



ารพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด ตามแนวทาง เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน Developing Strategies for Cultural Tourism Relevant to the ASEAN Community Based on the Creative Economy of Four Dvaravati Provinces

- **ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพพร จันทรนำชู**
- ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา
- คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
-
- **Assistant Professor Dr. Nopporn Chantaranamchoo**
- Department of Education Foundations
- Faculty of Education, Silpakorn University
- E-mail: nopporncu@gmail.com
-
- **ดร. ธนิษรัฐ รัตนพงศ์กัญญา**
- อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
- คณะวิทยาการจัดการ
- มหาวิทยาลัยศิลปากร
-
- **Dr. Taninrat Rattanapongpinyo**
- Lecturer, Department of General Business Management
- Faculty of Management Science, Silpakorn University
- E-mail: taninrat@ms.su.ac.th
-

- **ดร. เดชาพันธ์ รัฐศาสนศาสตร์**
- อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล
- คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
- มหาวิทยาลัยศิลปากร
-
- **Dr. Dechaphan Ratsanasart**
- Lecturer, Department of Mechanical Engineering
- Faculty of Engineering and Industrial Technology
- Silpakorn University
- E-mail: dechaphanbkk@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน และผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยว ประชาชน และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดกาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรี และสุพรรณบุรี รวม 58 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถาม และแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ระดับลึกและการสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ SWOT และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มคุณค่าจากการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดีด้วยการไว้เนื้อเชื่อใจและสร้างพันธมิตร ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลาย ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด ประชาคมอาเซียน เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Abstract

The purpose of this research was to develop strategies for cultural tourism relevant to the ASEAN community based on the creative economy of four Dvaravati provinces. The sampling group of the study consisted of 400 tourists and 58 key informants. A questionnaire, focus group discussion and in-depth interview guide were constructed and used as tools to collect data. Data were analyzed by using descriptive statistics, SWOT analysis and content analysis. The results showed that there were 6 strategies for cultural tourism relevant to the ASEAN community based on the creative economy of four Dvaravati provinces (DVARAVATI strategic plan). They were 1. developing a cluster of four Dvaravati provinces for cultural tourism, 2. developing cultural tourism activity for identity creation and added value, 3. developing four Dvaravati provinces with reliance and alliance for cultural tourism marketing, 4. developing tourism spaces for learning various cultural attractions, 5. developing and training human resources for cultural tourism and, 6. developing integrated marketing communication for the promotion of cultural tourism.

Keywords: Tourism Strategy, Cultural Tourism, Four Dvaravati Provinces, ASEAN Community, Creative Economy

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 14.1 ล้านคนในปี 2550 เป็น 22.3 ล้านคนในปี 2555 และสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นจาก 5.4 แสนล้านบาท ในปี 2550 เป็น 9.8 แสนล้านบาท ในปี 2555 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556: 6-8) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวในอดีตโดยส่วนกลาง เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบในทางลบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นของคนในชุมชน จากผลกระทบดังกล่าว

ทำให้มีการเสนอแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) (Hassan, 2000: 239-245) ให้ความสำคัญกับชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว โดยคนภายนอกทำหน้าที่สนับสนุนเท่านั้น (Murphy, 1985: 152-160) นอกจากนี้ จากแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ เป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความหลากหลายทางวัฒนธรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยว (ศักดิ์ชัย เกียรติจินดา, 2553: 23) ดังนั้น การนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน จึงเป็นการใช้ทรัพยากรของชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น มาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ให้แก่สินค้าและบริการของชุมชน และเป็นพลังขับเคลื่อนการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งมีการกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง

ผลของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน จะช่วยให้มีการเติบโตทางเศรษฐกิจ รายได้ การจ้างงาน และคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศสมาชิกของกลุ่มแต่ละประเทศเพิ่มมากขึ้น (Cardoso and Ferreira, 2000) ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมพร้อมที่จะเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันและส่งเสริมความร่วมมือในกลุ่มอาเซียน ตลอดจนส่งเสริมการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการตลาดท่องเที่ยว เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และเตรียมความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเชื่อมโยงในภูมิภาค ซึ่งกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดนครปฐม จังหวัดราชบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นตัวอย่างของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างคนในชุมชน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อพัฒนาชุมชนเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของชุมชนในการอนุรักษ์วิถีชุมชนไว้ สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ผลิตภัณฑ์และบริการ การท่องเที่ยวตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และร่วมกันพัฒนาศาสตร์เพื่อเตรียมความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม งานวิจัยนี้จึงมีความสนใจศึกษาการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน ซึ่งผลที่ได้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการของชุมชน

คำถามการวิจัย

ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน
2. เพื่อพัฒนาศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน
3. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาสภาพการณ์ พัฒนาศาสตร์และกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน โดยมีพื้นที่ในการศึกษา คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดกาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรี และสุพรรณบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1) แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน Murphy (1985) เสนอว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่บนฐานของทรัพยากรในชุมชนท้องถิ่น ทั้งทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรทางธรรมชาติ สาธารณูปโภค เหตุการณ์พิเศษ เทศกาล ประเพณีวัฒนธรรม จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชนที่จะเข้าถึงและพัฒนาทรัพยากรของชุมชนอย่างเหมาะสม

2) แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) เสนอว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิต สังคม และวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และชุมชนต้องมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยว

3) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์ (2553) เสนอว่า เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ เป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความหลากหลายทางวัฒนธรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

4) แนวคิดเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนกับการท่องเที่ยว สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2557) ได้เสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของภูมิภาค และกลยุทธ์การลงทุนและการตลาดที่สร้างสรรค์ การเพิ่มคุณภาพทรัพยากรมนุษย์ การให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในภูมิภาค และการเร่งปรับปรุงการอำนวยความสะดวกในการเดินทางและการเชื่อมโยงทางคมนาคมของอาเซียน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ได้แก่ อนุรัตน์ อินทร (2551) ศึกษายุทธศาสตร์ด้าน

การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย เพื่อการเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน โดยมุ่งให้มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในประเทศและกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ใช้ศักยภาพและเพิ่มช่องทางการท่องเที่ยว พัฒนาให้เป็นศูนย์กลางเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ พัฒนามาตรฐานการบริการและบุคลากรการท่องเที่ยวสู่สากล ส่งเสริมและพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาความร่วมมือภาครัฐและเอกชน

ส่วนฉัตร เจี้ยวแห้ง (2552) ศึกษาการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา จังหวัดชุมพร ได้ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน และยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม

ส่วนงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ศุภกร ประทุมถิ่น (2551) ศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบยั่งยืนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง แบ่งออกเป็นด้านที่ 1 ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต้องมีความเข้าใจในสถานภาพและความสามารถของตนเอง ด้านที่ 2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องเข้าใจในด้านความพร้อมและความต้องการของชุมชนในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และด้านที่ 3 นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนตระหนักถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) ซึ่งมีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรคกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน

ประชากร เป็นนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดกาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรี และสุพรรณบุรี โดยสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน จังหวัดละ 100 คน และสุ่มตัวอย่างแบบง่ายให้ได้จำนวนตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.902 ได้แบบสอบถามกลับคืนทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมทางสถิติหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรคกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน

ผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เจ้าหน้าที่ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เลือกแบบเจาะจงตามคุณสมบัติที่ผู้วิจัยกำหนด จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นยุทธศาสตร์นโยบาย แผนงาน และโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแบบสัมภาษณ์ระดับลึกและแนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม ที่พัฒนาจากแนวคิดและทฤษฎีและตรวจสอบคุณภาพโดยผู้วิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และการวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรคกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน

ผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 3 ครั้ง ณ พิพิธภัณฑวัดม่วง อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ห้องประชุมโรงเรียนวัดอินทาราม อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี และศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอปากช่อง จังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เจ้าหน้าที่ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประชาชนในชุมชน ที่เลือกแบบเจาะจงตามคุณสมบัติที่ผู้วิจัยกำหนด จำนวน 51 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแนวคำถามสำหรับการประชุมเชิงปฏิบัติการ ตารางการวิเคราะห์วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 สภาพการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด 2-3 ครั้ง ร้อยละ 35.8 มาท่องเที่ยว 2-3 คน ร้อยละ 55.5 มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เพื่อเที่ยวเทศกาล/งานประเพณี ร้อยละ 40.0 มีผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยคือ ครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 48.8 มีระยะเวลาที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยว 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 46.8 มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยว 200-400 บาท ร้อยละ 34.8 มารถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 63.5 และได้รับแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จากเพื่อน ร้อยละ 56.0

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมากที่สุดรองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการตลาดการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

จุดแข็ง ประกอบด้วย 1) มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และศิลปะดั้งเดิม 2) มีระบบสาธารณูปโภค และโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวที่มีความพร้อม 3) ชุมชนมีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นของชุมชนได้หลายแห่ง 4) จังหวัดในกลุ่มทวารวดีจัดอยู่ในแนวเส้นทางและพื้นที่ระเบียงทางเศรษฐกิจในภูมิภาคที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น 5) มีการจัดทำข้อมูลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดอย่างเป็นระบบ 6) เป็นกลุ่มจังหวัดด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก ทำให้มีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดอย่างต่อเนื่อง

จุดอ่อน ประกอบด้วย 1) มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งขาดการอนุรักษ์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสม 2) ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความร่วมมือในการจัดการสิ่งปลูกสร้างที่มีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม 3) ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นยังขาดความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ 4) โครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก และป้ายทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 5) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดความหลากหลาย 6) ขาดการประสานแผนและความร่วมมือทางการตลาดร่วมกับภาครัฐและภาคธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม

โอกาส ประกอบด้วย 1) สามารถเชื่อมโยงศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับประเทศในกลุ่มอาเซียน 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวระหว่าง

ภูมิภาคอาเซียน 3) หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญต่อการพัฒนามาตรฐานการบริการและความปลอดภัยเพื่อเข้าสู่มาตรฐานสากลในกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด 4) การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคมขนส่งช่วยกระตุ้นการลงทุนในกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด 5) การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง ทำให้กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดได้รับความสนใจไปพร้อมกัน 6) หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด จึงทำให้มีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดได้ดีขึ้น

อุปสรรค ประกอบด้วย 1) ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานส่วนกลางที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) การพัฒนาโดยที่ขาดการวางแผนในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ยังขาดการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน 4) การเร่งการดำเนินการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวมากเกินไป อาจทำให้ขาดความกลมกลืนกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัด 5) ความไม่ชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ ทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างไม่ต่อเนื่อง 6) ยังไม่มีนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐ ในการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจน

ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรคกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน (DVARAVATI Strategic Plan)

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มทวารวดี (Dvaravati Linkage: D)

1.1 กลยุทธ์การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด ทั้งระดับจังหวัดและระดับกลุ่ม โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) อาศัยความร่วมมือจากชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นกลุ่มวัฒนธรรมเดียวกันในระหว่างจังหวัด และเป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมในพื้นที่ 2) ใช้หน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และองค์การบริหารส่วนตำบลของแต่ละท้องถิ่น เป็นศูนย์ประสานงานข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว 3) ประสานงานกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม ตั้งแต่แหล่งท่องเที่ยวไปจนถึงบริษัทนำเที่ยวในแต่ละพื้นที่ โดยมีเส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นแกนกลาง

1.2 กลยุทธ์การจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด โดยมีแนวทางการพัฒนา คือ ระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.3 กลยุทธ์การปรับปรุงเส้นทางเพื่อความปลอดภัยในการเดินทาง โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) ให้หน่วยงานในพื้นที่ร่วมมือกับภาครัฐปรับปรุงทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว และจัดทำป้ายบอกทางที่ชัดเจน 2) สนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและสอดคล้องกับเส้นทางที่ได้ปรับปรุง 3) จัดทำป้ายบอกทางภาษาต่างประเทศ

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างอัตลักษณ์ และเพิ่มคุณค่าจากการท่องเที่ยว (Valuable and Activity: VA)

2.1 กลยุทธ์การพัฒนากิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าในการท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) ใช้กิจกรรมทางศาสนา วัฒนธรรมท้องถิ่น และประเพณีประจำปี ที่เป็นรากฐานของชุมชนมาสร้างคุณค่าทางจิตใจให้แก่การท่องเที่ยว 2) พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านวิถีชีวิตชุมชน และความพอใจในวิถีชีวิต

2.2 กลยุทธ์การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) พัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวโดยใช้วิถีชีวิตชุมชน และวิถีทางวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน 2) พัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวโดยใช้สภาพภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยว

2.3 กลยุทธ์การส่งเสริมคุณค่าของภาษาและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) นำภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนมาส่งเสริมให้เกิดคุณค่าทางวัฒนธรรม 2) จัดการเรียนการสอนภาษาท้องถิ่น วัฒนธรรมและการแต่งกายในโรงเรียน 3) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยว

3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี ด้วยการไว้เนื้อเชื่อใจและสร้างพันธมิตร (Reliance and Alliance: RA)

3.1 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่การท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) พัฒนา

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 2) ต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน 3) สร้างความร่วมมือกันทางธุรกิจระหว่างสมาชิกในชุมชน

3.2 กลยุทธ์การพัฒนาช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและของที่ระลึก โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) จัดถนนคนเดินในแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกได้สะดวก และเป็นสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว 2) จัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

3.3 กลยุทธ์การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดโดยร่วมมือกับพันธมิตรภายนอก โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ ร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกมาสนับสนุนความรู้ทางวิชาการ ทั้งด้านการจัดการ ด้านการตลาด และด้านกลยุทธ์การท่องเที่ยว เพื่อขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลาย (Various and Attraction: VA)

4.1 กลยุทธ์การพัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลายรูปแบบ โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ พัฒนาแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนผ่านพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน อาคารเรียนและโฮมสเตย์

4.2 กลยุทธ์การพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) ใช้บริบททางวัฒนธรรมในการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว 2) ประสานความร่วมมือกับทุกฝ่าย เพื่อใช้งบประมาณพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ

4.3 กลยุทธ์การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม โดยมีแนวทางการพัฒนา

ดังนี้ 1) วางแผนและร่วมมือกันให้ชุมชนสามารถจัดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) จัดตั้งอำนวยความสะดวกให้รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

5. ยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Training: T)

5.1 กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพบุคลากรสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวจากการฝึกฝนด้วยตนเอง ผ่านการเรียนรู้แบบครูพักลักจำ 2) พัฒนาคณะบุคคลที่มีความรู้ด้านวัฒนธรรมและทักษะทางภาษา 3) ใช้มีคบุคคลที่น้อยจากนักเรียนในโรงเรียน 4) ร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้

5.2 กลยุทธ์การพัฒนามาตรฐานวิชาชีพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน

โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) พัฒนาทักษะด้านภาษาแก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวในชุมชนให้เข้าถึงความรู้ทางวัฒนธรรม 2) พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ด้านมาตรฐานความรู้และทักษะด้านการท่องเที่ยวและด้านภาษาให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

6. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ (Integrated: I)

6.1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจากกลุ่มประชาคมอาเซียน

โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อสารมวลชน 2) ร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการประชาสัมพันธ์ 3) ประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายตามเส้นทางท่องเที่ยว

4) ใช้การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้มีการบูรณาการสื่อให้เสนอข้อมูลในทิศทางเดียวกัน ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) สร้างเว็บไซต์รวมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) ใช้เครือข่ายทางสังคมมาสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

6.3 กลยุทธ์การจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) สนับสนุนการเรียนรู้วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน 2) ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อร่วมวางแผนการจัดทำปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยว

อภิปรายผลการวิจัย

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี

สอดคล้องกับสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2557) ที่เสนอกลยุทธ์การท่องเที่ยวเพื่อรองรับประชาคมอาเซียนว่าต้องปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางและการเชื่อมโยงทางคมนาคมของอาเซียน รวมทั้งอนุรัตน์ อินทร (2551) ที่ได้เสนอยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายว่า ควรมีเป้าประสงค์ คือ การใช้ศักยภาพและเพิ่มช่องทางการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยมุ่งให้มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในประเทศและกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน และมีข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ว่า ควรกระตุ้นให้ภาครัฐพัฒนาการท่องเที่ยวให้จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลาง เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน โดยการขยายเครือข่ายการท่องเที่ยวแก่ภาครัฐ

เอกชน ชุมชน และท้องถิ่น พัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมและเป็นมาตรฐาน และสร้างมูลค่าจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่น โดยการมีส่วนร่วมของภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งพัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เป็นมาตรฐาน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และพัฒนาศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างอัตลักษณ์ และเพิ่มคุณค่าจากการท่องเที่ยว สอดคล้องกับศักดิ์ชัย เกียรติจินดา (2553) ที่เสนอว่า เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ที่สร้างคุณค่าจากการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับณพลกร เจี้ยวแห้ง (2552) ที่เสนอยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ โดยใช้กลยุทธ์การจัดการตลาดจากการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยว รวมทั้งใช้กลยุทธ์การอนุรักษ์และเสริมสร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี ด้วยการไว้เนื้อเชื่อใจและสร้างพันธมิตร สอดคล้องกับ Murphy (1985) ที่เสนอว่า ต้องให้ความสำคัญกับคนในชุมชนและท้องถิ่นจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางและมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับณพลกร เจี้ยวแห้ง (2552) ที่เสนอยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย กลยุทธ์การกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น มีแนวทางการพัฒนาโดยการจัดตั้งศูนย์สินค้าและผลิตภัณฑ์แปรรูป การอบรมเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน การเพิ่มมูลค่าหัตถกรรม การพัฒนาธุรกิจ

โฮมสเตย์ และการอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเพื่อการสร้างความเข้มแข็งในชุมชน มีแนวทางการพัฒนาโดยการจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์ การสร้างความมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและการรวมกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว

4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลาย สอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่เสนอว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องให้ความสำคัญกับวิถีชีวิต สังคม และวัฒนธรรมที่หลากหลาย และนพพร จันทรนำชู (2546) ที่เสนอว่า การสร้างการรวมตัวกันของชุมชนเพื่อสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจในสังคมของตนเองขึ้นมา จะเป็นทางเลือกในการดำรงอยู่ของชุมชนที่สร้างอิสระและความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และเป็นการเปิดพื้นที่การสร้างความหมายของทุนชุมชนด้วยตนเอง ที่มีลักษณะแตกต่างกันไปตามบริบททางสังคม ซึ่งผลของการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้จากทุนของชุมชน เป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนอย่างแท้จริง และสอดคล้องกับณพลกร เจี้ยวแห้ง (2552) ที่เสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมว่า ประกอบด้วย กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ การจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

5. ยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สอดคล้องกับศักดิ์ชัย เกียรติจินดา (2553) ที่เสนอว่า การท่องเที่ยวตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยนำความสามารถในการใช้ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และธุรกิจรูปแบบใหม่ รวมทั้งสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับอนันต์ อินทร (2551)

ที่ได้เสนอยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยพัฒนามาตรฐานการบริการและบุคลากรการท่องเที่ยวสู่สากล โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการปรับปรุงกิจการให้มีมาตรฐาน พัฒนาคู่มือการดำเนินงานเน้นทักษะการให้บริการที่เป็นสากล โดยให้ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันพัฒนามาตรฐานการบริการอย่างจริงจัง ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจที่ต้องเปลี่ยนแปลงจากเดิมไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์ใช้ความรู้ นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่นำไปสู่การพัฒนาประเทศได้อย่างยั่งยืน

6. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ
สอดคล้องกับกฤษฎีกา ไซเคเรียลสุขภาพ (2556) ที่เสนอว่า วัฒนธรรมในการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้เรียนรู้ ได้แก่ การทำอาหาร การถักทอ วิทยาศาสตร์พื้นบ้าน ศิลปะตกแต่ง คติชาวบ้าน และพิธีกรรม และสอดคล้องกับศุภกร ประทุมถิ่น (2551) ที่พบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จะมีส่วนช่วยพัฒนาการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามระดับความสามารถและความยินยอมของท้องถิ่น ส่งเสริมด้านความรู้โดยจัดการอบรม แนะนำการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยไม่เข้าไปแทรกแซงและไม่มุ่งการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจจนเกินไป รวมทั้งต้องมีการสื่อสารวัฒนธรรมให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ในกิจกรรมต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี หน่วยงาน

ภาครัฐจะต้องจัดสรรงบประมาณในการปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยว ส่วนผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องร่วมกับหน่วยงานภาครัฐวางนโยบายการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อการเชื่อมโยงเส้นทาง และจัดทำแผนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. จากยุทธศาสตร์การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มคุณค่าจากการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนควรส่งเสริมการนำภาษา พิธีกรรมและวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน มาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวและอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชน

3. จากยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดีด้วยการไว้เนื้อเชื่อใจและสร้างพันธมิตร หน่วยงานภาครัฐต้องสนับสนุนผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน พัฒนาช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและของที่ระลึก ส่วนภาคเอกชนและสถาบันทางวิชาการควรสนับสนุนการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยว ส่วนผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรส่งเสริมการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

4. จากยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลาย หน่วยงานภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาสถานที่ในการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น และประสานองค์กรชุมชนในการพัฒนาสภาพแวดล้อม และสนับสนุนความรู้ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว

5. จากยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรจัดทำ

มาตรฐานวิชาชีพบุคลากรทางการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการเปิดเสรีภาคบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ส่วนในระดับชุมชนควรส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้และทักษะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

6. จากยุทธศาสตร์การพัฒนาการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการหน่วยงานภาครัฐต้องวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มทวารวดี เพื่อให้มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนต้องวางแผนพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

บรรณานุกรม

Cardoso, C. and Ferreira, L. 2000. "The Effects of European Economic Integration on Tourism: Challenge and Opportunity for Portuguese Tourism Development." **International Journal of Contemporary Hospitality Management** 12, 7: 401-409.

Chantaranamchoo, Nopporn. 2003. "Capital: from Modernism to Postmodernism." **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 23, 1: 22-34. (in Thai)

นพพร จันทรนำชู. 2546. "ทุน: จากยุคสมัยใหม่สู่ยุคหลังสมัยใหม่." **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 23, 1: 22-34.

Chiawheng, Napaporn. 2009. "Integrated Strategic Planning for Sustainable Tourism Development: A Case Study of Chumporn Province." Master of Art Thesis in Hotel and Tourism Management, Naresuan University. (in Thai)

ณปกร เจี้ยวหัง. 2552. "การวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาจังหวัดชุมพร." **วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร.**

Chokriensukchai, Kanchana. 2013. "Tourism Communication through Thai Cultural Universals." **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 33, 4: 59-77. (in Thai)

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. 2556. "การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล." **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 33, 4: 59-77.

Hassan, S. 2000. "Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry." **Journal of Travel Research**. 38, 3: 239-245.

International Institute for Trade and Development. 2014. **ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015**. Bangkok: International Institute for Trade and Development. (in Thai)

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. 2557. **แผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของ ASEAN 2011-2015**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา.

- Intorn, Anurat. 2008. "Chiangrai Strategic Plan for Establish of Tourism Linkage Center in the Upper Greater Mekong Sub-Region." Doctor of Philosophy Thesis in Regional Development Strategics, Chiang Rai Rajabhat University. (in Thai)
- อนูรัตน์ อินทร. 2551. "ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน." วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มภาค มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- Jittangwattana, Bunlert. 2005. **Development of Sustainable Tourism**. Bangkok: Thailand Tourism Center. (in Thai)
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- Kiatnakin, Sakchai. 2000. **Idea Capital Creative Economy**. Bangkok: White Line. (in Thai).
- ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. 2553. **ทุนความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. กรุงเทพมหานคร: ไวลาย.
- Ministry of Tourism & Sport. 2013. **Tourism Annual Report 2012**. Bangkok: Ministry of Tourism and Sport. (in Thai).
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2556. **รายงานการท่องเที่ยว ปี 2555**. กรุงเทพมหานคร: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- Murphy, P.E. 1985. **Tourism: A Community Approach**. New York: Methuen.
- Prathumthin, Suphakon. 2008. "A Study of Factors Supporting to Sustainable Management in Cultural Tourism under The King' s Sufficiency Economy." Master of Science Thesis in Sport Science, Chulalongkorn University. (in Thai)
- ศุภกร ประทุมถิ่น. 2551. "การศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบยั่งยืนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง." วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



Assistant Professor Dr. Nopporn Chantaranamchoo received his Doctoral Degree in Development Education from Srinakharinwirot University and Master of Economics from Chulalongkorn University. He is currently a lecturer in the Faculty of Education, Silpakorn University. His recent research includes community economics and development education.



Dr. Taninrat Rattanapongpinyo received his Doctoral Degree in Population Education from Mahidol University. He is currently a lecturer in the Faculty of Management Science, Silpakorn University. His recent research includes human development.



Dr. Dechaphan Ratsasanasart received his Doctoral Degree in Business Administration from Ramkhamhaeng University. He is currently a lecturer in the Faculty of Engineering and Industrial Technology, Silpakorn University. His recent research includes strategic management.