

## บทคัดย่อ

รหัสโครงการ RDG61T0129

ชื่อโครงการ แนวทางการเพิ่มมูลค่าเชิงสร้างสรรค์จากการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยว  
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทย

ชื่อนักวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ มนต์พานทอง และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ สุขเสมอ

หน่วยงาน คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ระยะเวลาโครงการ 15 ก.ย.2561 ถึง 14 พ.ย.2562

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) เพื่อนำเสนอกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทย 2) เพื่อนำเสนอห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่อการออกแบบประสบการณ์กิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทย 4) เพื่อนำเสนอแนวทางการเพิ่มมูลค่าเชิงสร้างสรรค์จากการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทยโดยการศึกษาในครั้งใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมระหว่างระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือในการศึกษามีเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม โดยโครงการแนวทางการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่ทางทะเลในกลุ่มทะเลอันดามัน ประเทศไทย มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มทะเลอันดามัน โดยมีพื้นที่ที่ทำการศึกษาประกอบด้วย 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงา ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรงและไม่มีอคติ ผู้วิจัยจึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งเป็นพื้นที่ คือ ภูเก็ตจำนวน 200 คน กระบี่ 200 คน และพังงา 200 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 600 คน ส่วนระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยใช้วิธีการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) จากหน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มทะเลอันดามันของประเทศไทยทั้ง 3 พื้นที่ ในส่วนของโครงการแนวทางการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ควบคู่กัน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพมีประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท่องเที่ยวริมน้ำในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา จำนวน 30 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง กิจกรรมกลุ่ม และการระดมความคิดเห็นแบบกลุ่มเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณมีประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา จำนวน 600 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ Cluster Analysis ในการวิเคราะห์ข้อมูล

โดย เมื่อศึกษากลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทย ผลจากการศึกษาค้นคว้าพบว่ากลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวน้ำแบ่งได้เป็น 6 กลุ่ม โดยแบ่งเป็นพื้นที่ทะเลอันดามัน จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มตลาดที่ 1 เป็นกลุ่มเพศหญิง อยู่ในช่วง Generation (ช่วงวัย) Y เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523-2540 หรือมีอายุอยู่ระหว่าง 22-39 ปี มีระดับการศึกษาช่วงปริญญาตรี สถานภาพแต่งงาน ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ย 1,001 – 2,500 USD มีภูมิลำเนาจากทวีปยุโรป กลุ่มตลาดที่ 2 เป็นกลุ่มเพศชาย อยู่ในช่วง Generation (ช่วงวัย) Y เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523-2540 หรือมีอายุอยู่ระหว่าง 22-39 ปี มีระดับการศึกษาช่วงปริญญาตรี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ย 2,501 – 4,000 USD มีภูมิลำเนาจากทวีปอเมริกาเหนือ และ กลุ่มตลาดที่ 3 เป็นกลุ่มเพศชาย อยู่ในช่วง Generation (ช่วงวัย) Y เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523-2540 หรือมีอายุอยู่ระหว่าง 22-39 ปี มีระดับการศึกษาช่วงปริญญาตรี สถานภาพแยกกันอยู่ ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ย 2,501 – 4,000 USD มีภูมิลำเนาจากทวีปเอเชีย

และพื้นที่ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มตลาดที่ 1 เป็นกลุ่มเพศหญิง โดยมีอายุอยู่ในช่วง Generation-Y คือ อายุ 23-39 ปี และเกิดในปี พ.ศ.2523-2540 เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรสหรือแต่งงานแล้ว ประกอบอาชีพเจ้าของธุรกิจ และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 2,501-4,000 USD เดินทางมาจากทวีปยุโรป กลุ่มตลาดที่ 2 เป็นกลุ่มเพศหญิง อยู่ในช่วง Generation-Y (อายุ 23-39 เกิดในปี พ.ศ.2523-2540) ระดับการศึกษาช่วงปริญญาตรี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพรับจ้าง และมีรายได้เฉลี่ย 1,001-2,500 USD เดินทางจากทวีปออสเตรเลีย และ กลุ่มตลาดที่ 3 เป็นกลุ่มเพศหญิง อยู่ในช่วง Generation-Y (อายุ 23-39 เกิดในปี พ.ศ.2523-2540) ระดับการศึกษาช่วงปริญญาตรี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพอิสระ และมีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 2,501-4,000 USD เดินทางมาจากทวีปเอเชีย

นอกจากนี้ ผลการศึกษาห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อกรอบประสบการณ์กิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทย ประกอบด้วย 14 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ กฎระเบียบและข้อบังคับ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก โรงแรมที่พัก การบริการการท่องเที่ยว ทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยว การนำเที่ยวและผู้ให้บริการ การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บุคลากรและเครือข่ายการท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนในพื้นที่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และอาหารและเครื่องดื่ม

และในส่วนของผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกรอบประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกรอบประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านการสัมผัส (2) ปัจจัยด้านอารมณ์ความรู้สึก (3) ปัจจัยด้านความคิด (4) ปัจจัยด้านการกระทำ และ (5) ปัจจัยด้านการเชื่อมโยง

ดังนั้น การพัฒนาพัฒนาแนวทางการเพิ่มมูลค่าเชิงสร้างสรรค์จากการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทย มีแนวทางด้วยกันทั้งสิ้น 5 แนวทางหลัก ได้แก่

แนวทางที่ 1 ส่งเสริมและยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำที่ตอบโจทย์ ความนุ่มลึก อารมณ์ และความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

แนวทางที่ 2 พัฒนาและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวทางน้ำที่เป็นรูปแบบเฉพาะ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มตลาดการท่องเที่ยวทางน้ำเพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวทางน้ำอย่างยั่งยืนของประเทศไทย

แนวทางที่ 3 พัฒนามาตรฐานความปลอดภัยของการท่องเที่ยวทางน้ำ ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางเพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทย

แนวทางที่ 4 พัฒนานักเล่าเรื่องเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวทางน้ำและเพิ่มมูลค่าเชิงสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทย

แนวทางที่ 5 สร้างเครือข่ายและกระบวนการมีส่วนร่วมกับชุมชนเพื่อบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ

**คำสำคัญ (Keyword)** การออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยว, กิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำ, การท่องเที่ยวทางทะเลกลุ่มทะเลอันดามัน, การออกแบบประสบการณ์, กิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำ, พื้นที่ลุ่มแม่น้ำ

## ABSTRACT

<b>Project Code</b>	RDG61T0129
<b>Project Name</b>	The Guidelines of Creative Value-adding from Tourism Experience Design through Water Activities in Thailand
<b>Researcher</b>	Assist.professor Paithoon Monpanthong, Ph.D. and Assist.professor Worarak Sucher, D.HTM
<b>Organization</b>	School of Tourism Management, The National Institute of Development and Administration
<b>Project Duration</b>	15 September 2018 to 14 November 2019

---

The purposes of this research are 1) to present tourist markets of water activities in Thailand, 2) to present on supply chain which affects tourism experience design of water activities in Thailand, 3) to study the factors which affect tourism experience of water activities in Thailand, 4) to present the guidelines of creative value-adding from tourism experience design through water activities in Thailand. The Mixed research methodology which are quantitative method and qualitative method was used in this study. The first sub-project, guidelines of tourism experience design through marine Activities in Andaman Sea cluster of Thailand, employed quantitative research method by using the questionnaire to collect data from the sample collect data from the sample of foreign tourists visiting the Andaman Sea. The study area consisted of 3 provinces: Phuket, Krabi, and Phang-Nga. In order to get accurate and Unbiased information, the sample group was divided by area as follows: 200 people in Phuket, 200 people in Krabi and 200 people in Phang-Nga (600 people in total). For the qualitative research method, using focus group from both central and local governments, private sector, and entrepreneurs related to tourism management in the Andaman Sea of Thailand in 3 areas. For the second sub-project, guidelines for tourism experience design through water activities in Chaophaya Watershed Areas, Bangkok Province, Thailand, employed the qualitative research, an example of Prachakroklum is a representative of the public sector agencies. The waterfront tourism community in the Chao Phraya River, 30 people using a semi-structured interview focus group activity, and group brainstorming are a tool to collect data and use descriptive analysis (Descriptive Statistics) to analyze data. The Quantitative Research has a Prachakroklum for visitors to travel in the area

of the Chao Phraya River, 600 people using a questionnaire is a tool to collect information. Then analyzed data by summarizing the results from the questionnaire as percentage, frequency, average, and standard deviation, using cluster analysis, exploratory factor analysis, multiple regression analysis and using thematic analysis.

Regarding the guidelines of tourism experience design through marine Activities in Andaman Sea cluster of Thailand, it was found that tourist market in the Andaman Sea area could be divided as follows: group 1: Gen-Y women who passionate in culture, group 2: Single men who love various activities, group 3: Reclusive Gen-Y men.

In case of tourism supply chain in the Andaman Sea, after synthesizing quantitative and qualitative research, it was found that the tourism supply chain affecting the tourism experience design in the Andaman Sea could be classified as follows: 1) Direct tourism supply chain in the Andaman Sea consisting of rules and regulations including standards and safety in all dimensions, tourism services, tourism resources and activities, tourism service providers such as tour company, guide, boat company, boat driver, etc., tourist attraction management , and pier. 2) Indirect tourism supply chain in the Andaman Sea consisting of Infrastructure, accommodation, accessibility, laws, policies, and government agencies.

For the factors affecting marine tourism experience in the Andaman Sea could be divided into 4 factors, which are (1) the key factors from quantitative results such as feelings and thoughts, actions, and connections, from the qualitative results, which are (2) secondary factors affecting the same tourism experience in all 3 provinces (3) supporting factors affecting the same tourism experience in 2 provinces (4) other factors affecting different tourism experiences in each province.

Therefore, guidelines for tourism experience design through marine tourism activities in the Andaman Sea could be divided into 5 guidelines, which are guideline 1: the development of integrated tourism marketing to meet the needs of the target group in marine tourism in the Andaman Sea, guideline 2: the development of creative tourism activities to increase the value of tourism resources in the Andaman Sea, guideline 3: the development of human capital in tourism to ensure the growth of the creative tourism industry and to meet tourists' tourism experience expectation in the Andaman Sea in the future, development guideline 4: the development of holistic tourism management mechanism to support marine tourism experience design in the Andaman Sea, and guideline 5: the development of tourism services to impress beyond the expectations of tourists in the Andaman Sea.

In addition, guidelines for tourism experience design through water activities in Chaophaya Watershed Areas, Bangkok Province, Thailand indicated that a group of tourist markets based on demographic characteristics. It can be divided into 3 major market groups: 1<sup>st</sup> group, young women working to create a family. Group 2 women who love to free and spend money with the 3<sup>rd</sup> group of Asian Girls who love the challenges of the factors that affect the experience of the Chao Phraya River in Thailand.

The relevant supply chain that affects the design experience of tourism activities in the Chao Phraya River. The 10 key elements are assembled together: 1. Facilities & Services 2. Travel and transportation 3. Accommodation 4. Travel Products 5. Staff and Tourism Network 6. Local community 7. Travel agency and information provider 8. Related agencies 9. Travel activities and 10. Food and drink there are also two important indirect factors: policy and legal factors. In terms of the factors that affect the experience of the Chao Phraya River in Thailand, it can be divided into 4 main factors: 1. Thinking factor 2. Touch factor 3. Emotional factors and 4. Link factors.

In conclusion of this study, it can be summarized the guidelines of creative value-adding from tourism experience design through water activities in Thailand into 5 guidelines, which are: Guideline 1: To promote and improve water activities to response tourists' touch, emotional and feeling factors in order to creative value-adding of tourism experience design through water activities sustainably in Thailand.

Guideline 2: To develop and promote a unique tourism marketing to creative value-adding from tourism experience design through water activities sustainably in Thailand.

Guideline 3: To develop the standard of safety for water tourism all the relevant supply chain to creative value-adding from tourism experience design through water activities in Thailand.

Guideline 4: To develop storyteller for creating water tourism experience and creative value-adding from tourism experience design through water activities in Thailand.

Guideline 5: To generate and participation of stakeholder network to manage water tourism.

**Keyword:** Creating value-adding from tourism experience design, Water activities, Marine Activities in Andaman Sea cluster, Experience design, Watershed Areas