่านเองก็ซื้อในสัดส่วนไม่น้อยไปกว่านักท่องเที่ยว” ดังนั้นราคาสินค้าและบริการในจังหวัดน่านจะถูกกำหนดโดยตลาดและลูกค้า

ปัจจัยด้านราคา สินค้าและบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม พบว่า ปัจจัยด้านราคา สินค้าและบริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสอง รองจาก สิ่งอำนวยความสะดวก (พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม, ๒๕๕๕) นอกจากนี้ปัจจัยด้านราคายังถูกกล่าวถึงในแนวความคิดการท่องเที่ยวเนิบช้า (ชลตรงค์ ทองสง, ๒๕๕๘) (ราณี อธิชัยกุล, ๒๕๕๗) (Dickinson, ๒๐๑๐) ได้แก่ ๑.) Slow cost เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) โดยทั่วไปมีต้นทุนที่สูง หลายครั้งเกิดการใช้ต้นทุนเกินความจำเป็นโดยที่ต้นทุนดังกล่าวมิได้จำกัดแต่เพียงรูปแบบตัวเงินเท่านั้น แต่ยังรวมถึงต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมอีกด้วย ดังนั้นเมืองทุกสิ่งถูกดำเนินการภายใต้ความเนิบช้า ไม่เร่งรีบ จนเกินพอดี ต้นทุนที่จะถูกใช้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจะลดลง ซึ่งหมายถึงการเกิดความยั่งยืนที่เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน ๒) Slow money คือ การใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวอย่างไม่เร่งรีบ นักท่องเที่ยวนิยมใช้จ่ายในสิ่งที่ควรจ่าย ไม่มีความฟุ่มเฟือย ขณะที่ธุรกิจนักท่องเที่ยวก็ไม่หวังประโยชน์จากนักท่องเที่ยวจนมากเกินไปและผลประโยชน์จากการใช้จ่ายควรกระจายไปสู่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ดังนั้นสินค้าที่นักท่องเที่ยวจะซื้อจึงควรเป็นสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นนั่นเอง

การรับมือและยอมรับการเปลี่ยนแปลง

แม้ว่าจังหวัดน่านได้พัฒนาเมืองเข้าสู่การท่องเที่ยวเนิบช้าอย่างสมบูรณ์เพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดให้นานมากขึ้น โดยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอต่าง ๆ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุเป็นหลัก และมีกิจกรรมส่งเสริมศาสนาโดยจัดให้มีธรรมานำชมวัดวา และโบราณในเขตเทศบาลเมืองน่าน ซึ่งได้รับผลตอบแทนจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวได้เป็นอย่างดี จังหวัดน่านก็ไม่ได้ปฏิเสธนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นอย่างสิ้นเชิง หากแต่เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแล้วได้รับประสบการณ์ที่ไม่สามารถตอบสนองตนเองได้ อาจจะเปลี่ยนจุดหมายปลายทางไปที่อื่น เมื่อมันไม่ใช่แนวที่ตนเองชื่นชอบ ก็ต้องเปลี่ยนไปเมืองอื่น จังหวัดแทบจะไม่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นมากนัก อาจจะมีบางแต่คงจะท่องเที่ยวอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติ ซึ่งจังหวัดน่านเองก็ตอบโจทย์ได้บ้างเพราะมีอุทยานแห่งชาติมากถึง ๖ แห่ง สามารถตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบธรรมชาติโดยตรง เมื่อการท่องเที่ยวเกิดขึ้น จังหวัดน่านควรมีการรับมือและยอมรับการเปลี่ยนแปลงด้านราคา ดังนี้

๑. นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Elderly Traveler) อย่างที่กล่าวไปแล้วว่ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มหลักในการท่องเที่ยวในจังหวัด ผู้เขียนมองว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างแน่นอน และมีกำลังซื้อและเป็นกลุ่มที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษ จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่มีประชากรอายุยืนจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย จังหวัดน่านสามารถผลักดันให้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ โดยใช้แคมเปญ น่านเมืองคนอายุยืน พัฒนาเมืองโดยใช้เป็นโมเดลให้เป็นต้นแบบของการใช้ชีวิตหลังเกษียณ โดยจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุโดยเพิ่มกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ รักษา สุขภาพ ด้วยอาหารคุณภาพดี

๒. นักท่องเที่ยวคุณภาพสูง (High Quality tourists) คงต้องบัญญัตินักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ชัดเจนแล้วสื่อสารตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายนี้โดยตรง ผู้เขียนมองภาพขณะนี้แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดน่านค่อนข้างมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อยู่แล้ว เพียงแต่อาจจะต้องเพิ่มเครื่องหมาย หรือ สัญลักษณ์ในการรับรองมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อชี้ให้เห็นว่าทำไมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องจ่ายแพง เช่น ที่พัก อาหาร แหล่งท่องเที่ยว รถโดยสาร คุณภาพดี ผ่านการรับรองมาตรฐาน นอกจากนี้ควรมุ่งเน้นพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูง หรือ แม้แต่การจัดพื้นที่ หรือ โซนนิ่ง นักท่องเที่ยวคุณภาพสูง ผู้เขียนมองว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะคาดหวังก่อนการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดน่านมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากปัจจัยราคาเป็นหลัก สินค้าและบริการทางท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับราคาที่จ่ายไป หากทางจังหวัดดำเนินการได้ตอบโจทย์จะส่งให้นักท่องเที่ยวประทับใจและเดินทางกลับมาได้ในอนาคต

๓. นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว (Family traveler) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงอีกกลุ่มหนึ่งที่น่าสนใจ ผู้เขียนมองว่านักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวมีการวางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้ามาเป็นอย่างดี และมีความคาดหวังระหว่างการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความหลากหลาย ทั้งพ่อ แม่ และลูก ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวต้องมีมาตรฐานเรื่องความปลอดภัยสูง มีการสื่อความหมาย เล่าเรื่อง หรือเสริมทักษะให้นักท่องเที่ยวที่เป็นเด็กเล็ก และควรมีการกำหนดราคาสินค้าและบริการที่ชัดเจน เนื่องจากการสร้างความจดจำและความประสบการณ์ในวัยเด็กนั้น คือสิ่งสำคัญและเป็นโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวและใช้บริการในอนาคตของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๓) โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความรักรักความอบอุ่น ระหว่างสมาชิกในครอบครัวเป็นหลัก ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานในการเลือกสถานท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องของความปลอดภัย ทั้งของสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง จึงจัดความเสี่ยงออกไปในทุก ๆ ทาง ตั้งแต่ระดับระวางคนแปลกหน้า หรือเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องผจญภัยมากเกินไป นอกจากนี้เป้าหมายหลักของการเดินทางเป็นกิจกรรมภายในครอบครัวอย่างแท้จริงทั้งนี้เพื่อรักษาหรือเพิ่มพูนความสัมพันธ์ภายในครอบครัวให้แน่นแฟ้น จึงมีแนวโน้มที่จะเลือกเดินทางไปในสถานที่อันเป็นที่คุ้นเคยแล้วของสมาชิกรายหนึ่งรายใด ในครอบครัว

๔. นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงาน (Officer traveler) กลุ่มนี้มีกำลังซื้อค่อนข้างสูงเนื่องจากมีความมั่นคงด้านการเงิน ส่งผลให้มีวันเดินทางที่แน่นอนและชัดเจน การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางที่มีความตั้งใจและมีความคาดหวังสูง นอกจากนี้ยังสามารถจ่ายค่าสินค้าและบริการที่ราคาสูง หากสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนเองได้ มีอิสระในการเดินทาง การเลือกซื้อสินค้าและบริการ ระหว่างการท่องเที่ยว ข้อจำกัดของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ มีวันหยุดค่อนข้างจำกัดในแต่ละปีปฏิทิน หากจังหวัดน่านจะกำหนดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มหลัก ต้องใช้การประชาสัมพันธ์ตรงโดยสื่อสังคมออนไลน์ที่ทันสมัย เช่น การใช้โฆษณาบนบล็อกเกอร์ Facebook Instagram ฯลฯ ควรมีการลงทุนในสื่อสมัยใหม่เหล่านี้เพื่อสร้างความคาดหวังก่อนเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงาน

๕. นักท่องเที่ยวเนิบช้า (Slow traveler) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ควรมีเวลาตั้งแต่ ๗ วัน หรือมากกว่า เพื่อเสาะแสวงหาประสบการณ์ระหว่างการท่องเที่ยวที่จังหวัดน่าน กลุ่มนี้ให้ความสนใจพิเศษกับการท่องเที่ยวแบบลึกซึ้งในประเด็นที่ตนเองสนใจ เช่น วิถีชีวิต อาหาร ประวัติศาสตร์ ฯลฯ เนื่องจากกลุ่มนี้มีระยะเวลาท่องเที่ยวค่อนข้างยาวนานกว่าทุกกลุ่ม ทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวนมากตามไปด้วย ทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นผลดีต่อจังหวัดน่าน หากจังหวัดน่านต้องการกำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มหลักต้องจัดให้มีโซนนิ่งของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Zoning) แล้วกำหนดให้เป็นที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเนิบช้า (Slow accommodation) อาหารสำหรับการท่องเที่ยวเนิบช้า (Slow food) แหล่งท่องเที่ยวเนิบช้า (Slow tourist attraction) กิจกรรมการท่องเที่ยวเนิบช้า (Slow activities) และ การเดินทางท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow transportation) ผู้เขียนมองว่าการกำหนดโซนพื้นที่เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้ชีวิตเนิบช้าได้อย่างมีความสุข ปลอดภัย และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้และต้องมีความชัดเจนในเรื่องของความไม่เร่งรีบระหว่างการท่องเที่ยว เช่น มีอาหารพื้นถิ่นที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกวัตถุดิบเอง ปรุงเอง และกินเอง ผูกโยงเรื่องราวอาหารเข้ากับความเป็นชุมชนตามวิถีชีวิตของชาวน่าน หรือ จัดให้มีที่พักแบบเนิบช้าโดยลูกค้าสามารถเลือกรับประทานอาหารเช้าเวลาใดก็ได้ โดยไม่ต้องกำหนดเวลาว่าต้องก่อน ๑๐.๐๐ น. และการเดินทางท่องเที่ยวแบบเนิบช้า โดยใช้ยานพาหนะในท้องถิ่นเพื่อสัมผัสความเป็นท้องถิ่นและเข้าถึงวิถีผู้คนของชาวน่านได้อย่างแท้จริง

สรุป

จังหวัดน่านกำลังเข้าสู่การท่องเที่ยวเนิบช้าอย่างเต็มรูปแบบ ปัจจัยด้านราคาเป็นสิ่งสำคัญที่ควรให้ความสำคัญเนื่องจากเป็นเหตุผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น สินค้าและบริการต่างมีต้นทุนที่แตกต่างกัน ไม่เน้นถูก หรือ แพง เป็นหลัก แต่ควรเน้นให้นักท่องเที่ยวได้รับความคุ้มค่าของราคาสินค้าและบริการที่ได้รับ เพื่อตอบสนองและสร้างประสบการณ์ระหว่างการท่องเที่ยวในนักท่องเที่ยวอันจะก่อให้เกิดความประทับใจและทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ จากสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อคนต่อปี (Gross Provincial Product) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ และประชากรในจังหวัดน่านมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร เพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ ปี พ.ศ. ๒๕๔๗ - ๒๕๕๗ ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกปี ทำให้ส่งผลต่อกำลังซื้อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในจังหวัดน่าน ต้องมีการกำหนดความเหมาะสมของราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเท่าเทียมระหว่างนักท่องเที่ยวในท้องถิ่น ต่างถิ่น และต่างประเทศ โดยสามารถกำหนดเป็นมาตรฐานการท่องเที่ยวเนิบช้า (Slow travel Nan) โดยกำหนดเป็นมิติต่าง ๆ และมีเกณฑ์ตัวชี้วัดด้านราคาสินค้าและบริการให้อยู่ในความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย โดยยึดหลักความเหมาะสมทั้งด้านราคาและคุณภาพ

อ้างอิง

- Cittaslow. (๒๐๑๘). **Network**. Retrieved ๓๐ January ๒๐๑๘, from <http://www.cittaslow.org/network>
- Dickinson, Janet and Leslie, L. (๒๐๑๐). **Slow travel and tourism**. UK : Earthscan Ltd.
- Internet Brands, Inc. (๒๐๑๘). **Slow travel**. Retrieved ๒๕ January ๒๐๑๘, from <http://www.slowtrav.com>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (๒๕๕๓). รายงานสรุปฉบับผู้บริหาร โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล. กรุงเทพฯ : บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซ์ จำกัด: บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซ์ จำกัด.
- ชลตรงค์ ทองสง. (๒๕๕๘). แนวคิดการพัฒนา Slow Tourism ในประเทศไทย. วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา, ๑๒(๒), ๑-๑๒.
- บุญยสฤกษ์ อเนกสุข. (๒๕๖๐). การท่องเที่ยวเนิบช้า (Slow travel) : นิยามและแนวคิด. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๐, ๘(๑), ๒๖-๔๖.
- พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (๒๕๕๕). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต: สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ราณี อีสัยกุล. (๒๕๕๗). การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะ. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วัชรภรณ์ สุรสี และฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (๒๕๖๐). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กรณีศึกษาเมืองน่าน ประเทศไทย และเมืองหลวงพระบาง ประเทศ สปป.ลาว. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้ มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๐, ๑๐(๑), ๑-๙.
- วินัย ปราบริปู. (๒๕๕๔). โมนาลิซ่าเมืองน่าน” -“ปู้ม่านย่าม่าน” สูบแต่มีวัดภูมินทร์ สูดยอดงานศิลป์เมืองน่าน. Retrieved ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑, from <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=๙๕๔๐๐๐๐๐๗๘๓๕๐>
- วินัย ปราบริปู. (๒๕๕๕). ปริศนาที่มา "ภาพกระซิบรัก" ฉบับอีสาน. Retrieved ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑, from <http://www.museum-press.com/content--๔-๕๖๐๐-๑๐๗๙๔๗-๑.html>

