

ศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม
Management Potential of the World Heritage City Cultural Tourism
Development Area

วัลย์ลักษณ์ พันธุ์* และพรณิมา วรณสุทธิ์*

Walailak Panturee* Phantima Wannasut*

วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น*

Northern College*

Email : nampueng_2@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อม และศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยว 2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดในการให้บริการของกิจการในเขตแหล่งท่องเที่ยว 3. เพื่อศึกษาปัญหา และความต้องการผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการท่องเที่ยว และ 4. เพื่อสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม จำนวน 20 คน ผู้ประกอบการและผู้ที่พักอาศัยอยู่บริเวณเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม จำนวน 60 คน และนักท่องเที่ยวที่การมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย 4 จังหวัด จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ จำนวน 1 ชุด และแบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. แหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมอยู่ในตำแหน่งที่มีจุดแข็งโดดเด่นในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านการตลาดทางการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาส โดยเฉพาะกระแสการเดินทางท่องเที่ยวและการเปิดประชาคมอาเซียน แต่สำหรับด้านธุรกิจบริการ การท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกภาครัฐยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุง รวมทั้งการป้องกันอุปสรรคต่างๆ โดยมีการบริหารงานแบบบูรณาการร่วมกัน และต้องทำการเสริมสร้างพันธมิตร พัฒนาจุดแข็งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและการตลาด โดยจะต้องป้องกันข้อจำกัด และเร่งแก้ปัญหาด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐาน และการยอมรับในระดับสากล

2. กลยุทธ์ทางการตลาด/การให้บริการของกิจการ มีการตรวจสอบความปลอดภัยหรือคุณภาพของสินค้าหรือการให้บริการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีระยะเวลาในการตรวจไม่แน่นอน ส่วนใหญ่ไม่ได้รับการอบรมจากโดยหน่วยงานทางราชการ คุณภาพการให้บริการเท่ากับคู่แข่งหรือร้านอื่นๆ และการประกอบกิจการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าคือการให้บริการตามความต้องการของลูกค้า ส่วนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้าเข้ามาให้บริการในกิจการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับข้อที่มีความมากไปหาน้อย อันดับแรก คือ ผู้ให้บริการมีทักษะในการสื่อสารอยู่ในระดับดี/มีอัธยาศัยดี รองลงมา คือ จัดสถานที่ให้เหมาะสม/มีความสวยงาม/สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย และการติดป้ายประชาสัมพันธ์/ตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวกในการค้นหา ตามลำดับ

3. ระดับปัญหา และความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้าน

วัฒนธรรมไม่สม่ำเสมอ รองลงมา คือ ขาดความรู้ในการให้บริการกิจกรรมนันทนาการ/ร้านอาหาร และขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางสื่อต่างๆ ตามลำดับ

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน ส่วนใหญ่มาเที่ยว 2-3 ครั้งแล้ว แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการคือโบราณสถาน/วัตถุ ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 ชั่วโมง ซึ่งส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ เช่น Face book, Youtube, Line นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม และชำระเงินค่าใช้บริการด้วยเงินสด ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยเข้าชมกิจกรรมนันทนาการฟรี/มีส่วนลดพิเศษกรณีเป็นมาเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และมีความประทับใจศูนย์การเรียนรู้/การให้ข้อมูลข่าวสาร ส่วนความคิดเห็นการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ การให้บริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการ รองลงมา คือ สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม เหมาะสมกับเป็นแหล่งท่องเที่ยว และการวางโครงสร้างระบบการบริหารจัดการของเหมาะสม/สะดวกในการใช้บริการ ตามลำดับ

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, ความต้องการ, นักท่องเที่ยว, ชุมชน

Abstract

The purposes of the research were to 1) investigate the environment and tourism potential management, 2) study service marketing strategies of businesses in tourist places and attractions, 3) investigate the problems and needs of persons concerned in service and tourism management, and 4) explore the behaviors and opinions of tourists on using the services of the Cultural World Heritage Sites. The samples of the research were 20 persons concerned of the Cultural World Heritage Sites, 60 entrepreneurs and people who lived in the neighborhood of the Cultural World Heritage Sites, and 385 tourists using the services of the Cultural World Heritage Sites that comprised 4 provinces. The research instruments seemed to be one interview form and two questionnaires. The statistics used to analyze data were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The findings of the research indicated that;

1. The strengths of the Cultural World Heritage Sites were the remarkableness of tourism resources and tourism marketing. In addition, there were external environments as the opportunities, especially tourism trends and the way forward for the ASEAN Community. For the service business, tourism and facilities, government sectors had to concentrate on developing them continuously and preventing threats based on the integrated management and alliance orientation. Moreover, government sectors had to focus on improving the strengths of tourism resources and tourism marketing by means of preventing restrictions and solving the problems of tourism services and facilities immediately to ensure quality and be internationally recognized.

2. In terms of the marketing strategies / providing services of businesses, it was found that the period of testing to ensure quality and safety of products and services of related organizations was uncertain, and businesses lacked training from government sectors. Service quality was equal to competitors or other stores. Engaging in businesses can make an

impression on customers that providing services met the needs of customers. The marketing strategies used to attract customers to businesses, as a whole were at the high level based on mean arranged in descending order; that is, good communication skills / being good-natured of service providers, providing proper places; beautifulness / cleanliness and neatness, and putting up the billboards; standing in a good location respectively.

3. The levels of investigate the problems and needs of persons concerned in service and tourism management of the Cultural World Heritage Sites, as a whole were at the high level based on mean arranged in descending order; that is, irregularly providing tourism activities of the Cultural World Heritage Sites, lacking knowledge about providing services of recreational activities / restaurants, and lacking tourist attraction advertising through media respectively.

4. In terms of the behaviors of tourists coming to the Cultural World Heritage Sites, the tourism purpose was travelling for pleasure only by private cars with the group of their friends. Most of them have already come two or three times. The tourist attractions that tourists needed to see were archaeological sites / antiques and spent one hour traveling. Most tourists knew tourist attractions from social media such as Facebook, YouTube, and Line. Most of them chose to use restaurant services and paid by cash. The sales promotion activities comprised free admission for recreational activities / special discount for groups of students, and the tourists were impressed with learning centers / providing information. In terms of the opinions on tourism management of the Cultural World Heritage Sites to provide services to the tourists and communities, as a whole were at the high level based on mean arranged in descending order; that is, providing various services meeting the needs of customers, clean, neat, and beautiful places that were appropriate to become tourist attractions, and structures of an appropriate location management system / consumer convenience in using services respectively.

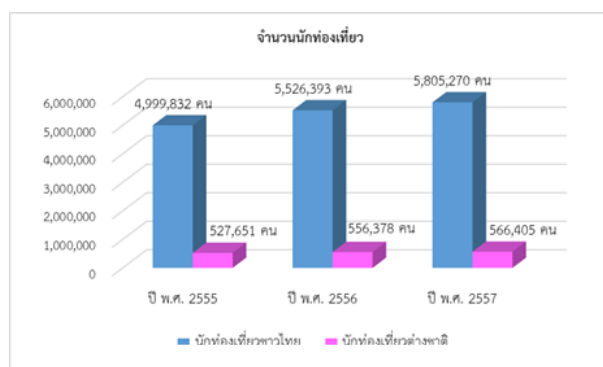
Keywords: Management, Needs, Tourists, Communities

บทนำ

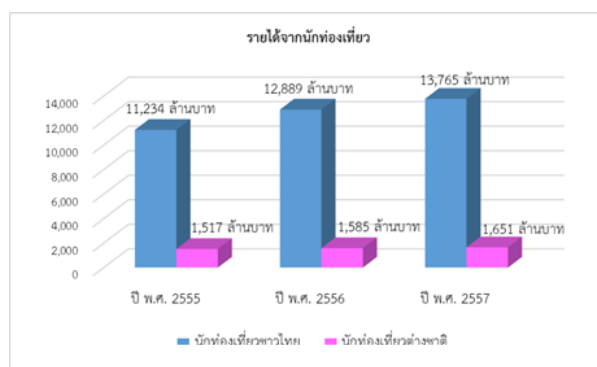
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลก ซึ่งในปี 2558 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกมีมูลค่ากว่า 7.86 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 9.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศทั่วโลก (Gross Domestic Product: GDP) ในส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยนั้นได้สร้างรายได้กว่า 2.23 ล้านล้านบาท มีมูลค่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 17 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560: หน้า 4) สำหรับแนวโน้มนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (ไทยเที่ยวไทย) พบว่าในช่วงปี 2554-2558 มีการเติบโตกว่าร้อยละ 9 ต่อปี โดยในปี 2557 นักท่องเที่ยวไทยเดินทางคิดเป็น 136.2 ล้านคนครั้ง และเพิ่มขึ้นในปี 2558 ที่ 138.8 ล้านคนครั้ง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560: หน้า 5) การส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นนโยบายหนึ่งที่ภาครัฐบาลได้ส่งเสริมในการลงทุนทั้งในส่วนที่ภาครัฐบาลลงทุนเองและในส่วนของภาคเอกชนดำเนินการ ซึ่งสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศจำนวนมหาศาลในแต่ละปี การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลได้มุ่งเน้นที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยการสร้างความ

พึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหลักความสำเร็จของการท่องเที่ยวอยู่ที่ความยั่งยืนของการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องยั่งยืนตลอดไป

ในส่วนของการพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย 4 จังหวัด คือ สุโขทัย พิษณุโลก กำแพงเพชร และตาก ซึ่งมีการประกาศเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2559 และยังกำหนดวิสัยทัศน์ คือ แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก เชื่อมโยงท่องเที่ยวอาเซียน และวางยุทธศาสตร์ 3 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับมรดกวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติด้วยการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาลิขสิทธิ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดและการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 3 เชื่อมโยงและจัดการการท่องเที่ยว ระหว่างภายในและภายนอกเขตพื้นที่ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2559 : ออนไลน์)



ภาพประกอบที่ 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยว
ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเขตมรดกโลก
ด้านวัฒนธรรมในปี พ.ศ. 2555-2557



ภาพประกอบที่ 2 แสดงรายได้จากนักท่องเที่ยว
ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเขตมรดกโลก
ด้านวัฒนธรรมในปี พ.ศ. 2555-2557

จากภาพที่ปรากฏข้างต้นพบว่า เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเขตมรดกโลกด้านวัฒนธรรมในปี พ.ศ. 2555-2557 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 4,999,832 คน 5,526,393 คน และ 5,805,270 คนตามลำดับ และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 527,651 คน 556,378 คน และ 566,405 คน ตามลำดับ และถ้าพิจารณาเป็นรายจังหวัดก็พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติก็มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน ส่วนในด้านของรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเขตมรดกโลกด้านวัฒนธรรมก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในปี พ.ศ. 2555-2557 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม มีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 11,234 ล้านบาท 12,889 ล้านบาท และ 13,765 ล้านบาทตามลำดับ และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 1,517 ล้านบาท 1,585 ล้านบาท และ 1,651 ล้านบาทตามลำดับ และถ้าพิจารณาเป็นรายจังหวัดรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติก็มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่มรดกโลกด้านวัฒนธรรมนั้นมีการท่องเที่ยวที่ขยายตัวเติบโตมากขึ้น ทั้งด้านจำนวนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และด้านรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงที่ขยายตัวมากขึ้นนี้จึงบ่งบอกถึงความสำคัญของเขตพื้นที่นี้ว่าควรจะมีการพัฒนาในเรื่องของการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการรองรับกับการท่องเที่ยวที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น (แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม พ.ศ. 2560-2564. 2560: หน้า 6-7)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม จึงสนใจที่จะพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เพื่อเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติโดยตรงที่สามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหา หรือประกอบการตัดสินใจในการศึกษาเปรียบเทียบการใช้พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวด้านนันทนาการกับธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเพื่อประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจอื่นๆ เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวให้เด่นชัดยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อม และศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดในการให้บริการของกิจการในเขตแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม
3. เพื่อศึกษาปัญหา และความต้องการผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม
4. เพื่อสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ในบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกันของหน่วยงานที่มีความสำคัญในการจัดการแหล่งมรดกโลกทั้งที่เป็นหน่วยงานในภาครัฐและภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวที่การมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ พิษณุโลก สุโขทัย ตาก และกำแพงเพชร

กลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้ให้ข้อมูลสภาพแวดล้อม และศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ผู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม จำนวน 20 คน
2. ผู้ให้ข้อมูลกลยุทธ์ทางการตลาดในการให้บริการ ปัญหา และความต้องการผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการบริหารจัดการของกิจการของแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เป็นตัวแทนภาคประชาชน ได้แก่ ผู้ประกอบการและผู้ที่อยู่อาศัยอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม 4 จังหวัด จำนวน 60 คน ประกอบด้วย จังหวัดพิษณุโลกคือ วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร (วัดใหญ่) จำนวน 10 คน จังหวัดสุโขทัยคือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวน 10 คน และอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จำนวน 10 คน และจังหวัดตาก คือ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช จำนวน 10 คน และวัดพระบรมธาตุ จำนวน 10 คน

2.4 จังหวัดกำแพงเพชร คือ อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร จำนวน 10 คน

3. กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่การมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ พิษณุโลก สุโขทัย ตาก และกำแพงเพชร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จำนวน 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างขึ้นครอบคลุมประเด็นการศึกษา ซึ่งแบ่งเป็น 3 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลสภาพแวดล้อม และศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม โดยได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบกิจการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลกลยุทธ์ทางการตลาด/การให้บริการของกิจการ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ปัญหา และความต้องการของการประกอบกิจการ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ชุดที่ 3 เป็นแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม โดยได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมในครั้งนี้ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการกิจกรรมนันทนาการในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการขอความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม โดยใช้เทคนิคการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Random Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาค่าสถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อม และศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analyze)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม โดยได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

2.1 ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคม จากส่วนที่ 1 ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบกิจการ จากส่วนที่ 2 ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

2.3 ข้อมูลกลยุทธ์ทางการตลาด/การให้บริการของกิจการ จากส่วนที่ 3 ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.4 ปัญหา และความต้องการของการประกอบกิจการ จากส่วนที่ 4 ทำการวิเคราะห์การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม โดยได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากส่วนที่ 1 ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ในครั้งนี้ จากส่วนที่ 2 ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการกิจกรรมนันทนาการในแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม จากส่วนที่ 3 ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ

3.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว จากส่วนที่ 4 ทำการวิเคราะห์การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากแบบสอบถามปลายเปิด โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วสรุปเป็นรายชื่อ

ผลการวิจัย

1. สภาพแวดล้อม และศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม

จากการประเมินสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวด้านต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมอยู่ในตำแหน่งที่มีจุดแข็งโดดเด่นในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านการตลาดทางการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาส โดยเฉพาะกระแสการเดินทางท่องเที่ยวและการเปิดประชาคมอาเซียน แต่สำหรับด้านธุรกิจการบริการ การท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกภาครัฐยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุง รวมทั้งการป้องกันอุปสรรคต่างๆ โดยมีการบริหารงานแบบบูรณาการร่วมกัน และต้องทำการเสริมสร้างพันธมิตร พัฒนาจุดแข็งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและการตลาด โดยจะต้องป้องกันข้อจำกัด และเร่งแก้ปัญหาด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐาน และการยอมรับในระดับสากล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมและพัฒนาในทุกองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว และการจัดการโดยมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่คุณภาพทางการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตสังคมที่ดีแก่ประชาชนในพื้นที่ ให้เกิดความต่อเนื่องและสมดุล อันนำไปสู่ความเชื่อมั่นและศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมต่อไป

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริการจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริการจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.70 มีอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 33.30 และส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 56.70

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบกิจการเกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมนันทนาการ การประกอบกิจการเกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมนันทนาการนั้น ส่วนใหญ่ประกอบกิจการร้านอาหารของฝาก ร้อยละ 48.30 ก่อนประกอบกิจการดังกล่าวประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 36.70 และสาเหตุที่ทำมาประกอบกิจการในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เพราะอาศัยอยู่ในเขตแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ร้อยละ 53.30

2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด/การให้บริการของกิจการ

กลยุทธ์ทางการตลาด/การให้บริการของกิจการในการประกอบกิจการมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์หรือคุณภาพของสินค้าหรือการให้บริการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประกอบกิจการมีระยะเวลาในการตรวจไม่แน่นอน ร้อยละ 36.70 ส่วนใหญ่ไม่ได้รับการอบรมจากโดยหน่วยงานทางราชการ ร้อยละ 68.30 มีคุณภาพการให้บริการในกิจการเท่ากับคู่แข่งหรือร้านอื่นๆ ร้อยละ 35.00 และการประกอบกิจการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าคือการให้บริการตามความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 35.00

2.4 ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้าเข้ามาให้บริการในกิจการ

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้าเข้ามาให้บริการในกิจการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีกลยุทธ์ทางการตลาดอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับข้อที่มีค่ามากไปหาน้อย อันดับแรก คือ ผู้ให้บริการมีทักษะในการสื่อสารอยู่ในระดับดี/มีอัธยาศัยดี รองลงมา คือ จัดสถานที่ให้เหมาะสม/มีความสวยงาม/สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย และการติดป้ายประชาสัมพันธ์/ตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวกในการค้นหา ตามลำดับ

2.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และความต้องการ

ระดับปัญหา และความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริการจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีปัญหา และความต้องการอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย อันดับแรก คือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมไม่สม่ำเสมอ รองลงมา คือ ขาดความรู้ในด้านการให้บริการกิจกรรมนันทนาการ/ร้านอาหาร และขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมทางสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ นิตยสาร ฯลฯ เป็นต้น ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.50 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 27.00 สถานภาพสมรส ร้อยละ 47.50 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ 25.70 โดยส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จ.สุโขทัย ร้อยละ 16.40 และมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ร้อยละ 70.10

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมการเดินทางมาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 81.30 พาหนะที่ท่านใช้เดินทางในครั้งนี้นั้นส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 77.90 รูปแบบในการเดินทางในแต่ละครั้งส่วนใหญ่จะเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 73.80 ส่วนใหญ่มาเที่ยว 2-3 ครั้ง ร้อยละ 46.30 แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเที่ยวในครั้งนี้ โบราณสถาน/วัตถุ ร้อยละ 46.80 โดยใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม 1 ชั่วโมง ร้อยละ 47.80 และให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมเนื่องจากสนใจสถานที่เข้ามาท่องเที่ยว ร้อยละ 28.60 ซึ่งส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมจากสื่อออนไลน์ เช่น Face book, Youtube, Line ร้อยละ 23.90

3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการกิจกรรมนันทนาการในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม

การให้บริการกิจกรรมนันทนาการในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการประเภทร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ร้อยละ 66.20 ชำระเงินค่าใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวแต่ละกิจกรรมด้วยเงินสด ร้อยละ 90.40 การเข้าใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมของท่านในครั้งนี้นี้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยเข้าชมกิจกรรมนันทนาการฟรี/มีส่วนลดพิเศษกรณีเป็นมาเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 69.60 และความประทับใจ/ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมส่วนใหญ่คือศูนย์การเรียนรู้/การให้ข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 19.70

3.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและชุมชน

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 9 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย อันดับแรก คือ การให้บริการ/กิจกรรมนันทนาการที่หลากหลายตรงตามความต้องการ รองลงมา คือ สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม เหมาะสมกับเป็นแหล่งท่องเที่ยว และการวางโครงสร้างระบบการบริหารจัดการของเหมาะสม/สะดวกในการใช้บริการตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

แหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมอยู่ในตำแหน่งที่มีจุดแข็งโดดเด่นในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านการตลาดทางการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาส โดยเฉพาะกระแสการเดินทางท่องเที่ยวและการเปิดประชาคมอาเซียน แต่สำหรับด้านธุรกิจบริการ การท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกภาครัฐยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุง รวมทั้งการป้องกันอุปสรรคต่างๆ โดยมีการบริหารงานแบบบูรณาการร่วมกัน และต้องทำการเสริมสร้างพันธมิตร พัฒนาจุดแข็งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและการตลาด โดยจะต้องป้องกันข้อจำกัด และเร่งแก้ปัญหาด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐาน และการยอมรับในระดับสากล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมและพัฒนาในทุกองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว และการจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่คุณภาพทางการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต

สังคมที่ดีแก่ประชาชนในพื้นที่ให้เกิดความต่อเนื่องและสมดุล อันนำไปสู่ความเชื่อมั่นและศักยภาพในการเป็น ศูนย์กลางแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของพรศิริ วิรุณพันธ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของผู้นำท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา: วัดธาตุเรืองรองที่พบว่า แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ด้านโครงสร้าง พื้นฐาน ควรจัดกิจกรรมในการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ วีระพล ทองมา (2551) ได้วิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยที่พบว่า การบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ชุมชนนั้น มีจุดแข็ง ด้านเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตชนเผ่าทุกชุมชนก็มีจุดอ่อนคล้ายกันคือ ราคาของสินค้าและผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานเท่าที่ควรจะเป็น และนี่ยังสอดคล้องกับแนวคิดของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2550) การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนมิใช่เพียงการส่งเสริม สนับสนุนจากคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่เป็นการประสานกันระหว่างประชาคม ในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา หน่วยงาน ราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ร่วมประชุมปรึกษาหารือทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และการตลาด โดยจัดการประชุม กันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน เป็นการลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่ต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว การประกอบกิจการเกี่ยวเนื่องกับ กิจกรรมนันทนาการนั้น ส่วนใหญ่ประกอบกิจการร้านขายของฝาก ก่อนประกอบกิจการดังกล่าวประกอบ อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และสาเหตุที่ท่านมาประกอบกิจการในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้าน วัฒนธรรม เพราะอาศัยอยู่ในเขตแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ อีไลน์ (Ealine. 1984: 30-40) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนันทนาการและสวนสาธารณะของ เอกชนในนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการสำรวจประชาชนที่มาท่องเที่ยว จำนวน 980 คน ใช้ แบบสอบถามเพื่อทราบความพึงพอใจในการบริการ การนันทนาการและสภาพสวนสาธารณะ พบว่าประชาชน ที่เป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจในระดับมาก ความพึงพอใจในด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมนันทนาการอยู่ใน ระดับมากทั้งเพศหญิงและเพศชายใกล้เคียงกัน สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ มีความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก ทั้งทางด้านสภาพพื้นที่และการนันทนาการ รองลงมา ได้แก่ ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา สำหรับ ความคิดเห็นทั่วไป มีความเห็นว่า ควรปรับปรุงพัฒนาในด้านผู้ให้บริการการรักษาความปลอดภัย และเครื่อง อำนวยความสะดวกให้ทันสมัยมากกว่าที่เป็นอยู่

กลยุทธ์ทางการตลาด/การให้บริการของกิจการในการประกอบกิจการ มีการตรวจสอบปลอดภัยหรือ คุณภาพของสินค้าหรือการให้บริการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประกอบกิจการมีระยะเวลาในการตรวจ ไม่แน่นอน ส่วนใหญ่ไม่ได้รับการอบรมจากโดยหน่วยงานทางราชการ มีคุณภาพการให้บริการในกิจการเท่ากับ คู่แข่งหรือร้านอื่นๆ และการประกอบกิจการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าคือการให้บริการตามความต้องการ ของลูกค้า และกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้าเข้ามาให้บริการในกิจการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีกลยุทธ์ทางการตลาดอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับข้อที่มีค่ามากไปหา น้อย อันดับแรก คือ ผู้ให้บริการมีทักษะในการสื่อสารภาษาอยู่ในระดับดี/มีอัธยาศัยดี รองลงมา คือ จัดสถานที่ให้ เหมาะสม/มีความสวยงาม/สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย และการติดป้ายประชาสัมพันธ์/ตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้ง สะดวกในการค้นหา ตามลำดับ นอกจากนี้ ระดับปัญหา และความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริการ จัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีปัญหา และความต้องการอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย อันดับแรก คือ การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมไม่สม่ำเสมอ รองลงมา คือ ขาดความรู้ในด้านการให้บริการ

กิจกรรมนันทนาการ/ร้านอาหาร และขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมทางสื่อต่างๆเช่นวิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ นิตยสาร ฯลฯ เป็นต้น ตามลำดับ สอดคล้องกับ ญัฐปภัสญ์ สุวรรณาลัย (2551) ศึกษาเรื่อง สภาพและปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในเขตเทศบาลเมืองแพร่ ตำบลในเวียง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรพัฒนาในส่วนรูปธรรมและนามธรรม รูปธรรมคือ พัฒนาโบราณสถาน เช่น กำแพงเมือง บ้านเก่า วัดต่างๆ โบราณวัตถุ ส่วนของนามธรรมพัฒนาส่งเสริมภูมิปัญญาชาวบ้าน วัฒนธรรม ประเพณี การกิน การแต่งกาย ที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวเมืองแพร่ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาภายในท้องถิ่นโดยทุกคนในท้องถิ่น และได้รับการสนับสนุนจากองค์กรต่างๆ การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวควรมีป้ายบอกเส้นทางของสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว เพราะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน เนื่องจากการขาดรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมภายในเทศบาลเมืองแพร่และขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องอีกทั้งยังขาดการสนับสนุนงบประมาณที่เพียงพอต่อการดำเนินงานในทุกๆด้าน และสอดคล้องกับ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ (2556) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกต่อกลุ่มผู้นำความคิดเพื่อหาจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค ชาวชุมชนหมู่บ้านม้งขุนช่างเคี่ยน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนมีศักยภาพรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าในทุกด้าน ได้แก่ ความดึงดูดใจ ความสามารถเข้าถึงทั้งทางกายภาพ แนวคิดและประเพณีวัฒนธรรม การมีที่พักอาศัยคือที่พักผ่อนหย่อนใจที่ดีพอสมควร การมีกิจกรรมที่เป็นทั้งเชิงวัฒนธรรมและเป็นไปตามธรรมชาติของท้องถิ่น และความประทับใจทั้งทางด้านสถานที่พักและความประทับใจทางธรรมชาติ แนวทางการพัฒนาจึงควรมุ่งเน้น 1) บริหารการจัดระบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน 2) ควรให้ความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ในด้านต่างๆ เพื่อผลในมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3) การกำหนดกฎกติกาและจัดการร่วมกันในด้านการจัดการสิ่งปฏิกูลเพื่อดำรงไว้ของวัฒนธรรมชนเผ่า 4) การตลาด ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ ความโดดเด่น และสื่อถึงการสืบสานวัฒนธรรมชนเผ่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จ.สุโขทัย และมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมการเดินทางมาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว พาหนะที่ท่านใช้เดินทางในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ส่วนตัว รูปแบบในการเดินทางในแต่ละครั้งส่วนใหญ่จะเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน ส่วนใหญ่มาเที่ยว 2-3 ครั้ง แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเที่ยวในครั้งนี้โบราณสถาน/วัตถุ โดยใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม 1 ชั่วโมงและให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมเนื่องจากสนใจสถานที่เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมจากสื่อออนไลน์ เช่น Face book, Youtube, Line นอกจากนี้ การใช้บริการกิจกรรมนันทนาการในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมส่วนใหญ่เลือกใช้บริการประเภทร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ชำระเงินค่าใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวแต่ละกิจกรรมด้วยเงินสด การเข้าใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมของท่านในครั้งนี้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยเข้าชมกิจกรรมนันทนาการฟรี/มีส่วนลดพิเศษกรณีเป็นมาเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และความประทับใจ/ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรมส่วนใหญ่คือศูนย์การเรียนรู้/การให้ข้อมูลข่าวสาร สอดคล้องกับ ญัฐกานต์ เพ็งหาพันธ์ (2554) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวได้แก่ 1) ปัจจัยด้านความสำคัญและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 2) ปัจจัยด้านการศึกษาศาสนาวัฒนธรรมนอกและภายใน ด้านการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของพื้นที่ พบว่า ผลการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบหลักทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจ ด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการ ได้ข้อสรุปว่า อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง และนำปัญหาอุปสรรคที่ได้ไปสู่การวิเคราะห์การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยแบ่งแนวทางการพัฒนาออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการ และด้านการบริหารจัดการ เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 9 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย อันดับแรก คือ การให้บริการ/กิจกรรมนันทนาการที่หลากหลายตรงตามความต้องการ รองลงมา คือ สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม เหมาะสมกับเป็นแหล่งท่องเที่ยว และการวางโครงสร้างระบบการบริหารจัดการของเหมาะสม/สะดวกในการใช้บริการ สอดคล้องกับพัชรา ลาภลือชัย (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคาแตกต่างกัน โดยระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคาสูงกว่าระดับความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และให้ความสำคัญกับสภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในตลาดน้ำมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่แตกต่างกันส่วนการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสาร/วารสาร บุคคลในครอบครัว เพื่อน/เพื่อนบ้านและเจ้าหน้าที่ของรัฐ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวตลาดน้ำท่าคา ได้แก่ อายุที่แตกต่างกันซึ่งผู้มีอายุน้อยจะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก การรับรู้ข่าวสารจากเพื่อน/เพื่อนบ้านและความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดทำแผนในการพัฒนาและยกระดับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้สูงขึ้น เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาเที่ยวชมในแต่ละปีเพิ่มมากขึ้น ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดและประเทศต่อไป
2. ควรให้ความสำคัญกับภาคชุมชนในการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว โดยผลักดันให้ชุมชนท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม และเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม โดยเปิดโอกาสให้ตัวแทนของชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการวางแผนงานด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ร่วมดำเนินงานหรือลงทุนในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ และเปิดโอกาสให้ติดตามและตรวจสอบการดำเนินงานของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างโปร่งใสอีกด้วย
3. เจ้าหน้าที่ต้องสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวทางการท่องเที่ยวโดยประชาสัมพันธ์ แนวทางการปฏิบัติตนในแบบนักท่องเที่ยวที่ถูกต้อง และการสื่อความหมายธรรมชาติที่เหมาะสมกับ

ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศในแต่ละจุดของพื้นที่ ทั้งในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ด้วยตนเอง ในด้านของเอกสาร แผ่นพับบอร์ดนิทรรศการและการให้ข้อมูลโดยเจ้าหน้าที่ที่ประจำในพื้นที่ รวมทั้งการขอความร่วมมือจากบริษัทที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น ในการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

4. การประสานระหว่างหน่วยงานส่วนกลางและหน่วยปฏิบัติในพื้นที่และผู้ประกอบกิจการเกี่ยวเนื่อง ในเขตแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดูแลการปฏิบัติงานหรือการให้ความรู้ความเข้าใจต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว เพราะนอกจากจะเกิดประโยชน์ในด้านการทำให้แนวทางปฏิบัติของหน่วยงานในพื้นที่สอดคล้องกับแนวนโยบาย แล้ว ยังจะสามารถทำให้การกำหนดนโยบายจากส่วนกลางตรงตามความต้องการและสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ซึ่งอาจมีความเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาได้

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). **ประชุมคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม 2/2559 วันที่ 27 มิ.ย. 2559**. จาก http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=7698 สืบค้นเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2560
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)**. สำนักกิจการโรงแรมท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรุงเทพมหานคร.
- เขตพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม. (2560). **แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม พ.ศ. 2560-2564**. คณะกรรมการเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม (จังหวัดสุโขทัย กำแพงเพชร ตาก พิษณุโลก).
- ณัฐกานต์ เพ็งหาพันธ์. (2554). **การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณัฐปภัสร์ สุวรรณาลัย. (2551). **สภาพและปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในเขตเทศบาลเมืองแพร่ ตำบลในเวียง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่**. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พรศิริ วิรุณพันธ์. (2551). **กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้นำท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา: วัดพระธาตุเรืองรอง อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ**. โครงการวิจัยและพัฒนาประจำปีงบประมาณ 2551 กองวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- พัชรา ลาภลือชัย. (2546). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม**. ปริญญานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2550). **เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย อย่างยั่งยืน**. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ. (2556). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน**. Journal of Community Development Research 2013, 6(1): 42-60.
- วีระพล ทองมา. (2551). **กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูงในจังหวัดเชียงใหม่**. คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้: เชียงใหม่.

Ealine, Ruth. (1984, April). **Satisfaction of Tourist in Private Park and Recreation in New York.** Dissertation Abstracts International. 44(10): 1120-112A.