รายชื่อวารสารทั้งหมด

พบวารสารทั้งหมด 1037 รายการ

*ท่านสามารถดูรายละเอียดของแต่ละวารสารได้โดยคลิกที่ชื่อของวารสาร

thai tourism

ISSN	E-ISSN	ชื่อไทย	ชื่ออังกฤษ	TCI กลุ่มที่	สาขา	เว็บไซต์	หมายเหตุ
2286-9018	-	วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ	International Thai Tourism Journal	2	Social Sciences	https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt	

รายละเอียดของวารสาร

ชื่อวารสาร : วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

Journal Name : International Thai Tourism Journal

ชื่อบรรณาธิการ : รองศาสตราจารย์ ดร.เกิดชาย ช่วยบำรุง

ชื่อย่อของวารสาร :

Abbreviation Name: JITT

ISSN : 2286-9018

E-ISSN :

ที่อยู่สำหรับการติดต่อ : คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 118 ถนนเสรีไทย คลองจั่น บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

เจ้าของ : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

จำนวนฉบับต่อปี : 2

Email : jitt.nits@gmail.com

Website : https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt

TCI กลุ่มที่ : 2

สาขาหลักของวารสาร : Social Sciences

สาขาย่อยของวารสาร : Business, Management and Accounting

หมายเหตุ :

Total Citations : 80
Total Publications : 262

ข้อมูล Citation และ Publication ของวารสาร

ข้อมูลของวารสาร	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Citation	0	4	9	20	10	11	8	1	0	0
Publication	0	10	12	14	12	13	13	18	10	0
Citation / Publication	0	0.4	0.75	1.43	0.83	0.85	0.62	0.06	0	0

การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น กรณีศึกษา เส้นทางพื้นที่ต้นแบบจังหวัดสุโขทัย

Upgrading the Value Chain of Local Experience Tourism A case study of prototype route of Sukhothai province*

สไบทิพย์ มงคลนิมิตร์ (Sabaithip Mongkolnimitr)*
จิรัชญา โชติโสภานนท์ (Jiratchaya Chotsopanon)**
พณกฤษ อุดมกิตติ (Panakrit Udomkitti)***

Abstract

The research aims to firstly, study on upgrading the value chain of local experience tourism in prototype route of Sukhothai province. Secondly, Providing the guidelines of upgrading the value chain of local experience tourism. Participatory research methods and qualitative research methodology was employed in this research. Prototype route was selected. Purposive Sampling from key actors in the value chain of prototype area were conducted - tourism leaders in the community, local entrepreneurs and the director of the Tourism Authority of Thailand Sukhothai Office. Also, experts – tourism scholars and inbound tour operators were selected. Data collection methods were in-depth interview, non-participative observation and focus groups. Content analysis was applied in the research. The results, customer proposition for prototype route of Sukhothai province is " happiness from ways of life that combines between past and present. Suggestions of upgrading the value chain

* อาจารย์ ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจโรงแรมและที่พัก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Lecturer, Hotel Management Department, Sillpakorn University, Thip8041@gmail.com
** อาจารย์ ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Lecturer, Tourism Management, Silpakorn University, Jiratchaya@ms.su.ac.th
*** อาจารย์ ประจำคณะธุรกิจการบริการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Lecturer, Faculty of Service Industry Management, Ramkhamhaeng University, Panakrit@gmail.com

for local experience tourism are 1) Upgrading the products and services for higher price by creating local experience, responsible tourism.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1. ศึกษาการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของเส้นทางพื้นที่ต้นแบบ จังหวัดสุโขทัย และ 2. เพื่อจัดทำแนวทางการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีการกำหนดพื้นที่ต้นแบบ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้มีบทบาทหลักของห่วงโซ่คุณค่าในเส้นทางท่องเที่ยวพื้นที่ต้นแบบ ได้แก่ ผู้นำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น และผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดสุโขทัย และผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและบริษัทนำเที่ยวจัดนำเที่ยวในประเทศ (Inbound Tour Operator) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการประชุมกลุ่มย่อย ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า คุณค่าของเส้นทางพื้นที่ต้นแบบจังหวัดสุโขทัย ได้แก่ “ความสุขจากวิถีชีวิตที่ผสานระหว่างอดีตและปัจจุบัน” ข้อเสนอแนะต่อการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นเส้นทางพื้นที่ต้นแบบ จังหวัดสุโขทัย ได้แก่ 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อให้สามารถตั้งราคาสูงขึ้น ได้แก่ การสร้างประสบการณ์ท้องถิ่น และการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

Keywords: Tourism Value Chain, Local Experience, Upgrading tourism products, Sukhothai

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักที่สำคัญของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2561 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเยือนประเทศไทยจำนวน 35.4 ล้านคน มากเป็นลำดับที่ 10 ของโลก (UNWTO, 2018) สร้างรายได้กว่า 1.8 พันล้านล้านบาท (Department of Tourism, 2018) อย่างไรก็ตาม พบว่านักท่องเที่ยวกระจุกตัวท่องเที่ยวอยู่เฉพาะในเมืองหลัก (Honeypot Area) ขาดการกระจายรายได้ไปยังเมืองอื่นๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวไปยังประเทศเพื่อนบ้านของประเทศไทยมากขึ้น เช่น เวียดนาม กัมพูชา และเมียนมาร์ (Tourism Authority of Thailand, 2016[a]) ประเทศไทยจึงต้องการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเฉพาะกลุ่มตลาดคุณภาพจากภูมิภาคยุโรป ตะวันออก

กลาง และอเมริกา และเพื่อกระจายการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในเมืองที่มีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวสูง เป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวของประเทศไทย (Wongsaroj, 2018)

ปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นได้รับความนิยมมากขึ้นจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวหลีกหนีจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยวมาก และเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงน้อย (Off the beaten track destinations) และให้ประสบการณ์ท้องถิ่นได้ (Expedia group Media Solutions, 2018; Tourism Authority of Thailand, 2016[b]) ตรงกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ หรือ 'เมืองรอง' เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในเมืองรองให้สามารถตอบโจทย์ในการสร้างประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience) ให้มีความพร้อมในการนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และพัฒนาไปในทิศทางของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน งานวิจัยนี้ จึงมุ่งศึกษาการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว (Tourism Value Chain) ห่วงโซ่คุณค่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ช่วยในการวิเคราะห์กิจกรรมทั้งหมดที่ช่วยเพิ่มมูลค่าตั้งแต่ในขั้นตอนของการออกแบบกิจกรรม กระบวนการผลิต และส่งมอบไปยังนักท่องเที่ยว (Mete & Acuner, 2014; Romero & Tejada, 2011; Sharma & Christie, 2010) การศึกษาของนักวิชาการ (Romero & Tejada, 2011; Zhang et al., 2009) ให้ข้อเสนอแนะว่าห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวมีความซับซ้อนกว่าห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมการผลิต เนื่องจากเป็นสินค้าประสบการณ์ เกิดจากความร่วมมือของธุรกิจจำนวนมาก ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว การขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหาร ธุรกิจค้าปลีก ผู้จัดส่งวัตถุดิบ ตลอดจนตัวแทนจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ฯลฯ จึงทำให้ห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวประกอบไปด้วยห่วงโซ่ย่อยๆ ที่มีความแตกต่างกันเป็นจำนวนมาก ทำให้ห่วงโซ่รวมมีขนาดใหญ่ จึงจำเป็นต้องระบุขอบเขตในการศึกษาเสมอ งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรมการท่องเที่ยว 2) การเดินทาง/ ขนส่ง 3) ที่พัก และ 4) อาหาร ซึ่งเป็นห่วงโซ่หลักในการส่งมอบประสบการณ์ท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว โดยกำหนดเป้าหมายในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ (Product Upgrading) คัดเลือกพื้นที่ต้นแบบในจังหวัดสุโขทัย ซึ่งเป็นหนึ่งในจังหวัดที่ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ใช้เป็นเป็นพื้นที่ในการศึกษา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของเส้นทางพื้นที่ต้นแบบจังหวัดสุโขทัย

2. เพื่อจัดทำแนวทางการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น

ทบทวนวรรณกรรม

1. การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น

Stamboulis & Skayannis (2003) ให้ความหมายของคำว่า ประสบการณ์ท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ความประทับใจ ความทรงจำที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ เหตุการณ์ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว และจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งมีความแตกต่างจากชีวิตประจำวัน ในขณะที่คำว่า ท้องถิ่น หมายถึง ท้องที่ใดท้องที่หนึ่งโดยเฉพาะเจาะจง (Royal Institute Dictionary, 2019) ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์ท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว เกิดขึ้นจากบรรยากาศองค์รวมของสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและชาวบ้านท้องถิ่น

Pine & Gilmore (1999) นำเสนอทฤษฎี The Tourism Experience Realms Theory ว่าสามารถแบ่งประสบการณ์การท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่ม โดยใช้รูปแบบของการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มของประสบการณ์ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

(1) Entertainment หมายถึง กิจกรรมบันเทิง เป็นกิจกรรมที่ใช้การซึมซับ (Absorption) ประสบการณ์ แต่ไม่ต้องออกแรงในการทำกิจกรรมแต่อย่างใด (Passive Participant) เช่น การชมการแสดง การอ่านหนังสือ การฟังเพลง เป็นต้น

(2) Educational หมายถึง การเรียน เป็นกิจกรรมที่อาศัยการมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น (Active Participant) และการซึมซับประสบการณ์ (Absorption) เช่น การเรียนทำอาหาร เป็นต้น

(3) Escaptist หมายถึง การเข้าร่วมกิจกรรมโดยผู้ทำกิจกรรมมีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างกระตือรือร้น (Active Participant) และผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมกิจกรรมแบบรวมเป็นหนึ่งกับประสบการณ์นั้น (Immersion) เช่น การดำน้ำ การร่วมแสดงในการแสดง เป็นต้น

(4) Esthetic หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับการชมความงาม เป็นกิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะร่วมกิจกรรมแบบรวมเป็นหนึ่งกับประสบการณ์นั้น (Immersion) แต่ไม่ต้องออกแรงในการทำกิจกรรมแต่อย่างใด (Passive Participant) เช่น การชมบรรยากาศ การชมนิทรรศการแสดงภาพ เป็นต้น

2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น

Brand Matrix Research (2017) ทำการวิจัยศึกษาแนวโน้มและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กลุ่มตลาด Local Experience โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว 7 กลุ่ม ได้แก่ ประเทศฝรั่งเศส เยอรมนี สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สรุปเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการท่องเที่ยวทั้งจากมุมมองด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุมมองด้านอุปทานการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นให้ความสำคัญกับความแท้ (Authenticity) ของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด

ทุกกลุ่มยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งชุมชนที่เป็นชุมชนเมืองและชนบท โดยให้ความสนใจชุมชนที่นำเสนอ 2 ประเด็น ได้แก่ 1) วัฒนธรรม/ ศิลปะ 2) ธรรมชาติ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความสนใจชุมชนที่นำเสนอ 2 ประเด็น ได้แก่ 1) วัฒนธรรม/ ศิลปะ 2) เรื่องเล่า/ประวัติศาสตร์ กิจกรรมยอดนิยม 4 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะเข้าร่วมเมื่อท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ ได้แก่ การชมวิวทิวทัศน์/ ทัศนียภาพ การถ่ายภาพ การพูดคุยกับคนในชุมชน และการรับประทานอาหารท้องถิ่น กิจกรรมที่ได้รับความนิยมรองลงมา ได้แก่ การเรียนรู้วิถีชีวิตในพื้นที่ และการทำกิจกรรมในชุมชน กิจกรรมยอดนิยมของนักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ การปั่นจักรยาน พายเรือ/นั่งเรือ เรียนชกมวยไทย การเรียนทำอาหาร เดินถ้ำ เดินป่า โดยกิจกรรมการปั่นจักรยานเป็นกิจกรรมยอดนิยมของทุกประเทศ ประเภทที่พักที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกพักมีความแตกต่างกันในแต่ละสัญชาติ ได้แก่ โฮมสเตย์ โฮสเทล เกสต์เฮ้าส์ โรงแรม 3-5 ดาว ความกังวลของนักท่องเที่ยวทุกสัญชาติต่อการนอนค้างคืนในชุมชน 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัย ความสะอาด และเพื่อนร่วมเดินทางไม่อยากค้างคืนในพื้นที่ และมีความกังวลประเด็นอื่นๆ ได้แก่ ห้องน้ำ ความสบายในการนอน และการไม่มีข้อมูลที่พักของพื้นที่ชุมชน

ในการเดินทางมายังชุมชนท้องถิ่น นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ประสบการณ์ท้องถิ่น นักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ตัวอย่างจากการสำรวจข้อมูลผู้ใช้งานของ Booking.com (2018) เสนอเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวประจำปี ค.ศ.2019 ว่า นักท่องเที่ยวกว่า 58% ทั่วโลกเลือกไปยังสถานที่ที่เชื่อว่าตนสามารถสร้างผลกระทบที่ดีต่อคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y และ Generation Z หลีกเลี่ยงการเพิ่มขยะพลาสติกสู่สิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวกว่า 86% มีความเต็มใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อชดเชยผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวของตนเอง นอกจากนี้ จากการศึกษาของ ABTA (2018) พบว่า แม้จะเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ การช่วยให้ชาวบ้านท้องถิ่นมีรายได้มากขึ้น การทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น การมีสิทธิมนุษยชนและสวัสดิการในการทำงานของคนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน และการให้ความสำคัญต่อสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรกว่า 70% ให้ความสำคัญอย่างมากต่อการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

3. ห่วงโซ่คุณค่า

Porter (2004) พัฒนาแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าจากภาคอุตสาหกรรม เสนอว่า ห่วงโซ่คุณค่า คือ กลุ่มของกิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรดำเนินการเพื่อให้สามารถสร้างสินค้าบริการที่มีคุณค่าอย่างแท้จริงในสายตาของลูกค้าได้ การจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) จึงเป็นการจัดการกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร โดยมีเป้าหมายในการสร้างคุณค่าของสินค้า/บริการ ที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง ทำให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นในสายตาลูกค้า การจัดการกิจกรรมต่างๆ ให้ความสำคัญกับการลดทรัพยากร/ กระบวนการ/ การจัดการ ที่ไม่สร้างคุณค่าต่อลูกค้า และเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการให้สูงกว่าค่าใช้จ่ายการผลิตมากที่สุด Porter แบ่งกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กิจกรรมหลัก (primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (support

activities) ดังนี้

กิจกรรมหลัก (primary activities) หมายถึง กิจกรรมที่ทำให้ธุรกิจมีรายได้ กระทบต่อความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งโดยตรง ประกอบด้วย

(1) การนำส่งปัจจัยนำเข้า (inbound logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดส่งทรัพยากร/วัตถุดิบ ไปยังกระบวนการผลิต

(2) การผลิต (operations) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรสภาพทรัพยากร/วัตถุดิบ ให้เป็นผลลัพธ์ที่ลูกค้าต้องการ

(3) การกระจายผลลัพธ์ไปยังลูกค้า (outbound logistics) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลลัพธ์จากกระบวนการผลิตส่งไปยังลูกค้า

(4) การตลาดและการขาย (marketing and sales) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาตลาดเป้าหมาย การกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ การขาย กิจกรรมสนับสนุนการขาย และการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

(5) การบริการ (service) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าเพื่อยกระดับ และ/หรือรักษาคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ให้เหนือกว่าคู่แข่ง เช่น ความสะดวกสบาย การรับประกันความเสี่ยง เป็นต้น

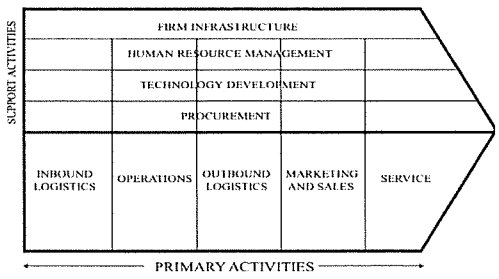
กิจกรรมสนับสนุน (support activities) หมายถึง กิจกรรมที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมหลักให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

(1) การจัดหา/จัดซื้อ (procurement) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา จัดซื้อ ทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นในการดำเนินงานทั้งหมด

(2) การพัฒนาเทคโนโลยี (technology development) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา และเลือกใช้เทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาสินค้า/บริการ และการดำเนินงานในองค์กร

(3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (human resource management) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกำลังคน การสรรหา การคัดเลือก และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร

(4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (firm infrastructure) หมายถึง การบริการงานในองค์กร การจัดการที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและการเงิน การจัดการคุณภาพ ระบบข้อมูลสารสนเทศ กฎหมายและรัฐบาล



ภาพที่ 1: Value Chain Analysis Framework ของ Michael E. Porter

ที่มา: Porter (2004)

Porter (2004) เสนอว่า การพิจารณากิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าในทุกขั้นของกิจกรรมจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสในการแข่งขันและพบโอกาสใหม่ในการดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาตามกระบวนการดังต่อไปนี้

1. การกำหนดเป้าหมายในการจัดการห่วงโซ่คุณค่า หรือ กำหนดผลลัพธ์ปลายทางที่ต้องการในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า

2. พิจารณาคัดเลือกและกำหนดกิจกรรมหลัก (Primary Activities) ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

3. กำหนดกลยุทธ์เพื่อทำให้กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) สามารถสร้างคุณค่าในสายตาลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ สามารถกำหนด กลยุทธ์ได้ 3 ลักษณะ ได้แก่ การสร้างความได้เปรียบโดยการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) การสร้างความได้เปรียบในด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า (Cost Leadership) และ การสร้างความได้เปรียบโดยการเลือกแบบเจาะจงในตลาด (Focus)

4. ห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว

Ashley & Mitchell (2008) ให้ข้อเสนอกลยุทธ์ที่ใช้ในการแทรกแซงเพื่อการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่

(1) การพัฒนา/ ปรับปรุงกิจกรรมและความสัมพันธ์ในห่วงโซ่ด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้สามารถเปลี่ยนตลาดนำไปสู่ผลตอบแทนที่สูงกว่า

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อให้สามารถตั้งราคาสูงขึ้น เช่น การเพิ่มมูลค่า การทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การออกเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ อาจต้องอาศัยความร่วมมือ การสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภาคส่วนต่างๆ จากในและนอกชุมชน และ/หรือ รัฐบาลสนับสนุนโดยการออกนโยบายหรือกฎหมาย
- ความร่วมมือในแนวนอน (Horizontal Coordination) หมายถึง ความร่วมมือของบุคคล/องค์กรในระดับเดียวกันในห่วงโซ่คุณค่าเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและมีอำนาจต่อรองมากยิ่งขึ้น เช่น ความร่วมมือหรือการรวมกลุ่ม เช่น กลุ่มวิสาหกิจชาวบ้าน ที่ช่วยให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) ในการผลิต
- ความร่วมมือในแนวดิ่ง (Vertical Coordination) ได้แก่ การทำสัญญาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เช่น การทำสัญญาระหว่างเกษตรกรในการส่งวัตถุดิบให้กับโรงแรม

(2) การสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่เข้ามาในห่วงโซ่คุณค่า โดยเฉพาะการสนับสนุนเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงให้ชาวบ้านท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมมากขึ้น และลดข้อจำกัดต่างๆ ที่จำเป็นเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมมากขึ้น

United Nations Economic Commission for Africa (UNECA, 2014) ศึกษาการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการแก้ไขปัญหาความยากจน (Pro-poor Tourism) เสนอว่า การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าสามารถใช้การแทรกแซงที่จำเป็น (Prerequisite Interventions) 3 ประการ ได้แก่

(1) การปรับปรุงจุดอ่อนในห่วงโซ่คุณค่า เช่น การเพิ่มความสามารถของผู้จัดส่งวัตถุดิบ

(2) การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือและเชื่อมโยงการทำงานระหว่างองค์กรในห่วงโซ่คุณค่าให้ขึ้น เช่น การแบ่งปันทรัพยากรและองค์ความรู้ระหว่างบริษัทท้องถิ่น ตัวแทนจำหน่าย ผู้จัดส่งวัตถุดิบ และผู้นำในตลาด

(3) สร้างการเชื่อมโยงใหม่ๆ ในห่วงโซ่คุณค่า โดยมุ่งให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้มาใหม่ หรือ ห่วงโซ่คุณค่าในภาพรวม เช่น การเพิ่มความเชื่อมโยงไปยังบริษัทท้องถิ่น หรือบริษัทใหม่ๆ กับตลาด

Netherlands Development Organization (2010) ให้แนวทางในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว 5 ประการ ดังต่อไปนี้

(1) คัดเลือกห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Selection) ในแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและห่วงโซ่คุณค่าย่อยจำนวนมาก จึงจำเป็นเลือกห่วงโซ่คุณค่าย่อยที่ส่งผลกระทบด้านบวกมากที่สุดต่อประชากรที่ต้องการศึกษา (Populations) เช่น การกำหนดให้ประชากรที่ต้องการศึกษาเป็นกลุ่มชาวบ้านท้องถิ่นที่มีรายได้น้อย ควรเลือกห่วงโซ่คุณค่าย่อยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกลุ่มชาวบ้านท้องถิ่นที่มีรายได้น้อย

(2) วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) โดยระบุผู้มีบทบาทหลัก (Key Actors) ในห่วงโซ่คุณค่า ระบุความสัมพันธ์ของผู้มีบทบาทหลักในห่วงโซ่คุณค่า (Relationships) ผู้ใช้งานคนสุดท้าย (The End Users) เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยว และระบุข้อจำกัดหลักของห่วงโซ่คุณค่า (Major Constraints)

(3) ระบุทางเลือกในการแก้ไขปัญหา (Identification of Solutions) ค้นหาและระบุวิธีการต่างๆ ที่จะทำให้เกิดผลกระทบด้านบวกต่อประชากรที่ต้องการศึกษา (Populations) และภาพรวมของห่วงโซ่คุณค่า

(4) ประเมินทางเลือกในการแก้ไขปัญหา (Assessment of Solutions) ได้แก่ การตั้งเกณฑ์ในการประเมินทางเลือก และให้ความสำคัญกับการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อผู้ที่ได้รับประโยชน์และผู้ที่ให้ความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาหากดำเนินการตามทางเลือกต่างๆ

(5) ระบุวิธีการที่จะนำไปปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหา (Identification of interventions) เลือกทางเลือกเพื่อใช้แก้ไขปัญหา และออกแบบรายละเอียดของวิธีการที่จะนำไปใช้แก้ไขปัญหา

5. ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสุโขทัย

จังหวัดสุโขทัย ตั้งอยู่ภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานคร เมืองหลวงของประเทศไทยประมาณ 440 กิโลเมตร พื้นที่ของจังหวัดสุโขทัยส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม คำว่า สุโขทัย มาจากคำว่า "สุข" และ "อุทัย" หมายถึง รุ่งอรุณแห่งความสุข ในจังหวัดสุโขทัยมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการจดทะเบียนมรดกทางวัฒนธรรมโดย UNESCO 1 แห่ง ภายใต้ชื่อเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร โดยมีอุทยาน

ประวัติศาสตร์สุโขทัยและอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัยที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของจังหวัดสุโขทัย (Division of Information and Communication, Sukhothai Provincial Bureau, 2018)

ข้อมูลสถิติจาก Ministry of Tourism and Sports (2018) พบว่า ในปี พ.ศ.2560 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย จำนวน 376,377 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ค้างคืน จำนวน 198,477 คน (52.73%) ใช้จ่ายเฉลี่ย 1,952.87 บาท ต่อวันต่อคน พักค้างคืนเฉลี่ย 2.24 วัน และนักท่องเที่ยวทัศนาจร (นักท่องเที่ยวไม่พักค้างคืน) จำนวน 177,900 คน (47.27%) ใช้จ่ายเฉลี่ย 1,155.82 บาท ต่อวันต่อคน สัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยในปี พ.ศ.2560 มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ฝรั่งเศส จำนวน 42,846 คน (11.38%) 2) เยอรมัน จำนวน 31,450 คน (8.36%) 3) สเปน 18,995 คน (5.05%) 4) อิตาลี 15,621 คน (4.15%) 5) จีน 13,330 คน (3.54%)

สุโขทัยเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีความโดดเด่นด้านมรดกวัฒนธรรม ได้แก่ 1) แหล่งประวัติศาสตร์/โบราณคดี เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย 2) ด้านศิลปหัตถกรรม เช่น เครื่องถ้วยชามสังคโลก กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านทุ่งหลวง อำเภอคีรีมาศ การทำเครื่องเงิน เครื่องประดับ อำเภอศรีสัชนาลัย 3) แหล่งท่องเที่ยวชุมชน เช่น ชุมชนบ้านไม้โบราณ อำเภอคีรีมาศ ชุมชนบ้านนาต้นจั่น อำเภอศรีสัชนาลัย ชุมชนกงไกรลาศ 4) งานประเพณี เช่น ประเพณีลอยกระทง หรือ งานเผาเทียน เล่นไฟ บริเวณอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นอกจากนี้ สุโขทัยยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ เส้นทางเดินป่า เขาหลวง อุทยานแห่งชาติรามคำแหง และ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าถ้ำเจ้าราม (Division of Information and Communication, Sukhothai Provincial Bureau, 2018)

ด้านการขนส่ง จากกรุงเทพฯ ไปจังหวัดสุโขทัย สามารถเดินทางโดยรถยนต์ ระยะทาง 427 กิโลเมตร การเดินทางโดยรถไฟ สามารถลงได้ 2 สถานี ใน 2 อำเภอ ได้แก่ สถานีรถไฟสวรรคโลก และสถานีรถไฟศรีนคร ใช้เวลาเดินทาง 6 - 7 ชั่วโมง ตามประเภทของขบวนรถไฟ จังหวัดสุโขทัยมีสนามบิน 1 แห่ง ได้แก่ สนามบินอำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย และมีสนามบินในจังหวัดใกล้เคียง 1 แห่ง ตั้งอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก มีระยะทางห่างจากจังหวัดสุโขทัย 60 กิโลเมตร มีสายการบิน 1 แห่งให้บริการบินตรงจากสนามบินดอนเมือง-สนามบินสุโขทัย วันละ 1 เที่ยวบิน ให้บริการทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง (Division of Strategy and data for Sukhothai Development, 2018; Department of Airports, 2017)

ด้านที่พัก ข้อมูลจาก TAT Intelligence Center (2018) จังหวัดสุโขทัยมีที่พักประเภทรีสอร์ทมากที่สุดจำนวน 55 แห่ง (44.72%) รองลงมาเป็นเกสต์เฮ้าส์ 34 แห่ง (27.64%) โรงแรม 29 แห่ง (23.58%) โฮมสเตย์/เรือนพักแรม 2 แห่ง (1.63%) บ้านพักอุทยาน/ ที่พักของหน่วยราชการ 2 แห่ง (1.63%) เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ 1 แห่ง (0.81%) รวมเป็นห้องพักทั้งหมด 2,582 ห้องพัก ผลการวิจัยของ Putjorn (2017) พบว่า จังหวัดสุโขทัยมีความพร้อมและมีจำนวนที่พักเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งเป็นพื้นที่ 2 จุดใหญ่ๆ ที่มีตัวเลือกที่พักที่หลากหลาย และเหมาะสมในการคัดเลือกเป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น ได้แก่ อำเภอเมือง และพื้นที่เมืองเก่า จังหวัดสุโขทัย บริเวณอำเภอเมืองจะมีข้อดีที่สามารถนำเสนอกิจกรรมเดินตลาดโต้รุ่งในเวลากลางคืน

ด้านอาหาร ตัวอย่างเมนูอาหารท้องถิ่นของจังหวัด ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยวสุโขทัย ก๋วยเตี๋ยวพระร่วง หรือข้าวเปิ๊ป สินค้าของที่ระลึกที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ได้แก่ เครื่องสังคโลก เครื่องปั้นดินเผาทุ่งหลวง งานฝีมือทองโบราณ เงินโบราณ อำเภอศรีสัชนาลัย ผ้าหาดเสี้ยวอำเภอศรีสัชนาลัย ผลิตภัณฑ์หินอ่อน อาหารและขนมที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสุโขทัย ได้แก่ ขนมเทียนสะบัดงาสมุนไพร กล้วยอบเนย ขนมผิง ถั่วทอด และขนมที่มีชื่อเสียงของบ้านกง อำเภอกงไกรลาศ ได้แก่ ทองม้วน ทองพับ ทองตัน เป็นต้น (Tourism Authority of Thailand, Sukhothai Office, 2010)

นอกจากนี้ ด้านธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ในปี พ.ศ.2561 มีบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยจำนวน 9 แห่ง แบ่งเป็นบริษัทนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ 4 แห่ง บริษัทนำเที่ยวแบบ Domestic Tourism 2 แห่ง และบริษัทนำเที่ยวแบบ Inbound Tourism 3 แห่ง (TAT Intelligence Center, 2018)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Ndivo & Cantoni (2015) รายงานผลการศึกษาเรื่อง การเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจของชุมชนผ่านการท่องเที่ยว: แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน (Pro-poor Tourism) เพื่อนำเสนอการยกระดับการมีส่วนร่วมและการกระจายรายได้ของชุมชนจากการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว ต้องให้ความสำคัญต่อการเลือกจุดเชื่อมโยง (Nodes) ที่ชุมชนจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ทั้งก่อนเดินทาง ระหว่างเดินทาง และหลังการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว กลยุทธ์ในการแทรกแซงห่วงโซ่คุณค่าสามารถทำโดยเพิ่มประโยชน์ที่ได้รับ (Benefits) ให้ผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่าในปัจจุบัน และการเพิ่มพื้นที่เปิดโอกาสให้ผู้ที่ยังไม่เคยเข้ามามีส่วนร่วมในห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม กลยุทธ์แบ่งออกเป็น 1) กลยุทธ์การยกระดับ เช่น ความร่วมมือในแนวราบ ความร่วมมือในแนวดิ่ง การยกระดับกระบวนการ การยกระดับผลิตภัณฑ์ การยกระดับตลาด 2) การสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นเดิม 3) การสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นรายใหม่

Sharma & Christie (2010) รายงานผลการศึกษาเรื่องการประเมินประสิทธิภาพโดยใช้การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าในประเทศโมซัมบิก พบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้การสร้างคุณค่าในห่วงโซ่คุณค่าอุตสาหกรรมการบริการเป็นไปได้ยาก ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการดำเนินงาน ได้แก่ การขาดพนักงานที่มีทักษะในการทำงานและทักษะด้านการจัดการ 2) ปัจจัยด้านตลาด ได้แก่ ภาษีธุรกิจสูง อากรในการนำสินค้าเข้าสูง ค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของรัฐบาลมีค่าใช้จ่ายที่สูง เช่น การขอใบอนุญาต

Piboonrungroj et al. (2015) รายงานผลการศึกษาเรื่อง การพัฒนาความร่วมมือของผู้ประกอบการภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาเส้นทาง R3E ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ได้แก่ การสร้างความเชื่อใจ ความมุ่งมั่นร่วมมือในระยะยาวผ่านการแบ่งปันข้อมูล การลงทุนร่วมกัน และมีกิจกรรมและทีมทำงานร่วมกัน เพื่อลดต้นทุนในการติดต่อที่เกิดจากความยุ่งยากซับซ้อนในการติดต่อประสานงาน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ คัดเลือกพื้นที่ต้นแบบจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และมุ่งศึกษาการยกระดับห่วงโซ่คุณค่า 4 ด้าน ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรมการท่องเที่ยว 2) การเดินทาง/ ขนส่ง 3) ที่พัก และ 4) อาหาร และกำหนดเป้าหมายในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่า ได้แก่ การยกระดับผลิตภัณฑ์ (Product Upgrading) การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของพื้นที่ต้นแบบให้มีความพร้อมในการนำเสนอขายนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

มีการเก็บข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงจากผู้มีบทบาทหลักของห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวในพื้นที่ต้นแบบจังหวัดสุโขทัย และบริษัทนำเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นและนำเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การวิจัยกำหนดกลุ่มประชากรและขนาดตัวอย่าง ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 19 คน จากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ได้แก่

1.1 ผู้ร่วมวิจัย สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 4 คน ได้แก่

1.1.1 ตัวแทนผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก ทำงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเน้นให้บริการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น 1 คน มีประสบการณ์การทำงานไม่ต่ำกว่า 3 ปี จำนวน 1 คน

1.1.2 คณะผู้วิจัย อาจารย์ด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรมในระดับอุดมศึกษา จำนวน 3 คน

1.2 ผู้ให้ข้อมูล สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 10 คน

1.2.1 ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดสุโขทัย จำนวน 1 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย และผู้ประกอบการท้องถิ่นที่ในปัจจุบันมีความพร้อมในการส่งเสริมเป็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น

1.2.2 ผู้นำที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น นักสื่อความหมายกิจกรรมการท่องเที่ยวของพื้นที่ต้นแบบ และมัคคุเทศก์ เป็นผู้ให้ข้อมูลศักยภาพและความพร้อมของชุมชนแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยวของพื้นที่ต้นแบบ จำนวน 9 คน ได้แก่ 1) ชุมชนวังวน 2) บ้านพระพิมพ์ลักษมณศิลป์ 3) โรงนาบ้านไร่ 4) Sukhothai Bicycle tour และ 5) อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย 6) กิจกรรมเครื่องประดับนาฏศิลป์ไทย 7) กิจกรรมจักสานไม้ไผ่

1.3 ผู้เชี่ยวชาญประเมินเส้นทางท่องเที่ยวชุดทดสอบ (Familiarization Trip) เป็นผู้ประเมินผลการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นและให้ข้อเสนอแนะต่อแนวทางการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวพื้นที่ต้นแบบ สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 5 คน จาก

1) ตัวแทนจากบริษัทนำเที่ยวที่เป็นสมาชิกของสมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Thai Responsible Tourism Association: TRTA) และ บริษัทนำเที่ยวที่เป็นสมาชิกของสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (Thai Ecotourism and Adventure Travel Association: TEATA) ที่มีประสบการณ์ในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก หรือทำงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเน้นให้บริการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น จำนวน 3 คน

2) อาจารย์สอนด้านการท่องเที่ยวระดับอุดมศึกษา จำนวน 2 คน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยสามารถแบ่งออกเป็นข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ ดังนี้

ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลความพร้อมและข้อจำกัดของอุปทานการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นชาวต่างประเทศ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว

ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่ต้นแบบเพื่อการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น และแนวทางการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการประชุมกลุ่มย่อย

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก

การสัมภาษณ์ผู้มีบทบาทหลักในห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวพื้นที่ต้นแบบ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวเพื่อให้ได้ข้อมูลโดยละเอียดเกี่ยวกับสภาพ ศักยภาพ ปัญหาของชุมชน/ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นในปัจจุบันของพื้นที่ต้นแบบ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จำนวน 2 ชุด ได้แก่

2.1.1 คำถามสัมภาษณ์ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดสุโขทัย

(1) เมื่อกล่าวถึงประสบการณ์ท้องถิ่นในจังหวัดสุโขทัย ท่านนึกถึง แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมท่องเที่ยว/ประเด็นใดบ้าง ที่มีความน่าสนใจ ในการเสนอขายนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

(2) มีบริษัทหรือผู้ประกอบการท้องถิ่นใดบ้างที่ทำการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น

(3) ศักยภาพของผู้ประกอบการท้องถิ่นในการเชื่อมโยงกับตลาดต่างประเทศเป็นอย่างไร

คำถามสัมภาษณ์นำไปทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน

2.1.2 คำถามสัมภาษณ์ผู้นำที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่นของพื้นที่ต้นแบบ ตัวแทนของแหล่งท่องเที่ยว คำถามสัมภาษณ์ ได้แก่

(1) โปรดเล่าถึงกิจกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่ม/ ธุรกิจ/ แหล่งท่องเที่ยว ของท่านในปัจจุบัน

(2) หากนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ท่านคิดว่า ชุมชน/กลุ่ม/ ธุรกิจ ของท่านในปัจจุบัน มีความพร้อมมากน้อยเพียงใด อย่างไรบ้าง

คำถามสัมภาษณ์นำไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากร จำนวน 3 ราย เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความชัดเจนของคำถาม จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมทั้งด้านการใช้ภาษา ความถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูลจริงใช้แบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์ บันทึกประเด็นต่างๆ ด้วยเครื่องบันทึกเสียง และสมุดบันทึก

2.2 การประชุมกลุ่มย่อย

ใช้การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นต่อประเด็นให้มีความกว้างและละเอียดลึกซึ้ง บันทึกประเด็นต่างๆ ด้วยเครื่องบันทึกเสียง สมุดบันทึก และแผนที่ความคิด จากนั้น นักวิจัยสังเคราะห์ผลจากการประชุมกลุ่มย่อย ใช้การประชุมกลุ่มย่อยจำนวน 2 ครั้ง ดังนี้

2.2.1 การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 1 วัตถุประสงค์เพื่อระดมสมองและอภิปรายในประเด็น คำถามดังต่อไปนี้ 1) การประเมินศักยภาพการสร้างประสบการณ์ท้องถิ่นและคัดเลือกพื้นที่ต้นแบบ 2) การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว และกำหนดคุณค่าที่เส้นทางพื้นที่ต้นแบบมอบแก่นักท่องเที่ยว 3) การคัดเลือกประเด็นในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของพื้นที่ต้นแบบที่เหมาะสมต่อการดำเนินงานภายใต้กรอบระยะเวลางานวิจัย และ 4) การออกแบบวิธีการในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่า การประชุมกลุ่มย่อยจัดขึ้นวันที่ 22 เมษายน 2561 หลังการลงพื้นที่ภาคสนาม ผู้เข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อย ได้แก่ ผู้ร่วมวิจัย จำนวน 4 คน ได้แก่ นักวิจัย 3 คน และผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว 1 คน

2.2.2 การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 2 วัตถุประสงค์เพื่อระดมสมองและอภิปรายในประเด็นคำถามดังต่อไปนี้ 1) การประเมินผลการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น 2) ข้อเสนอแนะต่อแนวทางการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวพื้นที่ต้นแบบ การประชุมกลุ่มย่อยจัดขึ้นวันที่ 13 สิงหาคม 2561 ณ จังหวัดสุโขทัย จัดขึ้นหลังการท่องเที่ยวชุดทดสอบ (Familiarization Trip) ผู้เข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อยได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน

การจัดประชุมกลุ่มย่อยทั้ง 2 ครั้ง นักวิจัยเป็นผู้ดำเนินการสนทนา โดยมีผู้ช่วยนักวิจัย 1 คน และผู้จดบันทึกการประชุม 1 คน มีการบันทึกประเด็นต่างๆ ด้วยเครื่องบันทึกเสียง สมุดบันทึก และแผนที่ความคิด

3. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

นักวิจัยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เปิดเผยตนเองในฐานะนักวิจัย เพื่อรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อย ดังนี้

3.1 ระหว่างการลงพื้นที่ภาคสนามโดยนักวิจัยและผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว ใช้การสังเกตทรัพยากรการท่องเที่ยวและสภาพความพร้อมในปัจจุบันของห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของพื้นที่ต้นแบบ บันทึกประเด็นต่างๆ ด้วยสมุดบันทึก

3.2 ระหว่างการท่องเที่ยวชุดทดสอบ (Familiarization Trip) สังเกตพฤติกรรมการท่องเที่ยว ฟังและซักถามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยวชุดทดสอบ บันทึกประเด็นต่างๆ ด้วยสมุดบันทึก

4. การตรวจสอบข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปรผล

การตรวจสอบสามเส้าวิธีรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการในการเก็บข้อมูลหลายวิธี ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการรวบรวมข้อมูล จากนั้นเข้าสู่กระบวนการการให้รหัส (Coding) จัดหมู่ข้อมูล (Category) และทำดัชนีข้อมูล วิเคราะห์หาความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ได้เป็นแบบแผนนำไปสู่ข้อสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการศึกษา

1. ศึกษาการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของเส้นทางพื้นที่ต้นแบบ

จากการวิเคราะห์ผลของ 1) การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 1 ระหว่างนักวิจัยและบริษัททัวร์ภายหลังการลงพื้นที่ภาคสนาม ในวันที่ 22 เมษายน 2561 และ 2) การประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญประเมินห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นหลังการเข้าร่วมการท่องเที่ยวชุดทดสอบ (Familiarization Trip) เส้นทางการท่องเที่ยวที่ผ่านการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น ในวันที่ 13 สิงหาคม 2561 ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1.1 การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าด้านแหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรมการท่องเที่ยว

1.1.1 คัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความดั้งเดิมแท้ (Authenticity) จากการประชุมกลุ่มย่อยระหว่าง ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวและนักวิจัย 3 ท่าน ภายหลังการลงพื้นที่ภาคสนาม ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวและนักวิจัยจำนวน 1 ท่าน มีความคิดเห็นตรงกันว่า การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าด้านแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์ความดั้งเดิมแท้ (Authenticity) แก่นักท่องเที่ยวได้ ผลการประชุมกลุ่มย่อย จึงตัดสถานที่ท่องเที่ยวออกจากเส้นทาง 1 แห่ง ได้แก่ โครงการเกษตรอินทรีย์ สนามบินสุโขทัย ที่ขาดความดั้งเดิมแท้ เนื่องจากมีลักษณะเป็นสิ่งที่ปลูกสร้างขึ้นใหม่เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยว แม้ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลและให้ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตเกษตรกรไทย แต่ไม่ใช่สถานที่ที่ชาวบ้านท้องถิ่นอาศัยและประกอบอาชีพเกษตรกรในปัจจุบัน

1.1.2 คัดเลือกกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จากการประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 1 ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวให้ความคิดเห็นว่า ควรเพิ่มกิจกรรมปั่นจักรยานให้เป็นหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวพื้นที่ต้นแบบ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปนิยมการเข้าร่วมกิจกรรมนี้อย่างมาก

"กิจกรรมปั่นจักรยาน โดยเฉพาะตลาดยุโรปปั่นจักรยานเป็นปกติมาก อย่างวันที่เราไปปั่นเราก็จะเห็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศด้วย แล้วก็ได้ลงมือทำ ระยะเวลาส่วนใหญ่ของชาวต่างชาติจะอยู่ที่การปั่นครึ่งวัน แต่ถ้าเป็นแบบ Active มากจริงๆ จะมีการปั่นจักรยาน มีเดิน Trekking มีพายคายัค" (ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว 1)

จากการลงพื้นที่ภาคสนาม นักวิจัยและผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวประเมินว่า จังหวัดสุโขทัยมีบริษัททัวร์จักรยานท้องถิ่นที่มีความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ให้บริการจักรยาน อุปกรณ์ และมีการจัดการนำเที่ยวที่ดี มีมัคคุเทศก์ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้บริการอย่างต่อเนื่อง จึงคัดเลือกกิจกรรมปั่นจักรยานเป็นอีกกิจกรรมในเส้นทางท่องเที่ยวพื้นที่ต้นแบบ

จากการประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 2 ภายหลังการท่องเที่ยวชุดทดสอบ ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านให้ความคิดเห็นตรงกันว่า การปั่นจักรยาน เป็น 1 ใน 2 กิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ท้องถิ่นที่ดีที่สุดของเส้นทางท่องเที่ยวพื้นที่ต้นแบบ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้สัมผัสบรรยากาศธรรมชาติของท้องถิ่น ดังที่ผู้เชี่ยวชาญท่านหนึ่งให้ความเห็นว่า

"ชอบตรงที่ปั่นผ่านทุ่งนา สีเขียวๆเหลืองๆ สายลม แสงแดด ไม่รู้สึกลำบากเลย" (ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว 3)

1.1.3 ให้ความสำคัญต่อความปลอดภัย ตัวอย่างจากกิจกรรมปั่นจักรยาน มีการจัดการด้านความปลอดภัยที่ดี ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านให้ความคิดเห็นตรงกันว่า กิจกรรมการปั่นจักรยานมีการจัดการด้านความปลอดภัยที่ดี จากการสังเกตของนักวิจัยระหว่างการท่องเที่ยวชุดทดสอบ พบว่า มัคคุเทศก์ให้ข้อมูลสำคัญก่อนการทำกิจกรรม ได้แก่ การปรับเบาะจักรยานให้เหมาะสมกับสรีระของผู้ปั่น การให้สัญญาณมือ ในระหว่างการปั่นจักรยาน มัคคุเทศก์ปั่นจักรยานหน้าขบวน ทีมงาน 1 คน ขับรถกระบะท้ายขบวน บรรทุกอะไหล่จักรยาน เมื่อปั่นจักรยานข้ามถนน ทุกครั้งจะมีทีมงาน 1 คน ถือธงเพื่อขอทางให้ขบวนจักรยานระหว่างข้ามถนน ท้ายจักรยานของมัคคุเทศก์ที่นำการปั่นจักรยาน มีอุปกรณ์กล่องปฐมพยาบาล การปั่นจักรยานจะหยุดพักเป็นระยะโดยคำนึงถึงจุดจอดที่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์จะเล่าเรื่องสื่อความหมายเฉพาะตอนที่นักท่องเที่ยวที่คนมาถึงจุดจอดพักเท่านั้น

1.1.4 เล่าเรื่องสื่อความหมายของกิจกรรมและสถานที่ ให้มีความลึกซึ้ง จากการประชุมกลุ่มย่อยภายหลังการท่องเที่ยวชุดทดสอบ ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่า ต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเล่าเรื่องสื่อความหมายของมัคคุเทศก์และผู้นำกิจกรรม ตัวอย่างแรกจากกิจกรรมพระพิมพ์บ้านพระพิมพ์ลักษมณศิลป์ เป็น 1 ใน 2 กิจกรรมที่ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านให้ความเห็นว่า เป็นกิจกรรมที่สามารถแสดงถึงประสบการณ์ท้องถิ่นในระดับมาก สอนนักท่องเที่ยวเรียนรู้ตั้งแต่การเตรียมดิน ทำแบบพิมพ์ กดแบบพิมพ์ และการเผาพระพิมพ์ ใช้กิจกรรมเป็นสื่อกลางในการเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ของจังหวัดสุโขทัยตั้งแต่สมัยพุทธกาล ความเชื่อของคนท้องถิ่นต่อพระพิมพ์ วิถีชีวิตที่เชื่อมโยงกับพระพุทธศาสนา พุทธศิลป์พระพุทธรูปของสุโขทัยในยุคสมัยต่างๆ

นอกจากนี้ ยังพบข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการเล่าเรื่องสื่อความหมาย ในกิจกรรมทำว่าวโรงนาบ้านไร่ โดยให้ความเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่ดี แต่ควรพัฒนาการสื่อความหมายให้เชื่อมโยงความเป็นมาในอดีต การเล่าถึงวิถีชีวิตที่ทำให้เห็นภาพชาวบ้านทำกิจกรรมนั้นอยู่ตามได้จะทำให้การรับรู้ประสบการณ์สูงขึ้น ดังนี้

"กิจกรรมสอนการทำว่าว ควรเล่าว่าคนสุโขทัยจะวิ่งว่าวกันตอนไหน การทำว่าวที่สมดุลเกิดขึ้นได้จริงทำยังไง แล้วทำไมถึงเรียกอีลุ้ม เค้าให้ดูลานมั้ย ที่พอถูกลากมันจะสั่นตอนโดนลม แล้วมันจะดัง" (ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว 2)

1.1.5 เปลี่ยนการจัดวาง/ กิจกรรมสาธิต เป็นกิจกรรมที่ได้สัมผัสและลงมือปฏิบัติ ผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน ให้ความคิดเห็นว่าควรลดการจัดวาง ลดกิจกรรมสาธิต และเปลี่ยนเป็นการใช้ประโยชน์จากจุดเด่นของสถานที่ในการเล่าเรื่องสื่อความหมาย เช่น กรณีของวิถีเกษตรและนาข้าวในโรงนาบ้านไร่

"นักท่องเที่ยวไม่ได้สัมผัสความเป็นฟาร์มจริงๆ วิถีเกษตร บางคนไม่รู้จักต้นข้าว ไม่เคยเห็นต้นข้าว ให้ได้ดูรวงข้าว ด้านหลังของสถานที่มีความเป็นฟาร์มสมชื่อแต่ไม่ได้มีการนำเสนอหรือชูจุดนี้มากพอไม่อย่างนั้นต่อไปมันจะเป็นแค่ Mass Tour ถ้าเอาท้องถิ่นจริงๆ มันสัมผัสได้ แต่ยังไม่ได้แตะท้องถิ่นเท่าไหร่ เพราะมันเป็นแบบจัดวางมาก" (ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว 4)

1.1.6 การจัดหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) ผู้เชี่ยวชาญให้ความคิดเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรมการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกหลักฐานทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวจะสัมผัสได้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ เช่น การแต่งกายชุดพื้นบ้าน การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์พื้นบ้าน และการจัดวางวัสดุ อุปกรณ์ในตัวอาคาร เพื่อสร้างบรรยากาศของความเป็นท้องถิ่น

1.1.7 ออกแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรม หลังการท่องเที่ยว ชุดทดสอบผู้เชี่ยวชาญหลายท่านให้ความคิดเห็นตรงกันว่า ควรออกแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับเวลาในการทำกิจกรรม ดังข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญท่านหนึ่งกล่าวว่า

"กิจกรรมทำขนมบ้าบิ่น ทำสาคู และทำบายศรี จริงๆ เลือกเอาอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ เริ่มตั้งแต่การทำสาคูว่า นวดอย่างไร ทำอย่างไร แล้วก็จบ เป็นกิจกรรมเดียวไม่ต้องวิ่ง อันนั้นก็ไม่เสร็จ อันนี้ก็ไม่เสร็จ ความน่ารักของเขาเราก็เลยต้องอยู่ให้มันเสร็จ ต้องดูว่าอะไรใช้เวลาเท่าไหร่ด้วย" (ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว 2)

1.1.8 การออกแบบกิจกรรมและการสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางศาสนาด้วยความระมัดระวัง ผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน นับถือศาสนาคริสต์ ให้ความคิดเห็นต่อกิจกรรมพิมพ์พระ ดังนี้

"ที่ประทับใจมากเป็นพิเศษคือ พอเราแจ้งผู้นำกิจกรรมว่า เรานับถือศาสนาคริสต์ คงไม่สะดวกที่จะทำกิจกรรม เขาก็ไปค้นอุปกรณ์มาให้ หยิบแป้นพิมพ์อื่นที่ไม่ใช่รูปพระพุทธรูป แต่เป็นแป้นพิมพ์ลวดลายดอกไม้มาให้เรา" (นักวิชาการ 1)

1.2 การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าด้านการขนส่ง

1.2.1 เลือกใช้พาหนะท้องถิ่นในการสร้างประสบการณ์ ผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน ให้ความคิดเห็นหลังการท่องเที่ยวชุดทดสอบว่า การออกแบบให้มีการใช้การขนส่งพาหนะท้องถิ่นที่กำลังสูญหายไปในจังหวัดสุโขทัย เช่น รถคอกหมู เพื่อชมเขื่อนสรีดภงค์ ในระยะเวลาสั้นๆ ช่วยสร้างประสบการณ์ท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวได้มาก

"ถ้าถามว่า ได้สัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่นอะไรบ้างที่โดดเด่นในทริปนี้ คือ รถคอกหมู เพราะไม่เคยเห็นมาก่อน เห็นว่าเป็นรถคันใหญ่ ไม่น่าจะขับเร็วได้ ตอนแรกยังนึกว่าเหมือนรถอีแต๊กที่เอามาเชื่อมกัน" (ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว 4)

1.3 การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าด้านที่พัก

1.3.1 เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการสนทนากับเจ้าของโฮมสเตย์ในชุมชน จากการประชุมกลุ่มย่อยภายหลังการท่องเที่ยวชุดทดสอบ ผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน สนับสนุนความคิดเห็นว่า การเข้าพักในโฮมสเตย์ในชุมชน นักท่องเที่ยวควรมีโอกาสในการพบปะ พูดคุย กับชาวบ้านท้องถิ่น ไม่ว่าน้อยหรือมาก เพื่อเพิ่มโอกาสในการสัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่นจากชาวบ้าน เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้าพักโฮมสเตย์ทุกหลังได้ประสบการณ์ท้องถิ่นมากขึ้น

"บ้านหลังที่เราอยู่จะอยู่แยกออกไปอีกส่วนหนึ่ง ไม่ค่อยได้เจอหน้าเจ้าของบ้านหรือได้พูดคุยกันมากเท่าไร น่าจะได้พบหน้า พูดคุยกับนักท่องเที่ยวบ้าง" (นักวิชาการ 2)

1.3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พัก เน้นสภาพดี สะอาด และเหมาะสมต่อประสบการณ์ท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน ให้ความข้อเสนอแนะต่อไปในอนาคตว่าสิ่งอำนวยความสะดวกของโฮมสเตย์ควรจัดเตรียมให้บริการนักท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็น สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ควรมากเกินระดับประสบการณ์ท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวได้รับ ยกตัวอย่างเช่น โฮมสเตย์ควรให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องนอนพื้นฐาน ที่นอน หมอน ผ้าห่ม มุ้ง ให้อยู่ในสภาพดีและมีความสะอาดก็เพียงพอ ไม่มีความจำเป็นในการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆ ที่มีความหรูหรา เช่น ทีวีขนาดใหญ่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวประสบการณ์ท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการได้เห็นวิถีชีวิตชาวบ้านท้องถิ่น

1.4 การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าด้านอาหาร

1.4.1 นำเสนออาหารที่สามารถเล่าเรื่องราวของท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญประเมินว่า มีการนำเสนออาหารท้องถิ่นและการเล่าเรื่องเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นที่ดี ตัวอย่างเช่น อาหารมื้อแรกนำเสนอเมนูปลา มีเล่าเรื่องเกี่ยวกับสุโขทัยกับสายน้ำ ช่วยสร้างความเข้าใจและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกร่วมในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองสุโขทัยที่เป็นเมืองแห่งความอุดมสมบูรณ์ และเมืองแห่งความสุขได้ดี

1.4.2 การใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในการทำขนม กรณีของชุมชนวังวน ภายหลังการลงพื้นที่ภาคสนาม นักวิจัยพบว่ามะม่วงเป็นต้นไม้ที่ปลูกมากในชุมชน ทำให้มีราคาถูกและเหมาะสมในการนำเสนอความเป็นท้องถิ่นของชุมชนวังวน จึงร่วมกับชาวบ้านท้องถิ่นปรับเปลี่ยนการทำข้าวต้มมัดจากเดิมที่สอดไส้กล้วยเป็น

ข้าวต้มมัดไส้มะม่วง ในประเด็นนี้ ผู้เชี่ยวชาญให้ความคิดเห็นว่า ข้าวต้มมัดสอดไส้มะม่วงสามารถแสดงความเป็นท้องถิ่นและมีความแปลกใหม่แตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ ที่โดยทั่วไปจะนิยมทำข้าวต้มมัดไส้กล้วย

1.4.3 ลดการใช้ถุงพลาสติกบรรจุอาหาร และใช้ภาชนะบรรจุอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผลจากการลงพื้นที่ภาคสนามของนักวิจัย พบว่า ระหว่างจุดนั่งพักในกิจกรรมการปั่นจักรยานเส้นทาง มีการให้บริการอาหารและขนมแก่นักท่องเที่ยวโดยใช้ถุงพลาสติกเย็บแม็คเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการจัดการและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นักวิจัยจึงจัดให้มีการท่องเที่ยวชุดทดสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการกิจกรรมทัวร์จักรยานได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้เชี่ยวชาญหลังการประชุมกลุ่มย่อยการท่องเที่ยวชุดทดสอบ ส่งผลให้บริษัทนำเที่ยวจักรยานปรับเปลี่ยนภาชนะบรรจุอาหารเป็นการใช้ปิ่นโต และเริ่มใช้ Tupperware เพื่อลดการใช้ถุงพลาสติก ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกให้ความสำคัญในการลดผลกระทบในการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม

1.4.4 การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวลงมือประกอบอาหารท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำว่าเป็นกิจกรรมที่ดี สร้างประสบการณ์ท้องถิ่นได้มาก ดังความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน ที่ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำอาหาร ดังนี้

"การทำก๋วยเตี๋ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลองลวกเส้นและใส่เครื่องต่างๆ สร้างประสบการณ์ท้องถิ่นได้ แต่น่าจะให้นักท่องเที่ยวได้ลองทำทุกคน" (นักวิชาการ 2)

2. แนวทางการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น

ผลการศึกษาการยกระดับห่วงโซ่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของพื้นที่ต้นแบบเส้นทางจังหวัดสุโขทัย สามารถเสนอเป็นแนวทางในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น ดังนี้

2.1 ในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวแห่งหนึ่งๆ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย จึงสามารถจัดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวหลากหลายเส้นทาง ดังนั้น การคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรมการท่องเที่ยว ควรกำหนดคุณค่าที่ส่งมอบแก่นักท่องเที่ยว (Customer proposition) ของเส้นทางพื้นที่ต้นแบบให้ชัดเจน เช่น "ประสบการณ์ผ่อนคลาย" หรือ "ประสบการณ์ผจญภัย" ฯลฯ เพื่อให้สามารถคัดเลือกอุปทานการท่องเที่ยวที่เหมาะสมตรงกับคุณค่าของเส้นทางท่องเที่ยว เป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารที่ชัดเจนไปยังตลาดนักท่องเที่ยวเป้าหมายทั้งในแง่การทำการตลาดและลดการผิดหวังของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความเข้าใจผิด ดังที่ในงานวิจัยนี้กำหนดคุณค่าของเส้นทางพื้นที่ต้นแบบที่ส่งมอบแก่นักท่องเที่ยวไว้ว่า "ความสุขจากวิถีชีวิตที่ผสานระหว่างอดีตและปัจจุบัน"

2.2 การออกแบบเส้นทางและคัดเลือกคัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/ กิจกรรมการท่องเที่ยว การขนส่ง ที่พัก อาหาร มุ่งในการส่งเสริมประสบการณ์ท้องถิ่นที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ 1) วัฒนธรรม ธรรมชาติ ที่แสดงออกถึงความเป็นพื้นถิ่น/ท้องถิ่น 2) ให้ประสบการณ์ที่แสดงถึงความดั้งเดิมแท้ 3) จัดให้มีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและลงมือปฏิบัติ ลดการจัดวางและกิจกรรมสาธิต 4) ออกแบบกิจกรรมให้มีความเหมาะสมต่อเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรม 5) การสื่อความหมายของมัคคุเทศก์/ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และผู้นำกิจกรรมในชุมชน สามารถเล่าเรื่องได้ลึกซึ้ง 6) เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สนทนากับชาวบ้านท้องถิ่น และ/หรือนักสื่อความหมาย

ท้องถิ่น 7) ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เป็นการสร้างประสบการณ์ท้องถิ่นพร้อมกับลดต้นทุนในการซื้อวัตถุดิบจากภายนอก 8) เน้นการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่เป็นวิถีชีวิตอยู่เดิมให้น้อยที่สุด เพิ่มเติมเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เช่นในกรณีของโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวประสบการณ์ท้องถิ่นมีความต้องการเครื่องนอนพื้นฐาน ไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากเกินจำเป็น

2.3 ปรับใช้แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน/ การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม/ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในการจัดการการท่องเที่ยว จากข้อเสนอแนะในการประชุมกลุ่มย่อยผู้เชี่ยวชาญหลังการท่องเที่ยวชุดทดสอบ พบว่าแนวคิดเหล่านี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญอย่างมาก ดังนั้นกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าควรนำไปปรับใช้และสื่อสารนักท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น การใช้วัสดุจากธรรมชาติภาชนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการบรรจุอาหาร แทนการใช้กล่องโฟมหรือพลาสติก

2.4 การสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นในพื้นที่เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดเครือข่ายและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นในพื้นที่ การจัดให้มีเวทีหรือพื้นที่ในการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการ ตัวแทนจากชุมชน จะมีส่วนช่วยในการสร้างเครือข่าย จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการท้องถิ่นในพื้นที่ต้นแบบ พบว่า ผู้ประกอบการบางท่านเคยพบกันในการประชุมต่างๆ ในจังหวัดสุโขทัย แต่ยังไม่มีโอกาสในการทำงานร่วมกัน การวิจัยนี้เป็นการทำงานร่วมกันเป็นครั้งแรก จึงทำให้มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันและรู้จักคุ้นเคยกันมากขึ้น

2.5 ชุมชนร่วมมือกับพันธมิตรที่เพื่อลดข้อจำกัดของชุมชน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ต้นแบบ พบว่า ในปัจจุบันผู้ประกอบการท้องถิ่นและชุมชนพื้นที่ต้นแบบหลายราย มีข้อจำกัดด้านความรู้ความเข้าใจ 3 ประการ ได้แก่ 1) ความคาดหวังและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น 2) ภาษาต่างประเทศ 3) การเข้าถึงตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จึงเป็นข้อเสนอแนะสำหรับชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นในการเลือกทำงานร่วมกับผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวที่มีความเข้าใจและตระหนักถึงข้อจำกัดของชุมชน ผลกระทบจากการท่องเที่ยว และมีศักยภาพด้านภาษาต่างประเทศและความสามารถในการเข้าถึงตลาดเป้าหมาย นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาองค์ความรู้และร่วมเรียนรู้ผ่านกระบวนการวิจัยอย่างมีส่วนร่วม เพื่อให้ชุมชนรู้เท่าทันถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน และสามารถจัดการผลกระทบการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ศึกษาการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของเส้นทางพื้นที่ต้นแบบ

ผลการศึกษาการยกระดับห่วงโซ่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นผ่านห่วงโซ่คุณค่า 4 ด้าน ของเส้นทางพื้นที่ต้นแบบจังหวัดสุโขทัย สนับสนุนแนวคิดดังต่อไปนี้

1.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อให้สามารถตั้งราคาสูงขึ้น สนับสนุนแนวคิดของ Ndivo & Cantoni (2015) ที่ให้ข้อเสนอการแทรกแซงในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าในการปรับปรุงจุดอ่อนในห่วงโซ่คุณค่าด้านการยกระดับผลิตภัณฑ์ การจัดการการท่องเที่ยวประสบการณ์ท้องถิ่นต้องให้ความสำคัญกับ

1.1.1 การสร้างประสบการณ์ท้องถิ่น ได้แก่ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรมการท่องเที่ยว – การคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์ท้องถิ่นที่มีความดั้งเดิมแท้ (Authenticity) การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างประสบการณ์ท้องถิ่นผ่านกิจกรรมที่ได้สัมผัสและลงมือปฏิบัติ การเล่าเรื่องสื่อความหมายให้ลึกซึ้ง การจัดลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และออกแบบกิจกรรมและการสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางศาสนาด้วยความระมัดระวัง 2) ด้านการขนส่ง – การใช้พาหนะท้องถิ่น 3) ด้านที่พัก –การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สนทนากับเจ้าของโฮมสเตย์ในชุมชน และ 4) ด้านอาหาร – การนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่น และการประกอบอาหารโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นตามฤดูกาล

1.1.2 การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ได้แก่ 1) ด้านอาหาร เช่น การใช้ภาชนะบรรจุอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2. แนวทางการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น

2.1 กำหนดคุณค่าที่ส่งมอบแก่นักท่องเที่ยว (Customer proposition) ของเส้นทางพื้นที่ต้นแบบให้ชัดเจน เป็นประโยชน์ต่อการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว และการสื่อสารที่ชัดเจนไปยังตลาดนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

2.2 การออกแบบเส้นทาง กิจกรรมการท่องเที่ยว และอุปทานการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ท้องถิ่น คัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/ กิจกรรมการท่องเที่ยว การขนส่ง ที่พัก อาหาร ที่เน้นการส่งเสริมประสบการณ์ท้องถิ่น ผ่านวัฒนธรรม วิถีชีวิต ที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ตลอดจนบรรยากาศของสถานที่ และธรรมชาติของท้องถิ่น ให้ความสำคัญด้านการสื่อความหมายของมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และผู้นำกิจกรรมในชุมชน เล่าเรื่องได้ลึกซึ้ง และพยายามเปลี่ยนแปลงสิ่งที่เป็นวิถีชีวิตอยู่เดิมให้น้อยที่สุด

2.3 ปรับใช้แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในการจัดการการท่องเที่ยว

2.4 การสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นในพื้นที่โดยจัดให้มีเวทีในการทำงานร่วมกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Piboonrungroj et al. (2015) ที่เสนอปัจจัยที่จะทำให้เกิดความร่วมมือของผู้ประกอบการ ได้แก่ การสร้างความเชื่อใจ ความมุ่งมั่นร่วมมือในระยะยาวผ่านการแบ่งปันข้อมูล การลงทุนร่วมกัน และมีกิจกรรมและทีมทำงานร่วมกัน จึงต้องเริ่มต้นจากการจัดให้พื้นที่พบปะและทำงานร่วมกัน เพื่อพัฒนาความร่วมมือและเกิดเป็นเครือข่ายต่อไปในอนาคต ซึ่งจะเกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ตลอดจนเกิดเป็นเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นร่วมกัน

2.5 ชุมชนร่วมมือกับพันธมิตรที่เพื่อลดข้อจำกัดของชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาของ Sharma & Christie (2010) ที่เสนอว่า การขาดบุคลากรที่มีทักษะในการทำงานและทักษะด้านการจัดการ เป็นปัจจัยหลักด้านการดำเนินงานที่ทำให้การสร้างคุณค่าในห่วงโซ่คุณค่าอุตสาหกรรมการบริการเป็นไปได้ยาก ในกรณีของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการท้องถิ่น/ชุมชน หลายรายเพิ่งเริ่มต้นในการจัดการ

ท่องเที่ยว ทำให้ขาดความรู้ ความเข้าใจ ในพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นชาวต่างประเทศ การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการท่องเที่ยว จึงสามารถร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวมาเป็นพี่เลี้ยงผู้ประกอบการ/ ชุมชนท้องถิ่น โดยเลือกบริษัทพี่เลี้ยงที่มีความรู้ความเข้าใจในประเด็นต่างๆ ดังกล่าวและมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

3. ช่องว่างงานวิจัยและข้อเสนอแนะ

ช่องว่างของงานวิจัยนี้ เป็นการดำเนินการวิจัยภายใต้กรอบระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่ มกราคม – ธันวาคม 2561 ยังขาดมิติข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวตลาดเป้าหมาย จึงควรพัฒนาในงานวิจัยถัดไปเพื่อให้ได้ข้อมูลรอบด้านยิ่งขึ้น ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ การส่งเสริมทักษะการสื่อความหมายของมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และผู้นำกิจกรรมในชุมชน ในการเล่าเรื่องเกียวกับวิถีชีวิต ธรรมชาติ ของท้องถิ่น ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ งานวิจัยถัดสามารถขยายขอบเขตการศึกษาการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สนับสนุนงบประมาณประจำปี พ.ศ.2561 ในการดำเนินการวิจัยและมีผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ได้ให้คำแนะนำตลอดกระบวนการวิจัย รวมทั้งการให้ความร่วมมือจากทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน จึงส่งผลให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ ทั้งนี้ความเห็นในรายงานผลการวิจัยเป็นของผู้วิจัย สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป

บรรณานุกรม

ABTA. (2018). *Travel Trends Report 2018*. Retrieved March 17, 2018, from https://www.abta.com/industry-zone/reports-and-publications/abta-travel-trends-reports/travel-trends-2018.

Ashley, C., & Mitchell, J. (2008). *Doing the right thing approximately not the wrong thing precisely: Challenges of monitoring impacts of pro-poor interventions in tourism value chains*. London: ODI.

Booking.com. (2018). *Booking.com reveals 8 trends of travel in 2019*. Retrieved August 30, 2018, from https://news.booking.com/booking-com-th-travel-predictions-2019.

Department of Airports. (2017). *Statistics of domestic transport*. Retrieved March 30, 2018, from https://www.airports.go.th.

Department of Tourism. (2018). *Tourism receipts from international tourist arrivals*. Retrieved January 30, 2019, from https://www.mots.go.th/old/more_news.php?cid=529&filename=index

Division of Information and Communication, Sukhothai Provincial Bureau. (2018). *General Information*. Retrieved March 30, 2018, from http://www.sukhothai.go.th/3584/data/data_01.htm

Division of Strategy and data for Sukhothai Development. (2018). *Province information*. Retrieved March 30, 2018, from http://www.sukhothai.go.th/sukhothai/index.php/en/images/computer/Sep56/007Sep56.pdf.

Expedia group Media Solutions. (2018). *Five Trends That Will Shape Experiential Travel in 2019*. Retrieved March 08, 2018, from https://skift.com/2018/11/06/five-trends-that-will-shape-experiential-travel-in-2019.

Mete, B. & Acuner, E. (2014). A value chain analysis of Turkish tourism sector. *International Journal of Business and Management Studies*, 2 (2), 499-506.

Ministry of Tourism and Sports. (2018). *Tourism Statistics 2017*. Retrieved March 03, 2018, from https://www.mots.go.th/old/more_news.php?cid=411.

Ndivo, R., M. & Cantoni, L. (2015). Economic Empowerment of communities through tourism: A pro-poor tourism value chain approach. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 3 (2), 116-134.

Netherlands Development Organization. (2010). *Value Chain Development for Tourism Destinations*. Retrieved March 25, 2018, from http://www.hitt-initiative.org/wp/wp-content/uploads/2011/11/GHTDP-VCD-Guidelines.pdf.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy*. Harvard business review, 76 (July-August), 97-105.

Porter, M. E. (2004). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Simon & Schuster.

Piboonrungroj, P., Boriraj, J. & Maneetrakunthong, A. (2015). *Developing Collaborations in the Cultural Tourism Supply Chains: A Case Study of the R3E Route*. Asean Studies

Center Prince of Songkla University. Retrieved March 20, 2018, from http://asean.psu.ac.th/Data/tourism/topic/11/RDG5650057V03_full.pdf.

Putjorn, J. (2017). *The Development of Thailand Marketing Guideline for Local Experience Tourism beneath The LINK Project*. Retrieved March 20, 2018, from http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG60T0046.

Romero, I. & Tejada, P. (2011). A multi-level approach to the study of production chains in the tourism sector. *Tourism Management*, 32 (2), 297-306.

Royal Institute Dictionary. (2018). *Word Search System*. Retrieved March 02, 2018, from http://www.royin.go.th/dictionary/.

Sharma, A. & Christie, I.T. (2010). Performance assessment using value-chain analysis in Mozambique. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22 (3), 282-299.

Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation Strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24 (1), 35-43.

TAT Intelligence Center. (2018). *Sukhothai Province Statistics*. Retrieved March 25, 2018, from https://intelligencecenter.tat.or.th/.

Tourism Authority of Thailand. (2016[a]). *Meeting Documents of The LINK Project, October 2016 in Bangkok.*

_____. (2016[b]). *Localism and Staycation*. TAT Review, 2 (3), Jul-Sep 2016. Retrieved March 25, 2018, from https://etatjournal.files.wordpress.com/2016/07/tat32016.pdf.

Tourism Authority of Thailand, Sukhothai Office. (2010). *Travel with new heart, sustainable Thailand, Sukhothai.* Retrieved March 10, 2018, from https://www.tourismthailand.org/fileadmin/upload_img/Multimedia/Ebrochure/130/sukhothai.pdf

UNECA. (2014). *Up-grading and Enhancing Sustainable Linkages of Rwanda's Tourism Value Chains*. Ethiopia: UNECA.

UNWTO. (2018). *UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition*. Retrieved January 30, 2019, from https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876.

Wongsaroj, R. (2018). The Guidelines for Carry Capacity and Revenue Enhancement at Tourist Destinations. *Journal of International and Thai Tourism*, 14 (2), 62 - 75.

Zhang, X., Song, H. & Huang, G.Q. (2009). Tourism supply chain management: a new research agenda. *Tourism Management*, 30 (3), 345-358.