

## บทที่ 1

### บทนำ

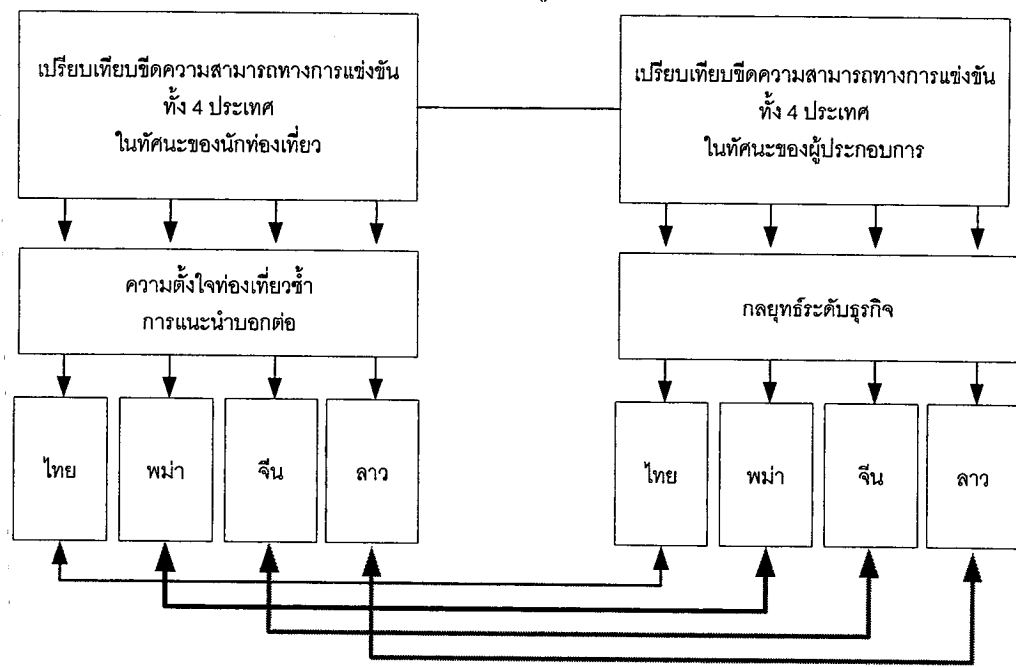
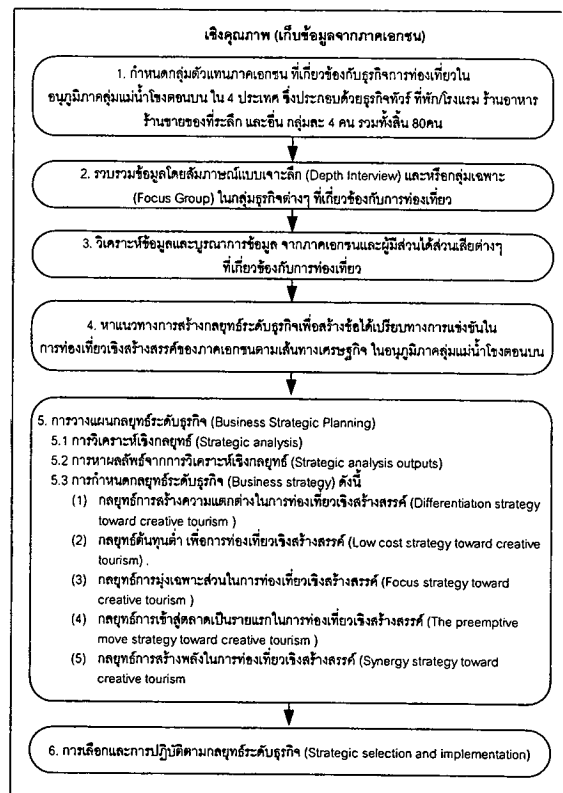
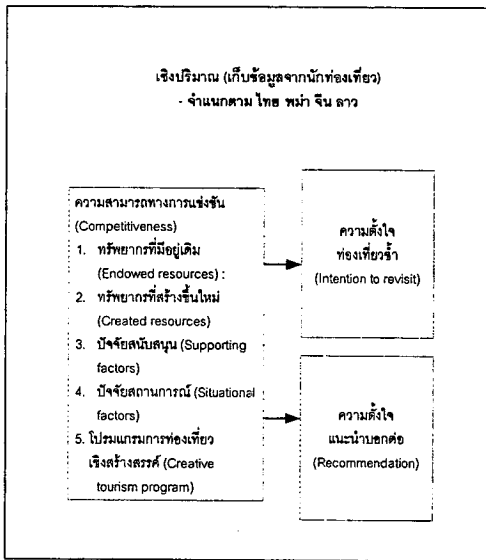
#### ความเป็นมาและสำคัญ

อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนซึ่งประกอบด้วยประเทศต่างๆ ได้แก่ พม่า ภาคเหนือของประเทศไทย ลาว และจีน เป็นภูมิภาคที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม แปลกแตกต่าง น่าสัมผัส มีวัฒนธรรมของชนเผ่าที่แตกต่างกันหลายกลุ่ม ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งวิถีการดำรงชีวิต ศิลปะ ภาษา ที่น่าศึกษา ดังนั้นภูมิภาคนี้จึงเหมาะสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ แต่การที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังไปในท้องถิ่นที่ไม่คุ้นเคยนั้น อาจได้รับความไม่สะดวก มีอันตราย ดังนั้นธุรกิจการท่องเที่ยวจึงมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องมีพนักงานที่มีความชำนาญในแหล่งท่องเที่ยว สามารถเข้าใจภาษาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่สะดวกและประทับใจ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะหาแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ระดับธุรกิจเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภาคเอกชนตามเส้นทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงใหม่ หลวงพระบาง) โดยการสร้างแผนธุรกิจ (Business plan) ซึ่งหมายถึง เอกสารที่ถูกจัดเตรียมโดยผู้ประกอบการที่จะอธิบายถึงส่วนประกอบทั้งภายนอกและภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน ซึ่งประกอบด้วย บทนำและบทสรุปของผู้บริหาร การวิเคราะห์อุตสาหกรรม ในภาพรวมและแนวโน้มในอนาคต การระบุรายละเอียดของการบุกเบิกธุรกิจ แผนการผลิต/การปฏิบัติการ แผนการตลาด และแผนองค์การ/การจัดการ แผนการเงินและแผนงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากลยุทธ์ระดับธุรกิจเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภาคเอกชนตามเส้นทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (สิบสองปันนา) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงใหม่ หลวงพระบาง)

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



กลยุทธ์ระดับธุรกิจเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในการท่องเที่ยว  
เชิงสร้างสรรค์ของภาคเอกชนตามเส้นทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

## สมมติฐานการวิจัย

H<sub>1</sub>: แหล่งท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนที่แตกต่างกันมีความสามารถทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว และความตั้งใจท่องเที่ยวในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติแตกต่างกัน

H<sub>2</sub>: ความสามารถทางการแข่งขัน ประกอบด้วย ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ ปัจจัยสนับสนุน ปัจจัยสถานการณ์ โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต และความตั้งใจแนะนำบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยวิธีการสำรวจ (Survey method) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) การสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus group) ดังนี้

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การดำเนินโครงการวิจัยมีขอบเขตในการศึกษาด้านกลยุทธ์ระดับธุรกิจเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภาคเอกชนตามเส้นทางเศรษฐกิจ ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน โดยเปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขันของประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ทั้ง 4 ประเทศ ในทัศนะของนักท่องเที่ยวและในทัศนะของผู้ประกอบการ เพื่อนำไปสู่แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ

**ตัวแปรที่ศึกษา** ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

1.1 **ตัวแปรอิสระ** คือ ความสามารถทางการแข่งขัน ประกอบด้วย ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ ปัจจัยสนับสนุน ปัจจัยสถานการณ์ โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.2 **ตัวแปรตาม** คือ (1) ความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำ (2) การแนะนำบอกต่อ

2. **พื้นที่การวิจัย** การดำเนินโครงการวิจัยมีพื้นที่เป้าหมายคือ อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ประกอบด้วย (1) ประเทศไทย (เชียงใหม่) (2) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) (3) สาธารณรัฐประชาชนจีน (สิบสองปันนา) (4) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (หลวงพระบาง)

3. **ขอบเขตการดำเนินงาน และรายละเอียดการดำเนินกิจกรรม** เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในพื้นที่การดำเนินการวิจัย 4 ประเทศ ดังนี้

(1) การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ประกอบด้วย

ประเทศไทย (เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (สิบสองปันนา) และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (หลวงพระบาง)

(2) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถาม และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก/การสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะกับภาคเอกชนที่เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้ง 6 กลุ่ม ได้แก่ 1) ธุรกิจร้านอาหาร 2) ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก 3) ธุรกิจนำเที่ยว 4) ธุรกิจที่พัก 5) ชุมชน 6) นักท่องเที่ยว ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

(3) ศึกษานโยบายและกลยุทธ์จากเอกสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางการสร้างกลยุทธ์ระดับธุรกิจ เพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภาคเอกชนตามเส้นทางเศรษฐกิจ ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

## นิยามศัพท์

1. ความสามารถทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (Competitiveness) หมายถึง ข้อได้เปรียบของแหล่งท่องเที่ยวที่เหนือกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น (คู่แข่ง) ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน เป็นข้อได้เปรียบที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้และเป็นสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวอื่น (คู่แข่ง) ไม่สามารถเลียนแบบได้ ความสามารถทางการแข่งขันเกิดขึ้นจาก

1.1 ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม (Endowed resources) หมายถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้วในแหล่งท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์/โบราณสถาน สถาปัตยกรรม ศิลปกรรมท้องถิ่น อาหารท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน และวัฒนธรรมของชนเผ่าในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

1.2 ทรัพยากรที่สร้างขึ้นใหม่ (Created resources) หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) ด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ความสะดวกของการเดินทาง (2) ด้านข้อได้เปรียบ ได้แก่ ความหลากหลายและคุณภาพของสินค้า ด้านความคุ้มค่าทางการเงิน (3) ด้านกิจกรรมบันเทิง ได้แก่ คุณภาพของแหล่งบันเทิง กิจกรรมบันเทิง ความดึงดูดใจของแหล่งบันเทิงในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

1.3 ปัจจัยสนับสนุน (Supporting factors) หมายถึง ปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ประกอบด้วย อธิปไตยไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น คุณภาพของการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวแทนการท่องเที่ยว บริการที่พัก/โรงแรม/รีสอร์ท บริการภัตตาคาร/ร้านอาหาร การผ่านด่านชายแดน/บริการศุลกากร และความสามารถ/ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

**1.4 ปัจจัยสถานการณ์ (Situational factors)** หมายถึง การปฏิบัติการและการทำงานของธุรกิจการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ระยะทางของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง การแข่งขันด้านราคา ความปลอดภัย ความมั่นคงทางการเมือง และปัญหาด้านมลภาวะ เช่น อากาศเป็นพิษ/ควันพิษ ความสกปรกของถนนหนทาง น้ำเน่าเสีย ความสามารถในการแก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยว

**1.5 โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism program)** หมายถึง การท่องเที่ยวโดยมีลักษณะการเรียนรู้ร่วมกันด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ งานฝีมือ ลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นแต่ละสถานที่ อีกทั้งเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมร่วมกับชุมชน

**2. ความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำ (Intention to revisit)** หมายถึง ความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคตในแหล่งท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

**3. ความตั้งใจแนะนำบอกต่อ (Recommendation)** หมายถึง ความตั้งใจที่จะสื่อสารการบอกต่อในแง่ดีเกี่ยวกับความสวยงาม ความประทับใจ ความสะดวกที่ได้จากการท่องเที่ยวแก่บุคคลอื่นของนักท่องเที่ยวภายหลังจากท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

**4. การวางแผนกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business strategic planning)** เป็นการวางแผนของธุรกิจเพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขัน ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (2) การหาผลลัพธ์จากการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (3) การกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ ได้แก่ (3.1) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (3.2) กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (3.3) กลยุทธ์การมุ่งเฉพาะส่วนในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (3.4) กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดเป็นรายแรกในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (3.5) กลยุทธ์การสร้างพลังในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

**5. แหล่งท่องเที่ยว (Destination)** ประกอบด้วย 4 แห่ง คือ เชียงแสน/เชียงราย เชียงตุง/พม่า เชียงรุ่ง/สิบสองปันนา (จีน) และเชียงทอง/หลวงพระบาง (ลาว)

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. จะได้กลยุทธ์ระดับธุรกิจที่สามารถสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภาคเอกชนตามเส้นทางเศรษฐกิจ ในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ในอนุภูมิภาคต่างๆ 4 ภูมิภาค ได้แก่ ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงแสน) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงตุง) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง)

2. เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ คือ ประเทศไทย พม่า จีน และลาว ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยก้าวไปสู่ความเป็นศูนย์กลาง

การท่องเที่ยวและการค้าขายในชายแดนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย เป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมและความมีส่วนร่วมของชุมชน ตลอดจนจะเป็นการช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตลอดจนทั้งชุมชนได้ตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วย