



NETWORK OF COMMUNITY MANAGEMENT FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการเครือข่าย  
ด้านการจัดการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับชาติ  
ครั้งที่ 6

การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อความยั่งยืน  
:ความท้าทายในวิถีใหม่

3 เมษายน 2564

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

## คณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานวิชาการ

## โครงการประชุมวิชาการเครือข่ายด้านการจัดการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับชาติ ครั้งที่ 6

## ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิจัย

- 1 คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
- 2 รองคณบดีฝ่ายวิจัย
- 3 ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.สุรัชย์ หวันแก้ว
- 4 รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
- 5 รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์
- 6 รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
- 7 รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒนา ธาดานิติ
- 8 รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา วงศ์ทิพย์
- 9 รองศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย ภูวนาถวิจิตร
- 10 รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม
- 11 รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา สโรบล
- 12 รองศาสตราจารย์ ดร.นฤมล อรุโณทัย
- 13 รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยะพงษ์ จันทน์ใหม่มูล
- 14 รองศาสตราจารย์ ดร.งพล พรหมสาขา ณ สกลนคร
- 15 รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก
- 16 รองศาสตราจารย์ สุเมธ พรหมอินทร์
- 17 รองศาสตราจารย์ เอมอร เจียรมาศ
- 18 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์สุดา พุฒจรรย์
- 19 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล
- 20 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว
- 21 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศราพร พรหมนิมิตกุล

- 22 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ฌภัทร วิศวะกุล
- 23 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาอักษรณ์
- 24 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิภา พจนวาที
- 25 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรวดี อึ้งโพธิ์
- 26 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ
- 27 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา
- 28 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล
- 29 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตศักดิ์ พุฒจรรย์
- 30 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภฤต สังข์เฉย
- 31 ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนันทน์ หอมสุต
- 32 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เมษ์ธาวิน พลโยธี
- 33 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต
- 34 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย
- 35 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัครกะวณิชชา
- 36 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาสนันท์ อัครรักษ์
- 37 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญรดี จันทร์ภักดิ์
- 38 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิรัตน์ กิตติพงษ์วิเศษ
- 39 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัย ปริญาสุทธินันท์
- 40 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชานนท์ ทวีผล
- 41 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทรงพันธ์ ต้นตระกูล
- 42 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณรงค์ ศิขิรัมย์
- 43 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทรงสุดา ภู่อ่าง
- 44 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนัชกร สิมะขจรบุญ
- 45 อาจารย์ ดร.ปรีวิทย์ ไวยาชีวะ
- 46 อาจารย์ ดร. อรยา พรเอี่ยมมงคล
- 47 อาจารย์ ดร.สังเสริม แสงทอง

- 48 อาจารย์ ดร.ชัชฌนพงศ์ ศิริโชตินิศากร
- 49 อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา
- 50 อาจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล
- 51 อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์
- 52 อาจารย์ ดร.ปริญญา หรุ่มโพธิ์
- 53 อาจารย์ ดร.พลอย สุดอ่อน
- 54 อาจารย์ ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์
- 55 อาจารย์ ดร.ธิดิพัทธ์ บุญปก
- 56 อาจารย์ ดร.วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์
- 57 อาจารย์ ดร.สุนี คำนวลศิลป์
- 58 อาจารย์รัชกร วชิรสิโรตม
- 59 อาจารย์วันชัย เจือบุญ
- 60 นางสาวสุนิสา วงศ์ประทุม
- 61 นายณัฐวิรัช ศรีธาดาสวัสดิ์

## สารบัญ

	หน้า
การพัฒนารูปแบบการจัดการพิพิธภัณฑสถานชุมชนไทยพวนในบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัย <i>คุณสุรชัย ทูหมัด และ คุณพินนิภา ทรัพย์วิริยะกุล</i>	96
นวัตกรรมทางธุรกิจในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน <i>คุณจิตต์ศักดิ์ พุฒจรรยา คุณทิพย์สุดา พุฒจรรยา คุณศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว คุณสไบทิพย์ มงคลนิมิต คุณธนวรรธศ ดอกจันทร์ คุณพิชญ์ จิตต์ภักดิ์ และ คุณจรรยาบรรณ สุธรรมมา</i>	106
<b>ห้องประชุมพีลีตังค์</b>	
ความพึงพอใจต่อมาตรการและการบริหารจัดการหอพักภายในมหาวิทยาลัย ในช่วงสถานการณ์ โควิด-19 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ <i>คุณรัตนพร สุขะวรรณะ และ คุณกมล โพธิเย็น</i>	117
พฤติกรรมการป้องกันตนเองจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ของนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย ธนบุรี <i>คุณกฤตยากร แปงกลาง และคุณอรุปรีย์ เกิดในมงคล</i>	128
การเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีสุดท้าย มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์ <i>คุณชนิกา วัฒนกุล และ คุณกันยารัตน์ เมืองแก้ว</i>	141
บทบาทอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในการเฝ้าระวังและป้องกันสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคโควิด-19 ในชุมชน บ้านสบแฝก ตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ <i>คุณชฎานันท์ กำแก่น คุณพลอยไพลิน อินทรเดชา และ คุณปรีชา วงศ์ทิพย์</i>	151
พฤติกรรม的开รับสื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสม ในสถานการณ์โควิด-19 ของนักเรียนมัธยมศึกษา ตอนปลาย โรงเรียนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม <i>คุณอรอุมา ศรีโชติ และ คุณฐิติมา เวชพงศ์</i>	162
กระบวนการปรับตัวของบริษัททอแกโนซ์เซอร์ขนาดเล็ก ในภาวะวิกฤตโควิด 19 : การวิจัยเชิงกรณีศึกษา <i>คุณกรรณิกา บุรินทร์มัย คุณนภวรรณ สุนทรหงส์ และ คุณปรีวิทย์ ไวทยาชีวะ</i>	172

## นวัตกรรมทางธุรกิจในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

BUSINESS INNOVATION TO DESIGN OF ROUTES FOR LOCAL EXPERIENCE TOURISM BY STAKEHOLDERS'  
PARTICIPATION IN MAE HONG SON PROVINCE

จิตศักดิ์ พุฒจร<sup>1</sup> ธนวรรษ ดอกจันทร์<sup>2</sup> ทิพย์สุตา พุฒจร<sup>3</sup> ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว<sup>4</sup> สไบทิพย์ มงคลนิมิต<sup>5</sup>  
เกศราพร พรหมนิมิตรุกุล<sup>6</sup> จิรัชญา โชติโสภานนท์<sup>7</sup> รัฐิมา เวชพงศ์<sup>8</sup> พิชญ์ จิตต์ภักดี<sup>9</sup> และ  
จรรยาบรรณ สุธรรมมา<sup>10</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของจังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยว ประกอบด้วย ชุมชนห้วยฮี้ ชุมชนห้วยตองก้อ ชุมชนห้วยกุ่ม และชุมชนห้วยปูลิง ศึกษาจากผู้นำท้องถิ่น และชาวบ้านในชุมชน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ตัวแทนหน่วยงานต่าง ๆ และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นจากต่างประเทศและมีความเต็มใจจ่าย จำนวน 65 คน ผลการวิจัยพบว่า การกำหนดเป้าหมายการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของจังหวัดแม่ฮ่องสอนตามความต้องการและวิถีดำเนินชีวิต (Life Style) ของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวยุโรป รวมถึงศักยภาพและความพร้อมของชุมชนท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอนโดยมีเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นที่เลี้ยงให้กับชุมชนท่องเที่ยวจัดกิจกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่นได้ และโอกาสทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวท้องถิ่นสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวยุโรปสนใจ เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจอย่างเกื้อกูลกัน เกิดการกระจายรายได้ในท้องถิ่น และการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม กำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวไว้แบบ 5 วัน 4 คืน ด้วยการนำเสนออัตลักษณ์เส้นทางท่องเที่ยว “ธรรมชาติ ธรรมชาติ ทำทาย คาดไม่ถึง”

**คำสำคัญ:** นวัตกรรมทางธุรกิจ, การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น, การมีส่วนร่วม, การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว

<sup>1,3,4,6</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

<sup>2</sup> อาจารย์ ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

<sup>5,7</sup> อาจารย์ ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

<sup>8</sup> อาจารย์ ดร. ประจักษ์ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

<sup>9</sup> อาจารย์ ดร. ประจักษ์วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่

<sup>10</sup> ดร. นักวิชาการอิสระ

## Abstract

The purposes of the research were to build the business innovation to design of routes for local experience tourism by stakeholders' participation of Mae Hong Son Province. This's Qualitative Research and choose a specific audience by purposive sampling at tourism community areas consisting of Huay Hee, Huay Tong Kor, Huay Kung and Huay Poo Ling Communities. The sample consisted of 65 people from The Local Community leader and Villagers, Stakeholders with local experience tourism in Mae Hong Son Province, Representatives of various agencies involve and Thai Tourists group, who've a local experience tourism from abroad and are willing to pay. The research are findings to showed that 1) The design targeting of the local experience tourism route of Mae Hong Son Province according to needs and lifestyles from European quality tourists. Including the potential and readiness of the tourism community of Mae Hong Son Province with a network of tourism operators as mentors to the tourism community and organize tourism activities for tourists to access the local experiences and opportunities of marketing for local tourism businesses can attract the attention of European quality tourists for benefit for social contribution business benefit and the tourism income distribution for local sector. 2) The design of routes for local experience tourism by stakeholders' participation set a 5 Day and 4 Night travel program with present the identity tourism route in "Nature, Normal, Challenging and Unexpected"

**Keywords:** BUSINESS INNOVATION, LOCAL EXPERIENCE TOURISM, PARTICIPATION, ROUTES DESIGN

## 1. บทนำ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาเข้าสู่การท่องเที่ยว ยุค 4.0 มุ่งเน้น 5 ประการ ได้แก่ การบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การสร้างปัจจัยแวดล้อม และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว การตลาดสมัยใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การสร้างวิสาหกิจและสตาร์ทอัพ (Start-Up) ด้านการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของนวัตกรรม และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพกับหน่วยงานรัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ ในทุกส่วนของห่วงโซ่คุณค่าด้านท่องเที่ยว ด้วยการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่จากการมองการท่องเที่ยวเป็นสินค้า (Product) ปรับสู่การให้คุณค่าแหล่งท่องเที่ยว (Place) จากการสร้างสัญลักษณ์ (Brand) เปลี่ยนสู่การสร้างอัตลักษณ์ (Identity) เป้าหมายทางเศรษฐกิจมุ่งกำไร (Profit) เปลี่ยนสู่การนำสิ่งที่ดีกลับคืนสู่สังคมและสิ่งแวดล้อม (Purpose) เป็นให้ความสำคัญจากราคา (Price) เป็นคุณค่า (Value) และจากเป้าหมายเชิงปริมาณนักท่องเที่ยว (Volume) เป็นการสร้างผลประโยชน์องค์กรรวม (Net Benefit) ” (นฤมล เกษมสุข, 2560)

จากนโยบายไปสู่การปฏิบัติของการท่องเที่ยว ยุค 4.0 ได้ให้ความสำคัญต่อการกระจายนักท่องเที่ยวไปสู่จังหวัดต่างๆ ซึ่งเป็นเมืองรอง เพื่อให้กลไกการท่องเที่ยวสร้างงาน สร้างรายได้ เกิดการกระจายได้สู่ท้องถิ่น ในขณะที่แนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นเริ่มขยายตัว นักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป มีความต้องการเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่น (Local experience) มากขึ้น ทำให้ในปี พ.ศ.2560 คณะผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาแนวทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับสินค้าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของประเทศไทย ภายใต้โครงการ The LINK รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปสู่เมืองรอง โดยได้นำเสนอกิจกรรมที่มุ่งเน้นประสบการณ์ท้องถิ่น (Local) ด้วยการสร้างนวัตกรรม

(Innovation) ผ่านการประสานห่วงโซ่การท่องเที่ยว (Networking) อีกทั้งต้องสงวนรักษาความเป็นท้องถิ่นดั้งเดิม (Keep Character) เพื่อนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวให้กับบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่นดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด เป้าหมาย การกระจายนักท่องเที่ยวไปสู่เมืองรองจึงควรสร้างจุดดึงดูดใจของกิจกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่น ซึ่งต้องมีความหลากหลายของกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวสามารถปรับตัวได้และเกิดความประทับใจในคุณค่าของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น (จิตศักดิ์ พุฒจร และคณะ, 2560)

จากงานวิจัยข้างต้น จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นเมืองรองที่มีศักยภาพและความพร้อม โดยเฉพาะวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยวบนที่สูงที่มีความโดดเด่น มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติชาวยุโรปให้ความสนใจอย่างมาก และด้วยกระแสการใช้นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อใช้ในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนต้องให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการใช้ประโยชน์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ (ภัทรบดีนทร์ สุทธิภักดี, 2559: 27-28) คณะผู้วิจัยจึงสนใจสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของจังหวัดแม่ฮ่องสอนด้วยการมีส่วนร่วมของบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่นซึ่งมีบทบาทด้านการขายหรือการตลาด ชุมชนท่องเที่ยว มีบทบาทด้านการผลิตหรือจัดกิจกรรมท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ มีบทบาทส่งเสริมการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว มีบทบาทสะท้อนถึงความต้องการเพื่อให้ได้นวัตกรรมทางธุรกิจที่แตกต่างจากเดิมซึ่งมักกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวจากกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งและมีการตลาดต่างคนต่างทำส่งผลต่อการขาดโอกาสทางธุรกิจในยุคแห่งการแข่งขันอย่างมาก

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม กรณีศึกษา จังหวัดแม่ฮ่องสอน

## 3. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดนวัตกรรมทางธุรกิจ ของ จำลักษ์ณ์ ขุนพลแก้ว (2558) พบว่าเป็นแนวคิดใหม่ในการทำธุรกิจทั้งรูปแบบและวิธีการทางธุรกิจที่คิดใหม่ มีความแตกต่างจากสิ่งที่คุ้นเคยหรือแบบเดิม ซึ่งนวัตกรรมไม่ใช่เพียงสิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์ หรือวัตถุที่จับต้องได้ และของ Eric von Hippel (อ้างถึงใน Jobs DB, 2557) นวัตกรรมทางธุรกิจมีแหล่งที่มาอย่างน้อย 3 แหล่ง ได้แก่ นวัตกรรมที่เกิดจากลูกค้า นวัตกรรมที่เกิดจากผู้ผลิต และนวัตกรรมที่เกิดจากเจ้าของวัตถุดิบ โอกาสในการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจจึงไม่ควรเกิดจากความคิดของผู้ผลิตเพียงฝ่ายเดียวต้องเชื่อมโยงความต้องการของลูกค้า และการสร้างหรือใช้วัตถุดิบที่แปลกใหม่จากเจ้าของวัตถุดิบ งานวิจัยนี้จึงได้ใช้แนวคิดนวัตกรรมทางธุรกิจมาเป็นแนวทางในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากเดิม ทั้งในวิธีการทางธุรกิจเชื่อมโยงบริษัทนำเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว เพื่อร่วมคิดและทำเส้นทางท่องเที่ยว และการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวตามความต้องการกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มซึ่งต้องการความแปลกใหม่ โดยได้ศึกษาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น ของ Pine และ Gilmore (1999) ได้ระบุขอบเขตประสบการณ์ของมนุษย์ ประกอบด้วยการมีส่วนร่วมแบบพาสซีฟ (Passive participation) ได้แก่ ความบันเทิง (Entertainment) เช่น การดูภาพยนตร์ ฟังเพลง ชมการแสดง อ่านหนังสือ เป็นต้น และสุนทรียภาพ (Aesthetic) เช่น คนที่ชื่นชอบทัศนียภาพในแหล่งท่องเที่ยว หรือผู้ที่ชมภาพใน Art Gallery ต่างๆ การมีส่วนร่วมแบบลงมือทำด้วยตนเอง (Active participation) ได้แก่ การเรียนรู้สิ่งต่างๆ (Educational) เช่น การเข้าคลาสเรียนการเล่นสกี หลบหนีไปสู่โลกของจินตนาการ (Escapist) เช่น การเข้า



ร่วมการแสดงต่างๆ การดำน้ำ และของ ปราณี เอี่ยมลลอภักดี (2548) พบว่า ประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่อยู่ในความรู้สึกของผู้บริโภค การจัดการท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้นนำเสนอประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างการรับรู้ความรู้สึก พฤติกรรมและคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว บนพื้นฐานของความรู้และความเข้าใจในสินค้าและบริการท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว มีองค์ประกอบหลักด้วยกัน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ประสบการณ์ทางโครงสร้าง (Functional Experiences) เป็นความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการบริการหรือการท่องเที่ยวที่ได้รับโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าของเงิน เช่น ด้านคุณภาพ ราคา การให้บริการของมัคคุเทศก์และการบริการนำเที่ยว เป็นต้น ประสบการณ์ทางสังคม (Social Experiences) เป็นคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับและได้มีส่วนร่วมในการได้ทำประโยชน์ให้กับสังคม เช่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการช่วยเหลือสังคม เป็นต้น ประสบการณ์ทางอารมณ์ (Emotion Experiences) เป็นความรู้สึกและคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับเมื่อเลือกทำกิจกรรมท่องเที่ยวแล้วรู้สึกถึงความแตกต่างจากที่อื่นที่เคยได้สัมผัสมา

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยว ประกอบด้วย ชุมชนห้วยฮี้ ชุมชนห้วยตองก้อ ชุมชนห้วยกุ่ม และชุมชนห้วยปูลิง ศึกษาจากผู้นำท้องถิ่น และชาวบ้านในชุมชน จำนวน 65 คน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นในจังหวัดแม่ฮ่องสอน และตัวแทนหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สถาบันการศึกษา บริษัทนำเที่ยว เครือข่ายผู้ประกอบการ รวมเป็นจำนวน 10 คน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นจากอาชีพต่างๆ ร่วมกระบวนการวิจัยในการประเมินผลการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยว 8 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นจากต่างประเทศและมีความเต็มใจง่าย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แนวคำถามแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) สำหรับการสนทนากลุ่ม (Focus Group) แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และประเด็นในการสังเกต (Observation) ด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการนำข้อมูลมารวบรวมแล้วทำการเปรียบเทียบข้อมูล (Constant Comparison) ตรวจสอบความสอดคล้องและถูกต้องของข้อมูล การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) จัดหมวดหมู่ของข้อมูล สังเคราะห์ แปลความหมายและตีความข้อมูลที่ได้รวบรวมมา แล้วจึงตรวจสอบความหมายกับผู้ให้ข้อมูลที่เป็นบุคคลสำคัญในแต่ละกลุ่ม แล้วนำผลการศึกษาทั้งหมดมาอภิปรายร่วมกับผู้วิจัยเพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องของข้อมูล หรือนำไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ แล้วจึงนำมาวิเคราะห์เพื่ออภิปรายผลจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาซึ่งขั้นตอนการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. การจัดประชุมร่วมกับฝ่ายแผนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อกำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของจังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. ศึกษาการจัดการท่องเที่ยว วิเคราะห์ศักยภาพ ความพร้อม และความต้องการของชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน
3. จัดประชุมร่วมผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระดับจังหวัด องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว องค์การมหาชน เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน สถานศึกษาในพื้นที่ บริษัทนำ

เที่ยวในท้องถิ่น และธุรกิจที่พักที่สนใจรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพ ความพร้อม ความต้องการ กำหนด วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว และออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

4. บริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่นเตรียมการวางแผนและประสานงานกับชุมชนท่องเที่ยวเพื่อเตรียมการจัดการรองรับกลุ่ม นักท่องเที่ยวชุดทดสอบหรือผู้เชี่ยวชาญในการทดสอบเส้นทางท่องเที่ยว

5. การทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น คณะผู้เชี่ยวชาญ ร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยวตามเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นที่ออกแบบไว้ และร่วมประเมินความพร้อมและความเป็นไปได้ในการรองรับนักท่องเที่ยว กลุ่มชาวยุโรป

6. จัดประชุมร่วมกับคณะผู้เชี่ยวชาญ คณะผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องแต่ละจังหวัดเพื่อร่วมพัฒนาเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น

7. บริษัทนำเที่ยวจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิง ประสบการณ์ท้องถิ่นจากต่างประเทศ และทำการประเมินผลการจัดการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการ จัดการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ และพร้อมขายโปรแกรมท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวยุโรป

## 5. สรุปผลการวิจัย

นวัตกรรมทางธุรกิจในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม ผลการศึกษามีดังนี้

5.1 การกำหนดเป้าหมายการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ตามความ ต้องการและวิถีดำเนินชีวิต (Life Style) ของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวยุโรป รวมถึงศักยภาพและความพร้อมของชุมชน ท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งเป็นชุมชนที่มีทุนวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติสามารถจัดกิจกรรมท่องเที่ยวให้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่นได้ และโอกาสทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวท้องถิ่น สามารถดึงดูดใจให้ นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวยุโรปสนใจ เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจอย่างเกื้อกูลกัน และเกิดการกระจายรายได้ในท้องถิ่น

5.2 การกำหนดหลักการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น ประกอบด้วย

L = Local การสร้างประสบการณ์ท้องถิ่นของจังหวัดแม่ฮ่องสอนให้แก่นักท่องเที่ยว ด้วยการเดินทาง ที่พัก อาหาร ของที่ระลึก และกิจกรรมท่องเที่ยว (Supply Chain) สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น ให้ชุมชนมีบทบาทใน การจัดการท่องเที่ยว สร้างรายได้และกระจายรายได้แก่ชุมชน

I = Innovation การสร้างนวัตกรรมกระบวนการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว เป็นรูปแบบสร้างการมีส่วนร่วม ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว และสร้างเส้นทางให้สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีความโดดเด่นและแตกต่าง จากการท่องเที่ยวทั่วไป

N = Network การเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดแม่ฮ่องสอนในการจัดการท่องเที่ยว การส่งเสริมและสนับสนุน และเชื่อมโยงกับบริษัทนำเที่ยวชั้นนำในยุโรปเพื่อเข้าถึงตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะ

K = Keep character การคงรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้วยการจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นของ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ทั้งการบรรยาย สาธิต การลงมือทำ การสังเกตเรียนรู้ด้วยตนเอง ผ่านการจัดการทั้งการเดินทาง ที่พัก อาหาร ของที่ระลึก และกิจกรรมท่องเที่ยว หรือตามอุปทานการท่องเที่ยว (Supply Chain) ให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่คนใน ชุมชน ส่งผลให้ตระหนักถึงคุณค่าและมีความต้องการคงรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่

5.3 การวางบทบาทการทำงาน การทำงานเชิงการประสานงาน และการทำงานเชื่อมโยงกัน โดยเฉพาะระหว่างชุมชนและบริษัทนำเที่ยวท้องถิ่น ชุมชนท่องเที่ยวมีบทบาทจัดการตามอุปทานการท่องเที่ยว (Supply Chain) ได้แก่ จัดที่พักในลักษณะโฮมสเตย์ตามวิถีชาวบ้าน อาหารท้องถิ่นทั้งคาวและหวาน โดยใช้วัตถุดิบที่มีในชุมชน การขนส่งหรือการเดินทางหลากหลาย เน้นการขนส่งตามวิถีท้องถิ่น กิจกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์แปลกใหม่ มีความโดดเด่นหลากหลาย เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและด้านทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน และของที่ระลึกที่สามารถทำได้เองหรือซื้อได้ในชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์ท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และมีบทบาทเป็นนักสื่อความหมาย ด้วยภาษาท้องถิ่น โดยให้มัคคุเทศก์ทำหน้าที่เป็นล่าม ส่วนบริษัทนำเที่ยว มีบทบาทประชาสัมพันธ์ขายโปรแกรมท่องเที่ยวให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ประสานงานกับชุมชน จัดการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรมท่องเที่ยว และทำหน้าที่เป็นล่ามให้แก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ในรูปแบบ Local Destination Management Company (LDMC)

จากการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของจังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า การมีเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นพี่เลี้ยงให้กับชุมชนท่องเที่ยว มีเส้นทางท่องเที่ยวได้สร้างคุณค่าด้านประสบการณ์ของเส้นทางสูงมาก ด้วยการผจญภัย การสัมผัสธรรมชาติและวิถีชีวิตที่อยู่กับป่า ธรรมชาติ และเพิ่มคุณค่าการท่องเที่ยวของเส้นทางโดยเน้นการสื่อความหมาย เช่น การเล่าเกี่ยวกับบ้านเรือน โรงเรียน วัด เสื้อผ้า วิถีชีวิต และการเลี้ยงวัวควายบนเขา การให้ข้อมูลในแต่ละวันก่อนออกเดินทาง ทั้งลักษณะของเส้นทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง การมีระบบในการทำงานร่วมกันระหว่างมัคคุเทศก์กับนักสื่อความหมายท้องถิ่น สามารถทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดีและเป็นการให้เกียรติซึ่งกันและกัน กิจกรรมท่องเที่ยวได้สะท้อนถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวปกากะญอ เช่น การสวมใส่เสื้อผ้าที่ทำเองของชาวบ้าน การก่อกองไฟ นั่งล้อมวงเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำความรู้จักกัน พร้อมกับรับประทานอาหารท้องถิ่น การเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการร้องเพลงท้องถิ่นเกี่ยวกับวิถีชีวิตเป็นภาษาปกากะญอ เป็นต้น

5.4 การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยว (ผู้ผลิต) และบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น (ผู้ขาย) ศึกษาวิถีดำเนินชีวิต (Life Style) ของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวยุโรป ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการจัดการรองรับของชุมชนท่องเที่ยวในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น และตามอุปทานการท่องเที่ยว การให้ภาครัฐและเครือข่ายการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมวิเคราะห์จุดเด่นและร่วมกำหนดอัตลักษณ์ของเส้นทางท่องเที่ยว และออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว

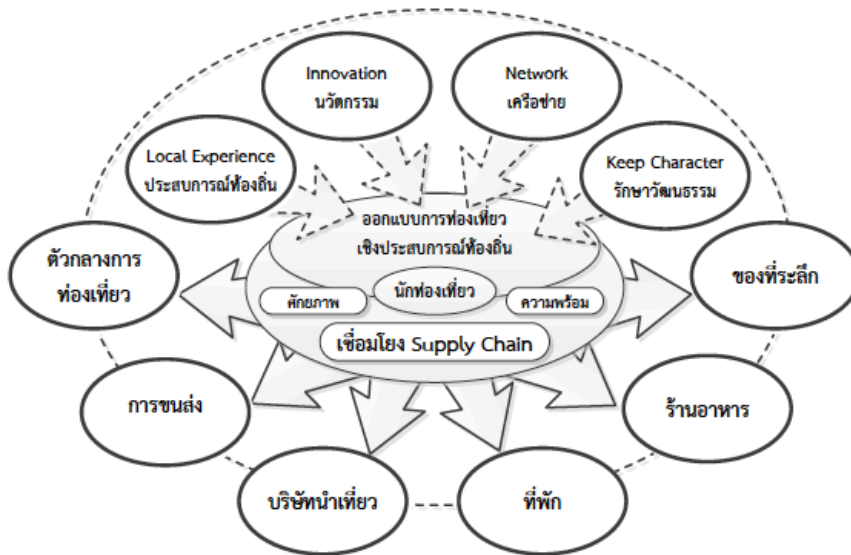
จากการศึกษาวิถีดำเนินชีวิต (Life Style) ของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น ส่วนใหญ่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา สเปน เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน และฝรั่งเศส มีรูปแบบการเดินทางเป็นแบบกลุ่มขนาดเล็ก ชื่นชอบการเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมแปลกใหม่ กิจกรรมแนวผจญภัย มีความปลอดภัย และการจัดการที่มีคุณภาพ

5.5 การทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของจังหวัดแม่ฮ่องสอน จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชุดทดสอบที่มีความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นจากต่างประเทศ ร่วมประเมินผลการจัดการท่องเที่ยวตามอุปทานการท่องเที่ยว ร่วมวางแผนทางการพัฒนา และดำเนินการพัฒนา ด้วยการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้ผลิตและผู้ขาย และการขอรับการส่งเสริมจากภาครัฐและเครือข่ายการท่องเที่ยว เฉพาะกรณีที่เกิดความสามารถในการพัฒนาร่วมกัน

5.6 การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดย บริษัท Thai Localista จำกัด ทำการประชาสัมพันธ์ตรงสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแนวผจญภัย (Niche Market) ผ่านเครือข่าย

ผู้บริโภคร่วมกันนักท่องเที่ยวแนวผจญภัย ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเดิมใช้แบบปากต่อปาก และเพจเฟซบุ๊ก Thai Localista ขายโปรแกรมท่องเที่ยว 5 วัน 4 คืน และได้เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ให้คำแนะนำเพื่อนำมาวางแผนการจัดการท่องเที่ยวและการตลาด

5.7 การจัดการตลาด โดย บริษัท Thai Localista จำกัด ทำการประชาสัมพันธ์ตรงสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแนวผจญภัย (Niche Market) ด้วยการเปิดบูธนำเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวในงาน International Tourism Exchange Berlin 2018 ที่ประเทศเยอรมันนี และ World Travel Market (WTN) 2019 ที่ประเทศอังกฤษ ทำให้สามารถเชื่อมโยงการตลาดกับบริษัทนำเที่ยวชั้นนำในยุโรป และเข้าถึงช่องทางการนำเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวผ่าน Online Travel Agency (OTA) ส่งผลให้ตัวแทนจากบริษัทนำเที่ยวในยุโรปเข้ามาทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวตามโปรแกรมท่องเที่ยว และมีนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเข้ามาท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวที่ออกแบบไว้



ภาพที่ 1 แผนภาพสรุบนวัตกรรมนวัตกรรมทางธุรกิจในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม

จากผลของการศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม พัฒนาออกมาเป็นชุดเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อใช้พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมได้ โดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของกระบวนการดำเนินงานดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผังชุดเครื่องมือนวัตกรรมทางธุรกิจในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม

<p>1. เป้าหมายการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น (Design Goals)</p> <p>- ศักยภาพและความพร้อมของชุมชน (Community potential and readiness)</p>	<p>2. หลักการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น (Principle of The LINK)</p> <p>- ชุมชนเป็นผู้จัดการกิจกรรมและบริการ (Local)</p> <p>- ความแตกต่างของสินค้าและบริการเชิงประสบการณ์ (Innovation)</p>	<p>3. วางแผนบทบาทการทำงาน (Plan for Working)</p> <p>- ใครมีความเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการและการบริการ (Who) (เช่น ชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงาน)</p> <p>- ทักษะการทำงานเป็นอย่างไร ต้องมีการพัฒนาด้านใด (Skill)</p>	<p>5. ทดสอบเส้นทาง (Fam Trip)</p> <p>- นักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวท้องถิ่น (Test Group)</p> <p>- ประเมินผลการทดสอบ (Evaluate)</p> <p>- ปรับปรุงพัฒนาเส้นทางให้มีประสิทธิภาพ (Improve and develop)</p>
--	--	--	---

<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย (The needs of tourists)</li> <li>- เอกลักษณะ ความเป็นโดดเด่นของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว (Uniqueness)</li> <li>- ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Responsibility)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครือข่ายความร่วมมือชุมชนผู้ประกอบการ (Network)</li> <li>- คุณค่าของเอกลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น (Keep character)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดการกิจกรรมและบริการอย่างไร (Management) เพื่อส่งเสริมมูลค่าและลดผลกระทบ (High Value Low Impact)</li> <li>- คุณค่าที่ส่งต่อหรือการสร้างคุณค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในเส้นทาง (Value)</li> </ul>	<p><b>7. การตลาดประชาสัมพันธ์ (Marketing)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบการตลาดประชาสัมพันธ์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible)</li> <li>- ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเฉพาะ (Niche Market)</li> </ul>
<p align="center"><b>4. การออกแบบเส้นทางเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น (Route Design)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- วิเคราะห์ศักยภาพข้อดีในการออกแบบเส้นทาง (SWOT Analysis)</li> <li>- ออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประสบการณ์ท้องถิ่น (Program Design)</li> <li>- สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Participation)</li> <li>- ออกแบบกิจกรรมและบริการให้มีความสัมพันธ์กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Tourist Lifestyle)</li> <li>- การบริการขนส่ง ที่พัก อาหาร และสินค้าของที่ระลึก (Service)</li> </ul>			
<p align="center"><b>6. พันธมิตรในการพัฒนา (Development Partner)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เครือข่ายชุมชนท่องเที่ยว (Community Networking)</li> <li>- บริษัททัวร์ โรงแรมที่พัก ที่เที่ยงนักท่องเที่ยว (Tour Company/Hotel/Resort)</li> <li>- หน่วยงานภาครัฐที่หนุนเสริมด้านการท่องเที่ยว (Government)</li> </ul>			

การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวโดยบริษัทท้องถิ่น บริษัท Thai Localista จำกัด ซึ่งได้ทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวและนำเสนอขายให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยุโรป กำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวไว้แบบ 5 วัน 4 คืน ด้วยการนำเสนออัตลักษณ์เส้นทางท่องเที่ยว “ธรรมชาติ ธรรมชาติ ทำหาย คาดไม่ถึง” “ธรรมชาติ” เป็นการท่องเที่ยวเดินป่าเพื่อสัมผัสธรรมชาติ ผู้คนตามหมู่บ้าน บริสุทธิ จริใจ “ธรรมชาติ” เส้นทางเดินป่าสัมผัสธรรมชาติมีความธรรมชาติ แต่กลับซ่อนความน่าค้นหาตลอดเส้นทาง “ทำหาย” ความยากลำบาก ความเหนื่อย ความตื่นเต้น ทำหายทั้งพลังกายและพลังใจของนักท่องเที่ยว “คาดไม่ถึง” ตลอดเส้นทางมีเรื่องราว คาดไม่ถึงให้นักท่องเที่ยวได้ตื่นตาตื่นใจตลอดเวลา เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นจังหวัดแม่ฮ่องสอน (เส้นทางเดินป่า) “ดอยสเตอร์ พิชิตยอดดอยปุย น้ำตกห้วยปูลิง” มีรายละเอียดดังนี้

**วันแรก แม่ฮ่องสอน - บ้านน้ำฮูฮายใจ - บ้านห้วยฮี้ (ระยะเดินประมาณ 5 กม.) Warm up day** ช่วงเช้า เยี่ยมชมตลาดเช้าแม่ฮ่องสอน เดินทางไปบ้านน้ำฮูฮายใจ (ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง) แวะจุดชมดอยสันฟ้า ชมทิวทัศน์เมืองแม่ฮ่องสอน ถึงบ้านน้ำฮูฮายใจ เดินช่วงแรกใช้เส้นทางเดินขึ้นสันคมมิต จากบ้านน้ำฮูฮายใจโดยใช้ระยะเวลาประมาณ 3-3.5 ชั่วโมง ช่วงบ่ายสัมผัสทิวทัศน์ทัศนียภาพของสันคมมิตของดอยหัวสิงห์ หัวไก่ เทือกเขาถนนธงชัยตะวันตก จากจุดนี้ประมาณ 1.5 ชั่วโมง ถึงบ้านพักพบเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ เดินเยี่ยมชมบรรยากาศและวิถีชีวิตของชาวปกากะญอบ้านห้วยฮี้

**วันที่สอง บ้านห้วยฮี้ - พิชิตยอดดอยปุย 1,722 เมตร (ระยะเดินประมาณ 10 กม.) Chill Day** เข้ารับประทานอาหารที่บ้านพักโฮมสเตย์ เดินจากหมู่บ้านขึ้นตามลำห้วยคลอคลี ผ่านเขตป่าอนุรักษ์ และเขตอนุรักษ์กล้วยไม้ป่า จุดชมซากเครื่องบินสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ช่วงบ่ายเดินเท้าต่อเพื่อพิชิตยอดดอยปุย สัมผัสบรรยากาศทุ่ง savanna ดอกปุย และดอกไม้ป่า ออกเดินเท้ากลับบ้านห้วยฮี้ ใช้เส้นทางดอยสาจู ผ่านเส้นทางปากกล้วยไม้ จากดอยสาจู ผ่านเขตพื้นที่ป่าชุมชน ที่ชาวบ้านห้วยฮี้ยังคงทำไร่ไถนาหมุนเวียน จากนั้นเดินเท้าต่อจนถึงบ้านพัก และพักผ่อนตามอัธยาศัย

**วันที่สาม บ้านห้วยฮี - บ้านห้วยตองก้อ (ระยะเดินประมาณ 11 กม.) Big Day** ช่วงเช้ารับประทานอาหารเช้าที่บ้านพักโฮมสเตย์ ออกเดินเท้า ไปบ้านห้วยตองก้อ สภาพเส้นทางวันนี้จะเดินขึ้นลงเขาสลับเขาสูงใหญ่ผ่านป่าเบญจพรรณ ป่าสน ป่าไผ่ และป่าผลัดใบ ช่วงบ่าย เดินเท้าต่อเพื่อพิชิตน้ำตกห้วยบุลึง พักค้างแรมแบบแคมป์ปิ้งใกล้บริเวณน้ำตกห้วยบุลึง การประกอบอาหารแบบ jungle survival เรียนรู้การประกอบอาหารที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่นไม้ไผ่ ใบตองกล้วย ฟังความเป็นมาของวิถีคนอยู่กับป่า ดูแลรักษาป่า

**วันที่สี่ น้ำตกห้วยบุลึง - บ้านห้วยกุ่ม (ระยะเดินประมาณ 10 กม.) Wet n Cool day** ช่วงเช้ารับประทานอาหารเช้าที่แคมป์ เดินเท้าไปบ้านห้วยกุ่ม บ้านปกากะถอยที่ยังคงวิถีดั้งเดิม และมีครอบครัวอยู่ประมาณ 3-4 ครอบครัว เดินลงเขาสลับข้ามน้ำแม่สะมาด ช่วงบ่าย เดินเท้าต่อตามลำน้ำแม่สะมาด ชมความงามของป่าธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการหาปลาของชาวปกากะถอยที่บ้านห้วยกุ่ม และรับประทานอาหารเช้าด้วยเมนูปลาจากลำน้ำแม่สะมาด พักผ่อนตามอรัยาศัยส์สไตล์แคมป์ปิ้ง

**วันที่ห้า บ้านห้วยกุ่ม - เขื่อนผาบ่อง (ระยะเดินประมาณ 7-8 กม.) Up or Cooling down** ช่วงเช้ารับประทานอาหารเช้าที่บ้านชาวบ้านในชุมชน ออกเดินเท้ากลับเมืองแม่ฮ่องสอน สภาพเส้นทางวันนี้มีให้เลือก 3 เส้นทาง ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ช่วงฤดูหนาว-ร้อน ใช้เส้นทางตามลำน้ำแม่สะมาด ผ่านป่าธรรมชาติ น้ำตกห้วยน้ำใส และข้ามเกาะแก่งของลำน้ำจนถึงเขื่อนผาบ่อง ช่วงหน้าฝน ใช้เส้นทางบ้านห้วยกุ่ม ตามลำห้วยน้ำฮู ผ่านน้ำตกน้ำฮู และขึ้นถึงบ้านน้ำฮูหายใจ เส้นทางสาม เส้นทางสั้นกรณีเดินทางยาวไม่ไหว จะใช้เส้นทางที่ชาวบ้านชุกโดยจะเดินขึ้นจากบ้านห้วยกุ่ม ไปจนถึงถนนหลัก ใช้ระยะเวลาประมาณ 2-2.5 ชั่วโมง และเป็นเส้นทางเดินขึ้นตลอด จากนั้นเดินทางถึงจังหวัดแม่ฮ่องสอน พักผ่อน ณ บ่อน้ำร้อนบ้านผาบ่อง และเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ หรือพักค้างคืนที่อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน

## 6. อภิปรายผลการวิจัย

นวัตกรรมทางธุรกิจในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วมนี้ได้เส้นทางท่องเที่ยวใหม่หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งมีลักษณะเฉพาะโดดเด่น ได้รูปแบบการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมจากฐานภูมิปัญญาความรู้ของท้องถิ่น ความรู้ใหม่ และการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่พัฒนาจากเดิมเชื่อมโยงตลาดท่องเที่ยวของยุโรปสามารถเพิ่มโอกาสทางธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2562) นวัตกรรมเป็น การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างสิ่งใหม่สามารถสร้างประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นทั้งลงทุนใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือรูปแบบธุรกิจใหม่ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสามารถเป็นแนวทางให้กับชุมชนที่ต้องการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวได้สร้างการมีส่วนร่วมให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมวิเคราะห์และออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถสร้างประโยชน์ทั้งต่อเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมชุมชน

การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นเป็นการสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ทั้งการได้เห็น การได้ยิน การได้ดม การได้ชิม การได้จับหรือสัมผัส จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชุดทดสอบต่างสะท้อนถึงการได้สัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างจริงแท้ สิ่งสำคัญมาจากบทบาทการจัดกิจกรรมของผู้จัดการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของนักสื่อความหมายของท้องถิ่นซึ่งล้วนเป็นบุคคลที่มีวัฒนธรรมอยู่ในตนเอง แม้ไม่ได้สื่อสารในบางเรื่อง แต่นักท่องเที่ยวชุดทดสอบกลับสัมผัสได้ และเมื่อได้รับประสบการณ์ด้วยตนเอง ทั้งการได้ฟัง การได้ลงมือทำก็ยิ่งทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจและเข้าถึงวิถีวัฒนธรรมของท้องถิ่น เข้าใจความเป็นเจ้าของวัฒนธรรมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขแก้ว คำสอน และสวณีย์ เสริมสุข (2560) จากผลงานวิจัย เรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาภูมิปัญญา

ท้องถิ่นให้เป็นแหล่งเรียนรู้ ตำบลพลายชุมพล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก” การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่ได้มีเพียงลักษณะใดลักษณะหนึ่ง การจะสืบทอดภูมิปัญญาได้นั้นต้องผสมผสานหลายลักษณะอย่างค่อยเป็นค่อยไป ทั้งการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น การรับคำแนะนำ การได้ลงมือทำ การได้รับการบอกเล่า การบรรยายให้ฟัง การสาธิต การแสดง ทั้งที่มีการจัดบันทึกและการจดจำ

การจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นจึงต้องคัดสรรนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในด้านประสบการณ์ท้องถิ่นซึ่งมีความสำคัญต่อการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดของสุวีร์ณีย์ โสภณศิริ (2554) และบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) พบว่า การพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต้องศึกษาความต้องการพฤติกรรม การแสดงออก รวมทั้งความรู้สึกรักคิดและอารมณ์ของนักท่องเที่ยว เพราะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะแสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการได้ โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นสื่อกลางในการเชื่อมประสานระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น เพื่อแสดงถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปกรรม และประวัติศาสตร์ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ (ทิวาวรรณ ศิริเจริญ และนันทกานต์ ศรีปลั่ง, 2560)

#### 7. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย และข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การจัดการนวัตกรรมการธุรกิจในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นควรทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใจ (ผู้ซื้อ) ทบทวนทุนของชุมชนท่องเที่ยว (ผู้ผลิต) วิเคราะห์ความเป็นไปได้ ความพร้อม (ผู้ขาย) ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว วางแผนและจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมทั้งผู้ผลิตและผู้ขาย ประเมินผลและพัฒนาการดำเนินการร่วมกันอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่กระทบต่อการท่องเที่ยว

หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดแม่ฮ่องสอนควรมีบทบาทเป็นตัวกลางประสานงานสร้างการมีส่วนร่วมจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น การส่งเสริมสอดคล้องกับความต้องการและการตัดสินใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวท้องถิ่นควรให้ความสำคัญต่อการกระจายรายได้สู่ชุมชนด้วยการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน และระหว่างชุมชน รวมถึงการมีส่วนร่วมพัฒนาศักยภาพของผู้จัดการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อช่วยส่งเสริมให้การบริหารจัดการท่องเที่ยวสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) งบประมาณประจำปี พ.ศ.2561 และมีผู้ทรงคุณวุฒิให้คำแนะนำตลอดกระบวนการวิจัย และการได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่จังหวัดจังหวัดแม่ฮ่องสอน จึงส่งผลให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ ทั้งนี้ ความเห็นในรายงานผลการวิจัยเป็นของคณะผู้วิจัย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป

## 9. รายการอ้างอิง

- จำลักษณ์ ชุนพลแก้ว. (2558). **นวัตกรรมทางธุรกิจ**. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/635721>
- จิตศักดิ์ พุฒจร และคณะ. (2560). **การยกระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีส่วนร่วม ภายใต้โครงการ The LINK (รายงานวิจัย)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ทิวาวรรณ ศิริเจริญ และนันทกานต์ ศรีปลั่ง. (2560). **การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทหล่ม “เที่ยวไทหล่ม เมืองสงบ มากเสน่ห์**. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. 4(1), 472 – 480.
- นฤมล เกษมสุข. (2560). **ทท.ดัน “ท่องเที่ยว 4.0” เคลื่อนเศรษฐกิจ**. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/756663>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)**. นนทบุรี: หจก.เฟิร์นข้าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิง.
- ปราณี เอี่ยมล่อภักดี. (2548). **“การตลาดประสบการณ์:ประสบการณ์ลูกค้า.” วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**. 25 (2), 19-28.
- ภัทรปดินทร์ สุทธิภักดี (2559). **แนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนริมกว๊านพะเยา**. (ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน ). (2562). **นวัตกรรมดี ไม่มีดอกเบี้ย**. สืบค้นจาก <https://econ.nia.or.th/zerointerest>
- สุขแก้ว คำสอน และสวณีย์ เสริมสุข. (2560). **“กลยุทธ์การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นแหล่งเรียนรู้ ตำบลพลาชุมพล อำเภอมือง จังหวัดพิษณุโลก.” วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม**, 11 (1),28.
- สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ. (2554). **การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: อินทนิล.
- Jobs DB. (2557). **ธุรกิจกับนวัตกรรม**. สืบค้นจาก <https://th.jobsonline.com/th-th/articles/ธุรกิจกับนวัตกรรม/>
- Pine, B.J. & Gilmore, J.H. (1998). **Welcome to Experience Economy**. Retrieved from <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>.





หลักสูตรการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี  
เลขที่ 1 หมู่ที่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120  
โทร: 032-594028 [www.ms.su.ac.th](http://www.ms.su.ac.th)