

# ธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมือง-โมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจ ชายแดนรูปแบบใหม่

## URBANIZED BUSINESS: THE NEW MODEL FOR BORDER ECONOMIC DEVELOPMENT

Received: May 22, 2020

Revised: August 14, 2020

Accepted: August 17, 2020

สุพรรณนิการ์ ขวัญเมือง\*

Supannika Khuanmuang \*

วรารวุฒิ เรือนคำ\*\*

Warawut Ruankham\*\*

---

\* อาจารย์ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

\* Lecturer, School of Management, Mae Fah Luang University

\* Email: supannika.khu@mfu.ac.th

\*\* อาจารย์ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

\*\* Lecturer, School of Management, Mae Fah Luang University

\*\* Email: warawut.rua@mfu.ac.th

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อหารูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนด้วยอุตสาหกรรมเมกะเทรนด์: กรณีธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมือง โดยทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคชายแดนประเด็นต่าง ๆ 3 ประการ ได้แก่ 1) ศึกษาการดำเนินธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมืองในพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงราย โดยการรวบรวมข้อมูลและการสำรวจ 2) วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนและอุปสรรคของพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงรายเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนา 3) สังเคราะห์แนวทางการพัฒนาเมืองชายแดนด้วยการพัฒนาธุรกิจสมัยใหม่ ผลการศึกษาพบว่าโครงสร้างตลาดธุรกิจในพื้นที่ชายแดนมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต มีการปรับตัวเข้าสู่การทำธุรกิจสมัยใหม่และความเป็นสังคมเมืองมากยิ่งขึ้น การศึกษานี้พบว่ากลุ่มธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมืองในพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงรายที่มีศักยภาพประกอบด้วย ธุรกิจคาเฟ่สมัยใหม่ (Modern Café) และร้านนั่งทำงาน (Co-working Space) และพบว่าชายแดนเชียงรายมีศักยภาพเชิงพื้นที่และมีโอกาสเติบโตในอนาคต ดังนั้นรัฐบาลควรมีการออกแนวทางการพัฒนาพื้นที่เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยผลการศึกษาชี้แนะารูปแบบการพัฒนาเมืองชายแดน ดิจิทัล (Digital Border City) ที่มุ่งเน้นสร้างเมืองชายแดนให้เป็นเมืองดิจิทัล เตรียมพร้อมของเมืองชายแดนให้รองรับการเข้าสู่สังคมเมืองในยุคดิจิทัล โดยเริ่มจากครอบครัว ชุมชน และจังหวัด และยกระดับการเป็นสังคมเมือง ขยายโอกาสทางธุรกิจดิจิทัลสู่ชุมชน

**คำสำคัญ:** การพัฒนาเศรษฐกิจชายแดน ธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมือง เมืองชายแดนดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภคชายแดน

## Abstract

The main objective of this study is to synthesize a border economic development model based on the mega trend industry as a key driven to economic growth. Specifically, 1) finding stylize fact regarding to urbanized business implementation in border areas of Chiang Rai, 2) analyzing SWOT analysis of border towns Chiang Rai, and 3) synthesizing TOWS matrix to formulate the suggestion and development model. The empirical results found that there were five categories of urbanized business running which consist of modern café and co-working space, restaurants, fitness centers, entertainment, and others. Also, SWOT and TOWS suggested that Border Towns of Chiang Rai maintained strong potential to be developed as "Digital Border City"

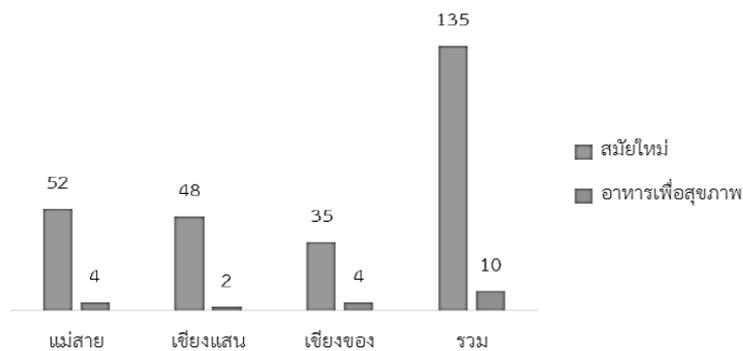
**Keywords:** Border Economic Development, Urbanized Business, Digital Border City

**Acknowledgement:** บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของ งานวิจัยแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเมกะเทรนด์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลในพื้นที่ชายแดน จังหวัดเชียงราย (The Guidance Principle for Mega-Trend Industry Enhancement in the Era of Digital Economy: Case of Border Area in Chiang Rai Province) โดย ผศ.ดร. ธีรพรพรรณ อุตมา และคณะ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มิถุนายน พ.ศ. 2561 สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

## บทนำ

ปัจจุบันพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงรายได้มีการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในหลายมิติและกำลังปรับตัวเข้าสู่การเป็นสังคมเมืองมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นผลพวงมาจากนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจชายแดน นโยบายประเทศไทย 4.0 (ฉัตรพรพวรรณ อุตมา และคณะ, 2561) การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล และการขยายตัวทางเศรษฐกิจและความเป็นสังคมเมืองเข้าสู่พื้นที่ชนบทต่าง ๆ ของประเทศไทย โดยพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ สังเกตได้จาก 1) อำเภอแม่สาย เป็นเมืองศูนย์กลางการค้าชายแดนในลุ่มแม่น้ำโขงและสามเหลี่ยมทองคำ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของคนไทยและต่างชาติ 2) อำเภอเชียงแสน เป็นศูนย์กลางการขนส่งทางน้ำเชื่อมโยงการค้าจากจีนมาสู่ไทย และเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนชายแดนระหว่าง 3 ประเทศ ได้แก่ สปป.ลาว เมียนมา และไทย และ 3) อำเภอเชียงของ เป็นประตูการขนส่งทางบกเชื่อมโยงอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงสู่ประเทศจีน และเป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ในการลำเลียงสินค้านานาประการจากจีนสู่ฝั่งทะเลด้านกลางตามเส้นทางสายไหมเส้นใหม่ฯ ด้วยศักยภาพทางเศรษฐกิจชายแดนและการขยายตัวการค้าการลงทุนประสานกับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ทำให้ธุรกิจชายแดนเกิดการปรับตัวเข้าสู่ตลาดใหม่ โดยจากการสำรวจพื้นที่และสังเกตพฤติกรรมทางธุรกิจ ในปี 2560 ทำให้พบการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจชายแดนที่สำคัญ 6 ประการ ดังนี้

“การเกิดขึ้นของธุรกิจชายแดนสมัยใหม่” จากการลงพื้นที่สำรวจด้วยการเจงนับ ณ เดือนมิถุนายน 2561 ธุรกิจสมัยใหม่ หรือธุรกิจเมกะเทรนต์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ และมีแนวโน้มว่าจะมีอิทธิพลในปี 2025 (Zeev, 2017) ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมือง (สมัยใหม่) ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริการผู้สูงอายุ พบว่า ณ พื้นที่ชายแดนอำเภอแม่สายมีแนวโน้มที่จะพัฒนาธุรกิจให้มีสินค้าและบริการแบบสมัยใหม่ (ภาพที่ 1) โดยมีจำนวนสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการแบบสังคมเมืองประมาณ 52 ราย อำเภอเชียงแสนจำนวน 48 ราย และอำเภอเชียงของจำนวน 35 ราย รวมทั้งสิ้น 135 ราย ขณะที่ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพของอำเภอแม่สายมีจำนวน 4 ราย อำเภอเชียงแสน 2 ราย และอำเภอเชียงของ 4 ราย รวมทั้งสิ้น 10 ราย รวมธุรกิจเมกะเทรนต์ของพื้นที่ชายแดน 3 อำเภอมีจำนวนทั้งสิ้น 145 ราย



ภาพที่ 1 จำนวนสถานประกอบในพื้นที่ชายแดน 3 อำเภอที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจเมกะเทรนต์  
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจชายแดนและโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

“การเข้าสู่สังคมเมือง” ในด้านการดำเนินธุรกิจ ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบจากดั้งเดิมมาเป็นธุรกิจสมัยใหม่มากขึ้น (Zeev, 2017) สังเกตได้จากเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ 4 ด้าน 1) ระบบการบริหารร้านที่เริ่มมีการใช้เทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น จากการจดบัญชี สินค้าคงคลัง ก็เปลี่ยนมาใช้จุดชำระเงินที่มีระบบปฏิบัติการ Point of Sale (POS) 2) การตกแต่งบรรยากาศร้าน ก็เริ่มมีการออกแบบที่เน้นความทันสมัยมากขึ้น

ทั้งการออกแบบภายในและภายนอกอาคาร การตกแต่งบรรยากาศร้านจึงกลายเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญ ลำดับ 3) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย จากร้านกาแฟแบบดั้งเดิมที่ขายเฉพาะเครื่องดื่มและของหวาน ปัจจุบันมีการให้บริการรูปแบบต่าง ๆ ที่ตอบโจทย์คนสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น เช่น การบริการงาน Fast print การให้เข้าพื้นที่ประชุม ไฮสปีดอินเทอร์เน็ต โพรเจคเตอร์ โทรทัศน์ LCD เป็นต้น 4) วิวัฒนาการด้านบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ที่มุ่งเน้นการเป็นสังคมเมืองมากขึ้น โลโก้ แก้วกาแฟ ฝาปิด หลอด รวมถึงถุงกาแฟกระดาษ เป็นต้น

ขณะเดียวกัน วิถีชีวิตของคนชายขอบก็ได้เปลี่ยนแปลงไปสู่ “วิถีชีวิตที่ทันสมัย” ไม่ต่างจากคนในเมืองหลวง จากการสำรวจพื้นที่ชายแดนพบว่าวิถีชีวิตคนในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงเป็นรูปแบบที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น จะเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลง 3 ด้านที่เห็นได้ชัดเจน คือ 1) เวลา คนทำงานในปัจจุบันมีเวลาว่างรับในการใช้ชีวิต ดังนั้นการจะมานั่งชงกาแฟทานที่บ้านหรือในที่ทำงานเป็นเรื่องที่ไม่สะดวกสบาย ดังนั้นเมื่อเวลาว่างรับขึ้น ลูกค้าก็จะนิยมสินค้าที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างทันท่วงที นอกจากนี้ลูกค้ายังนิยมหาพื้นที่ทำงานที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง (24/7) มากขึ้น ดังนั้นก็จะแสวงหาร้านกาแฟที่เปิดให้บริการทั้งวันทั้งคืนด้วยเช่นกัน 2) จำนวนการใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ประกอบการเห็นว่าการมีโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนทำให้โลกทั้งใบย้ายไปอยู่ในหน้าจอโทรศัพท์ ผู้คนเสียดัดข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์ โดยเฉพาะภาพที่ วิดีโอ หรือวีวีวี ร้านค้าต่าง ๆ ดังนั้นธุรกิจร้านกาแฟจึงกลายเป็น space provider ให้บริการพื้นที่ให้กับกลุ่มลูกค้าเหล่านี้มานั่งเล่น แคมป์อำนวยความสะดวกด้านอาหาร ของหวาน เครื่องดื่ม เฟอร์นิเจอร์ที่ทันสมัย ห้องปรับอากาศ และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และ 3) การพบปะพูดคุย เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ชอบพบปะสังสรรค์ ดังนั้นเมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารดีขึ้น ผู้คนสามารถจะนัดเพื่อนฝูงออกมาพบปะเมื่อไหร่ก็ได้ และเมื่อพูดถึงสถานที่พบปะสังสรรค์ สิ่งหนึ่งที่ผู้คนคิดถึงคือร้านกาแฟ ดังนั้นการมีกาแฟให้บริการพื้นที่พบปะสังสรรค์อย่างเต็มประสิทธิภาพ จึงเป็นจุดเด่นของธุรกิจนี้ที่ธุรกิจอื่นทำไม่ได้

วิธีการทำงานของคนรุ่นใหม่ ที่สังเกตได้ว่า “คนรุ่นใหม่นิยมทำงานอิสระ” มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนทำงานอิสระ (Gig Economy) และกลุ่มดิจิทัลนอแมดส์ (Digital Nomad) เป็นกลุ่มที่มักประกอบอาชีพอิสระและจะเป็นกลุ่มอาชีพที่จะมีบทบาทมากยิ่งขึ้นในอนาคต (Beth, 2015) สามารถทำงานที่ไหนก็ได้ที่มีอินเทอร์เน็ตและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านดิจิทัลต่าง ๆ (พิมพ์ธัญญา ม้องเสนาะ, 2561) อาชีพกลุ่มนี้จะเน้นการนั่งทำงานร้านกาแฟระยะเวลาตั้ง 2 ชั่วโมงขึ้นไป มักต้องการพื้นที่ทำงานที่เงียบสงบและมีความเป็นส่วนตัว นอกจากนี้ยังมีกลุ่มคนทำงานที่ต้องติดต่อลูกค้า การที่คนรุ่นใหม่นิยมทำงานอิสระมากขึ้นจึงเป็นข้อดีของธุรกิจกาแฟ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อยู่ตลอดเวลา และต้องพัฒนาร้านกาแฟให้ตอบโจทย์ลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

การรับรู้ข่าวสารของคนรุ่นใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับ “อิทธิพลของการบอกต่อ” มากยิ่งขึ้น (ภพพรหมินทร์ วโรตม์วัฒนานนท์, 2558) อิทธิพลของการบอกต่อเป็นผลมาจากการได้รับข้อมูลทางโลกอินเทอร์เน็ต ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การรีวิว (Review) รูปภาพ เรื่องราว เมฆจากความคิดเห็น คำติชมจากสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ทำให้ธุรกิจสมัยใหม่ในพื้นที่ชายแดนปรับตัว ด้วยการหันมาสร้างเนื้อหา (Content) รีม (Theme) และเรื่องราว (Story) ประชาสัมพันธ์ออกไปทางโลกออนไลน์ 2) อิทธิพลของการ Check-in การเช็คอินเปรียบเสมือนการปักหมุดในแผนที่ผจญภัย ที่คนหนึ่งได้นำทางไว้ก่อน จากนั้นก็จะมีคนอื่น ๆ ที่มีความสนใจแบบเดียวกันตามมา

การเปลี่ยนกลยุทธ์สร้างจุดสังเกตในพื้นที่ให้โดดเด่นผ่าน “การสร้างทราฟฟิก” (Traffic Generation) ทั้งออนไลน์และออฟไลน์มากยิ่งขึ้น (Wang, 2006) โดยการสร้างทราฟฟิกคือ กลยุทธ์หนึ่งของการทำธุรกิจที่มุ่งเน้นสร้างกระแสให้เกิดการเข้ามาใช้บริการซ้ำ ๆ ไม่จะเป็นการสร้างทราฟฟิกออนไลน์ ได้แก่ การเข้าชมเว็บไซต์ เมื่อเว็บไซต์มีทราฟฟิกมากก็จะทำให้มีโอกาสขายสินค้าได้มากขึ้นตาม สร้างทราฟฟิกออฟไลน์ ได้แก่ การสร้าง Land Mark ดึงดูดการสัญจรของคน รถ และการติดต่อธุรกิจ จำนวนทราฟฟิกที่เกิดขึ้นจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจหลายด้าน เช่น การหาพาร์ทเนอร์ด้านการโฆษณาสินค้า การเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค การรวมกลุ่มทางธุรกิจ การจับคู่ธุรกิจ และการพัฒนาพื้นที่ให้เกิดการสัญจรคึกคัก เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงที่กล่าวมาข้างต้นเป็นเพียงข้อค้นพบบางส่วนเท่านั้น ที่ทำให้เห็นว่าบริบทของเศรษฐกิจและการดำเนินธุรกิจชายแดนมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปจากยุคก่อน ที่คนทั่วไปมักจะมองชายแดนว่าเป็นพื้นที่ทางไกลความเจริญ เป็นรัฐกันชน เป็นศูนย์กลางการลักลอบขนส่งสินค้าผิดกฎหมายข้ามแดนฯ เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจพิเศษชายแดน การเป็นสังคมเมืองแบบชายแดน การค้าชายแดน การท่องเที่ยวข้ามพรมแดนฯ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาลท้องถิ่นต้องเข้ามาทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อหาแนวทางการพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ รองรับการพัฒนาเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมเมือง (ฉัตรพรพรรณ อุตมา และคณะ, 2561) งานศึกษาวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นหาแนวทางการพัฒนาเมืองชายแดน เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่รัฐบาลท้องถิ่นและผู้สนใจทั่วไปในการนำไปปรับใช้พัฒนาพื้นที่และการปรับตัวทางธุรกิจต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคชายแดนและหารูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนด้วยอุตสาหกรรมเมกะเทรนด์: กรณีธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมือง (Urbanized Business) โดยทำการกำหนดวัตถุประสงค์ย่อย 3 ประการ ได้แก่ 1) ศึกษาการดำเนินธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมืองในพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงราย 2) วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรคของพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงราย 3) สังเคราะห์แนวทางพัฒนาเมืองชายแดนด้วยการพัฒนาธุรกิจสมัยใหม่

### แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

PwC (2016) ได้ทำรายงานเกี่ยวกับ 5 เมกะเทรนด์ที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยเมกะเทรนด์แรก คือ การเปลี่ยนแปลงของอำนาจทางเศรษฐกิจ (Shift in global economic power) ซึ่งการขยายตัวของการค้าและการลงทุนในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้ส่งผลให้กลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ (Emerging market) มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ BRIC (Brazil, Russia, India และ China) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการผลิต และห่วงโซ่มูลค่าของโลกไปอย่างสิ้นเชิง เมกะเทรนด์ที่ 2 คือ การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากร (Demographic shift) สถานการณ์ปัจจุบันที่หลายประเทศทั่วโลกกำลังเผชิญอย่างหนักหน่วง นั่นคือ การขาดแคลนแรงงานในการผลิตสินค้าและบริการ จึงเป็นผลวัยสูงอายุมีอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้น เมกะเทรนด์ที่ 3 คือ การเร่งเข้าสู่การเป็นเมือง (Accelerating urbanization) ประชากรมีการย้ายถิ่นฐาน หรือเคลื่อนย้ายเข้าสู่หัวเมืองทางเศรษฐกิจมากขึ้น เมกะเทรนด์ที่ 4 คือ การผงาดของเทคโนโลยี (Rise in Technology) โดยปัจจุบันเทคโนโลยีก็กลายมาเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตอย่างปฏิเสธไม่ได้ แต่ในอนาคตเทคโนโลยีจะเข้ามาเป็นทุกอย่าง ซึ่งเทคโนโลยีที่มีความสำคัญอย่างมาก ได้แก่ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) นาโนเทคโนโลยี (nanotechnology)

ขณะเดียวกัน EY (2017) ได้มีการทำนายถึงสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นทั้งหมด 8 ประเด็น ประกอบด้วย อุตสาหกรรมนิยามใหม่ (Industry redefined) อนาคตของความอัจฉริยะ (The future of smart) อนาคตของการทำงาน (The future of work) การปฏิวัติพฤติกรรม (Behavioral revolution) การให้อำนาจแก่ลูกค้า (Empowered customer) โลกแห่งความเป็นเมือง (Urban world) จินตนาการใหม่ของสุขภาพ (Health reimagined) และดาวที่เต็มไปด้วยทรัพยากร (Resourceful planet) ซึ่งสาเหตุมาจากแรงผลักดันทั้ง 3 เป็นหลัก คือ เทคโนโลยี โลกาภิวัตน์และประชากรศาสตร์ โดยเมกะเทรนด์ที่ 1 อุตสาหกรรมนิยามใหม่ กล่าวถึง การเกิดขึ้นของแบบจำลองทางธุรกิจใหม่ที่ก้าวข้ามพรมแดนอุตสาหกรรมแบบดั้งเดิม ซึ่งจะเข้ามาสร้างความปั่นป่วนให้กับธุรกิจเดิมในตลาด เมกะเทรนด์ที่ 2 อนาคตแห่งความอัจฉริยะ (The future of smart) เทคโนโลยีจะเข้ามาแทรกซึมในทุกวิถีชีวิตของผู้คน เข้ามาช่วยให้เกิดการตัดสินใจต่าง ๆ ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่สำคัญคือการเกิดขึ้นของหุ่นยนต์ (Robotics) และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เมกะเทรนด์ที่ 3 อนาคตของการทำงาน โดยจะเกิดปรากฏการณ์แทนแรงงานมนุษย์ด้วย หุ่นยนต์ ปัญญาประดิษฐ์ ความเป็นจริงเสมือน (Virtual Augmented) IoTs และแพลตฟอร์มของเศรษฐกิจแบ่งปัน (sharing economy) ในระดับปีที่

สูงขึ้น นอกจากจะส่งผลกระทบต่อแรงงานไร้ฝีมือ ยังส่งผลกระทบต่อแรงงานมีฝีมือด้วยเช่นกัน เป็นการเปลี่ยนจากยุคของ Gig Economy ที่ใช้แพลตฟอร์มในการทำงาน ไปสู่ Machine Economy ที่ใช้ AI และหุ่นยนต์ เมกะเทรนด์ที่ 4 การปฏิวัติพฤติกรรม การวิเคราะห์พฤติกรรมทางภายใต้แรงมุ่งทางเศรษฐศาสตร์ จะกลายมาเป็นทรัพยากรที่ส่งเสริมธุรกิจให้มีการเติบโต สมาร์ทโฟน และเซนเซอร์จะเข้ามาช่วยในการติดตามพฤติกรรม และแรงจูงใจของผู้บริโภคตลอดเวลา เมกะเทรนด์ที่ 5 การให้อำนาจแก่ลูกค้า คือ การที่ลูกค้าแต่ละคนเข้าใจถึงคุณค่าของสินค้าและบริการที่ต้องจ่าย และองค์กรธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องเข้าใจความต้องการ และพฤติกรรมของลูกค้าเป็นรายบุคคล เมกะเทรนด์ที่ 6 โลกแห่งความเป็นเมืองประเทศต่าง ๆ ในทวีปเอเชียและแอฟริกามีการขยายตัวของประชากรในจำนวนมาก ซึ่งกดดันให้เมืองขนาดมหึมา (megacities) เกิดการขยาย เมกะเทรนด์ 7 สุขภาพจิตนาการใหม่ ระบบการดูแลสุขภาพจะถูกปฏิบัติโดยเทคโนโลยี ลูกค้าจะมีข้อมูลจำนวนมาก และเข้ามาควบคุมการตัดสินใจในด้านสุขภาพต่าง ๆ ซึ่งไม่ใช่เพียงแต่ให้บริการภายในโรงพยาบาล คลินิก หรือศูนย์รักษาสุขภาพ เมกะเทรนด์ที่ 8 ดาวที่เต็มไปด้วยทรัพยากร นวัตกรรมจะเข้ามาแก้ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

นอกจากนี้ KPMG (2014) ก็ได้กล่าวถึงเมกะเทรนด์ที่ไม่แตกต่างกัน โดยได้ทำนายถึงสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นทั้งหมด 9 ประเด็น เมกะเทรนด์ที่ 1 การปรับเปลี่ยนของโครงสร้างประชากร (Demographics) คือ การที่มนุษย์มีอายุยืนยาวมากขึ้น แต่อัตราการเกิดลดลง ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุในเกือบทุกประเทศทั่วโลก ทำให้ต้องเผชิญกับการจัดการระบบสวัสดิการ และการดูแลสุขภาพ เมกะเทรนด์ที่ 2 การก่อกำเนิดของปัจเจกบุคคล (Rise of the individual) คือ ความล้มเหลวของการศึกษา สุขภาพ และเทคโนโลยี ทำให้ปัจเจกบุคคลมีอำนาจสูงขึ้น เมกะเทรนด์ที่ 3 การใช้งานเทคโนโลยี (Enabling Technology) คือ การที่ระบบ ICT เข้ามาปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของสังคมโลก เมกะเทรนด์ที่ 4 ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ (Economic interconnectedness) คือ การเพิ่มขึ้นของการค้าและการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ เมกะเทรนด์ที่ 5 หนี้สาธารณะ (Public debt) คือ ความจำกัดของงบประมาณจะส่งผลให้รัฐบาลต้องเข้ามาควบคุม และหาแนวทางใหม่ในการให้บริการสาธารณะ เมกะเทรนด์ที่ 6 การเปลี่ยนอำนาจทางเศรษฐกิจ (Economic power shift) คือ การที่ประเทศตลาดเกิดใหม่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด ส่งผลให้เกิดดวงดูลอำนาจทางเศรษฐกิจ เมกะเทรนด์ที่ 7 การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate change) คือ การเพิ่มสูงขึ้นของก๊าซเรือนกระจก (greenhouse gas) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งภูมิอากาศ และสิ่งแวดล้อมแบบที่คาดเดาไม่ได้ เมกะเทรนด์ที่ 8 ความตึงเครียดของทรัพยากร (Resource stress) คือ การขาดแคลนทรัพยากรนั้นสืบสาเหตุมาจากการเติบโตของประชากร และเศรษฐกิจ ตลอดจนสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ต้องมีการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเมกะเทรนด์ที่ 9 การเป็นเมือง (Urbanization) คือ การพยากรณ์ว่าผู้คนที่กว่า 2 ใน 3 จะอยู่อาศัยในเมืองภายในปี.ศ. 2030 เปรียบเสมือนโอกาสในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ

## วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในส่วนแรกจะเป็นการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและการลงพื้นที่สำรวจตลาด (Survey) ขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คำนวณจากสูตรการไม่ทราบจำนวนประชากร  $n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$  ;  $n$  = ขนาดตัวอย่าง,  $P$  = สัดส่วนของประชากรที่ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยทั่วไปมักใช้ 0.5,  $Z$  = ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 (มีค่าเท่ากับ 1.96),  $e$  = ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น มีค่าเท่ากับ 0.05 ที่จำนวนประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เมื่อนำมาแทนค่าในสูตร ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับหรือไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่างต่อกลุ่มธุรกิจเมกะเทรนด์ วิธีการสุ่มตัวอย่าง เลือกกลุ่มประชากรตัวอย่างผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต้นในแต่ละธุรกิจเมกะเทรนด์ไว้เป็นจำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดให้เลือกเก็บตัวอย่างจาก 3 อำเภอชายแดนจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมือง ซึ่งเป็น

ธุรกิจบริการที่มีองค์ประกอบทางกายภาพและ/หรือสภาพแวดล้อมการให้บริการที่สะท้อนวิถีชีวิตการดำเนินชีวิตของคนเมืองควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วย ธุรกิจคาเฟ่สมัยใหม่และธุรกิจร้านนั่งทำงาน ที่มีการตกแต่ง บรรยากาศ และการให้บริการคล้ายวิถีสังคมเมืองและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคด้วยการสื่อสารผ่านเทคโนโลยี โดยกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชายแดน อำเภอแม่สาย เชียงแสน และเชียงของ จังหวัดเชียงราย กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจเมกะเทรนด์ที่ตั้งอยู่ในอำเภอแม่สาย เชียงแสน และเชียงของ จังหวัดเชียงราย ส่วนที่สองทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยการออกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง 30 กิจการในพื้นที่ชายแดนเชียงราย เพื่อศึกษาศักยภาพเชิงพื้นที่และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ Strength, Weakness, Opportunity and Threat (SWOT) ตามการศึกษาของ Valentin (2001) และ TOWS และส่วนสุดท้ายทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาอุตสาหกรรมเมกะเทรนด์ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เป็นต้นแบบในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ที่ประสบความสำเร็จ หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนและนักวิชาการ จากนั้นทำการสังเคราะห์ข้อมูลตามลำดับความสำคัญเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะที่สอดคล้องต่อแนวทางการพัฒนาเมืองชายแดนจังหวัดเชียงรายเพื่อรองรับรับอุตสาหกรรมเมกะเทรนด์ในยุคดิจิทัล (กลุ่มธุรกิจเพื่อความบันเทิงเมือง)

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยสามารถแบ่งนำเสนอตามวัตถุประสงค์ 3 ประการ มีรายละเอียดโดยสังเขป ดังนี้

1. การดำเนินธุรกิจเพื่อความบันเทิงเมืองในพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงราย

จากการสำรวจภาคสนามในเดือน มิถุนายน 2560 พบจำนวนธุรกิจที่สอดคล้องกับธุรกิจเพื่อความบันเทิงเมืองทั้งหมด 6 กลุ่ม ประกอบด้วย ธุรกิจคาเฟ่ ธุรกิจร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้าขนาดเล็ก ฟิตเนส บันเทิง และอื่น ๆ โดยได้ทำการศึกษาจำแนกตามขนาดธุรกิจตามจำนวนพนักงานและจำนวนผู้ใช้บริการ มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ธุรกิจเพื่อความบันเทิงเมืองในพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงราย (อ.แม่สาย เชียงแสน เชียงของ)

	จำนวนธุรกิจเพื่อความบันเทิงเมือง						รวม
	คาเฟ่	ร้านอาหาร	ห้าง	ฟิตเนส	บันเทิง	อื่นๆ	
<b>แยกตามจำนวนพนักงาน</b>							
11 - 50 คน	14	16	8	4	2	7	51
6 - 10 คน	58	9	2	2	2	3	76
น้อยกว่า 5 คน	8	0	0	0	0	0	8
<b>รวม</b>	<b>80</b>	<b>25</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>135</b>
<b>แยกตามจำนวนผู้มาใช้บริการ</b>							
มาก	14	5	3	3	0	5	30
ปานกลาง	27	16	4	1	2	3	53
น้อย	39	4	3	2	2	2	52
<b>รวม</b>	<b>80</b>	<b>25</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>135</b>

ที่มา: จากการลงสำรวจพื้นที่โดยผู้วิจัย ณ เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2560

นอกจากนี้พบว่าภาพรวมของการดำเนินธุรกิจเมกะเทรนด์ในพื้นที่ชายแดน จังหวัดเชียงราย ทั้งด้านผู้ประกอบการและด้านผู้บริโภค มีการดำเนินการทางธุรกิจจริงและมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค แยกรายอำเภอ แสดงดังตารางที่ 2 ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมือง ในพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงราย

ประเด็นสำคัญ	แม่สาย	เชียงแสน	เชียงของ
การดำเนินธุรกิจ	พบกิจการที่เกี่ยวข้องกับความทันสมัย หรือความเป็นสังคมเมืองทั้งหมด 52 ราย จำแนกเป็นขนาดการจ้างงาน 6 – 10 คน ทั้งหมด 30 ราย และขนาดการจ้างงาน 11 – 50 คน ทั้งหมด 22 ราย	พบกิจการที่เกี่ยวข้องกับความทันสมัย หรือความเป็นสังคมเมืองทั้งหมด 48 ราย จำแนกเป็นขนาดการจ้างงานน้อยกว่า 5 คน ทั้งหมด 4 ราย ขนาดการจ้างงาน 6 – 10 คน ทั้งหมด 27 ราย และขนาดการจ้างงาน 11 – 50 คน ทั้งหมด 17 ราย	พบกิจการที่เกี่ยวข้องกับความทันสมัย หรือความเป็นสังคมเมืองทั้งหมด 35 ราย จำแนกเป็นขนาดการจ้างงานน้อยกว่า 5 คน ทั้งหมด 4 ราย ขนาดการจ้างงาน 6 – 10 คน ทั้งหมด 19 ราย และขนาดการจ้างงาน 11 – 50 คน ทั้งหมด 12 ราย
พฤติกรรมผู้บริโภค	ผู้คนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวนิยมเข้าร้านกาแฟ ห้องสรรพสินค้า และร้านอาหารสมัยใหม่ นอกจากนี้ มีการขับรถข้ามฝั่งของชนชั้นกลางชาวเมียนมาที่เข้ามาในพื้นที่เพื่อใช้บริการ	มีร้านกาแฟจำนวนมากที่ตั้งอยู่ตามชอยบริเวณตัวเมืองของอำเภอเชียงแสน ซึ่งได้รับความนิยมจากทั้งนักท่องเที่ยว คนในพื้นที่ที่ทำงานสถานที่ราชการ	ชาวสปป.ลาวมีการข้ามฝั่งจากเมืองห้วยทรายด้วยรถยนต์ส่วนตัวมาใช้บริการที่เป็นร้านอาหารสมัยใหม่ ร้านกาแฟ ตลอดจนซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้าเทสโก้ โลตัส นอกจากนี้ คนในพื้นที่โดยเฉพาะพนักงานราชการมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง และมีความต้องการในการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการ

ที่มา: ข้อมูลจากการสำรวจ

อำเภอแม่สาย เป็นอำเภอชายแดนที่เชื่อมต่อกับจังหวัดท่าขี้เหล็ก สหภาพเมียนมา จากลักษณะการค้าและสภาพเศรษฐกิจในบริเวณแม่สาย ทำให้อำเภอแม่สายถูกยกให้เป็น Trading city เมืองหลักแห่งการค้าชายแดนและศูนย์กลางทางธุรกรรมการเงิน ด้านการประกอบธุรกิจ แม่สายเป็นอำเภอที่มีความเป็นสังคมเมืองสูงกว่าอำเภอชายแดนอื่น ๆ ของจังหวัดเชียงราย เนื่องจากมีตลาดการค้าชายแดนที่เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่ค่อนข้างได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศอย่างมากในทุกฤดูกาล จึงทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของแม่สายอยู่ในอัตราที่สูง ประกอบกับมีพื้นที่ชายแดนเชื่อมต่อกับประเทศเมียนมา ซึ่งเป็นประเทศที่กำลังมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว และประชาชนมีกำลังซื้อที่สูง โดยเฉพาะที่อยู่บริเวณพื้นที่ชายแดนอย่างจังหวัดท่าขี้เหล็ก จากการลงสำรวจจำนวนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสังคมเมือง (ตารางที่ 1) พบว่า ธุรกิจทั้งหมดมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน ส่วนใหญ่มีขนาดการจ้างงาน 6-10 คน และ 11-50 คน ผู้ใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค จากการสังเกตการณ์ พบว่า พฤติกรรมการใช้สอยของคนในท้องถิ่นกับคนต่างถิ่นที่เข้ามาอาศัยอยู่อำเภอแม่สายมีลักษณะคล้ายกัน ส่วนใหญ่จับจ่ายใช้สอยด้านสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าทั่วไป สินค้าเพื่อสุขภาพ และการดูแลสุขภาพสุขภาพ ขณะที่พฤติกรรมกรจับจ่ายใช้สอยของชาวเมียนมาจะเข้ามาจับจ่ายใช้สอยด้านการบริการดูแลสุขภาพ สินค้าเพื่อสุขภาพ สินค้าอุปโภคบริโภค วัสดุก่อสร้าง ซึ่งชาวเมียนมานิยมบริโภคผลิตภัณฑ์ของไทย เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า รวมถึงการรับอิทธิพลจากสื่อประชาสัมพันธ์ของการเข้ามาศึกษาที่โรงเรียนในอำเภอแม่สายและการเคลื่อนย้ายเข้ามาทำงาน ตามแนวโน้มกระแสโลก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันจะทำให้เศรษฐกิจอำเภอแม่สายดีขึ้น

**อำเภอเชียงแสน** เป็นอำเภอชายแดนที่เชื่อมต่อกับเมืองต้นผึ้ง สปป.ลาว ภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่ออำเภอเชียงแสน คือ ภาคบริการ ซึ่งเป็นการให้บริการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากเชียงแสนมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมกว่า 22 แห่ง อาทิ ทะเลสาบเชียงแสนที่เป็นแหล่งดูนกพันธุ์หายาก วัดพระธาตุผาเงาเป็นวัดที่มีพระพุทธรูปเก่าแก่มากกว่า 1,000 ปี และสามเหลี่ยมทองคำที่เป็นจุดบรรจบของพื้นที่ชายแดนสามประเทศ คือ เมียนมา สปป.ลาว และประเทศไทย นอกจากนี้ ยังเป็นประตูหน้าต่างที่อยู่ตรงข้ามกับเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมทองคำของสปป.ลาว ที่ได้รับการสัมปทานโดยทุนขนาดใหญ่จากจีน ทำให้พื้นที่อำเภอเชียงแสนถูกวางบทบาทในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจให้เป็นเมืองท่องเที่ยว และเมืองท่าเรือ (port city) ขณะที่การค้าชายแดนทางน้ำก็มีการขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้านการประกอบธุรกิจ หากเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่อำเภอชายแดนระหว่างอำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ จะพบว่า เมืองเชียงแสนถือว่าเป็นเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด เนื่องจากเชียงแสนเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ จึงยากที่จะขยายตัวเมืองโดยไม่ส่งผลกระทบต่อโบราณสถาน ทั้งนี้ พื้นที่กว่าร้อยละ 57.18 เป็นพื้นที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตร ซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับการปลูกข้าวส่วนใหญ่ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นล้วนมาจากการเข้ามาของกลุ่มทุนเอกชนมาก่อสร้างท่าเรือพาณิชย์ในการให้บริการขนส่งสินค้ากว่า 10 ท่าเรือ เพื่อรองรับการขยายตัวของการค้าชายแดนกับจีนและประเทศที่สาม และมีการเข้ามาขยายกิจการของทุนค้าปลีกข้ามชาติในรูปแบบของร้านค้าสะดวกซื้ออย่าง Big C Mini 7-11 และ Tesco Lotus Express รวมถึงการเข้ามาลงทุนเปิดร้านอาหาร ร้านกาแฟ และโรงแรมตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ จากการลงพื้นที่สำรวจพบว่า มีธุรกิจเพื่อความบันเทิงเมืองทั้งหมด 46 ราย (ตารางที่ 1) ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค การจับจ่ายใช้สอยในพื้นที่ส่วนใหญ่มาจากชาวบ้าน ชาวเมียนมาและชาวลาวที่อยู่ฝั่งตรงข้ามชายแดน และนักท่องเที่ยว ชาวลาวจากเมืองบ้านต้นผึ้ง (สปป.ลาว) มีพฤติกรรมการข้ามฝั่งมาซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภคในอำเภอเชียงแสน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สินค้าประเภทนมผง แซลมู สบู่ และอื่น ๆ วัสดุก่อสร้าง โดยเฉพาะช่วงที่มีตลาดนัดวันอาทิตย์ นอกจากนี้ยังนิยมมาใช้บริการคลินิกรักษาโรคในฝั่งเชียงแสนเป็นจำนวนมาก เนื่องจากสปป.ลาว ยังไม่สามารถผลิตสินค้าและบริการได้เพียงพอต่อความต้องการ จึงต้องมีการพึ่งพาสินค้าจากฝั่งไทยสูง ส่วนชาวไทยที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นจะมีการซื้อสินค้าที่มีความแปลกใหม่กว่าวัยทำงานตามการเปลี่ยนผ่านของกระแสนิยม และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามา มีพฤติกรรมชอบท่องเที่ยวแบบเป็นธรรมชาติ ชมโบราณสถาน และดูวิถีชีวิตความเรียบง่าย ฉะนั้น จึงมีความสนใจต่อสินค้าที่มีคุณค่าทางประเพณีและวัฒนธรรมสูง

**อำเภอเชียงของ** เป็นอำเภอชายแดนที่เชื่อมต่อกับเมืองห้วยทราย สปป.ลาว ด้วยสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 4 ด้วยลักษณะภูมิเศรษฐศาสตร์ดังกล่าว เชียงของจึงได้ถูกยกเป็นเมือง logistics city ที่เน้นการบริการขนส่งและกระจายสินค้าทางบกที่เชื่อมโยงระหว่างสปป.ลาว และจีนตอนใต้ และเป็นเมืองผ่านสำหรับนักท่องเที่ยว จากข้อมูลสถานการณ์การค้าปัจจุบัน พบว่า การค้าชายแดนโดยรวมค่อนข้างลดลงจากปัญหาด้านการขนส่งข้ามแดนบริเวณสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 4 และสภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน อย่างไรก็ตาม การนำเข้ายังมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ด้านการประกอบธุรกิจ ปัจจุบันมีการเข้ามาของธุรกิจสมัยใหม่ ธุรกิจฟิตเนส และธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ จากผู้ประกอบการต่างถิ่นและผู้ประกอบการในพื้นที่ ซึ่งได้รับการตอบรับจากประชาชนอำเภอเชียงของเป็นอย่างดี เนื่องจากก่อนการเข้ามาของธุรกิจดังกล่าวประชาชนชาวเชียงของได้ให้ความสำคัญต่อสุขภาพและการออกกำลังกายอยู่แล้ว นอกจากนี้ยังได้รับความนิยมจากผู้บริโภครุ่นใหม่จากสปป.ลาว ที่เดินทางเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก จากการลงพื้นที่สำรวจพบว่า มีธุรกิจเพื่อความบันเทิงเมือง 35 ราย (ตารางที่ 1) ได้แก่ ร้านกาแฟ ร้านอาหาร ห้างร้าน/สรรพสินค้า สถานออกกำลังกาย สถานบันเทิง และร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จากการสังเกตการณ์ยังพบว่า การดำเนินธุรกิจบริการสมัยใหม่ประเภท ร้านกาแฟมีจำนวนทั้งสิ้น 24 ราย และธุรกิจอื่น ๆ อาทิ นวดแผนไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการดำเนินธุรกิจบริการสมัยใหม่ประเภทร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค การจับจ่ายใช้สอยในพื้นที่อำเภอเชียงของส่วนใหญ่มาจากชาวบ้านในพื้นที่ ชาวลาวที่อาศัยอยู่ฝั่งตรงข้าม (เมืองห้วยทราย) และนักท่องเที่ยว โดยการเดินทางเข้ามาจับจ่ายใช้สอยของประชากรสปป.ลาว จะเป็นการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง และเรือโดยสาร ซึ่งการเข้ามาจับ

จ่ายใช้สอยไม่แตกต่างจากทั้งสองอำเภอที่ส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค วัสดุก่อสร้าง และ การใช้บริการการดูแลสุขภาพพยาบาล จากการพบปะหรือกำบังประจักษ์หรือการค้าอำเภอเชียงของ พบว่า ผู้มีกำลังซื้อชาว สปป.ลาว และชาวจีนในยุคของ Gen X และ Gen Y มีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูง ทำให้มีความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการที่หรูหรา ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพอย่างมาก โดยผู้บริโภค รุ่นใหม่ให้ความสำคัญต่อการติดตามรีวิวของเว็บไซต์ tripadvisor.com Facebook เป็นต้น ฉะนั้นร้านค้า รูปแบบดังกล่าวจึงสามารถที่จะตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ได้อย่างดี ขณะเดียวกัน ในพื้นที่เชียงของได้มีธุรกิจ พิเศษ ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ และธุรกิจสมัยใหม่ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากทั้งกลุ่ม ประชากรในพื้นที่และนอกพื้นที่ที่มีพฤติกรรม และความต้องการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงสู่กระแสสุขภาพ ความเป็นสังคมเมือง และให้ความสำคัญต่อการดำเนินวิถีชีวิตก่อนและหลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

### นโยบายสนับสนุนธุรกิจเมกะเทรนด์พื้นที่ชายแดน จังหวัดเชียงราย

ผลจากการสำรวจ พบว่า การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและการปรับตัวของผู้ประกอบการ ทั้งสามอำเภอชายแดนจังหวัดเชียงราย สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาคลัสเตอร์เทคโนโลยีและ อุตสาหกรรมแห่งอนาคต 10 อุตสาหกรรมแห่งอนาคต สู่ 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมายของ นโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบริการด้านสุขภาพ อุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรม บริการแบบดิจิทัล และแนวทางการขับเคลื่อนและส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยุคใหม่แบบ “ดิจิทัล เอสเอ็มอี (Digital SMEs)”

ปัจจุบันพื้นที่ชายแดน จังหวัดเชียงรายจำเป็นต้องให้บริการรักษาสุขภาพแก่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยในแต่ละอำเภอมีกกลุ่มเป้าหมายของการบริการรักษาพยาบาลในปัจจุบันและอนาคตที่แตกต่างกัน ซึ่ง อำเภอแม่สายเป็นการให้บริการแก่ประชากรชาวเมียนมา อำเภอเชียงแสนให้บริการแก่ประชากรชาวสปป. ลาว และอำเภอเชียงของให้บริการแก่ประชากรชาวสปป.ลาว และจีนตอนใต้ รวมถึงผู้เกษียณอายุจาก ประเทศในภูมิภาค จึงถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับแนวทางการพัฒนาเพื่อผลักดันให้พื้นที่ชายแดน เป็นศูนย์กลางด้านการแพทย์ (Medical Hub) ของประเทศเพื่อนบ้านและภูมิภาค ซึ่งเป็นการต่อยอด 5 อุตสาหกรรมเดิม (The First S-Curves) ทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism) และกลุ่มสุขภาพ (Health & Wellness-Biomedical) โนคลัสเตอร์ของการเป็น Transborder Healthcare, Wellness Service และ Treatment Innovation รวมถึง ผู้ประกอบการได้มีการพัฒนาไปตามแนวทางกลุ่มเกษตรและอาหาร (Food & Agriculture-Biotech) ด้วยการเริ่มผลิตวัตถุดิบการเกษตรและจัดตั้งธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพขนาดเล็กและขนาดกลางสำหรับกลุ่ม ลูกค้าเฉพาะ Niche Market ทางด้านคลัสเตอร์ Functional Food นอกจากนี้ อำเภอเชียงของได้กำหนด ยุทธศาสตร์การพัฒนาสู่การเป็นเมืองศูนย์กลางการเกษตรสีเขียว Smart Farmer เกษตรอัจฉริยะ ซึ่ง สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาคลัสเตอร์การผลิตเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิต

### 2. ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis

ในการศึกษานี้ประกอบด้วย 3 อำเภอชายแดน ได้แก่ อำเภอแม่สาย เชียงแสน และเชียงของ ข้อมูลที่ใช้ศึกษานำมาจากการวิเคราะห์ฝั่งอุปทาน (Supply) อุปสงค์ (Demand) นโยบายภาครัฐบาล (Government) รวมถึงความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ทำให้ได้ผลการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อม SWOT ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมือง ประกอบด้วยจุดแข็ง ทั้งหมด 11 ด้าน จุดอ่อน 8 ด้าน โอกาส 6 ด้าน และ อุปสรรค 3 ด้าน ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสอุปสรรค SWOT Analysis

	จุดแข็ง (Strengths)		จุดอ่อน (Weaknesses)	
	ปัจจัยภายใน	1	ค่าครองชีพต่ำ ราคไม่ติด	1
	2	เมืองชายแดนมีบรรยากาศดี เหมาะกับการคิดไอเดีย	2	ยังไม่มีร้าน Co-working space อย่างเต็มรูปแบบ
	3	โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลทั่วถึง	3	ยังขาดธุรกิจ Service Office หรือ Virtual office
	4	มีร้านค้าเฟสสมัยใหม่จำนวนมาก	4	ยังขาดการส่งเสริมกลุ่ม Digital Nomad ในพื้นที่ชายแดน
	5	มีสถานที่ปลูกชา กาแฟ ที่ขึ้นชื่อของไทย	5	ร้านค้าแฟ้มยังเป็นรูปแบบดั้งเดิมและขาดการพัฒนาให้โดดเด่น
	6	มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติอุดมสมบูรณ์	6	ระบบขนส่งมวลชนยังไม่ทั่วถึงพื้นที่ชายแดน
	7	หาอาหารรับประทานได้ง่าย	7	เมืองชายแดนยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่
	8	ผู้คนเป็นมิตรและต้อนรับชาวต่างชาติ	8	ขาดการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในพื้นที่ชายแดน
	9	มีประเพณีและวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว		
	10	มีความปลอดภัยในการใช้ชีวิต การทำงาน		
	11	มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว		
ปัจจัยภายนอก	โอกาส (Opportunities)		อุปสรรค (Threats)	
	1	นโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลไทย	1	ระยะทางจากชายแดนถึงสนามบินหรือตัวเมืองค่อนข้างไกล
	2	มีสถาบันการศึกษาพัฒนาบุคลากรด้านไอที	2	บรรยากาศเมืองชายแดนค่อนข้างเงียบ
	3	ค่านิยมการทำงานนอกสถานที่	3	บรรยากาศช่วง Low season
	4	ค่านิยมการทำงานอิสระมากขึ้น		
	5	คนรุ่นใหม่เริ่มหันมาทำงานบ้านเกิดมากยิ่งขึ้น		
	6	ประชาชนมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น		

### 3. การวิเคราะห์กลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix

เมื่อทราบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจบริการเพื่อผู้สูงอายุแล้ว สามารถนำมาเขียนความสัมพันธ์ในรูปแบบ TOWS Strategic Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์ 4 ด้าน ที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาจังหวัดเชียงราย ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์พลิกฟื้น (WO) หรือเชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT) เพื่อจัดทำเป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมืองและพัฒนาเป็นเมืองชายแดนดิจิทัล (Digital Border City) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix

ปัจจัยแวดล้อมภายนอก \\ปัจจัยแวดล้อมภายใน	O – โอกาส (+) O1 นโยบาย (+) O2 บุคลากรไอที (+) O3 ค่านิยมทำงานนอกสถานที่ (+) O4 คนรุ่นใหม่ห้กลับมาทำงาน (+) O5 เข้าถึงอินเทอร์เน็ต	T – อุปสรรค (-) T1 ระยะทางจากตัวเมืองถึง ชายแดน (-) T2 บรรยากาศเมืองเงียบ (-) T3 Low Season
S – จุดแข็ง (+) S1 ค่าครองชีพต่ำ (+) S2 โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (+) S3 บรรยากาศดี (+) S4 ชา กาแฟ เชียงราย (+) S5 ผู้คนเป็นมิตร (+) S6 ประเพณีวัฒนธรรม (+) S6 ร้านอาหาร โรงแรม (+) S7ปลอดภัย (+) S8 ร้านคาเฟ่	SO – กลยุทธ์เชิงรุก Public Sector SO1: DLC (S1+S2,O1,O2) SO2: CTC (S1+S2,O1,O2) SO3: BDSF (S1,S2,S6+,O1,O2) Partnership SO4: S2E (S1,S2,S6+,O1,O2) SO5: CMC (S4,S6,S8+O1,O3,O4,O5) SO6: BCS (S4,S6,S8+O1,O3,O4,O5) SO7: CWS (S4,S6,S8+O1,O3,O4,O5) SO8: MGT(S4,S6,S8+O1,O3,O4,O5) SO9: DNV (S4,S6,S8+O1,O3,O4,O5) SO10: C&T (S3,S4,S8+ O1,O4) SO11:HDC (S3,S4,S6,S8+O1,O4)	ST – กลยุทธ์เชิงป้องกัน Public Sector ST1: ODC (S1,S2+T2,T3) Partnership ST2: DPE (S1,S2+T2,T3) ST3: LDN (S1,S2+T2,T3) ST4: LDT (S1,S2,S3+T2,T3) ST5: TSN (S1,S2,S3+T2,T3) ST6: BOC (S2,S3,S8+T2,T3)
W – จุดอ่อน (-) W1 ยังไม่มีชุมชน Digital nomad (-) W2 ขาดธุรกิจให้บริการ พื้นที่ (-) W3 ร้านคาเฟ่ยังไม่ทันสมัย (-) W4 ระบบขนส่งมวลชน (-) W5 ขาดการท่องเที่ยว ชายแดน	WO – กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น Public Sector WO1: DNVH (W1,W2+O1,O2,O3,O4,O5) WO2: DNP (W1,W2+O1,O2,O3,O4,O5) WO3: DNM (W1,W2+O1,O2,O3,O4,O5) WO4: DNA (W1,W2+O1,O2,O3,O4,O5)	WT – กลยุทธ์เชิงรับ Partnership WT1: DNF (W1,W5+T1,T2,T3) WT2: DNT (W1,W5+T1,T2,T3) WT3: DNH (W1,W5+T1,T2,T3)

จากตารางข้างต้น พบว่าสามารถกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาได้ทั้งหมด 4 รูปแบบดังต่อไปนี้

**กลยุทธ์เชิงรุก (SO)** เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนำเอาจุดแข็งภายในของพื้นที่มาเพื่อมาแสวงหาโอกาส ณ ที่นี้ ประกอบด้วย 8 กลยุทธ์ ได้แก่ SO1: ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจดิจิทัล (Digital Literacy Curriculum: DLC) SO2: กระจายความรู้ดิจิทัลสู่ผู้ฝึกสอน (Coach the Coaches: CTC) SO3: ให้เงินทุนสนับสนุนดิจิทัลสตาร์ทอัพชายแดน (Border Digital Startup Fund: BDSF) SO4: พัฒนานักเรียนให้เป็นผู้ประกอบการดิจิทัล Student to (Digital Entrepreneur: S2E) SO5: ส่งเสริมการพัฒนาคาเฟ่ให้ทันสมัย (Café Modernization Campaign: CMC) SO6: ส่งเสริมการพัฒนาอัตลักษณ์คาเฟ่ชายแดน (Border Café Signature: BCS) SO7: ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการทำร้านนั่งทำงานร่วม (Co-working Space Academy: CWS) SO8: ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านเมกะเทรนด์แก่ผู้ประกอบการ (Megatrend Training: MGT) SO9: ส่งเสริมการสร้างดิจิทัลนอแมดวัลเลย์ (Digital Nomad Valley: DNV) SO10: ส่งเสริมการเป็นเมืองแห่งชากาแฟ (Coffee & Tea City: C&T) และ SO11: ส่งเสริมการเป็นเมืองของหวานเพื่อสุขภาพ (Healthy Desserts City: HDC)

**กลยุทธ์พลิกฟื้นหรือเชิงแก้ไข (WO)** เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นแก้ไขจุดอ่อนภายใน ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้ WO1: จัดตั้งศูนย์ท่องเที่ยวเวคชั่นฮับสำหรับกลุ่มดิจิทัลนอแมด (Digital Nomad Vacation Hub: DNV) WO2: จัดตั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นสวรรค์ของกลุ่มดิจิทัลนอแมด (Digital Nomad Paradise: DNP) WO3: จัดกิจกรรมลัมนารวมกลุ่มดิจิทัลนอแมด (Digital Nomad Meeting: DNM) WO4: ให้ความรู้เกี่ยวกับอาชีพดิจิทัลนอแมด (Digital Nomad Academy: DNA) และ WO5: ส่งเสริมกลุ่มดิจิทัลนอแมด (Digital Nomad Promotion: DNP)

**กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)** เป็นการนำเอาจุดแข็งที่มีของพื้นที่มาป้องกันอุปสรรคภายนอกที่ไม่สามารถปรับแก้ไขได้ ๆ ได้ นอกจากป้องกันตนเอง ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ ดังนี้ ST1: ส่งเสริมพลเมืองดิจิทัลที่มีคุณภาพ Quality Digital Citizen (QDC) ST2: พัฒนาผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล (Digital Professional and Experts: DPE) ST3: พัฒนากลุ่มดิจิทัลนอแมดของชุมชน (Local Digital Nomad Star: LDN) ST4: ส่งเสริมการทำดิจิทัลทรานส์ฟอร์มสำหรับนักธุรกิจในพื้นที่ (Local Digital Transformation: LDT) ST5: ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายเทคสตาร์ทอัพในพื้นที่ (Tech Startup Networking: TSN) และ ST6: ส่งเสริมการแข่งขันประกวดคาเฟ่คุณภาพเยี่ยม (Best Quality Caf Award: BQC)

**กลยุทธ์เชิงรับ (WT)** เป็นการเลี่ยงอุปสรรคและจุดอ่อนโดยการตั้งรับ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้ WT1: ส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเทศกาลดิจิทัลนอแมด (Digital Nomad Festival: DNF) WT2: ส่งเสริมการเข้ามาท่องเที่ยวโดยให้แรงจูงใจทางภาษี (Digital Nomad Tax Holiday: DNT) และ WT3: ส่งเสริมการสร้างดิจิทัลนอแมดฮอตสปอต (Digital Nomad hotspot: DNH)

## สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 การดำเนินธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมืองในพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงราย จากการสำรวจภาคสนามในเดือน มิถุนายน 2560 พบจำนวนธุรกิจที่สอดคล้องกับธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมืองในพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงราย (แม่สาย เชียงแสน เชียงของ) จำนวนทั้งสิ้น 135 ธุรกิจ สามารถแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ประกอบด้วย ธุรกิจคาเฟ่ ธุรกิจร้านอาหาร ท่างสรรพสินค้าขนาดเล็ก พิตเนส บันเทิง และอื่น ๆ ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภครายอำเภอพบว่า แม่สายเป็นอำเภอที่มีความเป็นสังคมเมืองสูงกว่าอำเภอชายแดนอื่น ๆ ของจังหวัดเชียงราย เนื่องจากมีตลาดการค้าชายแดนที่เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่ค่อนข้างได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศอย่างมากในทุกฤดูกาล จึงทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของแม่สายอยู่ในอัตราที่สูง ประกอบกับมีพื้นที่ชายแดนเชื่อมต่อกับประเทศเมียนมา ซึ่งเป็นประเทศที่กำลังมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว และประชาชนมีกำลังซื้อที่สูง ขณะที่อำเภอเมืองเชียงแสนถือว่าเป็นเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด เนื่องจากเชียงแสนเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ จึงยากที่จะขยายตัวเมืองโดยไม่ส่งผลกระทบต่อโบราณสถาน ทั้งนี้ พื้นที่กว่าร้อยละ 57.18 เป็นพื้นที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตร ซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับการปลูกข้าวส่วนใหญ่ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นล้วนมาจากการเข้ามาของกลุ่มทุนเอกชนมาก่อสร้างท่าเรือพาณิชย์ในการให้บริการขนส่งสินค้ากว่า 10 ท่าเรือ เพื่อรองรับการขยายตัวของการค้าชายแดนกับจีนและประเทศที่สาม ถึงอย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาศักยภาพของพื้นที่โดยดูจากการวิเคราะห์ SWOT ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า พื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงรายมีจุดแข็งมากถึง 11 ด้าน และยังมีโอกาสให้เติบโตอีก 6 ด้าน แต่ควรเร่งแก้ไขจุดอ่อนทั้งหมด 8 ด้านและอุปสรรคอีก 3 ด้าน และผลการวิเคราะห์ TOWS ชี้ให้เห็นว่าเมืองชายแดนสามารถพัฒนาเพื่อรองรับธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมืองได้เป็นอย่างดี โดยมุ่งเน้นการกำหนดกลยุทธ์ 5 ด้าน อาทิเช่น การพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัลผ่านการอบรมหลักสูตรระยะสั้น เป็นต้น และธุรกิจสตาร์ทอัพ การส่งเสริมพัฒนาคุณภาพการให้บริการร้านค้าและร่วมทำงานร่วม และการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีดิจิทัลนอแมด เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา นำมาซึ่งการกำหนดแนวทางในการพัฒนาเมืองชายแดนเพื่อรองรับธุรกิจเพื่อความเป็นสังคมเมือง โดยสามารถนำมาเขียนความสัมพันธ์ของแนวทางการพัฒนาเพื่อตอบสนองเป้าหมายของจังหวัดเชียงราย และการพัฒนาเมืองชายแดน โดยกำหนดให้เป็นโมเดลการพัฒนา Digital Border City มีรายละเอียดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้ วิสัยทัศน์ (Vision) “สร้างเมืองชายแดนให้เป็นเมืองดิจิทัล” พันธกิจ (Mission) เตรียมพร้อมของเมืองชายแดนให้รองรับการเข้าสู่สังคมเมืองในยุคดิจิทัล โดยเริ่มจากครอบครัว ชุมชน และจังหวัดเป้าประสงค์ (Goals) ยกระดับการเป็นสังคมเมือง ขยายโอกาสทางธุรกิจดิจิทัลสู่ชุมชน ค่านิยมหลัก (Core Values) ชายแดนทันสมัย ตรงใจ คนรุ่นใหม่...” โดยสามารถกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ (Strategies) เพื่อดำเนินการพัฒนาให้เกิดเป็นรูปธรรมได้ทั้งสิ้น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ 1. ส่งเสริมพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญดิจิทัล (Digital Manpower) 2. ส่งเสริมธุรกิจสตาร์ทอัพดิจิทัล (Digital Startup) 3. ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจคาเฟ่และร้านนั่งทำงานร่วม (Café-working space) 4. ส่งเสริมการพัฒนาเป็นเมืองศูนย์รวมดิจิทัลนอมนomad (Digital Nomad Hub) และ 5. ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถี digital nomad (digital nomad tourism)

## บรรณานุกรม

- ณัฐพรพรรณ อุตมา และคณะ. (2561). *การค้าชายแดนในบริบทของระเบียบเศรษฐกิจเหนือ-ใต้*. เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ภพพรหมินทร์ วิโรตม์วัฒนานนท์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในยุคดิจิทัล. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ* นิตยสาร, 1(1).
- พิมพ์ธัญญา ม้องเสนาะ. (2561). *Gig economy: ระบบเศรษฐกิจใหม่กับวิถีการทำงานของคนรุ่นใหม่ที่ไม่เหมือนเดิม*. กรุงเทพฯ: สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานเศรษฐกิจชายแดนและโลจิสติกส์. (2561). *จำนวนสถานประกอบในพื้นที่ชายแดน 3 อำเภอที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจเมกะเทรนด์*. เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- Beth, A. (2015). Globetrotting digital nomads: The future of work or too good to be true?. *Forbes Leadership Forum*. Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/forbesleadershipforum/2015/12/22>
- EY. (2017). *The upside of disruption megatrends shaping 2016 and beyond*. Retrieved from [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-the-upside-of-disruption/\\$FILE/EY-the-upside-of-disruption.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-the-upside-of-disruption/$FILE/EY-the-upside-of-disruption.pdf)
- KPMG. (2014). *Future state 2030: The global megatrends shaping governments*. Retrieved from <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2014/02/future-state-2030-v3.pdf>
- PwC. (2016). *Five megatrends and their implications for global defense & security*. Retrieved from <https://www.pwc.com/gx/en/government-public-services/assets/five-megatrends-implications.pdf>
- Valentin, E. (2001). SWOT analysis from a resource-based view. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9(2), 54-69. Retrieved May 22, 2020, from [www.jstor.org/stable/40470032](http://www.jstor.org/stable/40470032)
- Wang. (2006). Identifying the success factors of web-based marketing strategy: An investigation of convention and visitors bureaus in the United States. *Journal of Travel Research*, 44(3), 239-249.
- Zeev, E. (2017). *World's top global mega trends to 2020 and implications to business, society and cultures*. Frost and Sullivan.