

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่า สุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)

Guidelines for Developing Tourism Market Potentials and Package Tour of
Sukhothai Old Town Community as the World Creative City
in the New Normal Way of Living

เฉลิมพล ศรีทอง และ อีรพงษ์ เทียงสมพงษ์

Chaloempon Sritong and Teerapong Teangsompong

มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี

Kanchanaburi Campus Mahidol University

นุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์

Nuchpravee Likitsarun

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus

E-mail: chaloempons@hotmail.com, teerapong.tea@mahidol.ac.th and nuchpravee.l@gmail.com

(Received : October 5, 2020 Revised : March 28, 2021 Accepted : April 5, 2021)

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชน 2) ศักยภาพการตลาด แนวทางการพัฒนาการตลาดและ 3) โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกประเทศไทยภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ งานวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีเจาะจงและลูกโซ่ เลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 27 คน จากผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการท่องเที่ยว จังหวัดสุโขทัย ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก มีการสนทนาแบบไม่เป็นทางการและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1) ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยเป็นชุมชนดั้งเดิมที่ตั้งถิ่นฐานอยู่รอบบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยมี 12 ชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก 2) ชุมชนมีความโดดเด่นในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์เนื่องจากมีมรดกวัฒนธรรมที่สืบทอดมายาวนาน ได้แก่ ชามสังคโลก ข้าวตอกพระร่วง ผ้าพื้นเมืองลาวพวน บายศรี เป็นต้น โดยมีแนวทางพัฒนา เช่น พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและเป็นรูปแบบตามความสนใจพิเศษ สร้างอัตลักษณ์ของสินค้าการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความเป็นเมืองเก่าสุโขทัย ยกย่องผู้ประกอบการการท่องเที่ยวชุมชนให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) รองรับฐานวิถีชีวิตใหม่ เป็นต้น 3) สร้างโปรแกรมการท่องเที่ยว “ยมมรดกพระร่วง” 3 วัน 2 คืน

จากส่วนประสมทางการตลาดของชุมชน และนำเสนอต่อสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ: การพัฒนาการตลาด การท่องเที่ยวชุมชน เมืองสร้างสรรค์โลก ฐานวิถีชีวิตใหม่

Abstract

This article aimed to study 1) the community contexts, 2) the market potentials and the guidelines for developing marketing potentials, and 3) the package tour of Sukhothai Old Town Community as the World Creative City of Thailand in the New Normal way of living. This qualitative approach used an in-depth interview, informal interview, and participant observation from 27 key informants (i.e., community leaders, government representatives, and tourism entrepreneurs in Sukhothai province) chosen by purposive and snowball sampling. All data were analyzed using content analysis. The findings showed that 1) the Sukhothai Old Town Community was established surrounding the Sukhothai Historical Park. The community comprises 12 smaller communities, all of which generate tourism products linking to the major tourist attractions. 2) The community has outstanding tourism products because of its long-standing cultural heritage, for example, chinaware, Khao Tok Pra Ruang (literally “popped rice of Phra Ruang”), Lao Puan Traditional Clothing, and the Bai Si ceremony (The ceremony of welcome). Besides, the community has developed the guidelines for tourism, for example, the package tour based on tourist’s behaviours and individual interests, the creation of identity products for Sukhothai Old Town, the upgrading of the Safety and Health Administration (SHA) in the New Normal way of living among community tourism entrepreneurs. 3) The development of a 3-day and 2-night package tour of Yon Moradok Phra Ruang (literally “The appreciation of Moradok Phra Ruang”) is initiated by the community in collaboration with the Thai Federation of Provincial Tourist Association for tourism market promotion.

Keywords: Market development, Community-based tourism, The world creative city,
The new normal way of living

บทนำ

จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) กล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกต่อผลกระทบสถานการณ์โควิด-19 พบว่ามีการเติบโตลดลงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปลายปี 2562 จนถึงรอบในไตรมาสแรกของปี 2563 เห็นได้จากมีนักท่องเที่ยวลดลงในเอเชียและแปซิฟิก ร้อยละ 34.8 ยุโรป ร้อยละ 18 อเมริกา ร้อยละ 16.2 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 19.7 และแอฟริกา ร้อยละ 13.6 นอกจากนี้สถานการณ์ดังกล่าวยังส่งผลให้ธุรกิจการบิน มีอัตราการจองตั๋วเครื่องบินลดลง ได้แก่ เอเชียและแปซิฟิก ร้อยละ 98 ยุโรป ร้อยละ 79 และอเมริกา ร้อยละ 67 รวมถึงธุรกิจโรงแรม มีอัตราการเข้าพักลดลง ได้แก่ ยุโรป ร้อยละ 26.3 เอเชียและแปซิฟิก ร้อยละ 28.3 สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 39 แอฟริกา ร้อยละ 31.1 และ ตะวันออกกลาง ร้อยละ 36.6 เมื่อเปรียบเทียบสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ระหว่างปี 2562 และ 2563 ในแต่ละเดือนพบว่า มีนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง ร้อยละ 82.15 โดยเริ่มรุนแรงมากขึ้นในเดือน มีนาคม 2563 ซึ่งมีอัตราการลดลงร้อยละ 23.55 และไม่มีนักท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนเมษายน-กันยายน 2563 ไม่เว้นแม้แต่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนลดลงร้อยละ 30.77 เมื่อเทียบกับแต่ละช่วง เดือนของปีที่ผ่านมา ส่งผลให้มูลค่าการใช้จ่ายของชาวไทยในการท่องเที่ยวภายในประเทศ ลดลงร้อยละ 46.37 อย่างไรก็ตามพบว่า แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของคนไทยยังเป็นจังหวัดกรุงเทพฯ ตามมาด้วยภาคเหนือ และ ภาคตะวันตกตามลำดับ สอดคล้องกับการใช้จ่ายส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพฯ ภาคใต้ และภาคเหนือตามลำดับ (Ministry of Tourism and Sports, 2020)

แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยจัดอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่างและภาคกลางตอนบน มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ มีประวัติศาสตร์ยาวนาน และจากการประกาศของยูเนสโกให้อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยเป็นมรดกโลกร่วมกันกับอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ซึ่งนอกจากความเป็นเมืองมรดกโลกแล้ว วิถีชีวิตของผู้คนในจังหวัดสุโขทัยยังคลุกเคล้าเติบโตมาพร้อมกับงานศิลปะ หัตถกรรม ถือเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม อาทิ การทอผ้าตีนจก การทำเครื่องสังคโลก ศิลปะปูนปั้น งานไม้ และงาน ลวดลายเครื่องทองและเครื่องเงินสุโขทัย ซึ่งทุกอย่างล้วนมีอัตลักษณ์มีชื่อเสียงเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวอย่างมาก (The Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Center, 2021). นอกจากนี้ยูเนสโก ยังได้ประกาศให้จังหวัดสุโขทัยเป็นเมืองสร้างสรรค์โลก (Creative Cities Network) สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk Art) ในปี พ.ศ. 2562 (Ministry of Education, 2021) ยกย่องจังหวัดให้มียุทธศาสตร์ระดับโลก ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศให้เดินทางมาเยือน จากข้อมูลพบว่า ในปี พ.ศ. 2562 จังหวัดสุโขทัย มีจำนวนนักท่องเที่ยวกว่า 1 ล้าน 5 แสนคน คิดเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 75 และต่างชาติร้อยละ 25 สร้างรายได้มากกว่า 3,900 ล้านบาท (Ministry of Tourism and Sports, 2021)

ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย เป็นชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ มีการดำรงชีวิตแบบย้อนรอยอดีตผ่านวิถีดั้งเดิม การท่องเที่ยวนอกจากการเข้าชมร่องรอยของอาณาจักรสุโขทัยผ่านโบราณสถาน นักท่องเที่ยวยัง

สามารถเรียนรู้ความเป็นมาและวัฒนธรรมเก่าแก่ที่คนในท้องถิ่นยังคงอนุรักษ์ไว้ การท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย จึงถือเป็นเสน่ห์และกลั่นอายของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ควบคู่กับวัฒนธรรมและวิถีชุมชน อีกทั้งยังมีสินค้าที่หลากหลายและมีชื่อเสียงสะท้อนถึงวิถีไทย ที่ผ่านมามาภาครัฐให้สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนภายใต้หลักการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (Suansri & Yeejawhaw, 2013) ทั้งนี้การท่องเที่ยวถือเป็นเรื่องราวของการส่งเสริมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้มาเยือน รวมถึงการดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆ ของชุมชน โดยการท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน (Choibamroong, 2009) นอกจากนี้การท่องเที่ยวชุมชนยังเป็นเครื่องมือของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยการจัดการท่องเที่ยวอย่างสมดุลส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่างๆ ที่ได้จากการท่องเที่ยวสามารถย้อนกลับคืนมาสู่ชุมชนและท้องถิ่นได้ (Emphandhu, 2007) ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของชุมชน พื้นที่ เศรษฐกิจ สังคม ประชาชนในชุมชนให้มีชีวิตอยู่ดีกินดี และสิ่งแวดล้อมได้รับการอนุรักษ์ รวมถึงการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตอันดีงามของชุมชนสืบทอดรุ่นต่อรุ่น บริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความยั่งยืนในชุมชนต่อไป

ที่ผ่านมาในปี 2563 ช่วงครึ่งปีแรก จังหวัดสุโขทัยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยที่มีนักท่องเที่ยวลดลง เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชนอย่างเห็นได้ชัดโดยพบว่า มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่ลดลง จาก 1,501,482 คน ในปี 2562 เหลือ 758,626 คน ในปี 2563 ลดลงร้อยละ 50.53 (Ministry of Tourism and Sports, 2021) บางธุรกิจต้องปรับตัวไปจนถึงปิดกิจการเพราะขาดรายได้ ยิ่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบไปทั่วโลก ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกห้ามนักท่องเที่ยวเข้าชม การเดินทางมาท่องเที่ยวหยุดชะงัก ต่อมาเมื่อสถานการณ์คลี่คลายจึงมีการเปิดรับนักท่องเที่ยวภายใต้รูปแบบฐานวิถีชีวิตใหม่ตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของภาครัฐ กระตุ้นการท่องเที่ยวในฐานะเมืองมรดกโลกและเมืองสร้างสรรค์โลก คาดหวังที่จะพัฒนาชุมชนของจังหวัดให้มีรายได้และเกิดความเข้มแข็ง อย่างไรก็ตามพบว่า สถานการณ์ดังกล่าวข้างต้นส่งผลให้ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยต้องปรับตัวเพราะนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากเดิม การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมไม่เป็นที่พอใจ อีกทั้งโปรแกรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวยังมีความไม่เหมาะสมทั้งรูปแบบและราคา (Sritong & Teerapong, 2021) เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว สร้างชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง ปรับแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด-19 ดังนั้น จึงควรทำการศึกษาพร้อมทั้งหาแนวทางพัฒนาศักยภาพการตลาดและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาบริบทชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกประเทศไทย
2. ศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่
3. นำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่

ระเบียบวิธีวิจัย

บทความวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการตลาดและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal)” เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนต้นแบบ 4 ภูมิภาค” โดยการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก สังเกต จดบันทึก และการสนทนากลุ่ม ซึ่งมีวิธีการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูล แหล่งข้อมูล และขอบเขตเนื้อหา โดยการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย มีเนื้อหาเกี่ยวกับบริบท ศักยภาพการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการตลาดและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่

2. กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 18 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้นำชุมชน กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และกลุ่มที่ 2 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย จำนวน 9 คน ได้แก่ ตัวแทนผู้นำชุมชน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ และตัวแทนผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยมีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ดังกล่าวไม่น้อยกว่า 5 ปี

3. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 3.1 เครื่องบันทึกเสียง เป็นการบันทึกเสียงในขณะสัมภาษณ์ เนื่องจากบางครั้งการจดบันทึกระหว่างสัมภาษณ์อาจไม่ทัน จึงจำเป็นต้องมีเครื่องบันทึกเสียงเพื่อเป็นการสำรองข้อมูล 3.2 แบบสังเกต เป็นแบบที่ใช้ในการสังเกตในขณะที่ยังไม่สัมภาษณ์ หรือเพื่อสังเกตการณ์ 3.3 แบบสัมภาษณ์ โดยมีคำถามที่เกี่ยวข้อง 7 ข้อ ได้แก่ สถานการณ์ นโยบาย จุดเด่น จุดด้อย โอกาส อุปสรรค ศักยภาพการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาด โปรแกรม และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ 3.4 แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม 3.5 ตรวจสอบเครื่องมือโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน นักวิชาการด้านการตลาด และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 ท่าน จากนั้นจึงปรับแก้ข้อคำถามที่ไม่เหมาะสม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบข้อมูล ประสานงานโดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล รายละเอียดแบบเจาะลึก โดยนัดวัน เวลา และสถานที่ สร้างความสัมพันธ์ โดยแนะนำตัวเบื้องต้น พูดคุยหาข้อมูลเกี่ยวข้องกับชุมชน แนวทางการพัฒนาการตลาดและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย ใน

ฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) (Chantavanich, 2014) โดยพิจารณาแหล่งที่มาของข้อมูล คือ 1) ด้านบุคคลซึ่งเมื่อบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ และ 2) ตรวจสอบด้านวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ วิธีการสังเกต สัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่มย่อย โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต่างกันในเรื่องเดียวกันข้อมูลจะเปลี่ยนจากเดิมหรือไม่ รวมทั้งการตรวจสอบข้อมูลจริงเชิงประจักษ์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด หลักการ รูปแบบ การบูรณาการ การส่งเสริมเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ เพื่อให้เห็นถึงความรู้ กระบวนการ และแนวทางการพัฒนาศักยภาพและการตลาด ตลอดจนโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย ในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ สรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) ศึกษาบริบทชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกประเทศไทย

ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง พื้นที่ส่วนใหญ่ เป็นที่ราบเหมาะสำหรับทำการเกษตรและมีภูเขาสูง-ต่ำ แนวเดียวกับเขาหลวงทางทิศตะวันตก โดยชุมชนตั้งอยู่โดยรอบพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประกอบด้วย 12 ชุมชนย่อย มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 7,439 คน แยกเป็นเพศชายจำนวน 3,536 คน คิดเป็นร้อยละ 47.53 และเพศหญิง 3,903 คน คิดเป็นร้อยละ 52.47 มี 2,454 ครัวเรือน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนาปลูกข้าว ค้าขาย รับราชการ รับจ้าง ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ชุมชนมีฝีมือความเชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม และจิตรกรรม ชุมชนมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และของฝากของที่ระลึกด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ **ชุมชนตะพังทองกลาง** ผลิตเครื่องประดับและจัดเป็นสินค้าโอท็อป ได้แก่ แหวน สร้อยคอ ต่างหู กำไลข้อมือ กรอบใส่พระ มีการลงยาแบบลวดลายและรูปทรงของสุโขทัยเพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ **ชุมชนแม่รำพัน** งานแปรรูปจากไม้เป็นสินค้าตกแต่ง ทั้งภาพนก ไม้ติดฝาผนัง กระดาษต้นไม้ **ชุมชนบ้านเหนือ** แกะสลักไม้รูปทรงต่างๆ เช่น รูปปลา เป็นต้น โดยเฉพาะการแกะสลักปลาตะเพียนซึ่งเชื่อว่าเป็นสินค้ามงคล อีกทั้งยังมีงานแกะสลักไม้แปรรูปที่วางขวดไว้นรูปทรงมือ ซึ่งมีชื่อเสียงและได้รับความนิยม นอกจากนี้ชุมชนมีการทำขนมพื้นเมือง ได้แก่ ขนมแตงโบราณ ขนมฟัก และข้าวแตงกา ซึ่งข้าวแตงกา เป็นขนมพื้นเมืองที่มีการสืบทอดมาตั้งแต่สมัยโบราณและหารับประทานได้ยาก **ชุมชนสุโขทัยนคร 1** นำเศษไม้มาประดิษฐ์เป็นเรือสำเภาจำลอง และเรือต่างๆ รวมทั้งแปรรูปแก้วและเฟอร์นิเจอร์จากรากไม้ **ชุมชนสุโขทัยนคร 3** ผลิตไม้แกะสลักรูปสัตว์ ได้แก่ นกสิรินธร ไก่ ปลา ปลากัด ช้าง และนกคุ้มซึ่งถือเป็นสัตว์มงคล รวมทั้งการแกะสลักพระประธาน **ชุมชนรามเล็ก** งานไม้แกะสลักอาทิ พระพุทธรูปไม้แกะสลัก โดยนายช่างที่มีประสบการณ์การแกะสลักพระพุทธรูปไม้มากกว่า 50 ปี นอกจากนี้ยังมีฝีมือการทำบายศรีแบบโบราณ และบายศรีรูปแบบต่างๆ เป็นการสืบทอดวัฒนธรรมไทย

ชุมชนรามใหญ่ ผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้ ตู กรอบรูปและป้ายชื่อติดบ้าน ผลิตภัณฑ์หลากหลายไม่โดยมีเอกลักษณ์เน้นทรงแบบยุโรปพร้อมทั้งแกะสลักด้วยลวดลายสุโขทัยแบบโบราณ แปรรูปเศษไม้เป็นเรือไม้สัก **ชุมชนปามะม่วง** ผลิตแผงกระถางจากไม้สัก และงานเรือสำเภาไม้ โดยมีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี ใช้เวลาว่างหลังจากการทำงาน นอกจากนี้ภายในชุมชนยังมีร้านก๋วยเตี๋ยวเรือแบบดั้งเดิม พร้อมทั้งธุรกิจการนวดแผนโบราณซึ่งเป็นที่ยอมรับของประชาชน และนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก **ชุมชนลิไท** ผลิตเรือนไทยจำลองซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจและซื้อเป็นของฝากของที่ระลึก และการทำเทียนโบราณซึ่งได้รับการสืบทอดจากบรรพบุรุษ สำหรับบางชุมชนมีความเชี่ยวชาญในงานประติมากรรม จิตรกรรม และหัตถกรรมสามารถยกระดับเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนได้ ประกอบด้วย **ชุมชนบ้านใต้** มีการผลิตงานประติมากรรมประดับโบสถ์วิหารเก่า เป็นศิลปกรรมช่างปูนปั้นเทวรูปขนาดใหญ่หรือพระพุทธรูปบูชาที่ได้รับการสืบทอดจากบรรพบุรุษ และงานจิตรกรรมวาดลายไทยบนผืนผ้าใบหรือพื้นผิววัสดุต่างๆ เป็นสินค้าสร้างสรรค์ และเป็นเอกลักษณ์ **ชุมชนบ้านใหม่ตระพังทอง** ผลิตเซรามิค เครื่องสังคโลก ทำเครื่องปั้นดินเผาเคลือบเนื้อละเอียดที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ อีกทั้งมีการสร้างพระพุทธรูปโดยเฉพาะงานหล่อพระพุทธรูปเป็นประติมากรรมที่รวมเอาช่างสิบหมู่ไว้แทบทุกแขนง ทั้งช่างปั้น ช่างหล่อหรือช่างเททอง ช่างขัด และช่างลงรักปิดทอง **ชุมชนศรีชุม** ผลิตโมบายปลาตะเพียนที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยปลาตะเพียนดังกล่าวมาจากเรื่องราวในอดีต ซึ่งชาวสุโขทัยนิยมนำปลาตะเพียนให้กับเด็กๆ เล่น เมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเห็นเกิดความชื่นชอบ จึงขายและได้จัดเป็นกิจกรรมเพื่อสอนวิธีการสานปลาตะเพียน อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์งานภาพวาด “ภาพพระภู” ซึ่งจัดจำหน่ายอยู่หน้าวัดศรีชุม รวมทั้งยังมีการถักโครเชต์ ในรูปแบบผ้าพันคอและเสื้ออีกด้วย นอกจากนี้ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย ยังตั้งอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เป็นเชิงประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น อาทิ วัดศรีชุม วัดตระพังทอง อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย บ้านมะขวิด พิพิธภัณฑสถานโบราณ ทะเลหลวง วัดมหาธาตุ พระแม่ย่า อุทยานเก่าพระพุทธสุตแผ่นดิน วัดวิหารทอง โครงการเกษตรอินทรีย์ พิพิธภัณฑสถานชีวิต อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย ชุมชนบ้านนาต้นจั่น หมู่บ้านท่าชัย เป็นต้น

ผลการสำรวจพบว่า สถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อชุมชนเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการขาดรายได้ บางกิจการต้องปิดเนื่องจากไม่มีนักท่องเที่ยวและต้องแบกรับภาระในการดำเนินธุรกิจ ต่อมาเมื่อสถานการณ์ดังกล่าวเริ่มคลี่คลาย นักท่องเที่ยวชาวไทยกลับมาท่องเที่ยวในวันหยุด และมีกลุ่มนักท่องเที่ยวในรูปองค์กรเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงจากเดิม จากท่องเที่ยวระยะยาวเป็นระยะสั้น หรือเลือกเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองสนใจและไม่ซ้ำซ้อน เช่น กิจกรรมการพิมพ์พระ กิจกรรมพิมพ์ลายกระเบื้องจาน-ชามสังคโลก เป็นต้น อีกทั้ง มีการเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวฐานวิถีชีวิตใหม่(New Normal) สถานที่ท่องเที่ยวหลักของจังหวัดมีมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 อาทิ จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว และเว้นระยะห่างทางสังคม สวมหน้ากากอนามัยอย่างเคร่งครัด มีการลงทะเบียนเข้า-ออกสถานที่แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

2) การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New normal) โดยจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด 7P's และกำหนดแนวทางพัฒนา ได้ดังนี้

2.1 ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว

2.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ชุมชนมีผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยวและสินค้าของฝากของที่ระลึกที่สอดคล้องความเป็นสุโขทัย ภายใต้วิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยววิถีชุมชนร่วมกับประวัติศาสตร์สุโขทัย จึงมีผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ชามสังคโลก ข้าวตอกพระร่วง ผ้าพื้นเมืองลาวพวน เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์หลักของชุมชนเป็นของฝากของที่ระลึกร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมเขียนจานลายสังคโลก การพิมพ์พระ ชื่อของฝากของที่ระลึกข้าวตอกพระร่วง ชมวัดอุโบสถ ชมพิพิธภัณฑ์ผ้าโบราณ ชมการสาธิตไม้แกะสลัก ผลิตภัณฑ์บางอย่างสามารถยกระดับเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม อาทิ การประดิษฐ์กระทง กิจกรรมทำขนมแดกงาและขนมข้าวตอกพระร่วง กิจกรรมการใส่บาตรตอนเช้า ณ วัดตระพังทอง ภายใต้ชื่อ “ใส่บาตรสะพานบุญ รับอรุณสุโขทัย” นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนยังสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัด จึงเป็นโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามพบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบางอย่างมีความซ้ำซ้อน หรือบางแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนยังไม่มีศักยภาพเพียงพอ เพราะขาดความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติเขาพระขงหลวงเนื่องจากขาดความปลอดภัย อีกทั้งยังพบว่าสินค้าหรือของฝากของที่ระลึกยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ ที่ดึงดูดความสนใจ อย่างไรก็ตามพบว่า ผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยวเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อาทิ ที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง

2.1.2 ราคา (Price) สินค้า/กิจกรรมการท่องเที่ยวมีระดับราคาที่หลากหลาย แต่พบว่า กิจกรรม/สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก มีราคาไม่เหมาะสมและไม่เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน โดยเฉพาะกิจกรรมหรือที่พักที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน สำหรับบางกิจกรรมชุมชนไม่มีการแจ้งราคาให้กับนักท่องเที่ยวทราบก่อนล่วงหน้า นักท่องเที่ยวจะประสานค่าใช้จ่ายกับผู้ประกอบการแต่ละรายโดยไม่ผ่านผู้รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการเดินทางหากเป็นรถโดยสารสาธารณะไม่สามารถควบคุมราคาตามที่ต้องการได้ ทั้งนี้พบว่า ไม่มีการกำหนดราคาแพคเกจ/โปรแกรมของกิจกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม จึงไม่สามารถเสนอขายโปรแกรมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมได้ อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชุมชนมีราคาไม่สูงหากเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นหรือภูมิภาคอื่น ซึ่งถือเป็นโอกาสในการท่องเที่ยว

2.1.3 การจัดจำหน่าย (Place) ชุมชนยังขาดศูนย์ประสานงาน ส่งผลให้การติดต่อ สอบถาม การจอง เพื่อการท่องเที่ยวหรือพักแรมไม่สะดวก อีกทั้งศูนย์ประสานงานสามารถเป็นสถานที่แนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชนก่อนนำเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวจริง การขาดช่องทางในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งช่องทางในปัจจุบัน เช่น เว็บไซต์ โทรศัพท์ ไม่สะดวกต่อการติดต่อประสานงาน และไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นปัจจุบันได้ แม้ว่าชุมชนจะเข้าร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ของภาครัฐ เช่น การออกร้าน การจัดแสดงสินค้า แต่ไม่สามารถสร้างการรับรู้ และเพิ่มยอดการจัดจำหน่ายให้สูงขึ้นได้

2.1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ขาดการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อกลุ่มเป้าหมาย ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวอะไร มีความน่าสนใจอย่างไร และจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างไร มีการออกร้านและจัดแสดง

สินค้ากับหน่วยงานภาครัฐ อย่างไรก็ตามพบว่าชุมชนขาดการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ด้วยขาดผู้รับผิดชอบในด้านการสื่อสารการตลาด และสื่อสังคมออนไลน์

2.1.5 บุคลากร (People) บุคลากรภายในแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยดีและเต็มใจให้บริการ อีกทั้งผู้นำ ผู้ประกอบการ และประชาชนในชุมชนมีความเข้มแข็ง มุ่งมั่น และมีเป้าหมายเดียวกัน เพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีปราชญ์ชุมชนที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดเรื่องราวและองค์ความรู้ของชุมชน ตลอดจนประวัติศาสตร์สุโขทัย มีผู้รับผิดชอบในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการ และชมรมฯ มีมิตรไมตรี มีทัศนคติต่อการให้บริการที่ดี สร้างความผูกพันให้กับนักท่องเที่ยว บางแหล่งนักท่องเที่ยวมีการบอกต่อ (Word of mouth) และกลับมาเยือนซ้ำ การพัฒนาการท่องเที่ยวยังขาดการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการเชื่อมโยงบูรณาการเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ชุมชนยังมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน นอกจากนี้บุคลากรยังขาดทักษะด้านการบริการ ด้านภาษาต่างประเทศ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการตลาด รวมถึงบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความรู้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.1.6 กระบวนการ (Process) ชุมชนขาดขั้นตอนการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น การจอง การชำระเงิน การดูแลรักษาความปลอดภัย โดยส่วนใหญ่ขั้นตอนดังกล่าวนักท่องเที่ยวจะประสานไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พักโดยตรง และไม่ผ่านความรับผิดชอบของชุมชน อีกทั้งชุมชนยังขาดกระบวนการในการอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจราจร กระบวนการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ต่างจากผู้ให้บริการหลักของจังหวัด ซึ่งพบว่า ชุมชนยังขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว จึงไม่มีขั้นตอนการให้บริการนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว ชัดเจน และทั่วถึง ทั้งนี้หากมีกระบวนการที่ชัดเจนจะสามารถแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดได้

2.1.7 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence) ชุมชนมีความพร้อมทางโครงสร้างพื้นฐาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบรักษาความปลอดภัยขั้นพื้นฐานในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา สัญญาณโทรศัพท์ เป็นต้น ทั้งนี้พบว่า ผลลัพธ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนแต่ละแหล่งค่อนข้างอยู่ห่างกัน แหล่งข้อมูลเพื่อสื่อความหมายมีน้อย ไม่ครอบคลุมทั่วพื้นที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมายมีสภาพเก่า ชำรุด และไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษเฉพาะบุคคล ไม่สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการได้

2.2 แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New normal) สรุปได้ดังนี้

1) พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยให้ทุกภาคส่วนของชุมชน ได้แก่ ภาคราชการส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการในชุมชน และผู้นำชุมชนร่วมกันบูรณาการเพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีระยะสั้นในราคาประหยัด ให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลและเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ

2) สร้างอัตลักษณ์ของสินค้าการท่องเที่ยว โดยให้ทุกภาคส่วนของชุมชน ได้แก่ ภาคราชการ ส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการในชุมชน และผู้นำชุมชนร่วมกันบูรณาการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ กิจกรรม และสินค้าด้านการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนและสื่อถึงความเป็นเมืองเก่าสุโขทัย

3) กำหนดราคาของสินค้าการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว และธุรกิจการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ที่พักโฮมสเตย์ รถเช่า ให้มีมาตรฐานและระดับราคาที่เหมาะสม โดยต้องอาศัยความร่วมมือของ ภาคราชการส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการในชุมชน และผู้นำชุมชน จัดประชุมและตกลงร่วมกันเพื่อกำหนดราคา หากเป็นสินค้า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หรือที่พัก ซึ่งมีลักษณะเดียวกันให้มีราคาที่ใกล้เคียงกันเพื่อสะดวกต่อการพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการเขียนลายงานสังคโลก กับ กิจกรรมเขียนลายผ้า มีราคาเดียวกัน หรือที่พักโฮมสเตย์ในชุมชนควรกำหนดราคาให้เท่ากัน เป็นต้น

4) จัดตั้งศูนย์ประสานงานนักท่องเที่ยวในชุมชน โดยให้ชุมชนจัดทำแผนและเสนองบประมาณไปยังส่วนราชการระดับภูมิภาค ผ่านส่วนราชการระดับท้องถิ่นเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ โดยศูนย์ประสานงานดังกล่าวมีส่วนช่วยในการรับรอง แนะนำ ตลอดจนเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวก่อนนำนักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวจริง

5) พัฒนาบุคลากรในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวให้มีความรู้ ในทักษะการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน การบริการ ภาษา การสื่อสารสมัยใหม่ ความรู้ด้านความปลอดภัยขั้นพื้นฐานและความปลอดภัยจากสถานการณ์โควิด-19 โดยความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาของจังหวัด หรือสถานศึกษาใกล้เคียง เช่น การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สาธารณสุขจังหวัด มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เป็นต้น

6) ควรพัฒนากิจกรรมการส่งเสริมการตลาดโดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทาง อาทิ Facebook, Line, YouTube รวมทั้งมีการสื่อสารการตลาดและปรับปรุงข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นปัจจุบันและมีความสม่ำเสมอ ตลอดจนจัดทำปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งประสานความร่วมมือกับสมาคมต่างๆ ในระดับประเทศเพื่อกระจายสินค้า และโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ทั่วถึง อาทิ สมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยว (TFOPTA) สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย เป็นต้น

7) ยกกระดับผู้ประกอบการการท่องเที่ยวชุมชนให้ได้รับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) โดยความร่วมมือระหว่างสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สาธารณสุขจังหวัด เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และความปลอดภัยด้านสุขอนามัยจากสินค้าและบริการต่างๆ ภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่

3) นำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และสำรวจข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวจริง ภายใต้ประเมินศักยภาพด้านส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน จากนั้นสนทนากลุ่มย่อยเพื่อกำหนดราคาและกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวซึ่งมีระยะเวลา 3 วัน 2 คืน ได้ข้อตกลงราคากลางและโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเสนอต่อสมาคม
สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย (TFOPTA) เพื่อการส่งเสริมการตลาด ดังนี้
ตารางที่ 1 การตกลงราคากลางสำหรับเครือข่ายธุรกิจนำเที่ยว

รายการ	อัตราค่าบริการ (บาท)	ราคา/คน (บาท) 2 PAX	ราคา/คน (บาท) 4 PAX	ราคา/คน (บาท) 6 PAX	ราคา/คน (บาท) 8 PAX
1. ค่าसानปลาตะเพียนใบลาน	60 บาท/1 คน	60	60	60	60
2. ค่าอาหารกลางวัน	250 บาท/1 คน	250	250	250	250
3. ค่าพิมพ์พระ	250 บาท/1 คน	250	250	250	250
4. ค่านักสื่อความหมาย +บริหารจัดการ	2,000	1,000	500	340	250
รวมต่อคน	2,560	1,560	1,060	900	810

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่พักและกิจกรรมที่ตนเองสนใจได้ ดังนี้ **ค่าที่พักโฮมสเตย์** ได้แก่
ห้องพักปรับอากาศและอาหารเช้า 350 บาท/คน หรือ พัดลมและอาหารเช้า 300 บาท/คน **Optional Tour**
ได้แก่ กิจกรรมเขียนงานลายสังคโลก 350 บาท/คน หรือ กิจกรรมวาดลายสุโขทัยโบราณบนกระเป๋ผ้า 350
บาท/คน และ **ค่าฐานกิจกรรม** ได้แก่ การทำกระทง 100 บาท/คน การทำขนมแดกงา 30 บาท/คน
การทำขนมพระร่วง 100 บาท/คน ค่าชะลอมใส่บาตรตอนเช้า ณ วัดตระพังทอง 70 บาท/ชุด/คน

ตัวอย่าง โปรแกรมท่องเที่ยว “ยลมรดกพระร่วง” ประกอบด้วยโปรแกรมดังนี้

วันแรก วัดศรีชุม-วัดตระพังทอง-อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ชุมชนเมืองเก่า- พิพิธภัณฑ์ผ้าโบราณ

06:30 น. เช็กอินเคาน์เตอร์สายการบินบางกอกแอร์เวย์ ตั้งอยู่แถว F อาคารชั้น 4 ณ สนามบินสุวรรณภูมิ

08:20 น. นำท่านเดินทางสู่ สนามบินสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย เที่ยวบิน PG211

นำท่านเดินทางไปยังศูนย์บริการข้อมูล เพื่อฟังประวัติศาสตร์ความเป็นมาของเมืองเก่า
สักการะพระอจนะ วัดศรีชุม พร้อมกิจกรรมสานปลาตะเพียน (กิจกรรมชุมชน)

12.00 น. รับประทานอาหารชุมชน ณ วัดตระพังทอง

13.00 น. นำท่านชมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยโดยรถราง เรียนรู้กระบวนการพิมพ์พระในอดีต
เดินทางเข้าสู่ชุมชนเมืองเก่า สัมผัสวิถีชีวิตคนในชุมชน ทำกิจกรรมการวาดลายเส้น
ลงในขามสังคโลก

นำท่านเดินทางสู่บ้านมะขวิด พิพิธภัณฑ์ผ้าโบราณ แหล่งรวมผ้าและย่านที่สวยงาม
รับประทานอาหารเย็น

20.00 น. เดินทางเข้าสู่ที่พัก Old city Boutique House

วันที่สอง ทะเลหลวง-วัดศรีชุม-อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

05.00 น. ร่วมกิจกรรมตักบาตรสะพานบุญ รับอรุณสุโขทัย ณ วัดตระพังทอง

เดินทางไปสักการะ ขอพรพระแม่ย่า อุทยานเก่าพระพุทธสดแผ่นดิน

เดินทางสู่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัยชมพระปรางที่วัดพระศรีมหาธาตุเมืองเชลียง

เดินทางสู่ชุมชนบ้านนาจัน ชมผ้าทอหมักโคลน

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ชิมข้าวเปียในบรรยากาศชนบท

13.00 น. เดินทางสู่แหล่งรวมผ้าชื่อดัง ณ ร้านสาทร จากนั้นเดินทางสู่หมู่บ้านทำชัย

ชุมชนทำเครื่องเงิน/ทอง

20.00 น. รับประทานอาหารเย็น เข้าที่พัก สบาย สบาย สุขุขทัย

วันที่สาม โครงการเกษตรอินทรีย์-พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

08.00 น. อาหารเช้าที่โรงแรม Check outนำท่านชม โครงการเกษตรอินทรีย์ สนามบินสุโขทัย

12.00 น. อาหารกลางวัน ณ คริวสุโข

13.00 น. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

15:30 น. เดินทางสู่ สนามบินสุโขทัย เช็คอิน ณ เคาเตอร์สายการบินบางกอกแอร์เวย์

18:50 น. เดินทางกลับสู่สนามบินสุวรรณภูมิ เที่ยวบิน PG214

ทั้งนี้โปรแกรมการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับเมืองสร้างสรรค์โลกประเทศไทย อาทิ กิจกรรมสวนสาธารณะ พิพิธภัณฑ์ กิจกรรมชมผ้าทอหมักโคลน มีการเชื่อมโยงกับหัตถกรรมพื้นเมือง ชุมชนได้รวมกลุ่มกันเพื่อสร้างรากฐานความมั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับเมืองสร้างสรรค์โลกประเทศไทย มีรูปแบบการจัดเป็นฐานวิถีชีวิตใหม่และอยู่ภายใต้การควบคุมเพื่อความปลอดภัยจากสถานการณ์โควิด-19

การอภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ ประกอบด้วยดังนี้

1) ศึกษาบริบทชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกประเทศไทย

ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย เป็นชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ มีวิถีชีวิตเกษตรกรรมควบคู่กับการสืบสานภูมิปัญญาดั้งเดิมในอดีต อาทิ งานจิตรกรรม ประติมากรรม และหัตถกรรม การท่องเที่ยวชุมชนจึงเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ความเป็นมา และวัฒนธรรมเก่าแก่ของท้องถิ่นผ่านการสานสัมพันธ์กับคนในชุมชน ด้วยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย มีสินค้าที่หลากหลายและมีชื่อเสียง อาทิ ข้าวตอกพระร่วง ขามสังคโลก ตุ๊กตาโบราณไม้แกะสลัก พระพิมพ์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติและเครื่องใช้ไม้สอยโบราณที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นวิถีไทยในอดีต โดยชุมชนมีการพัฒนาต่อยอดสินค้าให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การเขียนจานลายสังคโลก การวาดลายสุโขทัยโบราณบนกระเป๋ผ้า การพิมพ์พระ รวมถึงกิจกรรมการตักบาตรสะพานบุญ กิจกรรมการทำกระทง ขนมแดงงา ขนมข้าวตอกพระร่วง ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชุมชนสร้างความมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติ สอดคล้องกับ Anantamongkolkul & Pattanapokinsakul (2019)

และ Chen & Rahman (2018) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คำนึงถึงการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้สังคมและวัฒนธรรมผ่านการปฏิบัติหรือลงมือทำ เป็นการส่งมอบประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้ ทำความเข้าใจในมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง

2) ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่

ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยมีความโดดเด่นและจุดแข็งด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีจำนวนมาก หลากหลาย และเป็นเอกลักษณ์ โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นทั้งของฝาก ของที่ระลึกและกิจกรรมการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการมีส่วนร่วม ด้านราคาพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยว และที่พัก มีการกำหนดราคาที่แตกต่างกันยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน อีกทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเลือกแหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าของราคา สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Mckercher, 1998) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความแตกต่างของระยะเวลา ราคาค่าโดยสาร และระยะทางของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการจัดจำหน่ายพบว่า ยังมีให้เลือกไม่หลากหลาย อีกทั้งขาดศูนย์ประสานงานของชุมชนหรือผู้รับผิดชอบโดยตรง ด้านบุคลากร มีไม่เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว ขาดทักษะในการบริการ ภาษา การสื่อสารการตลาด และความปลอดภัยจากสถานการณ์โควิด-19 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jaiuea et al. (2016). กล่าวว่า การสร้างความสนใจให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บุคลากรผู้ให้บริการ ต้องฝึกอบรมทักษะด้านต่างๆ ให้มีความเชี่ยวชาญ รวมถึงการให้ความสำคัญกับประชาชนในท้องถิ่นในฐานะที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวด้วยการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งนอกจากเป็นการกระจายรายได้แล้ว ยังก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น เกิดความภาคภูมิใจในมรดกวัฒนธรรม และนำไปสู่แนวทางการอนุรักษ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้านค้าหรือธุรกิจการท่องเที่ยวภายในชุมชนจะเป็นผู้ดำเนินการภายใต้กิจการของตนเอง ดังนั้นรูปแบบการส่งเสริมการตลาดและการส่งเสริมการขายภายใต้ภาพรวมของชุมชนจึงไม่สามารถดำเนินการให้เป็นมาตรฐานเดียวกันได้ ด้านกระบวนการชุมชน ยังไม่มีกระบวนการที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยผ่านชมรมหรือผู้นำชุมชนอาจก่อให้เกิดความยุ่งยากนักท่องเที่ยวจึงนิยมติดต่อผ่านแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนโดยตรง สอดคล้องกับการศึกษาของ Bitner et al. (1995) กล่าวว่า ช่วงเวลาในการให้บริการจะทำให้นักท่องเที่ยวจดจำกระบวนการให้บริการ หากมีบริการที่ดีในช่วงเวลาของการท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวจดจำเหตุการณ์ที่ประทับใจ กลับกันหากบริการไม่ดีจะทำให้นักท่องเที่ยวจดจำเหตุการณ์ที่เลวร้าย และเกิดความไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยว และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ยังไม่พร้อม ไม่สะดวกต่อการเข้าถึง ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย มีสภาพชำรุด ทรุดโทรมและไม่เป็นปัจจุบัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Pongnirundorn et al. (2016) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการคมนาคมเพื่อการเข้าถึง ตลอดจนป้ายบอกทางสำหรับนักท่องเที่ยวมีส่วนยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ดีขึ้น จากศักยภาพการตลาดดังกล่าวจึงมีแนวทางในการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ดังนี้

(1) การบูรณาการการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วนของชุมชน เพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ

พฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (2) ทุกภาคส่วนของชุมชน ร่วมสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าการท่องเที่ยว (3) กำหนดราคาสินค้า โปรแกรมการท่องเที่ยว และธุรกิจการท่องเที่ยวในชุมชนให้ได้มาตรฐานเดียวกันและมีระดับราคาที่เหมาะสม (4) จัดตั้งศูนย์ประสานงาน จุดให้บริการ หรือสถานที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (5) พัฒนาบุคลากรในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวให้มีความรู้ในทักษะการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน การบริการ ภาษา การสื่อสารสมัยใหม่ ความรู้ด้านความปลอดภัยขั้นพื้นฐานและความปลอดภัยจากสถานการณ์โควิด-19 (6) พัฒนากิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ในทุกช่องทาง อาทิ อาทิ Facebook Line YouTube และประสานความร่วมมือกับสมาคมต่างๆ ในระดับประเทศเพื่อกระจายสินค้า และโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ทั่วถึง (7) ยกกระดับผู้ประกอบการการท่องเที่ยวชุมชนให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety & Health Administration เพื่อพัฒนาการบริการสู่มาตรฐาน สร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับประสบการณ์ที่ดีมีความสุข และความปลอดภัยด้านสุขอนามัยจากสินค้าและบริการต่างๆ ภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่

3) การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่

สามารถพัฒนาเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย โดยกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษแต่ละบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kitja (2014) กล่าวว่า การเลือกซื้อบริการการท่องเที่ยว คือโปรแกรมนำเที่ยวซึ่งต้องมีความน่าสนใจ โดยต้องมีโปรแกรมตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และใช้จ่ายงบประมาณตามความสนใจ จึงสามารถกำหนดเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวซึ่งมีระยะเวลา 3 วัน 2 คืน ภายใต้ชื่อโปรแกรมท่องเที่ยว “ยมมรดกพระร่วง” โดยวันแรกเดินทางท่องเที่ยววัดศรีชุม-วัดตระพังทอง-อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ชุมชนเมืองเก่า-พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุโขทัย วันที่สองเดินทางท่องเที่ยวทะเลหลวง-วัดศรีชุม-อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และวันที่สามท่องเที่ยวโครงการเกษตรอินทรีย์-พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุโขทัย ซึ่งโปรแกรมหาดังกล่าวได้นำเสนอต่อสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย (TFOPTA) เพื่อส่งเสริมการตลาดต่อไป

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนให้ตอบสนองพฤติกรรมและรูปแบบความสนใจพิเศษส่วนบุคคลและคณะบุคคล มีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารและโปรแกรมการท่องเที่ยวให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย มีการบูรณาการร่วมกันระหว่างชุมชน ภาครัฐ และผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ควรพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ พัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้เป็นอัตลักษณ์ ปรับราคาให้มีมาตรฐานเดียวกัน เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาดในส่วนของการประชาสัมพันธ์ และเพิ่มกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย รวมถึงการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะในการรองรับนักท่องเที่ยว (Upskill-Reskill) ทั้งมาตรฐานบริการและความปลอดภัยจากสถานการณ์

โควิด-19 นอกจากนี้ควรนำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ร่วมกันพัฒนาระหว่างชุมชนและหน่วยงานผู้เกี่ยวข้องเสนอขายต่อนักท่องเที่ยว สมาคม และหน่วยงานทางการท่องเที่ยวต่างๆ

องค์ความรู้ใหม่และผลที่เกิดต่อสังคม ชุมชน ท้องถิ่น

จากการศึกษา ทางผู้วิจัยพบว่า เดิมทีชุมชนไม่มีการประเมินศักยภาพ และจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกมาก่อน เมื่อนักวิจัยลงพื้นที่และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวแบบบูรณาการทำให้ทราบถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก อีกทั้งเมื่อร่วมกันออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการเป็นเมืองสร้างสรรค์โลกประเทศไทย ซึ่งโปรแกรมดังกล่าวชุมชนสามารถนำไปต่อยอด และเป็นต้นแบบของการพัฒนาโปรแกรมอื่นๆ ของการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม อีกทั้งเป็นการบูรณาการร่วมกันระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ สามารถปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด-19 โดยโปรแกรมการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นเกิดจากความร่วมมือทุกภาคส่วนเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชน ซึ่งโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวมีความเหมาะสมต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งรายบุคคลและหมู่คณะ ส่งผลให้ชุมชนมีศักยภาพ เพิ่มโอกาสในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

References

- Anantamongkolkul, C. & Pattanapokinsakul, K. (2019). Creative Tourism Behaviour of Cultural Tourists in Phuket. *Journal of International and Thai Tourism*, 15(2), 1-20.
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/177702> (In Thai)
- Chantavanich, S. (2014). *Quality research*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Choibamroong, T. (2009). *The role of local government organizations and sustainable tourism development based on the sufficiency economy concept*. Bangkok: Cabinet and Royal Gazette Publishing Office. (In Thai)
- Emphandhu, D. (2007). *Community-Based Tourism development and homestay activities*. Bangkok: Kasetsart University Press. (In Thai)
- Jaiuea, M., Kulsiri, P., Aticetin T. & Sirisuthikul, V. (2016). Marketing Model for Cultural Heritage Tourism Development: Bangluang community Bangluang Sub-District, Banglen District Nakhonpathom Province. *Sripatum Chonburi Journal*, 12(3), 12-24. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SPUCJ/article/view/86291> (In Thai)

- Kitja, J. (2014). *Behavior of Thai tourists towards purchasing outbound tour packages from travel agents in Bangkok*. (M.B.A., Chiang Mai University). (In Thai)
- Ministry of Education. (2021). *UNESCO Creative Cities Network-uccn*. Retrieved from <https://www.bic.moe.go.th/index.php/unesco-others-menu/unesco-menu/> (In Thai)
- Ministry of Tourism and Sports. (2021). *Tourism statistics*. Retrieved from https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=592 (In Thai)
- Ministry of Tourism and Sports. (2020). *Tourism Economic Review*. Retrieved from <https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/> (In Thai)
- Pongnirundorn, S., Buatham, O., & Yodsuwan, C. (2016). Guidelines for Effective Development In Tourism Management of Wang Nam Khiao District, Nakhon Ratchasima Province. *MBA-KKU Journal*, 9(1), 234-259. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/mbakkujournal/article/view/62500> (In Thai)
- Sritong, C., & Teerapong T. (2021) Guidelines for Developing Tourism in the World Heritage City and the World Creative City by the Sukhothai Old Town Community in the New Normal Life the post COVID-19 era. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 15(2), 103-114. http://www.thonburi-u.ac.th/Journal/Document/15-2/Journal15_2_9.pdf (In Thai)
- Suansri, P., & Yeejawhaw, S. (2013). *Community standard tourism guide*. Chiangmai: Wanida Printing. (In Thai)
- The Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Center. (2021). *Database of important archaeological sites in Thailand*. Retrieved from <https://www.sac.or.th/databases/archaeology/> (In Thai)
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1995). The service encounter. In E.G. Baieson (ed.), *Managing service marketing: Text and reading*. (4th ed.). Chicago, IL: The Dryden Press.
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *ScienceDirect*, 26 (2018), 153-163. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.006>
- McKercher, B. (1998). The effect of market access on destination choice. *Journal of Travel Research*, 37(3), 39-47. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728759803700105>