

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของพื้นที่ต้นแบบ 2) เพื่อจัดทำแนวทางการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น ของพื้นที่ต้นแบบ 5 เส้นทาง (1) พื้นที่ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน และจังหวัดสุโขทัย (2) พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด (3) พื้นที่ภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดชุมพร จังหวัดระนอง และจังหวัดสตูล โดยเน้นการศึกษาห่วงโซ่คุณค่า 4 ด้าน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว การขนส่ง ที่พัก และอาหาร ผลการศึกษาพบว่า คุณค่าที่มอบแก่นักท่องเที่ยวของเส้นทางในพื้นที่ต้นแบบ ได้แก่ (1) เส้นทางท่องเที่ยวพื้นที่ต้นแบบจังหวัดสุโขทัย “สุโขทัยที่ซ่อนอยู่ – ความสุขจากวิถีชีวิตที่ผสมผสานระหว่างอดีตและปัจจุบัน” (2) เส้นทางท่องเที่ยวพื้นที่ต้นแบบจังหวัดชุมพร-จังหวัดระนอง “การพักผ่อนการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า ดื่มด่ำบรรยากาศ” (3) เส้นทางท่องเที่ยวพื้นที่ต้นแบบ จังหวัดแม่ฮ่องสอน “ประสบการณ์ผจญภัย การเอาชีวิตรอด” (4) เส้นทางท่องเที่ยวพื้นที่ต้นแบบ จังหวัดสตูล “ประสบการณ์ Geopark และการท่องเที่ยววิถีมุสลิม” (5) เส้นทางท่องเที่ยวพื้นที่ต้นแบบ จังหวัดจันทบุรี – จังหวัดตราด ได้แก่ “การพักผ่อนที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวทั้งครอบครัว” การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าในงานวิจัยนี้ เป็นการคัดเลือกประเด็นในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวตามความเหมาะสมในด้านศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่ต้นแบบในปัจจุบัน ได้แก่ (1) การจัดการความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว (2) การส่งเสริมให้มีการกระจายรายได้สู่ชาวบ้านและผู้ประกอบการท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น (3) การส่งเสริมให้ใช้วัตถุดิบวัสดุท้องถิ่น (4) การใช้ภาษาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (5) การให้ความรู้แก่ชุมชนและชาวบ้านด้านการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะพื้นที่ต้นแบบ หรือ ชุมชน ที่เพิ่งเริ่มต้นในการจัดการการท่องเที่ยว (6) การเล่าเรื่องสื่อความหมายท้องถิ่นโดยมีคฤหาสน์ ทั้งนี้ สามารถสรุปห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นตามแนวคิดของ Michael E. Porter เพื่อเป็นแนวทางในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น การออกแบบกิจกรรมหลักและกิจกรรมรองจะต้องมุ่งเน้นในการส่งเสริม รักษา คุณค่าที่มอบแก่นักท่องเที่ยวที่ได้กำหนดไว้ก่อนการยกระดับห่วงโซ่คุณค่า

**คำสำคัญ** ห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น, การยกระดับห่วงโซ่คุณค่า

## Abstract

The research aims to 1. upgrading the value chain of local experience tourism in 5 tourism routes in Thailand which are 1) Mae Hong Son 2) Sukhothai 3) Chanthaburi and Trat 4) Chumphon, Ranong and 5) Satun 2. providing the guidelines of upgrading the value chain of local experience tourism in prototype area. The research focuses on 4 chains of the value chains which are tourist attractions and activities, transport, accommodation and food. The results, values which are delivered to tourists are (1) Sukhothai – Hidden Sukhothai: happiness from ways of life that combines between past and present (2) Chumphon and Ranong – Relaxing, slow travel, immerse yourself in the atmosphere (3) Mae Hong Son – “Adventure and Overcome your limits” (4) Satun – Experience the geopark and sense of muslim lifestyles (5) Chanthaburi and Trat – Relaxing for everyone in families. In order to upgrading the value chain, the research focus on select the issues depending on potentials and readiness of the prototype areas in the present time. The issues of upgrading the value chain are (1) Safety management during traveling (2) Enhancing income distribution to local people and local entrepreneurs (3) Promoting local raw materials and materials usage (4) Encourage of using environmentally friendly containers (5) Educate local people and communities about local community tourism management and sustainable tourism particularly the prototype areas or communities which are the beginners of tourism management (6) Interpretation of tour guides. The research presents the value chains of local experience tourism based on the value chain concepts of Michael E. Porter, to be the approaches for upgrading the value chains. Design the primary activities and secondary activities in value chains should promote and protect the values which are selected beforehand.

**Keywords** Tourism Value Chain, Local Tourism Experience, Upgrading the Value Chain