

หัวข้อวิจัย ยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนอย่างยั่งยืนในเส้นทาง R3A และ R3B เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน

ผู้ดำเนินการวิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ
2. ดร.วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์
3. ดร.อิสริ แพทย์เจริญ
4. อาจารย์อาทิตย์ ปาทาน
5. อาจารย์ภัทร मुख พงษา
6. อาจารย์ปริยมาศ ศิริชัย
7. อาจารย์วรัทยา มาภักดี

หน่วยงาน

1. สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำ 1) ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาศักยภาพ/ความพร้อมของระบบการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนในเส้นทาง R3A และ R3B 2) ยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนบนเส้นทาง R3A และ R3B 3) ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนบนเส้นทาง R3A และ R3B โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการจัดการการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนอย่างยั่งยืนในเส้นทาง R3A และ R3B เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐประชาชนจีน และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ประกอบด้วย การสำรวจภาคสนาม แบบสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การจัดกิจกรรมอภิปรายกลุ่มย่อย การจัดกิจกรรมการประชุมอย่างมีส่วนร่วม แบบประเมินศักยภาพ/ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลกระทบจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมต่อภาคการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องในเส้นทาง R3A และ R3B ในพื้นที่หน้าด่านจังหวัดเชียงราย และศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการท่องเที่ยว รวมทั้งการออกแบบระบบโมบายแอปพลิเคชันที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้งานในการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนในเส้นทาง R3A และ R3B โดยใช้แนวคิด

SOLOMO และ Mapping เป็นแนวคิดในการออกแบบพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาโดยจำแนกตามประเด็นที่ศึกษาและสถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า

ยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนอย่างยั่งยืนในเส้นทาง R3A และ R3B เพื่อรองรับประชาคมอาเซียนจำแนกเป็น 6 มิติ คือ

1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพ/ความพร้อมของระบบการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนในเส้นทาง R3A และ R3B ประกอบด้วย กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมบนฐานแนวคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม กลยุทธ์การพัฒนาความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวในเส้นทาง (ระหว่างเดินทาง) และกลยุทธ์การพัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว เป็นห้องนอนของภูมิภาคและเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงได้ในเส้นทางศึกษาตามบริบทของทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมแผ่นดิน การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงพุทธ และการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสร้างใหม่ ควบคู่การส่งเสริมการท่องเที่ยว 5 เชียงคือ เชียงใหม่ เชียงราย (ประเทศไทย) เชียงตุง (สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา) เชียงรุ่ง (สาธารณรัฐประชาชนจีน) และเชียงทอง (สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว) เป็นต้น

2) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย กลยุทธ์การพัฒนาระบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรม กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่เชื่อมโยง และกลยุทธ์การพัฒนาระบบความปลอดภัยในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่เชื่อมโยง

3) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวข้ามพรมแดน โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของภาคีการท่องเที่ยวภาคธุรกิจ กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายของ Digital Media/Network ของการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านและกลยุทธ์การส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวข้ามพรมแดน ประกอบด้วย กลยุทธ์การส่งเสริมการเรียนรู้ อนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม สังคม ประเพณี สิ่งแวดล้อม และการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพด้านความรู้ในระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวและกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรม

5) ยุทธศาสตร์การสร้างความร่วมมือของภาคี การท่องเที่ยวในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวข้ามพรมแดน ประกอบด้วย กลยุทธ์การส่งเสริมความร่วมมือของภาคีการท่องเที่ยวในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการจัดการนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรม กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภาคลุ่มน้ำโขง (GMS) และประชาคมอาเซียนและกลยุทธ์การขับเคลื่อนเครือข่ายให้เป็นศูนย์กลางด้านเทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่เชื่อมโยง และ

6) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนเชิงรุก ประกอบด้วย กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดเชิงบูรณาการแบบทวิภาคีและไตรภาคี กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดด้านดิจิทัลในยุคศตวรรษที่ 21 และกลยุทธ์การส่งเสริมใช้สื่อในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนอย่างยั่งยืน การจัดการนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรม การท่องเที่ยวในเส้นทาง R3A และ R3B

Research Title	Strategic Management Plan for Sustainable Transboundary Tourism on R3A and R3B Responding to Asean Community
Researcher	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asst.Prof.Dr.Bussaba Sitikarn, 2. Dr.Wiyada Sereewichayaswat 3. Dr.Isaree Baedcharoen 4. Lecturer Athitaya Pathan 5. Lecturer Pattaramook Pongsata 6. Lecturer Piriymart Sirichai 7. Lecturer Warattaya Mapakdee
Organization	<ol style="list-style-type: none"> 1. School of Management, Mae Fah Luang University 2. Rajamangala University of Technology Lanna

Abstract

This study focused on management of trans-boundary tourism system on R3A and R3B responding to ASEAN community. The objectives were: 1) Investigating potentiality/readiness of Trans-boundary tourism system on R3A and R3B; 2) establishing tourism destination management approach to support cultural diversity for Trans-boundary tourism promotion on R3A and R3B and: 3) setting up an information communication technology (ICT) application for Trans-boundary tourism business promotion on R3A and R3B.

To achieve the objectives of the study, qualitative and quantitative approaches were employed to gathering data. These include: site survey, participatory observation in addition to focus group discussion and in-depth interview tourism stakeholders in the four countries of Thailand, the Lao People's Democratic Republic, People's Republic of China and, Republic of the Union of Myanmar in addition to questionnaire survey on tourists' satisfaction on tourism operation and tourism perceived impacts. Further, SOLOMO and Mapping concepts were employed for developing mobile application system responding changes of tourist traveling behaviour. Descriptive and content analysis were employed to explain data.

The study revealed that:

The strategic management of potentiality/readiness of trans-boundary tourism system on R3A and R3B responding to ASEAN community comprised of six dimensions including:

1) Potentiality development of transboundary tourism system on R3A and R3B. These include: development of attraction and activity based on creativity and innovation and diversity of activities and promoting Chiang Rai province to become a bed room of the region. Further, 7 types of tourism including ecotourism, agro tourism, heritage tourism, food tourism, ethnic tourism, Buddhism tourism and man-made tourism that are enhanced based on destination's context in addition to collaboration of tourism development amongst five Chiangs including Chiang Mai and Chiang Rai in Thailand, Chiang Tung in the Union of Myanmar, Chiang Rung in People's Republic of China and Chiang Thong in the Lao People's Democratic Republic.

2) Destination management responding to cultural diversity of tourists. These include: development of crossed cultural interpretation system, development of tourist infrastructure, amenities and safety and security system within destination and related destinations.

3) Transboundary tourism business promotion. These include: management of tourist demand and their behaviour using mobile application responding to digital age, development of tourism operators' competencies on information technology application in their business, promoting the concreted and continued use of mobile application in the tourism business, promoting collaboration network amongst tourism operators in addition to tourist information Centre.

4) Human capital development in transboundary tourism management and its operation. These include: enhancing awareness and knowledge on conservation of socio-culture, environment, crossed culture, information technology and destination management for crossed cultural tourists.

5) Tourism stakeholders' collaboration. These include: collaboration on management of destination and crossed cultural tourists, promoting tourism network and information communication technology (ICT) for tourism in the region

6) Promotion of tourism marketing. These include: marketing collaboration in aspects of two and tree partnership, promoting digital marketing and interpretation in destinations.

Keywords: sustainable trans-boundary tourism management, crossed cultural visitor management, tourism on R3A and R3B