

**ชื่อโครงการวิจัย**                      การพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่ล้านนาตะวันออกเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลาง  
การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

**ผู้จัดทำ**                                      ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต ลิ้มปัทมาธิชัยกุล

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเพื่อประเมินศักยภาพ และความพร้อมของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว พัฒนาผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในพื้นที่ล้านนาตะวันออก และพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำโขง โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ 1) เพื่อประเมินศักยภาพ และความพร้อมของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว 2) เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในพื้นที่ล้านนาตะวันออก 3) เพื่อพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำโขง

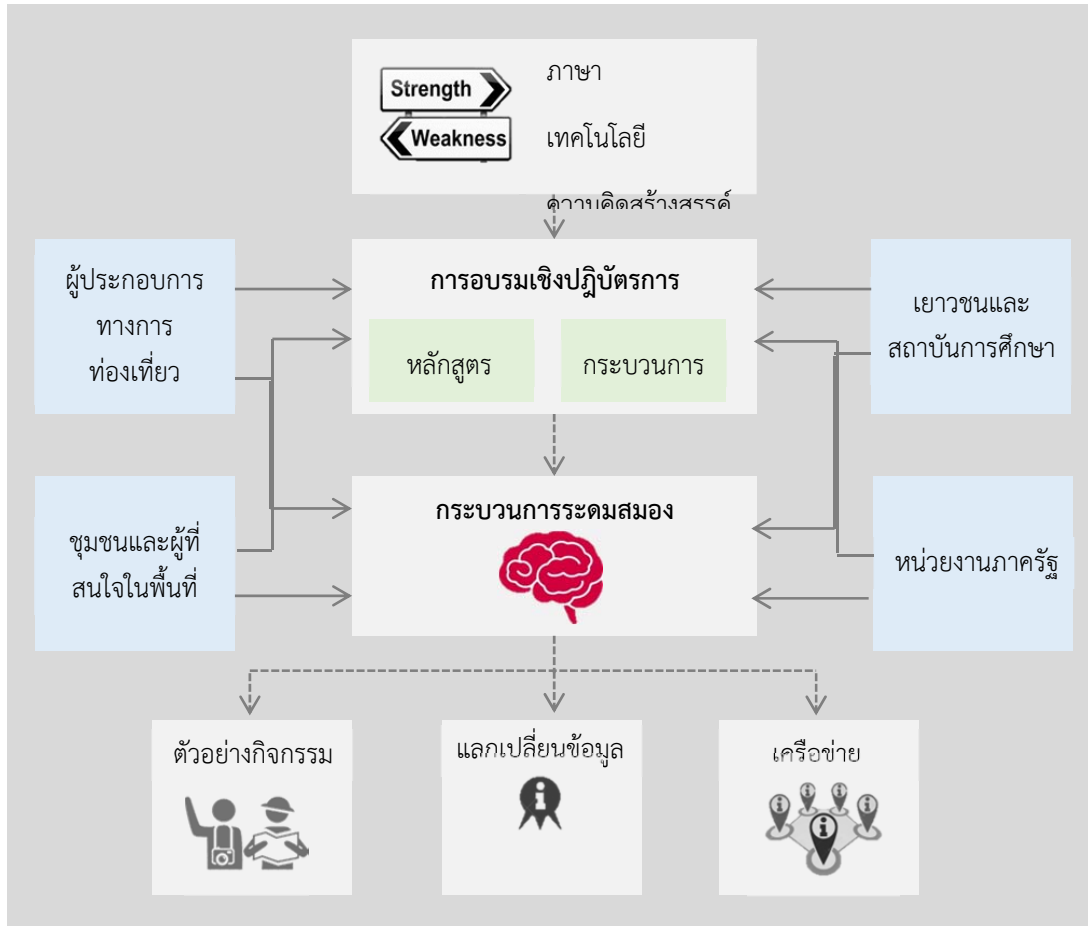
การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขอบเขตของเนื้อหาในการศึกษา ดังนี้ 1) การประเมินศักยภาพ และความพร้อมของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว 2) ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว 3) การพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว 4) การพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในเส้นทางสายวัฒนธรรมสองฝั่งโขง พื้นที่ล้านนาตะวันออก โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำแนกเป็น 5 ธุรกิจหลัก ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่ง การนำเที่ยว ที่พัก และโรงแรม ร้านอาหาร และภัตตาคาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ในเขตจังหวัดน่าน พะเยา และจังหวัดเชียงราย รวมจำนวน 6,928 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างอ้างอิงจากตารางของการกำหนดขนาดตัวอย่างสำเร็จรูปของ Yamane (1973) โดยคำนวณจากจำนวนประชากร 6,928 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกกลุ่มตัวอย่างประมาณร้อยละ 95 และกำหนดความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ปรากฏว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 378 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม เครื่องมือวัดคุณลักษณะประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และเครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย ได้แก่ t-test, mean, standard deviation, Frequency, Percentage เป็นต้น ส่วนด้านของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และผู้ที่มีเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการจำแนกเป็น 5 ธุรกิจหลัก ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจธุรกิจการขนส่ง การนำเที่ยว ที่พัก และโรงแรม ร้านอาหาร และภัตตาคาร และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ภาครัฐ และ NGO ในเขตจังหวัดน่าน จังหวัดพะเยา และจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยจำแนกตามรูปแบบของผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามรูปแบบธุรกิจ และรูปแบบของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเป็นลักษณะของการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ประกอบด้วยจังหวัดเชียงราย 11 ท่าน จังหวัดพะเยา 9 ท่าน และจังหวัด 15 ท่าน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 8 ท่าน เพื่อหาแนวทาง และวิธีการในการพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการในพื้นที่สองฝั่งโขงเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่รู้จักการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ร้อยละ 66.90 เมื่อพิจารณาแยกตามพื้นที่ พบว่า จังหวัดพะเยามีอัตราการรู้จักมากที่สุด ร้อยละ 72.60 รองลงมา คือ

จังหวัดน่าน และจังหวัดเชียงราย (ร้อยละ 64.80 และร้อยละ 63.70 ตามลำดับ) ส่วนด้านข้อคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เป็นรูปแบบที่น่าสนใจ (เฉลี่ย 3.75) มีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับกิจการได้ (เฉลี่ย 3.78) และมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์จะมีส่วนช่วยในการเติบโต (เฉลี่ย 3.77) ในขณะที่ลักษณะของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน พบว่า จังหวัดน่านภาพรวมการท่องเที่ยวเติบโตขึ้นจากแต่ก่อน นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ โดยจุดเด่นในจังหวัดน่าน เป็นเมืองเรียบง่าย สบายๆ ไม่ต้องใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ จังหวัดพะเยาภาพรวมการท่องเที่ยว พบว่ายังคงเป็นจุดแวะผ่านสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นส่วนใหญ่ มีนักท่องเที่ยวต่างชาติในส่วนน้อยที่ยังคงเดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อนในระยะยาว (Long Stay) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ในจังหวัดพะเยา ประกอบกับจังหวัดพะเยา ยังไม่มีกิจกรรมที่ตอบสนองให้นักท่องเที่ยวได้ การเข้ามาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เกิดจากความจำเป็นในด้านหน้าที่การงาน จังหวัดเชียงรายภาพรวมการท่องเที่ยวปัจจุบัน ยังคงมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน เริ่มมีจำนวนมากขึ้น ประกอบการสนาบินเชียงรายสามารถนำเครื่องบินจากประเทศจีนมาลงจอดได้ แต่ให้มุมมองของผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวลดน้อยลงกว่าในอดีต เพราะ ภาครัฐขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง สิ่งดึงดูดที่จังหวัดเชียงรายมีเริ่มมีความเสื่อมโทรม เสื่อมถอย ไม่มีการพัฒนาเพิ่มเติม ด้านข้อคิดเห็นการสร้างเครือข่ายผลการศึกษาศึกษาจากความคิดเห็นในด้านเครือข่าย พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่มีความเห็นว่าธุรกิจประเภทเดียวกันในพื้นที่ที่มีความสำคัญมากที่สุด (ร้อยละ 54.48) รองลงมา คือ ธุรกิจเดียวกันนอกพื้นที่ (ร้อยละ 35.40) และเครือข่ายทางวิชาการ (ร้อยละ 30.60) ส่วนด้านลักษณะความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ พบว่าสามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย 1) ความร่วมมือทางด้านกายภาพ ได้แก่ การร่วมกันนำพานักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ การแนะนำนักท่องเที่ยวให้ไปสู่งิจกรรมที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ เพื่อให้เกิดการเวียนการท่องเที่ยว 2) ความร่วมมือทางด้านข้อมูล ได้แก่ การแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน ทั้งรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กฎระเบียบต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งการพัฒนาองค์ความรู้ระหว่างกัน 3) ความร่วมมือทางการเงิน ในส่วนนี้ถือว่ายังมีไม่มากนัก อย่างไรก็ตามได้พบตัวอย่างของการลงทุนร่วมกันในการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เช่น การลงทุนร่วมกันในการสร้างร้านอาหารครัวไทย หรือ การลงทุนร่วมกันในการผลิตแผนพับให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

ผู้วิจัยได้จัดหลักสูตรการอบรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ การทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาในพื้นที่มากขึ้น รวมไปถึงการร่วมระดมความคิดเห็นกับผู้ประกอบการในพื้นที่เพื่อให้เกิดการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ตามวัตถุประสงค์หลักของโครงการ ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในโซ่อุปทานท่องเที่ยวในพื้นที่ล้านนาตะวันออก และข้อที่ 3 เพื่อพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำโขง โดยทำการจัดอบรมทั้งหมด 2 พื้นที่คือจังหวัดพะเยาและจังหวัดเชียงราย โดยหัวใจสำคัญของการอบรมครั้งนี้คือการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เพราะเป็นสิ่งที่สามารถสร้างและต่อยอดได้ง่ายกว่าโครงสร้างพื้นฐานโดยทั่วไปของการท่องเที่ยว กล่าวคือผู้ประกอบการสามารถที่จะคิดและสร้างได้เลย ไม่ต้องรอเทคโนโลยีหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน หลายครั้งเราพบว่าการใช้ความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดจากสิ่งที่ตนมีอยู่นั้นสามารถที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมได้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ได้มองแค่ความครบครันของสิ่งอำนวยความสะดวกตามเส้นทางเท่านั้น แต่กลับมองหาความเป็นธรรมชาติของพื้นที่ ความดั้งเดิม ความสดใหม่ ที่สะท้อนให้เห็นถึงตัวตน และ

ประสบการณ์การท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องผ่านกระบวนการคิดเพื่อนำเสนอต่อตลาด และถือเป็นหัวใจสำคัญของการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยสิ่งสำคัญที่เป็นหัวใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่นักวิจัยพบจากพื้นที่คือ **Small:** เล็ก ๆ แต่เป็นกันเอง เป็นคำสำคัญใหม่อันหนึ่งของ คำว่า ความประทับใจ ซึ่งให้ความหมายทางความรู้สึก เพราะพื้นที่เล็กๆ สามารถสร้างความรู้สึกและบรรยากาศของความเป็นกันเองได้ ความรู้สึกใกล้ชิด ผ่านสายตา ท่าทาง รอยยิ้ม รวมทั้งสร้างโอกาสในการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยว และคนที่บริการนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ทำให้คนรู้สึกพิเศษและเกิดความประทับใจได้มากขึ้น **Slow:** แต่ก่อนเรามีความเชื่อว่ายิ่งเร็ว ยิ่งดี ดังนั้น จึงเกิดการเดินทางท่องเที่ยวแบบชะโงกทัวร์เพื่อรีบไปเก็บสถานที่ให้ได้มากที่สุด แต่ไม่ได้เกิดการเรียนรู้เรื่องราวหรือแม้แต่การชิมช้อบอะไรบางอย่างจากสถานที่นั้นเลย อย่างไรก็ตามแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวจะถูกดึงดูดด้วยการเดินทางในรูปแบบที่ Slow ที่ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย (Relax) มากขึ้นอาจเป็นเพราะโลกที่หมุนเร็วขึ้นทำให้หลายครั้งการออกมาเดินทางท่องเที่ยวแบบช้าๆ จึงกลายเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่หลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายและได้อะไรมากกว่า อย่างน้อยคือความรู้สึกที่อึดจากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบ Slow จึงได้รับความนิยมมากขึ้น **Story:** เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้สถานที่ท่องเที่ยว หรือแม้แต่สินค้าและบริการมีคุณค่า แตกต่างจากสถานที่อื่นๆ หรือสินค้าอื่นๆ ในประเภทเดียวกัน องค์ประกอบส่วนนี้เป็นสิ่งสำคัญและต้องถูกนำมาเสนอให้กับผู้ประกอบการได้คิดและนำมาต่อยอดมากขึ้น สถานที่ที่มีเรื่องราว สถานที่ที่มีที่มาสามารถสร้างให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางมายังพื้นที่ได้ สามารถนำมาเป็นตัวนำเพื่อเปิดตลาดใหม่หรือแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ได้ ซึ่งบางครั้งผู้คนยอมจ่ายเงิน โดยไม่ได้คำนึงถึงราคาที่แท้จริง ก็เพราะ Story ที่อยู่เบื้องหลังสินค้านั้น **Small, Slow, Story** สะท้อนให้เห็นถึงการท่องเที่ยวในเชิงประสบการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามแนวโน้มและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่สะท้อนให้เห็นถึงตัวตน และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงผ่อนคลายและตามหาความหมายของการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์นั้น ต้องมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วน โดยร่วมกันวางแผนความคิด วางแผนรูปการส่งมอบประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดคุณค่าที่มากที่สุดแก่นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการประสบการณ์ส่วนบุคคล ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ มอง ตม สัมผัส เป็นต้น จากที่นักวิจัยได้ทำการศึกษาผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ทั้งหมดในภาพรวม สามารถกำหนดต้นแบบสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เพื่อให้สามารถตอบสนองพฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มลูกค้ายุคใหม่ได้และสามารถยกระดับธุรกิจให้แข่งขันในตลาดได้อย่างเต็มศักยภาพ



**Research Project**            Developing Entrepreneurs to serve Eastern Lanna as the center for experiential tourism

**The Researcher**            ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต ลิ้มป้าพาณิชย์กุล

### **Abstract**

The objectives of this research were to assess capabilities, develop travel entrepreneurs in supply chain in the region of Eastern Lanna and also develop tourism network in Maekong river basin. The research objectives are: 1) To assess the capability of tourism entrepreneurs 2) To develop the tourism entrepreneurs in supply chain in the region of Eastern Lanna 3) To develop the tourism network in Greater Mekong Subregion.

This research uses mixed methods research: both qualitative research and quantitative research. The boundaries of research are as follows 1) assessment of capability of tourism entrepreneurs 2) defining problems and difficulty in business process of tourism entrepreneurs 3) developing and increasing capability of tourism entrepreneurs 4) developing the tourism network of entrepreneurs in cultural routes along Maekong river and Eastern Lanna. The population and samples are tourism entrepreneurs or relating tourism business, which are transportation, travel agent, hotel, restaurant and souvenir business in Nan, Phayao and Chiangrai province. There are the samples of 6,928 people (National Statistical Office, 2013) and the sample size of this research is calculated by using Taro Yamane's formula (1973) by using 6,928 as population (National Statistical Office, 2013) with 95% confidence level and 5% margin of error, resulted in 378 samples. The research instruments are questionnaires, a tool for measurement, attributes population, sample groups and the data were analyzed and summarize by using t-test, mean, standard deviation, Frequency, Percentage. Key Informants are tourism entrepreneurs and relating tourism business which can be classified into 5 core businesses; transportation, travel agent, hotel, restaurant and souvenir shops. Stakeholders are tour guides and NGOs in Nan, Phayao, and Chiangrai province. The Key Informants were classified by business model and type of related business by using in-depth interview. There were 11 informants from Chiangrai, 9 informants from Phayao and 15 informants from Nan, also 8 informants from related business to find the way to develop the capacities of tourism

entrepreneurs along the two sides of Maekong river to be ready to serve tourists when the area becomes the center for experiential tourism.

The research findings indicate that, overall, most of tourism entrepreneurs have known experiential tourism at 66.90 percent. Considering by province, Phayao had highest known at 72.60 percent, followed by Nan and Chiangrai (64.80 percent and 63.70 percent respectively). Regarding the general opinion of experiential tourism has mean score at high level; the opinion that the experiential tourism is interesting (mean score 3.75), the experiential tourism will create business opportunities. (mean score 3.78) and the experiential tourism will have the capacities to grow. (mean score 3.77). Moreover, current tourism situation found that overall tourism in Nan province has grown more than the past with the growing number of tourists both Thai and foreigner. Lifestyles of Nan are simple, slow life, no rush. Tourism in Phayao province remains the transit point for Thai tourists but some foreign tourists come to rest in long stay; especially, Japanese tourists. This is so because Phayao province does not have activities to offer the tourists. The reason why most tourists come to Phayao is to work. As overall of tourism in Chiangrai province, many tourists still come to visit; especially, Chinese tourists, and Chiangrai airport also serves one international route to China. However, the key informants suggested that tourism grows less than in the past because the government does not continue to support or promote. The tourist attractions are deteriorated, no further development has been done. In addition, the opinion about building network, the results found most business believe that same type of businesses in area are important. (54.48 percent), followed by same type of businesses outside the area. (35.40) and academic network (30.60 percent). For cooperation of experiential tourism entrepreneurs found that it can be divided into 3 parts which are 1) Physical Cooperation; Cooperate to lead the tourists to places where exotic experience is and introduce the interesting activities that cause new experience to encourage revisiting tourists. 2) Cooperation on Information; sharing the information of tourist behavior, the changing rules and the development of knowledge with each other. 3) Cooperate on finance; which is hardly found. However, there are some cases of joint investment to develop facilities in tourism such as joint investment to build Thai restaurant or published leaflets to educate tourists.

The researcher has done training to create understanding to develop tourism, experiential tourism routes, to understand the tourists' behavior of new generation who will travel

and also join to brainstorm with tourism entrepreneurs in order to develop tourist attractions in accordance with the second objective of this project; to develop the tourism entrepreneurs in supply chain in the region of Eastern Lanna and third; to develop the tour network in Maekong river area. The training had been set in two areas which are Phayao and Chiangrai province. The key purpose of this training is to encourage the tourism entrepreneurs to have creativity because it can be easier to create and develop than to build infrastructure of tourism. The entrepreneurs are able create without waiting for technologies or excellent facilities. We had found that using creativity to extend what they are; it can attract the tourists to participate in activity. Some tourists do not only just look for excellent facilities, but also look for the natural areas and traditional areas that reflect the identity and more experience in tourism. These must be through cognitive process to offer the market and being the key factors to drive the experiential tourism to come up with reification. The researcher found the important things which are the key factors to develop the experiential tourism are: **Small**: small but being friendly. It is an important new word of impression which gives meaning of feeling because the small space can make good feeling and the friendly atmosphere. The intimate feeling through the eyes, posture, smile and having the opportunity to communicate with the tourists and other related and also make them feel special and being more impression. **Slow**: As before we had ever convinced that the sooner is the better. Therefore, they took the lean tour to hurry to visit many place as possible but they did not learn the story or history of that places. However, the demand of tourists will be attracted by the slow travel which makes them feel more relax. It may cause of the rush of life in society today, so the slow travel will be an alternative to escape the bustle of the city which they may feel at least complacent from travelling. Thereby, slow travel is getting more popular. **Story**: It is the main factor of tourists' attraction or product and service to get different value from the other places or products in the same category. The tour business should use this main factor to expand idea. The places with story or history can attract the tourists to travel and can be the opportunity to open new markets or new attractions. Some tourists accept to pay without consideration of the actual price because the background of places are Small, Slow and Story which reflect the changing of experiential tourism in accordance with trend and behavior of tourists that show the identity, relaxation experience and finding the meaning of

tourism. However, the suitable style of experiential tourism needs to engage with all sectors by cooperation in planning to deliver the good experience in order to achieve the most value to the tourists who want the personal experience that cause by learning, looking, inhalation and touching. According to the study of experiential tourism entrepreneurs in overall, the researcher can define the model for developing experiential tourism entrepreneurs in order to response the behavior and demand of modern age customers and also enhance the business to have full capability to compete in the market.

