

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม เพื่อดำรงสถานะความเป็น
แหล่งมรดกโลกของศรีเทพ



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ
ตุลาคม 2568
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม เพื่อดำรงสถานะความเป็น
แหล่งมรดกโลกของศรีเทพ



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ
ตุลาคม 2568
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

APPROACHES TO CULTURAL TOURISM MANAGEMENT TO MAINTAIN THE STATUS OF
WORLD HERITAGE SITE FOR SITHEP



A Dissertation Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Doctor of Philosophy Degree in Tourism,Hotel, and Service Business
Management
October 2025
Copyright 2025 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม เพื่อดำรงสถานะความเป็น
แหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

ของ รมิดา กิตติชัยกุลกิจ

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ
ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ยุทธภูมิ สุวรรณเวช)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ขวลิย์ ณ ถลาง)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชุมน เดชคณา)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา
(ดร. ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. รักจิต สุทธิพงษ์)

เรื่อง:	แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ
ผู้วิจัย:	รณิดา กิตติชัยกุลกิจ, วิทยานิพนธ์: ปรัชญา (การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2568
อาจารย์ที่ปรึกษา:	รองศาสตราจารย์ ขวัญ วัฒนกลาง อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา รองศาสตราจารย์ ดร.ชัชวาลย์ เตชะคณา
คำสำคัญ:	การท่องเที่ยววัฒนธรรม, แหล่งมรดกโลกศรีเทพ, แนวทางการจัดการ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นมรดกโลกของศรีเทพ” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาด 4C's 2) ศึกษาการบริหารจัดการตามหลัก 7S Model 3) ประเมินการบังคับใช้กฎหมายและความรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4) สำรวจพฤติกรรม ความพึงพอใจ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 5) เสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อรักษาสถานะความเป็นมรดกโลกของศรีเทพ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสม โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก 30 ราย และข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการตามกลยุทธ์การตลาด 4C's มีประสิทธิภาพในระดับดี โดยเฉพาะด้าน Consumer Solution ที่ตอบสนองความต้องการด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม ด้าน Cost to Consumer อยู่ในระดับสมเหตุสมผล แต่ด้าน Convenience และ Communication ยังต้องพัฒนาเพิ่มเติม การบริหารจัดการตามหลัก 7S Model ยังไม่เพียงพอ โดยมีจุดแข็งด้านค่านิยมร่วมในการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม แต่มีจุดอ่อนด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบงานล่าช้า และขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านการตลาดดิจิทัล การบังคับใช้กฎหมายสอดคล้องกับข้อกำหนดของ UNESCO แต่ขาดกลไกติดตามและเจ้าหน้าที่เฉพาะทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเพื่อพักผ่อนกับครอบครัวโดยรถยนต์ส่วนตัว พักค้างแรมช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 2,500 บาท และรับข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยพึงพอใจต่อสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด และสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยที่สุด

ผู้วิจัยเสนอแนวทางการจัดการรูปแบบกระบวนทัศน์ “HERITAGE STEWARDSHIP” ซึ่งประกอบด้วย H-Heritage Value Enhancement, E-Engagement of Stakeholders, R-Resource Protection, I-Inclusive Tourism, T-Technology Integration, A-Accessibility Improvement, G-Governance and Management, E-Economic Sustainability, S-Safety and Security, T-Thematic Experience, E-Education and Awareness, W-Well-being of Community, A-Authenticity Preservation, R-Regulation Enforcement, D-Destination Branding, S-Sustainable Development, H-Hospitality Excellence, I-Innovation in Tourism และ P-Partnership Building เพื่อขับเคลื่อนความยั่งยืนของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในระยะยาว

Title: APPROACHES TO CULTURAL TOURISM MANAGEMENT TO MAINTAIN THE STATUS OF WORLD HERITAGE SITE FOR SITHEP

Author: Ramida Kittichaikoonkij, Dissertation: Ph.D. (Tourism, Hotel, and Service Business Management), University of Phayao, 2025

Advisor: Associate Professor Chawalee Na Thalang Co-advisor Associate Professor Dr.Seri Wongmonta Associate Professor Dr.Jusana Techakana

Keywords: Cultural Tourism, Si Thep World Heritage Site, Management Guidelines

ABSTRACT

This research aimed to 1) analyze the effectiveness of the 4C's marketing strategy; 2) examine management under the 7S Model; 3) evaluate law enforcement and stakeholder responsibility; 4) study Thai tourists' behavior, satisfaction, and opinions; and 5) propose management approaches for sustaining Si Thep's World Heritage status. A mixed-methods approach was applied, collecting qualitative data from 30 key informants and quantitative data from 400 Thai tourists

The results revealed that the 4C's strategy was effective, especially in Consumer Solution and Cost to Consumer, while Convenience and Communication needed improvement. Management under the 7S Model was insufficient, showing strengths in shared values regarding heritage conservation but weaknesses in overlapping structures, slow administrative processes, and a shortage of personnel skilled in digital marketing. Law enforcement complied with UNESCO guidelines but lacked monitoring mechanisms and specialized officers. Most tourists traveled for leisure with families, spent over 2,500 baht, and obtained information online. Overall satisfaction was high, with the greatest satisfaction for tourist attractions and the lowest for amenities.

The study proposed a comprehensive management framework, "HERITAGE STEWARDSHIP," including H-Heritage Value Enhancement, E-Engagement of Stakeholders, R-Resource Protection, I-Inclusive Tourism, T-Technology Integration, A-Accessibility Improvement, G-Governance and Management, E-Economic Sustainability, S-Safety and Security, T-Thematic Experience, E-Education and Awareness, W-Well-being of Community, A-Authenticity Preservation, R-Regulation Enforcement, D-Destination Branding, S-Sustainable Development, H-Hospitality Excellence, I-Innovation in Tourism, and P-Partnership Building. This framework integrates conservation, development, and stakeholder participation to ensure the long-term sustainability of Si Thep Historical Park.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยความเมตตาและกรุณาของคณะกรรมการผู้ตรวจสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งรองศาสตราจารย์ชวลี ฌ กลาง และรองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา ที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง และจุดประกายความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาเอก ตลอดจนถ่ายทอดความรู้ด้านการวิจัยอย่างเป็นระบบ รองศาสตราจารย์ ดร. ชุณณะ เตชะคนา ผู้ให้ความรู้และแนวทางการทำวิจัยเชิงปริมาณ และขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทธภูมิ สุวรรณเวช ที่กรุณาเป็นประธานสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึง ดร.ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร ฐานะกรรมการบัณฑิต

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยพะเยา ที่สนับสนุนทุนการวิจัยในครั้งนี้ และท่านศรีณยู มีทองคำ, ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบูรณ์ ดร. วิศัลย์ โฆษิตานนท์, ประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดท่านบรรเวท รุ่งรุจี, นายกสมาคมอิโคโมสไทย ท่านนรินทร์ ทิจะยัง, ผู้อำนวยการฝ่ายดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, อาจารย์สร้อยนภา พันธุ์คง, ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย คุณสิทธิชัย พุดดีและคุณธนัชญา เทียนดี, อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, รวมถึง คุณอรุณ ภูริเดช, กำนันกัญจน์ณัฐ ภารฤทธิ์, คุณวิชา กลิ่นประทุม, คุณอัยรัตน์ วิเศษกุล และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์ ที่สนับสนุนข้อมูลและแนะนำให้รู้จักผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติม ทำให้งานวิจัยนี้มีคุณค่าและสามารถนำเสนอแนวทางแก่ผู้ปฏิบัติในพื้นที่ได้จริง

ผู้วิจัยขอขอบคุณครอบครัว โดยเฉพาะ คุณแม่อุไร, พี่พรณี เตชะผาดิพงษ์, คุณสักร กอแสงเรือง ซึ่งเป็นร่มโพธิ์ร่มไทรในชีวิต, คุณสมเกียรติ กิตติชัยกุลกิจ และคุณณัฐธัญญ์ กิตติชัยกุลกิจ ซึ่งคอยห่วงใยอยู่เคียงข้างกันเสมอ รวมถึงคุณนารีรัตน์ เสนะวัต คุณสุชาดา มังคละลี พี่น้อง ญาติมิตร และเพื่อนกัลยาณมิตรทุกท่าน ที่ให้กำลังใจและสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัย สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และบารมีของพระเดชพระคุณหลวงพ่อด วัตปากน้ำ ดลบันดาลให้ทุกท่านประสบความสุข ความเจริญ และสมหวังตามปรารถนา พร้อมกับผู้วิจัยขอแบ่งปันหลักการใช้ชีวิตที่ยึดถือปฏิบัติเสมอมา เพื่อเป็นวิทยาทานแก่ผู้อ่าน ดังนี้:

“เตรียมตัวก่อนตาย เตรียมกายก่อนแต่ง เตรียมน้ำก่อนแล้ง และเตรียมแบงค์ก่อนเดินทาง”

รณิดา กิตติชัยกุลกิจ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย.....	17
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	17
ขอบเขตการวิจัย.....	17
นิยามศัพท์เฉพาะ	19
ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย.....	21
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยววัฒนธรรม	23
องค์ประกอบการท่องเที่ยว (6A)	25
กลยุทธ์การตลาด 4C's	28
การบริหารจัดการองค์กร 7S Model.....	31
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ST)	33
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)	38
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก	43

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก	57
แนวคิดเกี่ยวกับการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก	66
พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว	78
การวิเคราะห์ SWOT Analysis and TOWS Matrix.....	82
แผนยุทธศาสตร์	84
บริบทจังหวัดเพชรบูรณ์	92
บริบทอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ.....	102
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	124
กรอบแนวคิดการวิจัย	145
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	146
การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research).....	146
การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research).....	150
สรุปขั้นตอนการวิจัย.....	155
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	156
การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research).....	156
คำถามวิจัยข้อที่ 1	158
คำถามวิจัยข้อที่ 2	181
คำถามวิจัยข้อที่ 3	202
การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research).....	210
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	210
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	210
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	211
ส่วนที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ	214

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยตามองค์ประกอบ การ	
ท่องเที่ยว 6A ต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ	217
ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยชาวไทยต่อการอนุรักษ์และการบังคับใช้กฎหมาย.....	222
บทที่ 5 บทสรุป	243
บทสรุปผลการวิจัย	243
การอภิปรายผลการวิจัย.....	254
ข้อเสนอแนะ	270
บรรณานุกรม	274
ภาคผนวก.....	296
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย.....	297
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	304
ภาคผนวก ค แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC).....	313
ภาคผนวก ง ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย	323
ภาคผนวก จ หนังสือตอบรับการตีพิมพ์บทความวิจัย	324
ภาคผนวก ฉ เอกสารรับรองโครงการวิจัย.....	326
ภาคผนวก ช ประกาศนียบัตรการอบรมจริยธรรมการวิจัย	328
ประวัติผู้วิจัย	329

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2561-2566 (มกราคม-พฤศจิกายน 2566)	4
ตาราง 2 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม	9
ตาราง 3 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของภาคเหนือ ปี 2565-2566 (มกราคม-ตุลาคม 2566)	10
ตาราง 4 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์.....	11
ตาราง 5 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเพชรบูรณ์	12
ตาราง 6 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของการมาเยือนเมืองโบราณศรีเทพ	14
ตาราง 7 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ เมืองโบราณศรีเทพ ...	15
ตาราง 8 เปรียบเทียบ 4P และ 4C's.....	29
ตาราง 9 บทบาทและหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้เสีย	62
ตาราง 10 การเปรียบเทียบการจัดการการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก และการจัดการการท่องเที่ยวทั่วไป.....	65
ตาราง 11 บทบาทตามอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972.....	69
ตาราง 12 จำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2566-2568 (มกราคม-มิถุนายน 2568).....	88
ตาราง 13 สถิตินักท่องเที่ยวและรายได้มาเยือนจังหวัดเพชรบูรณ์	101
ตาราง 14 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ (เมืองโบราณศรีเทพ).....	122
ตาราง 15 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (เมืองโบราณศรีเทพ)	123
ตาราง 16 บทสรุปผลการสัมภาษณ์ตามกลยุทธ์การตลาด 4C's ของแหล่งมรดกโลกศรีเทพ.....	179
ตาราง 17 บทสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ 7S ของแหล่งมรดกโลก ศรีเทพ	201
ตาราง 18 บทสรุปผลการสัมภาษณ์ต่อประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมาย	209

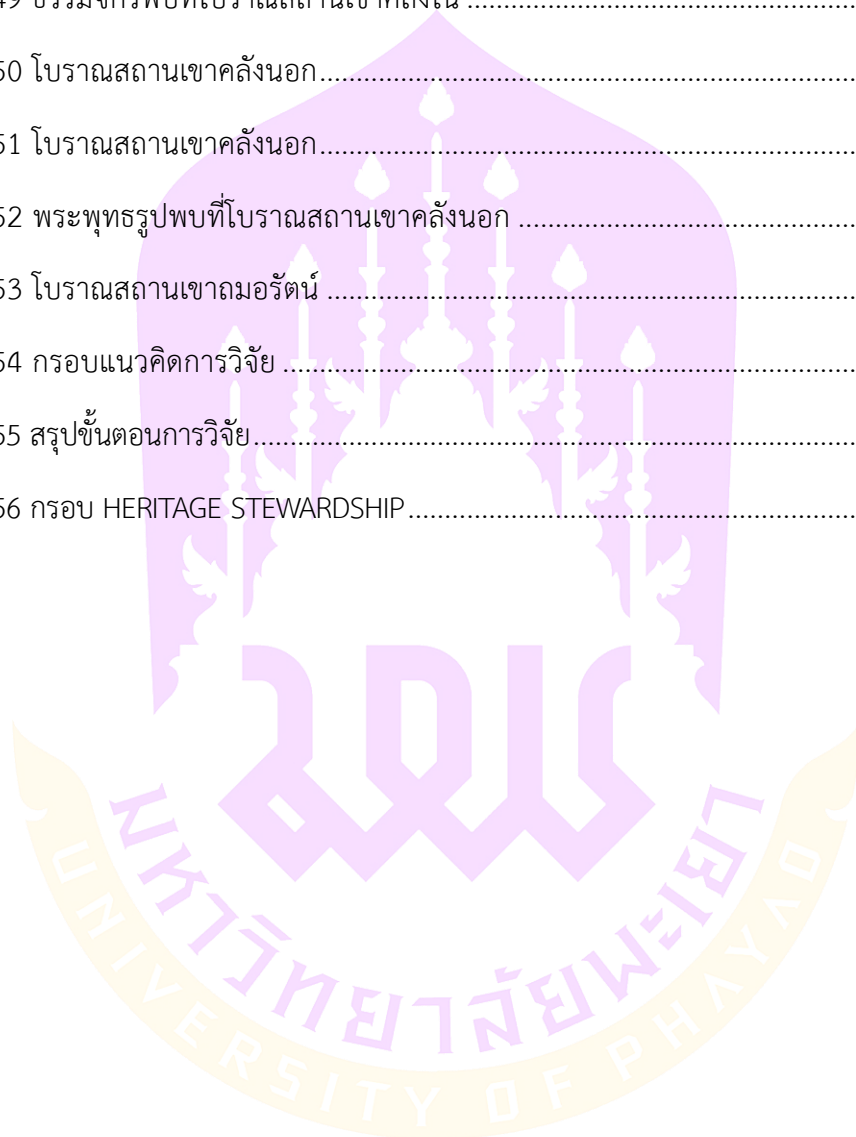
ตาราง 19 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (นักท่องเที่ยวชาวไทย)	211
ตาราง 20 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรี เทพ	214
ตาราง 21 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ด้านภาพรวม...217	
ตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก 222	
ตาราง 23 ภาพรวมของแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis...229	
ตาราง 24 กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรี เทพ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ TOWS Matrix	230
ตาราง 25 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก ตาม กลยุทธ์เชิงรุก (SO: Strength + Opportunity).....	232
ตาราง 26 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก ตาม กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST: Strengths + Threats).....	235
ตาราง 27 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก ตาม กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WO : Weakness + Opportunity).....	237
ตาราง 28 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก ตาม กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT : Weakness + Threats)	240
ตาราง 29 ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A.....	249
ตาราง 30 ผลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของ ศรีเทพ	250
ตาราง 31 บทสรุปของแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่ง มรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ	251
ตาราง 32 การยืนยันข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation).....	263

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสะสม พ.ศ. 2566.....	5
ภาพ 2 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2565.....	6
ภาพ 3 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2565.....	6
ภาพ 4 แหล่งมรดกโลกของประเทศไทย.....	8
ภาพ 5 อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์.....	13
ภาพ 6 เมืองโบราณศรีเทพ มรดกโลกทางวัฒนธรรม (เขาค้างนอก).....	13
ภาพ 7 กลยุทธ์การตลาด 4C's.....	30
ภาพ 8 McKinsey 7S Model	31
ภาพ 9 เป้าหมาย 17 ข้อของ SDGs.....	34
ภาพ 10 Cordilleras ที่ฟิลิปปินส์	47
ภาพ 11 ขั้นตอนการพิจารณาขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก	48
ภาพ 12 ขั้นตอนการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก	50
ภาพ 13 ภาพรวมแหล่งมรดกโลก.....	52
ภาพ 14 แหล่งมรดกโลกของประเทศไทย.....	53
ภาพ 15 อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ	55
ภาพ 16 ความเสียหายที่พม่าในสงครามโลกครั้งที่ 2	67
ภาพ 17 ภาพถ่ายความเสียหายที่พระราชวังกรุงวอร์ซอว์ ไปแลนด์จากสงครามโลกครั้งที่ 2	67
ภาพ 18 สัญลักษณ์มรดกโลก.....	70
ภาพ 19 อาบูมีนา ประเทศอียิปต์	72
ภาพ 20 Maslow's Hierarchy of Needs	80
ภาพ 21 ยุทธศาสตร์ชาติ	84

ภาพ 22 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสะสม พ.ศ. 2567.....	89
ภาพ 23 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสะสม พ.ศ. 2568.....	90
ภาพ 24 แผนที่อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์.....	92
ภาพ 25 แหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบูรณ์.....	94
ภาพ 26 วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์	94
ภาพ 27 ภูทับเบิก.....	95
ภาพ 28 แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมจังหวัดเพชรบูรณ์	96
ภาพ 29 งานเส็งกลอง ล่องโคมไฟ ไหว้พ่อบุญผาเมือง งานประเพณี ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์	97
ภาพ 30 เทศกาลมะขามหวาน จังหวัดเพชรบูรณ์.....	97
ภาพ 31 เทศกาลบุญบั้งไฟ จังหวัดเพชรบูรณ์.....	98
ภาพ 32 ประเพณีอุ้มพระดำน้ำ จังหวัดเพชรบูรณ์	98
ภาพ 33 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวรายจังหวัดในภาคเหนือ	100
ภาพ 34 ลำดับเวลาของการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกของเมืองโบราณศรีเทพ	103
ภาพ 35 โครงกระดูกมนุษย์ที่ถูกฝังพร้อมกับสิ่งของ	104
ภาพ 36 ภาพเขาค้างนอก.....	105
ภาพ 37 ปราสาทศรีเทพและปราสาทสองพี่น้องที่เขาค้างใน	106
ภาพ 38 เจ้าพ่อศรีเทพ	107
ภาพ 39 อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ	108
ภาพ 40 ผังของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ.....	108
ภาพ 41 ผังเมืองโบราณศรีเทพ แบ่งเมืองในและเมืองนอก	109
ภาพ 42 เมืองโบราณศรีเทพ.....	110
ภาพ 43 บันไดทางขึ้นทิศตะวันออกของเขาค้างใน.....	111
ภาพ 44 ภาพปูนปั้นประดับโบราณสถานเขาค้างใน	112
ภาพ 45 พระพุทธรูปและพระโพธิสัตว์สำริดพบที่โบราณสถานเขาค้างใน	113

ภาพ 46 ปราสาทศรีเทพที่โบราณสถานเขาค้างใน	114
ภาพ 47 ปราสาทสองพี่น้องที่โบราณสถานเขาค้างใน	115
ภาพ 48 หน้ากาลจับนาค	116
ภาพ 49 ธรรมจักรพบที่โบราณสถานเขาค้างใน	117
ภาพ 50 โบราณสถานเขาค้างนอก.....	117
ภาพ 51 โบราณสถานเขาค้างนอก.....	118
ภาพ 52 พระพุทธรูปพบที่โบราณสถานเขาค้างนอก	120
ภาพ 53 โบราณสถานเขาอมรรัตน์	121
ภาพ 54 กรอบแนวคิดการวิจัย	145
ภาพ 55 สรุปขั้นตอนการวิจัย.....	155
ภาพ 56 กรอบ HERITAGE STEWARDSHIP.....	270



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปี 2566 ถือเป็นปีทองของการท่องเที่ยวไทย และสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ประชาชนชาวไทยอย่างยิ่ง เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2566 ที่ประชุมคณะกรรมการมรดกโลก (World Heritage Committee) สมัยสามัญ ครั้งที่ 45 ณ กรุงริยาด ซาอุดีอาระเบีย มีมติให้ขึ้นทะเบียนแหล่งเมืองโบราณศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็น “อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ” แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม แห่งที่ 4 และแหล่งมรดกโลกแห่งที่ 7 ของประเทศไทย ภายใต้อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage หรืออนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก) ขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือยูเนสโก (UNESCO) (กระทรวงการต่างประเทศ, 2566, สื่อออนไลน์) และผลจากการจัดอันดับสถานที่ที่ดีที่สุดในโลกสำหรับการท่องเที่ยวปี 2566 ซึ่งประเทศไทยติด 1 ใน 23 สถานที่ที่ดีที่สุดในโลก (23 of the best places to travel to around the world in 2023) เนื่องจากมีเทศกาลที่น่าสนใจตลอดทั้งปี โดยเฉพาะเทศกาลสงกรานต์และเทศกาลดนตรีฮิปฮอป ระดับโลก Rolling Loud Thailand 2023 ซึ่งจะจัดขึ้นในเดือนเมษายนนี้ (สนุกออนไลน์, 2566, สื่อออนไลน์)

ประเทศไทยยังมีโรงแรมที่มีชื่อเสียงในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร และยังเป็นสถานที่ที่เหมาะกับนักชิมนักช็อปจากทั่วโลก (TNNthailandonline, 2566, สื่อออนไลน์) และติด 1 ใน 10 ของประเทศที่มีอิทธิพลที่สุดในเอเชีย โดยอยู่ในลำดับที่ 10 จากดัชนีชี้วัดอิทธิพลในเอเชีย (The Asia Power Index) ที่เผยแพร่โดยสถาบันค้นคว้าวิจัยอิสระ “โลวี” โดยมีประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีอิทธิพลมากที่สุดในเอเชีย และลำดับที่ 2 เป็นประเทศจีน (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2566, สื่อออนไลน์)

การจัดอันดับ “ประเทศที่ดีที่สุดในโลกประจำปี 2023” (The Best Country in The World for 2023) โดย US News and World Report ซึ่งสถานทูตไทยประจำกรุงวอชิงตันดีซี ประเทศสหรัฐอเมริกา รายงานว่า ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ติดอันดับ 1 ประเทศที่ดีที่สุดในโลกและประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ 29 จาก 87 ประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเยือนมากที่สุดในโลก เมื่อพิจารณาคะแนนโดยรวมทั้งหมด 52.9 เต็ม 100 คะแนน คะแนนที่ประเทศไทยได้รับมาจาก Heritage (มรดกโลก) ทำให้ครองอันดับ 9 ของการจัดอันดับดังกล่าว ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพการท่องเที่ยวไทยที่เป็นประเทศ

ที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว การลงทุน คุณค่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม (ฐานเศรษฐกิจออนไลน์, 2566, สือออนไลน์)

ภาพลักษณ์ของประเทศไทยดังกล่าวส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ สร้างรายได้หลักให้กับประเทศ เกิดการกระตุ้นการผลิตสินค้าของที่ระลึก อาหาร รวมถึงการส่งเสริมศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทำให้การท่องเที่ยวไทยอยู่ในระดับสากลที่เป็นจุดหมาย (Destination) ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกและสามารถนำไปสู่ความยั่งยืน มีทั้งคุณค่าและการสร้างมูลค่าด้วยการใช้ยุทธศาสตร์ด้านซอฟต์แวร์ (Soft Power) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผ่านแนวคิด 5F ได้แก่ F-Food (อาหาร) F-Fighting (มวยไทย) F-Fashion (เสื้อผ้าอาภรณ์) F-Festival (งานเทศกาล) F-Film (พื้นที่ถ่ายทำภาพยนตร์) ปรับเพิ่ม F-Faith (สิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือสายบุญ) F-Fit (สุขภาพ การแพทย์ นวดสมุนไพร) รวมเป็น 7F สอดคล้องความเห็นของ รศ.ดร.เสรี วงษ์มณฑา ที่รณรงค์ปรับ Soft Power ของไทยเพิ่มเป็น 7F ดังที่ได้กล่าวในงานสัมมนา “การจัดประกวดความงามนานาชาติกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย 27 สิงหาคม 2566”

การกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐ การให้ความสำคัญกับการกำหนดแนวทางการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural Resources Management) ให้เป็นรูปธรรมผ่านการออกกฎหมายให้สอดคล้องกับอนุสัญญาว่าด้วยการสงวนรักษามรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Convention of Safeguarding Intangible Cultural Heritage) พ.ศ. 2546 (ค.ศ. 2003) ขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือองค์การยูเนสโก (UNESCO) และการสนับสนุนเกี่ยวกับการดำเนินการใด ๆ เพื่อขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (Intellectual Cultural Heritage) โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะอนุรักษ์ พื้นฟู ส่งเสริม สนับสนุน ดำรงรักษาและสืบทอดทรัพยากรทางวัฒนธรรมทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ ประกอบกับแนวนโยบายทางวัฒนธรรมของรัฐบาลที่มุ่งส่งเสริมให้มีการนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่ามีอยู่ในชุมชนหรือสังคมไทยมาเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) เพื่อต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ดังปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติฉบับต่าง ๆ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) มีการกำหนดทิศทางให้ประเทศสามารถก้าวข้ามความท้าทายต่าง ๆ เพื่อให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามเจตนารมณ์ของยุทธศาสตร์ชาติ 5 ประการ กล่าวคือ การปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม (Innovation Hubs) การพัฒนาคนสู่โลกยุคใหม่ การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม

การเปลี่ยนผ่านการผลิตและการบริโภคไปสู่ความยั่งยืน และการเสริมสร้างความสามารถของประชาชนไทยในการรับมือกับความเสี่ยงและการเปลี่ยนแปลงภายใต้โรคอุบัติใหม่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 เป็นแผนแม่บทในการกำหนดให้มีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ซึ่งล่าสุดจะเป็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570 ที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงทุกรูปแบบ และมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม ยกกระตือรือร้นบุคลากรและผู้ประกอบการให้มีคุณภาพ เข้าใจและปรับตัวเข้ากับบริบทของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) โดยมีวิสัยทัศน์ “การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม” (Rebuilding High Value Tourism Industry with Resilience, Sustainability and Inclusive Growth) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

จากนโยบายและแผนกลยุทธ์กระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐที่มุ่งสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ประเทศไทยเป็นที่นิยมและดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้มาเยือนมากขึ้น ภายหลังจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 (COVID-19) รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยได้หันมาท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น ทำให้ภาพรวมการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี 2565 เป็นความสำเร็จของการท่องเที่ยวไทยทั้งในมิติของนักท่องเที่ยวในประเทศที่สูงถึงหลักร้อยล้านคน และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้ประมาณการไว้ที่หลักสิบล้านคน จากสถิติจำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้ ปี 2561-2566 จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2561-2566 (มกราคม-พฤศจิกายน 2566)

ปี พ.ศ.	ประเภทนักท่องเที่ยว-จำนวน (คน)		รวมจำนวน นักท่องเที่ยว	% เปลี่ยนแปลง จากปีก่อน
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
2561	227,774,133	75,245,079	303,019,212	-
2562	229,748,960	77,393,030	307,141,990	+1.36
2563	123,214,821	13,815,291	137,030,112	-55.39
2564	71,882,281	1,154,289	73,036,570	-46.70
2565	202,972,521	21,869,247	224,841,768	+207.85
2566	224,759,218	59,723,776	284,482,994	+26.53

(มกราคม-พฤศจิกายน)

หมายเหตุ: ข้อมูลสรุปสถานการณ์พักแรม จำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้จากผู้เยี่ยมเยือน

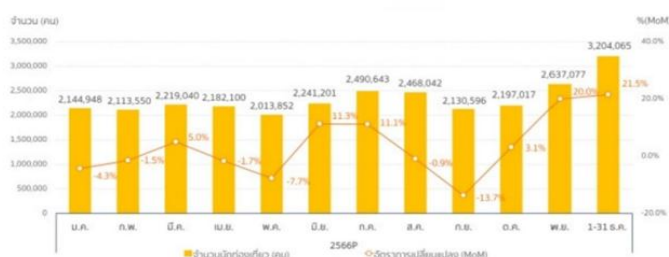
ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567

จากตาราง 1 พบว่า ปี 2561-2562 การท่องเที่ยวของไทยได้รับความนิยมอย่างยิ่ง แต่เมื่อวิกฤตโรคระบาดโควิด 19 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมากในปี 2563-2564 ติดลบ 55.39 และติดลบ 46.70 ตามลำดับ แม้ปี 2565 และ 2566 ภาพการท่องเที่ยวเริ่มกลับมาเยือนของนักท่องเที่ยวสูงถึง 207.85% จากการเปลี่ยนแปลง เมื่อเทียบกับปี 2564 และมีความคาดหวังว่าการท่องเที่ยวไทยจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและตัวเลขการมาเยือนของนักท่องเที่ยวเท่าเทียมหรือมากกว่าปี 2562

แผนการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นการออกนโยบายฟรีวีซ่าหรือขยายระยะเวลานักท่องเที่ยววีซ่าให้พำนักในไทยจาก 30 วัน เป็น 90 วัน (1 พฤศจิกายน 2566 ถึง 30 เมษายน 2567) ซึ่งระยะเวลาช่วงเดือนพฤศจิกายน 2566 ถึง เมษายน 2567 เป็นช่วง High-Season เป็นปัจจัยที่ทำให้ชาวรัสเซียเที่ยวไทยมากขึ้น จากเฉลี่ย 1.10 แสนคนต่อเดือน คาดว่าจะเพิ่มเป็น 1.98 แสนคนต่อเดือน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2566, สื่อบนออนไลน์) ประกอบกับนโยบายการประกาศเปิดประเทศของจีน ตั้งแต่มกราคม 2566 ทำให้นักท่องเที่ยวจีนมีแนวโน้มกลับมาท่องเที่ยวในไทยเร็วขึ้น ดังนั้น ในช่วงที่เหลือของปี 2566 คาดว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาประเทศ ทั้งปีมีจำนวน 28.5 ล้านคน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2566, สื่อบนออนไลน์) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-31 ธันวาคม 2566 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้าไทยทั้งสิ้น 28,042,131 คน สร้างรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 1.2 ล้านล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย 4.56 ล้านคน จีน 3.51 ล้านคน เกาหลีใต้ 1.65 ล้านคน อินเดีย 1.62 ล้านคน และรัสเซีย 1.48 ล้านคน ตามลำดับ

จำนวนนักท่องเที่ยวสะสม 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2566^p



จำนวนนักท่องเที่ยวสะสม
(1 ม.ค. - 31 ธ.ค. 2566p)

28,042,131 คน

151% (YOY)

จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด 5 อันดับแรก

1		มาเลเซีย	4,563,020 คน
2		จีน	3,519,735 คน
3		เกาหลีใต้	1,658,688 คน
4		อินเดีย	1,626,720 คน
5		รัสเซีย	1,481,878 คน

ปัจจัยที่สำคัญในช่วงสัปดาห์ที่ผ่านมา

(+) การเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลวันขึ้นปีใหม่

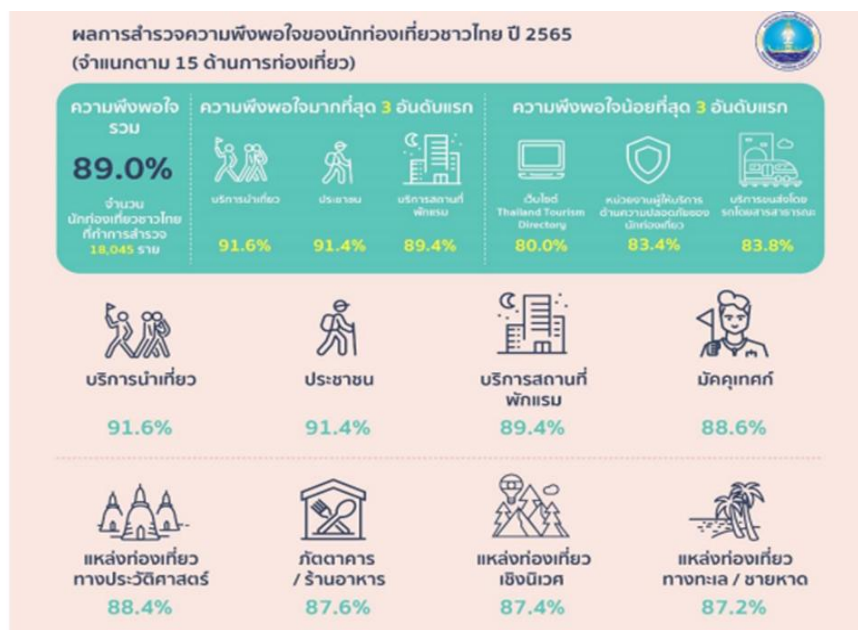
(+) การเดินทางในช่วง Winter Holiday ช่วงสิ้นปีของภูมิภาคยุโรป

ที่มา : กลุ่มสถิติ ด้านเศรษฐกิจและสารสนเทศการท่องเที่ยวและกีฬา กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ข้อมูล ณ วันที่ 2 มกราคม 2567

ภาพ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสะสม พ.ศ. 2566

ที่มา: กลุ่มสถิติ สำนักเศรษฐกิจและสารสนเทศการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567

ผลการสำรวจความพึงพอใจ พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวนิยมและเดินทางมาพักผ่อนจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อจะศึกษาคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม รวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมที่คนในชุมชนนั้น ๆ เห็นคุณค่าช่วยกันปกป้องรักษา และร่วมกันส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงได้รับความนิยมควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งผลจากการสำรวจความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยจำนวน 18,045 ราย (กลุ่มตัวอย่าง) และสำรวจในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวหลัก 16 จังหวัดและจังหวัดรอง 24 จังหวัด รวมทั้งหมด 40 จังหวัดระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงตุลาคม พ.ศ. 2565 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์ สูงเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 88.4 เช่นเดียวกับผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 3,213 ตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวหลักจำนวน 12 จังหวัดระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2565 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์ สูงเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 89



ภาพ 2 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2565

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565



ภาพ 3 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2565

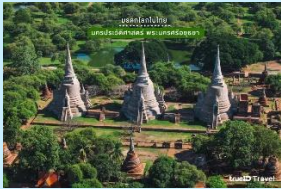
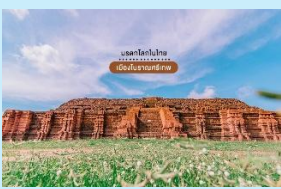
ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ และคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะ และสถาปัตยกรรม ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของไทย ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

กระแสการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังได้รับความนิยมมากขึ้นเมื่อ “อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ” จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้รับการขึ้นทะเบียนมรดกโลกแห่งใหม่ของประเทศไทย จึงเป็นต้นทุนของพื้นที่ที่มีคุณค่าทั้งทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Value) การใช้งาน (Functional Value) การศึกษา (Educational Value) สังคม (Social Value) และทางเศรษฐกิจ (Value Added) โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้มีการกระจายรายได้ให้กับคนในพื้นที่และนำรายได้เข้าประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวแหล่งมรดกวัฒนธรรม

ความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีมากขึ้น ผ่านการท่องเที่ยวตามรอยแหล่งมรดกโลก หรือ World Heritage Site ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจาก ยูเนสโก (UNESCO) เป็นสถานที่ซึ่งถือว่าสำคัญต่อประโยชน์โดยรวมของมนุษยชาติ และได้รับความคุ้มครองทางกฎหมายตามอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ หรือ “อนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก” (The World Heritage Convention) ที่ได้รับการรับรองจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ในการประชุมใหญ่สมัยสามัญครั้งที่ 17 ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515 และโดยอนุสัญญาฯ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ พ.ศ. 2518 เป็นต้นมา โดยจะมีคณะกรรมการ และหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ในการคัดเลือกว่า พื้นที่นั้น ๆ มีความเหมาะสมในการพิจารณาให้เป็น “แหล่งมรดกโลก”

สำหรับประเทศไทยนั้น ยูเนสโกได้รับรองการขึ้นทะเบียนแหล่งมรดกโลก 7 แห่ง ดังนี้

	นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา (Historic City of Ayutthaya) ขึ้นทะเบียนมรดกโลกในปี พ.ศ. 2534
	เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร (Historic Town of Sukhothai and Associated Historic Towns) ขึ้นทะเบียนมรดกโลกในปี พ.ศ. 2534
	เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง (Thungyai-Huai Kha Khaeng Wildlife Sanctuaries) ขึ้นทะเบียนมรดกโลกในปี พ.ศ. 2534
	แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง (Ban Chiang Archaeological Site) ขึ้นทะเบียนมรดกโลกในปี พ.ศ. 2535
	กลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ๋ (Dong Phayayen-Khao Yai Forest Complex) ขึ้นทะเบียนมรดกโลกในปี พ.ศ. 2548
	กลุ่มป่าแก่งกระจาน (Kaeng Krachan Forest Complex) ขึ้นทะเบียนมรดกโลกในปี พ.ศ. 2564
	อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ Si Thep Historical Park ขึ้นทะเบียนมรดกโลกในปี พ.ศ. 2566

ภาพ 4 แหล่งมรดกโลกของประเทศไทย

ที่มา: ทูริชออนไลน์, 2566

โดยแบ่งเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม 4 แห่ง และมรดกโลกทางธรรมชาติ 3 แห่ง (วิกิพีเดีย, 2566, สื่อบนไลน์)

สถิติการท่องเที่ยวมรดกโลกทางวัฒนธรรมทั้ง 4 แห่ง พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นอันดับ 1 รองลงมาเป็นแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี และที่น่าสนใจแนวโน้มนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเมืองโบราณศรีเทพจังหวัดเพชรบูรณ์ มากกว่าเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบรีวาร จังหวัดสุโขทัย ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม

จังหวัด	2566 จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)			2566 รายได้จากผู้เยี่ยมชม (ล้านบาท)			2565 จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)			2565 รายได้จากผู้เยี่ยมชม (ล้านบาท)		
	2566 (P)	2565 (P)	% การเปลี่ยนแปลง	2566 (P)	2565 (P)	% การเปลี่ยนแปลง	2565 (P)	2564 (P)	% การเปลี่ยนแปลง	2565 (P)	2564 (P)	% การเปลี่ยนแปลง
พระนครศรีอยุธยา	5,702,553	4,220,481	35.12	9,271.03	6,281.72	47.59	7,921,684	2,332,887	239.57	11,965.85	3,735.38	220.34
สุโขทัย	929,274	693,587	33.98	2,405.86	1,502.34	60.14	926,877	355,652	160.61	2,047.20	705.46	190.19
อุดรธานี	2,506,810	1,690,468	48.29	5,471.89	3,311.08	65.26	3,160,929	950,105	232.69	6,053.18	2,117.22	185.9
เพชรบูรณ์	2,123,269	1,726,826	22.96	7,305.13	5,050.73	44.64	2,199,089	867,895	153.38	6,595.34	2,159.33	205.43

หมายเหตุ: ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ (พฤศจิกายน, 2566)

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566

จังหวัดเพชรบูรณ์เป็น 1 ใน 55 เมืองรอง (Less Visited Area) ที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวไม่ถึง 6 ล้านคนต่อปี แม้ภาครัฐเร่งออกนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยว เช่น โครงการ “ยิ่งเที่ยว ยิ่งเทช่วยเหลือ เมืองรอง” ของกระทรวงการคลัง (โพสต์ทูเดย์ออนไลน์, 2562, สื่อบนไลน์) และแนวทางในการยกระดับการท่องเที่ยวไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ ทั้งภาคธุรกิจโรงแรม อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว และแหล่งวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเมืองรอง (ไทยรัฐ ออนไลน์, 2566, สื่อบนไลน์) ก็ยังไม่อาจก้าวขึ้นสู่เมืองหลักได้ อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวรวมในเมืองรองพื้นตัวสูงถึง 85% เมื่อเทียบกับระดับก่อนโควิดและเร็วกว่าเมืองหลักที่พื้นตัวเพียง 62% ของระดับก่อนโควิด ภาพรวมรายได้ของการท่องเที่ยวจึงกระจายไปเมืองรองมากกว่าในอดีต แม้รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังคงกระจุกตัวในเมืองหลัก (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2566, สื่อบนไลน์)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรจากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ ในภาคเหนือ พบว่า จังหวัดเพชรบูรณ์อยู่ในลำดับที่ 4 จาก 17 จังหวัด โดยมีจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พิชณุโลก ได้รับความนิยมเป็นลำดับที่ 1 ลำดับที่ 2 และลำดับที่ 3 ตามลำดับ แต่รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์อยู่ลำดับที่ 3 สูงกว่ารายได้ของจังหวัดพิษณุโลก ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของภาคเหนือ ปี 2565-2566 (มกราคม-ตุลาคม 2566)

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)			รายได้จากผู้เยี่ยมชม (ล้านบาท)			จำนวน ลำดับ	
	2566(P)	2565 (P)	การเปลี่ยนแปลง	2566(P)	2565 (P)	การเปลี่ยนแปลง		
เชียงราย	4,924,558	3,868,873	+27.29	36,638.98	25,797.41	+ 42.03	16%	2
เชียงใหม่	8,424,528	6,671,090	+26.28	66,045.28	43,907.33	+ 50.42	27%	1
น่าน	1,290,707	1,053,996	+22.46	3,382.71	2,416.25	+ 40.00	4%	8
พะเยา	808,142	778,386	+3.82	1,819.61	1,427.97	+ 27.43	3%	14
แพร่	1,025,791	965,829	+6.21	2,399.92	1,869.11	+ 28.40	3%	9
แม่ฮ่องสอน	951,881	839,428	+13.40	4,632.28	3,258.34	+ 42.17	3%	11
ลำปาง	1,305,259	1,218,988	+7.08	4,170.84	3,221.06	+ 29.49	4%	7
ลำพูน	1,015,186	890,931	+13.95	1,443.70	1,071.29	+ 34.76	3%	10
กำแพงเพชร	661,646	628,822	+5.22	1,295.09	1,047.52	+ 23.63	2%	16
ตาก	1,741,890	1,266,068	+37.58	5,819.23	3,596.73	+ 61.79	6%	6
นครสวรรค์	1,826,254	1,385,812	+31.78	4,931.44	3,209.91	+ 53.63	6%	5
พิจิตร	610,905	556,264	+9.82	1,105.33	871.31	+ 26.86	2%	17
พิษณุโลก	2,373,286	2,068,662	+14.73	6,555.31	4,822.01	+ 35.95	8%	3
เพชรบูรณ์	2,123,269	1,726,826	+22.96	7,305.13	5,050.73	+ 44.64	7%	4
สุโขทัย	929,274	693,587	+33.98	2,405.86	1,502.34	+ 60.14	3%	12
อุดรดิตถ์	828,936	727,679	+13.92	1,374.83	981.14	+ 40.13	3%	13
อุทัยธานี	795,578	709,685	+12.10	1,329.25	1,005.36	+ 32.22	3%	15
ภาคเหนือ	31,637,090	26,050,926	+21.44	152,654.79	105,055.81	+45.31	100%	

หมายเหตุ: ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2565-2566 (มกราคม-ตุลาคม 2566)
ภาคเหนือ

ที่มา: ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566

จากตาราง 3 ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ นับตั้งแต่ปี 2565 มีแนวโน้มดีขึ้น โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอยู่ที่หลักสองล้านคน พื้นที่อยู่ที่ร้อยละ 24.68 เมื่อเทียบกับปี 2564 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 6,595.34 ล้านบาท พื้นที่อยู่ที่ร้อยละ 213.85 เมื่อเทียบกับปี 2564 สำหรับปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจะน้อยกว่าปี 2565 แต่รายได้ในปี 2566 อยู่ที่ 7,305 ล้านบาทซึ่งมากกว่าปี 2565 อยู่ที่ประมาณ 710 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่า แนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดเพชรบูรณ์มีการฟื้นตัวดีขึ้น และการกระจายรายได้สู่จังหวัดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว		รายได้	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ การเปลี่ยนแปลง	จำนวน (ล้านบาท)	ร้อยละ การเปลี่ยนแปลง
2561	2,362,288	2.66	7,533.70	6.09
2562	2,386,785	1.04	7,680.85	1.95
2563	1,354,131	-43.27	4,266.73	-44.51
2564	1,763,766	-30.25	2,101.42	-50.75
2565	2,199,089	24.68	6,595.34	213.85
2566	2,123,269	3.48	7,305.13	10.76

(มกราคม-ตุลาคม)

หมายเหตุ: ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ (พฤศจิกายน, 2566)

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566

จากตาราง 4 พบว่า ความนิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อจังหวัดเพชรบูรณ์มีเพียงจำนวนหลักหมื่นต้น ๆ ช่วงปี 2561-2563 ยกเว้นในปี 2564 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเยือนเพียง 4,960 คน เปลี่ยนแปลงติดลบถึงร้อยละ 68.87 เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 อย่างไรก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มมาเยือนจังหวัดเพชรบูรณ์มากขึ้น ตั้งแต่ปี 2565 โดยมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงถึงร้อยละ 655.20 เมื่อเทียบกับปี 2564 ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความนิยมมาเยือนจังหวัดเพชรบูรณ์อยู่หลักสองล้านต่อปี ยกเว้นปี 2564 ที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเยือนเพียงหลักล้าน

ต่อปี เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ดังนั้น ความนิยมหรือแนวโน้มการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย

เมื่อพิจารณาจำนวนการมาเยือนของนักท่องเที่ยวต่างชาติเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ความนิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นสูงกว่าความนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในปี 2565 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ อยู่ที่ 37,458 คน และปี 2566 อยู่ที่ 47,007 คน มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 655.20 เมื่อเทียบกับปี 2564 และร้อยละ 25.49 เมื่อเทียบกับปี 2565 ตามลำดับ ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเยือนในปี 2565 อยู่ที่ 2,161,631 คน และปี 2566 (มกราคม-ตุลาคม) อยู่ที่ 2,076,262 คน การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.90 เทียบกับปี 2564 ดังแสดงในตาราง 5

ตาราง 5 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเพชรบูรณ์

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย		จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	(คน)	การเปลี่ยนแปลง	(คน)	การเปลี่ยนแปลง
2561	2,336,057	2.66	26,231	2.60
2562	2,384,546	2.08	26,530	1.14
2563	2,898,214	21.54	15,932	-39.95
2564	1,758,806	-39.31	4,960	-68.87
2565	2,161,631	22.90	37,458	655.20
2566	2,076,262	-3.95	47,007	25.49
(มกราคม-ตุลาคม)				

หมายเหตุ: ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ (พฤศจิกายน, 2566)

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566

จากตาราง 5 พบว่า แนวโน้มการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์คาดว่าจะเพิ่มขึ้นนับตั้งแต่ปี 2566 เนื่องจากการรอมานานถึง 31 ปีนับจากการประกาศขึ้นทะเบียนมรดกโลกของแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง จ.อุดรธานี เมื่อปี 2535 ในที่สุด ยูเนสโกได้ประกาศผล “มรดกโลกทางวัฒนธรรม” แห่งใหม่ในประเทศไทย พิกัดเมืองโบราณศรีเทพ อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ถือเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมแห่งที่ 4 และแหล่งมรดกโลกแห่งที่ 7 ของประเทศไทยโดยการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก

ในครั้งนี้ เป็นการขึ้นทะเบียนโครงสร้างโบราณสถาน 3 ส่วน ที่เชื่อมต่อกัน ได้แก่ เมืองโบราณศรีเทพ
โบราณสถานเขาค้างนอก และโบราณสถานถ้ำเขามอรัตน์



ภาพ 5 อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566



ภาพ 6 เมืองโบราณศรีเทพ มรดกโลกทางวัฒนธรรม (เขาค้างนอก)

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มีชื่ออย่างเป็นทางการว่า The Ancient Town of Si Thep and its Associated Dvaravati Monuments โดยผ่านข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ (Heritage criteria) พิจารณาให้เป็นแหล่งมรดกโลก 2 เกณฑ์ กล่าวคือ เกณฑ์ 2 มีความครบถ้วนสมบูรณ์ เป็นเมืองทวารวดีที่ยังไม่ถูกรุกล้ำ และเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมมีคุณค่า-ผังเมือง โดยเฉพาะลักษณะ

การวางผังเมืองของ ‘เมืองโบราณศรีเทพ’ มีความเป็นเอกลักษณ์ตรงที่เป็นการวางผังเมืองแบบเมืองแฝด หรือ ‘เมืองขยาย’ และเกณฑ์ 3 เป็นตัวแทนของเมืองโบราณในวัฒนธรรมทวารวดี รับวัฒนธรรมอินเดียเข้ามาในอาณาจักรทวารวดี ปรากฏชื่ออยู่ในบันทึกการเดินทางของพระภิกษุเหียนจั่ง (Hiuan Tsang) ผู้เดินทางจากจีนไปสืบพุทธศาสนาในอินเดียโดยทางบกในปี พ.ศ. 1172 ซึ่งถือเป็น “พยานหลักฐาน” สำคัญของเมืองโบราณศรีเทพ (UNESCO, 2566, สืบออนไลน์)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนในพื้นที่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง เช่น Facebook YouTube TikTok รวมถึงข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ การให้สัมภาษณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ทำให้กระแสความนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศต่อการตามรอยแหล่งมรดกโลกเมืองโบราณศรีเทพมีจำนวนการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยรายได้เป็นค่าประมาณจากการจำหน่ายบัตรเข้าชมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย บัตรละ 20 บาท และนักท่องเที่ยวต่างชาติ บัตรละ 100 บาท ข้อมูล ณ 30 พฤศจิกายน 2566 ดังแสดงในตาราง 6

ตาราง 6 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของการมาเยือนเมืองโบราณศรีเทพ

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว		รายได้	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ การเปลี่ยนแปลง	จำนวน (บาท)	ร้อยละ การเปลี่ยนแปลง
2561	158,465	42.18	2,584,208.00	22.14
2562	152,917	-3.5	2,502,160.00	-3.17
2563	148,132	-3.13	2,391,040.00	-4.44
2564	48,634	-67.17	785,440.00	-67.25
2565	93,641	92.54	1,531,472.00	94.98
2566	555,586	493.31	8,989,152.00	486.96

(มกราคม-พฤศจิกายน)

หมายเหตุ: ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของเมืองโบราณศรีเทพ (พฤศจิกายน, 2566)

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

จากตาราง 6 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวก่อนประกาศเป็นมรดกโลกจะอยู่หลักหมื่นหรือหลักแสนต้น ๆ แต่เมื่อประกาศเป็นมรดกโลกแล้ว ในปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงสูงถึงร้อยละ 493.31 และรายได้ที่เพิ่มขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงถึงร้อยละ 486.96 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565 เช่นเดียวกับกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมเมืองโบราณศรีเทพ นั้นก่อนประกาศเป็นแหล่งมรดกโลกมีเพียงหลักร้อย แต่ภายหลังจากประกาศเป็นมรดกโลกแล้วพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วอยู่ที่ 1,559 คน ในปี 2566 มีการเปลี่ยนแปลงสูงถึงร้อยละ 67 เมื่อเทียบกับปี 2565 ดังแสดงในตาราง 7

ตาราง 7 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ เมืองโบราณศรีเทพ

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย		จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ การเปลี่ยนแปลง	จำนวน (คน)	ร้อยละ การเปลี่ยนแปลง
2561	26,078	0.76	762	41.00
2562	27,721	6.00	867	12.00
2563	23,265	-19.00	327	-165.00
2564	12,131	-92.00	114	-187.00
2565	20,669	41.00	519	78.00
2566	128,324	84.00	1,559	67.00

(มกราคม-ตุลาคม)

หมายเหตุ: ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ เมืองโบราณศรีเทพ (พฤศจิกายน, 2566)

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

จากตาราง 7 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ เพิ่มขึ้นสูงกว่าปีก่อน ๆ ทำให้พบปัญหาการขาดโครงสร้างพื้นฐานและมาตรการที่เหมาะสมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เช่น ปัญหาจำนวนห้องน้ำไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เมืองโบราณศรีเทพและเขาคลังนอก และไม่มีห้องน้ำบริการที่เขาคมอรัตน์ จุดทิ้งขยะไม่เพียงพอการบริหารลานจอดรถ และแผงขายของไม่เป็นระเบียบ โดยเฉพาะแผงขายของอยู่ใกล้กับเมืองโบราณศรีเทพ ซึ่งเป็นปัญหาของการบริหารจัดการที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสมในการเยี่ยมชม และป้ายในการประชาสัมพันธ์ห้ามขึ้นโบราณสถานไม่เพียงพอ

และไม่ชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวมีการยื่นถ่ายรูปรูปบนบันไดเขาลังนอก แม้มีป้ายห้ามขึ้น หรือการที่นักท่องเที่ยวเดินถ่ายรูปรูปตามโบราณสถานโดยไม่มีข้อมูลที่มาของแต่ละแหล่ง มีเพียงป้ายบอกเพียงชื่อโบราณสถาน เช่น ปราสาทศรีเทพ ปราสาทสองพี่น้อง เขาลังใน

ที่พักให้บริการแก่นักท่องเที่ยวรอบ ๆ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีเพียงระดับ 2-3 ดาว ร้านอาหารยังไม่เปิดให้บริการเป็นส่วนใหญ่ และปัญหาที่สำคัญของการที่ประติมากรรมเทวรูปต่าง ๆ โบราณวัตถุสำคัญ ๆ ของศรีเทพถูกลักลอบขุด เมื่อประมาณกว่า 60 ปีที่แล้ว ในยุคที่เมืองศรีเทพถูกทิ้งให้เป็นป่าเขากร้าง และพบโบราณวัตถุในพิพิธภัณฑสถานต่างประเทศ เช่น เทวรูปพระสุริยะแผ่นดินทองรูปประวัตินักพบในพิพิธภัณฑสถานต่างประเทศ เช่น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ-ไซมอน (Norton Simon Museum) รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา (Norton Simon Art Foundation, 2024)

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงความเป็นแหล่งมรดกโลก เนื่องจากอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเป็นแหล่งมรดกโลกแห่งใหม่ของประเทศไทยที่มีลักษณะสำคัญทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น รวมถึงมีความสำคัญยิ่งต่อประโยชน์โดยรวมของมนุษยชาติ และได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายภายใต้อนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก โดยความร่วมมือจากประเทศต่าง ๆ ที่จะดูแลสถานที่ต่าง ๆ เหล่านี้ ภายใต้ตัวอนุสัญญา ซึ่งประเทศไทยก็ได้เข้าร่วมในอนุสัญญานี้เมื่อปี 2530

การที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในการมาเยือนศรีเทพ แต่การบริหารจัดการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้นไม่พร้อมหรือยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ย่อมเสี่ยงต่อการถูกถอดถอนความเป็นแหล่งมรดกโลก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาเยือนแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ และสำรวจความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ รวมถึงทำการประเมินประสิทธิภาพในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมตามกลยุทธ์การตลาด 4C's และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการขององค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคชุมชนตามหลัก 7S Model โดยผลักดันให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทุกฝ่ายทั้งตัวแทนภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักท่องเที่ยว ควรมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ คุ้มครอง ปกป้องโบราณสถานและโบราณวัตถุไม่ให้ถูกทำลาย และ/หรือถูกโจรกรรม เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570 ที่มีเป้าหมายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) และเพื่อบรรลุตามยุทธศาสตร์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2579 (วิสัยทัศน์ 20 ปี) ที่ระบุให้ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” ดังนั้น จึงต้องการหาแนวทางและข้อเสนอในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงความเป็นแหล่งมรดกโลกตามปรัชญาการท่องเที่ยว

อย่างยั่งยืน ตลอดจนนำแนวทางที่ได้นำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีลักษณะเดียวกันภายในประเทศเพื่อก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และสร้างรายได้ให้กับประเทศ และเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกอย่างยั่งยืน

คำถามการวิจัย

1. การบริหารจัดการด้านกลยุทธ์การตลาด 4C's ของแหล่งมรดกโลกศรีเทพ มีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร
2. การนำหลักการบริหาร 7S Model มาใช้ในการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก มีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร
3. การบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพการจัดการด้านกลยุทธ์การตลาด 4C's ของแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ
2. เพื่อสำรวจประสิทธิภาพการจัดการตามหลัก 7S Model เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์และความคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเพื่อสำรวจความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัฒนธรรมแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ
5. เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่

แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาให้สอดคล้องกับรูปแบบการศึกษา ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ใน 4 ภาคส่วน กล่าวคือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารจัดการตามกลยุทธ์การตลาด 4C's และ 7S Model รวมถึงการประเมินประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลก ผลการวิเคราะห์จะถูกใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จะใช้วิธีการสำรวจ (Survey) ผ่านแบบสอบถาม (Questionnaires) กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการตัดสินใจมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการอนุรักษ์ การคุ้มครอง และการบังคับใช้กฎหมายเพื่อรักษาสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและมีความถูกต้อง โดยมีขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ จะเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยใช้การคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 คน เพื่อสะท้อนมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละภาคส่วน ดังนี้

- 1.1 ภาครัฐ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 คน
- 1.2 ภาคเอกชน ผู้แทนจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน
- 1.3 ภาคชุมชน ผู้นำหรือผู้แทนชุมชน จำนวน 10 คน
- 1.4 นักวิชาการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน

2. การวิจัยเชิงปริมาณ จะเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม (Questionnaires)

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2567 ถึงพฤษภาคม 2568

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีนิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน มีดังต่อไปนี้

มรดกโลก (Heritage) หมายถึง ทรัพย์สินทั้งที่เป็นอสังหาริมทรัพย์และสังหาริมทรัพย์อันทรงคุณค่า ซึ่งได้รับการสืบทอดจากอดีตสู่ปัจจุบันและอนาคต โดยมีคุณค่าในระดับสากลและถือเป็นภารกิจร่วมของมวลมนุษยชาติที่จะต้องปกป้องรักษาไว้ หากได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกแล้ว ทรัพย์สินดังกล่าวถือเป็นสมบัติร่วมของมนุษยชาติ เช่น โบราณสถานและโบราณวัตถุที่พบในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

แหล่งมรดกโลก (World Heritage Site) หมายถึง พื้นที่หรือภูมิสัญลักษณ์ที่ได้รับการคัดเลือกจากองค์การยูเนสโก เนื่องจากมีคุณค่าทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ หรือคุณค่าอื่น ๆ ที่สำคัญต่อมนุษยชาติ ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายระหว่างประเทศ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2566

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ (Si Thep Historical Park) หมายถึง แหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมภายใต้การดูแลของกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ตั้งอยู่ที่อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบด้วยโบราณสถานหลัก 3 ส่วน คือ เมืองโบราณศรีเทพ โบราณสถานเขาค้างนอก และโบราณสถานถ้ำเขาถมอรัตน์ แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองต่อเนื่องตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลาย ยุคทวารวดี จนถึงยุคเขมร

การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้และสัมผัสคุณค่าด้านวัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และโบราณสถาน ทั้งที่เป็นมรดกดั้งเดิมและที่ได้รับการสืบทอดต่อมา

กลยุทธ์การตลาด 4C's (4C's Marketing Strategy) คือ แนวคิดการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Consumer Solution) คำนึงถึงราคาหรือต้นทุนในการซื้อสินค้าหรือบริการ (Cost to Consumer) อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการ (Convenience) และสร้างการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงและความเข้าใจ (Communication)

หลัก 7S Model เป็นกรอบการบริหารที่เชื่อมโยง 7 องค์ประกอบ ได้แก่ โครงสร้าง (Structure) ยุทธศาสตร์ (Strategy) ระบบงาน (System) ทักษะ (Skill) รูปแบบการบริหาร (Style) บุคลากร (Staff) และค่านิยมร่วม (Shared Values) เพื่อช่วยให้การดำเนินงานสอดคล้องกันทั้งในเชิงกลยุทธ์และการปฏิบัติ

องค์ประกอบการท่องเที่ยว (6A) หมายถึง ปัจจัยขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ และเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) 5) กิจกรรม (Activities) และ 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist's Behaviors) หมายถึง การกระทำใด ๆ ของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นจะกระทำโดยตรงหรือทางอ้อม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง เช่น นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้นโดยเลือกเดินทางเป็นครอบครัวมากกว่าเป็นกลุ่มหรือคณะ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์การเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ความคิดเห็น (Opinion) หมายถึง ความคิดหรือความเห็นที่แสดงออกเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจเป็นการแสดงความคิดเห็นเชิงบวก เชิงลบ หรือเป็นกลางก็ได้ ขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ชุมชน (Community) หมายถึง กลุ่มผู้อยู่อาศัยในพื้นที่อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ที่ตนมีความเป็นเจ้าของและมีสิทธิในการบริหารจัดการในพื้นที่ตนเอง และพื้นที่ที่ร่วมตกลงกัน

การจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management) หมายถึง กระบวนการในการจัดการการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินการที่เหมาะสม ภายใต้สภาพแวดล้อมของพื้นที่นั้นด้วยแผนงานที่มีการอำนวยความสะดวกและควบคุมอย่างเหมาะสม และมีการประเมินผลและรายงานผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การจัดการมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage Management) หมายถึง การดำเนินการใด ๆ กับทรัพยากรทางวัฒนธรรมซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เพื่อการสงวนหรือการรักษามรดกทางวัฒนธรรมให้ยั่งยืน

การอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก (Conservation of World Heritage Sites) หมายถึง การดูแลเพื่อให้คงคุณค่าไว้และให้ความหมายรวมถึงการป้องกัน การรักษา การสงวน การปฏิสังขรณ์ และการบูรณะโบราณสถาน โบราณวัตถุแหล่งมรดกโลก

การคุ้มครองแหล่งมรดกโลก (Protection of World Heritage Sites) หมายถึง การปกป้อง คุ้มครอง และป้องกันแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อให้ส่งต่อให้กับคนรุ่นต่อไปในอนาคต

การบังคับใช้ (Enforcement) หมายถึง การดำเนินการเพื่อให้กฎหมาย กฎระเบียบ นโยบาย หรือมาตรการต่าง ๆ ถูกปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ เช่น หน่วยงานภาครัฐ ตำรวจ ศาล หรือองค์กรกำกับดูแลในแต่ละอุตสาหกรรม

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนสามารถนำผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการจัดการด้านกลยุทธ์การตลาด 4C's ของแหล่งมรดกโลกศรีเทพไปประยุกต์ใช้ เพื่อวางแผนแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม
2. ผลการวิจัยด้านการบริหารจัดการตามหลัก 7S Model สามารถนำไปใช้ปรับปรุงการปฏิบัติ การติดตามตรวจสอบ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อรักษาสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก
3. ได้ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายด้านการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลก ตลอดจนผลการศึกษาความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการรักษาสถานะดังกล่าว
4. ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรม ความพึงพอใจ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมในแหล่งมรดกโลกศรีเทพ
5. เสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกศรีเทพ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ หรือพัฒนามาตรการใหม่ รวมถึงการออกกฎหมายบังคับใช้เพื่อการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ อาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในหลายมิติ ทั้งด้านการตลาด การจัดการองค์กร การท่องเที่ยววัฒนธรรม และการอนุรักษ์มรดกโลก ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยววัฒนธรรม
2. องค์ประกอบการท่องเที่ยว (6A)
3. กลยุทธ์การตลาด 4C's
4. การบริหารจัดการองค์กร 7S Model
5. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ST)
6. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)
7. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก
8. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก
9. แนวคิดเกี่ยวกับการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก
10. พฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว
11. การวิเคราะห์ SWOT Analysis and TOWS Matrix
12. แผนยุทธศาสตร์
13. บริบทจังหวัดเพชรบูรณ์
14. บริบทอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ
15. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
16. สมมติฐานการวิจัย
17. กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยววัฒนธรรม

การท่องเที่ยว (Tourism)

การท่องเที่ยวมีวิวัฒนาการมาจากการเดินทางของมนุษย์ ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพของสังคมและความเป็นอยู่ วัตถุประสงค์ของการเดินทางที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการดำรงชีพ การแสวงหาอาณานิคม หรือเพื่อการพักผ่อน และมีความคิดเห็นในความหมายการท่องเที่ยวหลากหลาย อาทิ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายของผู้คนไปยังประเทศหรือสถานที่นอกสภาพแวดล้อมปกติของตน เพื่อวัตถุประสงค์ส่วนตัวหรือธุรกิจ/วิชาชีพ ผู้คนเหล่านี้เรียกว่า ‘ผู้มาเยือน’ (ซึ่งอาจเป็นนักท่องเที่ยว หรือนักทัศนาจร; มีถิ่นพำนักหรือไม่มีถิ่นพำนัก) และการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของพวกเขา ซึ่งบางกิจกรรมเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยว” (Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which involve tourism expenditure) (World Tourism Organization, 2018)

ขณะที่ การท่องเที่ยวในปัจจุบันเน้นความหลากหลายและประสบการณ์ที่มีคุณค่า เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นอย่างแท้จริง ขณะเดียวกันยังช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน และกำหนดเงื่อนไขหลักของการท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางแบบชั่วคราวจากที่อยู่อาศัยปกติ ความสนใจในการเดินทาง และวัตถุประสงค์ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้และเสริมสร้างเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือน (UNWTO, 2018)

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางตามการวางแผนที่กำหนดไว้เพื่อพักผ่อน หรือเพื่อการศึกษา เพื่อการประชุม เพื่อความเชื่อ เพื่อความศรัทธาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือวัตถุประสงค์อื่นใดตามรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ของการเดินทางและมีใช้เพื่อประกอบอาชีพ หรือเพื่อหารายได้

การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism)

การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อเรียนรู้ สัมผัส และมีประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ทั้งในรูปแบบที่จับต้องได้ (tangible) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน ศิลปะและหัตถกรรม และรูปแบบที่จับต้องไม่ได้ (intangible) เช่น ประเพณี ดนตรี การเต้นรำ ภาษา วิถีชีวิต และความเชื่อ (UNWTO, 2018)

การท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม โดยช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้บริบททางสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนหรือประเทศที่ไปเยือน นอกจากนี้ การท่องเที่ยววัฒนธรรมยังช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจของชุมชนในการรักษาและอนุรักษ์มรดกของตน ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างสมดุลระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวกับการรักษาเอกลักษณ์และความยั่งยืนของมรดกทางวัฒนธรรม (Richards, 2018) และการท่องเที่ยววัฒนธรรมยังสามารถสร้างประสบการณ์เชิงลึก (deep cultural experience) และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว (active participation) เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมประเพณี การทำอาหารท้องถิ่น การฝึกหัตถกรรม หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชน ซึ่งช่วยสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรมและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน (Richards, 2018) สอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา (2566) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสืบสานวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้ รับประสบการณ์ในการเยือนพื้นที่ที่เน้นการสืบสานวัฒนธรรม สืบสานแหล่งประวัติศาสตร์ และดำรงสภาพธรรมชาติที่มีคุณค่า นอกจากนี้ การท่องเที่ยววัฒนธรรมยังสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) โดยชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแรงจูงใจในการพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี และกิจกรรมทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง ซึ่งส่งผลให้เกิดประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และการอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (สมพร จิตเป็นธม, 2562; Goodwin, 2010)

จากนิยามข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งมรดกโลกเพื่อเรียนรู้วิถีชุมชน ประเพณี วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและโบราณสถานต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือที่มนุษย์สร้างขึ้นในอดีตตกทอดถึงปัจจุบัน ต่อเนื่องถึงอนาคต รวมถึงตระหนักให้มีการคุ้มครองมรดกดังกล่าวมิให้ถูกทำลาย เช่น การท่องเที่ยวเรียนรู้ยุคสมัยทางประวัติศาสตร์ของวิถีชุมชนในเมืองโบราณศรีเทพ

องค์ประกอบการท่องเที่ยว (6A)

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องพิจารณาองค์ประกอบหลายด้านร่วมกัน เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ครบถ้วนและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งเชิงกายภาพและเชิงจิตใจ Buhalis (2000) ได้เสนอกรอบแนวคิด องค์ประกอบ การท่องเที่ยว 6A's (The 6A's of Tourism) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์และวางแผน พัฒนาการท่องเที่ยว โดยชี้ว่าองค์ประกอบทั้งหกด้าน ได้แก่ Attractions, Accessibility, Amenities, Accommodation, Activities และ Ancillary Services ต้องบูรณาการเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างคุณค่า และประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)

สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบหลักที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางมายังจุดหมายปลายทาง ประกอบด้วยทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Attractions) เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล และทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural Attractions) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน ประเพณี เทศกาล รวมถึงสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Attractions) เช่น สวนสนุกและแหล่งบันเทิง (Buhalis, 2000)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงมรดกโลก สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะสะท้อนคุณค่าทางประวัติศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ และอัตลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น องค์การยูเนสโก (UNESCO, 2023) ระบุว่า “คุณค่าความแท้จริง (Authenticity)” และ “คุณค่าโดดเด่นสากล (Outstanding Universal Value)” ของแหล่งมรดกถือเป็นแรงดึงดูดสำคัญในการดึงดูด นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Stylidis, Shani และ Belhassen (2017) พบว่า ความน่าสนใจของสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลโดยตรงต่อการสร้าง destination image และส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนซ้ำ

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ทั้งระบบคมนาคม โครงสร้างพื้นฐาน ป้ายบอกทาง ความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น รวมถึงความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และบริการนำเที่ยว

สำหรับแหล่งมรดกโลก เช่น เมืองโบราณศรีเทพ การเข้าถึงที่สะดวกและปลอดภัย เป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเดินทาง (Ram et al., 2016) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Loi et al. (2017) ระบุว่า การเข้าถึงเป็นตัวกำหนดความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางในระดับนานาชาติ

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

สิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ระบบสื่อสาร ธนาคาร โรงพยาบาล และสิ่งสาธารณูปโภคอื่น ๆ Gretzel et al. (2020) ระบุว่า การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยและเพียงพอช่วยยกระดับคุณภาพประสบการณ์นักท่องเที่ยว และสร้างความพึงพอใจในภาพรวม สำหรับพื้นที่มรดกโลก สิ่งอำนวยความสะดวกต้องออกแบบให้สอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อไม่ทำลายความแท้จริง (authenticity) ของพื้นที่ (Timothy & Boyd, 2015)

4. ที่พัก (Accommodation)

ครอบคลุมตั้งแต่โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ไปจนถึงการพักแรมเชิงประสบการณ์ (experience-based lodging) เช่น การนอนในบ้านดั้งเดิมของชุมชน งานวิจัยของ Nunkoo et al. (2020) ระบุว่าความหลากหลายและคุณภาพของที่พักเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ส่วนการท่องเที่ยวเชิงมรดก ที่พักที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น โฮมสเตย์พื้นบ้านหรือโรงแรมที่ออกแบบด้วยแรงบันดาลใจจากศิลปกรรมท้องถิ่น สามารถเสริมสร้างคุณค่าประสบการณ์ให้มากยิ่งขึ้น

5. กิจกรรม (Activities)

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้ ทั้งกิจกรรมเชิงนันทนาการ กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ หรือกิจกรรมพิเศษตามเทศกาล ซึ่ง Richards (2018) กล่าวว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ “creative tourism” มีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์เชิงลึกและกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น การร่วมพิธีบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพ การแต่งกายพื้นเมือง หรือการทำเวิร์กช็อปงานหัตถกรรม ล้วนเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมท้องถิ่น

6. บริการสนับสนุน/การให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)

บริการเพิ่มเติมที่ช่วยเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น จุดประชาสัมพันธ์ มัคคุเทศก์ ระบบรักษาความปลอดภัย การจัดการขยะ และบริการฉุกเฉิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alananzeh et al. (2018) พบว่า บริการสนับสนุนเป็นปัจจัยที่สร้าง “ความเชื่อมั่น” (trust) ให้แก่นักท่องเที่ยว และส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม สำหรับแหล่งมรดกโลก บริการสนับสนุนที่มีคุณภาพ เช่น มัคคุเทศก์ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจคุณค่าและความหมายเชิงวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า กรอบแนวคิด 6A's ของ Buhalis (2000) เป็นโมเดลสำคัญที่ใช้ประเมินคุณภาพและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยชี้ว่า การจัดการที่ดีต้องบูรณาการทั้งสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม และบริการสนับสนุนเข้าด้วยกัน

การผสมผสานองค์ประกอบทั้ง 6 ด้านไม่เพียงแต่สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว แต่ยังช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมให้แก่จุดหมายปลายทาง อย่างไรก็ตาม โมเดล 6A's ของ Buhalis (2000) แม้จะเป็นฐานที่ได้รับการอ้างอิงมากที่สุด แต่ต่อนักวิชาการบางกลุ่มได้ขยายแนวคิดนี้ให้ครอบคลุมมากขึ้นจนกลายเป็น 10A's of Tourism โดยเพิ่มองค์ประกอบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการจัดการประสบการณ์ และความยั่งยืน เพื่อสะท้อนมิติของการท่องเที่ยวที่ซับซ้อนขึ้นในยุคปัจจุบัน งานวิจัยและการทบทวนวรรณกรรมภายหลังได้ขยายเพิ่มเติมอีก 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การรับรู้และการสื่อสารการตลาด (Awareness)

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางเกิดจากการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารทางการตลาด และสื่อออนไลน์ (destination marketing และ branding) การสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางและการสร้าง destination image (Pike & Page, 2014) ตัวอย่าง: การโปรโมต “เมืองโบราณศรีเทพ” ผ่านการสื่อสารของ UNESCO และการทำสื่อโฆษณาโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำให้เกิดการรับรู้ในระดับนานาชาติ

2. ความน่าดึงดูดใจโดยรวม (Appeal)

ความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการสร้างแรงดึงดูดใจโดยรวม (overall attractiveness) ให้นักท่องเที่ยวเกิดความปรารถนาที่จะเดินทางมาเยือน (Crouch & Ritchie, 2003) ไม่ได้จำกัดแค่ “สิ่งดึงดูดเฉพาะจุด” (Attractions) แต่รวมถึงภาพลักษณ์โดยรวม บรรยากาศ ประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ และชื่อเสียงที่สั่งสมมา เช่น เมืองเวนิส (Venice) อิตาลี ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็น มรดกโลกโดย UNESCO มีเอกลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมยุคกอทิก เรอเนซองส์ และบาโรก รวมถึงศิลปะและดนตรีที่มีชื่อเสียงระดับโลก สิ่งเหล่านี้สร้าง appeal ที่ยากจะหาได้จากเมืองอื่น (UNESCO, 2023)

3. ความพร้อมของทรัพยากรและบริการ (Availability)

การมีอยู่ของทรัพยากรการท่องเที่ยว (ทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม) และบริการพื้นฐานที่เพียงพอรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งระบบโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวในระยะยาว (Hassan, 2015) ตัวอย่างเช่น ความพร้อมของเจ้าหน้าที่นำเที่ยวในพื้นที่มรดกโลก ร้านอาหารท้องถิ่น และบริการด้านสุขภาพที่รองรับกรณีฉุกเฉิน

4. ความรับผิดชอบและความยั่งยืน (Accountability)

ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยว โดยสอดคล้องกับแนวคิด responsible tourism และ sustainable development (UNWTO, 2017; Grossman, N, 2018) ตัวอย่างเช่น เวนิสเป็นหนึ่งในเมืองที่ประสบปัญหา overtourism

เนื่องจากมีผู้มาเยือนหลายล้านคนต่อปีจนเกินขีดความสามารถในการรองรับของเมือง จึงมีการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวดเพื่อคงความสมดุลระหว่างการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า โมเดล 10A's of Tourism จึงเป็นการต่อยอดจาก 6A's ของ Buhalis (2000) เพื่อให้ครอบคลุมทั้งมิติทางการตลาด คุณภาพประสบการณ์ ความพร้อมเชิงทรัพยากร และความยั่งยืน โดยเน้นว่าทุกองค์ประกอบต้องบูรณาการกันเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน และรักษาความยั่งยืนของจุดหมายปลายทาง

กลยุทธ์การตลาด 4C's

แนวคิดการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง หรือ 4C's Marketing Mix ถูกพัฒนาโดย Lauterborn (1990) เพื่อปรับปรุงข้อจำกัดของ 4P (Product, Price, Place, Promotion) ให้เหมาะสมกับบริบททางการตลาดยุคใหม่ โดยมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคมากกว่าการเน้นสินค้าเพียงอย่างเดียว แนวคิดนี้ถูกเผยแพร่ครั้งแรกในบทความ "New Marketing Litany; Four P's Passé; C-words Take Over" ในนิตยสาร Advertising Age และนับเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้นักการตลาดสมัยใหม่หันมาให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Kotler & Keller, 2016)

ตั้งแต่ทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา ภาวะการแข่งขันทางการตลาดทวีความรุนแรงขึ้นองค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดและความยั่งยืน ทำให้แนวคิด 4C's ได้รับความนิยมและถูกนำมาประยุกต์ใช้ในหลายสาขา รวมถึงการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นุสรา เรืองสม (2558) อธิบายว่า แนวคิด Consumer's Wants and Needs มีเป้าหมายให้ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค ไม่ใช่เพียงผลิตสิ่งที่ขายได้ แต่ต้องสร้างสินค้าหรือบริการที่แก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการได้ตรงจุด (Consumer Solution) ขณะที่ ชุษณะ เตชคณา (2563) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันต้องเปลี่ยนเป็นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) โดยใช้หลายช่องทางเพื่อสื่อสารจุดใจในการให้ข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย และการจุดใจดังกล่าวรวมพลังแล้วสร้างผลสัมฤทธิ์ในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการเปลี่ยนส่วนประสมการตลาดให้มาจากรูมมองของผู้บริโภค ด้วยการใช้ส่วนประสม 4C's แทนส่วนประสมการตลาดแบบ 4P ดังนี้

ตาราง 8 เปรียบเทียบ 4P และ 4C's

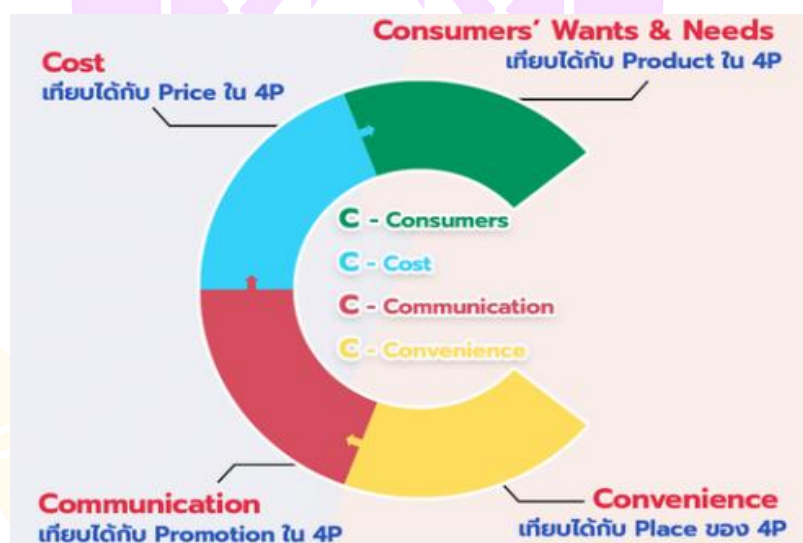
4P (Marketing Mix เดิม)	4C's (Marketing Mix)	ความหมาย/การประยุกต์
Product (สินค้า/บริการ)	Consumer Solution การมอบคุณค่าหรือ ทางออกแก่ผู้บริโภค	จากเดิมที่เน้นการพัฒนาตัวสินค้า เปลี่ยนมาให้ ความสำคัญกับการเข้าใจและตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภค
Price (ราคา)	Cost to Consumer ต้นทุนที่ผู้บริโภคต้องจ่าย	พิจารณาต้นทุนในมิติต่าง ๆ ของผู้บริโภค ไม่เพียงแต่ ราคาเท่านั้น แต่รวมถึงเวลา ความพยายาม และ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
Place (ช่องทางจัดจำหน่าย/ สถานที่)	Convenience ความสะดวกสบาย	มุ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้า และบริการได้อย่างง่ายดาย
Promotion (การส่งเสริมการตลาด)	Communication การสื่อสาร	ปรับจากการสื่อสารทางเดียว (one-way communication) เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค

จากตาราง 8 การเปรียบเทียบแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4P และ 4C's สะท้อนถึงพัฒนาการของแนวคิดทางการตลาดที่เปลี่ยนจากการมุ่งเน้นมุมมองของผู้ขาย (Seller-Oriented) ไปสู่การให้ความสำคัญกับผู้บริโภคอย่างแท้จริง โดยแนวคิด 4P มุ่งเน้นที่การพัฒนาสินค้า การกำหนดราคา การเลือกช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดเป็นหลัก ขณะที่แนวคิด 4C's ซึ่ง Lauterborn (1990) พัฒนาขึ้นเพื่อปรับปรุงข้อจำกัดของ 4P ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่ซับซ้อนและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เน้นการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างรอบด้าน ประกอบด้วย การมอบคุณค่าหรือทางออกแก่ผู้บริโภค (Consumer Solution) การพิจารณาต้นทุนที่ผู้บริโภคต้องแบกรับ (Cost to Consumer) ความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการ (Convenience) และการสื่อสารสองทางเพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจร่วมกัน (Communication) (Kotler & Keller, 2016)

การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาด 4C's ในการจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการยกระดับการบริหารจัดการให้มีความเป็นระบบและมุ่งเน้นผู้มาเยือนเป็นศูนย์กลาง โดยในมิติ Consumer Solution สถานที่แห่งนี้ตอบสนองนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรมและควรให้ความสำคัญกับการศึกษาความต้องการเฉพาะของกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ครอบครัว ผู้สูงอายุ และนักเรียน/นักศึกษา เพื่อนำไปสู่การออกแบบกิจกรรมและบริการที่ตอบสนองได้อย่างเหมาะสม

ในมิติ Cost to Consumer ค่าใช้จ่ายในการมาเยือนเหมาะสมแล้ว และควรพิจารณาต้นทุนรวมของนักท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่ค่าเข้าชม แต่รวมถึงค่าเดินทาง เวลา และความคุ้มค่า (Value for Money) ซึ่งสามารถพัฒนาได้ผ่านการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับชุมชนและบริการเสริมที่เกี่ยวข้อง สำหรับมิติ Convenience ควรมุ่งเน้นการเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ เช่น การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ ป้ายบอกทางหลายภาษา ระบบการจองออนไลน์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน ส่วนมิติ Communication ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารสองทางที่สร้างความผูกพันและความเข้าใจกับผู้มาเยือน ผ่านสื่อดิจิทัล เทคโนโลยี AR/VR การเล่าเรื่อง (Storytelling) และการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม

แนวทางดังกล่าวไม่เพียงช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืน แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการรักษาและส่งต่อคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมของศรีเทพให้คงอยู่ต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ



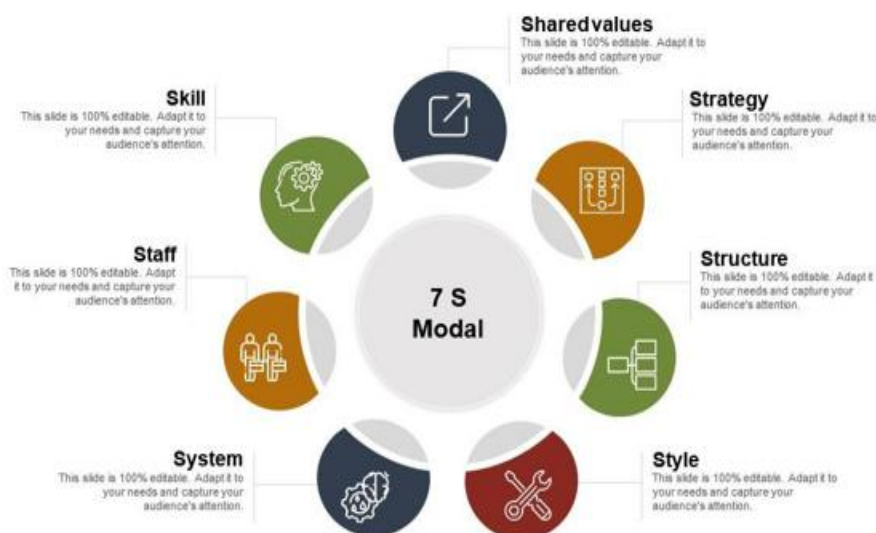
ภาพ 7 กลยุทธ์การตลาด 4C's

ที่มา: DX by SME D Bank's post, 2021

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาด 4C's ช่วยให้การบริหารจัดการมีความเข้าใจลูกค้าในเชิงลึกมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ซึ่งนอกจากจะช่วยสะท้อนจุดแข็งและจุดอ่อนของการดำเนินงานแล้วยังสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบประสิทธิภาพการจัดการ (Managerial Effectiveness) เพื่อพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบสินค้า บริการ และกิจกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น แนวทางนี้ไม่เพียงเพิ่มความพึงพอใจและประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่ผู้มาเยือน แต่ยังสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว

การบริหารจัดการองค์กร 7S Model

โมเดล 7S ของ McKinsey & Company (Peters & Waterman, 1982) เป็นเครื่องมือวิเคราะห์องค์ประกอบภายในองค์กร 7 ด้าน กล่าวคือ โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม (Structure) ยุทธศาสตร์ (Strategy) ที่ชัดเจนและสอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร ระบบการทำงานและกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ (System) ทักษะขององค์กร (Skill) รูปแบบการบริหารและวัฒนธรรมองค์กร (Style) บุคลากรที่มีความรู้และทักษะ (Staff) และค่านิยมร่วม (Shared Values) ที่เป็นแกนกลางขององค์กร



ภาพ 8 McKinsey 7S Model

ที่มา: Strategy Punk, 2566

เมื่อประยุกต์ใช้กับอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มีรายละเอียด ดังนี้

S1- โครงสร้าง (Structure) การสร้างกลไกความร่วมมือแบบเครือข่ายระหว่างกรมศิลปากร ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและลดข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง (Su & Wall, 2020)

S2- ยุทธศาสตร์ (Strategy) การกำหนดยุทธศาสตร์ที่เน้นการอนุรักษ์คุณค่ามรดก (Outstanding Universal Value: OUV) ควบคู่กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และยั่งยืน เช่น การใช้ Storytelling และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสบการณ์ (UNESCO, 2021)

S3- ระบบงาน (System) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว การเฝ้าระวัง โบราณสถาน และการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม เช่น QR Code และ Mobile Application เพื่อเสริม การตีความคุณค่า (Nguyen et al., 2022)

S4- ทักษะ (Skill) การเสริมสร้างทักษะการตีความคุณค่ามรดก (Heritage Interpretation) และการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล (Neuhofer et al., 2021)

S5- รูปแบบการบริหาร (Style) การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Management) ที่เปิดโอกาสให้ชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีบทบาท เพื่อสร้างความไว้วางใจ และการยอมรับ (Su & Wall, 2020)

S6- บุคลากร (Staff) การพัฒนาบุคลากรด้านภาษา การตลาดดิจิทัล และบริการเชิง วัฒนธรรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม (Richards, 2018)

S7- ค่านิยมร่วม (Shared Values) การปลูกฝังจิตสำนึกการอนุรักษ์ในทุกภาคส่วน ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้และการสื่อสารคุณค่าเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม (UNESCO, 2021)

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การประยุกต์ใช้ 7S Model ในการบริหารจัดการอุทยาน ประวัติศาสตร์ศรีเทพมีความเหมาะสม เนื่องจากสามารถบูรณาการทั้งด้านการอนุรักษ์และการ พัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างครบวงจร โดยในมิติของ Strategy และ Shared Values ถือว่ามีความเข้มแข็ง เพราะสอดคล้องกับเป้าหมายการรักษาคุณค่าโดดเด่นสากล (OUV) และการสร้างค่านิยมร่วมในการอนุรักษ์ อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดที่สำคัญในด้าน Structure, Systems และ Skills ซึ่งยังขาดความคล่องตัวและบุคลากรที่มีทักษะด้านภาษา การตลาด และการบริการที่เพียงพอ จึงควรมีการเสริมสร้างกลไกความร่วมมือกับทุกภาคส่วน พร้อมทั้งพัฒนาทักษะบุคลากรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น AR/VR และ Mobile Application เพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการและการสื่อสารคุณค่ามรดกแก่ผู้เยี่ยมชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น 7S Model จึงเป็นกรอบแนวคิดที่สามารถใช้ประเมินและวางกลยุทธ์การจัดการแหล่งมรดก โลกศรีเทพได้อย่างเหมาะสมในระยะยาว

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ST)

ความหมาย

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และชุมชนเจ้าบ้านในปัจจุบัน โดยไม่ทำลาย หรือทำให้ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมเสียหาย เพื่อให้คนรุ่นอนาคตสามารถใช้ประโยชน์และเพลิดเพลินกับทรัพยากรเหล่านี้ได้อย่างต่อเนื่อง

ที่มาของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้รับอิทธิพลจาก การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ตามรายงาน Brundtland Report (1987) ของคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNWCED) ที่ให้คำนิยามการพัฒนาที่ยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำลายความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นอนาคต” ต่อมาองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ได้นำแนวคิดนี้มาปรับใช้ในภาคการท่องเที่ยว

การปฏิวัติอุตสาหกรรมระหว่าง ค.ศ. 1760–1850 ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของประวัติศาสตร์โลก ที่ส่งผลต่อวิถีชีวิต รายได้ต่อหัว และการขยายตัวของประชากรอย่างต่อเนื่อง ทว่าเมื่อเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 การพัฒนาเชิงเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมอย่างเข้มข้นกลับนำไปสู่การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลือง ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมและความไม่สมดุลทางสังคม (วิกิพีเดีย, 2567)

เพื่อตอบสนองต่อปัญหาดังกล่าว องค์การสหประชาชาติได้จัด การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ (United Nations Conference on Human Environment) ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2515 ณ กรุงสตอกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ซึ่งถือเป็นจุดกำเนิดแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ต่อมา คณะกรรมาธิการบรันด์แลนด์ (Brundtland Commission) ได้เผยแพร่รายงาน Our Common Future (พ.ศ. 2530) ที่นิยามการพัฒนาที่ยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำลายโอกาสของคนรุ่นอนาคต” แนวคิดนี้จึงกลายเป็นรากฐานสำคัญของ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

ในบริบทของการท่องเที่ยว แนวคิด การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) ได้รับการยอมรับในฐานะกรอบการพัฒนาที่มุ่งสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการสร้างงาน การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (UNWTO, 2018) โดยครอบคลุม 3 มิติหลัก กล่าวคือ มิติสิ่งแวดล้อม – การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มิติสังคม – วัฒนธรรม – การเคารพอัตลักษณ์

ท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน และมิติเศรษฐกิจ – การสร้างรายได้และการจ้างงาน
อย่างเป็นธรรม

1. เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) โดยเฉพาะ

เป้าหมายที่ 8: การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ

เป้าหมายที่ 12: การบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน (UNWTO, 2020)

สำหรับ SDGs นั้น เป็นกรอบทิศทางการพัฒนาระดับโลกที่ประเทศสมาชิกสหประชาชาติ
193 ประเทศรับรองร่วมกันเมื่อวันที่ 25 กันยายน ค.ศ. 2015 ภายใต้เอกสาร “Transforming Our
World: the 2030 Agenda for Sustainable Development” หรือที่เรียกกันว่า Agenda 2030
ซึ่งกำหนดช่วงเวลาดำเนินการตั้งแต่ปี ค.ศ. 2016–2030

SDGs ประกอบด้วย 17 เป้าหมายหลัก (Goals) แบ่งย่อยเป็น 169 เป้าหมายย่อย (Targets)
และมี 232 ตัวชี้วัด (Indicators) เพื่อใช้ในการติดตามความก้าวหน้า ถือเป็นกลไกสำคัญที่ทุก
ประเทศต้องร่วมมือกันดำเนินการเพื่อสร้างอนาคตที่มั่นคงและยั่งยืนให้กับมนุษยชาติ



ภาพ 9 เป้าหมาย 17 ข้อของ SDGs

ที่มา: SDG Move, 2025

เป้าหมายทั้ง 17 เป้าหมายประกอบด้วย

เป้าหมายที่ 1: ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่

เป้าหมายที่ 2: ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

เป้าหมายที่ 3: สร้างหลักประกันการมีสุขภาพที่ดี และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคนในทุกช่วงวัย

เป้าหมายที่ 4: สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

เป้าหมายที่ 5: บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศ และเพิ่มบทบาทของสตรีและเด็กหญิงทุกคน

เป้าหมายที่ 6: สร้างหลักประกันเรื่องน้ำและการสุขาภิบาล ให้มีการจัดการอย่างยั่งยืน และมีสภาพพร้อมใช้ สำหรับทุกคน

เป้าหมายที่ 7: สร้างหลักประกันว่าทุกคนเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ในราคาที่สามารถซื้อหาได้ เชื่อถือได้ และยั่งยืน

เป้าหมายที่ 8: ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และ มีผลิตภาพ และการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน

เป้าหมายที่ 9: สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม ที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม

เป้าหมายที่ 10: ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ

เป้าหมายที่ 11: ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ มีความครอบคลุม ปลอดภัย ยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง และยั่งยืน

เป้าหมายที่ 12: สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน

เป้าหมายที่ 13: ปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบที่เกิดขึ้น

เป้าหมายที่ 14: อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเลและทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมายที่ 15: ปกป้อง ปันฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน จัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน ต่อสู้การกลายสภาพเป็นทะเลทราย หยุดการเสื่อมโทรมของที่ดินและฟื้นสภาพกลับมาใหม่ และหยุดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ

เป้าหมายที่ 16: ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ

เป้าหมายที่ 17: เสริมความเข้มแข็งให้แก่งlobalการดำเนินงานและฟื้นฟูสภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน

2. ข้อควรรู้ที่สำคัญ 6 ประการ

ประการแรก – เป้าหมายการพัฒนาทั้ง 17 ข้อ สะท้อน ‘3 เสาหลักของมิติความยั่งยืน’ (Three Pillars of Sustainability) คือ มิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม บวกกับอีก 2 มิติ คือ มิติด้านสันติภาพและสถาบัน และมิติด้านหุ้นส่วนการพัฒนา ที่เชื่อมโยงทุกมิติของความยั่งยืนไว้ด้วยกัน รวมเป็น 5 มิติ องค์การสหประชาชาติแบ่งเป้าหมาย 17 ข้อ ออกเป็น 5 กลุ่ม (เรียกว่า 5 Ps) ประกอบด้วย

People (มิติด้านสังคม): ครอบคลุมเป้าหมายที่ 1 ถึง เป้าหมายที่ 5

Prosperity (มิติด้านเศรษฐกิจ): ครอบคลุมเป้าหมายที่ 7 ถึง เป้าหมายที่ 11

Planet (มิติด้านสิ่งแวดล้อม): ครอบคลุมเป้าหมายที่ 6 เป้าหมายที่ 12 ถึง เป้าหมายที่ 15

Peace (มิติด้านสันติภาพและสถาบัน): ครอบคลุมเป้าหมายที่ 16

Partnership (มิติด้านหุ้นส่วนการพัฒนา): ครอบคลุมเป้าหมายที่ 17

ประการที่สอง – เนื้อหาของ SDGs ไม่ได้อยู่ที่ระดับเป้าหมาย (Goals) แต่อยู่ที่ระดับเป้าประสงค์ (Targets) เป้าประสงค์เหล่านี้บอกถึงลักษณะของสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมในโลกที่บรรลุ SDGs ได้สำเร็จ มีนัยยะที่บอกถึงฉากทัศน์ในฝัน ถึงวิสัยทัศน์ของการพัฒนาที่นำเสนออยู่ในวาระการพัฒนา 2030 (Agenda 2030) ฉะนั้น หากต้องการทราบว่า SDGs ครอบคลุมเรื่องใดบ้างต้องพิจารณาที่ระดับเป้าประสงค์

ประการที่สาม – ตัวชี้วัด 232 ตัวนั้นเป็นตัวชี้วัดที่ออกแบบมาเพื่อใช้ในการติดตามความก้าวหน้าในระดับโลก ซึ่งอาจไม่สามารถนำมาใช้ในระดับประเทศได้อย่างเหมาะสมทั้งหมด และการเลือกใช้ตัวชี้วัดแต่ละตัวนั้นก็เพื่อให้สามารถสะท้อนสาระสำคัญของเป้าหมาย แต่อาจไม่ได้ครอบคลุมทุกมิติที่ระบุไว้ในเป้าประสงค์ ดังนั้น แต่ละประเทศจะต้องกลับมาพัฒนาตัวชี้วัดระดับประเทศและระดับท้องถิ่นเพื่อให้ SDGs สามารถใช้ประโยชน์ได้จริงในระดับพื้นที่ มิเช่นนั้นประเทศไทยอาจทำได้เพียงบรรลุทุกตัวชี้วัด (Indicators) แต่ไม่บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ก็เป็นไปได้ นอกจากนี้ ตัวชี้วัดยังมีการเปลี่ยนแปลงได้ ในขณะที่เป้าหมายและเป้าประสงค์จะไม่มีการปรับแก้ในระดับโลกแล้ว

ประการที่สี่ – SDGs ไม่ใช่ข้อตกลงที่มีการบังคับสัญญาและลงโทษ แต่เป็นการเข้าร่วมโดยสมัครใจของประเทศต่าง ๆ และมีการทบทวน (Review) ประจำปีผ่านการนำเสนอ รายงานผลการทบทวนการดำเนินงานตามวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 ระดับชาติโดยสมัครใจ (Voluntary National Review) ในการประชุมระดับสูงทางการเมืองว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (High-Level Political Forum on Sustainable Development: HLPF) ที่จัดขึ้นเป็นประจำ

ทุกปีในช่วงเดือนกรกฎาคม ที่สำนักงานใหญ่องค์การสหประชาชาติ กรุงนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยทุกประเทศสามารถเสนอตัวเพื่อนำเสนอรายงานหรือไม่ก็ได้

ประการที่ห้า – ต้องทำความเข้าใจหลักการเบื้องหลังของ SDGs เพื่อนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เป็นเป้าหมายที่เน้นการพัฒนาที่ครอบคลุม (Inclusive) มุ่งการเปลี่ยนแปลง (Transformative) และบูรณาการ (Integrated) ที่ทุกประเทศต่างมีโจทย์ที่จะต้องนำไปปฏิบัติไม่ใช่เฉพาะแค่ประเทศยากจน (Universal) แต่ในขณะเดียวกันก็เน้นการนำไปปฏิบัติและแก้ปัญหาในระดับท้องถิ่น (Locally-focused) ซึ่งหมายถึงว่าแม้เป้าหมายทั้งหมดจะแบ่งออกเป็น 17 เป้าหมาย แต่การพิจารณาและดำเนินการจะต้องเป็นไปอย่างบูรณาการ เห็นความเชื่อมโยง (Interlinkage) มุ่งผลลัพธ์ (Outcome-based) และให้ความสำคัญกับคนกลุ่มที่เปราะบาง (Vulnerable people) คนยากจน และคนกลุ่มต่าง ๆ ที่มักถูกทิ้งไว้ข้างหลัง และแม้ว่า SDGs จะเป็นเป้าหมายระดับโลกแต่การนำ SDGs ไปปรับให้เหมาะกับบริบทของพื้นที่ (Localization of the SDGs) เป็นเรื่องสำคัญ จึงต้องให้ท้องถิ่นมีความเป็นเจ้าของและร่วมผลักดัน มีการให้ความหมายแก่เป้าประสงค์ (Targets) และตัวชี้วัด (Indicators) ที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น โดยหลักการการขับเคลื่อน SDGs ควรเป็นกระบวนการที่เริ่มจากฐานรากขึ้นสู่ระดับนโยบาย (Bottom-Up) และเมืองปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้มีบทบาทหลักในการนำ SDGs ไปปฏิบัติ

ประการที่หก – ในทางปฏิบัติ SDGs มีฐานะเป็นเครื่องมืออื่น นอกเหนือจากการเป็นตัวชี้วัดสถานการณ์ความยั่งยืน เช่น

SDGs ในฐานะที่เป็นคำศัพท์การพัฒนาที่ใช้ร่วมกัน: SDGs กลายเป็นคำศัพท์ในการพัฒนาที่ใช้ร่วมกันในทุกระดับ ทั้งระดับโลกไปจนถึงระดับท้องถิ่น เอื้อให้ทุกพื้นที่ในโลกสามารถเรียนรู้จากกันและกันได้ ชุมชนในไทยที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาบางประเด็นจะไม่ได้เป็นเพียงตัวอย่างให้ชุมชนในประเทศไทยเท่านั้น แต่เป็นตัวอย่างให้แก่ระดับโลกด้วย

SDGs ในฐานะที่เป็น Action Framework: SDGs สามารถถูกใช้เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการทบทวนอนาคตของท้องถิ่น งานที่ทำกันอยู่ในปัจจุบัน ปัญหาที่เผชิญ และใช้เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางในอนาคตของท้องถิ่นอย่างบูรณาการและยั่งยืน

SDGs ในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการต่อรอง: เนื่องจากภาครัฐทุกประเทศให้คำมั่นกับวาระการพัฒนา 2030 ในภาคเอกชน โดยเฉพาะภาคเอกชนขนาดใหญ่ก็อยู่ภายใต้กฎกติกาและการชี้วัดที่มี SDGs เป็นองค์ประกอบสำคัญ ดังนั้นภาคประชาสังคมและคนกลุ่มต่าง ๆ สามารถใช้ SDGs เป็นเครื่องมือในการเจรจาต่อรองเพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนา และ/หรือสะกิดเตือนเมื่อเริ่มเห็นการดำเนินการที่ออกนอกกลุ่มนอกทางไปจาก SDGs ได้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)

ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

Community-Based Tourism (CBT) คือแนวคิดที่ให้ชุมชนเป็นทั้งผู้เป็นเจ้าของ และผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมุ่งกระจายรายได้คืนสู่ชุมชน พร้อมเสริมสร้างการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น (Goodwin & Santilli, 2009) สอดคล้องกับความคิดเห็นของเสรี วงษ์มณฑา (2568) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) เป็นแนวคิดที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในทุกกระบวนการ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน (planning), การจัดการ (management) และการแบ่งปันผลประโยชน์ (benefit-sharing) เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น และสอดคล้องกับสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา (2566) ที่เสนอกฤษฎี CBT Thailand (พ.ศ. 2559–2563) ที่ขับเคลื่อนโดยชุมชน ด้วยแนวคิด “ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์”

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า “ชุมชน” หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งโดยตรง และโดยอ้อมในการท่องเที่ยว ที่รวมตัวกันด้วยวัตถุประสงค์ร่วมและมีความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของพื้นที่ การตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของทรัพยากรในท้องถิ่น รวมถึงความมุ่งมั่น ในการปกป้องและพัฒนาทรัพยากรดังกล่าวให้ยั่งยืน โดยชุมชนควรเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเองอย่างมีส่วนร่วม

การเปรียบเทียบทฤษฎีที่เชื่อมโยงกับ CBT

ทฤษฎีที่เชื่อมโยงกับ CBT มี 3 ทฤษฎีหลักที่มีความสำคัญ (เสรี วงษ์มณฑา, 2568) ดังนี้

1. ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory)

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory) อธิบายถึงบทบาท ความสัมพันธ์ และพลวัตทางอำนาจ (Power Dynamics) ระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร หรือกิจกรรมหนึ่ง ๆ โดย Freeman (1984) ได้เสนอว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมิได้หมายถึงเฉพาะผู้ถือหุ้น แต่รวมถึงกลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินงาน ซึ่งในบริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) แนวคิดนี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวมิได้ขึ้นอยู่กับชุมชนเพียงฝ่ายเดียว แต่ยังมีหน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวที่เข้ามามีบทบาท ดังนั้น CBT ที่ยั่งยืนจึงจำเป็นต้องมีกลไกการกำกับดูแลที่มีส่วนร่วม (Inclusive Governance) เพื่อสร้างความสมดุลของอำนาจ และผลประโยชน์ และลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น

2. กรอบแนวคิดการดำรงชีพอย่างยั่งยืน (Sustainable Livelihoods Framework: SLF)

กรอบแนวคิดการดำรงชีพอย่างยั่งยืน ได้รับการพัฒนาโดย DFID (1999) ที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับ “ทุน” หรือ “สินทรัพย์” (Assets) ที่ชุมชนมีอยู่ ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนธรรมชาติ ทุนทางกายภาพ ทุนทางการเงิน และทุนทางสังคม แนวคิดดังกล่าวถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์ความเปราะบาง (Vulnerability) และโอกาสในการสร้างรายได้ของชุมชน การประยุกต์ใช้ในบริบท CBT ทำให้เห็นว่าการสร้างและเสริมทุนเหล่านี้นำไปสู่การลดความยากจน (Poverty Reduction) และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน การพัฒนา CBT จึงไม่เพียงแต่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังช่วยยกระดับความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมผ่านการจัดการสินทรัพย์อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษา CBT ในจังหวัดเชียงใหม่ของ จิตติมา พรหมทอง (2561) พบว่าการเสริมสร้างทุนมนุษย์และทุนสังคมช่วยเพิ่มความสามารถในการปรับตัวและสร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับครัวเรือน และการพัฒนาเชิงธุรกิจในสังคมไทย หากขาดการสร้างและใช้ประโยชน์จาก “ทุน” ที่มีอยู่ในท้องถิ่น ย่อมไม่สามารถแข่งขันและสร้างความยั่งยืนได้ การเชื่อมโยงแนวคิดนี้เข้ากับ CBT ช่วยให้เข้าใจว่าการสร้างทุนอย่างเป็นระบบนำไปสู่การลดความยากจนและยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน (เสรี วงษ์มณฑา, 2559)

3. ทฤษฎีการเสริมสร้างพลังอำนาจ (Empowerment Theory)

ทฤษฎีการเสริมสร้างพลังอำนาจ มุ่งเน้นการสร้างศักยภาพและ “ความเป็นเจ้าของการตัดสินใจ” (Agency) ให้แก่ปัจเจกบุคคลและชุมชน โดย Zimmerman (1995) ระบุว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจเป็นกระบวนการที่ทำให้บุคคลสามารถกำหนดเป้าหมาย ตัดสินใจ และจัดการทรัพยากรได้ด้วยตนเอง ในบริบท CBT การนำทฤษฎีนี้มาใช้มีความสำคัญต่อการเปลี่ยนผ่านจากภาวะการพึ่งพา (Dependency) ไปสู่การพึ่งพาตนเอง (Self-reliance) กล่าวคือ ชุมชนมิได้เป็นเพียงผู้รับผลประโยชน์จากโครงการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่สามารถเป็นผู้กำหนดทิศทาง วางแผน และจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งนำไปสู่ความยั่งยืนในระยะยาว สอดคล้องกับงานศึกษาของ กาญจนา ศรีนวลและคณะ (2563) เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในภาคใต้ พบว่าการเสริมสร้างพลังอำนาจแก่ชุมชนผ่านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการฝึกอบรม ส่งผลให้ชุมชนสามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาได้ด้วยตนเอง ลดการพึ่งพานักท่องเที่ยวภายนอก และสอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา (2562) เน้นถึงการสร้าง “อำนาจทางปัญญาและการสื่อสาร” ให้กับชุมชน เพื่อให้สามารถเป็นเจ้าของการตัดสินใจและลดการพึ่งพาโครงสร้างอำนาจจากภายนอก ซึ่งแนวคิดนี้สะท้อนตรงกับ Empowerment Theory ในการส่งเสริมให้เกิดการพึ่งพาตนเองในระยะยาว

การมีส่วนร่วมของชุมชน (Partnerships in CBT)

การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นกลไกสำคัญที่ผลักดันการพัฒนาพื้นที่ให้บรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนมีบทบาทตลอดวงจรนโยบาย ตั้งแต่การกำหนดเป้าหมาย การจัดสรรทรัพยากร ไปจนถึงการปฏิบัติการตามแผนและติดตามประเมินผล ซึ่งสะท้อนหลักคิด “การพัฒนาโดยคนในพื้นที่และเพื่อคนในพื้นที่” อันสอดคล้องกับมาตรการนโยบายพื้นฐานด้านการพัฒนาประเทศไทยในทศวรรษที่ผ่านมา

United Nations (1981) ให้นิยาม “การมีส่วนร่วม” ว่าเป็นการเข้าร่วมตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคม การจัดสรรทรัพยากรเพื่อบรรลุเป้าหมายนั้น และการลงมือดำเนินโครงการด้วยความสมัครใจของประชาชน และการมีส่วนร่วมสะท้อนพฤติกรรมการรวมกลุ่ม และการร่วมมือซึ่งกันและกันของประชาชน ช่วยให้การพัฒนาทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติมีความสมบูรณ์ โดยประชาชนได้ “ร่วมคิด-ร่วมตัดสินใจ-ร่วมปฏิบัติ-ร่วมติดตาม” อย่างเป็นระบบ และการ “ร่วมมือ” ในที่นี้หมายถึงการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา ตั้งแต่การระบุปัญหา การออกแบบแนวทาง ไปจนถึงการจัดทำวิธีแก้ไขที่สังคมยอมรับร่วมกัน ขณะเดียวกัน สถาบันด้านนโยบายสาธารณะไทยยังเน้นการเปิดมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน รวมถึงการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐและการประเมินผล เพื่อสร้างความรับผิดชอบและความโปร่งใส (เสรี วงษ์มณฑา, 2568)

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า “การมีส่วนร่วม” คือการเปิดโอกาสให้ชุมชนใช้สิทธิและเสียงในทุกขั้นตอนของโครงการ กล่าวคือ ตั้งแต่วางแผนนโยบายจนถึงการประเมินผลเพื่อให้กิจกรรมบรรลุวัตถุประสงค์ และเสริมสร้างทุนทางสังคม ความไว้วางใจ และความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน

การสร้างพันธมิตรในงานท่องเที่ยวโดยชุมชน

เมื่อนำแนวคิดการมีส่วนร่วมไปสู่การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) การ “สร้างพันธมิตร” ระหว่างชุมชนกับภาครัฐ เอกชน และองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) คือปัจจัยความสำเร็จที่ทำให้การดำเนินงานเกิดความต่อเนื่อง มีทรัพยากรและองค์ความรู้เพียงพอ เกิดการเรียนรู้ร่วม และแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม (เสรี วงษ์มณฑา, 2568) ดังนี้

1. Collaboration with NGOs, government, and private sectors – ความร่วมมือพหุภาคีช่วยเพิ่มทุนความรู้ เงินทุน โครงสร้างพื้นฐาน และช่องทางตลาดให้ชุมชน โดยตัวอย่างความร่วมมือระหว่างชุมชนกับผู้ประกอบการทัวร์/เอกชนในระดับสากลได้ชี้ให้เห็นรูปแบบการทำงานที่เกื้อกูลกัน ตั้งแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์จนถึงการตลาดปลายทาง (เช่น กรณีศึกษา partnership manual ด้าน CBT) ซึ่งหลักการเดียวกันสามารถประยุกต์กับบริบทไทยได้ดี

2. Supports CBT initiatives – การสนับสนุนเชิงนโยบาย งบประมาณ และการฝึกอบรม ทำให้ชุมชนยืนได้ด้วยตนเอง งานสังเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จ CBT ในไทยเน้นบทบาท “แรงหนุนภายนอก” (external support) ควบคู่ “ภาวะผู้นำท้องถิ่น” (local leadership) และการพึ่งพาตลาดภายในประเทศที่แข็งแกร่ง เช่น กรณีแม่กำปอง

3. Integrated planning and operating – การวางแผนและปฏิบัติการแบบบูรณาการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ทำให้เป้าหมาย การจัดสรรทรัพยากร และบทบาทหน้าที่สอดประสานกัน งานทบทวนเชิงแนวคิดในวารสารไทยอธิบาย “ห่วงโซ่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย” ตั้งแต่ผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ผู้สนับสนุน ไปจนถึงโครงสร้างพื้นฐานที่ต้องทำงานประสานกันเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ตลาดและยังคงอัตลักษณ์ท้องถิ่น

4. Acting as a virtual organization – การทำงานแบบ “องค์กรเสมือน” ช่วยให้เครือข่ายหลายฝ่ายประสานทรัพยากร ลดความซ้ำซ้อน และเพิ่มความคล่องตัว โดยเฉพาะในชุมชนที่มีข้อจำกัดด้านกำลังคน/ทักษะดิจิทัล งานเปรียบเทียบตัวอย่าง CBT ไทยร่วมสมัยยังชี้ปัญหาช่องว่างงบประมาณ การฝึกอบรมที่ยังไม่ทั่วถึง และโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล—ซึ่งยิ่งตอกย้ำความจำเป็นของการทำงานเครือข่ายแบบยืดหยุ่น

5. Co-create value chain for tourists – การร่วมกัน “ออกแบบ-ผลิต-ส่งมอบ” ประสบการณ์ และจัดสรรผลประโยชน์ตลอด value chain ทำให้คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน ขณะเดียวกันชุมชนก็ได้รับส่วนแบ่งที่เป็นธรรม กรณีศึกษาชุมชนไทยจำนวนมากสะท้อนว่า “การมีส่วนร่วมเชิงลึก+การจัดสรรรายได้โปร่งใส” คือหัวใจของความสำเร็จ

การสร้างพันธมิตรในงานท่องเที่ยวโดยชุมชนถือเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ชุมชนสามารถเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งในการจัดการท่องเที่ยว โดยการร่วมมือกับองค์กรภายนอก ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เป็นการเปิดโอกาสให้เกิดการสนับสนุนในหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านองค์ความรู้ เงินทุน การตลาด หรือโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการมีส่วนร่วมที่มุ่งให้ประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีบทบาทในทุกขั้นตอนของการพัฒนา นอกจากนี้ การดำเนินงานแบบบูรณาการและการทำงานในลักษณะ “องค์กรเสมือน” ทำให้เกิดความยืดหยุ่นและความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ลดความซ้ำซ้อน และช่วยให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการร่วมกันสร้างห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว (Value Chain) ยังทำให้การพัฒนา CBT มีความเชื่อมโยงทั้งในมิติของชุมชนและนักท่องเที่ยว เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการสร้างพันธมิตรใน CBT ไม่ได้เป็นเพียงการเสริมกำลังจากภายนอกเท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนากลไกความร่วมมือแบบพหุภาคี ที่ทำให้ชุมชนมีศักยภาพในการพึ่งพาตนเอง ลดการพึ่งพิงเชิงเดียว และสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism Management: CBT Management)

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการบริหารจัดการทรัพยากร การอนุรักษ์วัฒนธรรม และการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่สมาชิกในพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยวิระพล ทองมา (2560) อธิบายว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวม ที่เกี่ยวข้องกับผู้คนหลากหลายกลุ่ม โดยองค์ประกอบสำคัญคือศักยภาพของคนและศักยภาพของพื้นที่ ซึ่งจะเป็นรากฐานของการพัฒนาที่เข้มแข็ง และชัยญานุช ยุทธวรวิทย์ (2565) เสนอว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่บ้านน้ำราบ ต้องเน้น 4 ด้าน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ความปลอดภัย และความร่วมมือในชุมชน พร้อมการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนเพื่อความยั่งยืน ตัวอย่างการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่สำคัญของเชียงใหม่ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ บ้านแม่กำปองประชากรส่วนใหญ่เป็นคนพื้นเมืองล้านนา บางส่วนเป็นคนจากข้างนอกมาซื้อที่ดิน และสร้างบ้านที่แม่กำปอง ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร (ทำสวนชา สวนเมี่ยง และกาแฟ) บ้านแม่กำปองมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ระบบคณะกรรมการหมู่บ้าน โดยมีผู้ใหญ่บ้านเป็นประธาน และมีรองประธานทำหน้าที่ประธานกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน คณะกรรมการหมู่บ้านประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 2 คน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านจำนวน 2 คน ประธานกลุ่มแม่บ้าน ประธานกลุ่มผู้สูงอายุ ประธานกลุ่มเยาวชน เลขาธุการ และเหรัญญิก โดยมีกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) กลุ่มโฮมสเตย์ 2) กลุ่มนักร้องความหมายชุมชน 3) กลุ่มนวดแผนไทย 5) กลุ่มสมุนไพรพื้นบ้าน 6) กลุ่มผลิตภัณฑ์หมอนใบชา และ 7) กลุ่มสะล้อซอซึง และการแสดงพื้นบ้าน การบริหารจัดการรายได้ที่เกิดขึ้นจาก การท่องเที่ยวอยู่ภายใต้กลไกการบริหารของสหกรณ์ไฟฟ้าพลังน้ำ โครงการหลวงแม่กำปองจำกัด โดยมีการจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่สมาชิกสหกรณ์ ดังนี้ การเข้าสหกรณ์ไฟฟ้าพลังน้ำร้อยละ 30 (ปันผลเมื่อสิ้นปีให้กับสมาชิกสหกรณ์) พัฒนาหมู่บ้านร้อยละ 20 คณะทำงานร้อยละ 25 จัดสวัสดิการชุมชนร้อยละ 15 เปียประชุมคณะกรรมการร้อยละ 10 (วรพงศ์ ฝูกภู และคณะ, 2564)

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการบริหารจัดการร่วมกันของคนในชุมชน โดยควรให้สิทธิความเป็นเจ้าของของคนในชุมชนในการร่วมวางแผน ออกแบบ และบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนในทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังช่วยสร้างศักยภาพให้คนในชุมชนสามารถจัดการและประเมินผลงานได้ด้วยตนเอง ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่มีประสิทธิภาพ และลดผลกระทบเชิงลบต่อทรัพยากรและสังคมในระยะยาว เหมือนเช่นชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก

ความหมายการท่องเที่ยวมรดกโลก

คำว่า “มรดกโลก” (World Heritage) ตามนิยามขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) หมายถึง ทรัพย์สินที่ตกทอดมาจากอดีต ดำรงอยู่ในปัจจุบัน และสามารถสืบทอดต่อไปยังอนาคต โดยไม่ขึ้นกับขอบเขตทางภูมิศาสตร์หรือพรมแดนประเทศ หากแต่ถือเป็นสมบัติร่วมของมวลมนุษยชาติทั้งหมด (UNESCO, 2022)

ในบริบทของประเทศไทย (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2564) ให้นิยามว่า “แหล่งมรดกโลก” (World Heritage Site) คือ พื้นที่หรือจุดหลัก (Landmark) ที่ได้รับการคัดเลือกจากยูเนสโก ด้วยเหตุผลด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ หรือด้านอื่น ๆ และได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายระหว่างประเทศ เพื่อรักษาคุณค่าที่มีความสำคัญต่อมนุษยชาติ

เสรี วงษ์มณฑา (2566) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า มรดกโลกคือการสืบสานเรื่องราวและคุณค่าจากอดีตสู่อนาคต ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรม หรือความงามของธรรมชาติ ซึ่งมีคุณค่าแทนที่ไม่ได้ และสร้างแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิตของผู้คน ขณะที่แหล่งมรดกโลกถือเป็นพื้นที่ซึ่งได้รับการคุ้มครองทางกฎหมายระหว่างประเทศ โดยมี UNESCO เป็นองค์กรหลักในการดูแลจัดการ

ทัศชล เทพกำปนาท (2566) ได้อธิบายว่า “แหล่งมรดกโลก” อาจเป็นพื้นที่ทางธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา หรือทะเลสาบ รวมถึงสิ่งก่อสร้างหรือเมืองโบราณที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งได้รับการคัดเลือกจาก UNESCO ให้เป็นแหล่งที่มีคุณค่าต่อวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ และต้องได้รับการอนุรักษ์อย่างเข้มงวดตามอนุสัญญามรดกโลก

คำว่า “แหล่งมรดกโลก” (World Heritage Site)

แหล่งมรดกโลก (World Heritage Site) คือ พื้นที่หรือจุดสำคัญที่ได้รับการคัดเลือกจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) เนื่องจากมีคุณค่าด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรือวิทยาศาสตร์ และได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายระหว่างประเทศเพื่อรักษาคุณค่าที่มีความสำคัญต่อมนุษยชาติ

ในความเห็นของผู้วิจัย แหล่งมรดกโลกคือพื้นที่ที่ยูเนสโกขึ้นทะเบียนเนื่องจากมีคุณค่าสำคัญต่อมนุษยชาติ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2564) ให้นิยามว่า คือ พื้นที่หรือจุดหลักที่ได้รับการคัดเลือกจากยูเนสโก ด้วยเหตุผลด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ หรือด้านอื่น ๆ และได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายระหว่างประเทศ

นิยามตามความเห็นของผู้วิจัย คำว่า “มรดกโลก” (World Heritage) หมายถึง ทรัพย์สินไม่ว่าจะเป็นอสังหาริมทรัพย์หรือสังหาริมทรัพย์ ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หรือธรรมชาติ ได้รับการยอมรับในระดับสากล และสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการปกป้องคุ้มครอง และรักษาอย่างเข้มงวดตามกฎหมาย รวมถึงต้องได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก เช่น โบราณวัตถุหรือโบราณสถานที่พบใน เมืองโบราณศรีเทพ ส่วนคำว่า “แหล่งมรดกโลก” (World Heritage Site) หมายถึง พื้นที่หรือสถานที่ที่องค์การยูเนสโกได้คัดเลือกขึ้นทะเบียน เนื่องจากมีคุณค่าทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ หรือด้านอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อมนุษยชาติ โดยได้รับความคุ้มครองตามอนุสัญญามรดกโลก ตัวอย่างเช่น อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก

คำว่า “การท่องเที่ยวมรดกโลก (World Heritage Site Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ซึ่งองค์การยูเนสโก (UNESCO) รับรองให้เป็น แหล่งมรดกโลก เนื่องจากมีคุณค่าสากลโดดเด่น (Outstanding Universal Value: OUV) ไม่ว่าจะเป็นด้านวัฒนธรรม ธรรมชาติ หรือผสมผสานทั้งสองด้าน การท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวจึงต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ (Conservation) และการใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยว (Utilization for Tourism) (UNESCO, 2022)

การท่องเที่ยวมรดกโลกไม่ใช่เพียงการเยี่ยมชมสถานที่ แต่ยังเป็นการเรียนรู้และสัมผัสคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติ ซึ่งแบ่งเป็นมิติที่จับต้องได้ เช่น โบราณสถาน ศิลปกรรม และภูมิทัศน์ธรรมชาติ และมิติที่จับต้องไม่ได้ เช่น ประเพณี ความเชื่อ และวิถีชีวิตท้องถิ่น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวมรดกโลกยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมความภาคภูมิใจในท้องถิ่น และเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ (UNESCO, 2022; ICOMOS, 2022)

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การท่องเที่ยวมรดกโลกไม่ใช่เพียงการรักษาสถานที่มรดกโลกภายใต้การขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกของ UNESCO ไว้ในสภาพเดิมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการสื่อสารคุณค่าไปยังผู้คนทั่วโลกผ่านการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบและยั่งยืน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกรอบการพัฒนาเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติในระยะยาว

แนวคิดการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก

การท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลกถือเป็นกลไกสำคัญที่สามารถสร้างรายได้และประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ท้องถิ่น แต่ขณะเดียวกันหากขาดการจัดการที่เหมาะสมก็อาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อคุณค่าของมรดกโลกได้ Goodwin (2010) จึงเสนอว่าการจัดการแหล่งมรดกโลกเพื่อการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) ควบคู่กับการจัดการเชิงบูรณาการ (Integrated Management) เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว (UNESCO, 2022)

ขณะที่ Richards (2018) อธิบายว่า การท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลกไม่ควรถูกมองเพียงแค่ “การบริโภควัฒนธรรม” (Cultural Consumption) แต่ควรเป็นกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำความเข้าใจและซึมซับคุณค่าของมรดกโลก ทั้งในมิติทางสังคม ประวัติศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงมรดกยังควรเป็นเวทีที่สร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Understanding) และสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ท้องถิ่น

สำหรับบริบทของประเทศไทย งานวิจัยหลายชิ้นได้เสนอแนวคิดว่าการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลกควรมุ่งเน้นความยั่งยืน (Sustainability) และการสร้างคุณค่าใหม่ (Value Co-creation) ผ่านการบูรณาการระหว่างชุมชนท้องถิ่น ภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อใช้มรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็นเครื่องมือในการสร้างเศรษฐกิจชุมชนควบคู่กับการอนุรักษ์ (สมพร จิตเป็นธม, 2562) กรณีศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลกสุโขทัย อุทยาน และศรีเทพ สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาการมีส่วนร่วมและการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับคุณค่าความโดดเด่นเป็นสากล (Outstanding Universal Value: OUV)

ผู้วิจัยมีความเห็นเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลกสามารถสรุปได้ว่า ควรเป็น การท่องเที่ยวที่ต้องรักษาสมดุลระหว่าง “การอนุรักษ์” (Conservation) กับ “การใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยว” (Utilization for Tourism) โดยมีการกำหนดกรอบการบริหารจัดการที่เน้นความยั่งยืน (UNESCO, 2022; ICOMOS, 2022) ตลอดจนการสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การส่งต่อคุณค่าของมรดกโลกสู่คนรุ่นต่อไปได้อย่างมั่นคง

ประเภทของแหล่งมรดกโลก

องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้จัดทำอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage) เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน ค.ศ. 1972 (พ.ศ. 2515) และมีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2515 เพื่อเป็นกรอบสากลสำหรับการคุ้มครอง

แหล่งมรดกที่มีคุณค่าโดดเด่นเป็นสากล (Outstanding Universal Value – OUV) ต่อมนุษยชาติทั้งหมด (UNESCO, 2016)

จากนิยามใน มาตรา 1 และมาตรา 2 ของอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 UNESCO จัดแบ่งประเภทของมรดกโลกออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) และมรดกทางธรรมชาติ (Natural Heritage) ต่อมาได้มีการขยายความหมายเพื่อครอบคลุม มรดกแบบผสม (Mixed Heritage) และภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Landscape) (UNESCO, 2022; ICOMOS, 2022)

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร (2561) ได้สรุปไว้ว่า ปัจจุบันมรดกโลกสามารถจัดจำแนกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ตาม มาตรา 1 ของอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 ครอบคลุมแหล่งที่สร้างขึ้นโดยมนุษย์ หรือมีส่วนผสมจากฝีมือมนุษย์และธรรมชาติ โดยต้องมีคุณค่าโดดเด่นในด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ วิทยาศาสตร์ หรือชาติพันธุ์วิทยา

1.1 อนุสรณ์สถาน (Monuments) คือ ผลงานสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม สิ่งก่อสร้างเชิงโบราณคดี จารึก หรือที่อยู่อาศัยในถ้ำ และร่องรอยที่ผสมผสานของสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากลในมิติทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ หรือวิทยาศาสตร์

1.2 กลุ่มอาคาร (Groups of Buildings) คือ กลุ่มของอาคารที่แยกจากกันหรือเชื่อมต่อกันโดยลักษณะทางสถาปัตยกรรม หรือโดยความสอดคล้องกลมกลืน หรือโดยสถานที่จากสภาพภูมิทัศน์ ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากลในมิติทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ หรือวิทยาศาสตร์

1.3 แหล่ง (Sites) คือ ผลงานที่เกิดจากมนุษย์ หรือการผสมผสานผลงานที่เกิดจากมนุษย์ และธรรมชาติ และรวมถึงแหล่งโบราณคดี ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นระดับสากลในมิติทางด้านประวัติศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ ชาติวงศ์วิทยา หรือมานุษยวิทยา

ขณะที่กฎหมายของประเทศไทยพบว่า พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 ไม่ปรากฏคำนิยามของคำว่า “มรดกทางวัฒนธรรม” คงมีเพียงคำนิยามของ “โบราณสถาน” หมายความว่า อสังหาริมทรัพย์ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการก่อสร้างหรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของอสังหาริมทรัพย์นั้น เป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี ทั้งนี้พระราชบัญญัติโบราณสถานฯ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 มาตรา 3 เพิ่มเติม ให้รวมถึงสถานที่ที่เป็นแหล่งโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ และอุทยานประวัติศาสตร์

ผลงานทางวัฒนธรรม หรือแหล่งโบราณคดีที่แสดงคุณค่าเชิงสุนทรียศาสตร์ มานุษยวิทยา หรือชาติพันธุ์วิทยา มีมรดกโลกทางวัฒนธรรมที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว 5 แห่ง ได้แก่ เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร (ขึ้นทะเบียนปี พ.ศ. 2534) นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (พ.ศ. 2534) แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง (2535) เมืองโบราณศรีเทพ (2566) ภูพระบาท (2567)

2. มรดกทางธรรมชาติ (Natural Heritage) ตามมาตรา 2 ของอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 ครอบคลุมแหล่งธรรมชาติที่มีคุณค่าโดดเด่นระดับสากล ทั้งในเชิงสุนทรียศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และการอนุรักษ์ ได้แก่ ลักษณะกายภาพ และชีวภาพ เช่น ป่า ภูเขา แม่น้ำ องค์ประกอบทางธรณีวิทยา/ธรณีสัณฐาน เช่น ถ้ำหินงอกหินย้อย แนวปะการัง สภาพธรรมชาติที่มีความโดดเด่น ทั้งด้านการอนุรักษ์และความงาม เช่น อุทยานแห่งชาติ

3. มรดกแบบผสม (Mixed Cultural and Natural Heritage) แหล่งที่มีคุณสมบัติทั้งทางวัฒนธรรมและธรรมชาติในพื้นที่เดียวกัน และสามารถสะท้อนคุณค่าโดดเด่นตามเกณฑ์ทั้งสองประเภท (UNESCO, 2022)

4. ภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Landscapes) เป็นผลผลิตที่เกิดจากการบูรณาการระหว่างสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติกับการสร้างสรรค์ของมนุษย์ แสดงวิวัฒนาการทางสังคม การตั้งถิ่นฐาน และการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น นาข้าวขั้นบันไดของชาวอิฟูเกาในฟิลิปปินส์ ที่มีอายุราว 2,000 ปี (Toulze, 2022)



ภาพ 10 Cordilleras ที่ฟิลิปปินส์

ที่มา: ICOMOS online, 2022, สื่อออนไลน์

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก

คณะกรรมการมรดกโลกจะพิจารณาว่า แหล่งมีคุณค่าโดดเด่นเป็นสากลแล้ว จะพิจารณาคุณสมบัติ ดังนี้

แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม	เกณฑ์ข้อที่ 1	เป็นตัวแทนที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ด้านศิลปกรรม หรือตัวแทนของความงามและเป็นผลงานชิ้นเอกที่จัดทำขึ้นด้วยการสร้างสรรค์อันชาญฉลาดยิ่ง	มาตรา 77
	เกณฑ์ข้อที่ 2	แสดงถึงความสำคัญของการแลกเปลี่ยนคุณค่าของมนุษย์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือในพื้นที่วัฒนธรรมใดๆ ของโลกผ่านการพัฒนาด้านสถาปัตยกรรมหรือทางเทคโนโลยี อนุสรณ์ศิลป์ การวางแผนบ้านเมือง หรือการออกแบบภูมิทัศน์	
	เกณฑ์ข้อที่ 3	เป็นเอกลักษณ์หายากยิ่ง หรือเป็นของแท้ดั้งเดิม	
	เกณฑ์ข้อที่ 4	เป็นตัวอย่างของลักษณะโดยทั่วไปของสิ่งก่อสร้างอันเป็นตัวแทนของการพัฒนาทางด้านวัฒนธรรม สังคม ศิลปกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี หรืออุตสาหกรรม	
	เกณฑ์ข้อที่ 5	เป็นตัวอย่างลักษณะอันเด่นชัด หรือของชนบทรรมนิยมประเพณีแห่งสถาปัตยกรรม วิธีการก่อสร้าง หรือการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ที่มีความเปราะบางด้วยตัวมันเอง หรือเสื่อมสลายได้ง่ายเพราะผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่ไม่สามารถกลับคืนดั้งเดิมได้	
	เกณฑ์ข้อที่ 6	มีความคิดหรือความเชื่อที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์หรือประเพณีที่ยังคงอยู่ที่เกี่ยวข้องกับความคิดหรือความเชื่อกับงานศิลปะและวรรณกรรมที่มีความโดดเด่นยิ่งในประวัติศาสตร์	
แหล่งมรดกทางธรรมชาติ	เกณฑ์ข้อที่ 7	เป็นแหล่งที่เกิดปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีความโดดเด่นเห็นได้ชัด หรือเป็นพื้นที่ที่มีความงามตามธรรมชาติหาพื้นที่อื่นเปรียบเทียบมิได้	มาตรา 77
	เกณฑ์ข้อที่ 8	เป็นตัวอย่างที่มีความโดดเด่นสะท้อนถึงวิวัฒนาการความเป็นมาของโลกในช่วงเวลาต่าง ๆ ซึ่งรวมไปถึงร่องรอยของสิ่งมีชีวิตหรือกระบวนการทางธรณีวิทยาที่สำคัญทำให้เกิดรูปลักษณ์ของแผ่นดินหรือลักษณะธรณีสัณฐานหรือลักษณะภูมิประเทศที่สำคัญ	
	เกณฑ์ข้อที่ 9	เป็นตัวอย่างที่มีความโดดเด่นสะท้อนถึงกระบวนการนิเวศวิทยา และชีววิทยาซึ่งก่อให้เกิดและมีพัฒนาการของระบบนิเวศทางบก หรือระบบนิเวศน้ำจืด หรือระบบนิเวศชายฝั่งและทางทะเล รวมทั้งสังคมสัตว์และพืช	
	เกณฑ์ข้อที่ 10	เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยที่มีความสำคัญสูงสุดสำหรับการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในถิ่นกำเนิด ซึ่งรวมไปถึงถิ่นที่อาศัยของชนิดพันธุ์พืช และ/หรือชนิดพันธุ์สัตว์ ที่มีความโดดเด่นเชิงวิทยาศาสตร์ หรือเชิงอนุรักษ์ระดับโลก	

ภาพ 11 ขั้นตอนการพิจารณาการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก

ที่มา: สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2566

อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ (ค.ศ. 1972/ พ.ศ. 2515) มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระดับนานาชาติในการปกป้อง คุ้มครอง และอนุรักษ์แหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ เพื่อส่งต่อให้กับคนรุ่นต่อไปในอนาคต โดยแหล่งที่จะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกจะต้องมี “คุณค่าโดดเด่นเป็นสากล” (Outstanding Universal Value: OUV) และผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการมรดกโลกกำหนด

UNESCO ได้กำหนด 10 หลักเกณฑ์ (Criteria i – x) สำหรับการพิจารณาแบ่งเป็น มรดกทางวัฒนธรรม: เกณฑ์ที่ (i) – (vi) มรดกทางธรรมชาติ: เกณฑ์ที่ (vii) – (x) รายละเอียดเกณฑ์ มีดังนี้ (UNESCO, 2022)

เกณฑ์ (i): เป็นผลงานชิ้นเอกของอัจฉริยภาพในการสร้างสรรค์ของมนุษย์ (Masterpiece of human creative genius)

เกณฑ์ (ii): แสดงถึงความสำคัญของการแลกเปลี่ยนคุณค่าของมนุษย์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือในพื้นที่ทางวัฒนธรรมใด ๆ ของโลก

เกณฑ์ (iii): เป็นหลักฐานอันโดดเด่นที่ไม่สามารถทดแทนได้ของประเพณีทางวัฒนธรรม หรืออารยธรรมที่มีอยู่หรือที่สูญหายไปแล้ว

เกณฑ์ (iv): เป็นตัวอย่างอันโดดเด่นของประเภทอาคาร กลุ่มอาคาร หรือเทคโนโลยี ที่สะท้อนช่วงสำคัญในประวัติศาสตร์มนุษย์

เกณฑ์ (v): เป็นตัวอย่างโดดเด่นของการตั้งถิ่นฐานมนุษย์แบบดั้งเดิม การใช้ที่ดิน หรือการใช้ทะเล ที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมใด ๆ หรือปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม

เกณฑ์ (vi): มีความเกี่ยวข้องโดยตรงหรือเป็นรูปธรรมกับเหตุการณ์ ประเพณี ความเชื่อ หรือผลงานศิลปะและวรรณกรรมที่มีความสำคัญโดดเด่นสากล

เกณฑ์ (vii): เป็นพื้นที่ที่มีความงดงามทางธรรมชาติอันยอดเยี่ยมหรือปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์

เกณฑ์ (viii): เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นซึ่งแสดงให้เห็นถึงกระบวนการสำคัญทางธรณีวิทยา และวิวัฒนาการทางกายภาพของโลก

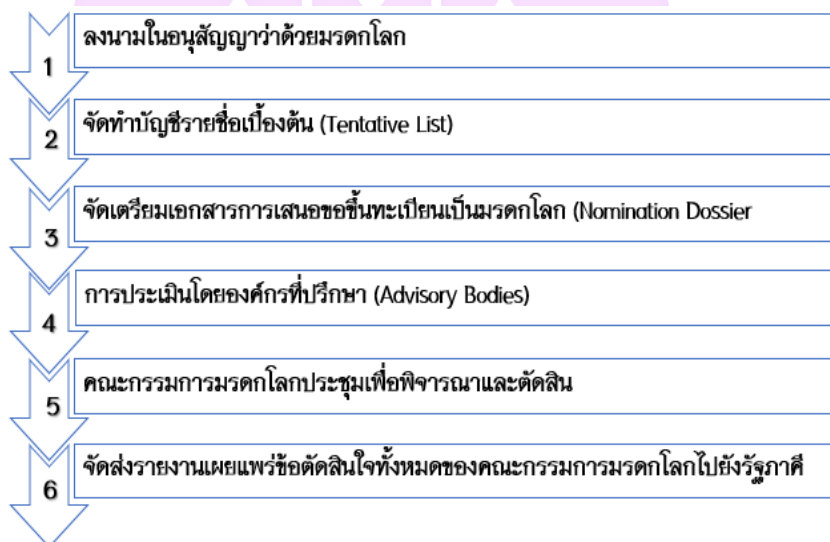
เกณฑ์ (ix): เป็นตัวอย่างโดดเด่นที่แสดงถึงกระบวนการทางนิเวศวิทยาและชีววิทยาที่สำคัญ ในวิวัฒนาการของระบบนิเวศ

เกณฑ์ (x): มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงแหล่งที่อยู่อาศัยของชนิดพันธุ์ที่หายากหรือใกล้สูญพันธุ์

นอกจากต้องเข้าเกณฑ์อย่างน้อยหนึ่งข้อแล้ว แหล่งมรดกโลกยังต้องผ่านเงื่อนไขความครบถ้วนสมบูรณ์ (Integrity) และ/หรือความแท้จริง (Authenticity) และมีมาตรการคุ้มครองและการบริหารจัดการที่เหมาะสม (UNESCO, 2021)

การขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก

การขึ้นทะเบียนแหล่งใด ๆ ให้เป็นมรดกโลก เป็นกระบวนการที่มีความละเอียดและซับซ้อนเพื่อให้มั่นใจว่าแหล่งนั้นมีคุณค่าโดดเด่นเป็นสากล (Outstanding Universal Value: OUV) และมีการคุ้มครองรักษาอย่างยั่งยืน กระบวนการหลักประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ (UNESCO, 2021; ICOMOS, 2022) ดังนี้



ภาพ 12 ขั้นตอนการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก

ที่มา: UNESCO, 2023

ขั้นตอนการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก สรุปสาระสำคัญ ดังนี้

1. ประเทศที่จะเป็นภาคีต้องมีการลงนามอนุสัญญาว่าด้วยมรดกโลก

2. ประเทศภาคีเสนอรายชื่อสถานที่ของตนเข้าสู่การพิจารณา ซึ่งประเทศ 1 เสนอได้

1 แห่งต่อปี โดยเสนอไปยังสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการมรดก UNESCO ณ กรุงปารีส ภายในวันที่ 31 ธันวาคมของทุกปี พร้อมแนบเอกสารการจัดทำรายชื่อเบื้องต้น “Tentative List” แสดงความโดดเด่น รวมถึงเสนอแผนการจัดการและอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม

3. การจัดทำเอกสารเสนอขึ้นทะเบียน (Nomination Dossier) ประเทศสมาชิกจะจัดทำเอกสารเสนอแหล่ง พร้อมรายละเอียดเกี่ยวกับคุณค่าโดดเด่นเป็นสากล (OUV), ขอบเขตพื้นที่, การคุ้มครองและการบริหารจัดการ, ความสมบูรณ์ (Integrity) และความแท้จริง (Authenticity)

4. การประเมินจากหน่วยงานเชี่ยวชาญ

ICOMOS (International Council on Monuments and Sites) สภานานาชาติเกี่ยวกับอนุสรณ์สถานและแหล่งมรดก ทำหน้าที่ประเมินและให้คำแนะนำเกี่ยวกับ แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม

IUCN (International Union for Conservation of Nature) สภานานาชาติเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ ทำหน้าที่ประเมินและให้คำแนะนำเกี่ยวกับ แหล่งมรดกทางธรรมชาติประเมินแหล่งมรดกทางธรรมชาติ ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้จะทำรายงานการประเมินและให้ข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการมรดกโลก

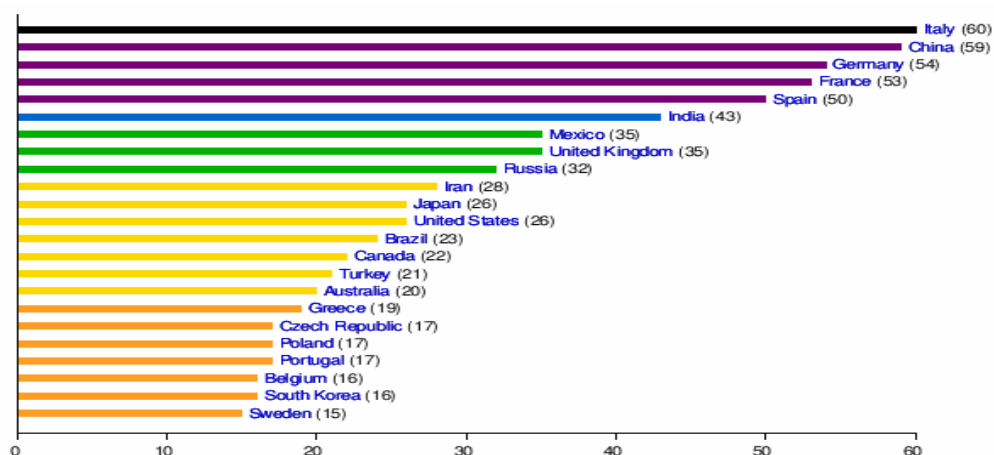
5. การพิจารณาของคณะกรรมการมรดกโลก (World Heritage Committee)

คณะกรรมการจะประชุมปีละครั้งเพื่อตัดสินใจว่าจะรับรองการขึ้นทะเบียนหรือไม่ โดยพิจารณาจากความโดดเด่นของคุณค่า, การบริหารจัดการ, และมาตรการคุ้มครองแหล่ง

6. จัดส่งรายงานเผยแพร่ข้อตัดสินใจทั้งหมดของคณะกรรมการมรดกโลกไปยังรัฐภาคี หลังจากได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว แหล่งมรดกโลกต้องส่งรายงานการติดตามเป็นระยะ และหากพบปัญหาที่อาจคุกคามคุณค่าของแหล่ง คณะกรรมการสามารถเสนอแนวทางแก้ไขหรือพิจารณาการขึ้นบัญชี World Heritage in Danger

ข้อสำคัญ: การขึ้นทะเบียนไม่เพียงแต่เป็นการยกย่องคุณค่าของแหล่งเท่านั้น แต่ยังสร้างภาระผูกพันให้ประเทศเจ้าของแหล่งต้องคุ้มครอง รักษา และบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกอย่างยั่งยืน เพื่อสืบทอดคุณค่าไปสู่คนรุ่นต่อไป (UNESCO, 2022; ICOMOS, 2022)

UNESCO ประกาศรายชื่อมรดกโลก (The World Heritage List) ประกอบด้วยทรัพยากร 1,248 แห่ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ที่คณะกรรมการมรดกโลกพิจารณาว่ามีคุณค่าโดดเด่นเป็นสากลในจำนวนนี้ แบ่งเป็น มรดกทางวัฒนธรรม 972 แห่ง, มรดกทางธรรมชาติ 235 แห่ง และมรดกแบบผสม 41 แห่ง ครอบคลุมใน 170 ประเทศภาคี ณ เดือนตุลาคม 2567 มี 196 ประเทศภาคี ที่ได้ให้สัตยาบันอนุสัญญามรดกโลกแล้ว โดยอิตาลีเป็นประเทศที่มีจำนวนแหล่งมรดกโลกมากที่สุดคือ 60 แห่ง รองลงมาคือจีน (59 แห่ง) เยอรมนี (54 แห่ง) ฝรั่งเศส (53 แห่ง) และสเปน (50 แห่ง) ข้อมูล ณ กรกฎาคม 2567



ภาพ 13 ภาพรวมแหล่งมรดกโลก

ที่มา: อันดับประเทศที่มีแหล่งมรดกโลกมากที่สุด-UNESCO, 2021

ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นภาคีอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2530 และมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก จำนวน 8 แห่ง และเป็นแหล่งวัฒนธรรม 5 แห่ง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567)



ภาพ 14 แหล่งมรดกโลกของประเทศไทย

ที่มา: หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ ร.9 นครราชสีมา, 2568

แหล่งมรดกโลกของประเทศไทย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

5 แหล่งมรดกวัฒนธรรม กล่าวคือ

1. เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร ขึ้นทะเบียนมรดกโลก พ.ศ. 2534 ตั้งอยู่ในจังหวัดสุโขทัย ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร สะท้อนความรุ่งเรืองของอาณาจักรสุโขทัย ในพุทธศตวรรษที่ 18-19 เป็นเวลานานกว่า 200 ปี โดดเด่นด้วยศิลปะสุโขทัย เช่น พระพุทธรูปปางลีลา และสถาปัตยกรรมแบบเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์
2. นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองบริวาร ขึ้นทะเบียนมรดกโลก พ.ศ. 2534 ตั้งอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ครอบคลุมพื้นที่จำนวน 1,810 ไร่ ปรากฏร่องรอยแห่งความเจริญรุ่งเรืองของศิลปวัฒนธรรมอันยิ่งใหญ่ งดงามและทรงคุณค่า มีโบราณสถานสำคัญ เช่น วัดมหาธาตุ วัดไชยวัฒนาราม และวัดพระศรีสรรเพชญ์
3. แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ขึ้นทะเบียนมรดกโลก พ.ศ. 2535 ตั้งอยู่ในจังหวัดอุดรธานี เป็นแหล่งโบราณคดีที่แสดงถึงอารยธรรมยุคก่อนประวัติศาสตร์ อายุมากกว่า 5,000 ปี มีการค้นพบเครื่องปั้นดินเผาตกแต่งด้วยลายขีดผสมกับลายเขียนสีและมีโครงกระดูกมนุษย์ที่สะท้อนถึงการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ในอดีต

4. อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ขึ้นทะเบียนมรดกโลก พ.ศ. 2566 ตั้งอยู่ในจังหวัดเพชรบูรณ์ มีพื้นที่กว่า 2,889 ไร่ เป็นเมืองโบราณสมัยทวารวดี ขอม และอินเดีย อายุประมาณ 1,500 ปี โบราณสถานสำคัญ เช่น ปราสาทสองพี่น้อง โบราณสถานปราสาทศรีเทพ เขาค้างใน เขาค้างนอก และคูน้ำคันดินล้อมรอบเมืองรวมถึงสระน้ำโบราณอีกกว่า 70 แห่ง สะท้อนความรุ่งเรืองของเมืองโบราณศรีเทพ

5. อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท ขึ้นทะเบียนมรดกโลก พ.ศ. 2567 ตั้งอยู่ในจังหวัดอุดรธานี บนภูเขาชื่อว่าภูพระบาท พื้นที่เมืองพาน เป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาภูพาน แหล่งโบราณคดีและธรรมชาติ มีโชดหินรูปร่างแปลกตา เช่น หอนางอุสา และเพิงหินต่าง ๆ พบภาพเขียนสีและร่องรอยการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ มีจุดเด่นแตกต่างจากแห่งอื่น ๆ เนื่องจากโบราณสถานส่วนมากที่พบอยู่ในอุทยานประวัติศาสตร์แห่งนี้ โดยโครงสร้างแล้วเกิดจากกระบวนการทางธรรมชาติ

3 มรดกโลกทางธรรมชาติ กล่าวคือ

1. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง ขึ้นทะเบียนมรดกโลก พ.ศ. 2534 (ครอบคลุมพื้นที่ จ.อุทัยธานี กาญจนบุรี และตาก) ประกอบด้วยผืนป่าอนุรักษ์ 3 แห่ง ได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรด้านตะวันตก เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรด้านตะวันออก และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง มีพื้นที่รวมประมาณ 6,222 ตารางกิโลเมตร หรือ 388,750 ไร่ เป็นผืนป่าขนาดใหญ่และความหลากหลายทางชีวภาพ เป็นถิ่นอาศัยของสัตว์ป่าหายาก เช่น เสือโคร่ง ช้างป่า และแก้งหม้อ

2. กลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ขึ้นทะเบียนมรดกโลก พ.ศ. 2548 (ครอบคลุมพื้นที่ จ.สระบุรี นครนายก นครราชสีมา ปราจีนบุรี สระแก้ว และบุรีรัมย์) ประกอบด้วยพื้นที่คุ้มครองหรือพื้นที่อนุรักษ์ธรรมชาติ จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติทับลาน อุทยานแห่งชาติปางสีดา อุทยานแห่งชาติตาพระยา และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ มีเนื้อที่รวมกันทั้งสิ้น 3,854,083.53 ไร่ หรือ 6,152.13 ตารางกิโลเมตร มีความหลากหลายของพืชพันธุ์และสัตว์ป่า เช่น ช้างป่า กระทิง และเสียดผา มีน้ำตกที่สวยงาม เช่น น้ำตกเหวสุวัต

3. ป่าแก่งกระจาน ขึ้นทะเบียนมรดกโลก พ.ศ. 2564 (ครอบคลุมพื้นที่ จ.ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์) ครอบคลุมอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน อุทยานแห่งชาติกุยบุรี อุทยานแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติไทยประจัน และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าแม่น้ำภาชี รวมพื้นที่ 2,938,909.84 ไร่ เป็นป่าฝนเขตร้อนที่ใหญ่ที่สุดของไทย เป็นบ้านของสัตว์ป่าหายาก เช่น จระเข้แม่น้ำจืดสายพันธุ์ไทย สมเสร็จ เสือโคร่ง ช้างป่า แก้งหม้อ และนกแก้วแล้วท้องถิ่น ดำเนินงานมากกว่า 490 ชนิด



ภาพ 15 อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมแห่งที่ 4 และเป็นแหล่งมรดกโลกแห่งที่ 7 ของประเทศไทย เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2566 โดยประกอบด้วย เมืองโบราณศรีเทพ, โบราณสถานเขาค้างนอก และ โบราณสถานถ้ำเขาอมรินทร์ ซึ่งทั้งหมดได้รับการพิจารณาตามเกณฑ์คุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล (Outstanding Universal Value – OUV) ภายใต้เกณฑ์การขึ้นทะเบียนแหล่งมรดกโลก 2 ข้อ ดังนี้

เกณฑ์ข้อที่ 2: แสดงถึงความสำคัญของการแลกเปลี่ยนคุณค่าทางวัฒนธรรมของมนุษย์ ในช่วงเวลาหนึ่ง หรือในพื้นที่วัฒนธรรมใด ๆ ของโลก ผ่านการพัฒนาด้านสถาปัตยกรรม เทคโนโลยีอนุสรณ์ศิลป์ การวางผังเมือง หรือการออกแบบภูมิทัศน์

เกณฑ์ข้อที่ 3: เป็นพยานหลักฐานที่ยอดเยี่ยมหรือหาที่เสมอเหมือนไม่ได้ของประเพณี วัฒนธรรม หรือรูปแบบวัฒนธรรมที่ยังคงอยู่หรือสูญหายไปแล้ว

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพจึงผ่านเกณฑ์ทั้งสองข้อของยูเนสโก เนื่องจากมีความครบถ้วนสมบูรณ์เป็น เมืองทวารวดีดั้งเดิม ที่ยังไม่ได้รับผลกระทบจากสิ่งก่อสร้างสมัยใหม่ และเป็นตัวแทนของการรับวัฒนธรรมอินเดียเข้ามาในภูมิภาค พร้อมทั้งแสดงการเปลี่ยนผ่าน วัฒนธรรมจากสมัยทวารวดีสู่สมัยอยุธยา ตามผลการพิจารณาของ คณะกรรมการมรดกโลก ในการประชุมครั้งที่ 45/2023 (Decision: 45 COM 8B.41) โดยเอกสารอ้างอิงคือ WHC/23/45.COM/8B และ WHC/23/45.COM/INF.8B1 ซึ่งยืนยันการขึ้นทะเบียน Ancient Town of Si Thep, Thailand บนบัญชีมรดกโลกตามเกณฑ์ (ii) และ (iii) ของยูเนสโก (UNESCO, 2023; กรมศิลปากร, 2566)

เงื่อนไขการถอดถอนแหล่งมรดกโลก

ตามกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลก (World Heritage Convention) การขึ้นทะเบียนแหล่งมรดกโลกมาพร้อมกับความรับผิดชอบในการอนุรักษ์และจัดการ เพื่อรักษาคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล (Outstanding Universal Value – OUV) ของแหล่งนั้น ๆ หากแหล่งมรดกโลกถูกทำลายหรือเสื่อมค่าอย่างรุนแรง องค์การ UNESCO มีมาตรการในการถอดถอนหรือยกเลิกการขึ้นทะเบียนได้

1. เงื่อนไขหลักที่อาจนำไปสู่การถอดถอน ได้แก่

1.1 ความเสียหายรุนแรงต่อคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล

แหล่งมรดกโลกสูญเสียคุณค่าที่ทำให้ได้รับการขึ้นทะเบียน เช่น ถูกทำลายจากภัยธรรมชาติ การก่อสร้างที่ไม่เหมาะสม หรือการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์เกินขอบเขต (UNESCO, 2022)

1.2 ความล้มเหลวในการบริหารจัดการและอนุรักษ์

หน่วยงานท้องถิ่นหรือรัฐบาลไม่สามารถจัดการและปกป้องแหล่งมรดกได้ตามมาตรฐาน UNESCO แม้ได้รับคำเตือนหรือข้อเสนอแนะแล้ว

1.3 การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมหรือภูมิทัศน์อย่างรุนแรง

การบุกรุกพื้นที่ การก่อสร้างขนาดใหญ่ หรือโครงการพัฒนาที่ส่งผลกระทบต่อภูมิทัศน์และคุณค่าทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ

1.4 ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดและคำแนะนำของคณะกรรมการมรดกโลก

ประเทศภาคีไม่ดำเนินการตามแผนการจัดการ มาตรการติดตาม หรือข้อเสนอแนะของ UNESCO เมื่อแหล่งมรดกโลกอยู่ในภาวะอันตราย (World Heritage in Danger) UNESCO จะกำหนดมาตรการ ดังนี้

1.4.1 ประกาศให้แหล่งนั้นอยู่ใน รายชื่อแหล่งมรดกโลกที่ถูกคุกคาม

1.4.2 ให้คำปรึกษาและสนับสนุนทางเทคนิคในการฟื้นฟู

1.4.3 หากไม่มีความคืบหน้า อาจถอดถอนออกจากบัญชีมรดกโลก

2. หลักเกณฑ์สำหรับการพิจารณาถอดถอนหรือประกาศภาวะอันตราย

2.1 แหล่งอยู่ในบัญชีรายชื่อแหล่งมรดกโลก

2.2 แหล่งเผชิญกับ อันตรายรุนแรง ที่อาจทำให้สูญเสียคุณค่าโดดเด่น

2.3 แหล่งจำเป็นต้องมี แผนปฏิบัติการ ในการคุ้มครองและฟื้นฟู

2.4 มีการร้องขอความช่วยเหลือจากประเทศภาคีหรือ UNESCO

ตัวอย่างต่างประเทศ

ปอมเปอีและเฮร์คิวลาเนียม (อิตาลี) ถูกจัดให้อยู่ในภาวะอันตรายในช่วงต้นศตวรรษที่ 21 เนื่องจากการเสื่อมโทรมของโบราณสถานและความไม่เพียงพอของมาตรการอนุรักษ์ (UNESCO, 2010)

เมืองเก่าของอเลปโป (ซีเรีย) ถูกจัดให้อยู่ในภาวะอันตรายหลังสงครามกลางเมืองที่ทำลายโบราณสถานและสิ่งก่อสร้างหลายแห่ง (UNESCO, 2017)

ตัวอย่างในประเทศไทย

เมืองประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อยู่ในภาวะ “สุ่มเสี่ยง” (At Risk) เนื่องจากโครงการพัฒนารถไฟความเร็วสูงและการก่อสร้างบริเวณแนวเหนือ-ใต้ผ่านกลางเมือง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อโบราณสถานและโบราณวัตถุ ทำให้องค์การ UNESCO แสดงความกังวลและติดตามมาตรการอนุรักษ์ (ศิลปวัฒนธรรม, 2566)

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า กว่าจะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกไม่ใช่ได้มาง่าย เมื่อได้มาแล้ว ทุกคนควรร่วมกันปกป้องแหล่งมรดกโลกจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้มั่นใจว่ามรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติได้รับการอนุรักษ์และฟื้นฟูอย่างต่อเนื่อง ตรงตามมาตรฐานของ UNESCO

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก

การจัดการแหล่งมรดกโลก (World Heritage Management) ต้องอาศัยการวางแผนเชิงบูรณาการ ครอบคลุมการอนุรักษ์เชิงกายภาพ การจัดการด้านการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสร้างสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์กับการคุ้มครอง (UNESCO, 2021) โดยมีเป้าหมายเพื่อธำรงคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล (Outstanding Universal Value: OUV) และส่งต่อให้คนรุ่นอนาคต

ความหมายการจัดการการท่องเที่ยว

Vaia (2024) ให้นิยามว่า การจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management) คือการวางแผนเชิงกลยุทธ์ และดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวและการดำเนินการองค์กรด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ความพึงพอใจของลูกค้า และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสูงสุด

ลีอาห์ เหยียน (2566) การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การบริหารและการดำเนินธุรกิจและบริการด้านการต้อนรับต่าง ๆ โดยเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ที่น่าพอใจให้กับลูกค้าในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น การเดินทางและการท่องเที่ยว

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management) เป็นการกระทำ หรือการคิดวิเคราะห์เพื่อบรรลุเป้าหมาย โดยใช้วิธีการ PDCA คือ (Plan Do Check Act) ช่วยในการวางแผน ลงมือทำ ตรวจสอบ และดำเนินการ เพื่อจะได้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวชัดเจน เกิดการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเพื่อสร้างประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

แนวคิดสำคัญที่เข้าข่ายของ Tourism Management

1. การจัดการปลายทาง (Destination Management)

การจัดการปลายทาง คือ กระบวนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทั้งระบบ โดยเน้นการบูรณาการของทุกภาคส่วนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ประสิทธิภาพ และความยั่งยืนของพื้นที่ท่องเที่ยว (Pike & Page, 2019)

องค์ประกอบหลักของการจัดการปลายทาง ได้แก่

- 1.1 การวางแผนเชิงกลยุทธ์ของพื้นที่ท่องเที่ยว
- 1.2 การสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ของปลายทาง (Destination Branding)
- 1.3 การบริหารความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity)
- 1.4 การมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders Engagement)

ในช่วงหลัง การจัดการปลายทางได้เน้นการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Smart Tourism และ Big Data เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการและสร้างประสบการณ์ที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว (Gretzel et al., 2020)

2. การแบ่งกลุ่มตลาด (Market Segmentation)

การแบ่งกลุ่มตลาด (Market Segmentation) คือ กระบวนการจำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะหรือพฤติกรรม เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด (Dolnicar, 2019)

เกณฑ์ที่นิยมใช้แบ่งกลุ่ม ได้แก่

Demographic Segmentation – อายุ เพศ รายได้ การศึกษา

Geographic Segmentation – ภูมิภาค ประเทศ แหล่งที่มา

Psychographic Segmentation – ไลฟ์สไตล์ ค่านิยม แรงจูงใจ

Behavioral Segmentation – พฤติกรรมการเดินทาง ความถี่ในการท่องเที่ยว ระดับความจงรักภักดี

แนวโน้มใหม่ของ Market Segmentation ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ การใช้ AI และ Machine Learning วิเคราะห์ Big Data เพื่อระบุกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างแม่นยำและปรับแต่งบริการแบบเฉพาะบุคคล (personalization) (Gretzel & Xiang, 2021)

3. การจัดการประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience Management)

การจัดการประสบการณ์ของลูกค้า หมายถึง การออกแบบและบริหารจัดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับปลายทาง เพื่อให้เกิด ความพึงพอใจสูงสุดและความทรงจำที่ดี (Pine & Gilmore, 2019)

มิติสำคัญของ CEM ในการท่องเที่ยว ได้แก่

Touchpoints – ทุกจุดที่นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับบริการ เช่น เว็บไซต์ แพลตฟอร์มดิจิทัล สถานที่จริง

Emotional Engagement – การสร้างความประทับใจ ความรู้สึกมีส่วนร่วม และการมีคุณค่าทางจิตใจ

Co-creation – การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์ เช่น การเรียนทำอาหารท้องถิ่น การเข้าร่วมกิจกรรมวัฒนธรรม

Technology-driven Experience – การใช้ AR/VR, AI Chatbots, Mobile Apps เพื่อสร้างการเดินทางที่สะดวกและน่าจดจำ

ในยุคปัจจุบัน CEM กลายเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวเลือกจุดหมายปลายทางไม่เพียงเพราะทรัพยากร แต่เพราะ “คุณภาพของประสบการณ์” (Sthapit & Jiménez-Barreto, 2018)

เครื่องมือในการจัดการแหล่งมรดกโลก (Management Tools)

อนุสัญญาปี 1972 (World Heritage Convention) มาตรา 5 กำหนดให้แต่ละรัฐภาคีต้องสร้างระบบหรือกรอบการจัดการแหล่งมรดกโลกที่บูรณาการกับชีวิตชุมชน พร้อมจัดตั้งมาตรการทางกฎหมาย การเงิน และการบริหารเพื่อปกป้องและอนุรักษ์มรดก (UNESCO, 1972; UNESCO, 2013) ทั้งนี้ คณะกรรมการมรดกโลกได้กำหนด Operational Guidelines เป็นคู่มือกำกับการบริหารจัดการ โดยเน้นให้แหล่งมรดกมีแผนการจัดการ (Management Plan) และระบบการติดตามสถานะที่ชัดเจน (UNESCO, 2017) รวมถึงการบูรณาการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เข้าในกระบวนการจัดการ (Vahtikari, 2017) โดยมีเป้าหมายเพื่อ

1. วางนโยบายที่บูรณาการมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติเข้ากับชีวิตของชุมชน (UNESCO, 1972)
2. จัดตั้งหน่วยงานที่เหมาะสมเพื่อดูแลและอนุรักษ์
3. พัฒนางานวิจัยและวิธีการเชิงวิทยาศาสตร์-เทคนิคเพื่อรับมือภัยคุกคาม (UNESCO, 2013)
4. กำหนดมาตรการทางกฎหมาย การเงิน และการบริหารจัดการเพื่อปกป้องและฟื้นฟู

5. ส่งเสริมการฝึกอบรมบุคลากรและการวิจัยทางวิชาการ

เครื่องมือดังกล่าว มุ่งใช้วิธีการทางเทคนิคและการวางแผน เช่น การกำหนดเขตกันชน การประเมินผลกระทบมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Impact Assessment: HIA) และผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA) ตลอดจนการบริหารจัดการผู้มาเยือนผ่านระบบโซนนิ่ง ชีตความสามารถในการรองรับ และมาตรการควบคุมจำนวนผู้เข้าชม (ICOMOS, 2022)

แนวทางการปฏิบัติ (Operational Guidelines: OGs) ซึ่งได้รับการปรับปรุงทุก 1–4 ปี ทำหน้าที่เป็นคู่มือสำหรับผู้ดูแลแหล่ง (UNESCO, 2017)

จุดเปลี่ยนสำคัญคือ ปี 2005 ที่ยูเนสโกบังคับให้ทุกแหล่งมรดกโลกต้องมีระบบการจัดการ (Management Systems) ที่ครอบคลุม และต่อมาใน ปี 2008 จึงเพิ่มข้อกำหนดเรื่อง แผนการจัดการ (Management Plans: MP) ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการอนุรักษ์ การวางแผนพื้นที่ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Jansen-Verbeke & Vanneste, 2010) โดยที่ควรมี 7 โมดูล ได้แก่

1. บทนำ ความกังวล เนื้อหา และเป้าหมาย
2. ค่าแถมคุณค่าโดดเด่นสากล (OUV) พร้อมพิจารณาความแท้จริงและความสมบูรณ์
3. ขอบเขตและเป้าหมายการคุ้มครอง รวมถึงเครื่องมือที่ใช้
4. คำอธิบายลักษณะพื้นที่ (ด้านกายภาพ)
5. ระบบการจัดการ (โครงสร้าง อำนาจหน้าที่ และการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง)
6. การพัฒนาที่ยั่งยืนและแนวทางการใช้ประโยชน์
7. ทรัพยากร (บุคลากรและงบประมาณ)

ระบบการจัดการ (Management Systems: MS) และแผนการจัดการ (Management Plans: MP) ได้ถูกกำหนดให้เป็นสิ่งที่ “จำเป็น” (บังคับใช้ตั้งแต่ปี 2005) สำหรับแหล่งที่จะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกของยูเนสโก ทั้งนี้ MS และ MP ถือเป็นความพยายามในการสร้างความเป็นระบบเพื่อการคุ้มครองแหล่งมรดกโลก (World Heritage Sites: WHS) และเพื่อตอบสนองต่อแรงกดดันที่เกิดจากการใช้ประโยชน์และการทำให้กลายเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว (Jansen-Verbeke & McKercher, 2010)

แม้ว่า “แผนการจัดการ” จะมีลักษณะค่อนข้างคงที่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง (Static) และแม้จะไม่ถูกบังคับใช้เสมอไป แต่ก็ถือว่ามีความสำคัญ เพราะสามารถช่วยให้มั่นใจได้ว่าคุณค่าโดดเด่นสากล (Outstanding Universal Value: OUV) รวมถึง “สภาพความสมบูรณ์ (Integrity)” และ/หรือ “ความแท้จริง (Authenticity)” ของแหล่งมรดกในช่วงเวลาที่ได้รับการขึ้นทะเบียน จะยังคงถูกธำรงหรือพัฒนาให้ดีขึ้นในระยะยาว (UNESCO, 2017)

ประสิทธิภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกของประเทศไทย จำเป็นที่จะต้องพิจารณาประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders)

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หมายถึง คน กลุ่มคน ชุมชน องค์กรที่มีผลประโยชน์เชิงวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจกับแหล่งมรดกโลก สำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ข้องด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน นักท่องเที่ยว รวมถึงองค์กร มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมกับระบบการท่องเที่ยว (สุขสันต์ สุทธิพิศาล, 2560) ขณะที่ Fernando (2023) กล่าวว่า ผู้มีส่วนได้เสีย หมายถึง คู่สัญญาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ และเป็นผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงทางธุรกิจ ซึ่งผู้มีส่วนได้เสียหลักในองค์กร เป็นนักลงทุน ลูกค้า พนักงาน (A stakeholder is a party that has an interest in a company and can either affect or be affected by the business. The primary stakeholders in a typical corporation are its investors, employees, customers, and suppliers.)

2. องค์ประกอบสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลก

การจัดการแหล่งมรดกโลกจำเป็นต้องมี “องค์กรผู้รับผิดชอบ” และ “โครงสร้างการจัดการที่ชัดเจน” ไม่เพียงเพื่อการอนุรักษ์ แต่ยังเพื่อป้องกันมิให้เกิดการใช้เกินขอบเขต (Overuse) หรือการใช้ผิดวิธี (Misuse) (Jansen-Verbeke & McKercher, 2010) จึงมีองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลก 3 ประการ ดังนี้

1. คณะทำงานด้านการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลกประกอบภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน และอยู่ภายใต้คณะกรรมการบริหารและอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกที่เป็นคณะกรรมการเฉพาะของแต่ละแหล่งมรดกโลก และควรมีสำนักรักษาอยู่ไม่ไกลแหล่งมรดกโลก

ตาราง 9 บทบาทและหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้เสีย

ระดับ	ผู้เกี่ยวข้อง/ผู้มีส่วนได้เสีย	บทบาทหน้าที่หลัก
สากล (International)	องค์การยูเนสโก (UNESCO)	กำหนดเกณฑ์และนโยบาย, ติดตาม SOC, สนับสนุนวิชาการ
	ICOMOS	ประเมินมรดกวัฒนธรรม, รายงาน Authenticity และ Integrity
	IUCN	ประเมินมรดกธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ
	ศูนย์มรดกโลก (WHC)	ทำหน้าที่เลขานุการ, ประสานงาน, เผยแพร่ข้อมูล
ชาติ (National)	รัฐภาคี (State Party)	จัดทำกฎหมาย, แผนจัดการ, รายงานสถานะต่อคณะกรรมการ
	หน่วยงานในประเทศ	เช่น กรมศิลปากร, กรมอุทยานฯ ดูแล อนุรักษ์ พื้นฟู บังคับใช้กฎหมาย
ท้องถิ่น (Local)	ภาคชุมชน	เฝ้าระวัง ถ่ายทอดเรื่องเล่า, จัดการท่องเที่ยวเชิงชุมชน
	ภาคเอกชน	ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ, ลงทุนกิจกรรมที่ไม่กระทบ OUV
	นักท่องเที่ยว	ปฏิบัติตามกฎ, สื่อสารคุณค่า, สนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น
	นักวิชาการ	สนับสนุนข้อมูลวิชาการ, เสนอแนวทาง, สื่อสารคุณค่า

ที่มา: (UNESCO, 2023; กรมศิลปากร, 2566)

ตาราง 9 การบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียหลายระดับ ตั้งแต่ระดับสากล เช่น UNESCO, ICOMOS, IUCN และศูนย์มรดกโลก ที่ทำหน้าที่กำหนดเกณฑ์ มาตรฐาน และติดตามสถานภาพ ไปจนถึงระดับชาติ ซึ่งรัฐภาคีและหน่วยงานในประเทศมีหน้าที่กำหนดกฎหมาย แผนจัดการ และการอนุรักษ์ ในระดับท้องถิ่น ชุมชนมีบทบาทในการสืบสาน ถ่ายทอด และจัดการท่องเที่ยวเชิงชุมชน ขณะที่ภาคเอกชนและนักท่องเที่ยวต้องสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และนักวิชาการช่วยเสริมข้อมูลเชิงวิชาการ ความร่วมมือแบบบูรณาการดังกล่าว จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล (OUV) ของแหล่งมรดกโลกอย่างยั่งยืน

2. ความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยว และการจัดการแหล่งมรดกโลก เน้นความรู้ด้านการอนุรักษ์ เพื่อสร้างคุณประโยชน์ และสงวนรักษาไว้เพื่ออนาคต

3. แผนการดำเนินงานและงบประมาณ ผู้จัดทำแผนจำเป็นต้องมีความรู้ทักษะ และประสบการณ์ของการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลก และงบประมาณที่ใช้ในการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลก จะมาจากภาครัฐ ส่วนคณะกรรมการมรดกโลกไม่ได้ให้งบประมาณสนับสนุน แต่ให้ความช่วยเหลือทางวิชาการ การฝึกอบรม และความช่วยเหลือทางเทคนิคด้านการอนุรักษ์

ส่วน World Heritage Fund จะช่วยเหลือรัฐภาคีกรณีฉุกเฉิน เช่น การเกิดภัยพิบัติของแหล่งมรดกโลก

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว (โครงการศึกษาวิจัยมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม และสถาบันดำรงราชานุภาพ, 2541) มีรายละเอียด ดังนี้

1 การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อกำหนดศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว

2 การมีส่วนร่วมองค์กรในพื้นที่ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำท้องถิ่น ทำแผนงานโครงการ และกิจกรรม

3 ภาครัฐกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น และรัฐมีหน้าที่ต้องทำงานร่วมกัน

หลักการบริหารดังกล่าว สอดคล้องกับเบญจวรรณ สุจริต และคณะ (2560) พบว่ารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลนางพญา อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์มีประสิทธิภาพได้นั้นโดยอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนตำบลนางพญา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง และพิรวิชญ์ สิงหาพะ และอธิป จันทร์สุริย์ (2564) พบว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยวควรมี 3 ระบบเป็นสำคัญ ดังนี้

1. ทรัพยากรทางท่องเที่ยว (Tourism Resource) ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในย่านเมืองเก่าภูเก็ตมีมากมายและหลากหลาย เช่น อาหาร สถาปัตยกรรม วิถีชีวิตภูเก็ตดั้งเดิม เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ผสมผสานกันอย่างลงตัวนี้ จัดได้ว่าเป็นเสมือนมรดกวัฒนธรรมที่มีความสำคัญของจังหวัดภูเก็ต สะท้อนให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองของเมือง ความดั้งเดิม ความจริงแท้ และวิถีชีวิตทางการกิน ซึ่งมีอิทธิพลในเชิงบวกและช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทำให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว

2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) อาทิ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่พื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ อาทิ การบริการการท่องเที่ยวที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านเมืองเก่าภูเก็ต ได้แก่ ร้านอาหารและอาหาร กิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว ระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว โรงเรียนสอนทำอาหาร และคุณภาพของสินค้าและบริการ โดยสถานที่ให้บริการอาหารและพนักงานบริการอาหารจะต้องให้บริการเชิงอาหารด้วยความสามารถ มีทักษะทางภาษาในการให้ข้อมูล แสดงออกให้เห็นได้ถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีภายใต้การตระหนักถึงมาตรฐานความสะอาดและถูกสุขอนามัยของสถานที่ให้บริการอาหารทำให้เกิดการสร้างสรรค์ความเจริญแก่สังคม

3. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) โดยเป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึง กิจกรรม รูปแบบ หรือกระบวนการการท่องเที่ยว อาทิ การทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในย่านเมืองเก่าภูเก็ต ได้แก่ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ถึงภาพลักษณ์ของการเป็นเมือง หรือชุมชนตัวอย่างทางด้านการท่องเที่ยว ภายใต้การจัดงานเทศกาลประเพณี เพื่อสร้างภาพลักษณ์การให้ความร่วมมือที่ดี โดยการมุ่งเน้นถึงการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวและ สอดแทรกเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงประชาสัมพันธ์ผ่านการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยการส่งเสริมและสนับสนุนในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูเก็ต ร้านค้า นักท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต เทศบาลนครภูเก็ต สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัด และชุมชนท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าภูเก็ต เป็นต้น รวมไปถึงการให้ความร่วมมือ การคงสูตรอาหาร การให้ความรู้เรื่องอาหาร การดำเนินงานเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหารการควบคุมราคาอาหาร การสร้างความมั่นใจ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ร้านค้า การทำการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีในการจัดเก็บ ออกแบบ และกลั่นกรองข้อมูลการยกระดับอาหาร และการทำการตลาดเชิงรุก ทำให้เกิดการสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นแก่สังคม และช่วยสร้างความมั่นใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และชุมชน

หลักการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลก

1. กำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลก โดยพิจารณา “ความเป็นแก่นแท้ทางวัฒนธรรม (Cultural Authenticity) และบูรณภาพทางธรรมชาติ (Natural Integrity)” ของแหล่งมรดกโลก เพื่อการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนซึ่งคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลของสินทรัพย์ตามที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก และเพื่อเป้าหมายสูงสุดของ “ความยั่งยืน” ของแหล่งมรดกโลก

2. การอบรมเพื่อให้ประชาชน และ/หรือชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม

3. ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินทั้งของนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนท้องถิ่น

4. รายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวควรแบ่งส่วนไว้ใช้ในการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยทำการสรุปเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลกและการจัดการการท่องเที่ยวทั่วไป ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 10 การเปรียบเทียบการจัดการการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก และการจัดการการท่องเที่ยวทั่วไป

ประเด็น	การจัดการการท่องเที่ยว ในแหล่งมรดกโลก	การจัดการการท่องเที่ยว โดยทั่วไป
ผู้เกี่ยวข้อง	ภาครัฐ ภาคชุมชน	ภาคเอกชน และประกอบการ
ผลกำไร	ไม่ประสงค์ผลกำไรในการจัดการ	มุ่งผลกำไรจากการจัดการ
เป้าหมาย	ผลประโยชน์ทางสังคมและวัฒนธรรม	ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ
ความยั่งยืน	ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรมและสังคมเป็นหลัก	ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก
หน่วยสนับสนุน ภายในประเทศ	กระทรวงวัฒนธรรม	กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา
	กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	กระทรวงพาณิชย์
	ICOMOS Thai	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	กรมศิลปากร	

ที่มา: คู่มือการเตรียมความพร้อมด้านการจัดการการท่องเที่ยว, 2560

จากตาราง 10 ความแตกต่างของการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างแหล่งมรดกโลกและการท่องเที่ยวทั่วไป โดยแหล่งมรดกโลก เน้นการมีส่วนร่วมของภาครัฐและชุมชน มุ่งประโยชน์ทางสังคมและวัฒนธรรม ไม่เน้นผลกำไร และให้ความสำคัญกับความยั่งยืนทางสังคมและวัฒนธรรม ขณะที่การท่องเที่ยวทั่วไปมักขับเคลื่อนโดยภาคเอกชน เน้นผลกำไรเป็นหลัก และมุ่งเป้าหมายด้านเศรษฐกิจเป็นสำคัญ ในด้านหน่วยสนับสนุน ประเทศไทยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งมรดกโลก เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กรมศิลปากร และ ICOMOS Thai ส่วนการท่องเที่ยวทั่วไปอยู่ภายใต้การกำกับของหน่วยงานด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การจัดการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลกที่มีความเข้มแข็งจำเป็นต้องยึดหลัก “เริ่มต้นจากการรักษาคุณค่า และมุ่งสู่ความยั่งยืน” ภายใต้กรอบกฎหมายสากล หลักการอนุรักษ์เชิงวิชาการ มาตรฐานสากลขององค์การยูเนสโก ICOMOS และ IUCN เป็นพื้นฐานสำคัญ พร้อมทั้งประยุกต์เครื่องมือด้านการวางแผน เทคนิคสมัยใหม่ การประเมินผล และการบริหารจัดการผู้มาเยือนอย่างเป็นระบบ อีกทั้งควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดและการปฏิบัติ สร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) ตลอดจนมีกลไกการจัดสรรผลประโยชน์กลับคืนสู่การอนุรักษ์ เพื่อให้การท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นพลังเกื้อหนุนต่อการสืบทอดและการคงอยู่ของแหล่งมรดกโลกให้แก่คนรุ่นต่อไปได้อย่างแท้จริง

แนวคิดเกี่ยวกับการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก

การดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก

การดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนและต้องอาศัยการบริหารจัดการอย่างรอบด้าน เนื่องจากแหล่งมรดกที่ขึ้นทะเบียนมิได้เป็นเพียงสมบัติของประเทศเจ้าของเท่านั้น แต่ยังถือเป็นสมบัติร่วมของมนุษยชาติภายใต้อนุสัญญามรดกโลก ค.ศ. 1972 (World Heritage Convention) (UNESCO, 2021) การจัดการดังกล่าวจึงมุ่งรักษาคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล (Outstanding Universal Value: OUV) ควบคู่กับการธำรงไว้ซึ่งความแท้จริง (Authenticity) และ ความครบถ้วนสมบูรณ์ (Integrity) ตามหลักเกณฑ์ขององค์การยูเนสโก ทั้งนี้ การบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกจำเป็นต้องดำเนินการภายใต้การวางแผนเชิงบูรณาการ ครอบคลุมการอนุรักษ์ทางกายภาพ การจัดการการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงการสร้างสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์กับการคุ้มครอง เพื่อธำรงคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลและถ่ายทอดไปยังคนรุ่นต่อไป (UNESCO, 2021)

ที่มาของการดำรงสถานะมรดกโลก

มนุษย์มีพัฒนาการตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ โดยเรียนรู้และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ จากประสบการณ์และความสัมพันธ์กับธรรมชาติ ความคิดริเริ่มและการตั้งคำถาม ทำให้เกิดการแสวงหาความจริง สร้างรากฐานของวัฒนธรรม ความเชื่อ และความศรัทธาที่ถ่ายทอดต่อกันมาเป็น “มรดกของมนุษยชาติ” (กองจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม, 2561)

ความเปลี่ยนแปลงจากวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้มนุษย์ห่างเหินจากคุณค่าของธรรมชาติและวัฒนธรรม เกิดการทำลายมรดกทั้งที่เป็นรูปธรรม (โบราณสถาน โบราณวัตถุ) และนามธรรม (ความเชื่อ ศรัทธา) นำไปสู่ปัญหาสิ่งแวดล้อมและความเสื่อมโทรมของมรดกโลก

มนุษยชาติได้สูญเสียมรดกทางวัฒนธรรมจำนวนมากด้วยสาเหตุแห่งสงคราม เนื่องจากสงครามโลกสมัยใหม่นั้นมีานุภาพทำลายล้างมากกว่าสงครามโลกยุคโบราณหลายเท่าที่ได้รับผลกระทบจากภัยสงครามโลกครั้งที่ 1 อาทิ ปารีส ลอนดอน รวมถึงในสงครามโลกครั้งที่ 2 เมืองในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น เมียนมา ที่ได้สูญเสียพระราชวังมณฑลทะเลย์จากการโจมตีทางอากาศในสงคราม (กองจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม, 2561)



ภาพ 16 ความเสียหายที่พม่าในสงครามโลกครั้งที่ 2

ที่มา: ลลิตา หาญวงษ์ (มติชนออนไลน์), 2561



ภาพ 17 ภาพถ่ายความเสียหายที่พระราชวังกรุงวอร์ซอว์ โปแลนด์จากสงครามโลกครั้งที่ 2

ที่มา: กองจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม, 2561

แนวคิดที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวที่จะปกป้องสิ่งที่คู่ควรแก่การสืบสานเริ่มต้นขึ้น หลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ในปี 1972 มีการจัดประชุมว่าด้วยเรื่องการปกป้อง การสืบสานวัฒนธรรม และการดำรงรักษาธรรมชาติโดยการบูรณาการสองเรื่องนี้เข้าด้วยกัน มีความมุ่งมั่นในการจะรักษา พื้นที่อันควรอนุรักษ์ และสงวนรักษาธรรมชาติ (เสรี วงษ์มณฑา, 2566)

1. มิติสำคัญของการดำรงสถานะมรดกโลก

การดำรงสถานะมรดกโลกไม่ได้จำกัดเพียงการรักษาสภาพกายภาพของแหล่งมรดก แต่ยังครอบคลุมไปถึงหลายมิติ ดังนี้

- 1.1 การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น: ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจและร่วมดูแลแหล่งมรดก เพื่อสร้างความรับผิดชอบร่วมกันและความต่อเนื่องทางวัฒนธรรม
- 1.2 การใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ (Sustainable Use): การพัฒนาและกิจกรรมทางเศรษฐกิจต้องสอดคล้องกับการอนุรักษ์ เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาและการคงคุณค่า
- 1.3 การวางแผนและบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ: ครอบคลุมการเฝ้าระวังภัยคุกคาม ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และเสริมสร้างความรู้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย
- 1.4 การรักษาความสมบูรณ์และความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม-ธรรมชาติ: คงไว้ซึ่งลักษณะเด่นทั้งในเชิงกายภาพและนามธรรม เช่น ภูมิทัศน์วัฒนธรรมและคุณค่าทางจิตวิญญาณ
- 1.5 การถ่ายทอดความรู้และคุณค่าไปสู่คนรุ่นหลัง: เพื่อให้แหล่งมรดกโลกคงอยู่และส่งต่อคุณค่าแก่คนรุ่นใหม่อย่างยั่งยืน

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

การดำรงสถานะแหล่งมรดกโลกต้องอาศัยความร่วมมือในหลายระดับ ดังนี้

**ตาราง 11 บทบาทตามอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ
ค.ศ. 1972**

ระดับ	หน่วยงาน	หน้าที่ / บทบาท
นานาชาติ	UNESCO (World Heritage Centre)	กำกับ ติดตาม สนับสนุนการจัดการแหล่งมรดกโลก และ ประเมินรายงานสถานภาพการอนุรักษ์ (State of Conservation Report) (UNESCO, 2023)
หน่วยงานที่ปรึกษา (Advisory Bodies)	ICOMOS	ประเมินมรดกทางวัฒนธรรม
	IUCN	ประเมินมรดกทางธรรมชาติ
	ICCROM	สนับสนุนการฝึกอบรมและวิชาการ (UNESCO, 2017)
ระดับชาติ	ประเทศภาคีอนุสัญญา (States Parties)	จัดทำรายงานการบริหารจัดการและอนุรักษ์ต่อยูเนสโก กำหนดหน่วยงานกลาง เช่น กรมศิลปากร, กรมอุทยาน แห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ร่วมกับองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่นและชุมชน (กรมศิลปากร, 2566)

จากตาราง 11 บทบาทตามอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 แบ่งเป็น 3 ระดับ

1. ระดับนานาชาติ: องค์การยูเนสโก (UNESCO) ผ่าน ศูนย์มรดกโลก (World Heritage Centre) กำกับ ติดตาม สนับสนุนการจัดการ และประเมินรายงานสถานภาพการอนุรักษ์ (State of Conservation Report) (UNESCO, 2023)
2. หน่วยงานที่ปรึกษา (Advisory Bodies): ICOMOS: ประเมินมรดกทางวัฒนธรรม
IUCN: ประเมินมรดกทางธรรมชาติ และ ICCROM: สนับสนุนการฝึกอบรมและวิชาการ (UNESCO, 2017)
3. ระดับชาติ: ประเทศภาคีอนุสัญญา (States Parties) จัดทำรายงานการบริหารจัดการและอนุรักษ์ต่อยูเนสโก และกำหนดหน่วยงานกลาง เช่น กรมศิลปากร, กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน (กรมศิลปากร, 2566)

สัญลักษณ์มรดกโลก (World Heritage Emblem)



ภาพ 18 สัญลักษณ์มรดกโลก

ที่มา: กองจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม, 2561

ตราสัญลักษณ์ “มรดกโลก (World Heritage Logo)” ออกแบบโดย Michel Olyff ศิลปินชาวเบลเยียม ถูกนำมาใช้อย่างเป็นทางการในการประชุมมรดกโลกเมื่อปี ค.ศ. 1978 (พ.ศ. 2521) ตราสัญลักษณ์ดังกล่าวประกอบขึ้นโดยมีรูป “วงกลม” เป็นสัญลักษณ์แทนสิ่งที่บังเกิดขึ้นเองโดย “ธรรมชาติ” จึงจะมีรูปทรงขั้นพื้นฐานอยู่ในรูปของทรงกลมอยู่เสมอ ๆ แทนความหมายของความสมบูรณ์และความคุ้มครองของธรรมชาติ สำหรับรูป “สี่เหลี่ยม” มีความหมายแทน “สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น” เนื่องจากเป็นรูปทรงที่ไม่ปรากฏขึ้นเองตามธรรมชาติ เพราะฉะนั้นรูปสี่เหลี่ยมที่ซ้อนอยู่ในรูปวงกลมจึงมีความหมายถึง “สิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์” อันหมายถึงมรดกทางวัฒนธรรมใด ๆ นั้น ย่อมมีความจำเป็นต้องอยู่ภายใต้วงล้อมของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยไม่อาจแยกขาดออกจากกันได้ สีขาว-ดำ ใช้ได้ในทุกวัฒนธรรมโดยไม่จำกัดความหมาย สัญลักษณ์นี้เป็นเครื่องหมายยืนยันถึงคุณค่าและสถานะของแหล่งมรดกโลก

5. กระบวนการดำรงสถานะมรดกโลก

การรักษาสถานะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

5.1 การจัดทำและปรับปรุง แผนการจัดการ (Management Plan) ให้ทันสมัย และสอดคล้องกับสถานการณ์ (Ringbeck, 2021)

5.2 การรายงาน สถานภาพการอนุรักษ์ (Periodic Reporting) ต่อยูเนสโก

5.3 การมีส่วนร่วมของ ชุมชนท้องถิ่น ภาครัฐ และเอกชน ในการปกป้องแหล่งมรดก (Jansen-Verbeke & Vanneste, 2018)

5.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่กระทบคุณค่าแหล่งมรดก (UNESCO, 2015)

6. องค์ประกอบหลักของการคงสถานะมรดกโลก

6.1 คุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล (OUV): ต้องรักษา ความแท้จริง (Authenticity) และ ความครบถ้วนสมบูรณ์ (Integrity) (ICOMOS, 2020)

6.2 ระบบการจัดการ (Management System): แผนการจัดการครอบคลุมการอนุรักษ์ การพัฒนา และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน (UNESCO, 2021)

6.3 การบังคับใช้กฎหมายและนโยบายสาธารณะ: ประเทศภาคีต้องมีกฎหมายคุ้มครอง เช่น พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 ของไทย

6.4 การติดตามและรายงานผล (Monitoring & Reporting): จัดทำรายงานสถานภาพการอนุรักษ์และเฝ้าระวังปัญหา (State of Conservation: SOC)

6.5 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Engagement): ชุมชนท้องถิ่น ภาคเอกชน นักวิชาการ และนักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ (IUCN, 2019)

ในระยะเริ่มแรก ความสนใจของยูเนสโกมุ่งไปที่ “การอนุรักษ์” เท่านั้น แต่ปัจจุบันได้มีการเน้นย้ำถึงการใช้ประโยชน์อย่างถูกต้อง รวมถึงการแบ่งปันกับ “ชุมชนท้องถิ่นและสังคม” ทำให้ “การท่องเที่ยว” กลายเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องถูกรวมไว้ในแผนการจัดการ เนื่องจากการท่องเที่ยวมีสองด้าน คือ เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและการแลกเปลี่ยนทางสังคม วัฒนธรรม แต่ในขณะเดียวกันก็อาจสร้างแรงกดดันที่คุกคามต่อคุณค่าและความยั่งยืนของแหล่งมรดกโลก (Jansen-Verbeke & Vanneste, 2018) ความท้าทายที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกัน เพราะปัญหาที่แหล่งมรดกโลกมีสภาพชำรุดทรุดโทรมสูญหายและถูกทำลายล้วนมาจากการกระทำของมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม การบริหารจัดการไม่ดีพอ การบังคับใช้กฎหมายไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ และโครงสร้างของมรดกโลกเสื่อมสภาพตามกาลเวลา เช่น เมืองคริสต์สถานโบราณอาบูมินา (Abu Mena) ในอียิปต์ ตัวอย่างของมรดกที่ถูกจัดลำดับไว้ให้เป็นมรดกในภาวะวิกฤต เมื่อปี 2544 (UNESCO, 2023)



ภาพ 19 อาบูมีนา ประเทศอียิปต์

ที่มา: UNESCO, 2023

การอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลก

1. ความเป็นมาของการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก

องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) เป็นองค์การชำนาญพิเศษขององค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ซึ่งจัดตั้งขึ้นภายใต้ธรรมนูญ UNESCO เพื่อปฏิบัติการหลักด้านการส่งเสริมการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรม โดยเฉพาะการธำรงรักษา เพิ่มพูน และเผยแพร่ความรู้ด้านการอนุรักษ์และคุ้มครองมรดกของโลก (UNESCO, 2021)

ในช่วงทศวรรษ 1960–1970 การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจทั่วโลกได้ส่งผลให้แหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติจำนวนมากเผชิญกับการถูกทำลาย เสื่อมโทรม และสูญเสียคุณค่าอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลจึงเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการสร้างกลไกระดับนานาชาติที่มีประสิทธิภาพเพื่อปกป้องมรดกเหล่านี้

ต่อมา เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม – 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515 (ค.ศ. 1972) ที่ประชุมใหญ่สมัยสามัญครั้งที่ 17 ขององค์การยูเนสโก ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ได้มีมติรับรอง “อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ” (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage) หรือที่รู้จักในชื่อสั้น ๆ ว่า

“อนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก” (The World Heritage Convention) โดยมีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2518 ถือเป็นกรอบความร่วมมือสากลในการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก (UNESCO, 2021)

สำหรับประเทศไทย ได้เข้าร่วมเป็นภาคีอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 เมื่อวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2530 (ค.ศ. 1987) และมีการนำเสนอแหล่งมรดกโลกทั้งทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ซึ่งประสบความสำเร็จรวมแล้ว 8 แหล่ง (กรมศิลปากร, 2566) สำหรับกฎหมายที่บังคับใช้ในประเทศมีหลายฉบับ แต่พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 เป็นกฎหมายหลักในการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ช่องว่างทางกฎหมายเกี่ยวกับนิยามคำว่า “มรดกทางวัฒนธรรม” ที่ยังไม่สอดคล้องอย่างเต็มที่กับอนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลกฯ จึงจำเป็นต้องยกระดับมาตรฐานทางกฎหมายของประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์สากล

2. ความหมายของการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก

รากฐานของการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกตั้งอยู่บน อนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก ค.ศ. 1972 ซึ่งกำหนดพันธกรณีให้รัฐภาคีคุ้มครองแหล่งมรดกที่อยู่ภายใต้อธิปไตยของตน โดยยึดหลัก “การอนุรักษ์เชิงบูรณาการ” (Integrated Conservation) ครอบคลุมทั้งการป้องกัน (Protection) การฟื้นฟู (Restoration) การสงวนรักษา (Preservation) และการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม (Appropriate Use) เพื่อถ่ายทอดคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลสู่ชนรุ่นหลัง (UNESCO, 2021; Jokilehto, 1999)

ตามพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 “อนุรักษ์” หมายถึง การรักษาให้คงเดิม ซึ่งมีทั้งความหมายในเชิงกว้างและเชิงแคบ กล่าวคือ ในนัยกว้าง หมายถึง การใช้และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นอย่างรอบคอบ เพื่อให้คงอยู่และตอบสนองความต้องการของอนาคต ส่วนในนัยแคบ มักหมายถึงการปรับปรุงหรือบูรณะอาคารและพื้นที่ที่มีคุณค่าทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์

เสรี วงษ์มณฑา (2566) อธิบายว่า การอนุรักษ์คือการดำรงความยั่งยืนของสิ่งที่มีคุณค่าต่อมวลมนุษยชาติ โดยให้ความสำคัญกับการปกป้อง รักษา และส่งต่อคุณค่าเหล่านั้น ซึ่งถือเป็นวัตถุประสงค์สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสืบสานวัฒนธรรม

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก จึงมิได้จำกัดเพียงการรักษาสภาพวัตถุหรือโบราณสถานให้อยู่คงเดิมเท่านั้น หากแต่ครอบคลุมการจัดการเชิงบูรณาการทั้งด้านกายภาพ กฎหมาย สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม เพื่อให้แหล่งมรดกคงคุณค่าและความหมายต่อมนุษยชาติอย่างยั่งยืน

3. แนวคิดการอนุรักษ์มรดกโลก

แนวคิดสากลด้านการอนุรักษ์เริ่มต้นจาก The International Charter for the Conservation and Restoration of Monuments and Sites 1964 หรือ “กฎบัตรเวนิส” (Venice Charter) ซึ่งมี 7 หมวด 16 มาตรา (ICOMOS, 1965) เน้นการอนุรักษ์มรดกที่ “จับต้องได้” (Tangible Fabric) อันเป็นรากฐานที่หลายประเทศได้นำไปปรับใช้และพัฒนากฎบัตรเพิ่มเติม เช่น The Burra Charter ของออสเตรเลีย, The Nara Document on Authenticity ของญี่ปุ่น และ The Hoi An Declaration ของเวียดนาม

The Burra Charter (1979; 1999) ขยายความหมายการอนุรักษ์จากโบราณสถาน และอนุสรณ์สถาน ไปสู่ “สถานที่” (Place) และ “คุณค่าที่จับต้องไม่ได้” (Intangible Quality) ของมรดกวัฒนธรรม (Department for Environment and Water, 2566)

The Nara Document on Authenticity (1994) และ The Hoi An Declaration (2003) ให้ความสำคัญกับบริบทวัฒนธรรมของเอเชีย เน้นการอนุรักษ์ทั้งโบราณสถาน (Ancient Monuments) และมรดกที่มีชีวิต (Living Heritage) โดยใช้หลักเกณฑ์ ความแท้จริง (Authenticity) และความครบถ้วนสมบูรณ์ (Integrity) เอกสารนาราได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการในการประชุมมรดกโลกครั้งที่ 18 ที่ภูเก็ต ปี 2537 ต่อมา Principles for the Conservation of Heritage Sites in China (2002) ได้เสริมเกณฑ์การพิจารณาเรื่อง “ความครบถ้วนสมบูรณ์” เข้ามาอย่างชัดเจน

The Hoi An Declaration (2003) และ The Seoul Declaration (2006) ได้ขยายกรอบมรดกจากโบราณสถานและอนุสรณ์สถาน ไปสู่ “พื้นที่มรดกวัฒนธรรมและเมืองประวัติศาสตร์” และมองการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงการอนุรักษ์กับการพัฒนา ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของมรดกวัฒนธรรมในเอเชีย

สำหรับประเทศไทย แนวคิดการอนุรักษ์ตั้งอยู่บนหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยให้ “คน” เป็นศูนย์กลางของความยั่งยืน ทั้งด้านการอนุรักษ์และการพัฒนา กรมศิลปากร (2533) ระบุว่า การอนุรักษ์คือการรักษาให้มั่นคงถาวร เพื่อส่งต่อความภาคภูมิใจแก่คนรุ่นหลัง ตัวอย่างเช่น การอนุรักษ์พระพุทธรูปที่มีมุมมองแตกต่างกัน 4 ประการ ได้แก่

1. นักวิชาการ – รักษาให้อยู่ในสภาพคงเหลืออยู่เท่านั้น
2. พระสงฆ์และพุทธศาสนิกชน – หากชำรุดต้องซ่อมแซมให้สมบูรณ์ เพราะเป็นศูนย์รวมศรัทธา
3. นักวิชาการกึ่งพุทธศาสนิกชน – มองในฐานะหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และโบราณคดี ที่ต้องมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์
4. นักวิชาการทั่วไป – พิจารณาตามความเหมาะสม โดยบูรณาการหลักรัฐประศาสนศาสตร์เข้ามาร่วม

ปารีชาติ สายจันดี (2564) เสนอว่าการอนุรักษ์ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ การป้องกัน การเสื่อมสภาพ (Protection) การรักษาให้คงสภาพ (Preservation) และการบูรณะปฏิสังขรณ์ (Restoration)

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การอนุรักษ์เมืองมรดกโลก การดำเนินการใด ๆ ก็ตามเพื่อปกป้อง รักษา สงวน ปฏิสังขรณ์ มรดกโลกให้คงความยั่งยืนด้วยความร่วมมือของมนุษยชาติ

การคุ้มครองมรดกโลก

1. กรอบสากล: อนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก (UNESCO World Heritage Convention)

องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ตระหนักถึงผลกระทบของโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่นำไปสู่การเสื่อมถอยหรือการสูญหายของมรดกโลก จึงได้กำหนด “อนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ” (1972) ซึ่งถือเป็น กฎหมายแม่บท ในการคุ้มครองมรดกโลก โดยมีเป้าหมายสำคัญ กล่าวคือ สร้างความร่วมมือระหว่างรัฐภาคีในการคุ้มครองและฟื้นฟูมรดก และกำหนดมาตรการด้านการอนุรักษ์ การบำรุงรักษา และการส่งเสริมคุณค่าของมรดก หมวดที่ 2 (มาตรา 4-7) ระบุหน้าที่ของรัฐภาคีในการปกป้อง ดูแล และรายงานสถานะของแหล่งมรดกโลก

2. กรอบภายในประเทศ: การบังคับใช้กฎหมายและนโยบาย

ประเทศไทยในฐานะภาคีสมาชิก ได้นำหลักการของอนุสัญญามาประยุกต์ใช้ผ่านกฎหมายและมาตรการต่าง ๆ เช่น พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ. 2559 กำหนดให้กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม ทำหน้าที่เลขานุการคณะกรรมการฯ มีอำนาจหน้าที่วางนโยบาย แผน และโครงการด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญา กฎหมายมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม 2559

บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.)

- 1) ออกข้อบัญญัติ/เทศบัญญัติในการคุ้มครองและส่งเสริมมรดกภูมิปัญญาที่ขึ้นทะเบียน
- 2) ได้รับการสนับสนุนด้านต่าง ๆ เช่น งบประมาณรายจ่ายประจำปี
- 3) การช่วยเหลือทางวิชาการและการพัฒนาบุคลากร
- 4) การฝึกอบรมผู้สืบทอดมรดกภูมิปัญญา
- 5) การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3. มาตรการคุ้มครองตามแนวคิดของนักวิชาการ

จิตรดารมย์ รัตนวุฒิ (2560) แบ่งมาตรการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมออกเป็น

3 กลุ่มหลัก ได้แก่

- 1) การกำหนดอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- 2) การคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมเฉพาะเรื่อง
- 3) การคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมเฉพาะอย่าง ผ่านกฎหมายจัดตั้งองค์กรปกครอง

ส่วนท้องถิ่นและสภาองค์กรชุมชน

ผู้วิจัยเห็นว่า การคุ้มครองและอนุรักษ์มรดกโลกควรดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการปลูกจิตสำนึกแก่ประชาชนและชุมชนท้องถิ่นให้ตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของมรดก การบูรณาการกฎหมายกับกฎบัตรสากลเพื่อเป็นแนวทางในการอนุรักษ์โบราณสถาน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน ชุมชน และองค์กรนานาชาติ การดำเนินงานเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาสถานะมรดกโลกอย่างยั่งยืน เพื่อให้มรดกทางวัฒนธรรมคงอยู่ และสามารถถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลังอย่างต่อเนื่อง

การบังคับใช้กฎหมาย

1. แนวคิดการบริหารเมืองมรดกโลก

ภายใต้อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage 1972) ถือเป็นกฎหมายแม่บทที่มีเจตนารมณ์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศในการอนุรักษ์และคุ้มครองมรดกโลก โดยกำหนดพันธกรณีของรัฐภาคีสมาชิกไว้ชัดเจนในมาตรา 5 และมาตรา 6 ได้แก่

- 1.1 กำหนดนโยบายที่บูรณาการการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติไว้ในแผนแม่บท เพื่อให้มรดกมีคุณสมบัติประโยชน์ต่อสังคมและการพัฒนาชุมชนอย่างเหมาะสม
- 1.2 วางมาตรการด้านกฎหมาย วิทยาศาสตร์ การบริหารจัดการ และการเงิน เพื่อการคุ้มครอง อนุรักษ์ ทำนุบำรุง และฟื้นฟูมรดกโลก
- 1.3 จัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงานที่มีเจ้าหน้าที่และกลไกเหมาะสมเพื่อดูแลการคุ้มครองและการนำเสนอคุณค่ามรดกโลก
- 1.4 จัดเวทีการกระทำใด ๆ ที่อาจทำลายมรดกโลกของรัฐภาคีอื่น ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม พร้อมสนับสนุนความร่วมมือด้านการวิจัยและการอนุรักษ์
- 1.5 ยืนยันหลักอธิปไตยของรัฐเจ้าของพื้นที่ โดยประชาคมระหว่างประเทศมีบทบาทประสานความร่วมมือเพื่อการคุ้มครองร่วมกัน

2. การบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับมรดกโลกเป็นกลไกสำคัญในการคุ้มครองและอนุรักษ์แหล่งมรดกทั้งทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยมีประเด็นสำคัญ ดังนี้

2.1 กรอบกฎหมายระดับสากล: ประเทศภาคีอนุสัญญามรดกโลก ค.ศ. 1972 ต้องปฏิบัติตามมาตรการและแนวทางของยูเนสโก

2.2 กฎหมายระดับชาติ: ประเทศสมาชิกนำหลักการของอนุสัญญามาใช้บังคับ เช่น ในไทย พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 ใช้ควบคู่กับนโยบายและกฎหมายท้องถิ่น

2.3 บทบาทหน่วยงานรัฐและท้องถิ่น: กรมศิลปากร กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช รวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีหน้าที่ตรวจสอบ ควบคุม และบังคับใช้กฎหมาย เพื่อป้องกันการทำลายหรือเปลี่ยนแปลงแหล่งมรดก

2.4 บทบาทการบังคับใช้ร่วมกับชุมชน: การมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนได้เสีย ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมาย และสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของมรดกโลก

2.5 บทลงโทษและมาตรการป้องกัน: กฎหมายมักกำหนดโทษทางแพ่งและอาญา สำหรับการทำลายหรือเปลี่ยนแปลงแหล่งมรดกโดยไม่ได้รับอนุญาต พร้อมมาตรการป้องกัน เช่น การเฝ้าระวัง การกำหนดเขตป้องกัน และข้อกำหนดด้านการก่อสร้าง

3. การบริหารจัดการพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

สำหรับกรณีอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกเมื่อปี พ.ศ. 2566 การบริหารจัดการยังคงอยู่ภายใต้กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานหลัก แต่การบังคับใช้กฎหมายยังอิงอยู่กับ พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2535) ซึ่งออกใช้ก่อนการเข้าร่วมอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 และยังไม่มี การตรากฎหมายเฉพาะเพื่อรองรับพันธกรณีมรดกโลกโดยตรงและสอดคล้องกับอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ ค.ศ. 1972 ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดด้านการบังคับใช้กฎหมาย โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีหลายหน่วยงานท้องถิ่นรับผิดชอบ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลศรีเทพ องค์การบริหารส่วนตำบลนาสนุ่น เทศบาลตำบลโคกสะอาด และองค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งต่างมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายที่แตกต่างกันนำไปสู่ปัญหาความซ้ำซ้อน ช่องว่างทางกฎหมาย และการบังคับใช้ที่ไร้ประสิทธิภาพ (กรมศิลปากร, 2566)

หลักฐานเชิงประจักษ์ เช่น การลักลอบนำโบราณวัตถุสำคัญไปจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ต่างประเทศ (ผู้จัดการออนไลน์, 2566) และกรณีการทำลายโบราณวัตถุโดยนักท่องเที่ยวในพื้นที่ (ไทยพีบีเอสออนไลน์, 2566) สะท้อนให้เห็นถึงความเปราะบางในการคุ้มครองและการบังคับใช้กฎหมาย หากมาตรการยังไม่เข้มแข็งเพียงพอ

ผู้วิจัยเห็นว่า การบังคับใช้มาตรการทางอาญาเป็นกลไกสำคัญในการคุ้มครองและป้องกันการละเมิดมรดกโลก เนื่องจากสามารถทำหน้าที่ทั้งในเชิงการป้องกันโดยทั่วไป (General Prevention) เพื่อยับยั้งมิให้สาธารณชนกระทำความผิด และการป้องกันเฉพาะราย (Special Prevention) เพื่อป้องกันมิให้ผู้กระทำความผิดซ้ำ ปัจจุบันกฎหมายอาญาไทยกำหนดโทษตั้งแต่ประหารชีวิต จำคุก กักขัง ปรับ และริบทรัพย์ แต่ยังคงขาดบทบัญญัติเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดมรดกโลกโดยตรง หากมีการตรากฎหมายเฉพาะที่กำหนดโทษชัดเจนและบังคับใช้อย่างจริงจัง จะช่วยยกระดับประสิทธิภาพในการอนุรักษ์และรักษาสถานะของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพให้คงคุณค่าและความหมายในฐานะมรดกโลกได้อย่างยั่งยืน

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม” (Behavior) ในบริบทการท่องเที่ยว หมายถึง การตัดสินใจและการแสดงออกของผู้บริโภคที่ถูกกำหนดด้วยปัจจัยหลายมิติ เช่น กายภาพ จิตวิทยา ครอบครัวยุคสมัย และวัฒนธรรม ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการซื้อและการใช้บริการท่องเที่ยว (เสรี วงษ์มณฑา, 2542) ขณะที่ กุลวรา สุวรรณพิมล (2556) อธิบายว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือกระบวนการที่บุคคลหรือตัดสินใจในกลุ่มเกี่ยวกับการซื้อและการใช้บริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอก เช่น ครอบครัวยุคสมัยและสถานภาพทางสังคม สอดคล้องกับ ชวลินุช อุทยาน (2557) ที่มองว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกหรือการตัดสินใจที่ตอบสนองความต้องการ ไม่ว่าจะตระหนักรู้หรือไม่ก็ตาม

ในมิติสากล Kock, Josiassen, และ Assaf (2018) กล่าวว่าแรงจูงใจเป็นตัวกำหนดสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2563) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวครอบคลุมทั้งความคิด ความรู้สึก และการกระทำก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทาง ขณะเดียวกัน

นพปฎล ธาระวานิช (2563) กล่าวว่า พฤติกรรมท่องเที่ยวหมายถึงการแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่สะท้อนสู่พฤติกรรมจริง และยุทธภูมิ สุวรรณเวช (2566) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ

หนึ่งในพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้สินค้าบริการคือแหล่งท่องเที่ยวและการเข้าพักอาศัยในประเภทต่าง ๆ

นอกจากนี้ ลักษณะประชากรศาสตร์ยังเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และภูมิสำเนา ซึ่งมีผลต่อการเลือกกิจกรรม การใช้จ่าย และความคาดหวังในการท่องเที่ยว (Prayag, 2020) โดยนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวมักให้ความสำคัญกับกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์และเทคโนโลยีดิจิทัล ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุมักเน้นความปลอดภัยและความสะดวกสบายมากกว่า

จากความเห็นดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว คือรูปแบบการตัดสินใจวางแผน และการกระทำที่ขับเคลื่อนด้วยแรงจูงใจและลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจจากประสบการณ์ที่ได้รับตรงหรือเกินกว่าความคาดหวัง

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ถือเป็นตัวชี้วัดสำคัญของคุณภาพการบริการ และเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้ธุรกิจบริการประสบความสำเร็จ เนื่องจากเป็นตัวสะท้อนถึงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวโดยตรงหรือความคาดหวัง โดย Kotler (2015) กล่าวว่า ความพึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างผลลัพธ์ของสินค้าและบริการกับความคาดหวังของลูกค้า หากผลลัพธ์สูงกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจในเชิงบวก ในทำนองเดียวกัน จันทา ไชยะโวหาน (2562) อธิบายว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคือความรู้สึกในเชิงบวก ความชอบ และความสบายใจที่มีต่อองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น การบริการ แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย ขณะที่ พลธนธรณ์ ประดิษฐเวช (2563) กล่าวว่า ความพึงพอใจคือความสุขและความยินดีที่เกิดจากการที่ความต้องการได้รับการตอบสนองอย่างเหมาะสม

แนวคิดด้านจิตวิทยาของ Maslow (1943) ได้นำเสนอทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of Needs) ซึ่งประกอบด้วย 5 ระดับ ได้แก่ 1) ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) เช่น อาหาร น้ำ อากาศ และที่พัก 2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) เช่น ความปลอดภัยด้านชีวิต สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม 3) ความรักและการเป็นเจ้าของ (Love and Belonging Needs) ซึ่งครอบคลุมถึงความสัมพันธ์ในครอบครัว มิตรภาพ และการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม 4) ความเคารพนับถือ (Esteem Needs) ทั้งการได้รับการยอมรับจากผู้อื่นและการเห็นคุณค่าในตนเอง และ 5) ความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization Needs) ซึ่งหมายถึงการบรรลุศักยภาพสูงสุดและการเติมเต็มความหมายของชีวิต โดยความต้องการระดับล่างจะเป็นพื้นฐานต่อการบรรลุความต้องการระดับสูง ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้



ภาพ 20 Maslow's Hierarchy of Needs

ที่มา: Urbinner, 2564

เมื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากการที่แหล่งท่องเที่ยวหรือบริการสามารถตอบสนองความต้องการตามลำดับขั้นเหล่านี้ได้ กล่าวคือ หากนักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองด้านพื้นฐาน เช่น อาหาร ที่พัก และความปลอดภัย ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคงและพร้อมที่จะรับรู้ประสบการณ์ด้านอื่น ๆ ต่อไป การเดินทางร่วมกับครอบครัวหรือเพื่อนสามารถสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและผูกพันทางสังคม ขณะที่การได้รับการยอมรับหรือประสบการณ์พิเศษจากการท่องเที่ยวช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจในตนเอง สุดท้าย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการแสวงหาความหมายในชีวิตสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกสมบูรณ์ทางจิตใจตามแนวความคิดการบรรลุศักยภาพสูงสุด

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกเชิงบวกที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองต่อความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ โดยมีระดับการตอบสนองตั้งแต่ความต้องการพื้นฐานไปจนถึงการเติมเต็มคุณค่าของชีวิต ซึ่งสามารถใช้เป็นกรอบแนวคิดในการประเมินคุณภาพและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว (Tourist Opinions)

ความหมายของความคิดเห็น

ความคิดเห็น (Opinion) หมายถึง การแสดงออกทางความคิดและทัศนคติของบุคคลที่เกิดจากการรับรู้ (Perception) และประสบการณ์ส่วนบุคคล ซึ่งสะท้อนมุมมองความรู้สึกและการตีความต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ (Schiffman & Wisenblit, 2019) สำหรับมิติทางการท่องเที่ยว ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวคือการประเมินและการแสดงออกต่อแหล่งท่องเที่ยว บริการ และประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและการตัดสินใจซ้ำ (Stylidis, 2020)

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว หมายถึง การสะท้อนทัศนคติ ความเชื่อ และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว บริการ หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ตรงที่ได้รับหรือการรับรู้จากข้อมูลข่าวสาร โดยความคิดเห็นมักปรากฏออกมาในรูปแบบของการประเมินคุณภาพ ความเหมาะสม และคุณค่า (value) ของการท่องเที่ยว (Prayag et al., 2017) และมีอิทธิพลต่อหลายมิติ อาทิ การประเมินคุณภาพการบริการ – หากนักท่องเที่ยวรับรู้ว่าการบริการตรงตามความคาดหวัง ย่อมส่งผลให้เกิดความคิดเห็นเชิงบวก (Chen & Chen, 2019) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทุกภาคส่วน (ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน) และผู้กำหนดนโยบายสามารถใช้ความคิดเห็นเป็นข้อมูลเชิงลึกในการวางกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน (Stylidis, 2020)

ประเภทของความคิดเห็น

ความคิดเห็นมีหลายประเภท อาทิ ความคิดเห็นเชิงบวก (Positive Opinion) เป็นการแสดงความพึงพอใจ ความชื่นชม หรือการสนับสนุน เช่น การบอกต่อหรือรีวิวในเชิงบวก (Lee & Jan, 2019) ขณะที่ความคิดเห็นเชิงลบ (Negative Opinion) เป็นการแสดงความไม่พึงพอใจ การวิพากษ์วิจารณ์ หรือข้อเสนอแนะเชิงลบ ซึ่งมีผลต่อชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธานินทร์ จีวะเจริญ (2564) ศึกษาการวิจารณ์ออนไลน์ของนักท่องเที่ยวต่อบริการสปาในเชียงใหม่ โดยจำแนกออกเป็น ความคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบ และเชื่อมโยงกับประเด็นด้านคุณภาพการบริการ เช่น ความน่าเชื่อถือ ความเอาใจใส่ และความเข้าใจลูกค้า ส่วนความคิดเห็นที่เป็นกลาง (Neutral Opinion) เป็นการแสดงทัศนะหรือข้อสังเกตโดยไม่โน้มเอียงไปในทางบวกหรือลบ

ความคิดเห็นโดยตรง (Direct Opinion) แสดงผ่านแบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์ หรือความคิดเห็นโดยอ้อม (Indirect Opinion) แสดงผ่านพฤติกรรม เช่น การเขียนรีวิวในโซเชียลมีเดีย สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของรีวิวออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย” โดย พ. มณีนุค (2563) ให้คำจำกัดความของรีวิว (Review) ว่าเป็น “การวิจารณ์ การแสดงความคิดเห็น การบันทึกประสบการณ์ท่องเที่ยว”

ผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งครอบคลุมทั้งการเขียนบรรยาย ภาพ หรือวิดีโอ—ถือว่าเป็น ความคิดเห็นโดยอ้อม (Indirect Opinion) ที่แสดงผ่านพฤติกรรม เช่น การเขียนหรือแชร์รีวิว

อย่างไรก็ตาม ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ไม่ได้มีทฤษฎีเฉพาะ แต่เป็นการประยุกต์จากทฤษฎีทางจิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น Theory of Reasoned Action (TRA), Expectation–Disconfirmation Theory (EDT), Social Influence Theory, และ Destination Image Theory เพื่อนำมาอธิบายว่า นักท่องเที่ยวคิดและแสดงออกต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจะสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับความพึงพอใจ หากประสบการณ์การท่องเที่ยวสอดคล้องหรือเกินกว่าความคาดหวัง จะก่อให้เกิดความคิดเห็นเชิงบวก ในทางกลับกัน หากแหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถตอบสนองความต้องการในด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก หรือคุณค่าทางวัฒนธรรม อาจก่อให้เกิดความคิดเห็นเชิงลบ ซึ่งส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางซ้ำในอนาคต (Zhang et al., 2018)

จากความเห็นดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนคุณภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ การทำความเข้าใจความคิดเห็นจึงไม่เพียงแต่ช่วยพัฒนาการบริการให้มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค แต่ยังช่วยสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

การวิเคราะห์ SWOT Analysis and TOWS Matrix

ที่มาของแนวคิด SWOT Analysis และ TOWS Matrix

แนวคิดการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์โดยใช้ SWOT Analysis มีจุดเริ่มต้นจากงานวิจัยด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ในช่วงทศวรรษ 1960 โดย Albert S. Humphrey แห่งมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) ซึ่งทำการวิจัยให้กับโครงการวางแผนระยะยาวขององค์กรธุรกิจในสหรัฐอเมริกา (Business Policy Project) โดยได้รับการสนับสนุนจาก Fortune 500 Companies (Humphrey, 2005)

ผลจากการศึกษาได้พัฒนาเป็นกรอบการวิเคราะห์ที่ช่วยให้องค์กรสามารถ ทบทวนปัจจัยภายใน ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ควบคู่กับ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ได้แก่ โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค/ภัยคุกคาม (Threats) ทำให้ SWOT Analysis กลายเป็นเครื่องมือที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการวางแผนกลยุทธ์ทั้งในภาครัฐ ภาคธุรกิจ รวมถึงงานด้านการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์วัฒนธรรม (Gürel & Tat, 2017) ต่อมาในช่วงต้นทศวรรษ 1980 Heinz Wehrich ได้พัฒนาเครื่องมือที่เรียกว่า TOWS Matrix เพื่อใช้เชื่อมโยงผลการวิเคราะห์ SWOT เข้ากับการกำหนดกลยุทธ์ โดยเสนอครั้งแรกในบทความ The TOWS Matrix—A Tool for Situational Analysis (Wehrich, 1982)

เครื่องมือนี้มีประโยชน์ในการ “จับคู่” (Matching) ปัจจัยภายในและภายนอก เช่น การใช้จุดแข็งเพื่อคว้าโอกาส (SO Strategy) หรือการแก้ไขจุดอ่อนเพื่อรับมือภัยคุกคาม (WT Strategy) ทำให้การวางแผนกลยุทธ์มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น และเพื่อเชื่อมโยงผลการวิเคราะห์ SWOT เข้ากับการกำหนดกลยุทธ์ โดยใช้การจับคู่ระหว่างปัจจัยภายใน (S, W) และปัจจัยภายนอก (O, T)

ประเภทกลยุทธ์

กลยุทธ์มี 4 ประเภท ดังนี้

- SO Strategies (Maxi-Maxi Strategy) – ใช้จุดแข็งภายในเพื่อคว้าโอกาสภายนอก
- ST Strategies (Maxi-Mini Strategy) – ใช้จุดแข็งเพื่อลดหรือหลีกเลี่ยงอุปสรรคและภัยคุกคาม
- WO Strategies (Mini-Maxi Strategy) – แก้ไขจุดอ่อนภายในโดยอาศัยโอกาสจากภายนอก
- WT Strategies (Mini-Mini Strategy) – ลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม เป็นกลยุทธ์เชิงป้องกัน

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า SWOT Analysis ทำหน้าที่เป็นกรอบการคิดเพื่อการ “วิเคราะห์” (Analysis Framework) ขณะที่ TOWS Matrix เป็นขั้นตอนที่ต่อยอดเพื่อนำผลการวิเคราะห์ไปสู่ “การปฏิบัติ” (Strategic Formulation) ทั้งสองจึงมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและถูกใช้ควบคู่กันในการวางแผนกลยุทธ์ แนวทาง วางแผนพัฒนา การบริหารจัดการ และแก้ไขปัญหาในอนาคต



แผนยุทธศาสตร์

การกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570



ภาพ 21 ยุทธศาสตร์ชาติ

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566

ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570 ให้ประเทศสามารถก้าวข้ามความท้าทายต่าง ๆ เพื่อให้ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ตามเจตนารมณ์ของยุทธศาสตร์ชาติ ได้อาศัยหลักการและแนวคิด 4 ประการ ดังนี้

1. หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยสืบสาน รักษา ต่อยอดการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศอย่างมีเหตุผล ความพอประมาณ ภูมิคุ้มกัน บนฐานของความรู้ คุณธรรม และความเพียร โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับสถานการณ์และเงื่อนไขระดับประเทศและระดับโลกทั้งในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ และศักยภาพของทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศให้มีความสำคัญกับการเสริมสร้างความสมดุลในมิติต่าง ๆ ทั้งความสมดุลระหว่างการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศกับความสามารถในการพึ่งตนเองได้อย่างมั่นคง ความสมดุลของการกระจายโอกาสเพื่อลดความเหลื่อมล้ำระหว่างกลุ่มคนและพื้นที่ และความสมดุลทางธรรมชาติเพื่อให้คนอยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

รวมถึงการบริหารจัดการองค์การต่าง ๆ ของประเทศให้พร้อมรับกับความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายในประเทศ นอกจากนี้ในการวางแผนและการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติต้องอาศัยองค์ความรู้ทางวิชาการที่รอบด้านและพิจารณาด้วยความรอบคอบ ควบคู่กับการยึดถือผลประโยชน์ของประชาชนส่วนรวมเป็นที่ตั้ง และมุ่งมั่นผลักดันให้การพัฒนาบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

2. สร้างความสามารถในการ “ล้มแล้ว ลุกไว” โดยมุ่งเน้นการพัฒนาใน 3 ระดับ ประกอบด้วย

2.1 การพร้อมรับ หรือระดับ “อยู่รอด” ในการแก้ไขข้อจำกัดหรือจุดอ่อนที่มีอยู่ ซึ่งเป็นผลให้ประชาชนประสบความยากลำบากในการดำรงชีวิต หรือทำให้ประเทศมีความเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกและภายใน รวมถึงการสร้างความพร้อมในทุกระดับในการรับมือกับสภาวะวิกฤติที่อาจเกิดขึ้น ให้สามารถฟื้นคืนสู่ภาวะปกติได้อย่างรวดเร็ว

2.2 การปรับตัว หรือระดับ “พอเพียง” ในการปรับเปลี่ยนปัจจัยที่จำเป็นเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ในระดับครอบครัว ชุมชน พื้นที่ และประเทศ รวมถึงปรับทิศทาง รูปแบบ และแนวทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่

2.3 การเปลี่ยนแปลงเพื่อพร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน หรือระดับ “ยั่งยืน” ในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในมิติต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความสามารถของบุคคล และสังคมในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเพื่อสนับสนุนให้ประเทศสามารถเติบโตได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

3. เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ โดยกำหนดทิศทางการพัฒนาที่อยู่บนพื้นฐานของแนวคิด “ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” มุ่งเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ทั้งในมิติของการมีปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐานที่เพียงพอ การมีสภาพแวดล้อมที่ดี การมีปัจจัยสนับสนุนให้มีสุขภาพสมบูรณ์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ การมีโอกาสที่จะใช้ศักยภาพของตนในการสร้างความเป็นอยู่ที่ดี และการมุ่งส่งต่อทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่ดีไปยังคนรุ่นต่อไป

4. การพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว โดยให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสมัยใหม่ และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับการรักษาความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากฐานทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต การให้ บริการ และการบริโภคเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 มีเป้าหมายเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงในทุกรูปแบบ พร้อมผลักดันการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการสร้าง ความเข้มแข็งจากภายในประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใน พัฒนาการท่องเที่ยวให้ทันสมัย ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม รวมถึงการยกระดับบุคลากรและผู้ประกอบการให้มีศักยภาพ สามารถปรับตัวสู่บริบทการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) หลังสถานการณ์โควิด-19

แผนฉบับนี้ให้ความสำคัญกับการบูรณาการทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน ท้องถิ่น และประชาชน เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทด้านการ ท่องเที่ยว และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 โดยมุ่งใช้การท่องเที่ยวเป็น เครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสอดคล้องกับแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG ที่เน้นการ พัฒนาอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

นายพิพัฒน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เน้นย้ำว่า ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในไม่กี่ประเทศของโลกที่มีศักยภาพใช้การท่องเที่ยวเป็นสินทรัพย์ (Asset) สร้างรายได้ มหาศาล ดังนั้น ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกันพัฒนาและสร้างความยั่งยืน เพื่อให้การท่องเที่ยวสร้าง คุณค่าและประโยชน์ต่อทุกฝ่าย โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

นายโชติ ตราชู ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เสริมว่า จุดเด่นของแผนพัฒนาการ ท่องเที่ยวฉบับนี้ คือ การบูรณาการหลักการความยั่งยืนให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ ยั่งยืน (SDGs) ทั้ง 17 ข้อ อีกทั้งยังช่วยผลักดันแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ไปสู่เศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความเท่าเทียม และการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพ ชีวิตยั่งยืน

หัวใจหลักของแผนฯ คือการยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยให้เข้มแข็ง และทันสมัย พลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส และพัฒนาอย่างครอบคลุม โดยมีทิศทางสำคัญ เช่น

Resilience and Re-balancing Tourism: การสร้างความแข็งแกร่งและสมดุลของ การท่องเที่ยว

Connectivity: การยกระดับความเชื่อมโยงและโครงสร้างพื้นฐาน

Entrusted Experience: การสร้างความเชื่อมั่นและประสบการณ์ท่องเที่ยวคุณค่าสูง

Sustainable Development: การบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ซึ่งจะนำไปสู่ประโยชน์ร่วมกันทั้งในมิติ People (ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น), Profits (เศรษฐกิจฟื้นตัว) และ Planet (สิ่งแวดล้อมอุดมสมบูรณ์อย่างยั่งยืน)

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

การดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศก่อนที่จะมีการประกาศใช้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ได้อาศัยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นแผนหลักเพื่อเป็นกรอบในการวางแผนปฏิบัติราชการและแผนในระดับปฏิบัติต่าง ๆ รวมถึงการจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายประจำปีให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ผ่านมา จึงกำหนดประเด็นการพัฒนาประเทศในภาพกว้างที่ต้องครอบคลุมทุกมิติ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐทุกระดับ สามารถเชื่อมโยงภารกิจและจัดทำแผนปฏิบัติราชการและคำของบประมาณให้อยู่ภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ผ่านมาจึงมุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาแต่ละด้านเป็นหลัก เพื่อมุ่งหมายให้ผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นจากการขับเคลื่อนการพัฒนาของแต่ละมิตินำไปสู่การบูรณาการผลรวมที่สนับสนุนการดำเนินงาน ซึ่งกันและกันและส่งผลให้ประเทศบรรลุเป้าหมายในภาคใหญ่ที่กำหนดขึ้นภายใต้แผนพัฒนาฯ ตามลำดับ

วัตถุประสงค์หลัก “มุ่งไปสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้ว อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

การนำแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาจังหวัดเพชรบูรณ์ ก่อให้เกิดการสร้าง ความมั่นคงในทุกมิติเกิดความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจและความสมบูรณ์ในทุนรวมทั้ง สามารถสร้างความยั่งยืนให้กับประชาชนในพื้นที่จากการดำเนินการพัฒนาที่ต่อเนื่องในระยะยาว

พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)

พระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 กำหนดให้มีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อใช้เป็นกรอบและทิศทางในการพัฒนา ขณะที่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความเสี่ยงในอนาคต และการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวให้ทันสมัยผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมควบคู่กับการยกระดับบุคลากรและผู้ประกอบการให้มีคุณภาพ สามารถปรับตัวเข้าสู่บริบทการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal)

วิสัยทัศน์

“การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม”

(Rebuilding High Value Tourism Industry with Resilience, Sustainability and Inclusive Growth)

นโยบายและกลยุทธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับความพยายามของรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจหลังวิกฤตโควิด-19 โดยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวต่างชาติกลับมาเยือนประเทศไทยมากขึ้น ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวชาวไทยเองก็หันมาเดินทางภายในประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ภาพรวมการท่องเที่ยวไทยตั้งแต่ปี 2565 ประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่น ทั้งในมิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สูงถึงหลักร้อยล้านคน และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่กลับมาสู่ระดับหลายสิบล้านคน

ตาราง 12 จำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2566-2568 (มกราคม-มิถุนายน 2568)

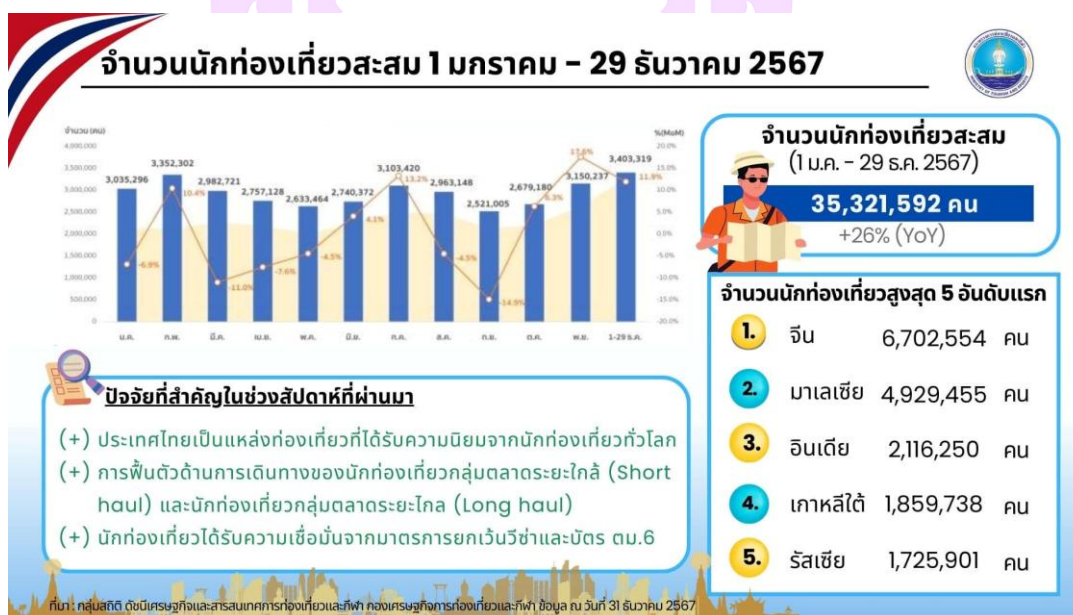
ปี พ.ศ.	ประเภทนักท่องเที่ยว-จำนวน (คน)		รวมจำนวน นักท่องเที่ยว	% เปลี่ยนแปลง จากปีก่อน
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ		
2566	252,075,778	67,589,616	319,665,394	42.17
2567	269,353,829	81,604,078	350,957,907	9.79
2568 (มกราคม-15 มิถุนายน)	161,258,138	44,501,119	205,759,257	-20.68

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568

จากตาราง 12 พบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเริ่มฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในปี 2565-2567 ที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นแตะระดับกว่า 300 ล้านคนติดต่อกันในปี 2566 และ 2567 สำหรับช่วงครึ่งปีแรกของปี 2568 (มกราคม-มิถุนายน) พบว่ามีนักท่องเที่ยวรวม 205.76 ล้านคน ลดลงร้อยละ 20.68 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้จะเป็นการหดตัวในเชิงปริมาณ แต่ตัวเลขดังกล่าวยังสะท้อนถึงศักยภาพการท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีแนวโน้มขยายตัวได้ หากในช่วงครึ่งปีหลังสามารถรักษากระแสการฟื้นตัวและกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นการออกนโยบายฟรีวีซ่าหรือขยายระยะ เวล่านักท่องเที่ยวรัสเซียให้พำนักในไทยจาก 30 วัน เป็น 90 วัน (1 พฤศจิกายน 2566 ถึง 30 เมษายน 2567) ซึ่งระยะเวลาช่วงเดือนพฤศจิกายน 2566 ถึง เมษายน 2567 เป็นช่วง High-Season เป็นปัจจัยที่ทำให้ชาวรัสเซียเที่ยวไทยมากขึ้น จากเฉลี่ย 1.10 แสนคนต่อเดือน คาดว่าจะเพิ่มเป็น 1.98 แสนคนต่อเดือน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2566, สื่อบริการออนไลน์) ประกอบกับนโยบายการประกาศเปิดประเทศของจีน ตั้งแต่มกราคม 2566 ทำให้นักท่องเที่ยวจีนมีแนวโน้มกลับมาท่องเที่ยวในไทยเร็วขึ้น

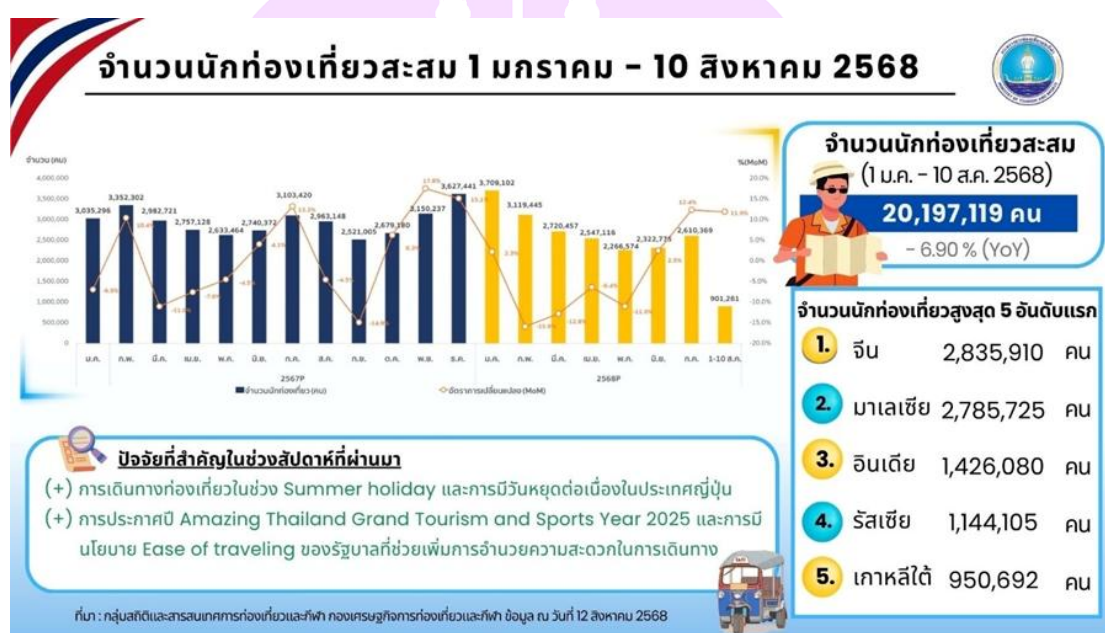
ในปี 2567 การท่องเที่ยวไทยยังคงเติบโตต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 35.32 ล้านคน เพิ่มขึ้น 26% เมื่อเทียบกับปี 2566 ปัจจัยสนับสนุนมาจากความนิยมของไทยในตลาดโลก การฟื้นตัวของทั้งตลาดใกล้ (Short-haul) และตลาดไกล (Long-haul) รวมถึงมาตรการอำนวยความสะดวก เช่น e-Visa นักท่องเที่ยวต่างชาติสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน 6.7 ล้านคน มาเลเซีย 4.9 ล้านคน อินเดีย 2.1 ล้านคน เกาหลีใต้ 1.8 ล้านคน และรัสเซีย 1.7 ล้านคน สะท้อนศักยภาพ ความเชื่อมั่น และความแข็งแกร่งของการท่องเที่ยวไทยในตลาดโลก



ภาพ 22 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสะสม พ.ศ. 2567

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568

อย่างไรก็ตาม ในปี 2568 (ข้อมูลถึง 10 ส.ค.) จำนวนนักท่องเที่ยวสะสมอยู่ที่ 20.19 ล้านคน ลดลง 6.9% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้มีปัจจัยบวกจาก Summer Holiday วันหยุดยาวในญี่ปุ่น และมาตรการ Amazing Thailand Grand Tourism and Sports Year 2025 รวมถึงนโยบาย Ease of Traveling ของรัฐบาล แต่นักท่องเที่ยวกลับมาชะลอตัว โดย 5 อันดับแรกยังคงเป็น จีน 2.84 ล้าน มาเลเซีย 2.79 ล้าน อินเดีย 1.43 ล้าน รัสเซีย 1.14 ล้าน และเกาหลีใต้ 0.95 ล้าน



ภาพ 23 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสม พ.ศ. 2568

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568

ภาพรวม 3 ปี แสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งในปี 2566-2567 และกลับมาใกล้เคียงระดับก่อนโควิด แต่ในปี 2568 เริ่มสะท้อนภาวะชะลอตัวจากเศรษฐกิจโลก ค่าใช้จ่ายการเดินทางที่สูงขึ้น และการแข่งขันในภูมิภาค จึงควรมุ่งเน้นการกระจายตลาดใหม่ การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยว และการสร้างความยั่งยืน เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระยะยาว

แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบูรณ์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570

จังหวัดเพชรบูรณ์ มีการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด 5 ปี ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 มุ่งตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาที่สำคัญของจังหวัด และขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาจังหวัดให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนระดับชาติ นโยบายรัฐบาล และแผนพัฒนาภาค ตามศักยภาพและโอกาสของพื้นที่

1. เป้าหมายการพัฒนา

“ดินแดนแห่งความสุขของคนอยู่และผู้มาเยือน”

2. พันธกิจ

จังหวัดเพชรบูรณ์จะมุ่งมั่นส่งเสริมเกษตรปลอดภัยและสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวทุกมิติ พร้อมยกระดับคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างความมั่นคงของสังคม รวมทั้งรักษาความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และยกระดับขีดความสามารถทางเศรษฐกิจและการบริการภาครัฐ เพื่อมุ่งไปสู่การเป็นเมืองแห่งความสุขของคนอยู่และผู้มาเยือน

3. ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์

3.1 เกษตร: การพัฒนาเกษตรปลอดภัย และเกษตรมูลค่าสูง

3.2 ท่องเที่ยว: ท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรณีวิทยา

3.3 สังคม/คุณภาพชีวิต: ประชาชนชาวเพชรบูรณ์มีคุณภาพชีวิตที่ดี

3.4 การค้า การลงทุน: ศูนย์กลางเชื่อมโยงผ่านแนว EWEC และ LIMEC

3.5 อุตสาหกรรม: อุตสาหกรรมการเกษตร และอุตสาหกรรมสีเขียว

4. แนวทางการพัฒนาจังหวัด

4.1 การส่งเสริมเกษตรปลอดภัย การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่ม

4.2 ส่งเสริม พัฒนาและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทุกมิติ เพื่อสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่ม

4.3 ยกระดับคุณภาพชีวิต และเสริมสร้างความมั่นคงอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

4.4 การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

4.5 ยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน และส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5. ประเด็นการพัฒนาจังหวัด

5.1 ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มแผนงาน

5.1.1 ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัด

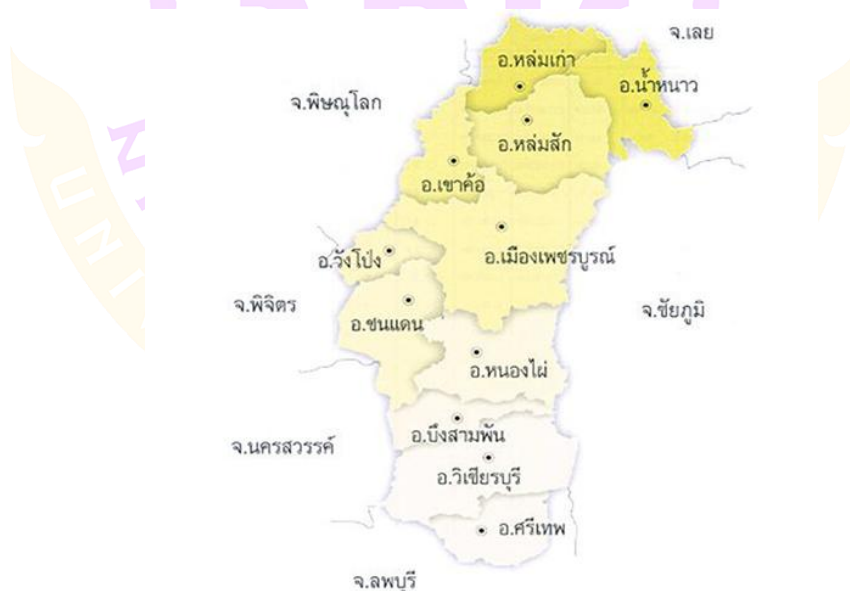
- 1) รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- 2) มูลค่าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ผลิตภัณฑ์ชุมชน และของฝากของที่ระลึกเพิ่มขึ้น (ร้อยละ)

บริบทจังหวัดเพชรบูรณ์

คำขวัญประจำจังหวัด “เมืองมะขามหวาน อุทยานน้ำหนาว ศรีเทพเมืองเก่า เขาค้ออนุสรณ์ นครพ่อขุนผาเมือง”

ข้อมูลของจังหวัด

เพชรบูรณ์ เดิมสะกดว่า เพ็ชรบูรณ์ เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางตอนบนของประเทศไทย มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขารูปเกือกม้า ประกอบด้วยพื้นที่ราบและภูเขา อุดมด้วยทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งประวัติศาสตร์สำคัญ รวมถึงเมืองโบราณศรีเทพ (สำนักงานจังหวัดเพชรบูรณ์, 2566) มีพื้นที่ประมาณ 12,668 ตารางกิโลเมตร ทำให้มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 9 ของประเทศ และมีการแบ่งการปกครองออกเป็น 11 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ หล่มสัก หล่มเก่า วังโป่ง ชนแดน ศรีเทพ หนองไผ่ บึงสามพัน น้ำหนาว เขาค้อ และวังชมภู (อำเภอใหม่ที่แยกออกมา)



ภาพ 24 แผนที่อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จังหวัดเพชรบูรณ์, 2566

เทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ เป็นศูนย์กลางทางการบริหาร เศรษฐกิจ และการคมนาคม โดยมี ผู้ว่าราชการจังหวัด ทำหน้าที่เป็นหัวหน้าฝ่ายบริหารระดับจังหวัด มีบทบาทสำคัญในการ กำหนดทิศทางการพัฒนา บูรณาการหน่วยงานราชการในพื้นที่ ดูแลความสงบเรียบร้อย และ ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการลงทุนเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังมีองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น ได้แก่ เทศบาลนคร เทศบาลเมือง เทศบาลตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการจัดการท้องถิ่น เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การบริการ ประชาชน การจัดการสิ่งแวดล้อม รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้าง ความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับชุมชน

ประชากรประมาณ 960,000 คน (ข้อมูลทะเบียนราษฎร, 2566) มีความหลากหลายทาง ชาติพันธุ์และวัฒนธรรม เช่น ไทยพื้นถิ่น ชาวไทยภูเขา และกลุ่มอพยพจากภูมิภาคอื่น ซึ่งสะท้อนถึง เอกลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยมีการ เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง ข้าว และพืชผักผลไม้ เมืองหนาว เช่น กะหล่ำปลี และสตรอว์เบอร์รี นอกจากนี้เพชรบูรณ์ยังเป็นแหล่งผลิต “มะขาม หวาน” ที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ส่วนอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร และการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ภูทับเบิก เขาค้อ และอุทยานแห่งชาติน้ำ หนาว ซึ่งช่วยสร้างรายได้แก่ชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในท้องถิ่น นอกจากนี้จังหวัด ยังมีแหล่งแร่สำคัญ เช่น สังกะสี และถ่านหินลิกไนต์

ด้านการคมนาคม เพชรบูรณ์มีโครงข่ายทางหลวงแผ่นดินเชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียง เช่น พิษณุโลก เลย และนครสวรรค์ ทำให้เดินทางสะดวกทั้งจากภาคเหนือ ภาคกลาง และภาค อีสาน อีกทั้งยังมี ท่าอากาศยานเพชรบูรณ์ ซึ่งสามารถรองรับเที่ยวบินภายในประเทศ ช่วยส่งเสริม การเดินทางและการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงของประเทศไทย ด้วยธรรมชาติ อันทรงงาม ภูมิอากาศเย็นสบายตลอดปี และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม



ภาพ 25 แหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบูรณ์

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จังหวัดเพชรบูรณ์, 2566

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวมี 3 ประเภท (แผนพัฒนาจังหวัด 2 ปี) มีรายละเอียด ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ/สถานที่ศักดิ์สิทธิ์และศิลปกรรม

วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว ตั้งอยู่บนยอดเขา ตกแต่งด้วยกระเบื้องโมเสกและเบญจรงค์กว่า 5 ล้านชิ้น และมีรูปปั้นพระพุทธรูป 5 องค์อันสง่างาม ตามรูปภาพ 20 นอกจากนี้ มีวัดไตรภูมิ วัดธรรมยาน วัดมหาธาตุ วัดเพชรวาราม วัดภูเขาหิน พุทธอุทยานเพชรบุระ วัดช้างเผือก วัดหลวง พ่อทาบ วัดตาล วัดป่าภูทับเบิก วัดชัยมงคล (บ้านหินกลิ้ง) วัดศรีมงคล (บ้านนาทราย) วัดศรีมงคล วัดศรีบุญเรือง วัดไตรภูมิ วัดท่ากกแก วัดโคกเจริญ(พระเจ้าตากแดด) วัดโพธิ์ชัย วัดถ้ำสมบัติ วัดบ้านกองเนียม



ภาพ 26 วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566

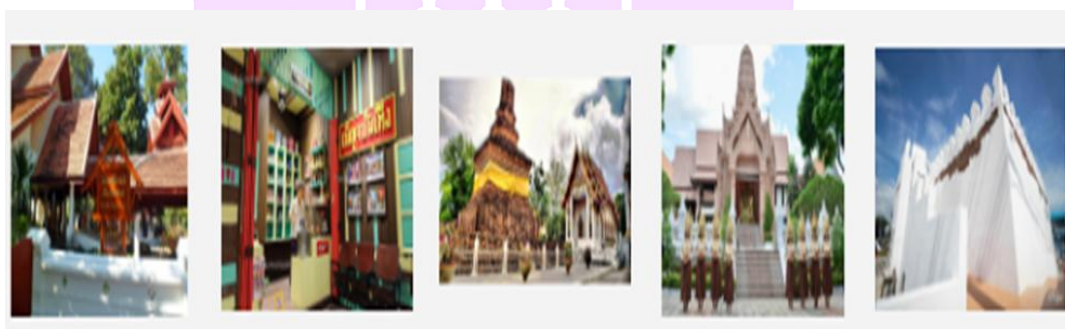
2. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ /ท่องเที่ยวภูเขา-ทะเลหมอก

อุทยานแห่งชาติและพื้นที่อนุรักษ์เป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศอันหลากหลาย ครอบคลุมทั้งป่าไม้ พืชพันธุ์ และพื้นที่ภูเขาสลับซับซ้อน อุทยานแห่งชาติน้ำหนาวนับเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ครอบคลุมพื้นที่อำเภอหล่มเก่า หล่มสัก น้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ และอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ โดดเด่นด้วยความสวยงามของผืนป่า ความหลากหลายทางชีวภาพ และอากาศเย็นสบายตลอดปี (อุณหภูมิต่ำสุด 2-5°C) อุทยานแห่งชาติตาหมอกจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2541 นับเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 87 ของประเทศไทย มีน้ำตกธรรมชาติและเส้นทางเดินป่าเชื่อมต่อกับแหล่งอนุรักษ์ใกล้เคียง ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงภูเขา เพชรบูรณ์มีจุดชมวิวชื่อดัง เช่น ภูทับเบิก (ความสูง 1,768 ม.) อันเป็นแหล่งปลูกกะหล่ำปลีขนาดใหญ่พร้อมทะเลหมอกยามเช้า รวมถึงเขาค้อ และ เขาคะเดี๋ยน ไร่ ที่ได้รับการขนานนามว่า “สวิตเซอร์แลนด์เมืองไทย” นอกจากนี้ยังมี อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง ซึ่งได้รับสมญานามว่า “ทุ่งหญ้าสะวันนาแห่งเมืองไทย” ครอบคลุมพื้นที่กว่า 789,000 ไร่ หรือ 1,262.40 ตารางกิโลเมตร ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ ครอบคลุมพื้นที่อำเภอวังทอง นครไทย และเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก รวมทั้ง อุทยานแห่งชาติเขาค้อ และ อุทยานธรณี เพชรบูรณ์ ที่ผสมผสานคุณค่าทางวิชาการด้านธรณีวิทยากับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสฟาร์มสตอร์วเบอร์รี่และเสาวรสตามฤดูกาล ส่วนการท่องเที่ยวเชิงชุมชน เช่น บ้านบุงน้ำเต้า ก็มีศักยภาพโดดเด่น ด้วยผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ เพชรบูรณ์ยังเป็นแหล่งรวมวัฒนธรรมจากชุมชนดั้งเดิม และชนเผ่าหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเผ่าเย้า ม้ง ลีซอ ไทหล่ม ไทลาวอีสาน และชาวไทยเชื้อสายจีน ทุกกลุ่มชาติพันธุ์ต่างสืบสานวัฒนธรรมและประเพณีที่โดดเด่นเฉพาะตน พร้อมอยู่ร่วมกันด้วยความรักและสามัคคี ทำให้เพชรบูรณ์ได้รับการยกย่องให้เป็น “เมืองแห่งวัฒนธรรม”



ภาพ 27 ภูทับเบิก

3. แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม เทศกาลเด่น เช่น งานแข่งเรือแก่ง rue (ลือกันที่ลุ่มเขา) งานสงกรานต์ (อุมพระดำน้ำ) และงานเทศกาลมะขามหวาน จัดสรรเป็นจุดขายด้านวัฒนธรรม ที่โดดเด่น หอโบราณคดีเพชรบูรณ์อินทราชัย หอนิทรรศน์กำแพงเมืองเพชรบูรณ์ วงเวียนอนุสรณ์ นครบาลเพชรบูรณ์ พิพิธภัณฑ์โครงการพัฒนาลุ่มน้ำเข็ก ถนนคนเดินไทหล่ม (หล่มสัก) หอสมุดนานาชาติ (เขาค้อ) อนุสาวรีย์พ่อขุนผาเมือง อนุสรณ์สถานเมืองรัตพ่อขุนผาเมือง พระบรมธาตุเจดีย์กาญจนาภิเษก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหล่มเก่า ศูนย์วัฒนธรรมหล่มเก่าประตูสู่ดินแดนล้านช้างหลวงพระบาง หอนิทรรศการอุมพระดำน้ำ พิพิธภัณฑ์อาวุธ พิพิธภัณฑ์หล่มสักดี อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ โบราณสถานสำคัญระดับโลกซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก (World Heritage Site) โดยมีซากเมืองโบราณจากยุคศรีวิชัย-ทวารวดีและขอมโบราณ



ภาพ 28 แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมจังหวัดเพชรบูรณ์

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จังหวัดเพชรบูรณ์, 2566

งานกิจกรรมและประเพณีที่สำคัญของจังหวัดเพชรบูรณ์

งานเส็งกลอง ล่องโคมไฟ ไหว้พ่อขุนผาเมือง เป็นประเพณีดั้งเดิมของชาวอำเภอลหล่มสัก ที่จัดขึ้นเพื่อบวงสรวงดวงวิญญาณของพ่อขุนผาเมือง การจัดประกวดเส็งกลอง คือ แข่งขันตีกลอง การล่องโคมไฟ มีการทำอาหารตามประเพณีพาข้าวแห้ง



ภาพ 29 งานเลี้ยงกลอง ล่องโคมไฟ ไหว้พ่อขุนผาเมือง งานประเพณี ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์

ที่มา: google online, 2566, สื่อออนไลน์

เทศกาลชิมมะขามหวานเพชรบูรณ์เป็นงานประจำปีของจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นแหล่งปลูกมะขามหวานที่มีคุณภาพดี จึงเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของชาวเพชรบูรณ์ ทำให้มีการส่งเสริมของดีประจำจังหวัด มีการประกวดผลผลิตทางการเกษตร การประกวดขบวนแห่มะขามหวานจากอำเภอต่าง ๆ การประกวดธิดามะขามหวาน การแสดงทางวัฒนธรรม และมหรสพอีกมากมาย รวมทั้งการจำหน่ายมะขามหวานพันธุ์ดี จากอำเภอต่าง ๆ ของเพชรบูรณ์



ภาพ 30 เทศกาลมะขามหวาน จังหวัดเพชรบูรณ์

ที่มา: google online, 2566, สื่อออนไลน์

ประเพณีบุญบั้งไฟเดือนหกและผีตาโม่ เป็นงานเทศกาลบุญบั้งไฟขอฝนและผีตาโม่ ซึ่งเป็นความเชื่อของคนสมัยโบราณที่มีประวัติยาวนานของผู้คนในท้องถิ่นของอำเภอหล่มเก่า เป็นผีที่คอยสิงสถิตอยู่ตามบ้านเรือน ป่าเขาลำเนาไพร



ภาพ 31 เทศกาลบุญบั้งไฟ จังหวัดเพชรบูรณ์

ที่มา: google online, 2566, สื่อออนไลน์

งานประเพณีอุ้มพระดำน้ำ จัดขึ้นในช่วงเทศกาลสารทไทย ตรงกับวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 เริ่มจากชาวเมืองเพชรบูรณ์ อัญเชิญพระพุทธรูป 4 องค์จากวัดไตรภูมิ จากนั้นผู้ว่าราชการจังหวัด จะเป็นผู้อุ้มพระพุทธรูป 4 องค์ลงดำน้ำทั้ง 4 ทิศ เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่จังหวัดเพชรบูรณ์



ภาพ 32 ประเพณีอุ้มพระดำน้ำ จังหวัดเพชรบูรณ์

ที่มา: google online, 2566, สื่อออนไลน์

อัตลักษณ์ของจังหวัด

1. มะขามหวานเพชรบูรณ์

สินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2548 มะขามหวาน สร้างรากฐานทางเศรษฐกิจของจังหวัด (Local Economy) และสร้างรายได้ให้กับประเทศจากการส่งออกได้ปีละ 300 ล้านบาท ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เวียดนาม ฟิลิปปินส์ ปากีสถาน แคนาดา สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา (ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบูรณ์ 2566-2570, หน้า 41)

2. ข้าวไร้ลิ้มผั่ว

ข้าวเหนียวดำพันธุ์ลิ้มผั่วเป็นข้าวพันธุ์พื้นเมืองชนิดหนึ่งของชาวเขาเผ่าม้งเป็นอาหารหลักอย่างยาวนาน และเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สร้างวัฒนธรรมในการเพาะปลูก วิถีชีวิตประเพณี มีเรื่องเล่าที่มาข้าวนี้ คือ สามีกรรยาชาวม้งคู่หนึ่ง สามีไปทำไร่ ภรรยาหุงข้าวและรอสามีกลับมา แต่ความหิวทำให้ภรรยาไม่ได้รอสามีที่กลับมาซ้ำกว่าปกติ จึงทานข้าวก่อน ความหอม นุ่มอร่อยของข้าว ทำให้เมื่อสามีกลับมา ไม่มีข้าวกิน จึงได้ชื่อว่า “ข้าวลิ้มผั่ว” กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ประกาศขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้าวไร้ลิ้มผั่วเพชรบูรณ์ เมื่อ 3 กรกฎาคม 2557

สถิตินักท่องเที่ยว

จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นหนึ่งใน 55 เมืองรอง (Less Visited Area) ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเฉลี่ยไม่ถึง 2 ล้านคนต่อปี ยกเว้นปี 2566 ซึ่งมีเรื่องกระแสมรดกโลกศรีเทพ แม้ภาครัฐได้ดำเนินนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยว เช่น โครงการ “ยิ่งเที่ยว ยิ่งเท ช่วยเปย์ เมืองรอง” ของกระทรวงการคลัง (โพสต์ทูเดย์ออนไลน์, 2562) หรือโครงการ “เที่ยวไทยคนละครึ่ง” เริ่มวันที่ 1 กรกฎาคม ถึง 31 ตุลาคม 2568 รวมถึงแนวทางยกระดับการท่องเที่ยวไทยเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นที่บูรณาการธุรกิจโรงแรม อาหาร แหล่งท่องเที่ยว และวัฒนธรรม (เที่ยวไทยคนละครึ่งออนไลน์, 2568) แต่เพชรบูรณ์ยังไม่สามารถยกระดับสู่เมืองท่องเที่ยวหลักได้พิจารณาจากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ ในภาคเหนือ พบว่า จังหวัดเพชรบูรณ์อยู่ในลำดับที่ 4 จาก 17 จังหวัด โดยมีจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พิจิตรโลก ได้รับความนิยมเป็นลำดับที่ 1-3 ตามลำดับ แต่รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์อยู่ลำดับที่ 3 สูงกว่ารายได้ของจังหวัดพิจิตรโลก

	จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)			รายได้จากผู้เยี่ยมชม (ล้านบาท)		
	2568P	2567 R	%การเปลี่ยนแปลง	2568P	2567 R	%การเปลี่ยนแปลง
เชียงราย	3,767,383	3,756,473	+0.29	29,184.31	28,966.24	+0.75
เชียงใหม่	6,754,180	6,661,574	+1.39	61,768.60	60,383.83	+2.29
น่าน	890,183	905,843	-1.73	2,657.60	2,685.80	-1.05
พะเยา	630,845	598,075	+5.48	1,439.86	1,348.70	+6.76
แพร่	776,347	766,314	+1.31	1,844.10	1,808.50	+1.97
แม่ฮ่องสอน	741,969	724,816	+2.37	3,815.95	3,667.66	+4.04
ลำปาง	947,473	910,956	+4.01	3,099.96	2,951.88	+5.02
ลำพูน	739,665	711,626	+3.94	1,122.07	1,063.04	+5.55
กำแพงเพชร	510,181	487,648	+4.62	1,104.29	1,039.01	+6.28
ตาก	1,330,116	1,327,552	+0.19	4,595.09	4,558.29	+0.81
นครสวรรค์	1,484,235	1,419,077	+4.59	4,003.28	3,791.21	+5.59
พิจิตร	462,367	464,059	-0.36	929.78	926.28	+0.38
พิษณุโลก	1,913,156	1,800,076	+6.28	5,531.17	5,153.24	+7.33
เพชรบูรณ์	1,618,875	1,578,035	+2.59	5,713.96	5,492.01	+4.04
สุโขทัย	775,470	736,727	+5.26	2,056.67	1,933.01	+6.40
อุตรดิตถ์	676,873	628,541	+7.69	1,414.61	1,303.28	+8.54
อุทัยธานี	588,285	568,311	+3.51	1,023.24	969.42	+5.55
ภาคเหนือ	24,607,603	24,045,703	+2.34	131,304.54	128,041.40	+2.55

หมายเหตุ: ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2567-2568 (มกราคม-15 มิถุนายน 2568) ภาคเหนือ

ภาพ 33 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวรายจังหวัดในภาคเหนือ

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568

จังหวัดเพชรบูรณ์มีการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวอย่างผันผวนในช่วงปี 2563–2568 โดยช่วงโควิด-19 (2563–2564) นักท่องเที่ยวและรายได้ลดลงอย่างมาก สะท้อนผลกระทบจากมาตรการจำกัดการเดินทาง ต่อมาในปี 2565–2566 สถานการณ์ฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวและรายได้เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยรายได้สูงถึงกว่า 9,000 ล้านบาทเนื่องจากการประกาศเป็นเมืองมรดกโลกของศรีเทพ อย่างไรก็ตาม ปี 2567 จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงกว่าร้อยละ 40.00 แต่รายได้กลับเพิ่มขึ้น แสดงถึงการใช้จ่ายต่อหัวสูงขึ้น ขณะที่ปี 2568 (ข้อมูลถึง

15 มิ.ย.) นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่รายได้กลับลดลงเกือบร้อยละ 40.00 แสดงถึงการท่องเที่ยวเชิงปริมาณมากกว่าคุณภาพ ดังนั้น จังหวัดเพชรบูรณ์แม้มีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง แต่ยังคงบริหารจัดการเพื่อสร้างสมดุลระหว่างปริมาณและรายได้

ตาราง 13 สถิตินักท่องเที่ยวและรายได้มาเยือนจังหวัดเพชรบูรณ์

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว		รายได้	
	จำนวน (คน)	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง	จำนวน (ล้านบาท)	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง
2566	2,705,843	56.69	9,291.87	40.89
2567	1,578,035	-41.68	9,502.59	2.27
2568	1,618,875	2.59	5,713.96	-39.87

หมายเหตุ: ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ ปี 2563-2568 (มกราคม-15 มิถุนายน 2568)

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568

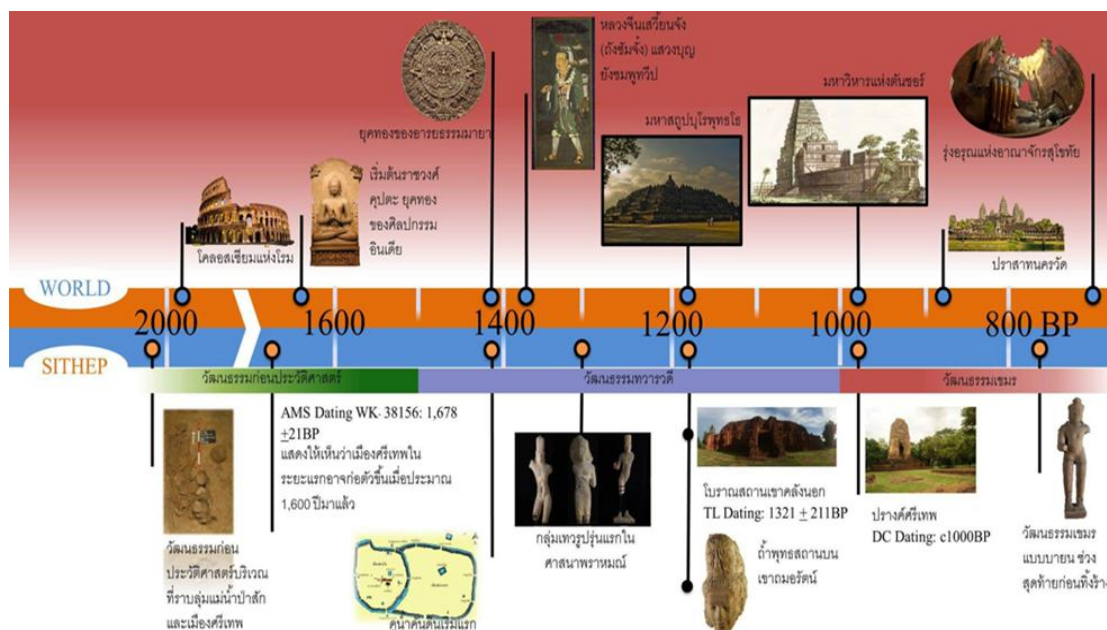
จากตาราง 13 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนเพชรบูรณ์เริ่มเพิ่มขึ้นชัดเจนตั้งแต่ปี 2565 และสูงสุดในปี 2566 จำนวน 2,705,843 คน ก่อนจะลดลงในปี 2567 และ 2568 ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงสุดในช่วงปี 2566-2567 สะท้อนให้เห็นว่า แม้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง แต่การใช้จ่ายต่อหัวกลับสูงขึ้น เพชรบูรณ์จึงมีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากกว่ามุ่งเน้นปริมาณเพียงอย่างเดียว

บริบทอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ตั้งอยู่ที่อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ประกอบด้วย เมืองโบราณศรีเทพ โบราณสถานเขาค้างนอก และโบราณสถานถ้ำมอรัตน์ รวมพื้นที่นำเสนอขึ้นทะเบียนมรดกโลกจำนวน 866.471 ha (hectare) (=ประมาณ 5,415 ไร่ หรือราว 8.66 ล้านตารางเมตร) ส่วนพื้นที่กันของเมืองโบราณศรีเทพและโบราณสถานเขาค้างนอกเนื่องจากอยู่ใกล้กันจึงใช้พื้นที่กันชนร่วมกันประมาณ 17,346 ไร่ 2 งาน 31 ตารางวา (2,775,452 เฮกเตอร์) (กรมศิลปากร, 2566) และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมแห่งชาติ 4 และแหล่งมรดกโลกแห่งชาติ 7 ของประเทศไทย เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2566 ผ่านเกณฑ์ของยูเนสโก 2 ข้อตามผลการพิจารณาในรายงานการประชุมครั้งที่ 45/2023 Decision: 45 COM 8B.41 The World Heritage Committee, เอกสารที่ WHC/23/ 45.COM/8B and WHC/23/45.COM/INF.8B1, Inscribes the Ancient Town of Si Thep, Thailand, on the World Heritage List on the basis of criteria (ii) and (iii) (UNESCO, 2023)

ที่มาของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ (Si Thep Historical Park)

เมืองโบราณศรีเทพอยู่ในเขตภาคกลางตอนบนลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลอนลูกคลื่นที่ชันบางช่วง รวมทั้งด้านบนด้วยเทือกเขา มีแม่น้ำป่าสักไหลผ่านจากทิศเหนือลงใต้ในเขตอำเภอศรีเทพ เมืองโบราณศรีเทพเป็นมรดกแบบต่อเนื่องจำนวน 3 แหล่งที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกัน ด้วยสภาพภูมิประเทศที่เหมาะสมกับการตั้งถิ่นฐานที่อยู่อาศัยของคนตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จากหลักฐานทางโบราณคดีที่ค้นพบ จนพัฒนาตนเองด้วยการติดต่อกับสังคมภายนอก รับวัฒนธรรมทางศาสนาจากอินเดียราวพุทธศตวรรษที่ 7-11 เรียนรู้ในการขุดคูน้ำคันดินทำเป็นคูเมือง-กำแพงเมือง และพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง โดยพบหลักฐานว่ามีการรับศาสนาพราหมณ์ และพุทธทั้งแบบมหายานและเถรวาท ราวพุทธศตวรรษที่ 11-12 เช่น รูปเคารพพระนารายณ์ พระพุทธรูป และศาสนสถาน อันเป็นจุดเริ่มต้นของวัฒนธรรมทวารวดีที่ปรากฏจากหลักฐานบันทึกการเดินทางของพระภิกษุ “เหียนจิ่ง” (Hiuan Tsang) เดินทางจากจีนไปสืบทอดพุทธศาสนา ศาสนาในอินเดียโดยทางบกในปี พ.ศ. 1172 กล่าวถึงอาณาจักร “โกลโโปตี” ที่ตรงกับภาษาสันสกฤต คือ “ทวารวดี” (พริยะ ไกรฤกษ์, 2566) อยู่ระหว่างอาณาจักรอีสานปุระ (ในประเทศกัมพูชา) และอาณาจักรศรีเกษตร (ในประเทศเมียนมาร์) นอกจากนี้ ชื่ออาณาจักรทวารวดี ยังปรากฏในบันทึกของภิกษุ “อี้จิง” (I-Tshing) ที่เดินทางไปสืบทอดพุทธศาสนา โดยทางเรือจากจีนไปยังอินเดีย ระหว่างปี พ.ศ. 1214-1218 ได้กล่าวถึงเมืองท่าและอาณาจักรตามชายฝั่งทะเลที่เดินทางผ่าน ได้แก่ หลินอี้ (Lin-i) ฟูนัน (Fu-nan) และทวารวดี (Dvaravadi) (กรมศิลปากร, 2566)



ภาพ 34 ลำดับเวลาของการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกของเมืองโบราณศรีเทพ

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

จากหลักฐานทางโบราณคดีที่ค้นพบทำให้เชื่อได้ว่า เมืองโบราณศรีเทพนี้เคยเป็นเมืองศูนย์กลางความเจริญแห่งลุ่มน้ำลพบุรี-ป่าสัก อำเภอสรีเทพ และมีพัฒนาการมายาวนานกว่า 4 สมัย ได้แก่

1. สมัยก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลาย (Late Prehistoric Period)-สมัยประวัติศาสตร์ตอนต้น พุทธศต-วรรษที่ 9-12 (Early Historic Period (3rd-6th Century AD))

จากการขุดค้นทางโบราณคดีในพื้นที่เมืองใน พบหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการอยู่อาศัย และพิธีกรรม การฝังศพในพื้นที่มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ตอนปลาย ประมาณ 1,700-2,000 ปีมาแล้ว หรือราวพุทธศตวรรษที่ 5-11 หลักฐานสำคัญที่พบ ได้แก่ โครงกระดูกมนุษย์ที่ฝังอยู่ในพื้นที่เดียวกันในลักษณะแหล่งฝังศพ พบเครื่องมือเครื่องใช้ เช่น ภาชนะดินเผา เครื่องมือสำริด ฝังรวมโครงกระดูกมนุษย์ โครงกระดูกสุนัข กระดูกไก่ ลูกปัดหินทำจากหินอะเกต และหินคาร์เนเลียน กำไล และแหวนสำริด



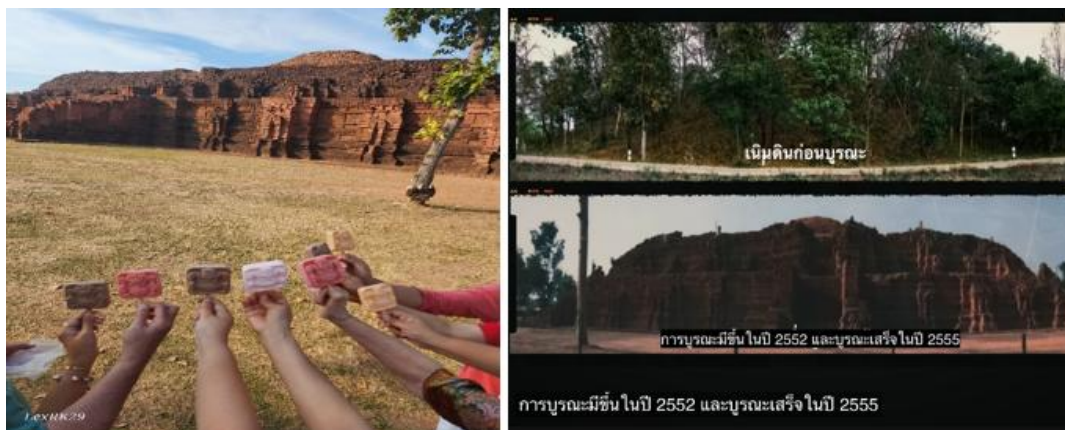
ภาพ 35 โครงกระดูกมนุษย์ที่ถูกฝังพร้อมกับสิ่งของ

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

2. สมัยวัฒนธรรมทวารวดี-พุทธศตวรรษที่ 12-16 (Dvaravati Period-6th-10th Century AD)

เมืองโบราณศรีเทพ เป็นเมืองวัฒนธรรมทวารวดี ในสมัยที่มีการขยายพื้นที่เมืองไปทางด้านทิศตะวันออก โดยขุดสระน้ำ และคูน้ำรอบเมืองเพื่อเก็บน้ำไว้ใช้ในฤดูแล้ง การขยายแนวคูน้ำเป็นขอบเขตเมืองที่มีแผนผังเป็นรูปเกือกบวงกลม ซึ่งรับอิทธิพลจากอารยธรรมอินเดีย ทำให้เกิดพื้นที่ “เมืองนอก” นอกจากนี้ ชาวบ้านสมัยนั้นได้ก่อสร้างศาสนสถานหลายแห่ง เช่น โบราณสถานเขาค้างใน โบราณสถานเขาค้างนอก และถ้ำเขาถมอรัตน์ เป็นถ้ำธรรมชาติดีที่ถูกดัดแปลงให้เป็น ศาสนสถาน โดยสลักภาพพระพุทธรูปและพระโพธิสัตว์บนผนังหินภายในถ้ำ โบราณสถานทั้งหมดเป็นศิลปะแบบทวารวดี ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากศิลปะอินเดียทั้งสถาปัตยกรรมและลวดลายประดับสถาปัตยกรรม เช่น ภาพปูนปั้นรูปคนแคระ ช้าง ลิง สิงห์ ควาย และลายพรรณพฤกษา ที่ประดับโบราณสถานเขาค้างใน แสดงให้เห็นฝีมือช่างชั้นสูงของเมืองศรีเทพ นอกจากนี้มีโบราณสถานแล้ว ยังพบโบราณวัตถุต่าง ๆ เช่น พระพุทธรูป พระโพธิสัตว์ และจารึกภายในเมืองศรีเทพ พบโบราณสถานมากกว่า 112 แห่ง และพบประติมากรรมลักษณะโดดเด่นรูปแบบเฉพาะของ “สกุลช่างศรีเทพ” นอกจากนี้ได้มีการสร้างศาสนสถานขนาดใหญ่ด้านทิศเหนือคือ โบราณสถานเขาค้างนอกที่ได้รับอิทธิพลทั้งรูปแบบและแนวคิดในเรื่องของมณฑลจักรวาลหรือศูนย์กลางจักรวาลจากอารยธรรมอินเดีย ราวพุทธศตวรรษที่ 13-14 และพบเทวรูป ศิลาที่แสดงให้เห็นอิทธิพลของศิลปะอินเดียที่มีลักษณะแตกต่างไปจากศิลปะทวารวดีอยู่ร่วมสมัยในเวลานั้นด้วย แต่ชาวเมืองศรีเทพยังคงนับถือศาสนาพุทธนิกายเถรวาท และนิกายมหายานเป็นหลัก

รวมทั้งศาสนาฮินดูด้วยเช่นกัน ซึ่งพบเทวรูปของศาสนาฮินดู เช่น พระวิษณุ พระกฤษณะ และพระ-สุริยเทพ



ภาพ 36 ภาพเขาคีลนอก

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

3. สมัยวัฒนธรรมเขมร-พุทธศตวรรษที่ 16-18 (Khmer Period 10th-12th Century AD)

อิทธิพลของวัฒนธรรมเขมรเริ่มแผ่เข้ามาในบริเวณภาคกลางของประเทศไทยตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 16 ทำให้วัฒนธรรมทวารวดีเสื่อมสลาย ในช่วงเวลานั้นมีการก่อสร้างเทวสถานสำคัญ 2 กลุ่ม ได้แก่ โบราณสถานปราสาทศรีเทพ และโบราณสถานปราสาทสองพี่น้อง อำเภอรวยพุทธศตวรรษที่ 17 ซึ่งตั้งอยู่ภายในเมืองใน ค้นพบประติมากรรมที่สำคัญได้แก่ ศิวลึงค์ โคนนทิต และทับหลัง ที่แกะสลักเป็นรูปอุมาและเหศวร ที่ปราสาทองค์เล็กของปราสาทสองพี่น้อง แสดงให้เห็นถึงลัทธิที่นับถือพระศิวะเป็นเทพเจ้าสูงสุด



ภาพ 37 ปรางค์ศรีเทพและปรางค์สองพี่น้องที่เขาคลังใน

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

4. สมัยสุโขทัย-สมัยรัตนโกสินทร์

หลังจากอาณาจักรสุโขทัยเกิดขึ้น ศูนย์กลางความเจริญได้ย้ายออกจากเมืองโบราณศรีเทพ ไปบริเวณ จ.เพชรบูรณ์ ทางตอนเหนือ สอดคล้องกับหลักฐานทางโบราณคดีภายในเมืองศรีเทพที่พบว่า ชั้นดินที่มีการใช้งานชั้นสุดท้ายในสมัยวัฒนธรรมเขมร รวมถึงไม่พบศิลปะและสถาปัตยกรรมสมัยสุโขทัยถึงสมัยรัตนโกสินทร์ในเมืองศรีเทพเลย แสดงถึงการที่เมืองนี้ถูกทิ้งร้างไปตั้งแต่ราวพุทธศตวรรษที่ 18 การล่มสลายของวัฒนธรรมเขมรไม่สามารถหาคำตอบของการล่มสลายที่แท้จริงได้ แต่สันนิษฐานว่า น่าจะเกิดจากโรคระบาดเพราะเมืองโบราณศรีเทพเคยเป็นศูนย์กลางการค้า ง่ายต่อการนำโรคระบาดมาแพร่สู่เมือง ทำให้เกิดการอพยพไปตั้งหลักแหล่งใหม่เป็นชุมชนเล็ก ๆ ไม่ไกลจากเมืองศรีเทพช่วงปลายพุทธศตวรรษที่ 18 ถึงต้นพุทธศตวรรษที่ 19 และเกิดความเชื่อถึงปัจจุบันทำให้ไม่มีชาวบ้านเข้าอยู่ในเมืองเพราะเชื่อว่า อยู่ในเมืองไปแล้วไม่สบาย เมื่อประมาณ 60-70 ปีที่ผ่านมา มีกลุ่มคนอพยพจากพื้นที่อื่น ๆ เช่น ลพบุรี นครราชสีมา บุรีรัมย์ เข้ามาอยู่อาศัยโดยรอบเมืองศรีเทพ และมีความผูกพันในฐานะเมืองโบราณนี้ยังมีจิตวิญญาณของคนในอดีต แม้ว่าจะไม่ใช่บรรพบุรุษของพวกเขา เขาเหล่านั้น แต่ความเชื่อเรื่องพลังอำนาจของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และเทพที่ปกป้องรักษาเมืองศรีเทพเหนียวแน่น การเคารพนับถือ “เจ้าพ่อศรีเทพ” ซึ่งเชื่อว่า เป็นผู้ครองเมืองในอดีต ทำให้วันขึ้น 3 ค่ำเดือน 3 ของทุกปี จะมีพิธีบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพ จะมีการนำเครื่องสักการะ ประกอบด้วย อาหารหวานคาว ผลไม้ และบายศรี ซึ่งมีจำหน่ายหน้างาน



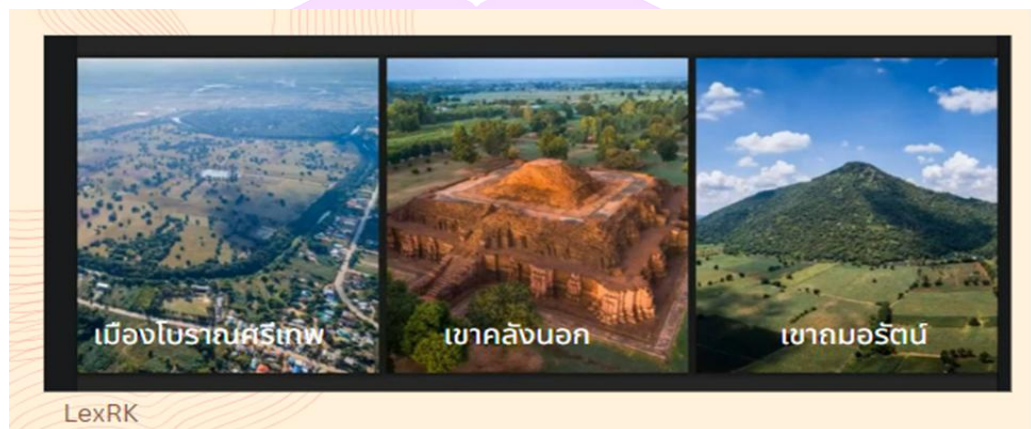
ภาพ 38 เจ้าพ่อศรีเทพ

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

สำหรับที่มาของชื่อเมืองโบราณศรีเทพ ชาวบ้านในท้องถิ่นเรียกขานกันว่า เมืองอภัยสาธิต จนกระทั่งในปีพุทธศักราช 2447 สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ เมื่อทรงดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงมหาดไทยได้เสด็จตรวจราชการมณฑลเพชรบูรณ์ ทรงตั้งพระทัยจะสืบค้น หาเมืองศรีเทพนั้นที่ปรากฏในทำเนียบเก่าบอกรายชื่อหัวเมืองในสมัยอยุธยาและต้นรัตนโกสินทร์ และได้พบเมืองโบราณขนาดใหญ่ทางทิศตะวันออกของภูเขามอรัตน์ ใกล้กับเมืองวิเชียรบุรี ซึ่งเมืองวิเชียรบุรีนั้นมีชื่อเดิมว่า เมืองท่าโรง และเมืองศรีเทพจึงทรงมีพระวินิจฉัยว่า ชื่อเมืองโบราณแห่งนี้ น่าจะเป็นต้นเค้าของการเรียกชื่อเดิมของเมืองวิเชียรบุรีว่า เมืองศรีเทพ กรมศิลปากรจึงได้ใช้ชื่อเรียกเมืองโบราณที่สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ สำนวณพบว่าเมืองศรีเทพจนกว่าจะค้นพบหลักฐานเอกสารที่ยืนยันชื่อที่แท้จริงของเมืองโบราณแห่งนี้ กรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียน เมืองโบราณศรีเทพ หรือไพศาลี เป็นโบราณสถานของชาติ ในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 52 หน้า 3693 ลงวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2478 นับจากนั้นเป็นต้นมา การศึกษาเกี่ยวกับเมืองโบราณแห่งนี้ ได้มีการดำเนินงานโดยกรมศิลปากรเป็นลำดับ รวมทั้งยังปรากฏในงานค้นคว้าทางวิชาการด้านโบราณคดี ประวัติศาสตร์ ศิลปะเกี่ยวกับเมืองโบราณแห่งนี้โดยนักวิชาการชาวไทยและต่างประเทศ เช่น ศาสตราจารย์ หม่อมเจ้าสุภัทรดิศ ดิศกุล ดร.ควอริทซ์ เวลส์ ศาสตราจารย์ของ บวสเชอเลีย่ เป็นต้น จนกระทั่งในปีพุทธศักราช 2527 เป็นต้นมา เมืองโบราณศรีเทพได้รับการอนุรักษ์และพัฒนาเพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติ ภายใต้การบริหารจัดการในรูปแบบอุทยาน

ประวัติศาสตร์ โดยการกำกับดูแลของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ สำนักศิลปากรที่ 4 ลพบุรี กรมศิลปากร

ในปี พ.ศ. 2527 กรมศิลปากรได้จัดทำโครงการเพื่อจัดตั้งเมืองโบราณศรีเทพขึ้นเป็นอุทยานประวัติศาสตร์ จนกระทั่งได้รับการเสนอเพื่อขึ้นทะเบียน “รายชื่อบัญชีมรดกโลกเบื้องต้น” จากยูเนสโก เมื่อ พ.ศ. 2562 ก่อนที่จะได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2566



ภาพ 39 อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

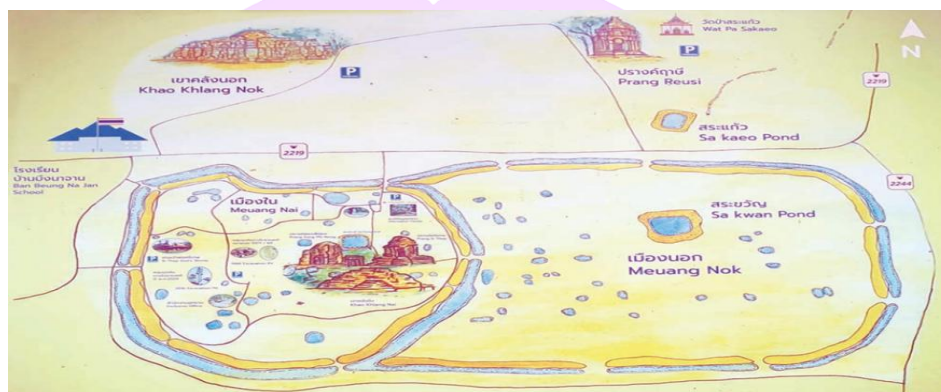


ภาพ 40 ผังของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

ความเป็นเมืองโบราณศรีเทพภายหลังขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีพื้นที่กว่า 2,889 ไร่ ลักษณะเป็นเมืองซ้อนเมืองขนาดใหญ่ และเป็นเมืองที่มีคูเมืองกำแพงล้อมรอบ นอกจากนั้นยังมีสระน้ำโบราณมากกว่า 70 แห่ง สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นความรุ่งเรืองของเมืองที่เคยมีมา โดยผังเมืองรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า แบ่งเป็นเมืองใน รูปผังเมืองจะคล้ายรูปวงรีไปทางกลม มีโบราณสถานสำคัญ ๆ เช่น ปราสาท เขาค้างใน ธรรมจักร ส่วนเมืองนอกจะรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าจะมีสระขัว



ภาพ 41 ผังเมืองโบราณศรีเทพ แบ่งเมืองในและเมืองนอก

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

เมืองใน ผังเมืองค่อนข้างกลม มีพื้นที่ประมาณ 1.87 ตารางกิโลเมตร (1,300 ไร่) ภายในตัวเมืองมีภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบลอนลูกคลื่น มีโบราณสถานกระจายตัวอยู่ 48 แห่ง ที่เกี่ยวเนื่องกับพุทธศาสนาและศาสนาฮินดู มีรูปแบบศิลปกรรมในวัฒนธรรมทวารวดี (พุทธศตวรรษที่ 12-16) และวัฒนธรรมเขมรโบราณ (พุทธศตวรรษที่ 16-18) ซึ่งมีโบราณสถานที่สำคัญและมีขนาดใหญ่ ได้แก่ โบราณสถานเขาค้างใน โบราณสถานปราสาทศรีเทพ และโบราณสถานปราสาทสองพี่น้อง ตั้งอยู่เกือบกึ่งกลางเมืองค่อนข้างไปทางทิศตะวันตก นอกจากนี้ยังมีสระน้ำโบราณทั้งขนาดใหญ่และเล็กอีกจำนวนกว่า 70 แห่ง

เมืองนอก ตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกของเมืองใน มีพื้นที่ประมาณ 2.83 ตารางกิโลเมตร (1,589 ไร่) ผังเมืองค่อนข้างเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ามุมมน ภายในตัวเมืองสำรวจพบโบราณสถาน จำนวน 64 แห่ง มีสระน้ำโบราณจำนวนมาก

นอกคูเมืองกำแพงเมืองโบราณยังมีการสำรวจพบโบราณสถานอีกจำนวน 50 แห่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางทิศเหนือของเมือง ที่สำคัญ ได้แก่ โบราณสถานเขาค้างนอก โบราณสถานปราสาทฤๅษี กลุ่มโบราณสถานเขาค้างสระแก้ว และสระแก้ว สระน้ำโบราณขนาดใหญ่ ส่วนทางด้านทิศตะวันตกนอกเมืองโบราณศรีเทพห่างออกไปประมาณ 15 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งของเขามอรัตน์ ภูเขาหินปูนขนาดใหญ่ที่มีรูปลักษณะเฉพาะ ซึ่งใช้เป็นจุดสังเกตในการเดินทางที่สำคัญมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ โดยบริเวณเชิงเขาเป็นแหล่งผลิตเครื่องมือและกำไลหินที่สำคัญ ต่อมาในสมัยทวารวดีได้มีการดัดแปลงถ้ำหินปูนที่ตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ของภูเขาให้เป็นศาสนสถานในพุทธศาสนาแบบมหายาน กำหนดอายุราวพุทธศตวรรษที่ 14

เมืองโบราณศรีเทพ เป็นเมืองโบราณสำคัญในเส้นทางเครือข่ายทางการค้าและวัฒนธรรมสมัยแรกเริ่มประวัติศาสตร์ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่แสดงออกถึงภูมิปัญญาในการเลือกสรรชัยภูมิที่ตั้งอันเป็นจุดเชื่อมโยงผสมผสานการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนสินค้าภายในและระหว่างภูมิภาค ที่มีพัฒนามาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมทวารวดี และวัฒนธรรมเขมรโบราณ

มรดกโลกเมืองโบราณศรีเทพ มีพื้นที่รวมประมาณ 8.66 ตารางกิโลเมตร มีแหล่งโบราณสถานที่สำคัญ 3 แหล่ง ได้แก่

1. **เมืองโบราณศรีเทพ** ที่มีความสำคัญมากในสมัยทวารวดี มีการติดต่อรับคติความเชื่อทางศาสนา ทั้งพุทธศาสนาแบบเถรวาท มหายาน และศาสนาฮินดู โดยมีโบราณสถานสำคัญ ได้แก่ ปราสาทศรีเทพ ปราสาทสองพี่น้อง และเขาค้างใน



ภาพ 42 เมืองโบราณศรีเทพ

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

โบราณสถานเขาค้างใน เป็นศาสนสถานในศาสนาพุทธ เชื่อว่าสร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 12 ตั้งอยู่เกือบกึ่งกลางใจเมืองศรีเทพส่วนใน จึงมีความสำคัญประจำเมืองศรีเทพในช่วงที่เมืองนี้เจริญ อยู่ภายใต้วัฒนธรรมทวารวดี ชาวบ้านที่อยู่ใกล้เคียงเมืองศรีเทพเรียกโบราณสถานแห่งนี้ว่า "เขาค้างใน" เนื่องจากสภาพก่อนการขุดค้นโบราณสถานแห่งนี้ มีคนและต้นไม้ปกคลุมคล้ายกับเป็นภูเขา ส่วนคำว่า “ค้าง” มาจากความเชื่อของชาวบ้านที่ว่า สถานที่แห่งนี้เป็นที่เก็บของมีค่าหรือเป็นคลังอาวุธในสมัยโบราณ ส่วนคำว่า “ใน” มาจากการที่มีซากโบราณสถานลักษณะเดียวกันนี้อีกองค์หนึ่งตั้งอยู่ด้านนอกเมืองทางทิศเหนือ จึงเรียกโบราณสถานแห่งนี้ที่อยู่ในเมืองว่า “เขาค้างใน” และเรียก โบราณสถานอีกองค์หนึ่งว่า “เขาค้างนอก”

โบราณสถานเขาค้างในประกอบด้วยอาคารหลายหลัง ปัจจุบันเหลือเฉพาะส่วนฐานส่วนใหญ่ก่อด้วย ศิลาแลง สถาปัตยกรรมประธานเป็นสถูปเจดีย์ขนาดใหญ่ ส่วนฐานขนาด กว้าง 24 เมตร ยาว 55 เมตร สูง ประมาณ 12 เมตร แผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ที่มีบันไดทางขึ้นอยู่ทางทิศตะวันออก ค้านบนฐานอาคารแห่งนี้มีร่องรอยปูนฉาบพื้นอยู่ด้านหน้า (ทางทิศตะวันออก) ส่วนด้านหลังมีหลุมลักลอบขุดขนาดใหญ่ เชื่อว่าฐานอาคารขนาดใหญ่ที่น่าจะรองรับอาคารประธานประเภทสถูปเจดีย์ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานสิ่งเคารพตั้งอยู่ทางทิศตะวันตก ด้านหน้าเป็นลานกว้างเพื่อประกอบพิธี กรรมหรือเป็นลานบูชาที่ริมขอบลานทางด้านขวามีร่องรอยของฐานสิ่งก่อสร้างทำด้วยอิฐอาจเป็นฐานของสถูปหรือวิหารขนาดเล็กเหลืออยู่ 1 แห่ง แต่ขอบลานทางด้านซ้าย ไม่ปรากฏ อาจเคยมีอยู่แต่พังทลายไป



ภาพ 43 บันไดทางขึ้นทิศตะวันออกของเขาค้างใน

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

ส่วนฐานอาคารเท่าที่เหลืออยู่มีการประดับผนังเป็นแบบช่วงเสาเว้นเป็นระยะ ๆ ฉาบปูน และประดับลวดลายปูนปั้นเป็นแถวยาวในแต่ละชั้น เช่น แถวลายก้านขด แถวช่องสี่เหลี่ยมตามแนวยาวมีรูปคนแคระ สิงห์ ลิง ควาย และช้าง ทำท่าแบกประดับเรียงเป็นแถว และยังพบลายประดับอื่นตามแบบศิลปะทวารวดี เช่น ลายกรอบสี่เหลี่ยมเล็ก ๆ เรียงกันเป็นแถว ลักษณะการเจาะช่องมีประติมากรรมรูปคนแคระค้ำฐานโบราณสถาน



ภาพ 44 ภาพปูนปั้นประดับโบราณสถานเขาค้างใน

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

นอกจากนี้ ยังพบพระพุทธรูป และพระโพธิสัตว์สำริด และหลักฐานทางโบราณคดีอื่น ๆ ทำให้เชื่อได้ว่า เขาค้างในถูกสร้างขึ้นราวพุทธศตวรรษที่ 11-12 ซึ่งเป็นระยะเดียวกันกับระยะแรก อาจจะสร้างขึ้นเพื่อเป็นศาสนสถานในพุทธศาสนาแบบหินยานหรือเถรวาทตามที่นิยมนับถือกันในสังคมวัฒนธรรมทวารวดีในระยะแรก ต่อมาในราวพุทธศตวรรษที่ 14 จึงได้ปรับเปลี่ยนมาเป็นพุทธศาสนามหายาน ซึ่งเป็นลักษณะเช่นเดียวกันกับเมืองที่เจริญอยู่ภายใต้วัฒนธรรมทวารวดีในช่วงสมัยนั้น



ภาพ 45 พระพุทธรูปและพระโพธิสัตว์สำริดพบที่โบราณสถานเขาค้างใน

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

โบราณสถานเขาค้างในยังคงอยู่เป็นศาสนสถานของชุมชนเรื่อยมาจนกระทั่งในราวพุทธศตวรรษที่ 16-17 ดังที่ได้มีการค้นพบพระพุทธรูปที่เขาค้างในซึ่งมีลักษณะอิทธิพลเขมรสมัยบาปวนและนครวัด สันนิษฐานได้ว่า โบราณสถานเขาค้างในคงมีบทบาทต่อชุมชนควบคู่มา กับเมืองศรีเทพตั้งแต่แรกเริ่มจนกระทั่งถูกทิ้งร้างไปพร้อม ๆ กันในราวพุทธศตวรรษที่ 18

ปราสาทศรีเทพ

ปราสาทศรีเทพเป็นศาสนสถานแบบปราสาทในศิลปะขอม ตั้งอยู่ทางด้านหลังในแนวแกนเกี่ยวกับปราสาทสองพี่น้อง องค์ปราสาทประธานเป็นปราสาทอิฐขนาดใหญ่ตั้งอยู่บนฐานศิลาแลง ซึ่งตั้งอยู่บนฐานที่ยกพื้นสูงขึ้นมาจากระดับผิวดินเพิ่ม (ฐานไพที) โดยการก่อศิลาแลงเป็นกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสสูงขึ้นมาจากพื้นดินเดิมราว 1 เมตร ถมอัดดินลงไปในการก่อศิลาแลงปรับระดับให้เรียบเป็นลานกว้างรองรับปราสาท

สันนิษฐานว่าปราสาทศรีเทพน่าจะสร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 16-17 เป็นศิลปะแบบบาปวนตอนนครวัด เนื่องจากได้พบทับหลังที่สามารถกำหนดอายุได้ในช่วงสมัยดังกล่าว โดยมีจุดประสงค์ในการสร้างเพื่อเป็นเทวาลัยในศาสนาฮินดู แต่ต่อมาได้มีการเตรียมการก่อสร้างหรือซ่อมแซมศาสนสถานแต่ยังไม่แล้วเสร็จ โดยพบโคลนหินรูปกบิลขุ่นที่ใช้ประดับบนชั้นหลังคาปราสาทถูกสลักค้างไว้ใกล้ฐานปราสาท โดยยังไม่ได้สลักภาพลงไป ซึ่งอาจจะแสดงให้เห็นถึงการพยายามซ่อม แปลง แก้ไขศาสนสถาน โดยปรับเปลี่ยนจากศาสนสถานในศาสนาฮินดูเป็นศาสนสถานในศาสนาพุทธแบบมหายาน ซึ่งเป็นความนิยมในช่วงรัชสมัยของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ในช่วงต้นถึงกลางพุทธศตวรรษที่ 14 แต่ยังไม่ทันสำเร็จ

พ.ศ. 2544 ได้มีการบูรณะปราสาทศรีเทพ และมีการขุดตรวจทางโบราณคดีบริเวณโดยรอบฐานปราสาทเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม



ภาพ 46 ปราสาทศรีเทพที่โบราณสถานเขาค้างใน

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

ปราสาทสองพี่น้อง

ปราสาทสองพี่น้องเป็นศาสนสถานขนาดใหญ่ในกลุ่มศาสนสถานกลางเมืองเช่นเดียวกับโบราณสถานเขาค้างใน สร้างขึ้นเนื่องในศาสนาฮินดูในราวพุทธศตวรรษที่ 16-17 หันหน้าไปทางทิศตะวันตก เช่นเดียวกับปราสาทศรีเทพ รูปแบบการก่อสร้างเป็นสถาปัตยกรรมแบบเขมรโบราณหรือลพบุรี ชื่อปราสาทสองพี่น้องเป็นชื่อที่ชาวบ้านเรียกเช่นเดียวกัน เนื่องจากมีปราสาท 2 องค์ตั้งอยู่เคียงข้างกัน องค์หนึ่งมีขนาดใหญ่กว่ามาก อีกองค์หนึ่งมีขนาดเล็กกว่าจึงเรียกว่าปราสาทสองพี่น้อง ปราสาทปราสาทองค์ใหญ่ตั้งอยู่บนฐานปัทม์ก่อด้วยศิลาแลงซ้อนกัน 3 ชั้น องค์เรือนธาตุ ก่อด้วยอิฐ แต่พบร่องรอยการฉาบปูนที่ภายนอก มีมุขยื่นออกมาทั้ง 4 ทิศ ด้านทิศตะวันตก ทำมุขยื่นออกมาเป็นห้องยาว เชื่อมต่อกับมณฑปด้านหน้า เป็นช่องทางเข้าสู่ภายในปราสาท ลักษณะเช่นนี้ปรากฏในปราสาทแบบบาปวนเชื่อมต่อนครวัด พบทั่วไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีก 3 ด้านเป็นมุขสันติติดกับตัวปราสาททำเป็นช่องประตูหลอก ส่วนชั้นหลังคาปัจจุบันพังทลายจนไม่เห็นรูปทรง แต่คงมีลักษณะเช่นเดียวกับปราสาทขอมองค์อื่น ๆ ในสมัยเดียวกัน คือ ประกอบด้วยชั้นเชิงบาตร ปกติจะมีจำนวน 5 ชั้นซ้อนลดหลั่นกัน บนยอดสุด

มักประดับด้วยกลศ คือ หม้อน้ำศักดิ์สิทธิ์ ปักด้วยตรีศูลหรือปญจศูลหล่อด้วยโลหะ บนชั้นเชิงบาตรแต่ละชั้นประดับด้วยกลีบขนุนเรียงรายเป็นระยะในแต่ละด้าน และที่มุมหลักทั้ง 4 ของชั้นเชิงบาตรแต่ละชั้นประดับกลีบขนุนรูปสามเหลี่ยมซึ่งเรียกว่า นาคปัก หลังคาปราสาทจึงมีลักษณะสอบเข้าคล้ายรูปพุ่มอย่างเช่นหลังคาปราสาทหินพิมายและปราสาทพนมรุ้ง



ภาพ 47 ปราสาทสองพี่น้องที่โบราณสถานเขาค้างใน

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

จากการขุดค้นโบราณสถานในปราสาทสองพี่น้องนี้ได้พบหลักฐานชิ้นส่วนประกอบสถาปัตยกรรมที่สำคัญหลายส่วนที่สามารถบอกอายุสมัยการก่อสร้างได้ เช่น ทับหลัง และเสาประดับกรอบประตูซึ่งกำหนดอายุได้ในราวพุทธศตวรรษที่ 17 และจากเรื่องราวที่ปรากฏบนทับหลังซึ่งสลักเรื่อง ราวเกี่ยวกับพระศิวะ ประกอบกับได้พบชิ้นส่วนศิวิลิ่ง ฐานโยนี และโคนนทีในบริเวณโบราณสถาน จึงสันนิษฐานว่า เมื่อแรกสร้างโบราณสถานแห่งนี้ คงจะเป็นเทวาลัยในศาสนาฮินดูลัทธิไศวนิกายซึ่งสร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 17 แต่ทว่า ศิวิลิ่ง ฐานโยนี และโคนนทีที่พบนั้น ปรากฏว่าถูกฝังไว้ในพื้นดินในระดับใต้ฐานอาคาร จึงสันนิษฐานว่า เทวสถานแห่งนี้ถูกเปลี่ยนแปลงเป็นวัดในพุทธศาสนาตามกระแสความนิยมที่มาจากเขมรในรัชสมัยของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ในระหว่าง พ.ศ. 1724-1760 และโบราณสถานแห่งนี้ถูกทิ้งร้างพร้อมกับเมืองศรีเทพในระยะเวลาที่ใกล้เคียงกัน



ภาพ 48 หน้ากาลจับนาค

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

“หน้ากาลจับนาค” เป็นลวดลายทับหลังในศิลปกรรมขอมโบราณที่พบในศรีเทพ หน้ากาลหมายถึงกาลเวลา ผู้กลืนกินสรรพสิ่ง เป็นสัญลักษณ์แห่งความไม่เที่ยงการจับหรือนาคที่คายออกมาสื่อถึงพลังจักรวาลและการปกป้องศาสนสถานเชื่อมโยงกับตำนานกวนเกษียรสมุทร ในศาสนาฮินดูที่นาคเป็นตัวแทนพลังแห่งจักรวาลลายสลักนี้มักปรากฏที่ทับหลังประตู แทนผู้พิทักษ์ที่คอยกันสิ่งอัปมงคลยังสะท้อนแนวคิดการผ่านประตูสู่โลกศักดิ์สิทธิ์ที่สูงกว่าภพภูมิปกติ ความเชื่อนี้ผสมผสานทั้งศาสนาฮินดูและพุทธในสังคมโบราณแสดงถึงความศักดิ์สิทธิ์และการคุ้มครองผู้ที่เข้ามากราบไหว้เป็นมรดกทางศิลปกรรมและจิตวิญญาณที่ยังคงคุณค่ามาจนปัจจุบัน

ธรรมจักร

เป็นสัญลักษณ์ในการประกาศธรรมของพุทธศาสนา ในสมัยทวารวดี นิยมติดตั้งธรรมจักรไว้บนยอดเสา ปักไว้หน้าสถูปสำคัญ ธรรมจักรขนาดใหญ่ที่พบ ณ เมืองศรีเทพนั้นมีเส้นผ่านศูนย์กลางราว 1 เมตรเศษ คือ ธรรมจักรที่ตั้งอยู่ด้านหน้า โบราณสถานเขาค้างในซึ่งยังไม่ทราบตำแหน่งเดิมที่แน่ชัด เนื่องจากเคยถูกนำไปเก็บรักษาไว้ที่อำเภอศรีเทพแล้วนำกลับคืนมาในภายหลัง และอีกชิ้นหนึ่งอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ रामคำแหง จังหวัดสุโขทัย



ภาพ 49 ธรรมจักรพบที่โบราณสถานเขาค้างใน

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

2. โบราณสถานเขาค้างนอก สร้างขึ้นราวพุทธศตวรรษที่ 13-14 เป็นเจดีย์ขนาดใหญ่ และมืองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่สมบูรณ์ที่สุดแห่งหนึ่งในวัฒนธรรมทวารวดี



ภาพ 50 โบราณสถานเขาค้างนอก

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

เขาลังนอก ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของเมืองศรีเทพโดยห่างออกมาประมาณ 2 กิโลเมตร ในพื้นที่บ้านสระปรือ ตำบลศรีเทพ อำเภอศรีเทพ แต่เดิมโบราณสถานแห่งนี้มีลักษณะเป็นเนินดินขนาดใหญ่มีต้นไม้ปกคลุมอยู่ทั่วไป อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพได้มีการขุดพบโบราณสถานแห่งนี้ในปี 2551 พบว่า เป็นสถูปเจดีย์ขนาดใหญ่ที่สุดในวัฒนธรรมทวารวดี และมีสภาพของฐานที่สมบูรณ์ที่สุด จึงเป็นโบราณสถานที่มีความสำคัญมากแห่งหนึ่งของประเทศไทย

องค์สถูปประธานของโบราณสถานเขาลังนอกประกอบด้วยส่วนฐานมีผังรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ขนาดกว้าง-ยาว ด้านละ 64 เมตร ก่อด้วยศิลาแลงไม่ฉาบปูนและไม่มีลวดลายปูนปั้นประดับมีลักษณะเป็นฐานสองชั้น ซ้อนลดหลั่นประดับด้วยซุกุลกบัวเรียงง่ายที่แสดงให้เห็นลักษณะของศิลปะทวารวดีที่มุมแต่ละชั้นน่าจะประดับด้วยเจดีย์ประจำมุม โดยรอบฐานแต่ละชั้นมีการยกกระเปาะหรือยกเก็จเป็นระยะเรียงรายโดยตกแต่งด้วยรูปอาคารจำลองนับเป็นลักษณะพิเศษและเด่นชัดสามารถนำมาใช้ในการสันนิษฐานรูปแบบและกำหนดอายุโบราณสถานแห่งนี้ เขาลังนอก ประกอบด้วย 1 ฐานอาคาร มีบันไดทั้ง 4 ทิศที่บริเวณกึ่งกลางของแต่ละด้าน ลักษณะบันได มีผนังสูง ซึ่งสามารถศึกษารูปแบบที่สมบูรณ์ได้จากบันไดทางทิศเหนือ หลักฐานจากการขุดค้นพบว่าในระยะท้ายสุด ใช้บันไดทางทิศตะวันตกเป็นทางขึ้นไปสู่องค์สถูปเจดีย์ที่อยู่ด้านบน ส่วนบันไดด้านอื่นมีการก่อปิดทับเป็นผนังสูงซึ่งอาจมีพระพุทธรูปประดิษฐานอยู่ด้านหน้าผนังดังกล่าว ลักษณะของฐานอาคารแห่งนี้มีการทำซุ้มอาคารจำลองขนาดลดหลั่นกันไปในแต่ละด้าน



ภาพ 51 โบราณสถานเขาลังนอก

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

บริเวณข้างฐานด้านทิศตะวันตกของ องค์เจดีย์อิฐ ได้พบพระพุทธรูปศิลาศิลปะทวารวดี ประทับยืนแสดงปางแสดงธรรม (วितรรกะมุทรา) ทั้ง 2 พระหัตถ์ ขนาดพระพุทธรูปสูงประมาณ 50 เซนติเมตร พระเศียร (ศีรษะ) มีขมวดพระเกศา (ผม) ขดเป็นรูปก้นหอย และมีประภามณฑล (รัศมีด้านหลังศีรษะ) อยู่ด้านหลังพระเศียร พระพุทธรูปองค์นี้มีการเคลื่อนย้ายไปจากที่เดิม และนำไปตั้งไว้บริเวณข้างฐานเจดีย์ในระดับพื้นภายในซุ้มที่ก่อขึ้นสมัยหลัง เพราะพระพุทธรูปมีสภาพชำรุดที่พระบาท และมีร่องรอยการซ่อมแซมที่นิ้วพระหัตถ์ด้านซ้าย โดยแต่เดิมเป็นการแสดงวितรรกะมุทราที่มีนิ้วตั้งขึ้น 3 นิ้ว แต่นิ้วเหล่านั้นชำรุดหักหายไป จึงมีการดัดแปลงซ่อมแซม ให้เป็นการงอนิ้วทั้ง 3 ลงมาซึ่งแท้จริงแล้ว ในศิลปะทวารวดีได้มีการสร้างพระพุทธรูปแสดงปาง วितรรกะแบบงอนิ้วเช่นกัน ดังเช่น พระพุทธรูปยืน พบที่จังหวัดนครปฐม ซึ่งจัดแสดงอยู่ที่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระปฐมเจดีย์ และพระพุทธรูปพบที่เขาสมอคอนซึ่งจัดแสดงอยู่ใน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร แต่พระพุทธรูปทั้ง 2 องค์นี้แสดงปางวितรรกะ แบบงอนิ้วทั้ง 2 พระหัตถ์ (ยังไม่เคยพบพระพุทธรูปแสดงปางวितรรกะแบบ ตั้งนิ้วข้างหนึ่งและงอนิ้วข้างหนึ่ง) ดังนั้น พระพุทธรูปที่พบที่โบราณสถานเขาค้างนอกจึงมีลักษณะผิดปกติของ การแสดงวितรรกะ มุทราแบบงอนิ้วที่พระหัตถ์คานซ้ายเพียงด้านเดียว แต่เป็นการสะท้อนให้เห็นว่า ช่างผู้ทำการ คัดแปลง แกะพระพุทธรูปองค์ดังกล่าวได้เคยพบเห็นลักษณะการทำวितรรกะแบบงอนิ้วมาก่อน แล้ว ซึ่งเชื่อว่าการแสดงปางเช่นนี้น่าจะมีพัฒนาการมาจากมุทราของพระพุทธรูปในศิลปะอินเดีย สมัยอมราวดีตอนปลาย-ศรีลังกา สมัยอนุราชปุระแบบที่เรียกว่า กฎุมุทรา ซึ่งหมายถึง การหันฝ่า พระหัตถ์ออกด้านนอก โดยมีนิ้วโป้งชี้ขึ้น ส่วนอีก 4 นิ้วงอเป็นวงกลมหรือวงแหวนโดยอาจใช้ ประโยชน์เพื่อการจับข้ายาวหรือใช้เพื่อถือสิ่งของ นอกจากองค์สถูปประธานที่กล่าวมาแล้ว ยังสำรวจพบซากโบราณสถานที่อยู่ในองค์ประกอบรวมของโบราณสถานเขาค้างนอก อาจเป็น โคปุระหรือโบราณสถานบริวาร โดยอยู่กึ่งกลางด้านทั้ง 4 ทิศ จำนวนประมาณ 2-3 องค์เรียงกัน ในแต่ละด้าน ห่างออกไปแต่ละองค์เป็นระยะประมาณ 25 เมตร ซึ่งต้องทำการขุดค้นเพิ่มเติมต่อไปในอนาคต



ภาพ 52 พระพุทธรูปพบที่โบราณสถานเขาค้างนอก

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566

3. โบราณสถานเขาค้างนอก

เขาค้างนอกเป็นภูเขาขนาดใหญ่โดดเด่นอยู่ทางทิศตะวันตกของเมืองศรีเทพ โดยห่างออกไปราว 20 กิโลเมตร (ห่างออกไปในแนวตรง 15 กิโลเมตร) อยู่ในพื้นที่ตำบลโคกสะอาด อำเภอศรีเทพบน เขาแห่งนี้มีถ้ำอยู่แห่งหนึ่งถูกตัดแปลงให้เป็นศาสนสถานประเภทถ้ำเพียงแห่งเดียวในสมัยทวารวดีที่สะท้อนให้เห็นคติความเชื่อการนับถือพุทธศาสนาหายาน ภายในถ้ำมีแกนหินขนาดใหญ่ สามารถเดินรอบแกนหินนี้ได้ ซึ่งที่แกนหินนี้พบว่า มีภาพสลักปูนดำเป็นพระพุทธรูปและพระโพธิสัตว์เป็นสำคัญ พระพุทธรูปองค์ใหญ่เป็นประธานของศาสนสถานแห่งนี้จะประทับยืนยกพระหัตถ์ทั้งสองข้างสูงราว 2.50 เมตร แต่พระหัตถ์และพระเศียรถูกสกัดออกไป สันนิษฐานว่าเป็นพระพุทธรูปยืนปางปฐมเทศนาประทับยืนบนฐานกลีบบัวขนาดใหญ่ มีพระพุทธรูปประทับยืนขนาดรองลงมา และพระพุทธรูปนั่งปางสมาธิถัดลึกเข้าไปภายในถ้ำรวมทั้งหมด 11 องค์ มีภาพจำหลักรูปพระโพธิสัตว์ พระพุทธรูป รูปสลักเจดีย์และธรรมจักร ซึ่งภาพจำหลักเหล่านี้สร้างขึ้นในพุทธศาสนาหายานมีลักษณะของศิลปะทวารวดีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 14 เศียรของประติมากรรมเหล่านี้ถูกลักลอบตัดออกไป แต่ต่อมาได้ตามกลับ มาได้และเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร และพบร่องรอยการสกัดเป็นหลุมขนาดเล็กตามผนังถ้ำเพื่อใช้ฝังระเบิด และมีภาพสลักอีกหลายจุดที่ถูกทำลาย บางบริเวณเหลือเฉพาะฐานกลีบบัวเพียงเล็กน้อย

ความสัมพันธ์ของการวางผังเมืองศรีเทพกับตำแหน่งของเขามอรัตน์ คือ การที่โบราณสถานปราสาทศรีเทพ และปราสาทสองพี่น้องซึ่งเป็นปราสาทอิฐแบบขอม อายุประมาณพุทธศตวรรษที่ 17 ได้หันหน้าไปทางตะวันตกเป็นการหันหน้าสู่เขามอรัตน์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ แตกต่างจากปราสาทขอมทั่วไปซึ่งหันหน้าไปทางตะวันออก

เขามอรัตน์นี้ ยังพบความศักดิ์สิทธิ์จากการที่ถ้ำอยู่บนยอดเขา ภายในถ้ำเป็นศาสนสถานที่มีอายุตั้งแต่สมัยทวารวดี พบพระพุทธรูปประทับยืนแบบทวารวดีสลักนูนสูงบนโขดหิน ภายในถ้ำและภาพสลักพระโพธิสัตว์ศรีอริยเมตไตรย รวมทั้งภาพสลักเจดีย์และธรรมจักร จากรูปแบบทางศิลปกรรมสันนิษฐานได้ว่า โบราณสถาน วัตถุภายในถ้ำน่าจะมีอายุตั้งแต่ราวพุทธศตวรรษที่ 13 เป็นช่วงเวลาที่พุทธศาสนมหายานเข้ามาผสมผสานกับพุทธศาสนาในวัฒนธรรมทวารวดี คำว่า “มอรัตน์” จึงถูกนำ มาเป็นชื่อตำแหน่งของเจ้าเมืองศรีเทพ ซึ่งเป็นชื่อเดิมของเมืองวิเชียรบุรี ที่มาเปลี่ยนเป็นชื่อในสมัยรัชกาลที่ 3 พร้อมทั้งเปลี่ยนนามเจ้าเมืองจาก “พระศรีมอรัตน์” เป็น “พระยาประเสริฐสงคราม” แสดงให้เห็นว่าเขามอรัตน์ยังคงมีความสำคัญในความรู้สึกของคนในบริเวณนี้ตลอดมา



ภาพ 53 โบราณสถานเขามอรัตน์

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2566, สืบออนไลน์

สถิตินักท่องเที่ยว

ภายหลังจากการประกาศเป็นมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ซึ่งอย่างเป็นทางการว่า The Ancient Town of Si Thep and its Associated Dvaravati Monuments (UNESCO, 2023) มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนในพื้นที่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง เช่น Facebook YouTube TikTok รวมถึงข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ การให้สัมภาษณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ทำให้กระแสความนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศต่อการตามรอยแหล่งมรดกโลกเมืองโบราณศรีเทพ มีจำนวนการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยรายได้เป็นค่าประมาณจากการจำหน่ายบัตรเข้าชมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย บัตรละ 20 บาท และนักท่องเที่ยวต่างชาติ บัตรละ 100 บาท ข้อมูล ณ 30 พฤศจิกายน 2566

ตาราง 14 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ (เมืองโบราณศรีเทพ)

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว		รายได้	
	จำนวน (คน)	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง	จำนวน (บาท)	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง
2566	592,155	730.06	5,356,608.00	473.31
2567	488,842	-17.44	5,143,456.00	-3.97
2568	154,015	-68.49	1,551,728.00	-69.83
(ม.ค.-15 มิ.ย. 2568)				

หมายเหตุ: ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ปี 2563-2568 (มกราคม - 15 มิถุนายน 2568)

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2568

จากตาราง 14 สถิติการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ พบว่า ปี 2566 ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญ ด้วยการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 730.06 และรายได้กว่าร้อยละ 473.31 สอดคล้องกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยว รวมทั้งการขึ้นทะเบียนแหล่งมรดกโลกที่ช่วยสร้างแรงดึงดูด อย่างไรก็ตาม ปี 2567 นักท่องเที่ยวลดลงร้อยละ 17.44 แต่รายได้ลดลงเพียงร้อยละ 3.97 แสดงให้เห็นถึงคุณภาพนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายต่อหัวมากขึ้น และครึ่งปีแรกของปี 2568 (ม.ค.-15 มิ.ย.) นักท่องเที่ยวมีเพียง 154,015 คน และรายได้

1.55 ล้านบาท ลดลงกว่าร้อยละ 68.49 ผู้วิจัยมีความเห็นว่า หากการบริหารจัดการของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพยังไม่มีประสิทธิภาพ และยังไม่มีการปรับปรุงหรือพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวจะลดลงอย่างต่อเนื่อง

ตาราง 15 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ (เมืองโบราณศรีเทพ)

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวไทย		จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง	จำนวน (คน)	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง
2566	590,082	733.21	2,073	299.42
2567	486,257	-17.59	2,585	24.70
2568	152,977	-68.53	1,038	-59.84
(ม.ค.-15 มิ.ย. 2568)				

หมายเหตุ: ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ ปี 2563-2568 (มกราคม-15 มิถุนายน 2568)

ที่มา: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2568

จากตาราง 15 พบว่า ปี 2566 เป็นปีแห่งความภาคภูมิใจของคนไทยทั่วประเทศเมื่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก นักท่องเที่ยวไทยเพิ่มกว่าร้อยละ 733.21 และนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 299.42 ในปี 2567 นักท่องเที่ยวไทยลดลงร้อยละ 17.59 แต่ต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.70 สะท้อนความสนใจจากตลาดต่างประเทศที่ขยายตัวต่อเนื่อง ขณะที่ปี 2568 (ม.ค.-15 มิ.ย.) นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติดลดลงอีกครั้ง โดยไทยลดลงร้อยละ 68.53 และนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงร้อยละ 59.84 คาดว่าเป็นผลจากฤดูกาลท่องเที่ยวและข้อมูลที่ยังไม่ครบปี โดยรวมแล้ว การท่องเที่ยวเมืองโบราณศรีเทพพึ่งพานักท่องเที่ยวไทยเป็นหลัก แต่มีแนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังการขึ้นทะเบียนมรดกโลก ซึ่งควรพัฒนาโครงสร้างรองรับและกลยุทธ์ตลาดต่างประเทศเพิ่มเติม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ เพื่อประกอบการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

ชุดิมา พรหมจรรย์ (2566) ทำวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระดับความพึงพอใจ และความคิดเห็นต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางแบบครอบครัว มีพฤติกรรมเน้นการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้และถ่ายภาพ ความพึงพอใจสูงสุดคือด้านคุณค่าทางประวัติศาสตร์และความสวยงามของโบราณสถาน แต่ความพึงพอใจต่ำสุดคือสิ่งอำนวยความสะดวกและการประชาสัมพันธ์

วสุธิดา พูนกลัด, บุญसान ฤทธิ์ทัก, สุกัลคน วงศ์ไพศาลลักษณ์ (2566) ทำวิจัยเรื่อง “การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน” มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ 1) ชุมชนต้องบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของโลก ตลอดจนสร้างเอกลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่นและดำรงไว้ซึ่งชุมชนท้องถิ่น 2) ชุมชนต้องจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง 3) ผู้นำชุมชนและคณะกรรมการต้องส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณประโยชน์ของชุมชน และ 4) ผู้นำชุมชนหรือคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวควรสร้างเครือข่ายภายในชุมชนและนอกชุมชน

ยุทธภูมิ สุวรรณเวช (2566) ทำวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพทางวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี และกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า การใช้วรรณกรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชรเป็นเครื่องมือในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถเชื่อมโยงมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (tangible) เช่น โบราณสถาน วัดวาอาราม และสถาปัตยกรรม กับมรดกที่จับต้องไม่ได้ (intangible) เช่น เรื่องเล่า ประเพณี และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเสนอให้มีการวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ โดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมที่ยั่งยืน

เกษมศักดิ์ พัฒนสกุล (2565) ทำวิจัยเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการสร้างคุณค่าใหม่ทางเศรษฐกิจและสังคม: กรณีศึกษา เมืองโบราณลพบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ขณะเดียวกันก็สร้างรายได้ใหม่แก่ชุมชนผ่านสินค้าพื้นเมืองและบริการทางวัฒนธรรม

ชญานุช ยุทธวรวิทย์ (2565) เรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน: โมเดลการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน กรณีศึกษาน้ำราบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาใน 4 ด้าน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และความร่วมมือในชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านน้ำราบ นอกจากนี้ การสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน เช่น การฝึกอบรมและการลงทุน ยังเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ดังกล่าว

โชติมา ดีพลพันธ์ (2565) ทำวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัด นครปฐม” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมในชุมชนบ้านไผ่หูช้าง 2) เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไผ่หูช้าง และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคาดหวังโดยรวมทุกด้านขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเป็นรายด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริการเสริมทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นด้านที่มีค่าระดับการรับรู้ต่ำสุด และอยู่ใน Quadrants A (Concentrate here) ซึ่งถือเป็นจุดอ่อนของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไผ่หูช้าง ที่ต้องให้ความสำคัญและหาวิธีการในการแก้ไขปรับปรุงในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเร่งด่วน และผลการศึกษาเชิงคุณภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนมีความเห็นตรงกันว่ากิจกรรมที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเท่าที่ควรจึงจำเป็นต้องหาแนวแก้ไข ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไผ่หูช้าง ทั้ง 6 ด้าน ตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันหา และแสงแข บุญศิริ (2565) ทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนโดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนและเพื่อเสนอแบบ จำลองสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนโดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของการมีส่วนร่วมสาธารณะในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยภายนอกอย่างผลกระทบจากการท่องเที่ยว ความรู้และความเข้าใจด้านการท่องเที่ยว และนโยบายภาครัฐท้องถิ่นเป็นแรงกระตุ้น นอกจากนี้ปัจจัยภายในด้านความรู้สึกเป็นเจ้าของและความผูกพันชุมชน จะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน การเข้ามามีส่วนร่วมสาธารณะของชุมชนยังอยู่เพียงแค่ระดับการรับทราบข้อมูลข่าวสารการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน และระดับการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่หน่วยงาน แต่ยังคงเข้าไม่ถึงระดับการมีส่วนร่วมในการติดตามและตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของชุมชน เนื่องจากผู้ที่กำหนดนโยบายและวางแผนยังคงเป็นหน่วยงานภาครัฐเป็นหลัก

นันท์วัฒน์ พรเลิศกษกร (2565) ทำวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนวัดวิเศษการ-วัดฉิมทายากาวาส” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนวัดวิเศษการ-วัดฉิมทายากาวาส 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนวัดวิเศษการ-วัดฉิมทายากาวาส และ 3) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนวัดวิเศษการ-วัดฉิมทายากาวาส ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการมีส่วนร่วมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านวัฒนธรรมการ เมืองแบบประชาธิปไตยและปัจจัยด้านภาวะผู้นำตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมการ เมืองแบบประชาธิปไตยและปัจจัยด้านภาวะผู้นำตามแนวคิดเศรษฐกิจพอ เพียงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนวัดวิเศษการวัดฉิมทายากาวาส อย่างมีสำคัญทางสถิติที่ 0.10 3) ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนวัดวิเศษการ-วัดฉิมทายากาวาส ได้แก่ การเพิ่มรูปแบบการประชาสัมพันธ์การมีส่วนร่วมของประชาชน การเปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ และการให้ประชาชนในชุมชนต้องเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดนโยบายชุมชนอย่างอิสระ

กุลสิทธิ์ ภูคำชะโนด (2565) ทำวิจัยเรื่อง “พลังชุมชน การมีส่วนร่วม ความพอเพียงกับการดำรงชีวิตของเกษตรกร บนพื้นที่ผลกระทบนาเกลือนาข้าว” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพลังชุมชนกลุ่มนาเกลือและนาข้าว และ 2) ศักยภาพชุมชน การมีส่วนร่วม ความพอเพียง วิถีชีวิต และปัจจัยด้านอาชีพของเกษตรกรนาเกลือและนาข้าวในอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า 1) พลังชุมชนเป็นการรวมตัวกลุ่มเกษตรกรในกิจกรรมการพัฒนาพื้นที่ที่กระทบนาเกลือนาข้าวซึ่งกิจกรรมที่สะท้อนพลังชุมชนสูงสุดคือ การดำรงชีวิตต้องยึดมั่นในกฎกติกาของชุมชน และการทำงานพัฒนา งานจิตอาสา งานบุญประจำหมู่บ้าน ทุกคนต้องร่วมคิดร่วมใจ ร่วมทำ 2) ศักยภาพชุมชนบ่งชี้ถึงการประกอบอาชีพของแต่ละครอบครัวที่เกษตรกรส่วนใหญ่ยึดเกษตรทฤษฎีใหม่ของในหลวงรัชกาลที่ 9 เป็นแนวทางซึ่งมีความศรัทธาอย่างมั่นคงในหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงการมีส่วนร่วมของเกษตรกรมีระดับมากที่สุดคือ กิจกรรมทำบุญตามวัฒนธรรมเทศกาลประจำหมู่บ้าน และการร่วมมือกันประหยัดใช้สิ่งของในครัวเรือน ลด ละ เลิกอบายมุขในวันพระ ส่วนวิถีพอเพียงของเกษตรกรเน้น การออมเงินในธนาคาร และกองทุนออมทรัพย์หมู่บ้าน นอกจากนี้พื้นที่ว่างบริเวณบ้านมีการปลูกผักสวนครัวที่จำเป็นไว้ซึ่งวิถีชีวิตทั่วไปเป็นวิถีเกษตร ทอผ้า และทำบายศรีจำหน่ายที่แหล่งท่องเที่ยวคำชะโนด

วลัยลักษณ์ พันธุ์ และพรรณทิมา วรณสุทธิ์ (2565) ทำวิจัยเรื่อง “ศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อม และศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดในการให้บริการของกิจการในเขตแหล่งท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษาปัญหา และความต้องการผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริการจัดการท่องเที่ยว และ 4) เพื่อสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม 4 จังหวัดพิษณุโลก สุโขทัย ตาก และกำแพงเพชร มีศักยภาพ ดังนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยว เมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม มีจุดแข็งโดดเด่นในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและด้านการ ตลาดทางการท่องเที่ยว 2) กลยุทธ์ทางการตลาด/การให้บริการของกิจการ มีการตรวจสอบความปลอดภัยหรือคุณภาพของสินค้าหรือการให้บริการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีระยะเวลาในการตรวจไม่แน่นอน ส่วนใหญ่ไม่ได้รับการอบรม ส่วนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้า โดยที่ผู้ให้บริการมีทักษะในการสื่อสารอยู่ในระดับดี/มีอัตราศักดิ์ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ จัดสถานที่ให้เหมาะสม/มีความสวยงาม/สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย 3) ระดับปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการบริการจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก 4) พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางมากับกลุ่มเพื่อน ส่วนใหญ่มาเที่ยว 2-3 ครั้ง แหล่ง

ท่องเที่ยวที่ต้องการคือโบราณสถาน/วัตถุ ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 ชั่วโมง ซึ่งส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Youtube, Line นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม และชำระเงินค่าใช้บริการด้วยเงินสด นอกจากนี้ ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยเข้าชมกิจกรรม นันทนาการฟรี/มีส่วนลดพิเศษ กรณีเป็นมาเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและมีความประทับใจศูนย์การเรียนรู้/การให้ข้อมูลข่าวสารส่วนความคิดเห็นการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ การให้บริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการรองลงมา คือ สถานที่สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม เหมาะสมกับเป็นแหล่งท่องเที่ยว และการวางโครงสร้างระบบการบริหารจัดการของเหมาะสม/สะดวกในการใช้บริการตามลำดับ

สุนทรีย์ รอดดิษฐ์ (2565) ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพโดยการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประวัติ วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนโดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ 2) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ และ 3) ศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ โดยชุมชนอย่างยั่งยืน ผลวิจัยพบว่า ชุมชนตำบลศรีเทพมีประชากรที่เป็นชาวบ้านที่อาศัยอยู่เดิมและมีการอพยพมาจากทางภาคอีสาน มีสำเนียงการพูดทั้งภาษาไทย และภาษาอีสาน เนื่องจาก มีแม่น้ำป่าสักไหลผ่าน ชุมชนส่วนใหญ่จึงมีวิถีชีวิตเกี่ยวข้องกับสายน้ำ การทำการเกษตร ไร่นาสวนผสม การจับปลา การแปรรูปปลา การจักสานไม้ไผ่ การทอเสื่อกก มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ คือ พิธีบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพ การเล่นนางสุม การเล่นผีนางควาย ชุมชนตำบลศรีเทพ มีทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพมาก ทั้งกิจกรรมประเพณี ศาสนสถาน ทรัพยากรท่องเที่ยวทางด้านภูมิปัญญา อาหารประจำถิ่น และแหล่งจำหน่ายสินค้าชุมชน การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพจะต้องพิจารณาถึงศักยภาพความดึงดูดใจ ศักยภาพการรองรับ การบริหารจัดการ ชุมชนควรมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน ติดตาม ประเมินผลจากการวางแผนพัฒนา ก็จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนได้

กันตชา ศรีอุทัย และองค์ บรรจุน (2564) ทำวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตวิถีบ้านต้นโพธิ์ จังหวัดปทุมธานี เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านต้นโพธิ์ในฐานะชุมชนโอทอปนวัตวิถี และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนสำหรับสร้างแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนโอทอปนวัตวิถี บ้านต้นโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในพื้นที่รับรู้ถึงการจัดตั้งโครงการชุมชนโอทอปนวัตวิถี แต่ไม่ใช่

ประชาชนทุกคนที่มีส่วนร่วมในโครงการนั้นเมื่อพิจารณาตามรูปแบบการมีส่วนร่วม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านการดำเนินงาน ด้านการรับผลประโยชน์และด้านการประเมินผล

ชวลีย์ ณ ถลาง (2564) ทำวิจัยเรื่อง “แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะช้าง จังหวัดตราด” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของเกาะช้างในด้านกายภาพและทรัพยากรธรรมชาติ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ข้อ 2) ศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะช้างในด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการการท่องเที่ยว และด้านตลาดการท่องเที่ยว และ 3) นำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะช้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) เกาะช้างมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวด้านกายภาพและทรัพยากรธรรมชาติแต่มีปัญหาเรื่องถนนที่ไม่เชื่อมรอบเกาะ มีศักยภาพด้านเศรษฐกิจ แต่มีปัญหาทำการประมงไม่ได้และนักท่องเที่ยวมาเที่ยวไม่ได้ระหว่างฤดูมรสุม ส่วนในฤดูร้อนซึ่งเป็นฤดูท่องเที่ยว ขาดแคลนน้ำจืด สำหรับการท่องเที่ยวและการเกษตร ปัญหาค่าครองชีพสูง เกาะช้างมีศักยภาพ ด้านสังคม แต่มีปัญหาจำนวนประชาชนและนักท่องเที่ยวมากเกินไปความสามารถของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมบนเกาะช้างจะรับได้ นับเป็นความท้าทายทั้งด้านสังคม และเป็นการเพิ่มปัญหา ด้านสิ่งแวดล้อม ในขณะที่เกาะช้างไม่มีศักยภาพ ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 2) เกาะช้างมีองค์ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนครบในด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริการการท่องเที่ยวและด้านตลาดการท่องเที่ยว และ 3) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะช้าง ได้แก่ 1) สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการ ส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) ส่งเสริมเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 3) สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน เน้นการขายเอกลักษณ์ของชุมชน และ 4) ประชาสัมพันธ์ผ่านระบบสารสนเทศออนไลน์ เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบในภาษาต่าง ๆ เพื่อขยายตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นพปฎล ธาระวานิช (2564) ทำวิจัยเรื่อง “การรับรู้ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ทั้งชั้นในและชั้นนอก 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์ และ 3) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์มีศักยภาพตรงกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในระดับมาก พฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่ง

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3 ด้านอยู่ในระดับมากและคุณภาพการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก

นฤมล ศรีสมบัติ (2563) ทำวิจัยเรื่อง “การดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย” วัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการอนุรักษ์และการบริหารจัดการเพื่อรักษาคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล (Outstanding Universal Value: OUV) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญในการดำรงสถานะคือ การมีระบบบริหารจัดการที่ชัดเจน การเฝ้าระวังและติดตามสถานภาพของแหล่งมรดก การสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน และการสร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยว

ธাত্রี มหันตรัตน์ และคณะ (2563) ทำวิจัยเรื่อง “ปัญหาทางกฎหมายกับการมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่นในการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก: นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงสภาพปัญหาทางกฎหมายกับการมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจุบันไม่มีกฎหมายเฉพาะเพื่อใช้สำหรับบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก ยังคงต้องอาศัยกฎหมายอื่นมาบังคับใช้เพื่อการบริหารจัดการในพื้นที่มรดกโลก 2) ชุมชนในพื้นที่ขาดการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพื้นที่จากพระราชบัญญัติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2535) ที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน ไม่มีบทบัญญัติรองรับสิทธิของชุมชนให้มีส่วนร่วมบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก 3) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ไม่สามารถใช้อำนาจบริหารจัดการพื้นที่เมืองมรดกโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้หลักการ กระจายอำนาจตามเจตนารมณ์ของบทบัญญัติรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้ ส่งผลให้เกิดปัญหาความขัดแย้งของหน่วยงานในพื้นที่และปัญหาอื่น ๆ ตามมาโดยมีอาจหลีกเลี่ยงได้ในการบริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

อนุรักษ์ ดีพิมาย (2563) ทำวิจัยเรื่อง “พัฒนาการทางวัฒนธรรมเมืองศรีเทพในฐานะเมืองตอนใน ช่วงก่อนพุทธศตวรรษที่ 19” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการทางวัฒนธรรมของเมืองศรีเทพ ในแต่ละช่วงเวลาตั้งแต่เริ่มปรากฏร่องรอยหลักฐานระยะแรกจนถึงช่วงก่อนพุทธศตวรรษที่ 19 และเพื่ออธิบายบทบาทและความสำคัญของเมืองศรีเทพในฐานะเมืองตอนในผ่านพัฒนาการทางวัฒนธรรมของเมืองศรีเทพ ผลการวิจัยพบว่า ลำดับพัฒนาการของเมืองศรีเทพได้เป็น 4 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 ประมาณพุทธศตวรรษที่ 9-10 ชุมชนระยะแรกสุดได้ตั้งถิ่นฐานขึ้นบริเวณพื้นที่เมืองในของเมืองศรีเทพ โดยปรากฏหลักฐานที่แสดงถึงประเพณีฝังศพพร้อมเครื่องอุทิศ และการติดต่อกับอินเดีย ชุมชนโบราณในภาคกลาง และพื้นที่ลุ่มแม่น้ำมูล ระยะที่ 2 พุทธศตวรรษที่ 11-13 พบว่ามีการอยู่อาศัยต่อเนื่องในพื้นที่เมืองใน และบุกเบิกพื้นที่เมืองนอก ในระยะนี้มีการปรากฏขึ้นของระบบกษัตริย์ และศาสนาฮินดูไวยาณพิกายน่าจะจะมี

บทบาทมาก โดยวัฒนธรรมอินเดีย พุทธัน เจนละ และทวารวดีช่วยพัฒนาลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม ทำให้เมืองศรีเทพกลายเป็นชุมทางตอนในด้านวัฒนธรรมที่สำคัญ ระยะเวลาที่ 3 พุทธศตวรรษที่ 13-15 ระบบการจัดการน้ำและพุทธสถานขนาดใหญ่สร้างขึ้นในสมัยนี้ งานศิลปกรรมส่วนใหญ่ล้วนสร้างขึ้นในคติพุทธศาสนาฝ่ายมหายาน ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางศิลปะกับอินเดีย ทวารวดี และบ้านเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในระยะนี้เมืองศรีเทพได้กลายเป็นเมืองที่ควบคุมเส้นทางตอนในร่วมกับเมืองเสมาและเมืองลพบุรี นับเป็นยุคสมัยแห่งความเจริญอย่างสูงสุดของเมืองศรีเทพ ระยะเวลาที่ 4 พุทธศตวรรษที่ 16-18 อิทธิพลเขมรสมัยเมืองพระนคร และศาสนาฮินดูไศวนิกายเข้ามาบทบาทมาก แสดงถึงความสัมพันธ์กับบ้านเมืองในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำมูล ซึ่งแทนที่เมืองเสมาในระบบการควบคุมเส้นทางตอนใน แต่ผลกระทบจากนโยบายการขยายอิทธิพลของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 น่าจะทำให้เมืองศรีเทพค่อย ๆ ลดบทบาทลง และทิ้งร้างไปในช่วงก่อนพุทธศตวรรษที่ 19

สุภาวดี จิตตะ (2563) ทำวิจัยเรื่อง “การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาด 4C’s เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านผู้บริโภค (Customer needs), ต้นทุน (Cost), ความสะดวก (Convenience) และการสื่อสาร (Communication) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือความสะดวกในการเดินทางและช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ซึ่งเป็นตัวผลักดันการตัดสินใจสูงสุด

วราภรณ์ ศิริกุล (2562) ทำวิจัยเรื่อง “การประเมินองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A’s ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัย 6A ได้แก่ Attraction, Accessibility, Amenity, Accommodation, Activity, Ancillary service ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า Attraction (แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า) และ Accessibility (การเข้าถึงสะดวก) เป็นปัจจัยหลักที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ขณะที่ Ancillary service (บริการสนับสนุน) ยังขาดความต่อเนื่อง

สมเกียรติ วัฒนศิริชัยกุล (2562) ทำวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก: กรณีศึกษา เมืองประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา” วัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อคงไว้ซึ่งคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล (OUV) ผลการวิจัยพบว่า การจัดการต้องอาศัยแผนแม่บทที่ชัดเจน การควบคุมการใช้พื้นที่ และการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์มรดกและการพัฒนาการท่องเที่ยว

สันติ พัฒน์พันธุ์ (2562) ทำวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาสังคมในการบริหารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาสังคมที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะการมีส่วนร่วมของ

ประชาสังคมในการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาสังคมในการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรเข้ามามีส่วนร่วมให้มากขึ้น โดยการกำหนดนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้สอดคล้องกับปัญหา ความต้องการของชุมชน และภาคประชาสังคม โดยเน้นให้ชุมชนสามารถจัดกิจกรรมบริหารการท่องเที่ยวโดยชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวให้น่าสนใจมากขึ้น และควรมีการสืบสานถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับชุมชน นักท่องเที่ยว และคนรุ่นหลังสืบทอดต่อไป

หทัยภัทร บุญชูดวง (2562) ทำวิจัยเรื่อง “มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมนาเกลือ ตำบลโคกขาม อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสาคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม และวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยที่บังคับใช้ในปัจจุบันว่าสามารถคุ้มครองภูมิทัศน์วัฒนธรรมนาเกลือได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ ผลการวิจัยพบว่า การนำแนวคิดเกี่ยวกับภูมิทัศน์วัฒนธรรมมาใช้จะสามารถบูรณาการการอนุรักษ์และคุ้มครองพื้นที่ ซึ่งมีความสำคัญทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมโดยการกำหนดแนวทางการอนุรักษ์และคุ้มครองที่เป็นรูปธรรมที่สามารถเชื่อมโยงและครอบคลุมทุกองค์ประกอบได้ นอกจากนี้ การคุ้มครองโดยมีแนวคิดบนฐานการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และธรรมชาติ โดยคำนึงถึงองค์ประกอบทางวัฒนธรรมและธรรมชาติจะทำให้ประสบความสำเร็จในการคุ้มครองทั้งความหลากหลายทางวัฒนธรรมของมนุษย์และความหลากหลายทางชีวภาพของธรรมชาติ ทั้งยังเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นและเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์, เสรี วงษ์มณฑา และชัชณะ เตชคณา (2561) ทำวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทาง การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ผลการวิจัยพบว่า เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่มีพร้อมทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การลงทุน ภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และด้านการท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความโดดเด่นเฉพาะตัว การศึกษาวิจัยนี้เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สืบเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก จำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามปลายปิด และปลายเปิด ใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตากต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ

ทางการท่องเที่ยว เรียงตามอันดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ตามลำดับ คือ ราคา ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยด้านการท่องเที่ยวทุก ๆ ด้าน ในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความสำคัญในระดับมากทั้งสิ้น

พรพรรณ โปร่งจิตร์ (2561) ทำวิจัยเรื่อง “นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเมืองบรีวาร: การถอดถอนจากการเป็นมรดกโลก” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและสาเหตุ ความเสี่ยงจากการถอดถอนการเป็นมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเพื่อศึกษาแนว ทางในการรักษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า แนวโน้มในการถอดถอน “นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองบรีวาร” จากการมรดกโลกของเป็นเรื่องที่มีความเสี่ยงอยู่ แต่ในกระบวนการขั้นตอนในการถอดถอนนั้น องค์การยูเนสโกไม่ได้มีความประสงค์จะถอดถอนโดยทันทีแต่จะตักเตือนเพื่อให้เกิดการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น แต่สิ่งสำคัญกว่านั้นคือการสร้างจิตสำนึกของคนไทย ความภาคภูมิใจ และการมีจิตสำนึก ร่วมกันต่อการอนุรักษ์และให้ความสำคัญกับโบราณสถานที่ทรงคุณค่า และเป็นมรดกที่ทางวัฒนธรรมที่แสดงความเป็นไทยมาจนถึงทุกวันนี้

วิภารัตน์ แสงสุวรรณ (2561) ทำวิจัยเรื่อง “การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ในการวางแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวชุมชน” วัตถุประสงค์เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของชุมชนท่องเที่ยว และเพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาที่เหมาะสม ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ SWOT ช่วยให้เห็นสภาพปัจจัยภายในและภายนอกอย่างชัดเจน ส่วนการใช้ TOWS Matrix สามารถพัฒนาเป็นกลยุทธ์เชิงรุก เชิงป้องกัน และเชิงแก้ไข เพื่อเสริมจุดแข็ง ลดจุดอ่อน ใช้ประโยชน์จากโอกาส และลดผลกระทบจากอุปสรรค

อัจฉรา ศรีสุวรรณ (2561) ทำวิจัยเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแหล่งมรดกโลก: กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย” วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า การจัดการแหล่งมรดกโลกต้องอาศัยความร่วมมือของหลายฝ่าย ทั้งหน่วยงานรัฐ ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว โดยการอนุรักษ์คุณค่าความเป็นมรดกโลกต้องดำเนินการไปพร้อมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ

กมลชนก จันทร์เกตุ (2560) ทำวิจัยเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณี ศึกษา: ชุมชนเกาะยอ จังหวัดสงขลา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนเกาะยอในปัจจุบันว่าเป็นอย่างไร มีความยั่งยืนหรือไม่ และปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน เพื่อการพัฒนาแนวทางด้านการจัดการการท่องเที่ยว อันนำไปสู่แนวทางการสร้างความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนเกาะยอ

จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนเกาะยอ ยังไม่เกิดความยั่งยืน เนื่องจากขาดความสมดุลในการพัฒนาทางด้านมิติของเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนเกาะยอ ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้นำ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากเครือข่ายภายนอก และปัจจัยด้านนโยบายมาตรการและกฎหมาย

ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ (2560) ทำวิจัยเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยาประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกด้านการคมนาคม 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 5) ด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว 6) ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป สามารถวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ ได้แก่ วางรากฐานพัฒนาและส่งเสริมมรดกวัฒนธรรมพระนครศรีอยุธยา เชิดชูเอกลักษณ์ชาติให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก ด้วยการบูรณาการเพื่อความยั่งยืน และ 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและฟื้นฟูทรัพยากรมรดกวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์พัฒนาคุณภาพสินค้า และการบริการทางการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเพื่อเป็นศูนย์กลางอาเซียน ยุทธศาสตร์ยกระดับการมีส่วนร่วมทางสังคมในแหล่งมรดกวัฒนธรรม และยุทธศาสตร์พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งแวดล้อม หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน สามารถนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวนี้ มากำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในส่วนที่รับผิดชอบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างการบูรณาการทุกภาคส่วนให้เกิดความยั่งยืน

พรลภัส อุณาพรหม (2560) ทำการวิจัยเรื่อง “การสื่อความหมายเนื้อหาแหล่งมรดกโลกนครประวัติศาสตร์อยุธยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกลวิธีการสื่อความหมายเนื้อหา และเพื่อเสนอแนะแนวทางการสื่อความหมายเนื้อหาที่เหมาะสม เน้นสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลักจาก 3 ประเภทองค์กร ได้แก่ แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม สถาบันการศึกษา และพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ภายในเขตพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและบริเวณโดยรอบ ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อความหมายในแง่การส่งสารไม่ประสบผลสำเร็จ ปัญหาเนื้อหาข้อมูลที่ใช้ในการสื่อความหมายไม่มีความชัดเจน และครอบคลุม เนื้อหาการเผยแพร่ภายในพื้นที่ขาดการ

นำเสนอข้อมูลคุณค่าโดดเด่นสากลในความเป็นแหล่งมรดกโลก ทั้งด้านกลวิธีการสื่อความหมาย ชาติความหลากหลายในวิธีการนำเสนอ และความน่าสนใจในเนื้อหาผ่านสื่อ มีก่อให้เกิดการรับรู้ และความเข้าใจ นำไปสู่ข้อเสนอแนะเรื่องการสื่อความหมายด้านเนื้อหาที่ควรมีความเชื่อมโยง และต่อเนื่องระหว่างเนื้อหาแต่ละบริบทที่เกี่ยวข้องเพื่อสามารถสื่อความสำคัญและความหมายที่แท้จริง และปรับเป็นแผนการสื่อความหมายให้เป็นในทิศทางที่เหมาะสมโอกาสต่อไป

มนีรัตน์ สุขเกษม และนุชนันดร ภาพสมุทร์ (2560) ทำวิจัยเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน: เมืองมรดกโลก-มรดกวัฒนธรรมมีชีวิต กรณีศึกษา เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน:เมืองมรดกโลก-มรดกวัฒนธรรมมีชีวิต: กรณีศึกษา เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร และเพื่อนำไปสู่การบูรณาการการจัดการพื้นที่แหล่งมรดกโลกกับบริบทของมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลวิจัยพบว่า เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเชิงบูรณาการที่มีประสิทธิภาพและการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

ปณยา อักษร (2560) ทำวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาด 4C's รูปแบบการดำเนินชีวิตและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อเสื้อผ้าชุดทำงานผ่านเว็บไซต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาด 4C's รูปแบบการดำเนินชีวิตและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อเสื้อผ้าชุดทำงานผ่านเว็บไซต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การตลาด 4C's ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนและด้านความสะดวกรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันที่ระดับต่ำ

ศรินันท์ พงษ์นิรันดร์ และคณะ (2559) ทำวิจัยเรื่อง “แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ วิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนา งานด้านการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวของอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา มีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ 1) สิ่งดึงดูดใจด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้ บริการอย่างเพียงพอและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะดวก 2) ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ คือ ที่พักแรม ร้านอาหารเครื่องดื่ม และธุรกิจนำเที่ยว แต่รถรับจ้าง/รถโดยสารมีให้บริการค่อนข้างน้อย มีปัญหาเกี่ยวกับการบุกรุกที่ดินโดยภาคเอกชน แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กลับมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านทางท่องเที่ยวในระดับมาก

3) แนวทางในการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวควรออกระเบียบ ข้อบังคับเพื่อเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวควรจัดระบบคมนาคมและการสัญจรให้ชัดเจน พร้อมกับทำป้ายบอกทางให้ถูกต้องและติดตั้งเป็นระยะ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรจัดให้มีการบริการที่ครอบคลุมและทั่วถึง ด้านความปลอดภัย ควรจัดระบบรักษาความปลอดภัยในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ควรทำการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งเพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดตั้งเป็นคณะกรรมการดำเนินการ วางแผนการกำหนดแนวปฏิบัติ การติดตามและประเมินผลการดำเนินการต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่

ปริณดา ลาปะ (2558) ทำวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกชมธรรมชาติ ในด้านการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้พาหนะรถยนต์ส่วนบุคคล ความถี่ในการท่องเที่ยวมากกว่า 6 ครั้ง/ปี ช่วงระยะ เวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นแบบไปเช้า-เย็นกลับ ถ้าพักค้างคืน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พักที่โรงแรม/รีสอร์ท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว แต่ละครั้งต่ำกว่า 10,000 บาท สินค้าที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือสินค้าที่ระลึก อาหารพื้นบ้านที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือขนม สินค้าที่ระลึกที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือพวงกุญแจ เครื่องจักสานที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้าน คือ กระเป๋า เครื่องปั้นดินเผาที่นิยมเลือกซื้อกลับบ้านคือกระถางต้นไม้ดินเผา การเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะเดินทางมากับครอบครัวและญาติ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

อนุรักษ์ ดีพิมาย (2557) ทำวิจัยเรื่อง “โบราณสถานเขาคลังนอก: ลำดับอายุสมัยและแนว คิดในการก่อสร้าง” มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดเรียงลำดับสมัยและศึกษาแนวคิดในการก่อสร้างโบราณสถานเขาคลังนอก มหาสุปแห่งเมืองศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) โบราณสถานเขาคลังนอกมีการก่อสร้างในช่วงสมัยที่สำคัญ 2 สมัย คือ 1) สมัยแรกสร้าง เจดีย์ประธานและเจดีย์บริวาร อาจสร้างขึ้นในช่วงพุทธศตวรรษที่ 14-15 และ 2) สมัยที่มีการซ่อมแปลงให้เจดีย์ประธานหันหน้าไปยังทิศตะวันตก อาจเกิดขึ้นในช่วงพุทธศตวรรษที่ 15-19 ก่อนที่จะทิ้งร้างไปในช่วงในช่วงพุทธศตวรรษที่ 19 เช่นเดียวกับเมืองศรีเทพ 2) แนวคิดในการก่อสร้างทั้ง 2 สมัย คือ 1) มีการเลือกที่ตั้งในพื้นที่ที่สามารถสร้างศาสนสถานขนาดใหญ่ได้และมีความสัมพันธ์กับแกนทิศของโบราณสถานอื่น ๆ รวมทั้งมีลักษณะมณฑลจักรวาลของพุทธศาสนamahayana ปรากฏในแผนผังของเจดีย์ประธานและแผนผังรวม และ 2) มีการให้ความสำคัญกับทิศตะวันตก

อย่างมาก ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับการนับถือพระอมิตาภะและสวสวรรค์สุขาวดี รวมทั้งเขาถมอรัตน์ 3) โบราณสถานเขาคลังนอกอาจเป็นตัวแทนของความเจริญรุ่งเรืองทางด้านการค้าและศาสนาของเมืองศรีเทพในช่วงพุทธศตวรรษที่ 14-15 เนื่องจากเป็นโบราณสถานขนาดใหญ่ที่ต้องใช้ทรัพยากรในการสร้างสูงและมีความซับซ้อนทางด้านแผนผังมากที่สุดในสมัยทวารวดี

ศิวพงศ์ สีเสียดงาม (2556) ทำวิจัยเรื่อง “ศิลปกรรมในวัฒนธรรมเขมรที่เมืองศรีเทพ อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องราวในประเด็นต่าง ๆ ของศิลปกรรมเนื่องในวัฒนธรรมเขมรที่เมืองศรีเทพ ผลการวิจัยพบว่า ศิลปกรรมในวัฒนธรรมเขมรที่เมืองศรีเทพ อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ มี 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มเทวรูปสวามหมวกทรงกระบอกเมืองศรีเทพกลุ่มนี้อยู่ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 13 ถึงราวต้นพุทธศตวรรษที่ 14 โดยมีลักษณะเฉพาะตัวและแรงบันดาลใจทางด้านรูปแบบจากศิลปะไพรกเมงกัมพะพระในเขมรและศิลปะทวารวดีในภาคกลางของประเทศไทย เทวรูปพระกฤษณะในโควรรณะ ควรสร้างขึ้นในช่วงราวพุทธศตวรรษที่ 13 โดยมีลักษณะเฉพาะถิ่นและรับแรงบันดาลใจมาจากวัฒนธรรมทวารวดีเทวรูปพระสุริยะที่เมืองศรีเทพ องค์ที่ 3 มีอายุอยู่ในช่วงปลายพุทธศตวรรษที่ 14 ถึงต้นพุทธศตวรรษที่ 15 ในขณะที่กลุ่มพระพุทธรูป พระโพธิสัตว์จากเมืองศรีเทพและภาพสลักบนถ้ำถมอรัตน์มีอายุอยู่ในช่วงราวกลางพุทธศตวรรษที่ 13-ช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 15 โดยได้รับอิทธิพลจากทวารวดีภาคกลาง และมีความสัมพันธ์กับพระพุทธรูปและพระโพธิสัตว์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมไปถึงกลุ่มประติมากรรมสำริดบริเวณที่ราบสูงโคราชและศิลปะเขมรช่วงก่อนเมืองพระนคร 2) ปราสาทศรีเทพ ปราสาทสองพี่น้อง รวมถึงทับหลังจากเมืองศรีเทพมีอายุอยู่ในช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 17-ปลายพุทธศตวรรษที่ 17 ทั้งนี้ในส่วนของปราสาทฤๅษีนั้น คงทำได้เพียงกำหนดอายุราวกลางพุทธศตวรรษที่ 16-กลางพุทธศตวรรษที่ 17 และ 3) จากหลักฐานทางด้านศิลปกรรม จารึก และโบราณคดีย่อมแสดงให้เห็นว่าในช่วงเวลาพุทธศตวรรษที่ 12 ถึงต้นพุทธศตวรรษที่ 16 นั้น วัฒนธรรมเขมรสมัยก่อนเมืองพระนครและวัฒนธรรมทวารวดีได้เจริญขึ้นอย่างมากภายในเมืองศรีเทพ ก่อนที่วัฒนธรรมเขมรจะเริ่มเจือจางลงโดยวัฒนธรรมแบบทวารวดียังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งเริ่มเสื่อมความนิยมและสลายหายไปในช่วงปลายพุทธศตวรรษที่ 16 เป็นต้นมาโดยมีวัฒนธรรมเขมรสมัยเมืองพระนครเข้ามาแทนที่อย่างสิ้นเชิง ทั้งนี้ศึกษาหลักฐานทางด้านจารึกร่วมกับศิลปกรรมบ่งชี้ว่าเมืองศรีเทพอาจไม่เกี่ยวข้อง กับ “ศรีจนาศะ” อีกทั้งพอที่จะกล่าวได้ว่า เมืองศรีเทพปรากฏร่องรอยของการนับถือบูชาพระสุริยะหนาแน่นที่สุดและเชื่อว่าภายในเมืองศรีเทพอาจจะบูชาพระสุริยะในฐานะเทพชั้นรองในลัทธิไวษณพนิกายเท่านั้น

งานวิจัยต่างประเทศ

Rusnak, et al. (2024) ได้ศึกษาเรื่อง “การสำรวจผลกระทบของบริบททางวัฒนธรรมด้านสถาปัตยกรรมในเมืองยุโรป: การจัดการมรดกโลกให้ยั่งยืน (Exploring the impact of cultural context on eye-tracking studies of architectural monuments in selected European cities: Sustainable heritage management) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบที่กำหนดหรือปรับปรุงแล้วมีผลกับสถาปัตยกรรมในเมืองผลการวิจัยพบว่า บริบททางวัฒนธรรมด้านสถาปัตยกรรมยังคงมีภาพลักษณ์ตามรูปแบบและวัตถุประสงค์เดิมของเมืองในโซนยุโรป (ปารีส โรม ลอนดอน เบอร์ลิน เดรสเดน ดอร์ทมุน) แต่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางวัฒนธรรมยังมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของสถาปัตยกรรม

UNESCO (2024) เอกสาร Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention วัตถุประสงค์เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์และกระบวนการตั้งแต่การเสนอชื่อ การขึ้นทะเบียน ไปจนถึง “หลังการขึ้นทะเบียน” เพื่อคงไว้ซึ่งคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล (OUV) โดยเน้นระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ความแท้จริง/ความครบถ้วน (Authenticity/Integrity) การติดตามสถานภาพ (State of Conservation) และการรายงานตามรอบ (Periodic Reporting) ผลการสรุปชี้ว่า การดำรงสถานะขึ้นอยู่กับกลไกการจัดการ-ติดตามอย่างต่อเนื่อง การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการตอบสนองต่อความเสี่ยงอย่างเป็นระบบหลังการขึ้นทะเบียน

Wang, et al. (2024) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลและกระบวนการของนวัตกรรมที่อิงมรดกทางวัฒนธรรม ณ แหล่งท่องเที่ยว” (Influencing factors and formation process of cultural inheritance-based innovation at heritage tourism destinations (HTDs) Tourism Management) มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าใจความสัมพันธ์ที่ขัดแย้งกันระหว่างการอนุรักษ์มรดกและนวัตกรรมของมรดกทางวัฒนธรรม เช่น ทำลายประเพณีเพื่อสร้างความทันสมัย การปฏิบัติไม่เหมาะสม ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมของมรดกทางวัฒนธรรม (CIBI) มีอิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อม การปกครอง ภาคเอกชนและภาครัฐ เงื่อนไขการจัดการตามนวัตกรรมของมรดกทางวัฒนธรรมควรที่จะ ต้องมีการขยายกรอบการทำงาน ณ แหล่งท่องเที่ยว และประยุกต์ใช้กระบวนการที่ได้จากผลการวิจัย รวมถึงส่งเสริมการบริหารจัดการตาม CIBI ที่แหล่งท่องเที่ยวมรดกต่าง ๆ

Abungu, et al. (2023) ได้ศึกษาเรื่อง “Legislative and Administrative Implementation of the 1970 UNESCO Convention by African States” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารอบกฎหมายและการบังคับใช้สนธิสัญญา UNESCO 1970 ในประเทศแอฟริกา ผลการวิจัยพบว่าหลายประเทศยังขาดความพร้อมในการจัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลโดยตรง รวมถึงขาดฐานข้อมูลและ

กลไกติดตามการค้าโบราณวัตถุผิดกฎหมาย ส่งผลให้การบังคับใช้กฎหมายยังไม่เต็มประสิทธิภาพ และจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับ INTERPOL และองค์การพิพธิภัณฑ์ระหว่างประเทศ

UNESCO & ICOM (2022) ได้ศึกษาเรื่อง “The Role of Museum and Cultural Heritage Professionals in the Fight against Illicit Trafficking” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทของพิพธิภัณฑ์ เจ้าหน้าที่ด้านมรดกวัฒนธรรม และหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายในการป้องกันและปราบปรามการลักลอบค้าโบราณวัตถุ ผลการวิจัยพบว่าความร่วมมือแบบสหวิชาชีพระหว่างพิพธิภัณฑ์ ตำรวจ และศาล รวมทั้งการใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบ ID-Art ของ INTERPOL ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตาม ตรวจสอบ และป้องกันการสูญหายของโบราณวัตถุได้อย่างมีนัยสำคัญ

Ibrahim Mohamad Syahrul Nizam (2021) ทำวิจัยเรื่อง “ศึกษาเกี่ยวกับความตระหนักของชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับสถานะอุทยานธรณีโลกลังกาวิของยูเนสโก: กรณีเมืองกัมปุงปาดัง ปูเตห์ ลังกาวิ ประเทศมาเลเซีย (The local community awareness on Langkawi UNESCO Global Geopark status: Case of Kampung Padang Puteh, Langkawi, Malaysia)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ของชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับอุทยานธรณีและค้นหาการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการวิจัยพบว่า เมืองกัมปุง ปาดัง ปูเตห์ เป็นหมู่บ้านตั้งอยู่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของเกาะลังกาวิ ประเทศมาเลเซีย ซึ่งได้รับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากตั้งอยู่กึ่งกลางระหว่างชายหาด Pantai Tengah และ Pantai Cenang ส่งผลให้มีโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้น ทั้งโมเทล โรงแรม ร้านอาหาร และแผงขายอาหาร และชุมชนท้องถิ่นของกัมปุง ปาดัง ปูเตห์ มีความรู้เกี่ยวกับอุทยานธรณีในระดับปานกลาง

Paraskevaidis and Weidenfeld (2021) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้และคาดการณ์ความถูกต้องของสถานที่ท่องเที่ยวของผู้มาเยือนเป็นสัญญาณ: การวิเคราะห์ตามแนวคิด Peircean” (Perceived and projected authenticity of visitor attractions as signs: A Peircean semiotic analysis) มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบการรับรู้ถึงความถูกต้องของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อความน่าเชื่อถือของสัญลักษณ์และดัชนีชี้วัดสถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยว และผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตระหนักถึงความถูกต้องที่เกี่ยวกับสัญลักษณ์และดัชนีชี้วัดเพื่อส่งเสริมการตลาด จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการนำไปปรับใช้ในการออกแบบ และ/หรือปรับปรุงเนื้อหาที่มีอยู่ให้มีความถูกต้อง

Rosaria Rita Canale (2019) ทำวิจัยเรื่อง “การเป็นแหล่งมรดกโลกของยูเนสโก มีอิทธิพลต่อการมาเยือนของนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือไม่: กรณีศึกษาในอิตาลี (Do UNESCO World Heritage Site Influence International Tourist arrivals? Evidence from Italian Provincial Data) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผ่านเทคนิคข้อมูลแผงแบบไดนามิกถึงผลกระทบของแหล่งมรดกโลกของยูเนสโกที่มีต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลวิจัยพบว่า แหล่งมรดกโลกของยูเนสโกมีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนอิตาลี เนื่องจากการได้รับรางวัลมรดกโลก พฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อม และการเปิดรับตลาดภายนอก ซึ่งเป็นการยืนยันถึงบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเจ้าของพื้นที่ และที่ได้รับการรับรองโดยยูเนสโกซึ่งดีกว่าการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป

José Álvarez-García (2019) ได้ศึกษาเรื่อง “มรดกทางวัฒนธรรมและพื้นฐานการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาภูมิภาค การทำแผนที่ความคุ้มครองทางวิทยาศาสตร์” (Cultural Heritage and Tourism Basis for Regional Development: Mapping of Scientific Coverage) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามรดกทางวัฒนธรรมและพื้นฐานการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาภูมิภาคการทำแผนที่ความคุ้มครองทางวิทยาศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาประเภทนี้ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาได้กลายเป็นเครื่องมือให้คำปรึกษาที่มีค่าสำหรับการเรียนรู้ใหม่ ๆ ของนักวิจัย เนื่องจากการวิเคราะห์นี้แสดงภาพ รวมโดยละเอียดของวิวัฒนาการและสถานะปัจจุบันของหัวข้อภายใต้การศึกษา ด้วยวิธีนี้มีข้อมูลดังต่อไปนี้ ผู้เขียนที่มีประสิทธิผลมากที่สุดขึ้นอยู่กับการอ้างอิงและเอกสารที่ผลิตวารสารหลักที่มีความสนใจอยู่ในสิ่งพิมพ์ของหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องและประเทศและสถาบันที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องการวิจัยหมื่นคนอื่น ๆ

Siamak Seyfi (2019) ได้ศึกษาเรื่อง “สำรวจประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าจดจำ” (Exploring Memorable Cultural Tourism Experiences) มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าจดจำ ผลการวิจัยพบว่า การศึกษานี้พยายามที่จะให้ข้อมูลเชิงลึกใหม่ ๆ เกี่ยวกับการตีความและความเข้าใจในอาณาจักรอันกว้างใหญ่ของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำโดยการดึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในบริบทของปารีส รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพตามหลักการของทฤษฎีเหตุผลและปัจจัยสนับสนุน

Xiaojuan Yu and Honggang Xu (2019) ได้ศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบมรดกทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยว โครงสร้างชั้นหนึ่งจากกรอบการวิเคราะห์ไตรภาคี” (Cultural Heritage Elements in Tourism: a Tier Structure from a Tripartite Analytical Framework) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบมรดกทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยว โครงสร้างชั้นหนึ่งจากกรอบการวิเคราะห์ไตรภาคี ผลการวิจัยพบว่า ผลลัพธ์เหล่านี้มีนัยยะสำคัญของการจัดการ

จุดหมายปลายทางที่ก่อตั้งขึ้นไม่ค่อยให้ความสำคัญกับความต้องการและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวมากนัก และผู้จัด การจุดหมายปลายทางส่วนใหญ่จัดการกับการตลาดและการจัดการเชิงผลิตภัณฑ์ การรู้ประสบการณ์การท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้จัดการจุดหมายปลายทางเนื่องจากเป็นแนวทางในการให้บริการแก่ผู้เข้าชมที่มีประสบการณ์และมีความซับซ้อนมากขึ้น สิ่งนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับจุดหมายปลายทางเหล่านั้นซึ่งขึ้นอยู่กับ การซื้อซ้ำ อาจเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ว่ามันเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำทุกครั้งเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยี่ยมชมจุดหมายปลายทางอีกครั้ง ดังนั้นการบริหารจัดการจุดหมายปลายทาง จำเป็นต้องจัดการประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการเยี่ยมชมต่อไปโดยเน้นเฉพาะการสร้าง ความผูกพัน เพื่อส่งเสริมความทรงจำที่เป็นบวกของการเยี่ยมชม รวมทั้งการแสวงหาเพื่อพัฒนาแนวทางการตลาดความสัมพันธ์ระยะยาว

Andres Artal-Tur (2018) ได้ศึกษาเรื่อง “การท่องเที่ยวกิจกรรมทางวัฒนธรรม และความยั่งยืนในภูมิภาคเมดิเตอร์เรเนียนของสเปน วิธีการที่ชาญฉลาด” (Tourism, Cultural Activities and Sustainability in the Spanish Mediterranean Regions: a Probit Approach) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวกิจกรรมทางวัฒนธรรมและความยั่งยืนในภูมิภาคเมดิเตอร์เรเนียนของสเปน ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในวงกว้างได้กลายเป็นกลไกสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมาในระดับยุโรป การท่องเที่ยวประเภทนี้ไม่เพียง แต่ให้รายได้ในระดับที่สูงขึ้นไปยังจุดหมายปลายทางในยุโรป แต่ยังช่วยส่งเสริมคุณภาพเพิ่มขึ้นและความยั่งยืนในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่น การศึกษานี้มุ่งเน้นไปที่การระบุปัจจัยบางอย่างที่ส่งเสริมการปรากฏตัวของนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมใน 5 สถานที่ท่องเที่ยวริมทะเลที่จัดตั้งขึ้นในสเปน

Greg Richards (2018) ได้ศึกษาเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การทบทวนงานวิจัย และแนวโน้มล่าสุด” (Cultural Tourism: a Review of Recent Research and Trends) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การทบทวนงานวิจัยและแนวโน้มล่าสุด ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งได้พัฒนาไปสู่สาขาวิชาที่กำหนดไว้อย่างดี ซึ่งครอบคลุมมุมมองหลากหลายสาขาวิชา การมองโลกในแง่ดีที่แสดงในการเติบโตในอนาคตของความต้องการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรายงาน UNWTO (2018) ทำให้แทบจะมั่นใจได้ว่าสาขานี้จะยังคงขยาย ในบางแง่มุมการเติบโตนี้อาจบ่อนทำลายการเชื่อมโยงกันของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นวัตถุประสงค์การศึกษา เนื่องจากเส้นการไต่สวนยังคงมีความแตกต่างกัน ติดตามการกระจายตัวและความหลากหลายของอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในระดับหนึ่งการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ก่อให้เกิดกลุ่มย่อยที่ประสบความสำเร็จจำนวนมาก

Santa-Cruz and López-Guzmán, T. (2017) ได้ศึกษาเรื่อง “วัฒนธรรมการท่องเที่ยวและแหล่งมรดกโลก” (Culture, tourism and world heritage sites) มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการกำหนด WHS กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า การให้เมืองหรือพื้นที่บางแห่งได้รับการจัดประเภทแหล่งมรดกโลกโดย UNESCO นอกเหนือจากการยอมรับทางวัฒนธรรมและพันธุกรรมในการอนุรักษ์โดยหน่วยงานของรัฐและผู้ประกอบการแล้ว ยังควรได้รับความร่วมมือในการจัดการพื้นที่ให้ถูกต้องและร่วมกันพัฒนาแหล่งมรดกโลก และที่สำคัญต้องปกป้องและบำรุงรักษาของคนรุ่นต่อ ๆ ไป

Fevzi Okumus (2012) ได้ศึกษาเรื่อง “โอกาสของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตุรกี” (Journal of Hospitality Marketing and Management) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโอกาสของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตุรกี ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตุรกีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถช่วยให้ตุรกีบรรลุความได้เปรียบในการแข่งขันที่โดดเด่น จำนวนของข้อสรุปเกิดขึ้นจากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้นพบว่าตุรกีมีวัฒนธรรมที่หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ทรัพยากร การประเมินการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของฮิวจ์ (2002) ตุรกีมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและความสามารถที่หลากหลายเพื่อให้นักท่องเที่ยวในรูปแบบขององค์ประกอบพื้นฐานของชีวิตประจำวันการปฏิบัติงานชุดท้องถิ่นสถาปัตยกรรมงานฝีมือ, ประวัติศาสตร์, สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ภาษา ศาสนา ประเพณี หอศิลป์ เพลง อาหารท้องถิ่น โรงละคร พิพิธภัณฑ์ กิจกรรม เทศกาล งานแสดงสินค้าชุมชนท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง นักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจที่จะเยี่ยมชมตุรกีสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมมากมายข้างต้นหรืออาจเลือกเพียงหนึ่งสถานที่ทางวัฒนธรรมหรือเหตุการณ์ในความสัมพันธ์กับเวลา ตุรกีมีทรัพยากรทั้งในอดีตและปัจจุบัน

Helms, M. & Nixon, J. (2010) บทความทบทวน “Exploring SWOT analysis—where are we now?” สรุปการใช้ SWOT ในงานวิชาการทศวรรษก่อนหน้า ข้อดี-ข้อจำกัด และแนวพัฒนาวิธี (เช่น การถ่วงน้ำหนัก/จัดลำดับความสำคัญ) เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งของผลลัพธ์เชิงกลยุทธ์ ช่วยยืนยันบทบาทของ SWOT/TOWS ในการสังเคราะห์กลยุทธ์เชิงหลักฐาน

Aas, C., Ladkin, A., & Fletcher, J. (2005) ทำการวิจัยเรื่อง “Stakeholder Collaboration and Heritage Management” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวในเมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก ผลการวิจัยพบว่า ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชน และองค์กรระหว่าง

ประเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลกมีประสิทธิภาพ และสามารถรักษาคูณค่าโดดเด่นทางวัฒนธรรมควบคู่กับการพัฒนาการท่องเที่ยว

Yoon, Y. & Uysal, M. (2005) ทำการวิจัยเรื่อง “An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจเชิงผลัก (Push) และเชิงดึง (Pull) ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความพึงพอใจส่งผลโดยตรงต่อความจงรักภักดีในการกลับมาเยือนและการบอกต่อ ซึ่งเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของความพึงพอใจในพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Buhalis, D. (2000) ทำการวิจัยเรื่อง “Marketing the Competitive Destination of the Future” ตีพิมพ์ใน Tourism Management โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารอบแนวคิดสำหรับการทำการตลาดและการพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ผลการวิจัยเสนอองค์ประกอบสำคัญ 6 ประการ (6A) ได้แก่ Attractions, Accessibility, Amenities, Available Packages/Activities, Ancillary Services และ Accommodation ซึ่งเป็นตัวกำหนดศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว งานวิจัยนี้ถือเป็นกรอบอ้างอิงสำคัญในการวิเคราะห์ความครบถ้วนของการพัฒนาจุดหมายปลายทาง

Scheyvens, R. (1999) ทำการวิจัยเรื่อง “Ecotourism and the Empowerment of Local Communities” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและบทบาทของชุมชนในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการวิจัยเสนอกรอบแนวคิดการเสริมพลัง (Empowerment Framework) 4 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม/จิตวิญญาณ และการเมือง ซึ่งใช้เป็นเกณฑ์วัดความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลการศึกษาเน้นว่าการเสริมพลังชุมชนเป็นปัจจัยหลักที่นำไปสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว

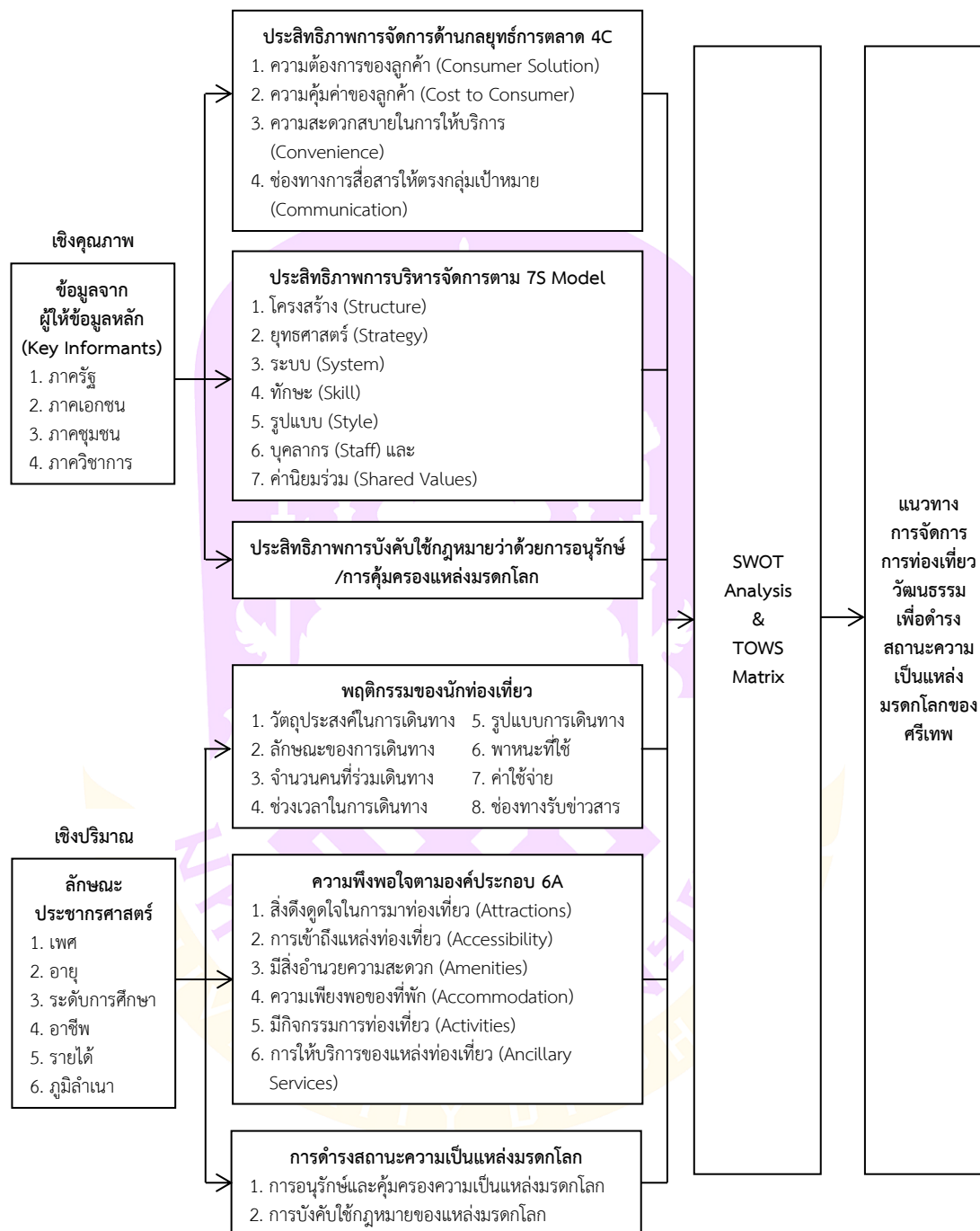
Richards, G. (1996) ทำการวิจัยเรื่อง “Cultural Tourism in Europe” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจรูปแบบการพัฒนาและลักษณะของการท่องเที่ยววัฒนธรรมในภูมิภาคยุโรป ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็วและมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์วัฒนธรรม การท่องเที่ยวประเภทนี้ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาและมีกำลังซื้อสูง อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และความแตกต่างของจุดหมายปลายทาง งานวิจัยนี้จึงถือเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการทำความเข้าใจบทบาทของการท่องเที่ยววัฒนธรรมในระดับนานาชาติ

Lauterborn, R. (1990) ทำวิจัยเรื่อง “New Marketing Litany: Four P’s Passé; C-Words Take Over” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับกรอบแนวคิดการตลาดจาก 4P (Product, Price, Place, Promotion) ที่เน้นผู้ผลิต ไปสู่ 4C’s (Consumer wants and needs, Cost to satisfy, Convenience, Communication) ที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภคมากขึ้น ผลการวิจัยและการนำเสนอแนวคิดพบว่า การตลาดยุคใหม่ต้องมุ่งตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค คำนึงถึงต้นทุนที่ลูกค้ารับรู้ความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า และการสื่อสารสองทางมากกว่าการโฆษณาเชิงเดียว

Weirich, H. (1982) บทความ “The TOWS Matrix—A Tool for Situational Analysis” นำเสนอเมทริกซ์ TOWS เพื่อเชื่อมโยงปัจจัยภายนอก (โอกาส-อุปสรรค) กับปัจจัยภายใน (จุดแข็ง-จุดอ่อน) ให้เกิดชุดกลยุทธ์ SO, ST, WO, WT อย่างเป็นระบบ ผลงานนี้เป็นฐานวิธีวิจัยเชิงกลยุทธ์ที่ยังใช้แพร่หลายในการวางแผนขององค์กรและแหล่งท่องเที่ยว

Peters, T., Waterman, R., & Phillips, J. (1980) ทำการศึกษาภายใต้บทความ “Structure Is Not Organization” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายว่าการจัดการองค์กรไม่สามารถพึ่งพาโครงสร้างอย่างเดียวได้ แต่ต้องพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ที่สัมพันธ์กัน ซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็นกรอบแนวคิด McKinsey 7S Model ประกอบด้วย แก๊ซเป็น Structure, Strategy, Systems, Skills, Style, Staff และ Shared Values ผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพต้องพิจารณาปัจจัยทั้ง 7 ด้านอย่างสมดุล โดย Shared Values เป็นหัวใจสำคัญในการเชื่อมโยงองค์ประกอบอื่น ๆ ให้สอดคล้องกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 54 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ เป็นการศึกษาแบบผสม (Mixed Methods Research) ประกอบด้วยการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางและขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว หรือผู้แทนจากที่ได้รับมอบหมายจำนวน 30 คน ประกอบด้วย

1. ภาครัฐ จำนวน 5 คน
 - 1.1 ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบูรณ์
 - 1.2 นายอำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์
 - 1.3 นายกองค์การบริหารส่วนตำบล
 - 1.4 วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบูรณ์
 - 1.5 สำนักศิลปากรที่ 4 ลพบุรี
2. ภาคเอกชน จำนวน 10 คน
 - 2.1 ผู้แทนจากธุรกิจโรงแรม จำนวน 2 คน
 - 2.2 ผู้แทนจากธุรกิจอาหาร จำนวน 2 คน
 - 2.3 ผู้แทนจากธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก หรือ OTOP จำนวน 2 คน
 - 2.4 ผู้แทนจากธุรกิจการท่องเที่ยวจำนวน 2 คน
 - 2.5 ผู้แทนจากธุรกิจเช่าชุด จำนวน 1 คน

- 2.6 ผู้แทนจากธุรกิจยานยนต์ จำนวน 1 คน
3. ภาคชุมชน จำนวน 10 คน
 - 3.1 ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้นำชุมชนอำเภอศรีเทพ จำนวน 1 คน
 - 3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้นำชุมชนตำบลศรีเทพ จำนวน 1 คน
 - 3.3 ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้นำชุมชนเมืองโบราณศรีเทพ จำนวน 4 คน
 - 3.4 ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้นำชุมชนเขาค้างนอก จำนวน 2 คน
 - 3.5 ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้นำชุมชนเขาคมมอรัตน์ จำนวน 2 คน
4. นักวิชาการ จำนวน 5 คน ได้แก่
 - 4.1 นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และด้านโบราณคดี จำนวน 2 คน
 - 4.2 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 1 คน
 - 4.3 นักวิชาการด้านการตลาดและ/หรือการสื่อสารประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน
 - 4.4 นักวิชาด้านวัฒนธรรม จำนวน 1 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Questions) สำหรับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยมุ่งเปิดโอกาสให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ แบบสัมภาษณ์ถูกพัฒนาจากการศึกษา เอกสารทางวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งได้รับข้อเสนอแนะจาก คณะกรรมการที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้เนื้อหามีความเหมาะสม ครอบคลุมประเด็นสำคัญ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย นอกจากนี้ ได้มีการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อยืนยันว่าข้อคำถามมีความครอบคลุมและสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ครบถ้วน

แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก

1. ชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. ตำแหน่ง หรือหน่วยงาน
3. วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์
4. เวลาเริ่มและจบการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยมีประเด็นคำถามหลัก ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการตามกลยุทธ์การตลาด 4C's ของ Kotler (พัชรนันท์ ตั้งวรรณวิทย์ และคณะ, 2567)

1.1 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า (Consumer Solution)

1.2 วิธีการกำหนดราคาค่าเข้าชม ราคาสินค้า OTOP ที่จัดจำหน่าย ราคาอาหาร และ/หรือ ราคาค่าบริการ ราคาโปรโมชั่น เพื่อเพิ่มความคุ้มค่า (Cost to Consumer)

1.3 ประสิทธิภาพและความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)

1.4 ช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (Communication)

2. ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการตาม 7S Model (McKinsey 7S Framework) ของ McKinsey (สุภาวดี วิวัฒน์เวคิน, 2560)

2.1 โครงสร้าง (Structure) องค์กรที่รับผิดชอบการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกศรีเทพ มีลักษณะการทำงานแบบรวมศูนย์หรือกระจายอำนาจ หรือมีการทำงานแบบเครือข่าย (Network Organization)

2.2 ยุทธศาสตร์ (Strategy) องค์กรมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อคงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก หรือมีแนวทางด้านนวัตกรรมในการจัดการท่องเที่ยวและอนุรักษ์แหล่งมรดก

2.3 ระบบ (System) ประสิทธิภาพของระบบการบริหารจัดการที่มีอยู่ หรือมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการจัดการและควบคุมแหล่งมรดกโลก

2.4 ทักษะ (Skill) บุคลากรที่เกี่ยวข้องมีความเชี่ยวชาญเพียงพอในการดูแลและอนุรักษ์แหล่งมรดก หรือมีโครงการพัฒนาทักษะหรือฝึกอบรมเพิ่มเติมให้เจ้าหน้าที่ และ/หรือผู้มีส่วนได้เสีย

2.5 รูปแบบ (Style) การบริหารจัดการในองค์กรมีการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น หรือแนวคิดหรือแนวทางการปฏิบัติในการทำงานเกี่ยวกับแหล่งมรดกโลก

2.6 บุคลากร (Staff) ความเพียงพอของบุคลากรต่อการปฏิบัติหน้าที่ในแหล่งมรดกโลก ศักยภาพของบุคลากรต่อการปฏิบัติงาน หรือการจัดสรรบุคคลามีความเหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติ

2.7 ค่านิยมร่วม (Shared Values) มีค่านิยมร่วมขององค์กร หลักการในการทำหน้าที่ไปในทิศทางเดียวกัน

3. การดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก

3.1 การอนุรักษ์และความคุ้มครองความเป็นแหล่งมรดกโลก มีมาตรการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลก หรือกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์และความคุ้มครองความเป็นแหล่งมรดกโลก และมีการติดตาม ตรวจสอบ หรือประเมินสภาพโบราณสถานอย่างสม่ำเสมอ

3.2 การบังคับใช้กฎหมาย ปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมาย ช่องว่างกฎหมาย
 ควรปรับปรุงหรือเพิ่มมาตรการทางกฎหมาย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การประสานงานและขออนุญาต

ผู้วิจัยติดต่อเพื่อขอข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และจัดทำหนังสือราชการ
 จากมหาวิทยาลัยพะเยา (ถ้าร้องขอ) เพื่อรับรองการเข้าพื้นที่และดำเนินการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งมอบ
 แบบฟอร์มแสดงความยินยอม (Informed Consent) ให้ผู้ให้ข้อมูลลงนามก่อนการสัมภาษณ์

2. การเก็บข้อมูลภาคสนาม

ผู้วิจัยลงพื้นที่ตามวันและเวลาที่ได้นัดหมายกับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยระหว่างการสัมภาษณ์
 มีการจดบันทึกและบันทึกเสียงตลอดกระบวนการ ทั้งนี้ ผู้วิจัยแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลทราบและได้รับความ
 ยินยอมก่อนการบันทึกเสียงทุกครั้ง

3. การรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์

ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์จะถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปวิเคราะห์ตาม
 กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้วิธี การวิเคราะห์เนื้อหา (Content
 Analysis) จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing)

ด้านกายภาพ: ผู้วิจัยบันทึกเสียงและจดบันทึกระหว่างการสัมภาษณ์ จากนั้นถอดความเป็น
 ลายลักษณ์อักษร และจัดเก็บอย่างเป็นระบบ เพื่อความพร้อมในการวิเคราะห์ โดยยังคงรักษา
 ความหมายและอารมณ์ของข้อมูลต้นฉบับ

ด้านเนื้อหา: นำข้อมูลดิบจากการสัมภาษณ์มาจัดเรียง จัดหมวดหมู่ และเปรียบเทียบตาม
 ประเด็นสำคัญ เช่น การบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม ประสิทธิภาพตามกรอบ 4C's และ 7S
 รวมถึงมาตรการคงสถานะมรดกโลก เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์และสาระสำคัญของข้อมูล

2. การแสดงข้อมูล (Data Display)

ข้อมูลที่ได้จากการจัดระเบียบจะนำเสนอในรูปแบบ ตาราง สรุปประเด็น และการพรรณนา
 เชิงวิเคราะห์ เพื่อให้เห็นภาพรวมชัดเจนและเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดการวิจัย

3. การสรุป ตีความ และตรวจสอบ (Conclusion, Interpretation, Verification)

ผู้วิจัยทำการสรุปผล วิเคราะห์ และตีความข้อมูลโดยเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย พร้อมตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูล หากพบข้อมูลไม่สมบูรณ์หรือไม่สอดคล้อง ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือและครอบคลุม

การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล (Data Verification)

เพื่อยืนยันความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้ การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ตามแนวทางของ Denzin (1970) และ สุกงศ์ จันทวานิช (2533) ดังนี้

1. การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูล จากหลายมิติ กล่าวคือ ด้านเวลา- ข้อมูลที่ได้ในช่วงเวลาต่างกันให้ผลเหมือนกันหรือไม่ ด้านสถานที่- ข้อมูลที่ได้จากพื้นที่ต่างกันสอดคล้องกันหรือไม่ และด้านบุคคล- เมื่อเปลี่ยนผู้ให้ข้อมูล ข้อมูลยังคงมีสาระสำคัญเหมือนเดิมหรือไม่

2. การตรวจสอบด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) ใช้ผู้วิจัยหลายคนในการเก็บ และวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำผลมาเปรียบเทียบเพื่อลดอคติส่วนบุคคล

3. การตรวจสอบด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) ใช้แนวคิดหรือทฤษฎีที่แตกต่างกัน มาตีความข้อมูล เพื่อดูว่าผลการตีความมีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

หากพบว่าข้อมูลไม่สมบูรณ์หรือไม่ตรงประเด็น ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้ผลการศึกษามีความครบถ้วน เมื่อข้อมูลถูกต้องครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาสรุป และวิเคราะห์โดยใช้ SWOT Analysis และ TOWS Matrix เพื่อนำเสนอ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยว วัฒนธรรมเพื่อคงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 488,842 คน ซึ่งเป็นข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม 2567 ถึงเดือน ธันวาคม 2567 (อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2567)

สำหรับกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) จากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเพื่อความเชื่อมั่นที่ 95% และความผิดพลาดที่ ± 5 โดยการใช้สูตรทาร์โร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973, pp. 886-887)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) ประกอบด้วยลักษณะประชากร พฤติกรรมการท่องเที่ยว ระดับความพึงพอใจ ต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A และระดับความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์และความคุ้มครอง ความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ รวมถึงการบังคับใช้กฎหมายที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ โดยใช้แบบสอบถามลักษณะแบบปลายปิด (Closed-End Questionnaires) และแบบสอบถามแบบ ปลายเปิด (Open-End Questionnaires) โดยแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (นักท่องเที่ยวชาวไทย) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา โดยคำตอบจะเป็นแบบตัวเลือก (Check List) ให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ ศรีเทพ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะของการเดินทาง จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง ช่วงเวลา ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทางมีวัตถุประสงค์ เช่น พักค้างคืน พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อ 1 คน และช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว โดยคำตอบจะเป็นแบบตัวเลือก (Check List) ให้เลือกตอบ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวอุทยาน ประวัติศาสตร์ศรีเทพตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) การให้บริการ (Ancillary Services)

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการอนุรักษ์/การคุ้มครอง และการบังคับ ใช้กฎหมายที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ระดับความพึงพอใจและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยใช้การวัดข้อมูลประเภท อันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert Scale (Kris Piroj, 2018) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ/ความคิดเห็นมากที่สุด	=	5 คะแนน
ระดับความพึงพอใจ/ความคิดเห็นมาก	=	4 คะแนน
ระดับความพึงพอใจ/ความคิดเห็นปานกลาง	=	3 คะแนน
ระดับความพึงพอใจ/ความคิดเห็นน้อย	=	2 คะแนน
ระดับความพึงพอใจ/ความคิดเห็นน้อยที่สุด	=	1 คะแนน

การใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560)

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5 - 1)}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

กำหนดเกณฑ์คะแนนการแปลผลค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ/ความคิดเห็น ดังนี้

4.21-5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.41-4.20	หมายถึง	ระดับมาก
2.61-3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.81-2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00-1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงความเป็นมรดกโลกของศรีเทพ จะใช้ลักษณะแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) โดยนักท่องเที่ยวสามารถเขียนข้อเสนอแนะต่าง ๆ ได้

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Content Validity) ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือ ดังนี้

1.1 กำหนดผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ (Judgmental Process) จำนวน 5 คน

1.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และปรับปรุงเนื้อหาตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตามข้อ 1.1 ทดสอบความตรงของเนื้อหา (A Test of Validity) ตามเกณฑ์การพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC ของ Rovinelli & Hambleton (วิไลวรรณ วรรณศรี, 2564) เพื่อให้น้ำหนักความสอดคล้องและความเหมาะสมตามกรอบแนวคิด

1.3 นำความเห็นของผู้เชี่ยวชาญตามข้อ 1.2 ทำการพิจารณาคำตัดสิน IOC มีเกณฑ์ ดังนี้
 ให้คะแนน +1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์
 ให้คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
 ให้คะแนน -1 หมายถึง ไม่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์

1.4 นำผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 มาคำนวณหาคำตัดสินความสอดคล้อง IOC โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปตามสูตร (ธีระ รุญเจริญ, 2563) ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

R คือ คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ 5 คน

เกณฑ์การพิจารณาเลือกคำถามที่มีความตรง (กิตติพงษ์ พิพิธกุล, 2561)

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง คัดเลือกไว้ใช้ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ควรมีการปรับปรุง แก้ไขหรือตัดทิ้ง ได้ค่า ผลการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (IOC: Item-Objective Congruence Index) ได้ค่า IOC = 0.85

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

2.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ตรวจสอบความเชื่อมั่นก่อนการนำไปใช้จริง (Try Out) โดยทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างทดลองที่คล้ายคลึงกับประชากรที่จะทำการศึกษา จำนวน 30 คน

2.2 นำข้อมูลที่ได้มาทำการคำนวณหาความเชื่อมั่นหรือความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามในการทดสอบความเชื่อถือ จะเลือกเฉพาะส่วนที่สามารถนำมาตีเป็นค่าคะแนน ได้โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ใช้ในส่วนของคำถามที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) หรือมาตราวัดทัศนคติต่าง ๆ ที่ให้น้ำหนักคะแนนในแต่ละข้อเป็น 5 4 3 2 1 เป็นต้น (กิตติพงษ์ พิพิธกุล, 2561)

2.3 นำข้อมูลที่ได้มาคำนวณโดยใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป SPSS สำหรับเกณฑ์การยอมรับการทดสอบค่าความเที่ยงหรือค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Test of Reliability) ตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป (กิตติพงษ์ พิพิธกุล, 2561) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.95

3. การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

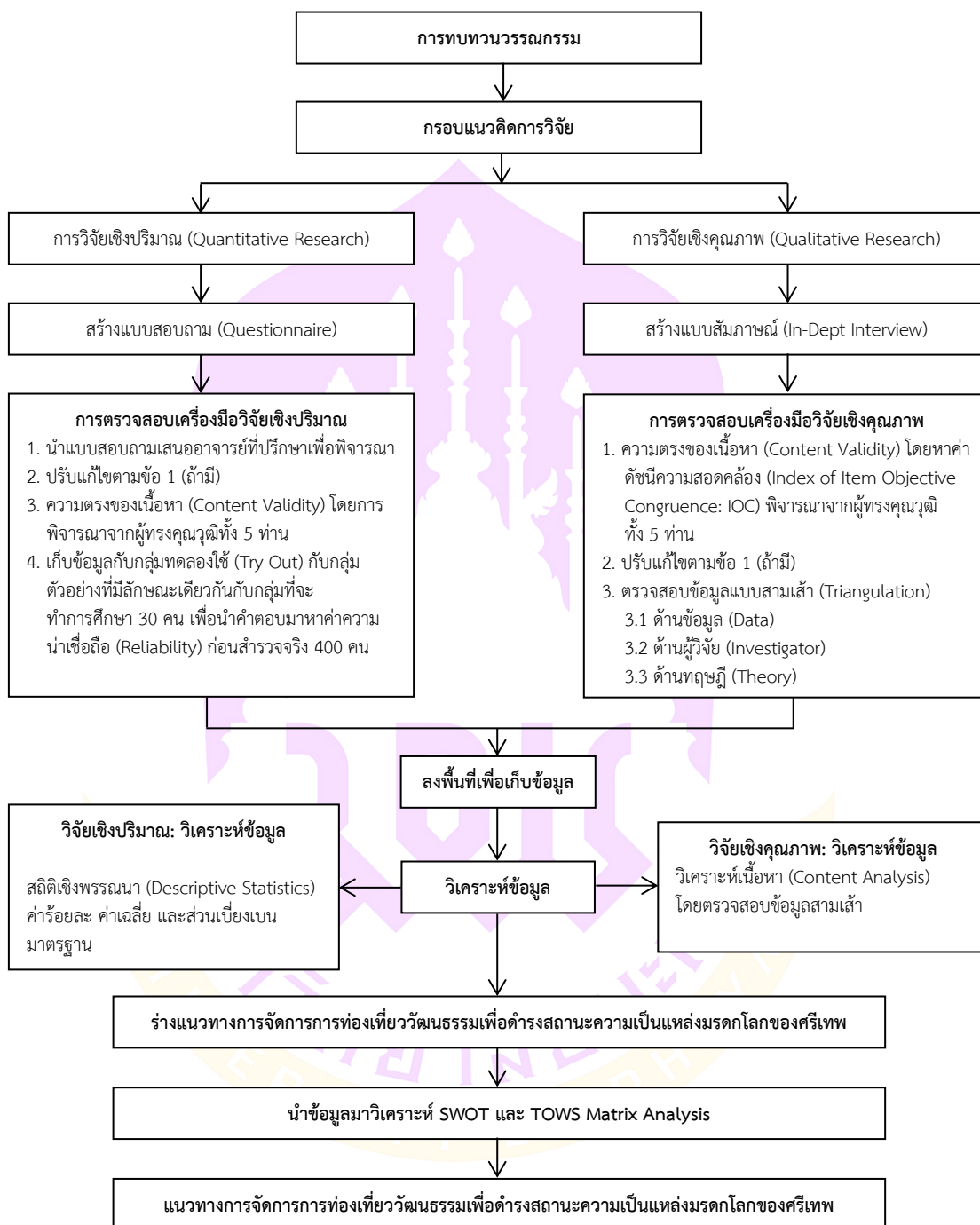
ผู้วิจัยเก็บข้อมูลคำตอบและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จำนวน 400 คน ที่ตอบแบบสอบถาม (Questionnaires) เกี่ยวกับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์แจกแจงความถี่ (Frequency) ของข้อความถาม ประกอบด้วย จำนวน (Number) และร้อยละ (Percentage) โดยใช้ในการอธิบายความหมายของข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนความพึงพอใจและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ใช้การแจกแจงจำนวน (Number) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้การวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert Scale (Kris Piroj, 2018)



สรุปขั้นตอนการวิจัย



ภาพ 55 สรุปขั้นตอนการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ” มีวัตถุประสงค์ 5 ข้อ กล่าวคือ 1) เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพการจัดการด้านกลยุทธ์การตลาด 4C's ของแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ 2) เพื่อสำรวจประสิทธิภาพการจัดการตามหลัก 7S Model เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก 3) เพื่อประเมินประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์และความคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเพื่อสำรวจความรับผิดชอบต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ 4) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัฒนธรรมแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ และ 5) เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก

ผู้วิจัยใช้วิจัยแบบผสม (Mixed Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์การตลาดตามกรอบแนวคิด 4C's Model (Consumer Solution, Cost to Consumer, Convenience, Communication) และเพื่อสำรวจประสิทธิภาพการจัดการตามหลัก 7S Model (Structure, Strategy, System, Skill, Style, Staff และ Shared Values) เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก รวมถึงเพื่อประเมินประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสำรวจความรับผิดชอบต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ ตามแนวคิดการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลก และการบังคับใช้กฎหมายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มาประกอบการวิเคราะห์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจรอบด้านเกี่ยวกับบริบทการจัดการพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง หรือผู้แทนที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ในประเด็นดังกล่าวไม่น้อยกว่า 1 ปี เว้นแต่ระดับผู้เชี่ยวชาญ ระดับผู้นำชุมชน และระดับผู้บริหารจังหวัดที่ได้รับการแต่งตั้งโยกย้ายให้มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพน้อยกว่า 1 ปี

ในการเก็บข้อมูลภาคสนามใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งจากภาครัฐ เอกชน ชุมชน และนักวิชาการ รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 ราย ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพโดยตรงและโดยอ้อม ดังนี้

1. ภาครัฐ (Government Segment) จำนวน 5 คน
 - 1.1 ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบูรณ์
 - 1.2 นายอำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์
 - 1.3 นายกองค์การบริหารส่วนตำบลศรีเทพ
 - 1.4 วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบูรณ์
 - 1.5 สำนักศิลปากรที่ 4 ลพบุรี (อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ)
2. ภาคเอกชน (Private Segment) จำนวน 10 คน
 - 2.1 ผู้แทนจากธุรกิจโรงแรม จำนวน 2 คน
 - 2.2 ผู้แทนจากธุรกิจอาหาร จำนวน 2 คน
 - 2.3 ผู้แทนจากธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก หรือ OTOP จำนวน 2 คน
 - 2.4 ผู้แทนจากธุรกิจการท่องเที่ยวจำนวน 2 คน
 - 2.5 ผู้แทนจากธุรกิจเช่าชุด จำนวน 1 คน
 - 2.6 ผู้แทนจากธุรกิจยานยนต์ จำนวน 1 คน
3. ภาคชุมชน (Community Segment) จำนวน 10 คน
 - 3.1 ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้นำชุมชนอำเภอศรีเทพ จำนวน 1 คน
 - 3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้นำชุมชนตำบลศรีเทพ จำนวน 1 คน
 - 3.3 ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้นำชุมชนเมืองโบราณศรีเทพ จำนวน 4 คน
 - 3.4 ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้นำชุมชนเขาค้างนอก จำนวน 2 คน
 - 3.5 ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้นำชุมชนเขาคมอรัตน์ จำนวน 2 คน

4. นักวิชาการ (Academic Segment) จำนวน 5 คน ได้แก่

- 4.1 นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และด้านโบราณคดี จำนวน 2 คน
- 4.2 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 1 คน
- 4.3 นักวิชาการด้านการตลาดและ/หรือการสื่อสารประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน
- 4.4 นักวิชาด้านวัฒนธรรม จำนวน 1 คน

คำถามการวิจัย มี 3 ข้อ ดังนี้

1. การบริหารจัดการด้านกลยุทธ์การตลาด 4C's ของแหล่งมรดกโลกศรีเทพ มีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร
2. การนำหลักการบริหารจัดการ 7S Model มาใช้ในการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก มีประสิทธิภาพ หรือไม่ อย่างไร
3. การบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่ อย่างไร

คำถามวิจัยข้อที่ 1

การบริหารจัดการด้านกลยุทธ์การตลาด 4C's ของแหล่งมรดกโลกศรีเทพ มีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร

ผลการสัมภาษณ์การวิจัยเชิงคุณภาพ

การบริหารจัดการด้านกลยุทธ์การตลาด 4C's ของแหล่งมรดกโลกศรีเทพ ยังไม่มีประสิทธิภาพอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะในด้านการสื่อสาร และความสะดวกในการเข้าถึง ที่ยังไม่มีการใช้เทคโนโลยี หรือแนวคิดเชิงสร้างสรรค์เข้ามาอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ ทุกภาคส่วนต่างมีข้อเสนอแนะที่สอดคล้องกันในด้านความจำเป็นของการพัฒนาเชิงรุก และการสร้างระบบร่วม (Co-management) เพื่อให้กลยุทธ์การตลาดสามารถสนับสนุนการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าได้อย่างยั่งยืน

1. กลยุทธ์การตลาด 4C's Model

1.1 ผู้บริโภค (C1 – Consumer Solution) โดยภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพส่วนใหญ่มีความสนใจในด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และคุณค่าความเป็นมรดกโลก โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาระดับอุดมศึกษา และกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความพร้อมด้านเวลาและรายได้ ขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่เริ่มให้ความสนใจเชิงลึกต่อเนื้อหาทางโบราณคดีผ่านการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น รหัสคิวอาร์ (QR Code) ระบบเสมือนจริง (AR/VR) และแพลตฟอร์มการเล่าเรื่อง (Storytelling Platform) อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพยังขาดความพร้อมและประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ

ผลการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1.1.1 ภาครัฐ (Government Segment)

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักในภาคราชการ (จำนวน 5 ราย) พบว่า การบริหารจัดการด้านกลุ่มลูกค้าของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีแนวโน้มที่ดีในเชิงนโยบาย แต่ยังมีข้อจำกัดในเชิงปฏิบัติ โดยเฉพาะในด้านการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลจากภาครัฐ กลุ่มเป้าหมายหลักของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา นักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยเฉพาะผู้สนใจประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนถึงทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเชิงวิชาการและเชิงอนุรักษ์ นอกจากนี้ หน่วยงานราชการยังมีความพยายามในการเปิดช่องทางการสื่อสาร เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และไลน์กลุ่ม เพื่อให้ประชาชนสามารถเสนอแนะ แสดงความคิดเห็น หรือร้องเรียนเกี่ยวกับการบริการ อันเป็นกลไกสำคัญของการมีส่วนร่วม อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายยังระบุถึงข้อจำกัด ด้านการออกแบบบริการให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ เช่น ครอบครัว ผู้สูงอายุ และชาวต่างชาติ ซึ่งยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกและแนวทางการสร้างประสบการณ์เฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างเช่น การให้ข้อมูลหลายภาษา การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความสนใจ หรือการบริการที่รองรับผู้พิการ แม้จะมีแผนติดตั้งทางลาดวีลแชร์ในปี 2568 แต่ยังไม่ครอบคลุมในปัจจุบัน ขณะเดียวกันการสนับสนุนช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น OTOP ผ่านช่องทางออนไลน์ และการส่งเสริมการพัฒนาระบบที่พักที่มีความหลากหลายทั้งด้านราคาและขนาด แสดงถึงการตระหนักถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในมิติของความสะดวกสบาย และการเข้าถึงบริการอย่างทั่วถึง อย่างไรก็ตาม อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพยังไม่มีการพัฒนาเนื้อหาและบริการให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวเหล่านี้อย่างเป็นระบบ

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มีเจตนารมณ์ที่ชัดเจนในเชิงนโยบาย และมีความพยายามในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์การท่องเที่ยววัฒนธรรมที่หลากหลาย แต่ (1) ขาดการบริหารเชิงกลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการ เช่น การจัดหมวดหมู่กลุ่มลูกค้าอย่างเป็นระบบ (2) ขาดการพัฒนาเนื้อหาหลายภาษา (3) ขาดการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างประสบการณ์เรียนรู้ และ (4) ขาดการออกแบบบริการแบบ Inclusive Tourism ที่ครอบคลุมผู้พิการ ผู้สูงอายุ และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

1.1.2 ภาคเอกชน (Private Segment)

ผลการสัมภาษณ์จากภาคเอกชน (Private Segment) จำนวน 10 ราย พบว่า

1) นักท่องเที่ยวที่มาอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อปานกลางถึงสูง เช่น นักเดิน ทางสายวัฒนธรรม ผู้สูงอายุ และครอบครัว ต้องการให้อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ส่งเสริมให้มีการพัฒนาแหล่งบริการรอบพื้นที่ เช่น ร้านอาหาร ร้านของฝาก ที่พัก หรือกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดลูกค้า และเน้นเรื่องประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญ

โดยมองว่าหากนักท่องเที่ยวพึงพอใจ ก็จะกลับมาและช่วยประชาสัมพันธ์ต่อ นอกจากนี้ ภาคเอกชนมีมุมมองเชิงบวกต่อศักยภาพของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีกำลังซื้อปานกลางถึงสูง เช่น นักเดินทางสายวัฒนธรรม ครอบครัว ผู้สูงอายุ และกลุ่ม Niche Market ที่สนใจด้านโบราณคดี วัฒนธรรม และความเชื่อ

2) ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนไปจากการเที่ยวชมแบบทั่วไป เป็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) หลายรายเสนอให้อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพพัฒนากิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีปฏิสัมพันธ์ เช่น immersive experiences, AR/VR, storytelling, หรือการแต่งกายย้อนยุค เพื่อให้ตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการ “คุณค่าเชิงจิตใจและวัฒนธรรม” มากกว่าการเยี่ยมชมทางกายภาพ

3) ความสำคัญของ “บริบทโดยรวม” อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพพบว่า ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไม่ได้ขึ้นกับตัวโบราณสถานเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงสิ่งแวดล้อมโดยรวม เช่น ร้านอาหารท้องถิ่น การเข้าถึงแหล่งข้อมูล บริการที่พัก หรือความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน

4) นักท่องเที่ยวมีความหลากหลายในพฤติกรรมและความต้องการ ผู้ประกอบการโรงแรม ร้านอาหาร และบริการเดินทางต่างเห็นพ้องว่า กลุ่มลูกค้าที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มีหลายกลุ่ม ตั้งแต่ผู้เดินทางระยะสั้น นักเรียน นักวิชาการ จนถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติ การให้บริการจึงต้องมีความยืดหยุ่นและตอบโจทย์เฉพาะกลุ่ม เช่น การจัดแพ็คเกจครอบครัว เมนูเฉพาะกลุ่ม หรือราคาพิเศษสำหรับนักเรียน

5) การสื่อสารและข้อมูลยังไม่เพียงพอ หลายรายวิจารณ์ว่าเว็บไซต์ของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ยังขาดข้อมูลสำคัญ เช่น แผนที่จุดท่องเที่ยวใกล้เคียง หรือการให้บริการที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้ ส่งผลให้ลูกค้าไม่สามารถวางแผนทริปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถึงแม้จะมีความเห็นร่วมหลายประการ แต่ข้อมูลสะท้อนให้เห็นถึงมุมมองที่แตกต่างในบางประเด็น อาทิ มุมมองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก - กลุ่มผู้ประกอบการนำเที่ยว พบว่า อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพควรมุ่งเน้นกลุ่ม Niche Market ที่มีความเข้าใจเชิงลึกด้านประวัติศาสตร์ ขณะที่ผู้ประกอบการโรงแรมและรถโดยสาร มองว่ากลุ่มหลักยังเป็น “นักเดินทางผ่าน” หรือ “ลูกค้าระยะสั้น” ซึ่งให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสม ความสะดวก และความรวดเร็ว มากกว่าประสบการณ์เชิงลึก

6) ความเชื่อมโยงทางจิตวิญญาณกับพื้นที่ กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าความเชื่อ มองว่าแหล่งมรดกศรีเทพสามารถตอบสนอง “ความต้องการเชิงจิตวิญญาณ” ของลูกค้า เช่น การบูชาหินมงคล และพิธีกรรม ในขณะที่ผู้ประกอบการทั่วไป เช่น ร้านอาหารหรือโรงแรม เน้นประสบการณ์ทางกายภาพและบริการเชิงสาธารณะมากกว่า

สรุปได้ว่า ภาคเอกชนมีความเข้าใจเชิงลึกต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถเสนอแนวทางในการพัฒนาบริการให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ยังไม่สามารถบูรณาการข้อมูลเชิงพฤติกรรมจากผู้ประกอบการเหล่านี้มาใช้วางกลยุทธ์เชิงรุก ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากยังขาดกลไกการมีส่วนร่วมเชิงระบบ ที่จะนำความเข้าใจของภาคเอกชนมาใช้ในการกำหนดนโยบายการตลาดอย่างแท้จริง ดังนั้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ควรมีการพัฒนา Public-Private Partnership (PPP) ที่ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความต้องการ และการออกแบบบริการร่วมกัน

1.1.3 ภาคชุมชน (Community Segment)

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มชุมชน 10 ราย พบว่า กลุ่มชุมชนมีความเข้าใจอย่างชัดเจนถึงประเภทของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ และมีความคาดหวังว่านักท่องเที่ยวจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน ผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น

1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามที่ชุมชนรับรู้

ชุมชนให้ข้อมูลตรงกันว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถจำแนกออกเป็น

3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1.1) นักท่องเที่ยวครอบครัวและกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา – มักมาแบบ

หมู่คณะ เน้นการเรียนรู้และความรู้ทางวัฒนธรรม

1.2) นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ – โดยเฉพาะในพื้นที่

เขตรมอรัตน์ ที่มีลักษณะศักดิ์สิทธิ์ และรองรับกลุ่มผู้แสวงบุญ

1.3) Niche Group และนักท่องเที่ยวต่างชาติ – เช่น นักโบราณคดี

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ และนักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลแบบปากต่อปาก

2) ความคาดหวังของชุมชนต่อลูกค้า

ชุมชนต้องการให้นักท่องเที่ยว มีบทบาทสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น เช่น การซื้อสินค้าพื้นถิ่น อาหาร ของที่ระลึก การเข้าร่วมกิจกรรมวัฒนธรรม และการพักค้างในโฮมสเตย์

นักท่องเที่ยวควรได้รับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมเชิงลึก เช่น การนำเที่ยวโดยไกด์ท้องถิ่น การฟังเรื่อง รวบรวมโบราณคดี และการสัมผัสกับความเชื่อท้องถิ่น รวมถึงอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพควรส่งเสริมบทบาทของชุมชนในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยตรง ผ่านกิจกรรมการสาธิต และ Storytelling เพื่อสร้างความประทับใจ

ขณะที่ ปัญหาการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ใช้เวลานานในพื้นที่ นักท่องเที่ยวไม่ได้รับข้อมูลอย่างเพียงพอ เนื่องจากการจัดการที่ดี ไม่มีเจ้าหน้าที่ ไม่มีไกด์ ไม่มีสื่อ การรวมกลุ่มของชุมชน เช่น กลุ่มอาหารพื้นบ้าน กลุ่มหัตถกรรม ซึ่งช่วยเสริมสร้างอาชีพ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพควรขยายความสำคัญจาก “เมืองโบราณ” ไปสู่พื้นที่อื่น ซึ่งยังขาดการสนับสนุน

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวเป็น “กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น” ที่สำคัญ โดยผ่านการบริโภคสินค้าและบริการในชุมชน เช่น การซื้อของพื้นถิ่น การเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม และการพักค้างในโฮมสเตย์ พร้อมทั้งมีความคาดหวังว่านักท่องเที่ยวควรได้รับ “ประสบการณ์เชิงลึก” ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ศรีเทพ เช่น การฟังเรื่องเล่าโบราณคดีจากไกด์ท้องถิ่น การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการเข้าถึงมิติทางศรัทธาในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ แม้การบริหารจัดการด้าน “กลุ่มลูกค้า” ของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพยังขาดความพร้อมในหลายมิติ อาทิ ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ที่นั่งพัก รมควัน และห้องน้ำ ขาดข้อมูลให้บริการที่เพียงพอ ไม่มีมัคคุเทศก์ หรือไม่มีเจ้าหน้าที่ประจำ เพื่อให้ความรู้ที่เหมาะสม การพัฒนาและประชาสัมพันธ์ยังมุ่งเน้นเฉพาะ “เมืองโบราณศรีเทพ” โดยละเลยพื้นที่รอบข้างที่มีศักยภาพ เช่น เขาค้างนอก และเขามอรัตน์ นอกจากนี้ ชุมชนยังเสนอให้มีการ ส่งเสริมบทบาทของคนในท้องถิ่น ในฐานะผู้ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น Storytelling การสาธิตภูมิปัญญา และการจัดนิทรรศการ เพื่อสร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่ผู้มาเยือน

1.1.4 นักวิชาการ (Academic Segment)

ผลการสัมภาษณ์นักวิชาการจำนวน 5 ราย พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ควรถูกมองเพียงในฐานะ “ผู้ชม” หรือ “ผู้มาเยือน” แต่ควรถูกออกแบบให้เป็น “ผู้รับรู้คุณค่า” ของแหล่งมรดกโลกทั้งในด้านโบราณคดี วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และภูมิทัศน์วัฒนธรรมของศรีเทพอย่างลึกซึ้ง

นักวิชาการเห็นตรงกันว่ากลุ่มเป้าหมายของแหล่งมรดกโลกศรีเทพสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะจากยุโรปและเอเชีย เช่น จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย ซึ่งให้ความสนใจในวัฒนธรรมและแหล่งมรดกโลกเป็นพิเศษ และนักท่องเที่ยวชาวไทย: โดยเฉพาะครอบครัว นักเรียน นักศึกษา และข้าราชการ ซึ่งมีความสนใจด้านประวัติศาสตร์ และกิจกรรมวัฒนธรรม สำหรับกลุ่มเป้าหมายรองยังรวมถึง พระภิกษุ กลุ่มเปราะบาง และประชาชนในท้องถิ่น ที่มีบทบาทในฐานะเจ้าของพื้นที่และผู้มีส่วนได้เสียในกิจกรรมท่องเที่ยว

นักวิชาการเสนอแนวทางสำคัญในการจัดการนักท่องเที่ยว เช่น การสร้างความเข้าใจเชิงคุณค่า ควรออกแบบกิจกรรมตีความ เช่น นิทรรศการแบบมีชีวิต (Living Exhibition) การเล่าเรื่องด้วยไกด์ผู้เชี่ยวชาญ และการใช้สื่อเสมือน (AR/VR) เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ลึกซึ้ง การใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อสาร เช่น การพัฒนาเว็บไซต์เฉพาะของแหล่งมรดกโลก และ

แอปพลิเคชันที่มีเนื้อหาเชิงปฏิสัมพันธ์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: นักวิชาการเน้นย้ำว่า ไม่ควรให้ความสำคัญเฉพาะ “นักท่องเที่ยว” แต่ควรมองอย่างเป็นระบบ โดยรวมถึงชุมชน เจ้าหน้าที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในฐานะ “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย” ขณะเดียวกัน ยังมีข้อจำกัดสำคัญ อาทิ ขาดกลไกการสื่อสารและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน การบริการในพื้นที่ยังไม่พร้อม เช่น ขาดห้องน้ำ จุดพักผ่อน รถรางช่วงเทศกาล และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลในจุดท่องเที่ยวหลัก ข้อมูลออนไลน์จากหน่วยงานหลัก เช่น เว็บไซต์กรมศิลปากร ยังล้าสมัย ขาดระบบแสดงความคิดเห็น และไม่เอื้อต่อการเข้าถึงสินค้า OTOP

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ โดยเฉพาะในมิติของการสร้างคุณค่า ประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แม้จะมีความพยายามในการดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมและเทคโนโลยี แต่ขาดการออกแบบเชิงระบบที่เชื่อมโยง “ลูกค้า” กับ “คุณค่าทางวัฒนธรรม” อย่างลึกซึ้ง พร้อมทั้งยังขาดกลไกการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการจัดการแหล่งมรดกโลกอย่างยั่งยืน จึงควรจัดการเชิงกลยุทธ์ในด้านนี้ โดยเน้นการตีความและการสื่อสารคุณค่าควบคู่ไปกับการสร้างระบบสื่อสารร่วมกับชุมชน เพื่อทำให้ลูกค้าไม่เพียงเป็น “ผู้บริโภคบริการท่องเที่ยว” แต่เป็น “ผู้เรียนรู้และผู้ร่วมอนุรักษ์” มรดกโลกศรีเทพอย่างแท้จริง

1.2 ราคา (C2-Cost to Consumer) ภาพรวมพบว่า ทุกกลุ่มเห็นตรงกันว่า “ความคุ้มค่า” เป็นแกนกลางของการยอมรับด้านราคา โดยต้องคำนึงถึงคุณภาพของประสบการณ์ที่ได้รับ ต้นทุนแฝง และการสนับสนุนจากภาครัฐมากกว่าการขึ้นราคาค่าเข้าชมเพียงอย่างเดียว และไม่เห็นด้วยหากมีการปรับราคาค่าเข้าอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ขณะที่การบริหารจัดการในเมืองโบราณศรีเทพนั้นไม่มีความพร้อม ส่วนเขาคถึ้นนอก และเขาคถึ้นนอกไม่มีการเก็บค่าเข้าชม

1.2.1 ภาครัฐ (Government Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีมุมมองต่อ “ราคา” ไม่เพียงในแง่ของค่าธรรมเนียมเข้าชม แต่ยังมองในมิติของ “ความคุ้มค่าโดยรวม” ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากประสบการณ์และบริการ

1) การกำหนดราคาค่าเข้าชมและนโยบายที่เกี่ยวข้อง-ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่า ภาครัฐใช้มาตรฐานค่าธรรมเนียมระดับประเทศ คือ คนไทย 20 บาท ต่างชาติ 100 บาท และมีการยกเว้นให้กับบางกลุ่ม เช่น นักเรียน นักศึกษา และผู้สูงอายุ ทั้งนี้ เพื่อจูงใจให้เกิดการเข้าถึงและการเรียนรู้ของประชาชนในวงกว้าง ซึ่งแนวทางการแยกราคาตามกลุ่มเป้าหมายมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความ “คุ้มค่า” (Value for Money) โดยไม่มองว่าเป็นภาระของผู้บริโภค แต่เน้นการตอบแทนด้วย คุณค่าทางวัฒนธรรม ความรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับจากการเยี่ยมชมแหล่งมรดกโลก

2) มุมมองด้านต้นทุนแฝงและค่าใช้จ่ายนอกเหนือจากค่าบัตรเข้าชม ภาครัฐตระหนักถึง ต้นทุนแฝง ที่นักท่องเที่ยวต้องรับผิดชอบ ซึ่งไม่ได้สะท้อนในค่าธรรมเนียมโดยตรง เช่น ค่าเดินทาง เนื่องจากยังไม่มีระบบขนส่งสาธารณะเข้าถึงพื้นที่อย่างสะดวก การขาดแคลนที่พัก ร้านอาหาร และบริการท้องถิ่นในบริเวณใกล้เคียง ขาดบริการไกด์ หรือแอปพลิเคชันที่ให้ข้อมูลครบถ้วน

แนวทางที่ภาครัฐเสนอเพื่อจัดการปัญหาเหล่านี้ ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงพื้นที่ใกล้เคียง สนับสนุนให้ชุมชนจัดบริการนำเที่ยว โฮมสเตย์ หรือร้านอาหารที่บ้าน การสร้างแพ็คเกจทัวร์ในราคาย่อมเยา และการจัดทำ “ค่าใช้จ่ายโดยประมาณ” ที่นักท่องเที่ยวสามารถตรวจสอบได้จากแหล่งข้อมูลออนไลน์

3) การตั้งราคาสินค้า OTOP และบริการชุมชน - นอกจากค่าธรรมเนียม ภาครัฐยังสนับสนุนให้ราคาสินค้าท้องถิ่น เช่น ของที่ระลึก อาหาร และงานหัตถกรรมอยู่ในระดับที่สมเหตุสมผล โดยต้องคำนึงถึงความสามารถในการซื้อของนักท่องเที่ยวและการสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรม

ภาครัฐมองว่า “ลูกค้า” ของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพควรได้รับการในราคาที่ เข้าถึงได้และคุ้มค่า โดยกำหนดค่าธรรมเนียมตามมาตรฐานสากล และมีการยกเว้นให้กลุ่มเป้าหมายพิเศษ ขณะเดียวกัน รัฐไม่ได้มอง “ราคา” เป็นเพียงค่าบัตรเข้าชม แต่พิจารณาในมิติของประสบการณ์ รวมทั้งในแง่ความรู้ ความสะดวก และความประทับใจที่ได้รับ อย่างไรก็ตาม ภาครัฐตระหนักถึงปัญหา ต้นทุนแฝง เช่น การเดินทางและการเข้าถึงบริการ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว จึงมีแนวทางแก้ไขโดยการส่งเสริมชุมชน การเชื่อมโยงเส้นทาง และการให้ข้อมูลค่าใช้จ่ายล่วงหน้าอย่างชัดเจน

สรุปได้ว่า แนวทางการจัดการกลุ่มลูกค้าของภาครัฐในด้าน “Cost” จึงเน้นการปรับสมดุลระหว่างราคาและคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ พร้อมทั้งพยายามลดภาระต้นทุนแฝงด้วยการพัฒนาบริการพื้นฐานและส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นให้สอดคล้องกับแนวคิด “การท่องเที่ยวเชิงคุณค่า” อย่างแท้จริง

1.2.2 ภาคเอกชน (Private Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ทั้งในกลุ่มนำเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม ร้าน OTOP และรถรับส่ง มีความเข้าใจว่าลูกค้ามีความหลากหลายทั้งในด้านกำลังซื้อ ความคาดหวัง และประสบการณ์ที่ต้องการได้รับ โดยมีการจัดการเรื่องราคาอย่างหลากหลาย เพื่อสร้างความ “คุ้มค่า” และ “ยืดหยุ่น” ตามบริบทของธุรกิจแต่ละประเภท

1) ค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ “เหมาะสม” แต่ยังคงต้องปรับ

ตามบริบท ซึ่งราคา 20 บาทสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย, 100 บาทสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นราคาที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ภาคเอกชนบางส่วนเห็นว่า การปรับราคาขึ้นในอนาคต ควรทำอย่างรอบคอบ แต่ทุกภาคส่วนมีความเห็นสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันไม่เห็นด้วยกับการปรับราคาขึ้น เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่พร้อม นักท่องเที่ยวอาจไม่รู้สึกรู้ค่า นักท่องเที่ยวมองว่า “ราคาแพงเกินไปเมื่อเทียบกับสิ่งที่ได้รับ”

2) ราคาสินค้าและบริการ: สอดคล้องกับคุณภาพและต้นทุน

สินค้า OTOP มีราคาหลากหลายตั้งแต่ 50 บาท – หลักหมื่น ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า วัตถุดิบ และความเชื่อของลูกค้า ราคาถูกกำหนดตามต้นทุนจริง โดยเน้นคุณภาพ วัตถุดิบท้องถิ่น และความเฉพาะตัว เช่น การตกแต่ง ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใส่น้ำตาล หรือมีดีไซน์เฉพาะ

3) ราคาโรงแรม / ที่พัก: ยืดหยุ่นและหลากหลาย

โรงแรมและรีสอร์ทมีราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 350 – 1,000 บาท ต่อคืน จุดขาย คือ ความยืดหยุ่น และคุณภาพที่เหนือราคาจริง เช่น บรรยากาศ การตกแต่งด้วยไม้สัก หรือการ ออกแบบให้แตกต่างจากเมืองเพชรบูรณ์ ความยืดหยุ่นนี้สะท้อนความเข้าใจกลุ่มลูกค้าที่มี กำลังซื้อ หลากหลาย

4) บริการเสริม เช่น รถตู้ / เช่าชุด

รถตู้ให้บริการรายวันหรือเหมาแบบยืดหยุ่น ผู้ประกอบการมองว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เป็นต้นทุนแฝงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวซ้ำ มีการเสนอส่วนลดพิเศษ เช่น ส่วนลด 10% สำหรับมัคค์เทศก์หรือลูกค้ากรุปทัวร์ เพื่อกระตุ้นการใช้จ่าย

แนวทางที่เสนอโดยภาคเอกชน - สนับสนุนการออกแบบสินค้าโดยดีไซน์เนอร์จากภายนอก เพื่อเพิ่มคุณค่าให้สินค้า OTOP ยังไม่สนับสนุนการขึ้นค่าบัตรเข้าชม จนกว่าจะพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างเพียงพอ เสนอการสร้างความคุ้มค่าในมิติอื่น เช่น ประสบการณ์ วัฒนธรรม และความสะอาดสบาย รวมถึงการเชื่อมโยงกับบริการเอกชน

สรุปได้ว่า ภาคเอกชนมีความเข้าใจลูกค้าในมิติของ “ความคุ้มค่า” มากกว่ามองแค่ “ราคา” โดยตรง โดยให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่น ความสอดคล้องระหว่างราคา - คุณภาพ และต้นทุนจริงของการให้บริการหรือขายสินค้า ทั้งยังตระหนักถึงต้นทุนแฝงของนักท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำ แนวทางการจัดการกลุ่มลูกค้าของภาคเอกชนจึงเน้นการรักษาระดับราคาที่เหมาะสม การพัฒนาคุณภาพให้สมกับราคา การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีเอกลักษณ์ การให้สิทธิประโยชน์เฉพาะกลุ่ม เช่น ส่วนลด ทั้งหมดนี้สะท้อนถึงความพยายามในการปรับตัวให้ทันกับความคาดหวังของลูกค้าที่หลากหลาย โดยไม่ลดทอนคุณภาพ และคุณค่าของประสบการณ์ท้องถิ่น

1.2.3 ภาคชุมชน (Community Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาคชุมชนให้ความสำคัญต่อประเด็นด้านต้นทุน และราคาที่ต้องจ่ายในเชิงความสมเหตุสมผล (Reasonableness) และความคุ้มค่า (Value for Money) มากกว่าการเน้นที่ตัวเลขราคาตรง ๆ โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนา

ค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในปัจจุบัน (20 บาทสำหรับคนไทย, 100 บาทสำหรับชาวต่างชาติ) ถือว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมและเข้าถึงได้สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป อย่างไรก็ตาม มีข้อกังวลอย่างชัดเจนต่อแนวโน้มการปรับขึ้นราคา ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อปริมาณนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริบทที่ยังไม่มีบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกสนับสนุนที่เพียงพอ ถึงแม้ราคาจะถูก แต่คุณค่าทางประสบการณ์ยังต่ำ นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่คุ้มค่า

ต้นทุนแฝง (Hidden Cost) ที่เกิดจากโครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว เช่น ระบบขนส่งสาธารณะที่ไม่สะดวก, จำนวนที่พักที่ไม่เพียงพอในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว, รวมถึงค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เช่น อาหารกลางวัน, มัคคุเทศก์, ของฝาก ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนรวมของการท่องเที่ยวสูงขึ้นเกินกว่าที่คาดการณ์ไว้

ในด้านการให้บริการโดยชุมชน เช่น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น (600–1,000 บาท/คณะ) และ บริการลูกหาบ (700–800 บาท/คน) รวมถึงสินค้า OTOP และของฝากจากท้องถิ่น ส่วนใหญ่ได้รับการมองว่ามีความเหมาะสมกับต้นทุนการผลิตและแรงงานฝีมือ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวบางรายอาจรู้สึกที่ “ราคาสูง” เมื่อเทียบกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ขณะเดียวกัน ชุมชนพยายามสร้างความคุ้มค่าในรูปแบบของประสบการณ์ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าให้มีเอกลักษณ์ และสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์หมอน ผ้าห่ม เครื่องนอน และอาหารพื้นถิ่น ซึ่งมีการควบคุมราคาสำหรับผู้บริโภคให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ อย่างไรก็ตาม ยังมี ข้อจำกัดด้านช่องทางตลาดและงบประมาณ ในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ ทำให้ชุมชนไม่สามารถแปรคุณค่าทางวัฒนธรรมให้เป็นรายได้ที่ยั่งยืนได้อย่างเต็มศักยภาพ นอกจากนี้ ประเด็นเชิงโครงสร้าง เช่น ความไม่โปร่งใสในการเวนคืนที่ดินเพื่อพัฒนา Buffer Zone กว่า 500 ไร่ ยังสร้างความรู้สึกถึง “ต้นทุนทางเศรษฐกิจและจิตใจ” ของชาวบ้านที่ไม่ได้รับการเยียวยาหรือมีโอกาสต่อรองอย่างเป็นธรรม

สรุปได้ว่า ภาคชุมชนให้ความสำคัญกับราคาที่ “เหมาะสมกับบริบท” มากกว่าราคาที่ “ต่ำที่สุด” ทั้งในแง่ของการเข้าถึงของนักท่องเที่ยว และในแง่ของผลตอบแทนที่ชุมชนจะได้รับผ่านสินค้า บริการ และกิจกรรมท้องถิ่น ชุมชนต้องการเห็นการจัดการที่สร้าง “ความคุ้มค่า” อย่างเป็นระบบ เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับรากฐานได้อย่างแท้จริง โดยไม่เป็นการต่อทั้งนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่

1.2.4 นักวิชาการ (Academic Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาคนักวิชาการมีมุมมองต่อประเด็นเรื่อง “ต้นทุน” และ “ราคาที่ต่อ่งจ่าย” ในลักษณะองค์รวม โดยเน้นทั้งในเชิง ความสมเหตุสมผลด้านเศรษฐกิจและมูลค่าทางประสบการณ์ (Value-based Pricing) ที่ผู้บริโภคจะได้รับ

การกำหนดราคาเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ควรขึ้นอยู่กับคุณภาพของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ โดยหากยังไม่มีบริการระดับสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการเสริม อาทิ ระบบเสียงบรรยาย เทคโนโลยี AR/VR หรือจุดเรียนรู้เสริม อัตราค่าเข้าชมที่มีอยู่ในปัจจุบัน (20 บาทคนไทย, 100 บาทชาวต่างชาติ) ถือว่าเหมาะสมแล้ว ราคาปัจจุบันเหมาะสม แต่หากมีการพัฒนาบริการ เช่น AR/VR เพิ่มขึ้น อัตราค่าเข้าชมที่สูงขึ้น เช่น 300-400 บาทก็จะเป็นไปได้

ในมุมมองเชิงโครงสร้าง นักวิชาการบางท่านเน้นว่าการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกมี ต้นทุนแฝงสูงมาก โดยเฉพาะในเรื่องการบำรุงรักษาโบราณสถาน ระบบการจัดการคุณภาพพิพิธภัณฑ์ การจ้างบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงการใช้เทคโนโลยี เช่น Virtual Tourism หรือแอปพลิเคชันสื่อความหมาย ซึ่งงบประมาณที่มีอยู่ยังไม่สามารถรองรับต้นทุนเหล่านี้ได้อย่างครอบคลุม แม้จะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐก็ตาม

ในด้านต้นทุนสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก อาหาร และของที่ระลึก นักวิชาการมองว่า อยู่ในระดับที่เหมาะสมและย่อมเยา อย่างไรก็ตาม แม้ต้นทุนทางเศรษฐกิจจะต่ำ แต่ต้นทุนทางประสบการณ์กลับไม่คุ้มค่า ส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจไม่กลับมาใช้บริการซ้ำ หรือไม่มีสิ่งดึงดูดหรือจุดเด่นเพียงพอ นักท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มจะมาเพียงครั้งเดียว นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนาสินค้าและบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่มากขึ้น เช่น การสร้างภาพจำผ่านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีความเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมอย่างเต็มที่ เช่น “มะขามหวานเพชรบูรณ์”

สรุปได้ว่า นักวิชาการให้ความสำคัญต่อการประเมินต้นทุนและราคาเข้าชมบนพื้นฐานของคุณค่าเชิงวัฒนธรรมและประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับมากกว่าการพิจารณาในเชิงตัวเลขเพียงอย่างเดียว ซึ่งหากยังไม่มีการพัฒนาบริการเสริมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถยกระดับคุณภาพของการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรมแล้ว การตรึงราคาปัจจุบันไว้จะเป็นแนวทางที่เหมาะสมมากกว่าการปรับขึ้นอัตราค่าเข้าชมในช่วงเวลาที่สถานที่ท่องเที่ยวยังไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอในด้านความรู้สึกคุ้มค่าและความประทับใจ อย่างไรก็ตาม การจัดการแหล่งมรดกโลกมีภาระต้นทุนจำนวนมากที่แฝงอยู่เบื้องหลังการบริหารจัดการ เช่น ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาโบราณสถาน การจัดการโครงสร้างพื้นฐาน และการจ้างบุคลากรเฉพาะทาง ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากรัฐในระดับที่มากกว่าเดิม หากต้องการให้ระบบการจัดการ

แหล่งมรดกโลกสามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากในอนาคตและส่งเสริมประสบการณ์ที่มีคุณค่าได้อย่างยั่งยืน

1.3 สิ่งอำนวยความสะดวก (C3 – Convenience)

“สิ่งอำนวยความสะดวก” ในการท่องเที่ยวเชิงมรดกโลกที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพแสดงให้เห็นมุมมองที่แตกต่างกันของแต่ละภาคส่วนต่อการเข้าถึง การใช้บริการและความยืดหยุ่นในการท่องเที่ยว ทั้งในเชิงระบบและประสบ การณ์จริงของผู้ใช้งาน

1.3.1 ภาครัฐ (Government Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาครัฐมีแผนลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อส่งเสริมความสะดวกในการเข้าถึงอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและจุดบริการหลายจุดภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ซึ่งได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกรมศิลปากร พร้อมออกแบบทางกายภาพให้เหมาะสมกับผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม รวมถึงผู้สูงอายุและผู้พิการ นอกจากนี้ยังได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น กล้องวงจรปิด ระบบโซลาร์เซลล์ และระบบแสดงผลดิจิทัล (projection / interactive) มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสะดวกในการให้บริการ อย่างไรก็ตาม ภาครัฐยังเผชิญกับข้อจำกัดด้านการเข้าถึง เช่น ระบบขนส่งสาธารณะที่ยังไม่รองรับอย่างมีประสิทธิภาพ ระบบแผนที่ และข้อมูลนำทางยังไม่สมบูรณ์ รวมถึงขาดแพลตฟอร์มบริหารข้อมูลแบบรวมศูนย์ (One-stop Service) นอกจากนี้ เวลาทำการของศูนย์บริการส่วนใหญ่ยังเป็นช่วงเวลาราชการ (8.00–16.00 น.) ยกเว้นพื้นที่บางจุด เช่น เขาค้างคาว และเขาคมอรัตน์ ซึ่งมีข้อควรระวังเรื่องเวลาเข้าชมโดยเฉพาะที่เขาคมอรัตน์ที่ไม่ควรขึ้นหลังบ่ายโมง

แม้ในภาพรวม มีการจัดตั้งลานจอดรถ ห้องน้ำ และจุดบริการนักท่องเที่ยว พร้อมแผนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ผ่านออนไลน์ การใช้ QR Code และ Virtual Tour เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลและบริการ หรือมีแนวทางจะพัฒนา อาทิ การเพิ่มจุดพักรถ ศูนย์บริการ และการสร้างระบบนำทางดิจิทัล เช่น AR/QR Guide รวมถึงการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวแบบ “One Day Trip” และ “ทัวร์เชิงประสบการณ์” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ครบวงจร และเพิ่มความน่าสนใจยิ่งขึ้น แต่ภาครัฐยังอยู่ในช่วง “โหมดวงแผนและลงทุน” มากกว่าการบริหารจัดการประสบการณ์นักท่องเที่ยวอย่างครบวงจร และยังคงกลไกความร่วมมือกับภาคส่วนอื่น ๆ ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

1.3.2 ภาคเอกชน (Private Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม โดยเฉพาะในด้านมาตรฐานความสะอาดของห้องน้ำ ซึ่งควรพัฒนาให้เทียบเท่าสถานที่ท่องเที่ยวอื่น เช่น “ภูพระบาท” ที่มีการตกแต่งสวยงาม เหมาะแก่การถ่ายภาพ และมีเจ้าหน้าที่

ช่วยแนะนำภาพถ่ายภาพ พร้อมระบบดูแลความปลอดภัย เช่น อุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ทั้งนี้ยังควรพัฒนาบริการเสริม เช่น รถราง รถกอล์ฟ โดยบุคลากรผู้ให้บริการต้องได้รับการอบรมด้านความรู้ และมารยาทในการให้บริการ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ห้องน้ำบริเวณเขาค้างคานอกมีสภาพทรุดโทรม ไม่สะอาด และขาดป้ายสื่อสารที่ชัดเจน ขณะที่ในพื้นที่เมืองโบราณศรีเทพแม้จะมีความสะอาดในระดับพอใช้ แต่ยังไม่เพียงพอ กับจำนวนนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ ปัญหาเรื่องจุดนั่งพัก และที่หลบร้อนก็สะท้อนให้เห็นว่าขาดการออกแบบพื้นที่เพื่อรองรับการใช้งานอย่างต่อเนื่อง นักท่องเที่ยวไม่สามารถใช้เวลาในพื้นที่ได้นาน ทำให้ส่งผลทางลบต่อประสบการณ์โดยรวม อีกทั้งยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับระบบป้ายบอกทาง ทั้งในแง่ของป้ายทางกายภาพและสื่อสารข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ โดยนักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเต็มที่ในจุดสำคัญของโบราณสถาน จึงมีข้อเสนอให้จัดตั้งศูนย์ข้อมูลและเจ้าหน้าที่อธิบายเฉพาะจุด เพื่อส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้

ในด้านการเดินทางและการเชื่อมต่อขนส่ง พบว่าไม่มีระบบขนส่งสาธารณะที่สามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับพื้นที่หลักได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังขาดบริการภายใน เช่น รถราง หรือรถกอล์ฟ แม้จะมีรถตู้ให้บริการราว 17 เที่ยวต่อเดือน แต่ยังไม่เพียงพอ อีกทั้งเส้นทางบางจุด เช่น ทางขึ้นเขาค้างคานอก ยังมีลักษณะทางแคบ ลึก และไม่ปลอดภัย

การชำระเงินยังจำกัดอยู่ในรูปแบบเงินสด ไม่มีระบบ QR Code หรือดิจิทัลเพย์เมนต์ ซึ่งไม่ตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ขณะที่ระบบนำทางด้วย GPS ยังคลาดเคลื่อน และนำทางผิดเส้นทาง ส่งผลต่อความสะดวกในการวางแผนการเดินทาง

ด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม ยังขาดอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น และระบบรองรับกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน อีกทั้งโบราณวัตถุบางส่วนยังไม่ได้การป้องกันจากแดดและฝนอย่างเหมาะสม และยังขาดการจัดการสิ่งแวดล้อมพื้นฐาน เช่น ถังขยะหรือระบบกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ

ในด้านร้านอาหาร ร้านค้า และที่พัก พบว่าภาคเอกชนมีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ เช่น ร้านอาหารที่สามารถรองรับได้ถึง 200 คน พร้อมเวทีและเครื่องดนตรีสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ แต่ยังมีประสบปัญหาในกรณีที่นักท่องเที่ยวจำนวนมาก อาทิ ต้องยืนเก้าอี้จากชุมชน นอกจากนี้ ระบบบริการ เทคโนโลยี และการจัดสรรพื้นที่ร้านค้ายังต้องได้รับการปรับปรุง เพื่อป้องกันการรุกรานพื้นที่โบราณสถาน และเพิ่มความเป็นระเบียบ

ในด้านที่พัก ภาคเอกชนโดยเฉพาะโรงแรมและรีสอร์ท มีความพร้อมในเชิงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องปรับอากาศ เฟอร์นิเจอร์ ห้องสัมมนา สวนหย่อม สวนสัตว์ขนาดเล็ก และหอศิลป์ที่อยู่ระหว่างการพัฒนา ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพในการรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายและครอบคลุมมากกว่าโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพโดยตรง

ในส่วนของสินค้า OTOP พบว่า มีความโดดเด่นในด้านความหลากหลายและการวางจำหน่ายในจุดยุทธศาสตร์ เช่น ไอศกรีมหลากหลายรสที่เป็นที่นิยม มีแผนขยายหน้าร้านและเพิ่มผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น เช่น เมล่อน ไซเบอร์แกนิก และแต่งโมอย่างไ้ก็ตาม ร้านค้าบางแห่งยังขาดความยั่งยืน และไม่มีโครงสร้างพื้นฐานพื้นฐาน เช่น จุดพักผ่อนหรือที่หลบร้อน

1.3.3 ภาคชุมชน (Community Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาคชุมชนมีข้อเสนอและข้อสังเกตต่อความสะดวกในการเข้าถึงและใช้บริการของนักท่องเที่ยวภายในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ โดยประเด็นสำคัญที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดคือ ความไม่พร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐานและบริการสนับสนุน ที่มีผลโดยตรงต่อการใช้เวลาและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

ประเด็นโครงสร้างพื้นฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ รมไม้ จุดพักผ่อน และน้ำประปาคุณภาพ ยังขาดแคลนอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในพื้นที่รอบนอก เช่น เขาคลังนอก และเขาถมอรัตน์ ส่งผลให้แม้นักท่องเที่ยวมีความสนใจจะใช้เวลาในพื้นที่ แต่ก็ไม่สามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังพบว่าพื้นที่เหล่านี้ขาดระบบการจัดการด้านขยะ จุดให้บริการน้ำดื่ม และบริการปฐมพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน อย่างไรก็ตาม ภาคชุมชนได้แสดงออกถึงความพยายามในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด เช่น การจัดให้มีไกด์ท้องถิ่น การแจ้งเตือนด้านความปลอดภัย และจุดให้บริการน้ำดื่มแบบไม่เป็นทางการ บางชุมชนมีระบบบริการแบบ “One Stop Service” ในระดับที่ไม่เป็นทางการ โดยรวบรวมบริการด้านอาหาร ที่พัก ของฝาก และโปรแกรมท่องเที่ยวไว้ในจุดเดียว เช่น ที่ศูนย์ประสานงานของ 5 ชุมชนรอบศรีเทพ ซึ่งแม้จะช่วยอำนวยความสะดวกในภาพรวม แต่ยังมีข้อจำกัดด้านระบบฐานข้อมูลกลาง การจองล่วงหน้าออนไลน์ และบุคลากรไกด์ที่ไม่เพียงพอในช่วงนักท่องเที่ยวหนาแน่น

นอกจากนี้ การบริการนำชมเชิงลึกโดยไกด์ชุมชนในบางพื้นที่ เช่น เขาถมอรัตน์ ยังช่วยเพิ่มคุณค่าด้านประสบการณ์ผ่านการอธิบายประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติท้องถิ่นอย่างละเอียด แม้เส้นทางจะมีลักษณะเสี่ยงและต้องอาศัยการปีนป่ายในบางจุด แต่ก็มีเตรียมพร้อมด้านความปลอดภัยอย่างรอบคอบ

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ยังขาดในระดับชุมชนคือ ระบบนำทางและป้ายข้อมูล ที่ชัดเจน นักท่องเที่ยวต้องใช้การเดินแบบคาดเดา ไม่มีข้อมูลประกอบการเรียนรู้หรือการสำรวจอย่างมีระบบ (T26, T29) นอกจากนี้ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยระบบขนส่งสาธารณะยังเป็นปัญหาใหญ่ ถนนชำรุด ไม่มีรถรางนำเที่ยว ไม่มีระบบเรียกรถบริการ หรือระบบขนส่งภายในพื้นที่

ในด้านสินค้าท้องถิ่นและโฮมสเตย์ พบว่าหลายชุมชนมีศักยภาพในการนำเสนอสินค้าและบริการ เช่น ผลไม้พื้นถิ่น อาหารท้องถิ่น ตะกร้าสาน และกิจกรรมในสวนผลไม้ แต่ยังขาดจุดจำหน่ายที่เป็นระบบ และไม่มีพื้นที่รองรับภายในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ เช่น ชุมชายของหรือร้านค้าอย่างเป็นทางการ

สรุปได้ว่า ภาคชุมชนสะท้อนให้เห็นถึง ข้อจำกัดด้านความสะดวกในการให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรากฐานมาจากโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เพียงพอ ระบบการจัดการที่ยังไม่เป็นทางการ และขาดงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก แม้จะมีความพยายามในการสร้างระบบบริการท้องถิ่นที่เหมาะสม แต่การพัฒนาเพื่อยกระดับความสะดวกให้ตอบเจตน์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ยังต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง

1.3.4 นักวิชาการ (Academic Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า “ความสะดวกในการเข้าถึงและการใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว” เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลโดยตรงต่อคุณภาพประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่มรดกโลกศรีเทพ ซึ่งยังมีข้อจำกัดหลายด้านที่ส่งผลต่อความสะดวกของนักท่องเที่ยว

ความไม่เพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน-ห้องน้ำสาธารณะยังไม่เพียงพอ และยังมีปัญหาเรื่องความสะอาด โดยเฉพาะในพื้นที่รอบนอก เช่น เขาค้างนอกและเขาคมอรัตน์ ซึ่งไม่มีจุดบริการขั้นพื้นฐานอย่างห้องน้ำ หรือจุดให้บริการข้อมูลเลย นอกจากนี้ยังขาดจุดพักผ่อน ที่พักหลบแดด-ฝน และ บริการด้านสุขภาพฉุกเฉิน เช่น ชุดปฐมพยาบาลหรือรถพยาบาลประจำแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีกรออกแบบให้ รองรับกลุ่มพิเศษ อาทิ ผู้พิการหรือผู้สูงอายุ เช่น ทางลาด ทางเดินเรียบ หรือห้องน้ำสำหรับผู้ใช้วีลแชร์ บางพื้นที่ไม่สามารถเข้าถึงได้อย่างทั่วถึงหรือปลอดภัย เช่น เขาคมอรัตน์ หรือช่วงที่มีงานกิจกรรม เช่น เวียนเทียนที่เขาค้างนอก ซึ่งจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมาก

โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมยังเป็นปัญหา ทั้งระบบการเดินทางและการเชื่อมต่อภายในพื้นที่ยังไม่เอื้ออำนวยเช่น ขาดระบบขนส่งสาธารณะภายในพื้นที่ หรือลานจอดรถยังเป็นหลุมเป็นบ่อ แม้จะมีรถรางให้บริการ แต่ยังขาดเจ้าหน้าที่บรรยายสด และระบบเสียงบรรยายยังไม่สมบูรณ์ นักวิชาการเสนอให้มีการพัฒนาระบบรถโดยสารภายในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ เช่น รถบัสที่มีหน้าจอแสดงภาพชีวิตในอดีต เพื่อเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ขณะเดินทาง

การใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ ควรพัฒนาเทคโนโลยีเชิงโต้ตอบ เช่น Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (VAR) ที่สามารถแสดงภาพจำลองของสถานที่ในอดีต เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจบริบททางประวัติศาสตร์ได้ลึกซึ้งขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการดำเนินการอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในขณะนี้

การให้บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวไม่ครบถ้วน แม้จะมีระบบ QR code ในการให้ข้อมูล แต่ยังมีข้อจำกัดด้านการใช้งาน เช่น บางจุดไม่สามารถสแกนได้ หรือไม่มีเนื้อหาที่ครบถ้วน นักวิชาการเสนอว่าควรพัฒนา ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ทันสมัย ซึ่งกำลังอยู่ระหว่างการดำเนินงาน พร้อมระบบให้ข้อมูลแบบหลากหลายภาษา และครอบคลุมเรื่องความปลอดภัย ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ และสิ่งที่ควรระวัง

ปัญหาด้านความเป็นระเบียบของพื้นที่บริการ-ในระดับชุมชนโดยรอบ แม้จะมีโฮมสเตย์และร้านค้าจำนวนหนึ่ง แต่ยังคงขาดความเป็นระเบียบ เช่น การวางร้านค้าปะปนกันระหว่างรถเข็นโต๊ะปูพื้น และการขาดมาตรฐานด้านรสชาติ ความสะอาด และความปลอดภัยของอาหาร รวมถึงไม่มีพื้นที่เฉพาะให้ชุมชนจำหน่ายสินค้าภายในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพอย่างเป็นระบบ

สรุปได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience) ในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพยังคงมีข้อจำกัดหลายด้าน โดยเฉพาะในแง่ของ โครงสร้างพื้นฐานพื้นฐาน, ระบบการขนส่ง, และ การให้บริการข้อมูลที่เข้าถึงง่ายและเท่าทันเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในระยะยาว ข้อเสนอของนักวิชาการจะไปในทิศทางของการยกระดับมาตรฐานการบริการโดยใช้เทคโนโลยี การออกแบบเพื่อความครอบคลุม (inclusive design) และสร้างระบบเชื่อมโยงการเดินทางและข้อมูลแบบครบวงจร เพื่อให้แหล่งมรดกโลกแห่งนี้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

1.4 การสื่อสารประชาสัมพันธ์ (C4 – Communication)

“การสื่อสารประชาสัมพันธ์” ในการท่องเที่ยวเชิงมรดกโลกที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ แสดงให้เห็นการใช้ช่องทางหลากหลาย เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก วิทยุชุมชน และป้ายภาคสนาม โดยภาครัฐเน้นการให้ข้อมูลพื้นฐาน ขณะที่ภาคเอกชนมุ่งใช้โซเชียลมีเดียในการดึงดูดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารยังขาดการบูรณาการระหว่างภาคส่วนและยังไม่มีระบบแพลตฟอร์มกลางที่ถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมเชิงลึกอย่างเป็นระบบและหลากหลาย

1.4.1 ภาครัฐ (Government Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาครัฐในฐานะหน่วยงานผู้รับผิดชอบหลักในการบริหารจัดการเมืองโบราณศรีเทพ มีการพัฒนาในด้านการจัดระบบภายในเพื่อรองรับภารกิจการสื่อสารมากขึ้น โดยมีการจัดสรรบุคลากรเฉพาะด้าน เช่น วิทยากรและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เพื่อทำหน้าที่หลักในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป และการสร้างความรู้สึก “เป็นเจ้าของร่วม” กับพื้นที่และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งมรดกโลกให้เข้าถึงจิตใจของผู้เยี่ยมชม อย่างไรก็ตาม แม้การสื่อสารภายในหน่วยงานจะมีการจัดโครงสร้างและแบ่งบทบาทที่ชัดเจนขึ้น แต่ในระดับภายนอกยังพบข้อจำกัดในเรื่องของการบูรณาการข้อมูลและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ความไม่เพียงพอของการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร และความร่วมมือ

ภาครัฐใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เช่น เว็บไซต์ทางการ และเฟซบุ๊กแฟนเพจที่มีการ update สม่าเสมอ วิทยุชุมชน และการประสานผ่านผู้นำชุมชน ในระดับท้องถิ่น เช่น กำนัน ผู้ใหญ่ บ้าน การใช้กิจกรรมทางศาสนา เช่น การเวียนเทียน เพื่อสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมและปลูกพลังชุมชน

หน่วยงานเริ่มให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบสองทาง โดยมีการเปิดรับฟังความคิดเห็นผ่านแบบสอบถามออนไลน์ กล่องรับข้อเสนอแนะ และการประชุมกับชุมชน เพื่อปรับปรุงแนวทางการสื่อสารให้ตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

สรุปได้ว่า ภาครัฐมีจุดเริ่มต้นที่ดีในการวางระบบการสื่อสาร โดยเฉพาะในแง่การจัดบุคลากรและการใช้ช่องทางที่หลากหลาย แต่ยังขาดเอกภาพทางภาพลักษณ์และเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงความรู้สึกของผู้เยี่ยมชม การพัฒนาในระยะต่อไปควรมุ่งสู่การสร้างกลยุทธ์ที่มีส่วนร่วม เชื่อมโยงชุมชน และใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่อย่างสร้างสรรค์เพื่อขับเคลื่อนเมืองโบราณศรีเทพให้กลายเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมร่วมสมัยอย่างยั่งยืน

1.4.2 ภาคเอกชน (Private Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาคเอกชนส่วนใหญ่ยังขาดระบบการสื่อสารที่เป็นรูปธรรม และครบวงจร โดยเฉพาะในส่วนของการต้อนรับและแนะนำตั้งแต่ต้นทาง ซึ่งยังคงเป็นการพึ่งพาการช่วยเหลือตัวเองของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก อีกทั้งช่องทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ยังขาดความต่อเนื่องและไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะหลังการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก ยังไม่มีการรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์อย่างจริงจังและต่อเนื่อง

ในด้านของร้านอาหารและที่พัก พบว่า ภาคเอกชนโดยเฉพาะร้านอาหารมีการใช้ช่องทางดิจิทัล เช่น Facebook, TikTok และเว็บไซต์ ในการสื่อสารกับลูกค้าและสร้างการมีส่วนร่วมได้ดี (P3-P4) ซึ่งเป็นความสามารถในการบริหารจัดการสื่อสารเชิงดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ภาคเอกชนบางส่วนยังคงใช้วิธีการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากและป้ายโฆษณาเป็นหลัก ขณะที่บางธุรกิจโรงแรมมีการใช้ช่องทางที่หลากหลาย เช่น Agoda, Facebook, YouTube และ Google Maps พร้อมเปิดรับข้อเสนอแนะจากลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อจำกัดสำคัญของภาคเอกชนคือการขาดความเชื่อมโยงและการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ ทำให้การสื่อสารมักเป็นลักษณะ “บนลงล่าง” (Top-down) ที่ไม่ครอบคลุมและไม่ตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่อย่างเต็มที่ รวมทั้งการขาดการส่งเสริมการร่วมมืออย่างจริงจังระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพและชุมชนท้องถิ่น ส่งผลให้ภาคเอกชนไม่สามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสทางการตลาดได้อย่างเต็มที่ อย่างไรก็ตาม ภาคเอกชนมีจุดแข็งในเรื่องการตอบสนองต่อข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างรวดเร็วผ่านช่องทางออนไลน์และพนักงานที่สื่อสารโดยตรง

กับลูกค้า รวมทั้งยังมีการใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า ภาคเอกชนในพื้นที่เมืองโบราณศรีเทพมีศักยภาพในการใช้สื่อดิจิทัลและช่องทางออนไลน์เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามยังต้องพัฒนาการสื่อสารให้มีความเชื่อมโยงกับภาครัฐและชุมชนมากขึ้น เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการประชาสัมพันธ์อย่างครบวงจร ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้อย่างเต็มที่

1.4.3 ภาคชุมชน (Community Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การสื่อสารของภาคชุมชนในพื้นที่เมืองโบราณศรีเทพมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงข้อมูลและสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการประสานงานกับภาครัฐและภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า กลไกการสื่อสารในภาคชุมชนยังมีข้อจำกัดและความท้าทายหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสื่อสารระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมศิลปากรและอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ กับชาวบ้าน ยังขาดความต่อเนื่องและเปิดเผย การประชุมส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เป็นทางการ และมักส่งตัวแทนระดับล่างมาเข้าร่วม นอกจากนี้ ช่องทางออนไลน์ยังมีข้อจำกัดสูง เช่น ไม่มีเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มที่เข้าถึงง่าย ทำให้ชาวบ้านไม่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือโอกาสต่าง ๆ ได้อย่างทันการณ์

ในส่วนของการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ชุมชนยังคงใช้ช่องทางที่ไม่เป็นทางการเป็นหลัก เช่น การบอกต่อปากต่อปาก เบอร์โทรของผู้นำชุมชน สื่อชุมชน และเพจของเทศบาลตำบล ซึ่งยังไม่มีระบบเว็บไซต์หรือศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เป็นทางการ ส่งผลต่อการวางแผนท่องเที่ยวและสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ช่องทางติดต่อส่วนใหญ่เป็นโทรศัพท์และแอปพลิเคชันไลน์ ไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันชุมชนเริ่มใช้โซเชียลมีเดีย เช่น TikTok ในการประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP และเผยแพร่กิจกรรมท้องถิ่น เช่น พิธีบวงสรวง และการแต่งชุดทวารวดีร่วมกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งมีการใช้เพจ Facebook “ชุมชนเมืองโบราณศรีเทพ” เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว แต่ช่องทางเหล่านี้ยังขาดระบบสนับสนุนที่รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือกลุ่มที่ไม่คุ้นเคยกับพื้นที่

ภาคชุมชนส่วนใหญ่ เห็นว่า ควรมีการพัฒนาแพลตฟอร์มกลางที่เชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และโปรแกรมนำเที่ยวอย่างครบวงจร พร้อมแปลภาษา เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมทั้งการ

พัฒนาแอปพลิเคชันนำเที่ยวแบบ AR/QR Code เพื่อเพิ่มความทันสมัยและเป็นมิตรต่อผู้ใช้ ทั้งนี้ ระบบการสื่อสารยังขาดการบูรณาการข้อมูลข้ามหน่วยงานระหว่างภาครัฐ ชุมชน และเอกชน ทำให้ข้อมูลที่เผยแพร่ยังไม่สอดคล้องกัน เช่น ข้อมูลที่จุดท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างเขาคลังนอก หรือเขามอรัตน์ยังล้าสมัยและขาดความน่าเชื่อถือ รวมทั้งการสื่อสารภายในระหว่างหน่วยงานรัฐ และท้องถิ่นยังมีความไม่ชัดเจน ส่งผลให้แผนงานและกิจกรรมไม่สามารถประสานผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ชุมชนยังสะท้อนว่าการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารจากอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ยังไม่เพียงพอ ไม่มีการส่งเสริมหรือโปรโมตแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่อย่างครอบคลุม เช่น “เขาคลังนอก” หรือ “เขามอรัตน์” กิจกรรมสำคัญส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาหน่วยงานภายนอก ทำให้เกิดช่องว่างในการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ กับชุมชน แม้ว่าชุมชนบางแห่งจะพยายามจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เอง เช่น การสร้างเพจ Facebook ชุมชนเมืองโบราณศรีเทพ แต่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบและการสื่อสารแบบสองทางกับอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ช่องทางการสื่อสารในชุมชนยังอยู่ในระดับพื้นฐาน เช่น การบอกต่อปากต่อปากและโทรศัพท์ตรง ซึ่งไม่เพียงพอสำหรับยุคปัจจุบันที่ต้องการข้อมูลทันสมัยและเชื่อมโยงครบวงจร

สรุปได้ว่า ภาคชุมชนมีบทบาทและศักยภาพในการสื่อสารและเชื่อมโยงข้อมูลกับนักท่องเที่ยว แต่ยังขาดกลไกและโครงสร้างการสื่อสารที่เป็นระบบและทันสมัย รวมถึงการประสานงานที่ีระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลและการสื่อสารแบบบูรณาการจึงเป็นประเด็นสำคัญเพื่อเพิ่มศักยภาพการสื่อสารของชุมชนและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

1.4.4 นักวิชาการ (Academic Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การพัฒนาระบบการสื่อสารในแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณศรีเทพ โดยเน้นทั้งมิติของการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและการสื่อสารระหว่างภาคส่วนภายในพื้นที่ ข้อค้นพบสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างด้านการสื่อสารหลายประการ ที่ยังเป็นอุปสรรคต่อการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน แม้จะมีการใช้ช่องทางดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ Amazing Thailand โซเชียลมีเดีย และการริเริ่ม AI Chatbot สำหรับตอบคำถามนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง (A4) แต่ระบบเหล่านี้ยังไม่ครอบคลุมและขาดความยั่งยืนในระยะยาว ยังไม่มีการพัฒนาสื่อเฉพาะที่สามารถแนะนำเส้นทางแบบ Personalized หรือสร้าง Brand Recognition ให้ศรีเทพในระดับนานาชาติได้อย่างชัดเจน เช่น การพัฒนา Global Brand หรือใช้แคมเปญลักษณะเดียวกับ “Amazing Thailand” เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ต่อเนื่องในระยะยาว

การขาดกลไกสื่อสารที่ “ทันสมัย” และ “มีปฏิสัมพันธ์” กับนักท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ ช่องทางหลักยังพึ่งพาแผ่นพับ เว็บไซต์ที่ไม่อัปเดต และไม่มีระบบโต้ตอบแบบ real-time ทำให้ไม่สามารถสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้สมัยใหม่ได้ ข้อเสนอคือควรจัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์เฉพาะด้านในระดับท้องถิ่น และพัฒนา Content ผ่านแพลตฟอร์ม Social Media เช่น TikTok, Instagram และระบบ Auto Guide ด้วย QR Code เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจและทันสมัยยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ช่องว่างในการสื่อสารระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับชุมชน ซึ่งแม้จะมีเวทีประชุมก่อนดำเนินโครงการต่าง ๆ แต่ประชาชนบางส่วนยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับแนวนโยบาย เช่น ความไม่ชัดเจนเกี่ยวกับผลกระทบจากการขึ้นทะเบียนมรดกโลกต่อสิทธิในการใช้พื้นที่ของชาวบ้าน อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ไม่มีแผนกประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ต้องรับผิดชอบงานวิชาการเป็นหลัก ขาดเวลาและทักษะด้านการผลิตสื่อ ส่งผลให้การสื่อสารเป็นไปในลักษณะเฉพาะกิจ และขาดความต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังไม่มีงบประมาณสนับสนุนหรือบุคลากรเฉพาะทางด้านสื่อดิจิทัล ทำให้การทำตลาดท่องเที่ยวยังไม่เป็นเชิงรุก การประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่กลับต้องอาศัยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบต. หรือเพจชุมชนเอง ซึ่งขาดกลยุทธ์หรือการจัดกิจกรรมสื่อสารร่วมกับอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ อย่างเป็นระบบ ช่องว่างดังกล่าวนี้ทำให้เกิดความไม่เข้าใจและความไม่พึงพอใจในหมู่ชาวบ้าน โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิในพื้นที่ภายหลังการขึ้นทะเบียนมรดกโลก ซึ่งอาจส่งผลให้ชาวบ้านบางส่วนไม่ยินดีเข้าร่วม หรือไม่สนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว

สรุปได้ว่า กลุ่มนักวิชาการเสนอให้มีการพัฒนากลไกการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ครอบคลุมทั้งมิติของการนำเสนอข้อมูล (Content) ช่องทาง (Platform) และกระบวนการสื่อสาร (Communication Process) พร้อมจัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในระดับพื้นที่โดยเฉพาะ เพื่อทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงข้อมูลและประสานประโยชน์ระหว่างภาครัฐ ชุมชน และนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

2. บทสรุปของการวิเคราะห์เชิงคุณภาพภายใต้กรอบแนวคิดการตลาด 4C's model

จากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยใช้กรอบแนวคิดการตลาด 4C's ได้แก่ Consumer Solution, Cost to Consumer, Convenience และ Communication ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากภาคส่วนหลัก 4 ภาค (ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ) พบว่า การบริหารจัดการด้านกลยุทธ์การตลาดของแหล่งมรดกโลกศรีเทพยังอยู่ในระดับ “มีศักยภาพ” แต่ยังไม่บรรลุถึงความ “มีประสิทธิภาพ” อย่างแท้จริง โดยมีจุดแข็งและจุดอ่อนที่สามารถสังเคราะห์ได้ตามประเด็นต่อไปนี้

2.1 ภาครัฐ

Consumer Solution: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีโบราณสถานสวยงาม เช่น ปรางค์ศรีเทพ เขาค้างนอก และมีวัฒนธรรมที่หลากหลายสามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย

Cost to Consumer: การกำหนดราคาค่าเข้าชมอยู่ในระดับที่เหมาะสมและเป็นธรรมต่อผู้เข้าชม โดยมีการยกเว้นค่าธรรมเนียมสำหรับบางกลุ่มเปราะบาง แต่ยังไม่สะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

Convenience: แม้มีแผนปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน และบริการดิจิทัล แต่การดำเนินการยังไม่ครอบคลุมและยังไม่เป็นระบบ

Communication: การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐมีหลายช่องทางแต่ขาดความต่อเนื่อง และการบูรณาการกับเอกชนและชุมชน ทำให้การสื่อสารไม่เป็นระบบและไม่สะท้อนภาพลักษณ์พื้นที่ในเชิงลึก

2.2 ภาคเอกชน

Consumer Solution: มีความเข้าใจตลาดเชิงลึกมากขึ้น มุ่งออกแบบประสบการณ์ที่ตอบโจทย์ความสนใจวัฒนธรรมที่หลากหลาย แต่ยังขาดมาตรฐานการจัดการและการนำเสนออย่างมืออาชีพ

Cost to Consumer: มองเห็นต้นทุนแฝง เช่น ค่าเดินทางและค่าที่พัก และเสนอแนวทางสร้างมูลค่าผ่านแพ็คเกจการท่องเที่ยวหรือสินค้า/บริการที่มีคุณภาพสูงขึ้น

Convenience: ขาดระบบบริการเสริม เช่น การจองออนไลน์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นมาตรฐาน ร้านค้าภายในพื้นที่บางส่วนยังไม่สามารถแข่งขันด้านคุณภาพ

Communication: ใช้โซเชียลมีเดียและสื่อดิจิทัลได้มีประสิทธิภาพ แต่ขาดการเชื่อมโยงกับภาครัฐและการสร้างข้อมูลศูนย์กลางร่วม ทำให้การสื่อสารยังแยกส่วน

2.3 ภาคชุมชน

Consumer Solution: ให้ความสำคัญกับการมีวัฒนธรรมที่หลากหลายและสร้างความผูกพันและเชื่อมโยงวัฒนธรรมกับนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมชุมชน แต่ยังไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือประสบการณ์อย่างเป็นระบบ

Cost to Consumer: เสนอราคาบริการนำเที่ยวแบบยืดหยุ่นโดยอิงความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ทำให้เกิดความไม่แน่นอนในสายตานักท่องเที่ยวและอาจขาดความน่าเชื่อถือ

Convenience: มีความพยายามจัดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำหรือจุดพัก แต่ยังไม่มีความมาตรฐานและขาดโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมกับการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

Communication: การสื่อสารของชุมชนส่วนใหญ่ยังคงพึ่งพาการบอกต่อหรือช่องทางดั้งเดิม ขาดการบูรณาการสื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์

2.4 นักวิชาการ

Consumer Solution: วัฒนธรรมสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม โดยไม่เพียงแค่ตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว แต่ควรตอบสนองความต้องการแก่ “ผู้เรียนรู้” ผ่านประสบการณ์ตีความ (Interpretive Experience) แต่แนวคิดนี้ยังไม่ถูกนำไปใช้จริงอย่างเป็นระบบ

Cost to Consumer: ชี้ให้เห็นความสำคัญของการกำหนดราคาเชิงคุณค่า (Value-based Pricing) และสะท้อนต้นทุนการดูแลรักษาแหล่งมรดก

Convenience: เน้นการออกแบบพื้นที่เชิงรุก (Inclusive Design) และแนะนำให้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น QR Code, AR Guide, Multilingual Platform เพื่อเพิ่มความสะดวกและคุณภาพการท่องเที่ยว

Communication: แนะนำให้จัดตั้งศูนย์ข้อมูลกลาง (Info Hub) และใช้สื่อเชิงตีความหลายภาษา พร้อมทั้งการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและสอดคล้องกับสถานะแหล่งมรดกโลก

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดของแหล่งมรดกโลกศรีเทพมีศักยภาพในการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวหลากหลาย แต่ยังไม่ถึงขั้นมีประสิทธิภาพอย่างเต็มที่ จุดแข็งอยู่ที่ความโดดเด่นของแหล่งมรดกโลกที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวสนใจวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ และค่าใช้จ่ายในการมาเยือนเหมาะสมแล้ว ขณะที่จุดอ่อนหลักคือ สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และการสื่อสารที่ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี ต่อเนื่อง และขาดกลยุทธ์เจาะตลาดเชิงลึกการบูรณาการระหว่างภาครัฐ เอกชน ชุมชน และภาควิชาการจึงเป็นหัวใจสำคัญในการยกระดับพื้นที่สู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและยั่งยืน

ตาราง 16 บทสรุปผลการสัมภาษณ์ตามกลยุทธ์การตลาด 4C's ของแหล่งมรดกโลกศรีเทพ

กลยุทธ์ 4C's	ประเด็นหลัก	ประเด็นที่ค้นพบ	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
Consumer Solution	วัฒนธรรม หลากหลาย	อุทยานประวัติศาสตร์ ศรีเทพมีวัฒนธรรมที่ หลากหลาย	มีวัฒนธรรมที่ ตอบสนอง กลุ่มเป้าหมายได้ หลากหลาย	มีวัฒนธรรมที่สร้าง ความพึงพอใจหลาย กลุ่ม	มีวัฒนธรรม หลากหลายและ สร้างความผูกพัน ผ่านกิจกรรม วัฒนธรรมโดยชุมชน	มีวัฒนธรรมสร้างความ พึงพอใจไม่เพียง นักท่องเที่ยว แต่ควร สร้างความพึงพอใจแก่ ผู้เรียนรู้ผ่านการตีความ ไม่ใช่แค่การชมเชิงผิวเผิน
Cost to Consumer	ราคาค่าเข้าชม และต้นทุนแฝง	ราคามีความเหมาะสม แต่คุณค่าเชิง ประสบการณ์ยังไม่ ครบถ้วน	เน้นราคามาตรฐาน ตามนโยบาย ค่าเช่า ชมคนไทย 20 บาท ต่างชาติ 100 บาท ยกเว้นไม่เก็บค่าเช่า สำหรับบางกลุ่ม เช่น ภิกษุ นักเรียน/นิสิต- นักศึกษา	กังวลต้นทุนแฝง เช่น ค่าขนส่ง อาหาร ที่พัก การท่องเที่ยว ควรมีมูลค่าทาง เศรษฐกิจที่ชัดเจน เช่น แพคเกจนำ เที่ยว ร้านค้า ที่พัก โดยเน้นการกำหนด ราคาตามระดับ คุณภาพสินค้า/ บริการ แต่ยังคง มาตรฐานกลาง	ต้องการความ ยืดหยุ่นตามบริการ และต้นทุนที่แท้จริง และชุมชนเสนอ ราคาแบบยืดหยุ่น เช่น ให้บริการนำ เที่ยวท้องถิ่น ราคา ขึ้นกับความสัมพันธ์ และความเชื่อใจ ไม่ เป็นระบบ ทำให้ขาด ความน่าเชื่อถือใน สายตานักท่องเที่ยว บางกลุ่ม	เสนอแนวคิด value- based pricing และ ชี้ให้เห็นต้นทุนการดูแล แหล่งมรดก เน้นการพัฒนา แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น QR Code, AR Guide, Chatbot, multilingual platform เพื่อช่วย ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ และกลุ่มพิเศษเข้าถึงได้ ง่าย
หมายเหตุ: ทุกภาคส่วนไม่เห็นด้วยในการปรับราคาค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ เนื่องจากการบริหารจัดการไม่มีประสิทธิภาพ ความไม่พร้อมในสิ่งอำนวยความสะดวก และจะทำให้นักท่องเที่ยวลดลง						
Convenience	ความสะดวกใน การเข้าถึงบริการ	โครงสร้างพื้นฐานยังมี ข้อจำกัด เช่น ห้องน้ำ, ขนส่งสาธารณะ, ขาด บริการดิจิทัล	1. มีแผนพัฒนา แต่ ยังไม่ครอบคลุมสิ่ง อำนวยความสะดวกในแหล่ง ท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ จุดพัก ทางเดิน รถเข็น ผู้สูงอายุ และร่วม เช่า ระบบนำทาง บริการคนพิการ 2. มีแผนส่งเสริม “พลังบวก” 3 หลัก 2 เสริม แก่ ชุมชน 3. มีแผนปรับปรุง บริการดิจิทัล เช่น Application	1. ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ ครบถ้วนก่อน ขยายการตลาด 2. ร้านค้าภายใน พื้นที่ขาดความเป็น ระเบียบเรียบร้อย และไม่สามารถ แข่งขันด้านคุณภาพ ได้ในบางจุด	1. ไม่มีระบบแผนที่ หรือ Application ส่งผลให้บางกลุ่ม ไม่สามารถเข้าถึง ได้ง่าย 2. เสนอพัฒนา/ ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น จุดจำหน่ายสินค้า OTOP 3. โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำที่สะอาด ณ อร์ตัน	1. เน้นการพัฒนา แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น QR Code, AR Guide, Chatbot, multilingual platform เพื่อช่วย ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ และกลุ่มพิเศษเข้าถึงได้ ง่าย 2. เสนอพัฒนา/ปรับปรุงสิ่ง อำนวยความสะดวก 3. โครงสร้างพื้นฐาน 4. ขอบข่ายด้าน inclusive design 5. การจัดการพื้นที่เพื่อ ความยั่งยืน

ตาราง 16 (ต่อ)

กลยุทธ์ 4C's	ประเด็นหลัก	ประเด็นที่ค้นพบ	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
Communication	การสื่อสาร/ ประชาสัมพันธ์	ช่องทางการสื่อสาร ไม่เป็นระบบ ขาด branding และ เนื้อหาที่น่าสนใจ	ใช้สื่อหลากหลาย แต่ ขาดกลยุทธ์บูรณา การกับชุมชนและ เอกชน เช่น การ สื่อสารกับประชาชน ยังไม่ต่อเนื่อง ขาด ระบบการแจ้ง ข่าวสารผ่านช่องทาง ดิจิทัล	ใช้ Social Media ได้ดี เช่น Facebook, เพจท่องเที่ยว, อินฟลู เอนเซอร์ และคลิป วิดีโอ แต่ขาดการ ประสานนโยบายร่วม ไม่มีศูนย์กลางข้อมูล ท่องเที่ยวที่เป็น ระบบร่วมกับภาครัฐ	ยังใช้การสื่อสารแบบ พื้นฐานหรือดั้งเดิม เช่น การโทรติดต่อ ปากต่อปาก แต่ยัง ขาดการเชื่อมโยง ข้อมูลแบบรวมศูนย์ ข้อมูลบางส่วน ล้าสมัย	1. เสนอให้มีการสร้าง ศูนย์กลางข้อมูล (info hub) ทั้ง ออนไลน์และ ออฟไลน์ การใช้ AI Chatbot, AR/VR, และ Global Campaign เช่น Amazing Thailand เพื่อสร้างการรับรู้ใน ระดับนานาชาติ 2. เสนอให้ใช้สื่อเชิง ตีความ สื่อหลาย ภาษา และ แพลตฟอร์มดิจิทัล รวมศูนย์

จากตาราง 16 ผลการสัมภาษณ์ตามกรอบแนวคิดกลยุทธ์การตลาด 4C's (Consumer Solution, Cost to Consumer, Convenience, Communication) พบว่า การบริหารจัดการด้านการตลาดของแหล่งมรดกโลกศรีเทพอยู่ในระดับมีศักยภาพมากกว่ามีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง จุดแข็งคือ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีวัฒนธรรมที่หลากหลายสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ด้านราคา ภาครัฐกำหนดค่าเข้าชมในอัตราที่เข้าถึงได้ (20 บาทสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 100 บาทสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ) และยกเว้นบางกลุ่มเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงการท่องเที่ยว ส่วนภาคเอกชนและชุมชนมุ่งสร้างความคุ้มค่าและยั่งยืน นักวิชาการเสนอแนวคิด Value-based Pricing เพื่อสะท้อนคุณภาพและต้นทุนการดูแลแหล่งมรดก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังไม่เพียงพอ และดีพอ ควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การออกแบบประสบการณ์เชิงลึกสำหรับตลาดเฉพาะ และการสื่อสารยังขาดศูนย์กลางข้อมูลและระบบการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกัน ทำให้ยังไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์พื้นที่ได้อย่างเป็นเอกภาพ การสื่อสารที่ขาดความชัดเจน ต่อเนื่อง และการบูรณาการระหว่างภาคส่วน การบริการดิจิทัล และการออกแบบเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

สรุปได้ว่า การประยุกต์ใช้หลักการบริหารจัดการ 4C's Model (Consumer Solution, Cost to Consumer, Convenience และ Communication) ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับ “ดี” โดยเฉพาะด้าน Consumer Solution ที่มีสถานที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และ Cost to Consumer ซึ่งมีราคาหรือค่าใช้จ่ายในการมาเยือนเหมาะสมสามารถ

ตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่มีความคุ้มค่า ทั้งในด้านเวลา ค่าใช้จ่าย และประสบการณ์โดยรวม

อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม (1) การปรับปรุงความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เช่น การติดตั้งป้ายบอกทางหลายภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย (2) การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสะดวก เช่น การรับชำระค่าเข้าชมผ่านระบบ QR Code (3) การพัฒนารูปแบบการสื่อสารระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนักท่องเที่ยว โดยใช้สื่อดิจิทัล เทคโนโลยี AR/VR และการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อสร้างความเข้าใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก และ (4) การเสริมสร้างความร่วมมือกับชุมชน เพื่อเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม ควบคู่กับการอนุรักษ์คุณค่าดั้งเดิมของพื้นที่อย่างยั่งยืน

คำถามวิจัยข้อที่ 2

การนำหลักการบริหารจัดการ 7S Model มาใช้ในการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก มีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก: ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักวิชาการ พบว่าการนำแนวคิด 7S Model มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในฐานะแหล่งมรดกโลกนั้น ยังไม่บรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพในภาพรวม แม้จะมีการดำเนินงานบางด้านที่สอดคล้องกับองค์ประกอบของโมเดล แต่ยังขาดการประสานงานและระบบที่ชัดเจนในหลายมิติ ดังนี้

1. โครงสร้างองค์กร (S1 -Structure)

การจัดการในระดับพื้นที่ยังขาดโครงสร้างแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงาน ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ องค์การปกครองท้องถิ่น ชุมชน และเอกชน ทำให้เกิดการซ้ำซ้อนของบทบาทและทรัพยากร ผู้ให้ข้อมูลเสนอให้จัดตั้ง “คณะกรรมการมรดกโลกศรีเทพ” ระดับพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนงานอย่างมีประสิทธิภาพ

1.1 ภาครัฐ (Government Segment)

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักในภาครัฐ พบว่า โครงสร้างองค์กรในการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกศรีเทพ ยังอยู่ในสภาพที่ “พัฒนาแต่ยังไม่สมบูรณ์” กล่าวคือ มีความพยายามในการจัดตั้งกลไกความร่วมมือและการประสานงานระหว่างหน่วยงาน แต่ยังไม่เป็นรูปแบบที่บูรณาการและมีเอกภาพอย่างแท้จริง รายละเอียดจากผู้ให้ข้อมูลมีดังนี้

ในบริบทของการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในฐานะแหล่งมรดกโลก พบว่าโครงสร้างองค์กรของภาครัฐมีลักษณะเป็นระบบ “กึ่งรวมศูนย์และกระจายอำนาจ” โดยในระดับจังหวัดมีความพยายามจัดตั้งคณะกรรมการระดับจังหวัด ศูนย์ประสานงานกลาง และหน่วยปฏิบัติการในพื้นที่ ซึ่งสนับสนุนการสื่อสารแบบสองทางระหว่างผู้บริหารกับเจ้าหน้าที่ในพื้นที่และชุมชนท้องถิ่น

ผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Line Official และ Dashboard ขณะเดียวกันในระดับอำเภอมีความพยายามสร้างโครงสร้างแบบบูรณาการ โดยมี นายอำเภอเป็นประธานคณะกรรมการความยั่งยืนของแหล่งมรดกโลก ซึ่งแสดงถึงความร่วมมือระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ หน่วยงานระดับจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อผลักดันการทำงานของทุกภาคส่วนร่วมกัน อย่างไรก็ตาม โครงสร้างในปัจจุบันยังมีลักษณะ กระจัดกระจาย หลายหน่วยงานมีบทบาทหน้าที่ที่ทับซ้อนกัน และขาดกลไกกลางในการประสานงาน ส่งผลให้เกิดช่องว่างในการบริหารจัดการและความล่าช้าในการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้ให้ข้อมูลหลายรายจึงเสนอให้จัดตั้ง “คณะกรรมการร่วมศรีเทพมรดกโลก” เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการกำหนดยุทธศาสตร์และบริหารจัดการแบบบูรณาการ ทั้งนี้ แม้จะมีความพยายามกระจายอำนาจ แต่การบริหารจัดการยังคงยึดถือให้ กรมศิลปากร เป็นผู้รับผิดชอบหลัก ขณะที่หน่วยงานท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล และสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด มีบทบาทเพียงในระดับสนับสนุนทางปฏิบัติ และยังไม่มีอำนาจในการตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์อย่างแท้จริง

ถึงแม้จะมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างการบริหาร แต่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพก็มีความพยายามยึดแนวทางตาม Operational Guidelines ของอนุสัญญามรดกโลก พ.ศ. 2515 และใช้เกณฑ์การท่องเที่ยวยั่งยืนระดับโลก (GSTC) เป็นกรอบในการบริหารจัดการ โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนและการสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการจัดการแหล่งมรดกโลกตามแนวทางสากล

1.2 ภาคเอกชน (Private Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า โครงสร้างองค์กรของภาคเอกชนในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัว (Family Business) ที่เน้นความยืดหยุ่น การกระจายอำนาจ และความไว้วางใจภายในกลุ่มสมาชิก เช่น ร้านอาหาร โรงแรม OTOP รีสอร์ท รถตู้ และร้านเช่าชุด ล้วนมีการจัดการแบบไม่เป็นทางการ แต่มีประสิทธิภาพในการดำเนินการ ปรับตัว และขยายกิจการอย่างคล่องตัว ซึ่งตรงข้ามกับโครงสร้างการบริหารของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพที่ยังคงยึดติดกับระบบราชการ มีลำดับขั้นชัดเจน ขาดความยืดหยุ่นและไม่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชน

ผู้ประกอบการหลายรายเห็นพ้องว่า แม้อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จะมีเจ้าหน้าที่ประจำจุด เช่น พนักงานขายบัตร รปภ. และคนขับรถราง แต่ยังขาดระบบการให้ข้อมูลที่เป็นระบบ เช่น เจ้าหน้าที่บรรยายประจำจุดทำให้ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวขาดความซาบซึ้ง และไม่ประทับใจจะกลับมาเยือนซ้ำ นอกจากนี้ ภาคเอกชนยังวิพากษ์ว่าโครงสร้างการบริหารแบบรวมศูนย์ของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ทำให้กระบวนการตัดสินใจล่าช้า และขาดการกระจายอำนาจอย่างแท้จริง แม้จะมีการมอบหมายงานบางส่วน แต่ท้ายที่สุดยังต้องรอการอนุมัติจากผู้บริหารระดับบน

การเปรียบเทียบกับแหล่งมรดกโลกอื่น เช่น บ้านเชียง ภูพระบาท หรือพนมรุ้ง พบว่า ศรีเทพ ยังขาดการเปิดรับ “ภาคี” จากภาคเอกชนหรือองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเสริมพลังการจัดกิจกรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ขณะเดียวกัน ธุรกิจ OTOP และ SME หลายแห่งในศรีเทพมีความพร้อมในการร่วมมือ โดยมีระบบการบริหารแบบแยกฝ่ายชัดเจน มีการสร้างขวัญกำลังใจและรักษาบุคลากรแม้ในช่วงวิกฤต เช่น ช่วงโควิด-19 อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากสะท้อนว่าอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ยังมี “กำแพง” ระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน เนื่องจากโครงสร้างการบริหาร ไม่เปิดเผย และไม่เปิดโอกาสให้เกิดการร่วมมืออย่างแท้จริงกับชุมชน และผู้ประกอบการท้องถิ่น ส่งผลให้โอกาสในการพัฒนารูปแบบการจัดการแบบร่วมมือ (Co-management) ที่เน้นความยั่งยืนและการมีส่วนร่วมยังไม่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

1.3 ภาคชุมชน (Community Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า องค์กรระดับชุมชน เช่น อบต. มีหน้าที่ดูแลในบางเขตพื้นที่ ขณะที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพอยู่ภายใต้กรมศิลปากร ซึ่งส่งเจ้าหน้าที่ที่ไม่ใช่คนในพื้นที่มาปฏิบัติงาน ส่งผลให้เกิด “ช่องว่างทางโครงสร้าง” และขาดความไว้วางใจจากประชาชนท้องถิ่น แม้จะมีการจัดตั้ง “ศูนย์บริหารจัดการมรดกโลกเมืองโบราณศรีเทพ” และกำหนดเขตคุ้มครองตามกฎหมายแล้ว แต่โครงสร้างเชิงปฏิบัติที่เชื่อมโยงภาคชุมชนเข้ากับกระบวนการตัดสินใจยังไม่ชัดเจน และไม่ยืดหยุ่นเพียงพอ

นอกจากนี้ ชุมชนยังสะท้อนว่าการบริหารจัดการของรัฐแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่ง ขาดกลไกการวางแผนร่วมกัน และไม่มีความเชื่อมโยงเชิงกลไกที่มีประสิทธิภาพ หลายชุมชนจึงเสนอให้มีการจัดตั้ง “คณะกรรมการร่วมบริหารแหล่งมรดกโลก” ระหว่างรัฐกับชุมชน เพื่อสร้างโครงสร้างความร่วมมือถาวรที่เอื้อต่อการบูรณาการเชิงนโยบาย

ในระดับปฏิบัติการยังพบว่า การขออนุญาตใช้พื้นที่จัดกิจกรรมต่าง ๆ มีความซับซ้อน และต้องผ่านหลายขั้นตอนของหลายหน่วยงาน เช่น อบต. อำเภอ และอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ส่งผลให้ประชาชนรู้สึกว่ามีต้นทุนค่าและขาดความคล่องตัว ปัจจุบันชุมชนจึงเลือกใช้โครงสร้างที่ไม่เป็นทางการ โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างกันคน ผู้ใหญ่บ้าน และจิตอาสา ซึ่งแม้จะมีความกระตือรือร้น แต่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนเชิงนโยบายอย่างเป็นระบบ

1.4 นักวิชาการ (Academic Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า โครงสร้างองค์กรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีลักษณะ แบบกระจายอำนาจ (Decentralized) โดยมีสำนักงานครอบคลุมทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งช่วยสนับสนุนด้านการตลาด และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในภาพรวม แต่ไม่มีอำนาจโดยตรงในการจัดการแหล่งมรดกโลก

เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ที่ยังอยู่ภายใต้โครงสร้างรวมศูนย์ของกรมศิลปากร ทำให้เกิดข้อจำกัดในการบริหารพื้นที่อย่างแท้จริง

แม้โครงสร้างของกรมศิลปากรจะแบ่งหน้าที่ชัดเจนและอยู่ภายใต้การกำกับของกระทรวงวัฒนธรรม ผ่านสำนักงานเขตพื้นที่ เช่น เขต 4 ลพบุรี แต่ในทางปฏิบัติยังพบปัญหาเรื่องการขาดบุคลากร การทำข้ามบทบาท และไม่มีความคล่องตัว ในการปรับตัวกับบริบทพื้นที่ นักวิชาการหลายท่านเสนอให้มีการ ปรับโครงสร้างภายในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ โดยจัดตั้ง “ฝ่ายประชาสัมพันธ์” และ “ฝ่ายวิจัยเชิงลึก” เพื่อรองรับบทบาทของแหล่งมรดกโลกในระดับสากล

นอกจากนี้ยังเสนอว่าการบริหารจัดการควรเชื่อมโยงกับภาคชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง พร้อมจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม แม้ชุมชนในพื้นที่จะมีโครงสร้างท้องถิ่น เช่น อบต. ผู้ใหญ่บ้าน หรือกำนัน แต่ก็ยัง ไม่มีโครงสร้างความร่วมมืออย่างเป็นทางการ ระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพกับชุมชน ส่งผลให้เกิดช่องว่างระหว่างระบบราชการกับภาคประชาชน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการจัดการแบบมีส่วนร่วมที่ยั่งยืน

สรุปได้ว่า ภาคนักวิชาการเสนอให้มีการทบทวนและออกแบบโครงสร้างการบริหารแบบ “ผสมผสาน” ที่ผนวกทั้งองค์ความรู้เชิงวิชาการ กลไกราชการ และพลังของชุมชน เพื่อรองรับการดำรงสถานะของศรีเทพในฐานะแหล่งมรดกโลกอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2. ยุทธศาสตร์ (S2-Strategy)

ยุทธศาสตร์ของแต่ละภาคส่วนยังขาดการบูรณาการร่วมกันอย่างแท้จริง โดยภาครัฐใช้แนวทาง Top-down ขณะที่ภาคเอกชนและชุมชนดำเนินการแบบแยกส่วน ส่งผลให้การพัฒนาแหล่งมรดกโลกศรีเทพขาดทิศทางร่วมที่ชัดเจน และยังไม่สามารถสร้างความยั่งยืนในระยะยาวได้

2.1 ภาครัฐ (Government Segment)

จากข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากการสัมภาษณ์ พบว่า ยุทธศาสตร์ของภาครัฐในการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ในฐานะแหล่งมรดกโลกนั้นมีความก้าวหน้าในบางมิติ แต่ยังขาดการเชื่อมโยงแบบบูรณาการและการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบในระดับพื้นที่ โดยในด้านหนึ่ง หน่วยงานอย่างกรมศิลปากรและอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีการใช้แนวทางระดับสากล เช่น Operational Guidelines ของอนุสัญญามรดกโลก ปี 1972 และคู่มือ GSTC (Global Sustainable Tourism Criteria) มาเป็นแนวทางหลักเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ควบคู่ไปกับแนวคิดการสร้าง “ความรู้สึกเป็นเจ้าของ” และการมีส่วนร่วมของชุมชน นอกจากนี้ ระดับอำเภอมีความพยายามขับเคลื่อนเชิงรุก โดยสนับสนุนการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและศาสนา เพื่อเสริมสร้างความผูกพันระหว่างชุมชนกับแหล่งมรดกโลก อันเป็นการใช้ยุทธศาสตร์แบบมีฐานวัฒนธรรม (Cultural-based Strategy) ขณะเดียวกัน ในระดับจังหวัดยุทธศาสตร์ถูกกำหนดแบบบนลงล่าง (Top-down) ผ่านการวาง Action Plan พร้อมตัวชี้วัด (KPI) และระบบติดตามประเมินผล (Monitoring & Feedback Loop) ซึ่งเป็น

ความพยายามสร้างระบบประเมินผลตามหลักการบริหารสมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม ยุทธศาสตร์ระดับภาพรวมยังขาดการผสาน “มิติของวัฒนธรรมท้องถิ่น” ซึ่งเป็นหัวใจของการสื่อสารคุณค่าเชิงจิตวิญญาณ อัตลักษณ์ และพิธีกรรมในพื้นที่ศรีเทพ นอกจากนี้ยังไม่มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระยะยาวหรือแผนแม่บท (Master Plan) ที่ชัดเจน ซึ่งสามารถเชื่อมโยงเป้าหมายด้านการอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างยั่งยืน และยังขาดการจัดทำ “แผนยุทธศาสตร์ร่วมแบบบูรณาการ” ระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในระดับพื้นที่

2.2 ภาคเอกชน (Private Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาคเอกชน ในพื้นที่รอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มีการดำเนินกลยุทธ์ที่หลากหลายตามลักษณะธุรกิจและวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการ แม้ไม่มีแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการร่วมกับภาครัฐหรือแผนแม่บทของแหล่งมรดกโลกอย่างชัดเจน แต่ภาคเอกชนมีลักษณะเด่นในการดำเนินกลยุทธ์แบบยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว

ความจำเป็นในการพัฒนากลยุทธ์แบบ ประสบการณ์ร่วม (Co-created Experience) เช่น การให้บริการรถรางพร้อมบรรยาย ร้านกาแฟเชิงเรื่องเล่า และกิจกรรมวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงกับคุณค่ามรดก โดยมีข้อเสนอให้ประสานงานเป็นทีมข้ามภาคส่วน แทนการทำงานแบบแยกกัน (Silo) อย่างในปัจจุบัน ซึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นยังจำกัดอยู่ในวงในท้องถิ่น ไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ในระดับภูมิภาคได้

ภาคธุรกิจบริการรายย่อย เช่น ร้านอาหาร โรงแรม และสินค้า OTOP มีแนวโน้มพัฒนากลยุทธ์เชิงรุกผ่านช่องทาง Digital Marketing เช่น การ Check-in รับส่วนลด รีวิวออนไลน์ หรือวางแผนขยายตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายในเมืองใหญ่ เช่นเดียวกับกิจการ OTOP ที่เริ่มใช้กลยุทธ์เฉพาะตัว เช่น “ราคายุติธรรม” หรือ “บริการตามดวง” เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์และความไว้วางใจ (Emotional Trust) กับลูกค้า

อีกมิติหนึ่งที่น่าสนใจคือ กลุ่มธุรกิจขนาดเล็กแบบครอบครัว (Family-based SME) เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และรถตู้ท้องถิ่น เน้นกลยุทธ์แบบ ปรับตัวไว เข้าใจลูกค้า และมีผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leadership) ซึ่งสามารถวางแผนธุรกิจล่วงหน้าและพัฒนาบริการใหม่ตามเทรนด์ เช่น การเปิดศูนย์อาหาร ร้านของฝาก หรือการเน้นความปลอดภัยเป็นภาพลักษณ์หลัก อย่างไรก็ตาม การขาดกลยุทธ์ร่วม (Collaborative Strategy) ระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐและชุมชน ส่งผลให้โอกาสในการสร้าง “ระบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวแบบองค์รวม” ที่เชื่อมโยงคุณค่ามรดกโลกยังไม่ถูกใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพ

2.3 ภาคชุมชน (Community Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาคชุมชน มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม และธรรมชาติในพื้นที่ โดยเฉพาะการดำเนินกิจกรรมท้องถิ่น เช่น การใช้มัคคุเทศก์/ไกด์พื้นถิ่น การจัดกิจกรรมฝึกอาชีพ และการพัฒนาอาหารพื้นบ้าน เช่น ห่อหมกหน่อไม้ แกงอีเหี่ยว ขนมลูกโคลน ข้าวแตงกา ซึ่งสะท้อนถึงกลยุทธ์เชิงอนุรักษ์และการสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์เหล่านี้ยังขาดการสนับสนุนเชิงระบบ ขาดแผนกลยุทธ์ร่วมที่มีเป้าหมายร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และขาดกลไกในการสานต่ออย่างเป็นรูปธรรม

หลายชุมชนมีความคิดริเริ่มที่ดี เช่น การส่งเสริม “การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ” ที่เน้นความศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่เขามอรัตน์ หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้จำหน่ายได้ในตลาด อย่างไรก็ตาม แผนการพัฒนาส่วนใหญ่ยังเป็นลักษณะ “โครงการเฉพาะกิจ” ขาดความต่อเนื่อง และไม่มีระบบติดตามประเมินผล เช่น ตลาดแคระ หรือการฝึกทำผ้ามัดหมี่ที่ไม่มีผู้สืบทอดหลังหมดงบประมาณ นอกจากนี้ หลายชุมชนสะท้อนถึงการ “ขาดแผนกลยุทธ์ร่วมกับอุทยานประวัติศาสตร์ ศรีเทพ” และไม่มีการประสานงานที่เป็นระบบระหว่างภาคประชาชนกับหน่วยงานราชการในระดับพื้นที่ เช่น การขาดแผนการตลาดร่วม การขาดโครงสร้างในการส่งเสริม Community-Based Tourism หรือการประสานกิจกรรมกับสินค้า OTOP ที่มีอยู่แล้วในพื้นที่ ถึงแม้จะมีการอ้างอิงแนวทางจาก UNESCO Operational Guidelines (2023) หรือแนวคิด “ท่องเที่ยวเพื่อชุมชน + อนุรักษ์ เพื่อรุ่นหลาน” แต่การขาดกลยุทธ์ในระดับนโยบาย (Top-down) และขาดการส่งเสริมจากรัฐทำให้กลยุทธ์ชุมชนยังไม่สามารถพัฒนาเป็นระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เต็มศักยภาพ

ข้อเสนอที่ชุมชนต้องการ ได้แก่ การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ร่วม (Joint Strategic Plan) ระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพกับชุมชน โดยเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วม (Participatory Planning), การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, การแก้ปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ความสะอาด และการสร้างเวทีให้ชุมชนได้กำหนดยุทธศาสตร์ร่วมกับหน่วยงานรัฐในลักษณะภาคีความร่วมมือ

2.4 นักวิชาการ (Academic Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่เน้นย้ำมากที่สุด คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ควบคู่กับการใช้นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thai-ness) เช่น โครงการ "Amazing Thailand" และการพัฒนาแอปพลิเคชัน “เหว่ยไท่กั๋ว” สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งสะท้อนถึงการใช้นวัตกรรมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกอย่างศรีเทพ ในขณะที่บางกลุ่มเสนอแนวทางเชิงวัฒนธรรม เช่น การจัดกิจกรรมทางศาสนา (เวียนเทียน, สืบสานความเชื่อพื้นถิ่น) เพื่อเชื่อมโยงกับกลยุทธ์สร้างศรัทธาและความผูกพันของชุมชนต่อแหล่งโบราณสถาน อย่างไรก็ตาม หลายนโยบายยังอยู่ในระดับข้อเสนอ และยังไม่พัฒนาเป็น ยุทธศาสตร์ที่เป็นรูปธรรม หรือมีระบบติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

นักวิชาการสายมรดกวัฒนธรรมให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตาม แผน HIA (Heritage Impact Assessment) และ แผนอนุรักษ์ของ UNESCO โดยเฉพาะอย่างยิ่งการควบคุมการใช้พื้นที่และการออกแบบกิจกรรมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพให้สอดคล้องกับคุณค่า Outstanding Universal Value (OUV) แต่ในเชิงการบริหารพบว่า ยุทธศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นลักษณะ “ระยะสั้นตามคำสั่ง” เช่น การจัดคณะต้อนรับ การจัดงานเฉพาะกิจ หรือการจัดสรรวิทยากร โดยยังไม่มีการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว เช่น การบริหารพื้นที่โดยใช้แนวคิดบูรณาการ หรือแผนการตลาดวัฒนธรรมที่ชัดเจน นอกจากนี้ การสื่อสารกับชุมชนยังมีข้อจำกัด โดยเฉพาะประเด็นความสะอาด น้ำประปา และการจัดระเบียบพื้นที่จำหน่ายสินค้า ที่แม้จะมีการร้องเรียนซ้ำจากชุมชน แต่กลับยังไม่มียุทธศาสตร์ในการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างหรือเชิงนโยบายร่วมกับภาครัฐและชุมชน

สรุปได้ว่า ภาคนักวิชาการมีศักยภาพในการกำหนดทิศทางเชิงนโยบายและการพัฒนาแนวคิดที่ทันสมัย แต่ยังขาดกลไกเชิงปฏิบัติและการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ร่วมกับภาคีในพื้นที่ หากสามารถพัฒนา "กลยุทธ์เชิงบูรณาการ" ที่เชื่อมโยงระหว่างภาควิชาการ ภาครัฐ และชุมชน จะช่วยเสริมความเข้มแข็งให้กับการพัฒนาอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

3. ระบบบริหารจัดการ (S3 - System)

ระบบบริหารจัดการของแหล่งมรดกโลกศรีเทพในภาพรวมยังคงมีลักษณะแบบดั้งเดิม (manual system) เป็นหลักในทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ โดยเฉพาะในระดับปฏิบัติการในพื้นที่ ยังขาดการบูรณาการด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการ เช่น ระบบฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว, ระบบบริการออนไลน์, ระบบการจอง, การติดตามผล และการสื่อสารแบบ Real-time ส่งผลต่อความไม่คล่องตัวในการบริหารและการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังพบว่าขาดระบบสนับสนุนเฉพาะกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุ หรือกลุ่มเปราะบาง ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและครอบคลุม

3.1 ภาครัฐ (Government Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ระบบบริหารจัดการของภาครัฐในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาโดยใช้เครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุน โดยยังคงอิงระบบแบบราชการดั้งเดิมและกระบวนการ manual เป็นหลัก แม้ว่าจะมีความพยายามวางระบบเชิงเทคนิค เช่น ระบบกล้องวงจรปิดในพื้นที่อ่อนไหว การนำระบบพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ และการจัดทำ KPI รายบุคคลเพื่อประเมินผลการทำงาน แต่ระบบเหล่านี้ยังไม่ถูกบูรณาการในระดับองค์กรอย่างทั่วถึง

ในด้านการจัดการข้อมูล พบว่า มีการใช้ระบบ GIS และฐานข้อมูลรายงานผลต่อ UNESCO ซึ่งสะท้อนถึงความตระหนักในการบริหารจัดการแบบองค์รวม อย่างไรก็ตาม การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน เช่น ระหว่างกรมศิลปากร จังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยังขาดระบบดิจิทัลสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพ เช่น แพลตฟอร์มกลางสำหรับการจอง การให้ข้อมูล

นักท่องเที่ยวแบบ Real-time หรือระบบประสานงานระหว่างภาคส่วน นอกจากนี้ ยังพบว่าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังอยู่ในแผนพัฒนาในอนาคต และปัจจุบันใช้ระบบการสื่อสารเบื้องต้น เช่น กลุ่มไลน์หรือเว็บไซต์ระดับพื้นฐาน ซึ่งไม่เพียงพอต่อการรองรับการเป็นแหล่งมรดกโลกที่ต้องการการบริหารจัดการที่โปร่งใส รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพในระดับนานาชาติ

สรุปได้ว่า ระบบบริหารจัดการของภาครัฐในปัจจุบันยังอยู่ในช่วงของ “การเริ่มเปลี่ยนผ่าน” จากระบบราชการดั้งเดิมไปสู่ระบบอัจฉริยะ (Smart Heritage Management System) ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณ ทรัพยากรบุคคล และความร่วมมือระหว่างภาคส่วนอย่างบูรณาการ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนตามแนวทางของ UNESCO

3.2 ภาคเอกชน (Private Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ระบบบริหารจัดการของภาคเอกชนในพื้นที่รอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพยังคงอยู่ในรูปแบบ “manual system” เป็นหลัก โดยใช้แรงงานคนและระบบสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น การติดต่อโดยตรง การรับชำระเงินสด หรือโอนเงินผ่านบัญชีส่วนตัว ขาดระบบดิจิทัลในการบริหารจัดการ เช่น ระบบบัญชี การจองล่วงหน้า การจัดเก็บข้อมูลลูกค้า หรือระบบ CRM (Customer Relationship Management) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

หลายธุรกิจท้องถิ่นยังไม่มีระบบควบคุมหรือจัดการนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น การนับจำนวน การควบคุมความหนาแน่น หรือการให้ข้อมูลแบบ Interactive ผ่านเทคโนโลยี เช่น QR Code หรือ AR แม้ว่าจะมีความพยายามเบื้องต้น เช่น การรับจองทัวร์หรือเตรียมอาหารล่วงหน้าสำหรับนักท่องเที่ยวหมู่คณะ และการติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อความปลอดภัย แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ดิจิทัลในภาพรวมที่สนับสนุนการให้บริการที่ครอบคลุม

ผู้ประกอบการบางรายเสนอให้พัฒนาเทคโนโลยี เช่น ระบบจองออนไลน์ ระบบสแกนบัตร หรือ QR เพื่อควบคุมการเข้า-ออกพื้นที่และอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว รวมถึงระบบที่สามารถเชื่อมต่อกับอาสาสมัครหรือกลุ่มผู้เรียนรู้ อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดด้านงบประมาณ ทักษะทางเทคโนโลยี และการขาดความร่วมมือเชิงระบบจากหน่วยงานภาครัฐยังเป็นอุปสรรคสำคัญ

สรุปได้ว่า ภาคเอกชนยังขาดการนำระบบดิจิทัลเข้ามาใช้บริหารจัดการอย่างจริงจัง และยังไม่มีความเชื่อมโยงกับระบบของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในเชิงโครงสร้าง หากสามารถพัฒนา “ระบบการจัดการแบบมีส่วนร่วม” ที่เชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยงานและภาคเอกชน ก็จะช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการและความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงมรดกในระยะยาวได้

3.3 ภาคชุมชน (Community Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ส่วนใหญ่ยังคงดำเนินงานในรูปแบบดั้งเดิมหรือ “manual system” โดยไม่มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบดิจิทัลมาสนับสนุนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เช่น การต้อนรับนักท่องเที่ยว การเก็บข้อมูล การจองบริการ และการบริหารจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้ขาดความยืดหยุ่น และส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการในระยะยาว

ระบบพื้นฐานในพื้นที่ เช่น ห้องน้ำ จุดจำหน่ายสินค้า OTOP จุดให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว หรือศูนย์การเรียนรู้ ยังไม่สมบูรณ์ และไม่มีการฝึกอบรมบุคลากรด้านการบริการ การต้อนรับ หรือภาษาต่างประเทศ ส่งผลให้คุณภาพการบริการยังไม่สอดคล้องกับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวระดับมรดกโลก อีกทั้งยังไม่มีระบบเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้เยือนหรือกลไกเฝ้าระวังพื้นที่เสี่ยง เช่น กล้องวงจรปิด ด้านการประสานงานในระดับพื้นที่ยังขาดระบบร่วมทำงานหรือเวทีหารือที่ชัดเจน รวมถึงระบบงบประมาณและการอนุมัติใช้พื้นที่กิจกรรมที่ยังไม่ยืดหยุ่น ทำให้ท้องถิ่นไม่สามารถจัดการทรัพยากรของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องพึ่งพาหน่วยงานกลาง ซึ่งขัดต่อหลักการบริหารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน แม้ว่าจะเริ่มมีการใช้ระบบ QR code บางส่วน เช่น การชำระเงินในตลาดชุมชน แต่ยังไม่มีการพัฒนาไปสู่ระบบดิจิทัลในระดับกว้างหรือเชื่อมโยงกับอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ หรือหน่วยงานอื่นๆ อย่างเป็นระบบ

สรุปได้ว่า ระบบบริหารจัดการในภาคชุมชนยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนา โดยเน้นการดำเนินงานแบบบ้าน ๆ ขาดเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ และไม่มีโครงสร้างหรือกลไกกลางในการประสานงานร่วมกับภาครัฐ หากสามารถพัฒนา “ระบบดิจิทัลชุมชน” ที่เชื่อมโยงกับหน่วยงานรัฐ และเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรในพื้นที่ได้ จะเป็นก้าวสำคัญต่อการยกระดับการบริหารแหล่งมรดกโลกให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

3.4 นักวิชาการ (Academic Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาคนักวิชาการให้ภาพสะท้อนที่ชัดเจนถึงความเหลื่อมล้ำของระบบบริหารจัดการระหว่างหน่วยงานกลางกับพื้นที่ปฏิบัติ โดยส่วนกลางอย่าง ททท. มีการพัฒนาเทคโนโลยีสนับสนุนที่ทันสมัย เช่น ระบบ AI “ทำท่าย (TATAI)” และ Chatbot บนเว็บไซต์ Amazing Thailand ที่สามารถตอบคำถามอัตโนมัติ เก็บข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และนำไปสู่การวิเคราะห์เชิงลึกผ่าน Tourism Behavior Analytics ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของระบบดิจิทัลในการยกระดับประสิทธิภาพการจัดการและการตลาดเชิงรุก

ในทางตรงกันข้าม ระบบที่ใช้ในพื้นที่มรดกโลก เช่น ศรีเทพ ยังคงมีลักษณะเป็น “manual system” เช่น การนับจำนวนนักท่องเที่ยวด้วยมือ การสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ เบอร์โทรติดต่อไม่ได้ หรือขาดระบบจัดเก็บข้อมูลและร้องเรียนอย่างเป็นระบบ ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและนักวิจัยได้อย่างทันการณ์ แม้จะมีความพยายามจากบางฝ่าย เช่น

การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ที่มีระบบ Virtual Tour และระบบจัดการความรู้แบบดิจิทัล แต่ภาพรวมยังสะท้อนถึงความล่าช้าและไม่เป็นระบบ โดยเฉพาะด้านระบบต้อนรับ การจัดการความสะอาด และการให้ข้อมูลในพื้นที่ ซึ่งยังขาดแนวทางที่เป็นระบบและยั่งยืน

สรุปได้ว่า ระบบบริหารจัดการในภาควิชาการสะท้อนภาพรวมที่ “สองมาตรฐาน” คือ ส่วนกลางมีความก้าวหน้าทางดิจิทัลอย่างเด่นชัด แต่ระบบในพื้นที่ยังล้าหลัง ไม่สอดคล้องกับเป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก หากสามารถถ่ายทอดนวัตกรรมจากภาคกลางสู่พื้นที่ปฏิบัติได้อย่างมีระบบ จะช่วยยกระดับการบริหารจัดการแบบยั่งยืนและมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น

4. ทักษะบุคลากร (S4 - Skill)

4.1 ภาครัฐ (Government Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาครัฐโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่จากกรมศิลปากร แสดงให้เห็นถึงทักษะในด้านวิชาการและเทคนิคที่แข็งแกร่ง เช่น ความชำนาญในโบราณคดี เทคโนโลยี Lidar และระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) ซึ่งใช้ในการสำรวจ ปรับปรุง และดูแลพื้นที่แหล่งโบราณคดีศรีเทพ อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบในกลุ่มบุคลากรภาครัฐคือ การขาดทักษะด้านการสื่อสาร การบริการ และความสามารถในการถ่ายทอดความรู้เชิงประวัติศาสตร์แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น ขาดทักษะภาษาอังกฤษ ทักษะการนำเสนอเชิงสร้างสรรค์ และมารยาทด้านงานบริการ

แม้จะมีการจัดอบรมไคด์เยาวชนบางส่วนผ่านความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แต่ระบบฝึกอบรมยังขาดความต่อเนื่องและไม่ได้ครอบคลุมเจ้าหน้าที่ทุกระดับ รวมทั้งยังไม่มีคู่มือการให้บริการที่สอดคล้องกับบริบทของแหล่งมรดกโลกตามมาตรฐาน UNESCO

4.2 ภาคเอกชน (Private Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาคเอกชนในพื้นที่แหล่งมรดกโลกศรีเทพมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของพื้นที่ ผ่านการให้บริการที่หลากหลายทั้งที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า และกิจกรรมชุมชน อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพพบว่า รูปแบบการพัฒนาทักษะของบุคลากรในภาคเอกชนยังขาดระบบการจัดการที่เป็นทางการ โดยส่วนใหญ่ใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง (on-the-job training) และการพึ่งพาองค์ความรู้ดั้งเดิมหรือการฝึกอบรมเฉพาะทางที่ไม่เป็นระบบ เช่น การเรียนรู้จากการทำงานในไร่หรือร้านอาหารของครอบครัว การอบรมจากโครงการ OTOP หรือการทดลองงานจริงโดยไม่เน้นวุฒิการศึกษา

ในด้านการให้บริการ เจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการมีความตั้งใจและมารยาทที่ดี ซึ่งเป็น Soft Skills ที่ช่วยสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม บุคลากรจำนวนไม่น้อยยังขาด Hard Skills ที่จำเป็น เช่น ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ การนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแหล่งโบราณสถาน หรือการใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว เช่น AR, QR Code และการสื่อสาร

ภาษาต่างประเทศ ขณะเดียวกัน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ยังไม่มีกลยุทธ์หรือระบบสนับสนุนการฝึกอบรมหรือรับรองมาตรฐานทักษะของบุคลากรอย่างเป็นระบบ

สรุปได้ว่า ทักษะของบุคลากรในภาคเอกชนยังมีลักษณะ “กระจัดกระจาย” และ “ไม่เชื่อมโยง” กับระบบการจัดการของภาครัฐและภาควิชาการ จึงควรมีการวางแผนกลยุทธ์เพื่อบูรณาการการพัฒนาทักษะอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการพัฒนาทักษะด้านเนื้อหาเชิงประวัติศาสตร์ การบริการ การสื่อสาร และเทคโนโลยีท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของ UNESCO ที่เน้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในพื้นที่ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4.3 ภาคชุมชน (Community Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ทักษะของภาคชุมชนในพื้นที่แหล่งมรดกโลกศรีเทพมีรากฐานมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เข้มแข็ง เช่น ทักษะการทอผ้ามัดหมี่ การปรุงอาหารพื้นบ้าน การผลิตสินค้าชุมชน และความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ทักษะเหล่านี้ยังไม่ถูกพัฒนาให้เชื่อมโยงกับกลไกการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ทั้งด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสื่อสาร การตลาด การใช้เทคโนโลยี และการให้บริการตามมาตรฐานสากล ส่งผลให้ไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืนให้กับกิจกรรมในชุมชนได้

ผู้นำชุมชนหลายแห่งมีความสามารถในการขับเคลื่อนกิจกรรมและสะสมประสบการณ์จากการปฏิบัติงานจริง แต่ประชาชนโดยรวม โดยเฉพาะเยาวชนและผู้สูงอายุ ยังคงขาดความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของตนในฐานะ “ผู้ดูแลมรดกโลก” และยังไม่ได้รับการส่งเสริมทักษะที่จำเป็น เช่น ความรู้เกี่ยวกับแหล่งโบราณคดี ทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

แม้ภาครัฐมีการจัดอบรมมัคคุเทศก์บางส่วน เช่น ผ่านโครงการของการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์ แต่ผลสัมฤทธิ์ยังต่ำ เนื่องจากจำนวนผู้ที่สามารถนำเที่ยวได้จริงมีน้อยเมื่อเทียบกับผู้ที่ผ่านการอบรม ซึ่งสะท้อนปัญหาเชิงระบบในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้ตอบโจทย์ภูมิประเทศที่ซับซ้อนและประสบการณ์เฉพาะถิ่น

สรุปได้ว่า การพัฒนาทักษะของภาคชุมชนจึงควรอยู่ภายใต้แผนกลยุทธ์ที่บูรณาการความรู้ท้องถิ่นกับความรู้สมัยใหม่ โดยควรมุ่งเน้นการสร้างแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมผ่านกระบวนการอบรมที่ต่อเนื่อง เน้น Soft Skills ด้านการบริการ และ Hard Skills ด้านการใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลแพลตฟอร์ม และการเล่าเรื่องเชิงสร้างสรรค์ (Storytelling) ทั้งนี้เพื่อให้ชุมชนสามารถเป็น “ผู้ร่วมจัดการมรดกโลก” อย่างแท้จริง สอดคล้องกับหลักการของ UNESCO ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารแหล่งมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

4.4 นักวิชาการ (Academic Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า นักวิชาการมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาทักษะบุคลากรในแหล่งมรดกโลกศรีเทพ โดยเฉพาะการสร้างองค์ความรู้ด้านโบราณคดี การอนุรักษ์ และการประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตาม พบว่าแม้บุคลากรในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จะมีทักษะเฉพาะทางด้านโบราณคดีอยู่บ้าง แต่ยังขาดทักษะด้านการสื่อสารสาธารณะ การนำเสนอข้อมูลทางวัฒนธรรมในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวในบริบทสากล

ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์จากภาควิชาการเน้นให้มีการจัดหลักสูตรอบรมเฉพาะทาง เช่น “มัคคุเทศก์มรดกโลกท้องถิ่น” หรือ “Cultural Interpreter” ที่ผสมผสานความรู้ด้านโบราณคดีกับทักษะด้านการบริการและการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม นอกจากนี้ องค์การอย่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำแนวทางการพัฒนาทักษะสมัยใหม่ เช่น Digital Transformation และ AI Transformation มาใช้กับบุคลากรของตนผ่านการอบรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการเป็นต้นแบบของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับชาติ แม้ว่าบุคลากรบางส่วนจะมีความรู้ดีเยี่ยม โดยเฉพาะด้านการสร้างรายได้ให้กับชุมชน เช่น การอบรมยุวมัคคุเทศก์ แต่โดยรวมแล้วยังขาดความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์การสื่อสารดิจิทัล เช่น การทำ Social Media Marketing, การผลิต Digital Content หรือการจัดนิทรรศการออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวยุคใหม่

สรุปได้ว่า กลยุทธ์ในการพัฒนาทักษะของภาควิชาการควรมุ่งสู่การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา หน่วยงานรัฐ และชุมชน เพื่อจัดทำหลักสูตรเฉพาะทางที่ครอบคลุมทั้ง Soft Skills และ Hard Skills ตามแนวทางของ UNESCO (2021) ที่เน้นการเสริมศักยภาพท้องถิ่นควบคู่กับการจัดการองค์ความรู้เชิงนวัตกรรมในบริบทของแหล่งมรดกโลก

5. รูปแบบภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์กร (S5- Style)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดความสอดคล้อง โดยภาครัฐส่วนใหญ่ใช้การบริหารแบบรวมศูนย์ (Top-down) ทำให้การมีส่วนร่วมจากชุมชนและภาคเอกชนมีข้อจำกัด ขณะที่ภาคเอกชนและชุมชนบางส่วนเริ่มใช้แนวทางที่ยืดหยุ่นและเน้นความร่วมมือมากขึ้น จึงควรผลักดันการบริหารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Leadership) เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของแหล่งมรดกโลก

5.1 ภาครัฐ (Government Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า รูปแบบภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์กร (Style) ของภาครัฐในการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มีความหลากหลายตามโครงสร้างของแต่ละหน่วยงาน บทบาทของผู้นำในระดับพื้นที่ โดยมุ่งเน้นปฏิบัติตามข้อบังคับของ UNESCO เพื่อป้องกันการถดถอยความเป็นแหล่งมรดกโลก พร้อมทั้งส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรผ่านกิจกรรมเสริมสร้างขวัญกำลังใจ เช่น การให้รางวัล และการจัดอบรมหรือศึกษาดูงาน เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกในการดูแล

แหล่งมรดกโลกอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม หน่วยงานบางแห่งยังคงยึดรูปแบบการบริหารแบบบนลงล่าง (Top-down) เช่น ข้อจำกัดในการสร้างการมีส่วนร่วมจากประชาชนและท้องถิ่นในระดับนโยบาย แม้ชุมชนจะมีบทบาทในภาคปฏิบัติ เช่น การนำชม หรือดูแลสถานที่ แต่ขาดกลไกการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบในกระบวนการตัดสินใจ (Participatory Governance)

ขณะที่ หน่วยงานในระดับท้องถิ่น เห็นถึงความพยายามในการปรับใช้รูปแบบการบริหารที่ยืดหยุ่นและเปิดกว้าง โดยผู้นำแสดงบทบาทเชิงรุกในการฟังเสียงของประชาชน ใช้การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ และส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทในการกำหนดกิจกรรมและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน ทั้งยังใช้แนวทาง "ผู้นำทำก่อน" (Leading by example) เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความเชื่อมั่น

สรุปได้ว่า ภาวะผู้นำในภาครัฐยังมีความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างหน่วยงานกลางที่เน้นโครงสร้างและกฎระเบียบ กับหน่วยงานท้องถิ่นที่เริ่มพัฒนาแนวทางการบริหารแบบมีส่วนร่วมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม จำเป็นต้องมีการยกระดับวัฒนธรรมองค์กรทั้งระบบให้เอื้อต่อการเป็นแหล่งมรดกโลกอย่างแท้จริง โดยเฉพาะการพัฒนาแนวคิดการบริหารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Leadership) และการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ร่วมระหว่างภาครัฐกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในระยะยาว

5.2 ภาคเอกชน (Private Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ลักษณะภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์กรของภาคเอกชน

ในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีลักษณะที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับประเภทกิจการ ขนาดองค์กร และบทบาทของผู้นำแต่ละราย โดยภาพรวมผู้นำภาคเอกชนส่วนใหญ่นิยมใช้แนวทางการบริหารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Leadership) มีความยืดหยุ่นสูง และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงานและลูกค้า ตัวอย่างเช่น บางผู้ประกอบการมีความเป็นผู้นำและผู้นำกำหนดแนวทางองค์กรจากประสบการณ์ตรงและแรงบันดาลใจส่วนตัว อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ส่งผลต่อการพัฒนาบริการที่มีความคิดสร้างสรรค์และตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้ดี

ผู้ประกอบการหลายแห่งเน้นเอกลักษณ์ท้องถิ่นผ่านเมนูหรือเครื่องแต่งกาย พร้อมกับการบริหารแบบ “ผู้นำขับเคลื่อนเอง” ซึ่งช่วยเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ในฐานะผู้สร้างประสบการณ์ท้องถิ่น (local experience) อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญของภาคเอกชนคือการขาดระบบการบริหารที่เป็นมาตรฐาน เช่น ไม่มีคู่มือการปฏิบัติงานหรือช่องทางการสื่อสารภายในที่ชัดเจน อีกทั้งยังประสบปัญหาในการสื่อสารกับภาครัฐที่ยังเน้นระบบราชการแบบทางเดียว (Top-down) ส่งผลให้ผู้ประกอบการรู้สึกว่าจะไม่ได้รับความร่วมมือ

ในเชิงวัฒนธรรมองค์กร ภาคเอกชนมักสร้างบรรยากาศแบบครอบครัว (Family-oriented culture) ที่เน้นความสัมพันธ์แบบแนวนราบ (Flat Structure) และการบริหารที่เป็นกันเอง เช่น ผู้ประกอบการบางรายให้ข้อมูลว่า เจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพจะถูกมองว่า “ไม่เป็นมิตร” หรือ “ไม่เปิดรับ”

สรุปได้ว่า ภาคเอกชนมีศักยภาพในการปรับตัวและสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านบริการ แต่ยังต้องการการสนับสนุนในเชิงนโยบายที่เปิดกว้างและการสร้างระบบความร่วมมือกับภาครัฐอย่างเป็นระบบมากขึ้น เพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่แท้จริง และสอดคล้องกับเป้าหมายของการเป็นแหล่งมรดกโลกที่ยั่งยืนในอนาคต

5.3 ภาคชุมชน (Community Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์กรในภาคชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีลักษณะที่เน้นการพึ่งตนเอง ความสมัครใจ และเครือข่ายแนวนอน (horizontal network) มากกว่าการดำเนินการตามระบบราชการ โดยผู้นำที่ได้รับการยอมรับในชุมชนมักเป็นผู้ที่สามารถเข้าถึง เข้าใจปัญหา และลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ เช่น กรณีอดีตหัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพที่ได้รับการยอมรับจากชาวบ้าน เพราะมีปฏิสัมพันธ์และร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ตรงข้ามกับผู้นำปัจจุบันที่ขาดการสื่อสารและปรากฏตัวในพื้นที่ ทำให้เกิดความรู้สึกห่างเหิน

ลักษณะเด่นของชุมชนคือการบริหารแบบเครือข่ายความร่วมมือ (Collaborative Network) ที่ไม่พึ่งพาภาครัฐเพียงอย่างเดียว เช่น การรวมกลุ่มของ 5 ชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการจัดการตนเองของชุมชน อย่างไรก็ตาม การประสานงานกับหน่วยงานรัฐยังขาดความชัดเจนและความต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากโครงสร้างการบริหารแบบบนลงล่าง (Top-down) ของภาครัฐที่ไม่เอื้อต่อแนวความคิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม

ภายในชุมชนเองยังมีลักษณะของการทำงานแบบต่างคนต่างทำ (Fragmented) ขาดวัฒนธรรมความร่วมมือในเชิงโครงสร้าง แม้ผู้นำท้องถิ่นบางคนมีความตั้งใจในการพัฒนา แต่ก็ยังไม่สามารถเชื่อมโยงกับระดับนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ชาวบ้านส่วนใหญ่ขับเคลื่อนกิจกรรมด้วยจิตอาสาและความรักในถิ่นฐาน เช่น การทำสินค้า OTOP การให้บริการมัคคุเทศก์ และการขายอาหารพื้นถิ่น อย่างไรก็ตาม รูปแบบการดำเนินงานยังไม่มีโครงสร้างที่ชัดเจนและขาดการบูรณาการกับอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

นอกจากนี้ ชุมชนสะท้อนปัญหาความไม่เปิดกว้างของวัฒนธรรมองค์กรของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ที่ยังคงเป็นแบบรวมศูนย์ ขาดการเปิดพื้นที่ให้ชาวบ้านมีส่วนร่วม เช่น การขาดช่องทางสื่อสารทางการ การไม่เข้าร่วมประชุม หรือการไม่มีเจ้าหน้าที่ประจำในจุดสำคัญ ซึ่งทำให้ชุมชนรู้สึกว่าจะไม่ได้รับความร่วมมือและไม่มีโอกาสในการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลก

สรุปได้ว่า รูปแบบของภาวะผู้นำในภาคชุมชนมีลักษณะยืดหยุ่น ใกล้เคียงกับประชาชน และดำเนินงานภายใต้ความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยกัน (Mutual Support) แต่ขาดโครงสร้างรองรับที่เป็นระบบ และยังเผชิญกับอุปสรรคจากการขาดช่องทางการสื่อสารและการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งจำเป็นต้องมีการออกแบบ “ระบบการมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ” และปรับเปลี่ยนแนวทางการบริหารแบบ Top-down ไปสู่รูปแบบประชาธิปไตยเชิงปฏิบัติ (Participatory Governance) เพื่อส่งเสริมบทบาทของชุมชนในการอนุรักษ์และพัฒนาศรีเทพอย่างยั่งยืนต่อไป

5.4 นักวิชาการ (Academic Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์กรของภาคนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างหลากหลายทั้งในเชิงโครงสร้างและแนวปฏิบัติ โดยส่วนหนึ่งยังคงยึดรูปแบบการบริหารแบบรวมศูนย์หรือ “Top-down” ซึ่งจำกัดการเปิดรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ ลักษณะดังกล่าวส่งผลให้การตัดสินใจขาดมิติของบริบทท้องถิ่น และขัดต่อแนวคิดการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกที่ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

ข้อเสนอจากนักวิชาการหลายรายระบุว่าควรเปลี่ยนผ่านไปสู่ภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participatory Leadership) เพื่อเปิดพื้นที่ในการฟังเสียงของชุมชน และเสริมสร้างการออกแบบกิจกรรมโดยใช้ฐานความรู้จากท้องถิ่นอย่างแท้จริง รวมถึงปฏิบัติตามข้อบังคับของ UNESCO เพื่อป้องกันการถอดถอนความเป็นแหล่งมรดกโลก แนวทางดังกล่าวจะช่วยเสริมความชอบธรรมในการตัดสินใจ (legitimacy) และเสริมพลังชุมชนในการมีบทบาทร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม บางหน่วยงานในภาคการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีความพยายามสร้างวัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว (Work as a Family) และใช้นโยบาย Work From Home เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการทำงาน โดยเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นทุกระดับ ส่งเสริมความสัมพันธ์ในทีม และเพิ่มคุณภาพในการทำงานอย่างมีความสุข ซึ่งเป็นแนวโน้มการบริหารที่ทันสมัยและตอบโจทย์องค์กรยุคใหม่

ในขณะที่ผู้บริหารบางคนยังคงขาดความเข้าใจในบทบาทของแหล่งมรดกโลก และมีช่องว่างในการสื่อสารกับหน่วยงานระดับนานาชาติ ขณะที่บางฝ่ายเปิดกว้างให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมบางส่วน เช่น การเปิดพื้นที่ฝากขายสินค้า หรือการจัดตารางงานที่ยืดหยุ่น (A1) แต่ยังไม่สามารถสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลาง (User-centered Culture) ได้อย่างแท้จริง

สรุปได้ว่า มุมมองการบริหารยังมีความไม่สม่ำเสมอระหว่างหน่วยงาน ทั้งในด้านภาวะผู้นำ วัฒนธรรมการทำงาน และระดับการมีส่วนร่วม การพัฒนาไปสู่ “ภาวะผู้นำแบบเน้นคุณค่าและการมีส่วนร่วม” (Value-based & Participatory Leadership) จะเป็นกลไกสำคัญในการสร้างระบบนิเวศการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกที่ยั่งยืนและมีพลวัตในระยะยาว

6. S6-Staff (บุคลากร)

ทุกภาคส่วนยังมีข้อจำกัดด้านจำนวนและคุณภาพของบุคลากร โดยเฉพาะจุดสำคัญ เช่น เขาคลังนอกและเขาคมอรัตน์ ที่ยังขาดเจ้าหน้าที่ประจำ ขณะที่ภาคเอกชนและชุมชนอาศัยแรงงานจำนวนน้อยและไม่มียกสนับสนุนที่ต่อเนื่อง จึงควรส่งเสริมการใช้ “อาสาสมัครท้องถิ่น” และพัฒนาทักษะบุคลากรให้สอดคล้องกับภารกิจการเป็นแหล่งมรดกโลกอย่างยั่งยืน

6.1 ภาครัฐ (Government Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีจำนวนบุคลากรจำกัด โดยเฉพาะในพื้นที่สำคัญ เช่น โซนเขาคมอรัตน์และเขาคลังนอก ที่ยังไม่มีเจ้าหน้าที่ประจำ ต้องใช้ระบบหมุนเวียนในการดูแล ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการควบคุม ดูแล และให้บริการนักท่องเที่ยว แม้จะมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านอนุรักษ์และมีแผนการอบรมต่อเนื่อง แต่ยังขาดความต่อเนื่องของงบประมาณและการจัดสรรบุคลากรเฉพาะทางอย่างเพียงพอ นอกจากนี้ แม้ฝ่ายปกครองจะมีเจ้าหน้าที่ประมาณ 20 คน และเน้นการประสานภารกิจร่วมกับหลายหน่วยงาน แต่การบริหารยังยึดแนวทางจากส่วนกลาง (Top-down) มากกว่าการมีส่วนร่วมจากท้องถิ่น (G3) ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการสร้างความร่วมมือและการพัฒนาที่สอดคล้องกับบริบทชุมชนอย่างยั่งยืน

6.2 ภาคเอกชน (Private Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพส่วนใหญ่เผชิญกับปัญหาขาดแคลนบุคลากร โดยเฉพาะในจุดสำคัญอย่างเขาคลังนอกและเขาคมอรัตน์ ที่ยังไม่มีเจ้าหน้าที่ดูแลหรือให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบผู้ประกอบการในพื้นที่ เช่น ร้านอาหาร รีสอร์ท หรือธุรกิจชุมชน มีบุคลากรในระดับจำกัดและมักบริหารโดยใช้ระบบภายใน เช่น การอบรม การประเมินจากเสียงลูกค้า หรือการทดลองงาน บางแห่งมีเพียง 2-3 คน ดูแลหลายหน้าที่ ซึ่งสะท้อนถึงการบริหารจัดการที่เน้นความประหยัด แต่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพบริการและการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ

แม้บางหน่วยงานเอกชนจะมีระบบบริหารงานบุคคลที่มีประสิทธิภาพ เช่น การประเมินผลอย่างสม่ำเสมอและวางแผนทางพัฒนา แต่โดยรวมยังพบว่ายังไม่มีกระบวนการกำลังคนอย่างครอบคลุมและขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การจัดอบรมเพิ่มทักษะหรือการพัฒนาอาสาสมัครในชุมชน การบริหารกำลังคนจึงยังขึ้นกับทรัพยากรของผู้ประกอบการแต่ละรายเป็นหลัก ซึ่งอาจไม่เพียงพอรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวในอนาคต

6.3 ภาคชุมชน (Community Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาคชุมชนในพื้นที่ศรีเทพเผชิญปัญหาด้าน “บุคลากร” อย่างเด่นชัด โดยเฉพาะการขาดแคลนเจ้าหน้าที่ประจำในแหล่งท่องเที่ยวรอง เช่น เขาถมอรัตน์หรือพื้นที่นอกเมืองโบราณ แม้จะมีความพยายามจัดตั้งอาสาสมัครชุมชนขึ้นมาช่วยดูแล แต่กลับขาดงบประมาณสนับสนุนและระบบการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง ทีมมีแค่บุคคลที่ท้องถิ่นที่มีอยู่เพียงประมาณ 9 คน ส่วนใหญ่ไม่มีค่าตอบแทนประจำและต้องบริหารจัดการตนเองภายใต้การดูแลของผู้นำชุมชน เช่น กำนัน หรือ อบต.

นอกจากนี้ยังพบว่า ชุมชนขาดบุคลากรเฉพาะทางด้านการบริการ การนำชม และการออกแบบกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ทำให้คุณภาพของการให้บริการยังอยู่ในระดับ พื้นฐาน ขาดความแตกต่างหรือความเป็นมืออาชีพ ช่วงพีคของการท่องเที่ยวมักเกิดปัญหาด้านแรงงานไม่เพียงพอหรือหมุนเวียนสูง โดยเฉพาะกลุ่มพนักงานชั่วคราวในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ที่มีรายได้น้อยและไม่มีความมั่นคง

6.4 นักวิชาการ (Academic Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาคนักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ เช่น กรมศิลปากร ททท. และสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ล้วนประสบปัญหาด้านจำนวนบุคลากรที่ “ไม่สมดุล” กับภารกิจที่เพิ่มขึ้นหลังการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก โดยเฉพาะในจุดสำคัญ เช่น เขาค้างนอก หรือแหล่งรอง ที่ไม่มีเจ้าหน้าที่ประจำ ข้อมูลจากภาคสนามสะท้อนว่าเจ้าหน้าที่มีภาระงานเกินบทบาท และขาดความชำนาญเฉพาะทางในด้านสำคัญ เช่น โบราณคดี สื่อสารการตลาด และการบริการนักท่องเที่ยว

แม้องค์กรจะมีการอบรมบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และใช้ระบบ KM เพื่อพัฒนาทักษะใหม่ แต่แนวโน้มการลดจำนวนพนักงานประจำ และการพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้นอาจกระทบต่อคุณภาพการบริหารจัดการในพื้นที่หากไม่มีการวางแผนรองรับอย่างรัดกุม นักวิชาการเสนอแนวทาง “บูรณาการอาสาสมัครท้องถิ่น” ผ่านโมเดล Heritage Volunteer ตามแนวทางของ ICOMOS เพื่อเป็นกำลังเสริมและเชื่อมโยงความรู้ท้องถิ่นกับการบริหารแบบมืออาชีพ

7. S7- Shared Values (ค่านิยมร่วม)

ค่านิยมร่วม (Shared Values) ยังไม่ฝังรากลึกในทุกภาคส่วน แม้ชุมชนแสดงความภาคภูมิใจในมรดกโลกศรีเทพ แต่ยังขาดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมอย่างแท้จริง ภาครัฐและภาคเอกชนยังไม่มีแนวทางสร้างจิตสำนึกร่วมอย่างเป็นระบบ จึงควรส่งเสริมกิจกรรมสร้างคุณค่าร่วมและความร่วมมือข้ามภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง

7.1 ภาครัฐ (Government Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาครัฐในระดับพื้นที่มีความพยายามส่งเสริมค่านิยมร่วม (Shared Values) ผ่านการเน้นแนวคิด “ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม” (Sense of Ownership) และการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการขับเคลื่อนนโยบาย “ศรีเทพต้องยั่งยืน” ที่มุ่งรักษาสถานะมรดกโลกไว้ให้ได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว ทั้งนี้มีการยึดโยงคุณค่าทางศาสนา ประเพณี และอัตลักษณ์วัฒนธรรม เช่น การจัดเวียนเทียน ณ แหล่งโบราณสถานในเทศกาลสำคัญ และการแต่งกายดั้งเดิมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังคงพบข้อจำกัดด้านการสื่อสารเชิงคุณค่าร่วมระหว่างภาครัฐ ชุมชน และภาคเอกชน ซึ่งส่งผลให้การปลูกฝังคุณค่า “ความภาคภูมิใจในแหล่งมรดกโลก” ยังไม่ลงลึกในระดับฐานราก จึงจำเป็นต้องมีการรณรงค์ผ่านกิจกรรมในพื้นที่และบูรณาการเข้ากับระบบการศึกษาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้คุณค่าร่วมเหล่านี้กลายเป็นวัฒนธรรมร่วมของคนในท้องถิ่น

การขับเคลื่อน Shared Values ในมิติภาครัฐจึงมีพัฒนาการที่ดีในเชิงนโยบาย แต่ยังต้องเสริมการถ่ายทอดอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ “ค่านิยมอนุรักษ์” และ “ความภาคภูมิใจ” ถูกยึดถือร่วมกันในทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง

7.2 ภาคเอกชน (Private Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า หลายกิจการเริ่มสะท้อน “ค่านิยมร่วม” (Shared Values) ผ่านการเน้นคุณค่าด้าน ความซื่อสัตย์ การบริการที่ดี และการเติบโตไปด้วยกันกับชุมชน แม้ยังไม่มี การกำหนดค่านิยมร่วมอย่างเป็นทางการ แต่หลายหน่วยมีวัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว ที่เน้น กำลังใจพนักงานและการบริการลูกค้าอย่างจริงใจ อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดในภาพรวม เช่น การไม่ตระหนักถึง “ความเป็นเจ้าของร่วม” ต่อแหล่งมรดกโลก และยังขาดการเชื่อมโยงค่านิยมร่วมกับภาครัฐ และชุมชนอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกแยกส่วนระหว่างภาคีต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต และควรส่งเสริมการสร้าง “อัตลักษณ์ร่วมของศรีเทพ” ผ่านการเล่าเรื่อง การประดับสัญลักษณ์ในพื้นที่ และการอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อหล่อหลอมคุณค่าร่วมระหว่างผู้ประกอบการ ชุมชน และหน่วยงานรัฐ อันเป็นรากฐานสำคัญของการอนุรักษ์มรดกอย่างยั่งยืน

7.3 ภาคชุมชน (Community Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า “ค่านิยมร่วม” (Shared Values) ของภาคชุมชนในพื้นที่ศรีเทพ พบว่าแม้ชาวบ้านจำนวนมากมีความภาคภูมิใจในสถานะ “แหล่งมรดกโลก” และมีจิตสำนึก ในการอนุรักษ์โบราณสถาน แต่การปลูกฝังคุณค่าเหล่านี้ยังไม่เป็นระบบ และยังขาดการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐและภาคีที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในแง่ของเวทีการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

ค่านิยมทางจิตวิญญาณและความเชื่อท้องถิ่น เช่น ความศักดิ์สิทธิ์ของสถานที่ หรือคำขวัญประจำตำบล กลับกลายเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญของชุมชนในการดูแลพื้นที่ด้วยหัวใจ อย่างไรก็ตาม ความขัดแย้งภายในชุมชน และระหว่างชุมชนกับหน่วยงานรัฐยังปรากฏชัด จากปัญหาการบริหารจัดการ พื้นที่ และงบประมาณที่ไม่โปร่งใส เพื่อสร้าง “ค่านิยมร่วม” ที่แท้จริง จึงควรมีการจัดกิจกรรมปลูกฝังจิตสำนึกในระดับชุมชน เช่น วันเล่าเรื่องเมืองศรีเทพ, เวทีประชาคมท้องถิ่น และการอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น โดยใช้แนวคิด “sense of ownership” และ “participatory heritage governance” เพื่อยกระดับการมีส่วนร่วมจากระดับฐานรากสู่การบริหารร่วมอย่างยั่งยืน

7.4 นักวิชาการ (Academic Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาคนักวิชาการเสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “ค่านิยมร่วม” (Shared Values) โดยเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรผ่านคติประจำหน่วยงาน เช่น กรมศิลปากร ใช้คำว่า FINEARTS และ ททท. ใช้แนวคิด SPIRIT เพื่อสะท้อนค่านิยมด้านความยั่งยืน ความเป็นไทย ความรับผิดชอบ และการบริการอย่างมืออาชีพ ซึ่งถือเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับหลักการของ ICOMOS (2017) ในการบริหารแหล่งมรดกบนฐานของ “คุณค่าร่วม” (Shared and Living Values) อย่างไรก็ตาม นักวิชาการบางรายมองว่ายังไม่เกิด “คุณค่าร่วม” ระหว่างหน่วยงานกับชุมชนอย่างแท้จริง แม้ชาวบ้านจะมีความภาคภูมิใจในความเป็นมรดกโลก แต่กลับรู้สึกถูกละเลยจากนโยบายระดับบน และขาดช่องทางในการแสดงออกหรือสร้างกิจกรรมร่วมที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น จึงควรเน้นการสื่อสารคุณค่าร่วมให้เข้าใจง่าย เป็นรูปธรรม และส่งเสริมกิจกรรมที่หลอมรวม “ความยั่งยืน-วัฒนธรรม-การมีส่วนร่วม” เข้าด้วยกัน เช่น เวทีสร้างนวัตกรรมเชิงวัฒนธรรม, การจัดเทศกาลที่สื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการส่งเสริมความเป็นเจ้าของร่วมผ่านการใช้พื้นที่มรดกโลกในกิจกรรมชุมชน

บทสรุปของการวิเคราะห์เชิงคุณภาพภายใต้กรอบแนวคิดกลยุทธ์ 7S model

ผลการสัมภาษณ์ตามกรอบแนวคิดกลยุทธ์ 7S model ได้แก่ Structure, Strategy, System, Skill, Style, Staff และ Shared Values ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากภาคส่วนหลัก 4 ภาค (ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ) พบว่า การบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกไม่มีประสิทธิภาพ ดังนี้

ภาครัฐ

ภาครัฐ โดยเฉพาะกรมศิลปากร มีบทบาทหลักในเชิงโครงสร้างและการกำหนดนโยบาย โดยมีโครงสร้างการบริหารแบบรวมศูนย์ (Top-Down) และจัดทำแผนแม่บทสำหรับการอนุรักษ์และการพัฒนาแหล่งมรดกโลกอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนแผนในระดับปฏิบัติยังไม่ทั่วถึง และมีข้อจำกัดด้านบุคลากรทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ รวมถึงยังขาดระบบเทคโนโลยีสนับสนุนงานบริการและการสื่อสารกับสาธารณะ การพัฒนาบุคลากรด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ยังมีช่องว่าง ขณะที่ค่านิยมการอนุรักษ์แม้มีการปลูกฝังแต่ยังไม่สร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของ (Sense of Ownership) ได้อย่างกว้างขวาง

ภาคเอกชน

ภาคเอกชนมีโครงสร้างการดำเนินงานแบบยืดหยุ่น และมุ่งเน้นกลยุทธ์การตลาดเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ อย่างไรก็ตาม บทบาทในเชิงการบริหารจัดการเชิงนโยบายยังไม่ชัดเจน และระบบบริการด้านเทคโนโลยีแม้เริ่มนำ QR Code มาใช้ แต่ยังไม่ครอบคลุมในเชิงโครงสร้าง ขาดการมีส่วนร่วมในระดับนโยบายและการจัดการพื้นที่โดยตรง บุคลากรมีทักษะด้านการบริการ และการตลาดที่แข็งแกร่ง แต่ยังคงขาดการมีส่วนร่วมชัดเจนในการขับเคลื่อนการอนุรักษ์

ภาคชุมชน

ภาคชุมชนมีความเข้มแข็งในด้าน การสืบสานมรดกวัฒนธรรม และการสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่การบริหารยังคงอยู่ในระดับชุมชนย่อยและขาดระบบเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นอย่างชัดเจน กลยุทธ์เน้นความมีส่วนร่วมและการสร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น แต่ยังไม่มีการบูรณาการกับแผนแม่บทของรัฐ ขาดระบบเทคโนโลยีและกลไกสนับสนุนการเข้าถึงข้อมูล บุคลากรและอาสาสมัครแม้มีความมุ่งมั่นแต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการการบริหารจัดการ ขณะที่ค่านิยมการมีส่วนร่วมแม้เด่นชัดในกลุ่มแกนนำ แต่ประชาชนทั่วไปยังไม่รู้สึกมีส่วนร่วมในระดับเชิงนโยบายอย่างแท้จริง

ภาคนักวิชาการ

ภาคนักวิชาการมีบทบาทสำคัญในเชิงองค์ความรู้ การวิจัย และการสนับสนุนเชิงนโยบาย โดยเน้น การวิเคราะห์เชิงลึกและการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Collaborative Governance) พร้อมทั้งเสนอแนวทางใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการ การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้น และการยกระดับความรู้บุคลากรในทุกภาคส่วน จุดแข็งของนักวิชาการคือ ความเป็นกลางและการใช้ข้อมูลเชิงวิจัยเพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบาย อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมในโครงสร้างการตัดสินใจเชิงปฏิบัติยังมีข้อจำกัด

สรุปได้ว่า แม้การบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกศรีเทพมีแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับหลักการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่ยังคงมีความท้าทายด้านการบูรณาการระหว่างภาคส่วน โดยเฉพาะการประสานแผนปฏิบัติการ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การเสริมสร้างบุคลากรและทักษะเฉพาะด้าน และการปลูกฝังค่านิยมร่วมในระดับชุมชนและสังคมวงกว้าง ทั้งนี้ ภาคนักวิชาการถือเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงองค์ความรู้สู่การกำหนดนโยบายและการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อความยั่งยืนในอนาคต

ตาราง 17 บทสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ 7S ของแหล่งมรดกโลก
ศรีเทพ

กลยุทธ์ 7S	ประเด็นที่ค้นพบ	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
Structure (โครงสร้างการบริหาร)	รวมศูนย์ กรมศิลปากร เป็นหลัก	โครงสร้างสาย บังคับบัญชา (Top-Down)	ไม่มีบทบาท อย่างเป็นทางการ	ไม่มีช่องทาง ปฏิบัติการร่วม	เสนอคณะกรรมการพหุภาคี
Strategy (ยุทธศาสตร์ การบริหาร)	แผนแม่บท ชัดเจนแต่ขาด การขับเคลื่อน ร่วม	มุ่งอนุรักษ์แต่ ขาดกลไก ท้องถิ่น	สนับสนุน ท่องเที่ยวยั่งยืน	ยังไม่ได้มีส่วนร่วม ในแผน	เสนอเสนอแนวทางการ บริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Collaborative Governance)
Systems (ระบบบริการ)	ยัง Manual – ขาดดิจิทัล	เริ่มใช้ QR code	ยังไม่ชัดเจน	ขาดระบบที่ใช้ใน การเข้าถึงข้อมูล	เสนอให้ใช้ระบบเทคโนโลยี ร่วมบริการ
Skills (ทักษะการ บริการ)	ขาดทักษะการ จัดการ ท่องเที่ยว	เชี่ยวชาญ วิชาการแต่ขาด การสื่อสาร	ฝึกอบรมเฉพาะ บางกลุ่ม	ขาดระบบพัฒนา อย่างต่อเนื่อง	เสนอจัดหลักสูตรระยะสั้น
Style (รูปแบบ บริหาร)	ยัง Top-down / ขาดความ ยืดหยุ่น เน้นทำ ตาม UNESCO	ขาดการมีส่วน ร่วมในพื้นที่	บริหารแบบ แยกส่วน	เครือข่ายยืดหยุ่น	เสนอภาวะผู้นำที่เน้นการมี ส่วนร่วม (Participatory Leadership) ต้องปฏิบัติ ตาม UNESCO
Staff (บุคลากร)	ไม่พอทั้ง ปริมาณและ คุณภาพ	เจ้าหน้าที่จำกัด ในจุดสำคัญ	ขาดไกด์ท้องถิ่น	ใช้จิตอาสา / หมุนเวียนสูง	เสนออบรมเยาวชน- อาสาสมัคร
Shared Values (ค่านิยมร่วม)	ขาดความรู้สึก เป็นเจ้าของร่วม	ธรรมาภิบาล Sense of Ownership	ขาดค่านิยม องค์กรชัดเจน	ภาคภูมิใจแต่ไม่ รู้สึกมีส่วนร่วมจริง	เสนอสร้างกิจกรรมปลูกฝัง คุณค่าร่วม

จากตาราง 17 บทสรุปผลสัมฤทธิ์การบริหารจัดการตามกลยุทธ์ 7S ประกอบด้วย Structure, Strategy, Systems, Skills, Style, Staff และ Shared Values พบว่า

การบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร แม้มีจุดแข็ง ค่านิยมร่วมในความภาคภูมิใจ ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมในแหล่งมรดกโลก และแผนแม่บทที่ชัดเจน แต่พบว่า 1) โครงสร้างการบริหาร (Structure) มีลักษณะรวมศูนย์อำนาจอยู่ที่กรมศิลปากรและใช้ระบบสายบังคับบัญชาแบบ Top-down ทำให้ภาคเอกชนและภาคชุมชนไม่มีบทบาทสำคัญ นักวิชาการเสนอจัดตั้งคณะกรรมการพหุภาคีเพื่อสร้างกลไกการมีส่วนร่วม

2) ยุทธศาสตร์การบริหาร (Strategy) แม้มีแผนแม่บทชัดเจนแต่ยังขาดการขับเคลื่อนและบูรณาการทุกภาคส่วน ภาครัฐเน้นการอนุรักษ์ ขณะที่ภาคเอกชนและชุมชนสนับสนุนการท่องเที่ยวยั่งยืน แต่ขาดการมีส่วนร่วมในเชิงนโยบาย จึงควรนำแนวทาง Collaborative Governance มาใช้

3) ระบบบริการ (System) ยังขาดการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบเชื่อมโยงข้อมูลอย่างเป็นเอกภาพ

4) รูปแบบการบริหาร (Style) เป็นแบบ Top-down และขาดความยืดหยุ่น การทำงานระหว่างหน่วยงานยังแยกส่วน นักวิชาการเสนอภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม

5) บุคลากร (Staff) มีจำนวนและคุณภาพไม่เพียงพอ ขาดโค้ดท้องถิ่นและมีการหมุนเวียนอาสาสมัครสูง จึงควรจัดการฝึกอบรมต่อเนื่อง

6) ทักษะการบริการ (Skill) บุคลากรแม้เชี่ยวชาญด้านวิชาการแต่ยังขาดทักษะ การสื่อสาร และการจัดการท่องเที่ยว ควรมีหลักสูตรระยะสั้นเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และ

7) ค่านิยมร่วม (Shared Values) เป็นจุดแข็งที่สุด แต่ความภาคภูมิใจในพื้นที่ของชุมชนบางกลุ่มยังขาดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม (Sense of Ownership) จึงควรเสริมกิจกรรมและสื่อรณรงค์เพื่อปลูกฝังค่านิยมร่วมอย่างแท้จริง เพื่อยกระดับการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกศรีเทพอย่างยั่งยืนในระยะยาว

คำถามวิจัยข้อที่ 3

การบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์และความคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่ อย่างไร

1. ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักต่อประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมาย

1.1 ภาครัฐ (Government Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาครัฐมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกศรีเทพ โดยเฉพาะหลังจากได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกจากองค์การยูเนสโกในปี พ.ศ. 2566 กรอบกฎหมายหลักที่ถูกนำมาใช้ ได้แก่ พระราชบัญญัติโบราณสถานฯ พ.ศ. 2504 พร้อมด้วยกฎหมายสิ่งแวดล้อม ผังเมือง ควบคุมอาคาร และข้อบัญญัติท้องถิ่น ซึ่งล้วนมีบทบาทในการกำหนดเขตคุ้มครองและเขตกันชนของพื้นที่มรดกโลก โดยมีการศิลปากร ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักด้านการบริหารจัดการแหล่งโบราณคดี รับผิดชอบการบังคับใช้กฎหมายโดยตรงในพื้นที่ ควบคู่กับการจัดทำรายงาน HIA (Heritage Impact Assessment) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการประเมินผลกระทบจากโครงการพัฒนาในพื้นที่โดยรอบ พร้อมทั้งมีการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการมรดกโลกเมืองโบราณศรีเทพ เพื่อทำหน้าที่บูรณาการการทำงานร่วมกับเจ้าหน้าที่ภาคสนาม ตำรวจท่องเที่ยว และอาสาสมัคร อย่างไรก็ตาม แม้จะมีโครงสร้างพื้นฐานด้านนโยบาย และกฎหมายค่อนข้างชัดเจน การดำเนินการของภาครัฐยังคงประสบปัญหาในด้านการขาดแคลนบุคลากร งบประมาณไม่เพียงพอ และการบังคับใช้กฎหมายในภาคสนามที่ยังไม่ทั่วถึงและมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร โดยเฉพาะการควบคุมพื้นที่โดยรอบซึ่งมีความซับซ้อนทั้งด้านภูมิทัศน์ วัฒนธรรม และการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ของชุมชน

ในขณะเดียวกัน กระทรวงวัฒนธรรม ทำหน้าที่กำกับเชิงนโยบายระดับประเทศ และประสานงานกับยูเนสโก มีบทบาทในการผลักดัน Soft Power เช่น การจดทะเบียนอาหาร เครื่องแต่งกายแบบทวารวดี รวมถึงการวางกรอบแผนยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวทางของ UNESCO อย่างไรก็ตาม ภาครัฐยังขาดกลไกบูรณาการนโยบายร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่ ทำให้การนำนโยบายระดับชาติมาปฏิบัติในระดับท้องถิ่นยังไม่เป็นรูปธรรมเพียงพอ ส่วนสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบูรณ์มีบทบาทในระดับพื้นที่ โดยได้ดำเนินโครงการส่งเสริมการเรียนรู้และการอนุรักษ์ “วัฒนธรรมที่มีชีวิต” (Living Heritage) ผ่านกิจกรรมของเยาวชนและชุมชน ตลอดจนการใช้สื่อดิจิทัลในการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ ภาครัฐควรจัดตั้ง “ศูนย์วัฒนธรรม เฉพาะถิ่นศรีเทพ” และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับจังหวัด แม้บทบาทของภาครัฐ จะมีความโดดเด่นในด้านการเชื่อมโยงชุมชน แต่ยังคงเผชิญข้อจำกัดด้านทรัพยากร และยังไม่มีอำนาจ บังคับใช้กฎหมายโดยตรง ทำให้ความพยายามในเชิงส่งเสริมจิตสำนึกอาจไม่สามารถต่อยอดไปสู่การมี ส่วนร่วมเชิงนโยบายได้อย่างชัดเจน

ด้านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบต., เทศบาล) มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลพื้นที่ ชุมชนและการใช้ประโยชน์ที่ดิน รวมถึงสามารถออกข้อบัญญัติท้องถิ่นเพื่อคุ้มครองแหล่งโบราณคดี แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์เด่นในกระบวนการจัดการแหล่งมรดกโลกเท่าที่ควร และยังไม่มีการจัดตั้ง คณะกรรมการร่วมแบบพหุภาคีที่รวมภาครัฐ อบต. เอกชน และชุมชนเข้าด้วยกันอย่างเป็น ระบบ ส่งผลให้การบูรณาการการทำงานยังเป็นไปแบบต่างฝ่ายต่างทำ ขาดทิศทางร่วมที่ชัดเจน ในขณะที่ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานภาคสนาม ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่พิทักษ์โบราณสถาน อาสาสมัคร และตำรวจท่องเที่ยว มีหน้าที่สำคัญในการเฝ้าระวังและดูแลความปลอดภัยในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบต., เทศบาล) ยังเผชิญปัญหาเช่นเดียวกับอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ซึ่ง กำลังคนไม่เพียงพอ ขาดเครื่องมือสนับสนุน และยังไม่มียุทธศาสตร์เพียงพอต่อการพัฒนาขีด ความสามารถของบุคลากรเหล่านี้

สรุปได้ว่า ภาครัฐมีรากฐานทางกฎหมายและโครงสร้างเชิงนโยบายที่ค่อนข้างแข็งแรง แต่ในด้าน “การบังคับใช้กฎหมายในทางปฏิบัติ” ยังอยู่ในระดับ “ปานกลางถึงต้องปรับปรุง” เนื่องจาก ยังไม่มีการจัดตั้งคณะกรรมการบูรณาการแบบพหุภาคีอย่างเป็นทางการ อีกทั้งกลไกความร่วมมือ ระหว่างหน่วยงานยังไม่เป็นระบบ ขณะที่การมีส่วนร่วมของชุมชนแม้เริ่มมีแนวโน้มดีขึ้น เช่น การจัดตั้ง เครือข่ายชุมชนเมืองโบราณศรีเทพ และการส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมในพื้นที่ แต่ยังคงได้รับการ สนับสนุนเชิงโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มเติม เช่น การพัฒนาองค์ท้องถิ่น ระบบการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม (Interactive Heritage Tourism) และระบบข้อมูลสำหรับใช้ในการติดตามและประเมินผลอย่างเป็น ระบบ จึงควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมแบบพหุภาคีระดับจังหวัดเพื่อบูรณาการการทำงานของ ภาครัฐให้เข้ากับภาคประชาชนและเอกชน การเพิ่มงบประมาณและบุคลากรให้กับหน่วยงานภาคสนาม

เสริมสร้างจิตสำนึกของประชาชนผ่านกิจกรรมโรงเรียน วัด และชุมชน รวมถึงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่นแบบดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายอย่างแม่นยำ หากข้อเสนอเหล่านี้ได้รับการดำเนินการอย่างจริงจัง จะสามารถเสริมสร้างความเข้มแข็งในการบังคับใช้กฎหมาย และยกระดับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกศรีเทพอย่างยั่งยืนในระยะยาว

1.2 ภาคเอกชน (Private Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การบังคับใช้กฎหมายและมาตรการอนุรักษ์ในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ยังมีข้อจำกัดหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการรักษาและคุ้มครองแหล่งมรดกโลก รวมทั้งส่งผลกระทบต่อความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่

ภาคเอกชนเน้นย้ำการรักษาสภาพเดิมของแหล่งมรดกจำเป็นต้องทำอย่างเคร่งครัด และหากมีการพัฒนาใด ๆ ต้องสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของ UNESCO พร้อมกับปลูกฝังจิตสำนึกให้ชุมชนมีความห่วงแหนและเกิดรายได้จากแหล่งมรดกอย่างยั่งยืน ไม่ใช่เพียงการใช้พื้นที่เพื่อการค้าขายเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ภาคเอกชนยังเห็นว่าชุมชนยังไม่ได้รับบทบาทในการมีส่วนร่วมในการพัฒนา เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริม หรือการร่วมอนุรักษ์วัตถุโบราณ ขณะเดียวกันพื้นที่โซนร้านค้าและเมืองโบราณยังขาดการจัดระเบียบที่ชัดเจน ส่งผลให้ภาพลักษณ์โดยรวมยังไม่สวยงาม และพบปัญหาการลักลอบจำหน่ายวัตถุโบราณบางประเภท การพัฒนาทักษะบุคลากรอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งจัดสรรเจ้าหน้าที่ตามจุดสำคัญเพื่อให้ข้อมูลและดูแล ถือเป็นอีกเรื่องที่ต้องเร่งดำเนินการ

การบริหารจัดการ ภาคเอกชนเห็นควรปรับปรุงให้มีการคุ้มครองตามวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ขณะเดียวกันผู้บริหารมักพบยาก การจัดกิจกรรมหรือชักชวนคนมาท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ ควรมีการจัดจุดกิจกรรม เช่น จุดเดินหรือรถบริการให้เพียงพอ รวมถึงป้ายแจ้งข้อมูลยังไม่เพียงพอ ไม่มีการกันโซนห้ามนักท่องเที่ยวปั่นโบราณสถาน และยังขาดการจัดระเบียบร้านค้าไม่ให้อร่อยล้ำเข้าใกล้เขตโบราณสถาน นอกจากนี้ควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกทาง รถบริการ ถึงขยะ ห้องน้ำ ลานจอดรถ ที่หลบแดด/ฝน และเพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ รวมถึงพัฒนาบริการอาหารท้องถิ่นให้สะอาด มีคุณภาพและหลากหลาย แม้การประกาศเป็นแหล่งมรดกโลกจะไม่มีผลกระทบต่อร้านค้าบางร้านที่มีมาก่อนแล้ว แต่เพื่อความยั่งยืนจำเป็นต้องสร้างความร่วมมือระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพกับชุมชน โดยให้ความร่วมมือแบบเปิดใจคนละครึ่ง ซึ่งภาคเอกชนมองว่า ความร่วมมือระหว่างเจ้าหน้าที่กับชุมชนยังไม่เข้มแข็ง มีการแบ่งแยกพื้นที่ขายของกับโซนท่องเที่ยวอย่างชัดเจนทำให้เกิดความรู้สึกแยกจากกัน และขาดบรรยากาศของการร่วมมือกันอย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดด้านการอนุญาตให้ชุมชนขายของบางจุด เช่น การจำกัดไม่ให้ขายตรงบริเวณลานจอดรถเพื่อจัดทำลานจอดรถแทน และให้ขายเพียงตลาดยักษ์แคะ ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้และโอกาสของชุมชน

ในด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติตามกฎหมาย การดูแลและป้องกันการกระทำผิดกติกาของ UNESCO ยังมีความพยายามที่ดี แม้จะพบปัญหาเช่นเดียวกับพื้นที่อื่น ๆ ที่อาจถูกเพิกถอนสถานะมรดกโลกเนื่องจากปัญหาการบุกรุกทำลายทรัพยากร สำหรับอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มีการป้องกันการทำลายสิ่งที่ค้นพบและโบราณวัตถุ โดยกรมศิลปากรเข้ามาดูแลเข้าไป เนื่องจากปัญหาชาวบ้านขุดค้นโบราณวัตถุไปเยอะมากก่อนการขึ้นทะเบียนอย่างเป็นทางการ ในพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่และเจ้าหน้าที่ดูแลยังไม่เพียงพอ นอกจากนี้ การเวนคืนพื้นที่เพื่อคุ้มครองแหล่งโบราณสถานตามกฎหมาย ควรให้ไวและควรดำเนินการอย่างเข้มงวดและจริงจังมากขึ้น

หลังการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก มีการจัดกิจกรรมแสดงแสงสีเสียงและโขนเฉลิมฉลอง แต่มีข้อวิจารณ์ในเรื่องการใช้งบประมาณและการไม่เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม เช่น การไม่ให้นางรำในพื้นที่แสดง และการจัดเลี้ยงในรูปแบบทางการ ซึ่งงบประมาณดังกล่าวควรนำไปพัฒนาพื้นที่ เช่น ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน ห้องน้ำ ลานจอดรถ และการจัดระเบียบร้านค้าให้สะอาดและเป็นระเบียบมากกว่า และควรทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ เพื่อให้สามารถรักษาสถานะมรดกโลกอย่างยั่งยืนและส่งเสริมการมีรายได้ให้ชุมชนอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า การบังคับใช้กฎหมายและมาตรการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก ต้องพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในหลายด้าน อาทิ การรักษาสภาพแหล่งมรดกอย่างเคร่งครัด การส่งเสริมบทบาทและการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง การจัดระเบียบพื้นที่และร้านค้าอย่างเหมาะสม การพัฒนาสิ่งแวดล้อมและความสะอาด และการสร้างความร่วมมือที่ดีระหว่างเจ้าหน้าที่กับชุมชน เพื่อรักษาสถานะมรดกโลกให้คงอยู่และยั่งยืนต่อไป

1.3 ภาคชุมชน (Community Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีการกำหนดนโยบายด้านการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกที่ชัดเจนพอสมควร โดยเฉพาะการบังคับใช้กฎหมายและระเบียบของ UNESCO อย่างเข้มงวด แต่่นโยบายดังกล่าวยังขาดกลไกการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับบริบทของท้องถิ่น โดยเฉพาะในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรมรดกวัฒนธรรม หลายพื้นที่ เช่น ในโซนเขาค้างนอกหรือชุมชนเขาถมอรัตน์ โดยเฉพาะเขาค้างนอกเผชิญปัญหาเกี่ยวกับการเวนคืนที่ดินและความไม่ชัดเจนของแนวเขต ส่งผลให้เกิดความขัดแย้งระหว่างภาครัฐกับชุมชนในท้องถิ่น

นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ และชุมชนก็ยังสะท้อนถึงการบริหารจัดการที่ยังไม่สอดคล้องกับหลักการมีส่วนร่วมและให้เกียรติซึ่งกันและกัน โดยรู้สึกถึงการไม่ได้รับการยอมรับอย่างเพียงพอ และรู้สึกถูกจำกัดสิทธิในการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะเมื่อมีการห้ามค้าขายหรือใช้พื้นที่บางส่วนเพื่อกิจกรรมของชุมชน โดยไม่ได้มีมาตรการเยียวยาอย่างเป็นธรรม

ทั้งนี้ แม้จะมีการดำเนินกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ เช่น การแสดงแสงสีเสียงหรือการรณรงค์อนุรักษ์ แต่ชุมชนต้องการให้เปลี่ยนแนวทางมาเน้นการสนับสนุนเชิงโครงสร้าง เช่น การพัฒนาสาธารณูปโภค การส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น และการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ขณะที่ การขาดความเข้าใจและการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นในกระบวนการอนุรักษ์ และการรักษาเพียงรูปแบบกายภาพของโบราณสถานยังไม่เพียงพอ หากแต่ต้องคำนึงถึงมิติทางจิตวิญญาณ อัตลักษณ์วัฒนธรรม และบทบาทของผู้คนในพื้นที่ควบคู่กันไป เพื่อให้อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพไม่ใช่เพียงแหล่งโบราณคดี แต่เป็นพื้นที่ที่วัฒนธรรมมีชีวิตที่ยั่งยืน หลายฝ่ายยังเสนอให้มีการจัดการเชิงรุก เช่น การทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การจัดจุดบริการรถรับส่ง การพัฒนาระบบป้ายข้อมูล และการส่งเสริมให้ชุมชนเป็นเจ้าบ้านด้านวัฒนธรรม โดยมีรายได้จากการบริการ เช่น การเช่าชุดไทย หรือการจำหน่ายสินค้าพื้นถิ่น เช่น ตะกร้าถัก หรืออาหารท้องถิ่น

สรุปได้ว่า การดำรงสถานะความเป็นมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จะเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน ก็ต่อเมื่อมีการออกแบบกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง ควบคู่ไปกับการบังคับใช้กฎหมายอย่างเหมาะสม และมีการสื่อสารกับทุกภาคส่วนอย่างโปร่งใส ไม่มองชุมชนเป็นเพียง “ผู้บุกรุก” แต่เป็น “ผู้ดูแลร่วม” ของมรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า

1.4 นักวิชาการ (Academic Segment)

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การดำรงสถานะของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ในฐานะแหล่งมรดกโลกต้องยึดมั่นต่อหลักการและกรอบมาตรฐานขององค์การยูเนสโก (UNESCO) อย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะด้านการอนุรักษ์คุณค่าและความสมบูรณ์ของโบราณสถาน การขึ้นทะเบียนมรดกโลกนั้นมิใช่สิ่งที่ได้มาง่าย และการรักษาสถานะนี้ไว้ให้ยั่งยืนนั้นยิ่งยากยิ่งกว่า จำเป็นต้องมีการกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน มีระบบติดตาม และรายงานผลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรวมถึงการประเมินผลกระทบต่อมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Impact Assessment: HIA) ในทุกโครงการพัฒนา ทั้งในระดับนโยบายและการปฏิบัติในพื้นที่ เช่น การจัดสร้างศูนย์ข้อมูล หรือการติดตั้งป้ายบอกข้อมูล ต้องไม่กระทบกับเงื่อนไขและคุณค่าที่ทำให้ศรีเทพได้รับการขึ้นทะเบียน อย่างไรก็ตาม แม้จะมีกรอบกฎหมายรองรับอย่างชัดเจน เช่น พระราชบัญญัติโบราณสถาน ผังเมือง หรือกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม แต่นักวิชาการบางรายเห็นว่า การปฏิบัติในพื้นที่ยังขาดความต่อเนื่องและความเข้มข้น โดยเฉพาะในเรื่องการรณรงค์ใช้พาหนะที่ลดคาร์บอนในพื้นที่มรดกโลก การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์กับสาธารณชน และการบูรณาการระหว่างหน่วยงานเพื่อสร้างความร่วมมือเชิงนโยบาย นักวิชาการเสนอว่า ควรมีการปรับกระบวนการตัดสินใจการบริหารให้มุ่งสู่ความยั่งยืน โดยประชาชนในพื้นที่ต้องมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง และได้รับประโยชน์จากการอนุรักษ์ เช่น รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือโครงการพัฒนาชุมชนที่เชื่อมโยงกับคุณค่าทางวัฒนธรรม

การรักษารูปแบบเชิงกายภาพของแหล่งโบราณคดีให้คงอยู่ตามหลักการของ UNESCO โดยนักวิชาการเสนอให้มีการควบคุมการพัฒนาในเชิงพื้นที่ เช่น จำกัดความสูงของอาคารไม่เกิน 3 ชั้น และไม่พัฒนาเชิงลึกที่อาจกระทบชั้นใต้ดินซึ่งอาจมีโบราณวัตถุฝังอยู่ ขณะเดียวกัน การสื่อสารกับประชาชนควรเน้นการสร้าง “จิตสำนึก” มากกว่าการบังคับใช้กฎหมายเพียงอย่างเดียว เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นรู้สึกเป็นเจ้าของมรดกทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

สรุปได้ว่า อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จำเป็นต้องคงคุณค่าด้านวัฒนธรรมตามเกณฑ์ของ UNESCO โดยต้องรักษาสภาพแวดล้อมดั้งเดิม ควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน และใช้เครื่องมือด้านวิชาการ เช่น HIA อย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการถดถอยจากสถานะมรดกโลกในอนาคต

2. บทสรุปผลการสัมภาษณ์ต่อประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมาย

ผลการสัมภาษณ์ภายใต้การบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกับข้อมูลที่ได้จากภาคส่วนหลัก 4 ภาค (ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ) พบว่า ประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์และความคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของศรีเทพยังไม่เพียงพอในมิติของความยั่งยืน หากขาดการมีส่วนร่วมที่แท้จริง การสื่อสารที่เข้าถึง และการออกแบบมาตรการที่คำนึงถึงความเป็นจริงทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมในท้องถิ่น การยกระดับกลไกทางกฎหมายควรควบคู่ไปกับการสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ และแรงจูงใจในทุกภาคส่วน เพื่อให้การอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกเกิดผลอย่างแท้จริง และยั่งยืนในระยะยาว

1.1. ภาครัฐ (Government Segment)

ภาครัฐมีความพยายามในการบังคับใช้กฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกอย่างเป็นระบบ โดยอ้างอิงกฎหมายหลัก เช่น พ.ร.บ.โบราณสถาน พ.ร.บ.ผังเมือง และแนวปฏิบัติตามมาตรฐานของ UNESCO ซึ่งถูกนำมาใช้กำหนดขอบเขตการอนุรักษ์ โดยเฉพาะในเขต Core Zone ที่มีมาตรการคุมเข้มเรื่องการก่อสร้างและการใช้พื้นที่ อย่างไรก็ตาม การดำเนินการในพื้นที่ Buffer Zone ยังประสบปัญหาเรื่องข้อขัดแย้งกับชุมชน เช่น กรณีเวนคืนพื้นที่ทำกินที่ยังไม่มีแนวทางชัดเจนหรือเยียวยาอย่างเป็นธรรม อีกทั้งขาดกลไกการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพระหว่างรัฐกับชุมชน ทำให้การบังคับใช้กฎหมายในเชิงสังคมยังขาดประสิทธิผล จึงควรมีการปรับปรุงด้านการประสานงาน การสื่อสาร และการมีส่วนร่วม เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายมีความยั่งยืนและได้รับการยอมรับจากทุกฝ่าย

1.2. ภาคเอกชน (Private Segment)

ผู้ประกอบการด้านธุรกิจและการท่องเที่ยวมองว่าการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกเป็นเรื่องสำคัญ แต่การบังคับใช้กฎหมายในบางกรณีกลับขาดความยืดหยุ่นและไม่ตอบโจทย์การพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชน เช่น การควบคุมพื้นที่บางส่วนอย่างเข้มงวดเกินไป ทำให้ไม่สามารถสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก หรือเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวรอบข้างได้เต็มที่ ผู้ประกอบการเสนอให้การอนุรักษ์ต้องควบคู่กับการส่งเสริมรายได้ของชุมชน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้คนในพื้นที่ร่วมมือกับมาตรการทางกฎหมายอย่างสมัครใจ นอกจากนี้ยังเห็นว่าควรมีการจัดการเชิงพื้นที่ร่วมกันระหว่างรัฐ ชุมชน และผู้ประกอบการ เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายมีความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม

1.3. ภาคชุมชน (Community Segment)

ภาคชุมชนสะท้อนมุมมองที่หลากหลายต่อการบังคับใช้กฎหมายในการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก แม้ชุมชนจำนวนหนึ่งจะสนับสนุนและรู้สึกภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่มรดกโลก พร้อมให้ความร่วมมือในการดูแลรักษา เช่น การเป็นผู้นำชม การผลิตสินค้าท้องถิ่น และการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านวัฒนธรรม แต่ในทางกลับกัน หลายเสียงจากชุมชนสะท้อนความรู้สึกเป็นเพียง “ผู้ที่ต้องปฏิบัติตาม” โดยไม่ได้มีส่วนร่วมในการออกแบบมาตรการหรือกฎหมายใด ๆ ข้อจำกัดในการใช้พื้นที่ การก่อสร้าง หรือการทำกิน กลับกลายเป็นภาระของชาวบ้านที่ไม่มีระบบขดเชยที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังมีความรู้สึกว่าหน่วยงานภาครัฐขาดความเข้าใจในบริบททางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน จึงเกิดความตึงเครียดและความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน การบังคับใช้กฎหมายในบริบทนี้จึงไม่เพียงพอในมิติของความเป็นธรรมและการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

1.4. นักวิชาการ (Academic Segment)

การบังคับใช้กฎหมายเพื่อการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกของศรีเทพเป็นสิ่งจำเป็น และต้องดำเนินการตามมาตรฐานที่ UNESCO กำหนด โดยเฉพาะการประเมินผลกระทบด้านมรดกวัฒนธรรม (HIA) และการควบคุมรูปแบบการพัฒนาไม่ให้ขัดกับคุณค่าทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม นักวิชาการมองว่าประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายจะเกิดขึ้นได้จริง ก็ต่อเมื่อประชาชนในพื้นที่มีความเข้าใจและจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ไม่ใช่แค่ปฏิบัติตามข้อกำหนดเท่านั้น จึงควรเน้นการสร้างการมีส่วนร่วม การให้ความรู้ และการสื่อสารกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็งในระดับท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยเสริมความยั่งยืนของการอนุรักษ์มากกว่าการใช้กฎหมายเพียงอย่างเดียว

ตาราง 18 บทสรุปผลการสัมภาษณ์ต่อประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมาย

ประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมาย	ประเด็นที่ค้นพบ	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน	นักวิชาการ
การบังคับใช้กฎหมายและนโยบายด้านการอนุรักษ์	การดำเนินการตามกฎหมายมีอยู่ แต่ยังคงขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงจากภาคส่วนต่างๆ	มีการดำเนินการตามกฎหมาย เช่น พ.ร.บ. โบราณสถาน ผังเมือง และ HIA แต่ขาดการประสานงานในพื้นที่	รู้สึกว่าการกฎหมายขาดความยืดหยุ่น ไม่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น	รู้สึกว่าไม่ได้มีส่วนร่วม ถูกบังคับจากภายนอก ไม่เข้าใจ หรือยอมรับมาตรการที่ออกมา	เน้นความสำคัญของการสื่อสารและการมีส่วนร่วม เพื่อให้กฎหมายได้รับการยอมรับอย่างแท้จริง

จากตารางที่ 18 บทสรุปผลการสัมภาษณ์ต่อประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า การบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่ อย่างไร” พบว่า การบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกศรีเทพยังขาดประสิทธิภาพในหลายมิติ แม้ภาครัฐจะดำเนินการตามกรอบกฎหมายหลัก เช่น พ.ร.บ. โบราณสถาน ผังเมือง และการประเมินผลกระทบด้านมรดกวัฒนธรรม (HIA) อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในเขต Core Zone ที่มีมาตรการคุมเข้ม แต่ยังมีข้อจำกัดด้านการประสานงานและการสื่อสารกับชุมชน ส่งผลให้การบังคับใช้กฎหมายใน Buffer Zone เผชิญข้อขัดแย้งกับประชาชน โดยเฉพาะกรณีการใช้พื้นที่และการขุดเซยที่ไม่เป็นธรรม ภาคเอกชนสะท้อนว่ากฎหมายบางประการขาดความยืดหยุ่น ทำให้ไม่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวชุมชน ขณะที่ภาคชุมชนแม้มีความภาคภูมิใจในฐานะพื้นที่มรดกโลก แต่ก็กลับรู้สึกว่าตนเป็นเพียงผู้ปฏิบัติตามกฎหมายโดยขาดสิทธิ์มีส่วนร่วม และขาดความเข้าใจในมาตรการต่างๆ ส่งผลให้เกิดความตึงเครียดและความไม่ไว้วางใจระหว่างรัฐกับชุมชน นักวิชาการจึงชี้ว่าการบังคับใช้กฎหมายเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากไม่ควบคู่กับการสื่อสาร การสร้างความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่

สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนและความยอมรับจากทุกภาคส่วนได้ จึงควรปรับปรุงกลไกการบังคับใช้กฎหมายโดยเน้นความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการพัฒนา เพิ่มการประสานงานระหว่างหน่วยงานและการสร้างแรงจูงใจให้ชุมชนร่วมมือ ตลอดจนสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมทุกระดับ เพื่อให้การคุ้มครองแหล่งมรดกโลกมีความยั่งยืนและได้รับการสนับสนุนจากสังคมโดยรวมอย่างแท้จริง

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้รับการคัดเลือกตามหลักการของการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และมีการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ก่อนนำไปใช้จริง แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ
- ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ
- ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์และ/หรือการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ
- ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้เสนอสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนน (MEAN)
- S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- N แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณของการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ
- ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์และ/หรือดำรงสถานะ
ความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้นั้นมาวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพด้วยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) และอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ดังนี้

ตาราง 19 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (นักท่องเที่ยวชาวไทย)

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 หญิง	204	51.00
1.2 ชาย	172	43.00
1.3 LGBTQ+	24	6.00
รวม	400	100.00
2. อายุ		
2.1 อายุไม่เกิน 35 ปี (≥ 18 ปี)	115	28.70
2.2 อายุ 36–50 ปี	212	53.00
2.3 อายุมากกว่า 50 ปี	73	18.30
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	104	26.00
3.2 ปริญญาตรี	173	43.25
3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	123	30.75
รวม	400	100.00
4. อาชีพ		
4.1 พนักงานบริษัทเอกชน	138	34.50
4.2 ธุรกิจส่วนตัว	134	33.50
4.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	111	27.75
4.4 นิสิต-นักศึกษา	17	4.25
รวม	400	100.00

ตาราง 19 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
5.1 15,000 บาทหรือน้อยกว่า	108	27.00
5.2 15,001 – 25,000 บาท	97	24.25
5.3 25,001–40,000 บาท	93	23.25
5.4 มากกว่า 40,000 บาท	102	25.50
รวม	400	100.00
6. ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว		
6.1 ภาคกลาง	202	50.50
6.2 ภาคเหนือ	109	27.25
6.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	38	9.50
6.4 ภาคใต้	23	5.75
6.5 ภาคตะวันออก	21	5.25
6.6 ภาคตะวันตก	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 19 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง มีจำนวน 204 คน (ร้อยละ 51.00) เพศชาย จำนวน 172 คน (ร้อยละ 43.00) และ LGBTQ+ จำนวน 24 คน (ร้อยละ 6.00)

ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่อยู่อายุ 36-50 ปี จำนวน 212 คน (ร้อยละ 53.00) รองลงมาอายุไม่เกิน 35 ปี (≥ 18 ปี) จำนวน 115 คน (ร้อยละ 28.70) และอายุมากกว่า 50 ปี มีจำนวน 73 คน (ร้อยละ 18.30)

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 173 คน (ร้อยละ 43.25) รองลงมาเป็นระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 123 คน (ร้อยละ 30.75) และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 104 คน (ร้อยละ 26.00)

อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 138 คน (ร้อยละ 34.50) รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 134 (ร้อยละ 33.50) และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการจำนวน 111 คน (ร้อยละ 27.75) ส่วนนิสิต/นักศึกษา จำนวน 17 คน (ร้อยละ 4.25)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 108 คน (ร้อยละ 27.00) รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 102 คน (ร้อยละ 25.50) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 97 คน (ร้อยละ 24.25) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 – 40,000 บาท จำนวน 93 คน (ร้อยละ 23.25)

ภูมิถิ่นานของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากภาคกลาง จำนวน 202 คน (ร้อยละ 50.50) รองลงมา ภาคเหนือ จำนวน 109 คน (ร้อยละ 27.25) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 38 คน (ร้อยละ 9.50) ภาคใต้ จำนวน 23 คน (ร้อยละ 5.75) ภาคตะวันออก จำนวน 21 คน (ร้อยละ 5.25) และภาคตะวันตก จำนวน 7 คน (ร้อยละ 1.75)

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51.00) อายุระหว่าง 36-50 ปี (ร้อยละ 53.00) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 43.25) อาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 34.50) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง ไม่เกิน 15,000 บาท (ร้อยละ 27.00) และมีภูมิลำเนามาจากภาคกลาง (ร้อยละ 50.50)



ส่วนที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการ
แจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ได้ข้อมูล ดังนี้

ตาราง 20 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์
ศรีเทพ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
1.1 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	147	36.75
1.2 เพื่อตามรอยกระแสแหล่งมรดกโลก	143	35.75
1.3 เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น ทัศนศึกษา/เพิ่มความรู้/ประกอบพิธีทางศาสนา/เพื่อร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น/ทำสื่อประชาสัมพันธ์	110	27.50
รวม	400	100.00
2. ลักษณะการเดินทาง		
2.1 เดินทางกับครอบครัว/ญาติ	191	47.75
2.2 เดินทางกับกลุ่มเพื่อน	129	32.25
2.3 เดินทางตามลำพัง/บริษัททัวร์/หน่วยงานภาครัฐ/หน่วยงานเอกชน	80	20.00
รวม	400	100.00
3. จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)		
3.1 ไม่เกิน 3 คน	179	44.75
3.2 4-6 คน	129	32.25
3.3 มากกว่า 6 คน	92	23.00
รวม	400	100.00
4. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว		
4.1 วันจันทร์-ศุกร์	81	20.25
4.2 วันเสาร์-อาทิตย์	243	60.75
4.3 วันหยุดเทศกาลหรือนักชัตตกซ์	76	19.00
รวม	400	100.00

ตาราง 20 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. ลักษณะการเดินทางมีวัตถุประสงค์/รูปแบบการเดินทาง		
5.1 พักค้างคืน	161	40.25
5.2 ไปเช้า – เย็นกลับ	142	35.50
5.3 แวะเที่ยวเนื่องจากเป็นเส้นทางผ่าน	97	24.25
รวม	400	100.00
6. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง		
6.1 รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง/รถตู้/รถจักรยานยนต์)	299	74.75
6.2 รถตู้เช่าเหมา	51	12.75
6.3 รถทัวร์/รถสาธารณะ/ประจำทาง/รถเช่าเหมาท้องถิ่น	50	12.50
รวม	400	100.00
7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อ 1 คนสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว		
7.1 ไม่เกิน 1,000 บาท	104	26.00
7.2 1,001-2,500 บาท	143	35.75
7.3 มากกว่า 2,500	153	38.25
รวม	400	100.00
8. ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว		
8.1 ข่าว/โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต/สื่อมวลชน	235	58.75
8.2 ครอบครัว/เพื่อน/ญาติแนะนำ	121	30.25
8.3 ศูนย์บริการข้อมูล/ข่าวสาร/บริษัททัวร์	44	11.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 147 คน (ร้อยละ 36.75) รองลงมาเพื่อตามรอยกระแสแหล่งมรดกโลก จำนวน 143 คน (ร้อยละ 35.75) และเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น ทัศนศึกษา/เพิ่มความรู้/ประกอบพิธีทางศาสนา/ร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น/ทำสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 110 คน (ร้อยละ 27.50)

ลักษณะของการเดินทาง ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ จำนวน 191 คน (ร้อยละ 47.75) รองลงมาเดินทางกับกลุ่มเพื่อน จำนวน 129 คน (ร้อยละ 32.25) และเดินทางตามลำพัง / บริษัททัวร์ / หน่วยงานภาครัฐ/หน่วยงานเอกชน จำนวน 80 คน (ร้อยละ 20.00)

จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม) ส่วนใหญ่ร่วมเดินทางไม่เกิน 3 คน จำนวน 179 คน (ร้อยละ 44.75) รองลงมาร่วมเดินทาง 4-6 คน จำนวน 129 คน (ร้อยละ 32.25) และร่วมเดินทางมากกว่า 6 คน จำนวน 92 คน (ร้อยละ 23.00)

ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมาในวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 243 คน (ร้อยละ 60.75) รองลงมาวันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 81 คน (ร้อยละ 20.25) และในวันหยุดเทศกาลหรือนักชัตตกซ์ จำนวน 76 คน (ร้อยละ 19.00)

ลักษณะการเดินทางมีวัตถุประสงค์ ส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อน จำนวน 161 คน (ร้อยละ 40.25) รองลงมาไปเข้า-เย็นกลับ จำนวน 142 คน (ร้อยละ 35.50) และแวะเที่ยวเนื่องจากเป็นเส้นทางผ่าน จำนวน 97 คน (ร้อยละ 24.25)

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง/รถตู้/รถจักรยานยนต์) จำนวน 299 คน (ร้อยละ 74.75) รองลงมารถตู้เช่าเหมา จำนวน 51 คน (ร้อยละ 12.75) และรถทัวร์/รถสาธารณะ/ประจำทาง และรถเช่าเหมาท้องถิ่น จำนวน 50 คน (ร้อยละ 12.50)

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเดินทางมากกว่า 2,500 บาท จำนวน 153 คน (ร้อยละ 38.25) รองลงมาค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนระหว่าง 1,001 – 2,500 บาท จำนวน 143 คน (ร้อยละ 35.75) และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 104 คน (ร้อยละ 26.00) และ

ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ส่วนใหญ่ได้รับข่าว/โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต/สื่อมวลชน จำนวน 235 คน (ร้อยละ 58.75) รองลงมาช่องทางการรับรู้ข่าวสารมาจากครอบครัว/เพื่อน/ญาติแนะนำ จำนวน 121 คน (ร้อยละ 30.25) และศูนย์บริการข้อมูล/ข่าวสาร/บริษัททัวร์ จำนวน 44 คน (ร้อยละ 11.00)

สรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพส่วนใหญ่เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 36.75 ลักษณะการเดินทางมากับครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 47.75 จำนวนคนที่ร่วมเดินทาง (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม) ส่วนใหญ่ ไม่เกิน 3 คน ร้อยละ 44.75 ช่วงเวลาในการเดินทางมาในวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 60.75 มีลักษณะการเดินทางเพื่อพักผ่อน ร้อยละ 40.25 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางจะใช้รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง/รถตู้/รถจักรยานยนต์) ร้อยละ 74.75 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสำหรับการเดินทาง มากกว่า 2,500 บาท ร้อยละ 38.25 และช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ได้รับข่าว/โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต/สื่อมวลชน ร้อยละ 58.75

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยตามองค์ประกอบ การท่องเที่ยว 6A ต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert Scale (Kris Piroj, 2018) มี 5 ระดับ (5 = สูงที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด) และแสดงผลค่าเฉลี่ยของคะแนน ($\bar{X}$) รวมถึงค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A กล่าวคือ สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)

ตาราง 21 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ด้านภาพรวม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Attraction)			
1.1 ความสวยงามของโบราณสถาน	4.45	0.635	มากที่สุด
1.2 ความน่าสนใจของโบราณสถาน	4.44	0.646	มากที่สุด
1.3 แบรินด์อัตลักษณ์เฉพาะของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ เช่น รูปคนแคระ ไอติมศรีเทพ	4.23	0.794	มากที่สุด
1.4 กิจกรรมประจำปีพิธีบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพ ขึ้น 3 ค่ำเดือน 3	3.93	0.980	มาก
1.5 รสชาติอาหารพื้นเมือง	3.74	0.916	มาก
1.6 สินค้า OTOP	3.61	0.942	มาก
รวม	4.07	0.606	มาก
2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)			
2.1 เส้นทางคมนาคม	4.00	0.844	มาก
2.2 ป้ายสัญลักษณ์บอกทาง/ป้ายสื่อความหมายชัดเจน	3.94	0.889	มาก
2.3 เส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น	3.85	0.942	มาก
2.4 การบริการรถเช่า/รถรับจ้างให้บริการ	3.57	1.097	มาก
2.5 การขนส่งสาธารณะ เช่น มีรถโดยสารให้บริการ	3.47	1.163	มาก
รวม	3.77	0.827	มาก

ตาราง 21 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)			
3.1 การสื่อสาร/การโทรคมนาคม เช่น เครือข่าย AIS DTAC TRUE	3.86	0.860	มาก
3.2 ร้านอาหาร	3.85	0.815	มาก
3.2.1 ภาพรวมร้านอาหารมีความปลอดภัยและมีความสะอาด	3.86	0.892	มาก
3.2.2 อาหารถูกสุขอนามัยและสะอาดน่ารับประทาน	3.85	0.869	มาก
3.2.3 ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร	3.84	0.845	มาก
3.3 ร้านขายของที่ระลึก	3.72	0.858	มาก
3.3.1 การจัดแบ่งโซนร้านขายของที่ระลึกชัดเจน	3.76	0.905	มาก
3.3.2 ราคาเหมาะสมกับสินค้าของที่ระลึก	3.75	0.886	มาก
3.3.3 ช่องทางรับชำระเงินที่หลากหลายแทนเงินสด	3.74	0.989	มาก
3.3.4 ความหลากหลายของประเภทของที่ระลึกในร้านค้า	3.62	1.006	มาก
3.4 ปั้มน้ำมัน	3.50	0.971	มาก
3.5 สถานพยาบาล/โรงพยาบาล	3.42	0.946	มาก
3.6 ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการจัดประชุม และการจัดแสดงสินค้า	3.40	1.103	ปานกลาง
3.7 ธนาคาร/สถานที่แลกเงิน/ตู้ ATM	3.35	1.040	ปานกลาง
3.8 จุดบริการให้เช่าชุดพื้นถิ่นเพียงพอ	3.30	1.086	ปานกลาง
รวม	3.63	0.767	มาก
4. ที่พัก (Accommodation)			
4.1 ระยะทางในการเดินทางจากที่พักถึงอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพไม่เกิน 5-10 นาที	3.75	0.954	มาก
4.2 ที่พักมีความปลอดภัยและความสะอาดตามมาตรฐาน SHA+	3.74	0.902	มาก
4.3 ราคาของที่พักมีความเหมาะสม	3.73	0.844	มาก
4.4 ที่พักมีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว	3.67	0.899	มาก
4.5 การให้บริการของสถานที่พัก เช่น Wi-Fi สระว่ายน้ำ	3.53	0.923	มาก
รวม	3.69	0.804	มาก

ตาราง 21 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity)			
5.1 กิจกรรมพาชมเมืองโบราณศรีเทพ	4.13	0.891	มาก
5.2 กิจกรรมพาชมเขาคลังนอก	4.03	0.871	มาก
5.3 กิจกรรมพาชมเขาดมอรัตน์	3.77	1.033	มาก
5.4 กิจกรรมแต่งกายพื้นเมืองร่วมพิธีเจ้าพ่อศรีเทพ ขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3	3.74	1.011	มาก
5.5 โอกาสเข้าร่วมกิจกรรมที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพจัดงาน	3.57	1.124	มาก
5.6 กิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ร้อยลูกปัด วาดภาพการ์ตูนคนแคระ	3.53	1.117	มาก
รวม	3.80	0.857	มาก
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)			
6.1 สถานที่จอดรถสะดวก เหมาะสม ปลอดภัย	4.10	0.747	มาก
6.2 การให้บริการแก่ผู้เข้าชม เช่น รถราง รถขึ้นผู้สูงอายุ	4.08	0.877	มาก
6.3 ห้องน้ำ/ห้องสุขาสะอาดเพียงพอสะดวกต่อการใช้งาน	4.03	0.882	มาก
6.4 จุดประชาสัมพันธ์ หรือจุดบริการนักท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์	3.95	0.901	มาก
6.5 ปริมาณถังขยะเพียงพอ ไม่มีขยะตกค้าง	3.89	0.887	มาก
6.6 เครื่องดื่ม/ร้านจำหน่ายของที่ระลึกเพียงพอให้บริการ	3.87	0.882	มาก
รวม	3.99	0.758	มาก
ภาพรวม	3.81	0.660	มาก

จากตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ พบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.660) เมื่อพิจารณารายด้าน ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.606) โดยค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรกในระดับ “มากที่สุด” เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ความสวยงามของโบราณสถาน ($\bar{X} = 4.45$) ความน่าสนใจของโบราณสถาน ($\bar{X} = 4.44$) และแบรนด์อัตลักษณ์เฉพาะของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ เช่น รูปคนแคระ ไอติม

ศรีเทพ ($\bar{X} = 4.23$) ขณะที่กิจกรรมประจำปีพิธีบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพขึ้น 3 ค่าเดือน 3 ($\bar{X} = 3.93$) รสชาติอาหารพื้นเมือง ($\bar{X} = 3.74$) และสินค้า OTOP ($\bar{X} = 3.61$) อยู่ในระดับมาก

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.827) โดยเส้นทางการคมนาคม ($\bar{X} = 4.00$) ได้รับคะแนนมากที่สุดในกลุ่ม รองลงมาเป็นป้ายสัญลักษณ์บอกทาง/ป้ายสื่อความหมาย ($\bar{X} = 3.94$) เส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ($\bar{X} = 3.85$) การบริการรถเช่า/รถรับจ้างให้บริการ ($\bar{X} = 3.57$) และการขนส่งสาธารณะ เช่น มีรถโดยสารให้บริการ ($\bar{X} = 3.47$) ตามลำดับ

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 0.767) เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การสื่อสาร/การโทรคมนาคม เช่น เครือข่าย AIS DTAC TRUE ($\bar{X} = 3.86$) ภาพรวมของร้านอาหาร ($\bar{X} = 3.85$) โดยนักท่องเที่ยวตระหนักเรื่องความปลอดภัยและความสะอาดของร้านอาหารมากที่สุด ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมาอาหารถูกสุขอนามัยและสะอาดน่ารับประทาน ($\bar{X} = 3.85$) และราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร ($\bar{X} = 3.84$) สำหรับร้านขายของที่ระลึก ภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน ($\bar{X} = 3.72$) โดยให้ความสำคัญกับการจัดแบ่งโซนร้านขายของที่ระลึก ($\bar{X} = 3.76$) มากที่สุด รองลงมาเป็นราคาเหมาะสมกับสินค้าของที่ระลึก ($\bar{X} = 3.75$) ช่องทางการรับชำระเงินที่หลากหลายแทนเงินสด ($\bar{X} = 3.74$) และความหลากหลายของประเภทของที่ระลึกในร้านค้า ($\bar{X} = 3.62$) ป๊อปปี้ ($\bar{X} = 3.50$) สถานพยาบาล/โรงพยาบาล ($\bar{X} = 3.42$) ตามลำดับ ขณะที่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการจัดประชุม และการจัดแสดงสินค้า ($\bar{X} = 3.40$) ธนาคาร/สถานที่แลกเงิน/ตู้ ATM ($\bar{X} = 3.35$) และจุดบริการให้เช่าชุดพื้นถิ่น ($\bar{X} = 3.30$) ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น

ที่พัก (Accommodation) ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.804) เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ระยะทางในการเดินทางจากที่พักถึงอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ไม่เกิน 5-10 นาที ($\bar{X} = 3.75$) ที่พักมีความปลอดภัยและความสะอาดตามมาตรฐาน SHA+ ($\bar{X} = 3.74$) ราคาของที่พักมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.74$) ที่พักมีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.67$) และการให้บริการของสถานที่พัก เช่น Wi-Fi สระว่ายน้ำ ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.857) โดยกิจกรรมพาชมเมืองโบราณศรีเทพ ($\bar{X} = 4.13$) ได้รับคะแนนความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมากิจกรรมพาชมเขาค้างคาว ($\bar{X} = 4.03$) กิจกรรมพาชมเขามอรัตน์ ($\bar{X} = 3.77$) กิจกรรมแต่งกายพื้นเมืองร่วมพิธีเจ้าพ่อศรีเทพ ขึ้น 3 ค่าเดือน 3 ($\bar{X} = 3.74$) โอกาสเข้าร่วมกิจกรรม

ที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพจัดงาน ($\bar{X}$ = 3.57) และกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ร้อยลูกปัด วาดภาพ การตุ้ยนคนแคะ ($\bar{X}$ = 3.53) ตามลำดับ

การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.99, S.D. = 0.758) เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สถานที่จอดรถสะดวก เหมาะสมปลอดภัย ($\bar{X}$ = 4.10) การให้บริการแก่ผู้เข้าชม เช่น รถราง รถเข็นผู้สูงอายุ ($\bar{X}$ = 4.08) ห้องน้ำ ห้องสุขาที่สะอาด เพียงพอ สะดวกต่อการใช้งาน ($\bar{X}$ = 4.03) จุดประชาสัมพันธ์ หรือจุดบริการนักท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์ ($\bar{X}$ = 3.95) ปริมาณถังขยะเพียงพอ ไม่มีขยะตกค้าง ($\bar{X}$ = 3.89) และเครื่องดื่ม/ร้านจำหน่ายของที่ระลึกเพียงพอให้บริการ ($\bar{X}$ = 3.87) ตามลำดับ

สรุปได้ว่า ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ “มาก” มีเพียงด้านสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ($\bar{X}$ = 4.07) ที่ความสวยงามของโบราณสถาน ความน่าสนใจของโบราณสถาน และแบรนด้อัตลักษณ์เฉพาะ เช่น รูปคนแคะ ไอติมศรีเทพ ได้รับคะแนนความพึงพอใจในระดับ “มากที่สุด” ($\bar{X}$ = 4.45, $\bar{X}$ = 4.44 และ $\bar{X}$ = 4.23 ตามลำดับ) ส่วนความพึงพอใจในด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับ “มาก” เรียงจากมากไปน้อย กล่าวคือ การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) ($\bar{X}$ = 3.99) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ($\bar{X}$ = 3.80) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ($\bar{X}$ = 3.77) ที่พัก (Accommodation) ($\bar{X}$ = 3.69) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ($\bar{X}$ = 3.55) ตามลำดับ ขณะที่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการจัดประชุม และการจัดแสดงสินค้า ธนาคาร/สถานที่แลกเงิน/ตู้ ATM และจุดบริการให้เช่าชุดพื้นถิ่นที่อยู่ภายใต้สิ่งอำนวยความสะดวก ได้คะแนนความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการอนุรักษ์และการบังคับใช้กฎหมาย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการอนุรักษ์และการบังคับใช้กฎหมายของแหล่งมรดกโลก ณ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ด้วยค่าเฉลี่ยของคะแนน (MEAN “ $\bar{x}$ ”) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังนี้

ตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก

ความคิดเห็น	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. การอนุรักษ์และการคุ้มครองแหล่งมรดกโลก			
1.1 การให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก	4.29	0.802	มากที่สุด
1.2 การสื่อความการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกมีความเหมาะสม เช่น มีป้ายแจ้งชัดเจนห้ามป็น หรือห้ามขึ้นโบราณสถาน หรือการมี QR code ให้ความรู้หรือแจ้ง Do & Don't เป็นภาษาต่างประเทศแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หรือเจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์ควรแจ้งข้อควรระมัดระวังในการเข้าชมโบราณสถาน	4.08	0.898	มาก
1.3 การจัดแบ่งพื้นที่ของโบราณสถานและพื้นที่จำหน่ายของที่ระลึกมีความชัดเจนเหมาะสม	3.94	0.873	มาก
1.4 ภาพรวมการบริหารจัดการโดยความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนต่อการอนุรักษ์และคุ้มครองโบราณสถานมีความเหมาะสม	3.89	0.881	มาก
1.5 ชุมชนมีกิจกรรมอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมของชุมชนที่เหมาะสม	3.80	0.957	มาก
1.6 ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก	3.70	0.906	มาก
รวม	3.95	0.715	มาก

ตาราง 22 (ต่อ)

ความคิดเห็น	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
2. การบังคับใช้กฎหมายของแหล่งมรดกโลก			
2.1 ภาครัฐควรเพิ่มบทบาทและหน้าที่ของนักท่องเที่ยวในการปกป้อง สงวน และทำนุบำรุงโบราณสถานและ/หรือโบราณวัตถุให้ชัดเจน เหมาะสม รวมถึงบทลงโทษนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หากพบการกระทำความผิดที่เกิดขึ้นต่อโบราณสถานและ/หรือโบราณวัตถุ	4.24	0.831	มากที่สุด
2.2 บทลงโทษตามกฎหมายอาญา มาตรา 157 ระบุถึงการละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ จะต้องรับโทษ 2 เท่า ของบทลงโทษ ท่านคิดว่า บทลงโทษความผิดของเจ้าพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนร่วมในการลักลอบโบราณวัตถุ มีความเหมาะสม	4.12	0.907	มาก
2.3 ภาพรวมของการบังคับใช้กฎระเบียบและ/หรือกฎหมายของเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องมีการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมและชัดเจน	3.99	0.890	มาก
2.4 เนื่องจากกฎหมายเกี่ยวกับโบราณสถานและโบราณวัตถุมีเพียงโทษ จำคุก และปรับเท่านั้น จึงควรเพิ่มบทลงโทษประหารชีวิต กักขัง และริบทรัพย์สินแก่ผู้กระทำความผิดและ/หรือผู้ร่วมกระทำความผิด เพื่ออนุรักษ์สมบัติของชาติมิให้มีการลักลอบจำหน่าย	3.98	0.964	มาก
2.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎระเบียบหรือกฎหมายในการอนุรักษ์และคุ้มครองโบราณสถานและ/หรือโบราณวัตถุของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	3.87	0.914	มาก
2.6 การสื่อความบทลงโทษเกี่ยวกับการกระทำความผิดต่อโบราณสถานและ/หรือโบราณวัตถุชัดเจนและแจ้งผู้เข้าชมอย่างเหมาะสม	3.87	0.982	มาก
2.6.1 การแจ้งบทลงโทษให้นักท่องเที่ยวทราบกรณีถ้าหิบบอฐที่หล่นหรือหลุดตกอยู่บนพื้น มีโทษปรับไม่เกิน 500,000 บาท จำคุกไม่เกิน 5 ปี	3.88	0.991	มาก
2.6.2 การแจ้งบทลงโทษให้นักท่องเที่ยวทราบกรณีถ้าแะอฐที่อยู่โนโครงสร้างมีโทษปรับไม่เกิน 1,000,000 บาท จำคุกไม่เกิน 10 ปี	3.86	1.022	มาก
รวม	3.99	0.762	มาก
ภาพรวม	3.97	0.738	มาก

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการอนุรักษ์และการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ พบว่าในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.97 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.738

ความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์และการคุ้มครองแหล่งมรดกโลก

ในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.715) โดยเมื่อพิจารณารายข้อมีเพียง “การให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว” ($\bar{X} = 4.29$) ที่ได้รับความเห็นในระดับ “มากที่สุด” ลำดับถัดมาเป็นประเด็นที่ได้รับความเห็นในระดับ “มาก” เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การสื่อความการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกของศรีเทพให้มีความเหมาะสม เช่น มีป้ายแจ้งชัดเจนห้ามป็น หรือห้ามขึ้นโบราณสถาน หรือการจัดให้มี QR code เพื่อให้ความรู้หรือให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงมีการแจ้ง Do & Don't เป็นภาษาต่างประเทศแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อร่วมกันรักษาแหล่งมรดกโลก รวมถึงเจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์ควรแจ้งข้อควรระมัดระวังในการเข้าชมโบราณสถาน ($\bar{X} = 4.08$) การจัดแบ่งพื้นที่ของโบราณสถานและพื้นที่จำหน่ายของที่ระลึกควรมีความชัดเจนเหมาะสม ($\bar{X} = 3.94$) ภาพรวมการบริหารจัดการโดยความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนต่อการอนุรักษ์และคุ้มครองโบราณสถานต้องให้มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.89$) ชุมชนมีกิจกรรมอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมของชุมชนที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.80$) และความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.70$)

ความคิดเห็นต่อการบังคับใช้กฎหมายของแหล่งมรดกโลก

ด้านการบังคับใช้กฎหมายในแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในภาพรวมการบังคับใช้กฎหมายอยู่ระดับมากเช่นกัน ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.762) โดยข้อเสนอแนะที่ได้รับคะแนนสูงสุด คือ “ภาครัฐควรเพิ่มบทบาทและหน้าที่ของนักท่องเที่ยวในการปกป้อง สงวน และทำนุบำรุงโบราณสถานและ/หรือโบราณวัตถุให้ชัดเจน เหมาะสม รวมถึงบทลงโทษนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หากพบการกระทำความผิดที่เกิดขึ้นต่อโบราณสถานและ/หรือโบราณวัตถุ” ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมานักท่องเที่ยวมีความคิดคล้ายๆ กันเกี่ยวกับบทลงโทษตามกฎหมายอาญา มาตรา 157 ระบุถึงการละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ต้องรับโทษ 2 เท่าของบทลงโทษนั้นอาจไม่เพียงพอในกรณีที่เจ้าพนักงานหรือเจ้าหน้าที่มีส่วนร่วมในการลักลอบโบราณวัตถุซึ่งมีคุณค่ามหาศาล บทลงโทษดังกล่าวยังไม่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.12$) ภาพรวมของการบังคับใช้กฎระเบียบและ/หรือกฎหมายของเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องมีการปฏิบัติงานยังไม่เหมาะสมและชัดเจน ($\bar{X} = 3.99$) บทลงโทษที่มีอยู่อาจจะไม่เพียงพอ จึงเห็นควรเพิ่มโทษขั้นสูงสุด เช่น โทษประหาร กักขัง และริบทรัพย์สินเพื่อกำราบผู้ลักลอบศิลปวัตถุหรือโบราณวัตถุ หรือทำลายโบราณสถาน ($\bar{X} = 3.98$) รวมถึง

เห็นควรให้มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ต่อการบังคับใช้กฎหมาย ($\bar{X} = 3.87$) และความจำเป็นในการสื่อสารบทลงโทษ เช่น การแจ้งบทลงโทษกรณีหนีคดีที่หลบ (ปรับไม่เกิน 500,000 บาท จำคุกไม่เกิน 5 ปี) ($\bar{X} = 3.88$) การแจ้งบทลงโทษกรณีหนีคดีออกจาก โครงสร้าง (ปรับไม่เกิน 1,000,000 บาท จำคุกไม่เกิน 10 ปี) ($\bar{X} = 3.86$) แก่นักท่องเที่ยวที่มารับทราบ ก่อนการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกศรีเทพ ในระดับมาก โดยเฉพาะการให้ความรู้แก่ผู้เข้าชมและการสื่อสารที่เหมาะสมผ่านสื่อหรือป้าย คำแนะนำต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนถึงความตระหนักรู้ในบทบาทของตนเองต่อการดูแลแหล่งประวัติศาสตร์ สำคัญของชาติ ขณะเดียวกัน ยังให้ความสำคัญต่อการกำหนดบทลงโทษอย่างชัดเจนทั้งกับผู้กระทำ ผิดทั่วไปและเจ้าหน้าที่ของรัฐ โดยมุ่งหวังให้เกิดการบริหารจัดการและการบังคับใช้กฎหมายที่มี ประสิทธิภาพเพื่อคงไว้ซึ่งคุณค่าของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในฐานะแหล่งมรดกโลกต่อไป

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก ของศรีเทพ

ผู้วิจัยใช้หลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix Analysis ของการจัดการ การท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ โดยรวบรวมข้อมูล จากการวิจัยเชิงคุณภาพและข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ส่วนที่ 1 ประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์การตลาด 4C's แหล่งมรดกโลก ของศรีเทพ

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพการจัดการตามหลัก 7S Model เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่ง มรดกโลก

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดก โลกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเพื่อสำรวจความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการดำรงสถานะ ความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

ภาพรวม SWOT จากผลวิจัยเชิงคุณภาพ

1. Strengths (จุดแข็ง – S)

1.1 แผนแม่บทและกรอบนโยบายชัดเจน ภาครัฐมีแผนยุทธศาสตร์และกฎหมายอนุรักษ์ ที่สอดคล้องกับหลักการของ UNESCO

1.2 การมีส่วนร่วมของหลายภาคส่วนเริ่มมีแนวโน้มที่ดีขึ้น

1.3 คุณค่ามรดกโดดเด่น โบราณสถานสำคัญ เช่น เมืองโบราณศรีเทพ เขาค้างคาวนอก เขาคมมอรัตน์ มีความงดงามและเอกลักษณ์ต่างกัน ทำให้ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวหลากหลาย

1.4 ราคาค่าเข้าชมเหมาะสม 20 บาทสำหรับคนไทย และ 100 บาทสำหรับชาวต่างชาติ สอดคล้องกับความคุ้มค่าและการเข้าถึง

2. Weaknesses (จุดอ่อน – W)

2.1 ขาดบุคลากร และขาดกลไกบูรณาการแบบพหุภาคี บุคลากรและไกด์ท้องถิ่น ไม่เพียงพอ มีการหมุนเวียนสูงและขาดการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงขาดกลไกบูรณาการแบบพหุภาคีที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการบูรณาการหน่วยงานจำกัด การบริหารส่วนใหญ่ยังเป็นแบบรวมศูนย์ (Top-down)

2.2 โครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอ การเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบป้าย และศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวยังไม่ครบวงจร

2.3 การตลาดและสื่อสารเชิงรุกยังน้อย โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลยังไม่เต็มศักยภาพ

2.4 รูปแบบความร่วมมือและความรู้สึกแท้จริงของความเป็นเจ้าของมรดกไม่ชัดเจน ชุมชนบางส่วนยังรู้สึกว่าไม่ได้มีส่วนร่วมจริงในการบริหารจัดการ

2.5 การบังคับใช้กฎหมายในพื้นที่ที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ ขาดเจ้าหน้าที่และงบประมาณในการตรวจสอบและควบคุมพื้นที่

3. Opportunities (โอกาส – O)

3.1 ความร่วมมือระหว่างประเทศ การสนับสนุนจาก UNESCO และเครือข่ายองค์กรด้านวัฒนธรรม/การท่องเที่ยว

3.2 กระแสท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมรดกโลกเติบโต โดยเฉพาะกลุ่มที่เน้นประสบการณ์ (Experience-based Tourism)

3.3 แนวโน้มการตลาดเชิงประสบการณ์และ Soft Power สามารถนำมาปรับใช้ในการสร้างภาพลักษณ์และเนื้อหาที่มีเอกลักษณ์

3.4 เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น QR Code, AR/VR, Storytelling Online ช่วยเพิ่มคุณค่าและการเข้าถึงข้อมูล

4. Threats (อุปสรรค – T)

4.1 ความเสี่ยงจากการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถ อาจทำให้โบราณสถานเสื่อมสภาพและคุณค่าทางวัฒนธรรมลดลง

4.2 การแข่งขันจากแหล่งมรดกโลกอื่นในประเทศและภูมิภาค โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

4.3 ภัยธรรมชาติและเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว โรคระบาด

4.4 ความขัดแย้งระหว่างหน่วยงานและชุมชน หากขาดกระบวนการสื่อสารและการมีส่วนร่วมที่โปร่งใส

4.5 ข้อจำกัดทางกฎหมายที่ล่าช้า การบังคับใช้และการดำเนินการอาจไม่ทันต่อการบุกรุกหรือการพัฒนาเชิงพาณิชย์

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

พฤติกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

ภาพรวม SWOT จากผลวิจัยเชิงปริมาณ

1. Strengths (จุดแข็ง – S)

1.1 ความสนใจในคุณค่ามรดกโลกสูง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกมาศรีเทพเพราะความสำคัญทางประวัติศาสตร์และความงดงามของโบราณสถาน

1.2 ความพึงพอใจต่อค่าเข้าชมและความคุ้มค่า ราคาค่าเข้าถือว่าเหมาะสมกับบริการและประสบการณ์ที่ได้รับ

1.3 การต้อนรับและมิตรภาพของชุมชน นักท่องเที่ยวประเมินว่ามีความเป็นมิตรและให้ความช่วยเหลือดี

2. Weaknesses (จุดอ่อน – W)

2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ เช่น ห้องน้ำ ป้ายบอกทาง พื้นที่พักผ่อนลานจอดรถ

2.2 การเข้าถึงค่อนข้างยาก ระบบขนส่งสาธารณะและเส้นทางยังไม่สะดวก

2.3 ข้อมูลและป้ายสื่อความหมายไม่ครบถ้วน นักท่องเที่ยวบางส่วนมองว่าข้อมูลประวัติศาสตร์ยังขาดความเข้าใจง่าย

2.4 การจัดกิจกรรมเสริมยังน้อย โดยเฉพาะกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์

2.5 การประชาสัมพันธ์ยังไม่เข้าถึงทุกกลุ่ม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ

3. Opportunities (โอกาส – O)

3.1 แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเติบโต โดยเฉพาะกลุ่มที่ต้องการประสบการณ์เฉพาะถิ่น

3.2 การใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่และเพิ่มการรับรู้ในวงกว้าง

3.3 การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว สามารถจัดแพ็คเกจร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นใน เพชรบูรณ์และจังหวัดใกล้เคียง

4. Threats (อุปสรรค – T)

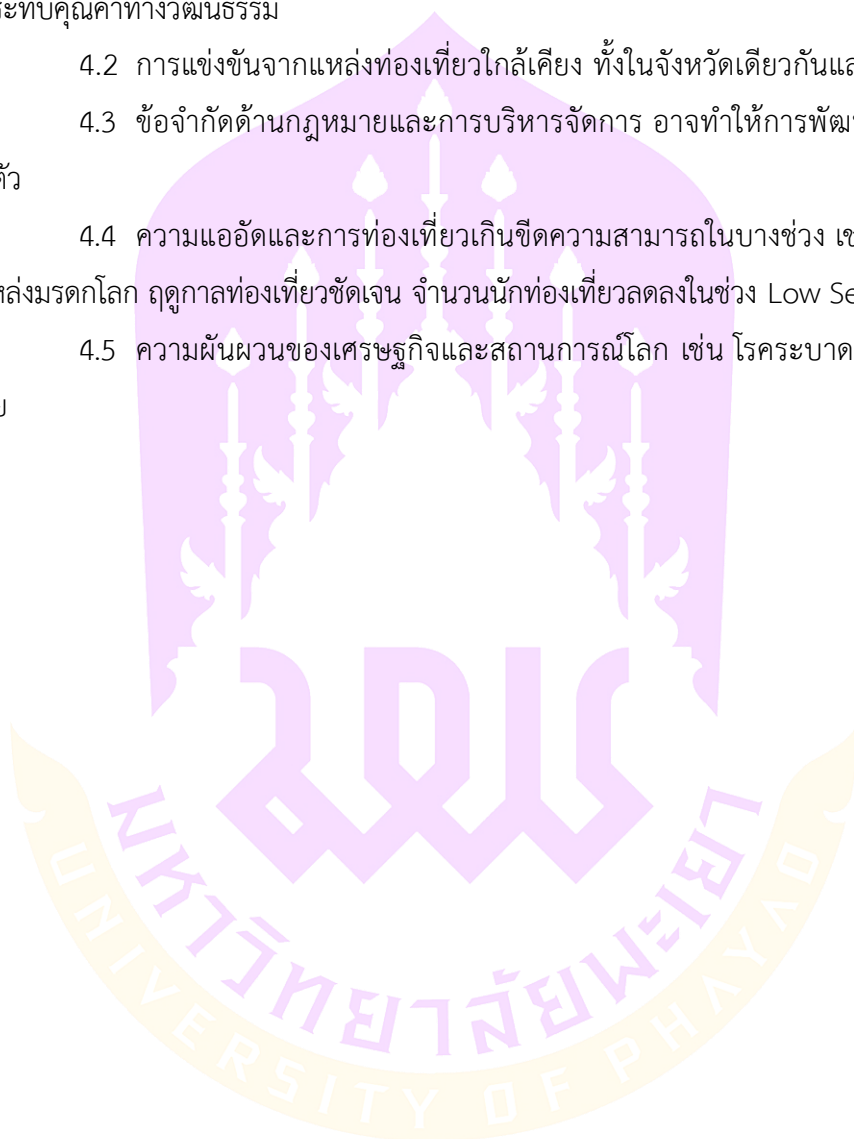
4.1 ความเสี่ยงจากการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถ อาจทำให้โบราณสถานเสื่อมสภาพ และกระทบคุณค่าทางวัฒนธรรม

4.2 การแข่งขันจากแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ทั้งในจังหวัดเดียวกันและต่างจังหวัด

4.3 ข้อจำกัดด้านกฎหมายและการบริหารจัดการ อาจทำให้การพัฒนาโครงการใหม่ ชะลอตัว

4.4 ความแออัดและการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในช่วง เช่น หลังประกาศ เป็นแหล่งมรดกโลก ฤดูกาลท่องเที่ยวชัดเจน จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในช่วง Low Season

4.5 ความผันผวนของเศรษฐกิจและสถานการณ์โลก เช่น โรคระบาด ภาวะเศรษฐกิจ ถดถอย



ตาราง 23 ภาพรวมของแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths)		จุดอ่อน (Weakness)	
S1	แผนแม่บท ยุทธศาสตร์ และกรอบกฎหมายชัดเจน สำหรับการอนุรักษ์และบริหารจัดการแหล่งมรดกโลก*	W1	ขาดบุคลากร และกลไกบูรณาการแบบพหุภาคี*
		W2	ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน การเดินทาง และสิ่งอำนวยความสะดวก***
S2	การมีส่วนร่วมของหลายภาคส่วนเริ่มมีแนวโน้มที่ดีขึ้น*	W3	การประชาสัมพันธ์/การสื่อสารเชิงรุกในตลาดต่างประเทศยังไม่เพียงพอ***
S3	แหล่งโบราณสถานมีคุณค่า ความงดงาม และความหลากหลาย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้สูง***	W4	รูปแบบความร่วมมือและความรู้สึกแท้จริงของความเป็นเจ้าของมรดกไม่ชัดเจน*
S4	ราคาค่าเข้าชมราคาค่าเข้าชมเหมาะสมและเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ***	W5	การบังคับใช้กฎหมายในพื้นที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ***
		W6	การเข้าถึงค่อนข้างยาก**
S5	การต้อนรับและมีมิตรภาพของชุมชน**	W7	ข้อมูลและป้ายสื่อความหมายไม่ครบถ้วน**
		W8	การจัดกิจกรรมเสริมยังน้อย**
โอกาส (Opportunity)		อุปสรรค (Threats)	
O1	การสนับสนุนจาก UNESCO และเครือข่ายระหว่างประเทศ*	T1	ความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพและการสูญเสียคุณค่ามรดก***
		T2	การแข่งขันจากแหล่งมรดกโลกอื่นในประเทศและภูมิภาค***
O2	แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประสบการณ์เชิงลึกกำลังเติบโต***	T3	ภัยธรรมชาติและเหตุการณ์ไม่คาดคิด*
		T4	ความขัดแย้งด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินและเขตคุ้มครอง*
O3	กระแส Soft Power และความสนใจด้านมรดกวัฒนธรรมเพิ่มสูงขึ้น*	T5	ข้อจำกัดด้านกฎหมายและการบริหารจัดการล่าช้า***
		T6	การท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในบางช่วง*
O4	เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเพิ่มคุณค่าและการเข้าถึงข้อมูล***		
O5	การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อขยายตลาด**		

หมายเหตุ: * หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ
 ** หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ
 *** หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ

การวิเคราะห์ TOWS Matrix ของแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพทำให้เกิดกลยุทธ์ในการจัดการ 4 ประเภท ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO) 2) กลยุทธ์เชิงรับ (WT) 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) และ 4) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

ตาราง 24 กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก
ของศรีเทพ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ TOWS Matrix

SO	ST
SO1: ใช้ความงดงาม และคุณค่าของโบราณสถาน (S3***) ผสานแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกระแส Soft Power (O2***, O3*) เพื่อสร้างแคมเปญท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระดับนานาชาติ	ST1: ใช้กรอบกฎหมายและแผนแม่บท (S1*) ร่วมกับความร่วมมือหลายภาคส่วน (S2*) เพื่อลดความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพและการสูญเสียคุณค่ามรดก (T1***) และลดความขัดแย้งด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน (T4*)
SO2: ใช้แผนแม่บทและกรอบกฎหมายชัดเจน (S1*) และการมีส่วนร่วมภาคส่วนต่างๆ (S2*) ผสานการสนับสนุนจาก UNESCO (O1*) เพื่อพัฒนาศาสตร์นานาชาติ	ST2: ใช้ความงดงามและคุณค่าของแหล่งโบราณสถาน (S3***) และราคาค่าเข้าชมที่เหมาะสม (S4***) เพื่อสร้างแรงจูงใจแข่งขันกับแหล่งมรดกโลกอื่น (T2***)
SO3: ใช้ความงดงาม และคุณค่าของโบราณสถาน (S3***) และราคาค่าเข้าชมเหมาะสม (S4***) ร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัล (O4***) เพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลขยายการประชาสัมพันธ์	ST3: ใช้การมีส่วนร่วม (S2*) และความต้อนรับของชุมชน (S5*) เพื่อจัดระบบรับมือภัยธรรมชาติและเหตุการณ์ไม่คาดคิด (T3*) และการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในบางช่วง (T6*)
WO	WT
WO1: ใช้การสนับสนุนจาก UNESCO และเครือข่ายนานาชาติ (O1*) เพื่อพัฒนาโลกพหุภาคี (W1*) และเสริมโครงสร้างพื้นฐาน (W2***)	WT1: ขาดบุคลากร และกลไกบูรณาการแบบพหุภาคี (W1*) เพื่อลดความเสี่ยงจากการบังคับใช้กฎหมายที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ (W5***) และลดปัญหาการบังคับใช้กฎหมายและการบริหารจัดการล่าช้า (T5**)
WO2: ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (O4***) แก้อัปเดตด้าน การประชาสัมพันธ์ (W3***) และข้อมูล/ป้ายสื่อความหมายไม่ครบถ้วน (W7**) เพิ่มการสื่อสารเชิงรุก	WT2: แก้ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอ (W2***) และการเข้าถึงยาก (W6**) เพื่อลดความเสี่ยงจากการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในบางช่วง (T6**) และภัยธรรมชาติ เหตุการณ์ไม่คาดคิด (T3*)
WO3: จัดกิจกรรมเสริม (W8**) และพัฒนาข้อมูล/ป้ายสื่อความหมาย (W7**) โดยใช้การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับพื้นที่ใกล้เคียง (O5**)	WT3: สร้างค่านิยมร่วมความรู้สึกแท้จริงของความเป็นเจ้าของมรดก (W4*) เพื่อรับมือความขัดแย้งด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน (T4*)

จากตาราง 24 กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกศรีเทพ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategies) ใช้จุดแข็งของพื้นที่ควบคู่กับการใช้โอกาสจากปัจจัยภายนอก เพื่อสร้างการเติบโตและเพิ่มคุณค่า

1.1 สร้างแคมเปญท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระดับนานาชาติ โดยผสานใช้ความงดงามและคุณค่าของโบราณสถาน (S3^{***}) ผสมกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกระแส Soft Power (O2^{***}, O3^{*}) เพื่อยกระดับการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ศรีเทพในเวทีโลก

1.2 พัฒนายุทธศาสตร์นานาชาติภายใต้การสนับสนุน UNESCO ใช้แผนแม่บทและกรอบกฎหมายที่ชัดเจน (S1^{*}) และการมีส่วนร่วมหลายภาคส่วน (S2^{*}) เชื่อมโยงกับเครือข่ายนานาชาติ (O1^{*}) เพื่อเสริมความแข็งแกร่งด้านการบริหารจัดการ

1.3 พัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลใช้คุณค่าโบราณสถาน (S3^{***}) และราคาค่าเข้าชมที่เหมาะสม (S4^{***}) ผสานกับเทคโนโลยีดิจิทัล (O4^{***}) เพิ่มช่องทางการสื่อสาร การตลาด และเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว

2. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategies) ใช้จุดแข็งเพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันผลกระทบจากอุปสรรค

2.1 ใช้กรอบกฎหมายและแผนแม่บท (S1^{*}) ร่วมกับความร่วมมือหลายภาคส่วน (S2^{*}) เพื่อลดความเสี่ยงจากความเสื่อมสภาพและการสูญเสียคุณค่ามรดก (T1^{***}) และลดความขัดแย้งด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน (T4^{*})

2.2 ใช้ความงดงามของโบราณสถาน (S3^{***}) และราคาค่าเข้าชมที่เหมาะสม (S4^{***}) เพื่อสร้างแรงจูงใจแข่งขันกับแหล่งมรดกโลกอื่น (T2^{***})

2.3 ใช้การมีส่วนร่วม (S2^{*}) และความต้อนรับของชุมชน (S5^{*}) เพื่อจัดระบบรับมือภัยธรรมชาติและเหตุการณ์ไม่คาดคิด (T3^{*}) และการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในบางช่วง (T6^{*})

3. กลยุทธ์แก้ไขและพัฒนา (WO Strategies) ใช้โอกาสภายนอกเพื่อลดจุดอ่อนภายใน

3.1 พัฒนากลไกสหภาคี (W1^{*}) และเสริมโครงสร้างพื้นฐาน (W2^{***}) โดยใช้การสนับสนุนจาก UNESCO และเครือข่ายนานาชาติ (O1^{*})

3.2 เพิ่มการสื่อสารเชิงรุก ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (O4^{***}) แก้ข้อจำกัดด้านการประชาสัมพันธ์ (W3^{***}) และข้อมูลป้ายสื่อความหมายไม่ครบถ้วน (W7^{**})

3.3 จัดกิจกรรมเสริมกิจกรรมสร้างสรรค์ (W8^{**}) และพัฒนาข้อมูล/ป้ายสื่อความหมาย (W7^{**}) โดยการใช้การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับพื้นที่ใกล้เคียง (O5^{**})

4. กลยุทธ์เชิงรับและป้องกันความเสี่ยง (WT Strategies) ลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงผลกระทบจากอุปสรรค

4.1 แก้ไขข้อจำกัดบุคลากรและกลไกบูรณาการแบบพหุภาคี (W1*) เพื่อลดความเสี่ยงจากการบังคับใช้กฎหมายในพื้นที่ที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ (W5***) และลดปัญหาการบังคับใช้กฎหมายและการบริหารจัดการล่าช้า (T5**)

4.2 แก้ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอ (W2***) และการเข้าถึงยาก (W6**) เพื่อลดความเสี่ยงจากการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในบางช่วง (T6**)

4.3 สร้างค่านิยมร่วมความรู้สึกแท้จริงของความเป็นเจ้าของมรดก (W4*) เพื่อรับมือความขัดแย้งด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน (T4*)

ตาราง 25 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกตามกลยุทธ์เชิงรุก (SO: Strength + Opportunity)

แนวทางที่ 1		
การยกระดับคุณค่าและการสื่อสารภาพลักษณ์ศรีเทพสู่สากลด้วยพลังวัฒนธรรมและเทคโนโลยี		
กลยุทธ์	แนวทางการจัดการตามกลยุทธ์	โครงการ
1. สร้างแคมเปญท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระดับนานาชาติ	1. ผสานคุณค่า ความงาม และความหลากหลายของโบราณสถานกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมตามกระแส Soft เพื่อสร้างภาพลักษณ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก	1. โครงการการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีเทพสู่สากล
2. พัฒนาเครือข่ายเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงพื้นที่ใกล้เคียง	2. ใช้แผนแม่บทและกรอบกฎหมายชัดเจน ผสานการมีส่วนร่วมภาคส่วนต่าง ๆ ผสานการสนับสนุนจาก UNESCO	2. โครงการการพัฒนายุทธศาสตร์นานาชาติ และการจัดกิจกรรมโดยชุมชน
3. จัดทำระบบแพลตฟอร์มดิจิทัล Interactive	3. ใช้ความงาม และคุณค่าของโบราณสถานและราคาค่าเข้าชมเหมาะสม ร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขยายการประชาสัมพันธ์ เพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยว	3. โครงการการพัฒนาแพลตฟอร์ม AR/VR และฐานข้อมูลดิจิทัลศรีเทพ

จากตาราง 25 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก ตามกลยุทธ์เชิงรุก (SO: Strengths + Opportunity) พบว่า แนวทางที่ 1 ชื่อแนวทาง “การยกระดับคุณค่าและการสื่อสารภาพลักษณ์ศรีเทพสู่สากลด้วยพลังวัฒนธรรมและเทคโนโลยี” มีทั้งหมด 3 โครงการ ดังนี้

โครงการที่ 1: การสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีเทพสู่สากล

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ศรีเทพในฐานะแหล่งมรดกโลกแก่กลุ่มเป้าหมายระดับนานาชาติ

2. เพื่อกระตุ้นการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

กิจกรรมหลัก:

1. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์หลายภาษา (ไทย อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น ฯลฯ)
2. จัดแคมเปญสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อมวลชนระหว่างประเทศ
3. เข้าร่วมงานแสดงท่องเที่ยวและนิทรรศการวัฒนธรรมในต่างประเทศ
4. จัดกิจกรรมพิเศษในพื้นที่ เช่น เทศกาลศรีเทพย้อนยุค

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

1. ภาพลักษณ์ศรีเทพเป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศมากขึ้น
2. จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น
3. เกิดความภาคภูมิใจในคุณค่ามรดกของคนในท้องถิ่น

โครงการที่ 2: การพัฒนายุทธศาสตร์นานาชาติ และการจัดกิจกรรมโดยชุมชน

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีเทพให้อยู่ในระดับสากล และสอดคล้องกับแนวทางการจัดการมรดกโลกของ UNESCO

2. เพื่อเพิ่มมูลค่าและประสบการณ์การท่องเที่ยว ผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนและเครือข่ายนานาชาติ

กิจกรรมหลัก:

1. สำรวจและออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงศรีเทพกับแหล่งใกล้เคียง
2. พัฒนาสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกตลอดเส้นทาง
3. จัดอบรมผู้ประกอบการและชุมชนให้บริการเชิงวัฒนธรรมสอดคล้องกับแนวทางการจัดการมรดกโลกของ UNESCO

4. จัดกิจกรรมร่วม เช่น งานวัฒนธรรมพื้นบ้าน กิจกรรมสาธิตภูมิปัญญาท้องถิ่น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

1. เส้นทางท่องเที่ยวใหม่ที่มีความน่าสนใจและดึงดูดตลาดใหม่ ๆ
2. การมีส่วนร่วมของชุมชนเพิ่มขึ้น
3. รายได้จากการท่องเที่ยวกระจายสู่พื้นที่โดยรอบ

โครงการที่ 3: การพัฒนาแพลตฟอร์ม AR/VR และฐานข้อมูลดิจิทัลศรีเทพ
วัตถุประสงค์:

1. เพื่อเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้และการท่องเที่ยวเชิงปฏิสัมพันธ์
2. เพื่อจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูลแหล่งมรดกอย่างมีประสิทธิภาพ

กิจกรรมหลัก:

1. จัดทำภาพจำลองสามมิติ (3D) ของโบราณสถานและโบราณวัตถุ
2. พัฒนาแอปพลิเคชัน AR/VR สำหรับการเยี่ยมชมเสมือนจริง
3. สร้างฐานข้อมูลออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่ายทั้งนักท่องเที่ยวและนักวิจัย
4. จัดทำสื่อการเรียนรู้สำหรับเยาวชนและโรงเรียน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

1. นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การเรียนรู้เชิงลึกและน่าสนใจ
2. การเข้าถึงข้อมูลศรีเทพสะดวกและทันสมัย
3. การอนุรักษ์ข้อมูลทางวัฒนธรรมในรูปแบบดิจิทัลเพื่ออนุชนรุ่นหลัง



ตาราง 26 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก
ตามกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST: Strengths + Threats)

แนวทางที่ 2

การเสริมศักยภาพการบริหารจัดการพื้นที่และความปลอดภัยเพื่อปกป้องและรักษาคุณค่ามรดกโลก
ของศรีเทพ

กลยุทธ์	แนวทางการจัดการตามกลยุทธ์	โครงการ
ST1: ใช้กรอบกฎหมายและแผนแม่บทเพื่อลดความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพและการสูญเสียคุณค่ามรดก และลดความขัดแย้งด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน	1. จัดตั้ง “คณะกรรมการศรีเทพ” เพื่อวางระบบการจัดการเชิงบูรณาการตามแผนแม่บทและกฎหมายเพื่อกำกับ ดูแล และลดความขัดแย้งด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน รวมถึงความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพมรดก	1. โครงการเสริมสร้างระบบการจัดการพื้นที่มรดกโลกเชิงบูรณาการ
ST2: ใช้ความงามและราคา ค่าเข้าชมที่เหมาะสมเพื่อแข่งขัน	2. จัดกิจกรรมพิเศษและโปรโมชั่นเชิงสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และสร้างความแตกต่าง	2. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และการตลาดการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าศรีเทพ
ST3: ใช้การมีส่วนร่วม และการต้อนรับของชุมชนเพื่อป้องกันภัย	3. พัฒนาระบบเตือนภัยและแผนรับมือเหตุฉุกเฉิน ร่วมกับการฝึกซ้อมชุมชนและเจ้าหน้าที่	3. โครงการพัฒนาระบบความปลอดภัยและการจัดการความเสี่ยงการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากตาราง 26 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก ตามกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST: Strengths + Threats) พบว่า ชื่อแนวทาง “การเสริมศักยภาพการบริหารจัดการพื้นที่และความปลอดภัยเพื่อปกป้องและรักษาคุณค่ามรดกโลกของศรีเทพ” มีทั้งหมด 3 โครงการ ดังนี้

โครงการที่ 1: เสริมสร้างระบบการจัดการพื้นที่มรดกโลกเชิงบูรณาการ

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อจัดตั้งกลไกการจัดการแบบบูรณาการตามแผนแม่บทและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อลดความเสี่ยงการเสื่อมสภาพของมรดก และลดความขัดแย้งการใช้ประโยชน์ที่ดิน

กิจกรรมหลัก:

1. จัดตั้ง “คณะกรรมการศรีเทพ” ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและกำกับดูแลพื้นที่
2. ประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และชุมชน
3. จัดทำระบบติดตามและประเมินผลการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์พื้นที่

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

1. ลดปัญหาความขัดแย้งการใช้พื้นที่
2. ระบบการจัดการที่มีความโปร่งใสและประสิทธิภาพ
3. คุณค่าของมรดกได้รับการอนุรักษ์อย่างยั่งยืน

โครงการที่ 2: โครงการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของแหล่งมรดกโลกศรีเทพ

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างของศรีเทพเมื่อเทียบกับแหล่งมรดกโลกอื่น
2. เพื่อเพิ่มจำนวนผู้มาเยือนและสร้างการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมของศรีเทพ

กิจกรรมหลัก:

1. จัดทำกิจกรรมพิเศษตามฤดูกาล เช่น เทศกาลโบราณสถานยามค่ำคืน
2. พัฒนาโปรโมชันค่าเข้าชมที่เหมาะสมและเป็นธรรม
3. ทำแคมเปญประชาสัมพันธ์ในระดับประเทศและนานาชาติ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

1. ศรีเทพมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและโดดเด่นในตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรม
2. นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน

โครงการที่ 3: พัฒนาระบบความปลอดภัยและการจัดการความเสี่ยงการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อป้องกันและลดผลกระทบจากภัยพิบัติและเหตุการณ์ไม่คาดคิด
2. เพื่อเสริมสร้างความพร้อมของชุมชนและเจ้าหน้าที่ในการดูแลนักท่องเที่ยว

กิจกรรมหลัก:

1. ติดตั้งระบบเตือนภัย (เสียง, ไฟ, ข้อความแจ้งเตือนมือถือ)
2. จัดทำแผนรับมือภัยพิบัติและซ้อมแผนอพยพอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง ร่วมกับชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่น

3. ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่และชุมชนเกี่ยวกับการอพยพและการจัดการเหตุฉุกเฉิน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

1. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและชุมชนเพิ่มขึ้น
2. ชุมชนมีทักษะและศักยภาพในการจัดการเหตุฉุกเฉิน
3. ศรีเทพมีระบบป้องกันความเสี่ยงที่เข้มแข็งและได้มาตรฐาน

ตาราง 27 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกตามกลยุทธ์เชิงป้องกัน (WO : Weakness + Opportunity)

แนวทางที่ 3		
การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวศรีเทพ		
กลยุทธ์	แนวทางการจัดการตามกลยุทธ์	โครงการ
WO1: พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก	1. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พร้อมผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มคุณภาพบริการ	1. โครงการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว
WO2: เพิ่มการสื่อสารเชิงรุกในตลาดต่างประเทศ แก้อัปเดตด้านประชาสัมพันธ์ และป้ายสื่อความหมาย	2. พัฒนาระบบสื่อสารดิจิทัล เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และป้ายสื่อความหมายอัจฉริยะ เพื่อเพิ่มการประชาสัมพันธ์เชิงรุก	2. โครงการสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ศรีเทพสู่ตลาดต่างประเทศ
WO3: จัดกิจกรรมเสริมและพัฒนาป้ายสื่อความหมายโดยเชื่อมโยงเส้นทางกับพื้นที่ใกล้เคียง	3. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมสร้างเครือข่ายเส้นทางร่วมกับจังหวัดใกล้เคียง พร้อมพัฒนาป้ายและสื่อการเรียนรู้	3. โครงการบูรณาการเส้นทางท่องเที่ยวและสื่อความหมายวัฒนธรรม

จากตาราง 27 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก ตามกลยุทธ์เชิงป้องกัน (WO : Weakness + Opportunity) พบว่า ชื่อแนวทาง “การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวศรีเทพ” มีทั้งหมด 3 โครงการ ดังนี้

โครงการที่ 1: ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว
วัตถุประสงค์:

1. เพื่อเพิ่มความสะดวกและความปลอดภัยในการเดินทาง
2. เพื่อยกระดับมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

กิจกรรมหลัก:

1. ปรับปรุงถนน ทางเดิน และป้ายบอกทาง
2. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว พื้นที่พักผ่อน
3. ติดตั้งเทคโนโลยีช่วยเหลือ เช่น Wi-Fi ฟรี และระบบแผนที่ดิจิทัล
4. ปรับภูมิทัศน์ให้เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวและการถ่ายภาพ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

1. การเดินทางและการเยี่ยมชมสะดวกขึ้น
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
3. ศรีเทพมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรและทันสมัย

โครงการที่ 2: สื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ศรีเทพสู่ตลาดต่างประเทศ

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อขยายตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ศรีเทพให้โดดเด่นในระดับนานาชาติ

กิจกรรมหลัก:

1. สร้างเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ป้าย QR code และ AR Guide หลายภาษา
2. ทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มท่องเที่ยวระดับโลก
3. ร่วมมือกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวและสายการบิน
4. จัดกิจกรรม PR ในงานท่องเที่ยวต่างประเทศ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

1. ศรีเทพเป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศมากขึ้น
2. เพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ
3. เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อพื้นที่

โครงการที่ 3: บูรณาการเส้นทางท่องเที่ยวและสื่อความหมายวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์:

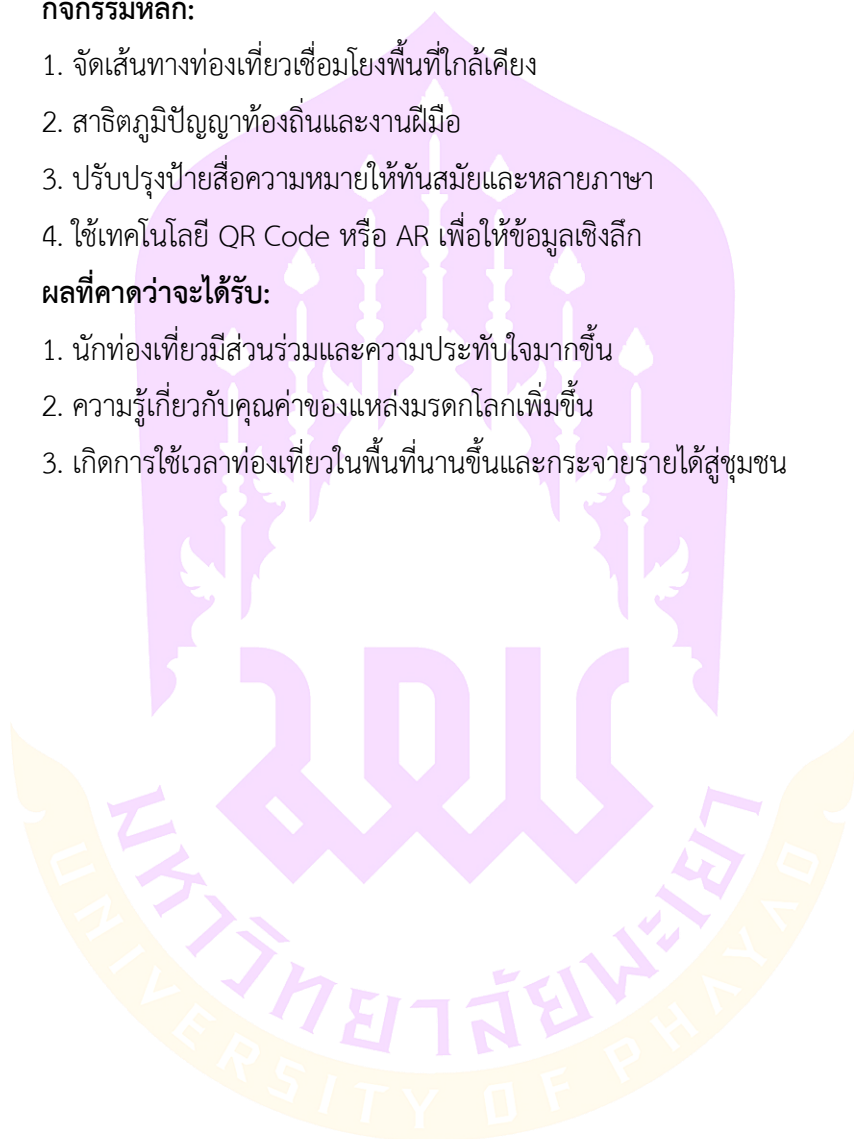
1. เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้นักท่องเที่ยว
2. เพื่อเพิ่มความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าของศรีเทพ

กิจกรรมหลัก:

1. จัดเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงพื้นที่ใกล้เคียง
2. สาธิตภูมิปัญญาท้องถิ่นและงานฝีมือ
3. ปรับปรุงป้ายสื่อความหมายให้ทันสมัยและหลายภาษา
4. ใช้เทคโนโลยี QR Code หรือ AR เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึก

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

1. นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมและความประทับใจมากขึ้น
2. ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าของแหล่งมรดกโลกเพิ่มขึ้น
3. เกิดการใช้เวลาท่องเที่ยวในพื้นที่นานขึ้นและกระจายรายได้สู่ชุมชน



ตาราง 28 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก
ตามกลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT : Weakness + Threats)

แนวทางที่ 4

การพัฒนาศักยภาพบุคลากร เสริมระบบความปลอดภัย และสร้างค่านิยมร่วมในการอนุรักษ์มรดกโลก
ของศรีเทพ

กลยุทธ์	แนวทางการจัดการตามกลยุทธ์	โครงการ
1. พัฒนาบุคลากรและกลไก พหุภาคีเพื่อลดปัญหาการ บังคับใช้กฎหมายล่าช้า	1. จัดตั้งคณะทำงานร่วมหลายภาค ส่วน และฝึกอบรมเจ้าหน้าที่เพื่อ เสริมทักษะด้านการบังคับใช้ กฎหมายและการจัดการพื้นที่	1. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากร และสร้างเครือข่ายการบริหารจัดการ แหล่งมรดก
2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการเข้าถึงเพื่อลดความ เสี่ยงจากการท่องเที่ยวเกินขีด ความสามารถและภัย ธรรมชาติ	2. ลงทุนปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เส้นทาง และระบบป้องกันความ เสี่ยง พร้อมวางแผนกระจายการ ท่องเที่ยวตามฤดูกาล	2. โครงการเสริมโครงสร้างพื้นฐานและ ระบบความปลอดภัย
3. ส่งเสริมค่านิยมร่วมและ ความเป็นเจ้าของมรดกเพื่อลด ความขัดแย้งด้านการใช้ที่ดิน	3. จัดกิจกรรมสร้างจิตสำนึก การ สื่อสารสาธารณะ และเวทีเสวนา เพื่อสร้างค่านิยมร่วมในการอนุรักษ์	3. โครงการสร้างค่านิยมร่วมและการมี ส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ศรีเทพ

จากตาราง 28 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก ตามกลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT : Weakness + Threats) พบว่า ชื่อแนวทาง “การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การเสริมประสิทธิภาพการเข้าถึง และสื่อประชาสัมพันธ์” มีทั้งหมด 3 โครงการ ดังนี้

โครงการที่ 1: พัฒนาศักยภาพบุคลากรและสร้างเครือข่ายการบริหารจัดการแหล่งมรดก

วัตถุประสงค์:

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายและลดความล่าช้าในการจัดการพื้นที่

กิจกรรมหลัก:

1. ฝึกอบรมบุคลากรด้านกฎหมายและการจัดการมรดกโลก
2. จัดตั้งคณะทำงานและศูนย์ประสานงานหลายภาคส่วน
3. สร้างระบบฐานข้อมูลและช่องทางสื่อสารภายใน
4. พัฒนาระบบติดตามและประเมินผลการบังคับใช้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

1. บุคลากรมีทักษะและความรู้เพิ่มขึ้น
2. กฎหมายบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การจัดการพื้นที่โปร่งใสมากขึ้น

โครงการที่ 2: เสริมโครงสร้างพื้นฐานและระบบความปลอดภัย**วัตถุประสงค์:**

เพื่อปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและเพิ่มความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

กิจกรรมหลัก:

1. ปรับปรุงเส้นทางและสิ่งอำนวยความสะดวก
2. วางระบบป้องกันภัยธรรมชาติและเหตุการณ์ฉุกเฉิน
3. ติดตั้งระบบป้ายบอกทางและข้อมูลการเดินทางหลายภาษา

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

นักท่องเที่ยวเข้าถึงพื้นที่ได้สะดวก ปลอดภัย ลดความเสี่ยงจากการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถและภัยธรรมชาติ

โครงการที่ 3: สร้างค่านิยมร่วมและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ศรีเทพ**วัตถุประสงค์:**

เพื่อเสริมสร้างความรู้สึกรักเป็นเจ้าของและลดความขัดแย้งด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน

กิจกรรมหลัก:

1. จัดกิจกรรมสื่อสารสาธารณะและเวทีเสวนา
2. จัดโครงการอนุรักษ์โดยชุมชน
3. สร้างสื่อการเรียนรู้เพื่อปลูกฝังค่านิยมร่วม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

ชุมชนตระหนักถึงคุณค่ามรดกโลก ลดความขัดแย้ง และเกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์

การพัฒนาแหล่งมรดกโลกศรีเทพมุ่งเน้น 4 แนวทางหลัก ได้แก่ 1) ยกระดับคุณค่าและสื่อสารภาพลักษณ์สู่สากลด้วยวัฒนธรรมและเทคโนโลยี 2) เสริมศักยภาพการบริหารจัดการและความปลอดภัยเพื่อปกป้องคุณค่ามรดก 3) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยว และ 4) พัฒนาศักยภาพบุคลากร เสริมระบบความปลอดภัย และสร้างค่านิยมร่วมในการอนุรักษ์

4 แนวทางและ 12 โครงการดังกล่าว ใช้จุดแข็งและโอกาสเพื่อลดจุดอ่อนและรับมืออุปสรรค กิจกรรมครอบคลุมการประชาสัมพันธ์ระดับนานาชาติ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาระบบเตือนภัย และการฝึกอบรมบุคลากร เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว รักษาคุณค่ามรดก และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน พร้อมเสริมภาพลักษณ์ศรีเทพในระดับสากล



บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ” มีวัตถุประสงค์หลัก 5 ประการ กล่าวคือ 1) เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านยุทธศาสตร์การตลาด 4C's ของแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ 2) เพื่อสำรวจประสิทธิภาพการจัดการตามหลัก 7S Model เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก 3) เพื่อประเมินประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของผู้มีส่วนได้เสีย และเพื่อสำรวจความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ 4) เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัฒนธรรมแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ และ 5) เพื่อเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อคงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ โดยเป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยในรูปแบบการสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

บทสรุปผลการวิจัย

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงความเป็นแหล่งมรดกโลก สามารถสรุปผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านยุทธศาสตร์การตลาด 4C's: Consumer Solution, Cost to Consumer, Convenience และ Communication ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมของแหล่งมรดกโลกศรีเทพภายใต้กรอบ 4C's มีจุดเด่นและข้อจำกัดในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

ความต้องการของลูกค้า (Consumer Solution)

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีโบราณสถานที่สวยงามโดดเด่น เช่น เขาค้างนอก ปรากฏศรีเทพ ปรากฏสองพี่น้อง และมีวัฒนธรรมที่หลากหลายสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวผู้ซึ่งให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้เรื่องราวของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพผ่านสื่อที่มีความถูกต้อง เข้าใจง่าย และน่าสนใจ โดยเฉพาะสื่อที่ใช้ภาพ เสียง และเทคโนโลยีเสมือนจริง (VR/AR) จึงต้องการให้มีศูนย์การเรียนรู้คล้ายพิพิธภัณฑ์ รวมถึงความต้องการให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์มีส่วนร่วม (Experiential Tourism) และมีความหลากหลายมากขึ้น

ต้นทุนต่อผู้บริโภค (Cost to Consumer)

ค่าใช้จ่ายโดยรวมในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับเหมาะสมเมื่อเทียบกับประสบการณ์และคุณค่า ที่ได้รับ โดยอัตราค่าธรรมเนียมเข้าชมโบราณสถานอยู่ที่ 20 บาทสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 100 บาทสำหรับชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นราคาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยอมรับได้ อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายด้านการเดินทางและที่พักในพื้นที่บางส่วนยังสูงเมื่อเทียบกับคุณภาพและศักยภาพบริการ นักท่องเที่ยวเสนอให้มีการจัด “แพ็คเกจท่องเที่ยวแบบบูรณาการ” ที่รวมค่าเข้าชมโบราณสถานหลัก ได้แก่ เมืองโบราณศรีเทพ เขาค้างนอก และเขามอรัตน์ รวมถึงกิจกรรมท้องถิ่น เพื่อเพิ่มความคุ้มค่าและกระตุ้นการใช้จ่ายภายในพื้นที่ และยังไม่เห็นควรให้มีการปรับขึ้นราคาค่าเข้าชมในอนาคต

สิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)

การเข้าถึงพื้นที่สะดวกสำหรับผู้ใช้รถยนต์ส่วนตัว แต่ระบบขนส่งสาธารณะจากจุดเชื่อมต่อสำคัญ เช่น สถานีรถไฟ หรือศูนย์กลางคมนาคมในจังหวัดใกล้เคียง ยังมีจำกัด สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ป้ายบอกทาง และจุดบริการข้อมูล แม้จะมีอยู่ในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกจุดสำคัญ เช่น ห้องน้ำที่เขาค้างนอกมีสภาพไม่สะอาด และเขามอรัตน์ไม่มีห้องน้ำให้บริการ นอกจากนี้ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์และพื้นที่โดยรอบยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกเสริม เช่น ที่นั่งพักผ่อน เติร์มความพร้อมมัคคุเทศก์ การบริการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ยุคทวารวดีเพื่อเสริมการศึกษาเชิงลึก

การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ (Communication)

การประชาสัมพันธ์เน้นผ่านสื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ทางการ เฟซบุ๊กเพจ และสื่อของหน่วยงานรัฐ ซึ่งมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ยังมีข้อจำกัดในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากเนื้อหาในภาษาต่างประเทศยังไม่ครอบคลุมทุกช่องทาง และขาดการใช้ยุทธศาสตร์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing) เพื่อสร้างภาพจำ (Brand Image) และเรื่องราว (Storytelling) ของ “ศรีเทพ” ในระดับสากล

สรุปผลการวิจัยได้ว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งมรดกโลกศรีเทพภายใต้ ยุทธศาสตร์ 4C's มีความแข็งแกร่งในด้านการตอบสนองต่อความต้องการเชิงคุณค่าทางวัฒนธรรม และการกำหนดอัตราค่าบริการที่เหมาะสม แต่ยังคงมีความท้าทายในด้านการกระจายความสะดวก ในการเข้าถึง และการสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุกในตลาดต่างประเทศ การพัฒนาที่เน้นการสร้าง ประสบการณ์หลากหลาย เพิ่มการเชื่อมโยงระบบคมนาคม และการสื่อสารหลายภาษาพร้อมเนื้อหา เชิงสร้างสรรค์ จะช่วยเสริมประสิทธิภาพของยุทธศาสตร์การตลาดและสนับสนุนการดำรงสถานะ แหล่งมรดกโลกอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสำรวจประสิทธิภาพการจัดการตามหลัก 7S Model เพื่อดำรง สถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก และการวิเคราะห์ข้อมูล เชิงเอกสาร สรุปสาระสำคัญ ดังนี้

การบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกศรีเทพภายใต้กรอบแนวคิด 7S Model (McKinsey) มีทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน กล่าวคือ

โครงสร้างองค์กร (S1-Structure)

การบริหารจัดการอยู่ภายใต้การกำกับของกรมศิลปากร ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว โครงสร้างการทำงานมีความชัดเจนในระดับนโยบาย แต่ในระดับ ปฏิบัติยังมีความซ้ำซ้อนของบทบาทหน้าที่ระหว่างหน่วยงาน และขาดศูนย์กลางการประสานงาน ที่มีอำนาจตัดสินใจรวดเร็ว

ยุทธศาสตร์ (S2-Strategy)

แผนแม่บท และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยววัฒนธรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มุ่งเน้นการอนุรักษ์และเผยแพร่คุณค่ามรดกโลกควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น มีการบูรณา การระหว่างหน่วยงานรัฐ ชุมชน และภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม การเผยแพร่ยุทธศาสตร์ไม่มี ประสิทธิภาพ และไม่มีการนำไปปฏิบัติอย่างเป็นเอกภาพ ด้านการตลาดระหว่างประเทศยังไม่เด่นชัด

ระบบงาน (S3-System)

ระบบการบริหารจัดการไม่มีประสิทธิภาพ ไม่มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยมาใช้ในการ ปฏิบัติงาน ไม่มีการจัดเก็บข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ข้อมูลนักท่องเที่ยวและฐานข้อมูล ดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

ทักษะ (S4-Skill)

เจ้าหน้าที่กรมศิลปากรมีทักษะด้านประวัติศาสตร์ การอนุรักษ์มรดกโลกและการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมอย่างเข้มแข็ง แต่ทักษะด้านการตลาดดิจิทัล การเล่าเรื่อง (Storytelling) และการออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยว (Experience Design) ยังต้องพัฒนา เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกยุคใหม่ ขณะที่ ชุมชนมีทักษะภูมิปัญญาชาวบ้าน แต่ความรู้ด้านอนุรักษ์และความรู้สถานที่ท่องเที่ยวยังควรได้รับการฝึกเพิ่มทักษะอย่างมาก

รูปแบบการบริหาร (S5-Style)

ความพยายามให้มีการบริหารการทำงานแบบมีส่วนร่วม (Participatory Management) และปฏิบัติตามข้อบังคับ UNESCO อย่างเคร่งครัด แต่มีข้อจำกัดของการบริหารงานของกรมศิลปากรที่ไม่เปิดโอกาสให้ชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมเสนอความคิดเห็น จะบริหารงานภายในกันเอง ทำให้ความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสียไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรและทำให้การตัดสินใจบางกรณีล่าช้า

บุคลากร (S6-Staff)

จำนวนบุคลากรที่ดูแลไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติหน้าที่ในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ทำให้การดูแลนักท่องเที่ยวไม่ทั่วถึง

ค่านิยมร่วม (S7-Shared Values)

ค่านิยมร่วมในความภาคภูมิใจของทุกภาคส่วนต่อการเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ ทำให้มีความรู้สึกร่วมของความเป็นเจ้าของมรดก และพร้อมจะอนุรักษ์ คุ่มครอง รักษาคุณค่ามรดกโลกเพื่อส่งต่อสู่คนรุ่นหลัง

ดังนั้น การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแหล่งมรดกโลกของศรีเทพภายใต้กรอบ 7S Model ไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีเพียงจุดแข็งด้านค่านิยมร่วม (Shared Values) ที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์มรดกเท่านั้น ขณะที่ ยุทธศาสตร์ (Strategy) โครงสร้าง (Structure) ระบบงาน (System) และรูปแบบการบริหาร (Style) ยังคงอยู่ภายใต้ระบบราชการของกรมศิลปากร ซึ่งมีขั้นตอนซับซ้อนและล่าช้า ส่งผลต่อการพัฒนาและการปรับปรุง อีกทั้งยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังพบว่า บุคลากร (Staff) มีจำนวนไม่เพียงพอต่อการดูแลพื้นที่ และทักษะ (Skill) ด้านการบริการ การสื่อสารภาษาต่างประเทศ และการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังมีข้อจำกัด โดยเฉพาะด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งระบบข้อมูลดิจิทัลและกลไกการประสานงานยังไม่สมบูรณ์ การเสริมสร้างจุดแข็งและการแก้ไขข้อจำกัดดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการธำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกและการสร้างความยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อประเมินประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของผู้มีส่วนได้เสีย และเพื่อสำรวจความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

3.1 ประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมาย

การบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกศรีเทพอยู่ภายใต้กรอบกฎหมายหลัก เช่น พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 (และแก้ไขเพิ่มเติม) รวมถึงข้อกำหนดขององค์การยูเนสโกว่าด้วยการคุ้มครองแหล่งมรดกโลก การบังคับใช้กฎหมายโดยกรมศิลปากรและหน่วยงานท้องถิ่นมีประสิทธิภาพในระดับหนึ่ง โดยสามารถควบคุมกิจกรรมที่กระทบต่อโบราณสถาน เช่น การก่อสร้างอาคารหรือการใช้พื้นที่ที่อาจทำลายคุณค่าความเป็นมรดกโลก อย่างไรก็ตาม พบข้อจำกัดในด้านการเฝ้าระวังและการตรวจ สอบเชิงป้องกัน เนื่องจากขาดบุคลากรและอุปกรณ์สนับสนุนเพียงพอ ทำให้การตรวจจับการกระทำผิด เช่น การนำสิ่งของออกจากพื้นที่ หรือการทำกิจกรรมที่ไม่เหมาะสม บางครั้งล่าช้า การประสานงานระหว่างหน่วยงานรัฐและชุมชนในกระบวนการบังคับใช้กฎหมายยังไม่เป็นระบบต่อเนื่อง ส่งผลให้การป้องกันเชิงรุกและการจัดการเหตุการณ์ฉุกเฉินยังมีข้อจำกัด

3.2 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders)

หน่วยงานรัฐมีบทบาทหลักด้านการกำหนดนโยบายและบังคับใช้กฎหมายชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทเป็นผู้เฝ้าระวังและร่วมเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ ภาคเอกชน เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีส่วนสนับสนุนการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่กระทบต่อคุณค่ามรดกโลก นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อกำหนดการปฏิบัติในพื้นที่มรดกโลก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการอนุรักษ์ เช่น ไม่ทำลายโบราณสถาน ไม่ทิ้งขยะ และปฏิบัติตามข้อกำหนดของเจ้าหน้าที่ อย่างไรก็ตาม ยังมีพฤติกรรมบางส่วนที่ไม่สอดคล้องกับหลักการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เช่น การปีนป่ายโบราณสถาน การจับหรือสัมผัสวัตถุโบราณ และการทิ้งขยะในบางพื้นที่ การขาดการให้ข้อมูลเชิงรุกเกี่ยวกับกฎหมายและข้อปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวตั้งแต่ก่อนเข้าพื้นที่เป็นหนึ่งในสาเหตุสำคัญ

ดังนั้น การบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของศรีเทพมีพื้นฐานที่มั่นคงจากกฎหมายทั้งในประเทศและข้อกำหนดระหว่างประเทศ ข้อบังคับตาม UNESCO แต่ในทางปฏิบัติยังพบข้อจำกัดด้านบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ อุปกรณ์ งบประมาณสนับสนุน ระบบประสานงาน และความทับซ้อนในอำนาจหน้าที่ของหน่วยงาน ส่งผลให้การคุ้มครองและการจัดการพื้นที่ไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ขณะที่ความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางบวก แต่ยังคงได้รับการเสริมสร้างความรู้และจิตสำนึกอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผ่าน

สื่อสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดการรักษาสถานะความเป็นมรดกโลกอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัฒนธรรมแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสัดส่วนมากกว่าเพศชายและกลุ่ม LGBTQ+ กลุ่มอายุ 35-50 ปี รองลงมาอายุไม่เกิน 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นสัดส่วนสูงสุด รองลงมาจะสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาจะทำธุรกิจส่วนตัว พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ และนิสิต/นักศึกษา ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวจะมีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท รองลงมาจะมีรายได้มากกว่า 40,000 บาท และรายได้มากกว่า 15,000 บาท สำหรับภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภาคกลาง รองลงมาคือกลุ่มจากภาคเหนือ

4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพด้วยวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อตามรอยกระแสแหล่งมรดกโลก ลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่เป็นการเดินทางกับครอบครัวหรือญาติมากกว่ากลุ่มเพื่อน โดยมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไม่เกิน 3 คน รองลงมา 4-6 คน จะนิยมท่องเที่ยวช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (วันเสาร์-อาทิตย์) มากกว่าช่วงเวลาอื่น ๆ และจะพักแรมค้างคืนมากกว่าการเดินทางไปเช้า-เย็นกลับทำให้นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง/รถตู้/รถจักรยานยนต์) ในการเดินทางมากที่สุด ทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนมากกว่า 2,500 บาท และช่องทางที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ผ่านสื่อดิจิทัล เช่น อินเทอร์เน็ต

4.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A

ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A วิเคราะห์ผลใช้สถิติพรรณนา แสดงผลมากถึงมากที่สุด-น้อยที่สุด ดังนี้

ตาราง 29 ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A

ความพึงพอใจตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A (มากถึงมากที่สุด-น้อยที่สุด)	$\bar{X}$
สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว (Attraction)	4.07
ความสวยงามของโบราณสถาน	4.45
ความน่าสนใจของโบราณสถาน	4.44
สินค้า OTOP	3.61
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	3.77
เส้นทางการคมนาคม	4.00
การขนส่งสาธารณะ เช่น มีรถโดยสารให้บริการ	3.47
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	3.55
การสื่อสาร/การโทรคมนาคม เช่น เครือข่าย AIS DTAC TRUE	3.86
มีจุดบริการให้เช่าชุดพื้นถิ่นเพียงพอ	3.30
ที่พัก (Accommodation)	3.69
ระยะทางจากที่พักถึงอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพไม่ เกิน 5-10 นาที	3.75
การให้บริการของสถานที่พัก เช่น WiFi สระว่ายน้ำ	3.53
กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity)	3.88
กิจกรรมพาชมเมืองโบราณศรีเทพ	4.13
มีกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ร้อยลูกปัด วาดภาพการ์ตูนคนแคว	3.53
การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)	3.99
มีสถานที่จอดรถสะดวก เหมาะสม ปลอดภัย	4.10
มีเครื่องดื่ม/ร้านจำหน่ายของที่ระลึกเพียงพอให้บริการ	3.87
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	3.81

จากตาราง 29 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างดี (ค่าเฉลี่ย = 3.81) โดย Attraction ได้คะแนนสูงสุดจากความสวยงามและความน่าสนใจของโบราณสถาน รองลงมาคือ Ancillary Services และ Activity ขณะที่ Accessibility และ Accommodation ยังมีข้อจำกัด เช่น ระบบขนส่งสาธารณะและคุณภาพที่พัก ส่วน Amenities ได้คะแนนต่ำที่สุด แสดงถึงความจำเป็นในการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ที่ยั่งยืน

4.4 ประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายในการคุ้มครองและอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกศรีเทพ

ภาพรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ วิเคราะห์ผลใช้สถิติพรรณนา แสดงผลมากที่สุด-น้อยที่สุด ดังนี้

ตาราง 30 ผลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

ความคิดเห็นต่อการดำรงสถานะความเป็นมรดกโลก (มากที่สุด-น้อยที่สุด)	$\bar{X}$
การอนุรักษ์/การคุ้มครองแหล่งมรดกโลก	
การให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก	4.29
ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกของนักท่องเที่ยว	3.70
การบังคับใช้กฎหมายของแหล่งมรดกโลก	
ภาครัฐควรเพิ่มบทบาทและหน้าที่ของนักท่องเที่ยวในการปกป้อง สงวน และทำนุบำรุงโบราณสถานและ/หรือโบราณวัตถุให้ชัดเจนเหมาะสม รวมถึงบทลงโทษนักท่องเที่ยวต่างชาติ หากพบการกระทำความผิดที่เกิดขึ้นต่อโบราณสถาน และ/หรือโบราณวัตถุ	4.24
ควรแจ้งบทลงโทษให้นักท่องเที่ยวทราบ เช่น ถ้าเจออื้อชู้ที่อยู่ในโครงสร้าง มีโทษปรับไม่เกิน 1,000,000 บาท จำคุกไม่เกิน 10 ปี	3.86

จากตาราง 30 นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกศรีเทพสูง โดยเฉพาะการให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) แสดงถึงความตระหนักรับบทบาทตนเอง ขณะที่เห็นว่าภาครัฐควรเพิ่มบทบาทและกำหนดบทลงโทษชัดเจน (4.24) แต่ความรู้ด้านกฎหมายยังอยู่ในระดับปานกลาง (3.70–3.86) สะท้อนความจำเป็นในการประชาสัมพันธ์ควบคู่กับการบังคับใช้กฎหมายเพื่อรักษาสถานะมรดกโลกอย่างยั่งยืน

**วัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อคงสถานะ
ความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้หลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis และสังเคราะห์ TOWS Matrix Analysis ผู้วิจัยได้แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จำนวน 4 แนวทางหลัก และ 12 โครงการ ดังนี้

**ตาราง 31 บทสรุปของแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็น
แหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ**

แนวทาง	กลยุทธ์	โครงการ	วัตถุประสงค์	กิจกรรมหลัก	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
แนวทางที่ 1: การยกระดับ คุณค่าและการ สื่อสาร ภาพลักษณ์ศรี เทพสู่สากลด้วย พลังวัฒนธรรม และเทคโนโลยี	SO1	การสื่อสารภาพ ลักษณ์การ ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมศรีเทพ สู่สากล	สร้างการรับรู้และ ภาพลักษณ์ในตลาด นานาชาติ กระตุ้น การท่องเที่ยวยั่งยืน	สื่อประชาสัมพันธ์หลาย ภาษา, แคมเปญสื่อ ดิจิทัล, ร่วมงาน ท่องเที่ยวต่างประเทศ หรือเทศกาลศรีเทพ ย้อนยุค	ศรีเทพเป็นที่รู้จักใน ระดับสากล จำนวน นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น, ความภูมิใจของชุมชน
		พัฒนายุทธศาสตร์ นานาชาติและการ จัดกิจกรรมโดย ชุมชน	ยกระดับมาตรฐาน การท่องเที่ยว เพิ่มประสบการณ์การ ท่องเที่ยว	สำรวจและออกแบบ เส้นทาง, พัฒนาสิ่ง อำนวยความสะดวก, จัดอบรมผู้ประกอบการ และชุมชน	เส้นทางใหม่, รายได้ กระจายสู่ชุมชน, การมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น
		พัฒนาแพลตฟอร์ม AR/VR และ ฐานข้อมูลดิจิทัล ศรีเทพ	เพิ่มประสบการณ์การ เรียนรู้เชิงปฏิสัมพันธ์	ภาพจำลอง 3D, แอป AR/VR, ฐานข้อมูล ออนไลน์, สื่อการเรียนรู้	ประสบการณ์ท่องเที่ยว ทันสมัย, เข้าถึงข้อมูล ง่าย, อนุรักษ์ข้อมูล ดิจิทัล

ตาราง 31 (ต่อ)

แนวทาง	กลยุทธ์	โครงการ	วัตถุประสงค์	กิจกรรมหลัก	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
แนวทางที่ 2: การเสริม ศักยภาพการ บริหารจัดการ พื้นที่และความ ปลอดภัยเพื่อ ปกป้องและ รักษาคุณค่า มรดกโลกศรีเทพ	ST1	เสริมสร้างระบบการ จัดการพื้นที่มรดก โลกเชิงบูรณาการ	จัดตั้งกลไกการจัด การบูรณาการตาม แผนแม่บท และลด ความเสี่ยงการเสื่อม ของมรดกและความ ขัดแย้งในประโยชน์ ที่ดิน	จัดตั้ง “คณะกรรมการ ศรีเทพ” ทำหน้าที่ กำกับดูแล และประชุม เชิงปฏิบัติกับทุกภาค ส่วน รวมถึงจัดทำระบบ ติดตามและประเมินผล การอนุรักษ์และใช้ ประโยชน์ที่ดิน	ลดความขัดแย้งการใช้ พื้นที่ ระบบการจัดการ โปร่งใสและ ประสิทธิภาพ คุณค่า ของมรดกได้รับการ อนุรักษ์อย่างยั่งยืน
	ST2	เสริมสร้างระบบการ จัดการพื้นที่มรดก โลกเชิงบูรณาการ	สร้างความโดดเด่น และแตกต่างเทียบ แหล่งมรดกโลกอื่น	จัดกิจกรรมพิเศษ พัฒนาโปรโมชันค่าเข้า ชมที่เหมาะสม ทำ แคมเปญประชาสัมพันธ์	ภาพลักษณ์โดดเด่น, นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น, รายได้เพิ่มขึ้น
	ST3	พัฒนาระบบความ ปลอดภัยและการ จัดการความเสี่ยง การท่องเที่ยวโดย ชุมชน	เพื่อป้องกันและลด ผลกระทบจากภัย พิบัติ และสร้างความ พร้อมของชุมชนและ เจ้าหน้าที่ในการดูแล นักท่องเที่ยว	ติดตั้งระบบเตือนภัย, แผนรับมือภัยพิบัติ, ฝึกอบรม, ซ้อมอพยพ	ความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยวและชุมชน เพิ่มขึ้น ทักษะและ ศักยภาพในการจัดการ เหตุฉุกเฉิน มีระบบ ป้องกันความเสี่ยงที่ได้ มาตรฐาน
แนวทางที่ 3: การพัฒนา โครงสร้าง พื้นฐานและ กิจกรรม สร้างสรรค์เพื่อ ยกระดับ ประสบการณ์ การท่องเที่ยว ศรีเทพ	WO1	พัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานและสิ่ง อำนวยความสะดวก	เพิ่มความสะดวกและ มาตรฐานบริการ	ปรับปรุงถนน, สิ่ง อำนวยความสะดวก, Wi-Fi ฟรี, ปรับภูมิทัศน์	เดินทางสะดวก, ความพึงพอใจเพิ่ม, ภาพลักษณ์ทันสมัย
	WO2	เพิ่มการสื่อสารเชิง รุกในตลาด ต่างประเทศ แก้ข้อจำกัดด้าน ประชาสัมพันธ์	ขยายตลาด นักท่องเที่ยว ต่างประเทศ และ สร้างภาพลักษณ์ให้ โดดเด่น	สร้างเว็บไซต์และ แอปพลิเคชันให้มีหลาย ภาษา การตลาดผ่านสื่อ ออนไลน์ จัดกิจกรรม PR งานท่องเที่ยว ต่างประเทศ	รู้จักมากขึ้น, สัดส่วน นักท่องเที่ยวต่างชาติ เพิ่ม, ภาพลักษณ์ดีขึ้น
	WO3	บูรณาการเส้นทาง ท่องเที่ยวและสื่อ ความหมาย วัฒนธรรม	สร้างประสบการณ์ที่ น่าประทับใจ และ เพิ่มความรู้คุณค่าของ ศรีเทพ	จัดเส้นทางท่องเที่ยว เชื่อมโยงพื้นที่ใกล้เคียง สาธิตภูมิปัญญาท้องถิ่น ใช้เทคโนโลยีให้ข้อมูล เชิงลึก	นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม เพิ่ม, เข้าใจคุณค่ามาก ขึ้น, ใช้เวลาท่องเที่ยวใน พื้นที่นานขึ้น

ตาราง 31 (ต่อ)

แนวทาง	กลยุทธ์	โครงการ	วัตถุประสงค์	กิจกรรมหลัก	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
แนวทางที่ 4: การพัฒนา ศักยภาพ บุคลากร เสริม ระบบความ ปลอดภัย และ สร้างค่านิยมร่วม ในการอนุรักษ์ มรดกโลกของ ศรีเทพ	WT1	พัฒนาศักยภาพ	เพิ่มประสิทธิภาพ	อบรมบุคลากร, ตั้ง	บุคลากรมีทักษะ,
		บุคลากรและสร้าง	การบังคับใช้	คณะทำงานหลายภาค	การบังคับใช้มี
		เครือข่ายการ	กฎหมายและลด	ส่วน, สร้างระบบ	ประสิทธิภาพ
		บริหารจัดการแหล่ง	ความล่าช้าในการ	ฐานข้อมูล, ระบบติดตาม	การจัดการพื้นที่โปร่งใส
		มรดก	จัดการพื้นที่	ประเมินการบังคับใช้	มากขึ้น
	WT2	เสริมโครงสร้าง	ปรับปรุงโครงสร้าง	ปรับปรุงเส้นทางและ	เข้าถึงพื้นที่ได้สะดวก
		พื้นฐานและระบบ	พื้นฐานและเพิ่ม	สิ่งอำนวยความสะดวก	ปลอดภัย ลดความเสี่ยง
		ความปลอดภัย	ความปลอดภัย	วางระบบป้องกันภัย	จากการท่องเที่ยวเกิน
				ธรรมชาติและเหตุฉุกเฉิน	ขีดความสามารถและ
					ภัยธรรมชาติ
	WT3	สร้างค่านิยมร่วม	เสริมสร้าง	จัดกิจกรรมสื่อสาร	ชุมชนตระหนักถึง
		และการมีส่วนร่วม	ความรู้สึกร่วม	สาธารณะและเวทีเสวนา	คุณค่ามรดกโลก ลด
		ของชุมชนในการ	เจ้าของร่วมและลด	จัดโครงการอนุรักษ์โดย	ความขัดแย้ง และความ
		อนุรักษ์ศรีเทพ	ความขัดแย้งด้าน	ชุมชน สร้างสื่อการเรียนรู้	ร่วมมือในการอนุรักษ์
			การใช้ประโยชน์	เพื่อปลูกฝังค่านิยมร่วม	
			ที่ดิน		

จากตาราง 31 บทสรุปของแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มีสาระสำคัญ ดังนี้

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ครอบคลุมทั้ง 4 แนวทางหลัก รวม 12 โครงการ ซึ่งตอบสนองทั้งมิติการอนุรักษ์ การพัฒนา และการเสริมศักยภาพการแข่งขัน แนวทางที่ 1 มุ่งยกระดับคุณค่าและภาพลักษณ์ศรีเทพสู่สากลด้วยพลังวัฒนธรรมและเทคโนโลยี เช่น การสร้างแพลตฟอร์ม AR/VR และการสื่อสารภาพลักษณ์หลายภาษา แนวทางที่ 2 เน้นเสริมศักยภาพการบริหารจัดการพื้นที่และความปลอดภัยเพื่อปกป้องและรักษาคุณค่ามรดกโลกของศรีเทพ แนวทางที่ 3 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวศรีเทพ และแนวทางที่ 4 การพัฒนาศักยภาพบุคลากร เสริมระบบความปลอดภัย และสร้างค่านิยมร่วมในการอนุรักษ์มรดกโลกของศรีเทพ

ดังนั้น ภาพรวมของการดำเนินงานทั้ง 4 แนวทางดังกล่าว ช่วยสร้างความสมดุลระหว่างการคุ้มครองคุณค่าของมรดกโลกกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม เสริมบทบาทของชุมชนท้องถิ่น และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันระดับสากล อันจะนำไปสู่การรักษาสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกอย่างมั่นคงในระยะยาว

การอภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านยุทธศาสตร์การตลาด 4C's ของแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีศักยภาพที่โดดเด่นในพหุวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง แต่ไม่มีประสิทธิภาพดีพอในการบริหารจัดการตามกลยุทธ์ 4C's เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว

ในมิติของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว (Consumer Solution) นั้นมีความพึงพอใจในความสวยงามของโบราณสถาน และวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทำให้นักท่องเที่ยวแสวงหาความคุ้มค่าจากประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพตอบสนองความต้องการนี้ได้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง เข้าใจง่าย และมีการนำเสนออย่างทันสมัย เช่น การใช้สื่อเทคโนโลยีเสมือนจริงและเทคโนโลยีเสริมจริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดที่มุ่งเน้นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อความเข้าใจเชิงลึกในความต้องการของลูกค้า (Kotler et al., 2017) รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Siriporn Pongrat (2020) ที่ระบุว่าการใช้สื่อดิจิทัลเชิงเล่าเรื่องสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมและความผูกพันเชิงอารมณ์ได้ อย่างไรก็ดี ผลการศึกษาข้างต้นชี้ให้เห็นข้อจำกัดด้านความหลากหลายของกิจกรรมเชิงมีส่วนร่วมที่สามารถสร้างประสบการณ์ได้ ซึ่ง Pine และ Gilmore (2019) ยืนยันว่าประสบการณ์เชิงลึกมีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาเยือนซ้ำ

ในมิติของราคาและต้นทุน (Cost to Consumer) ค่าธรรมเนียมเข้าชมที่กำหนด 20 บาทสำหรับคนไทย 100 บาทสำหรับชาวต่างชาติ แม้เมื่อ 28 พฤษภาคม 2568 มีการปรับราคาค่าเข้าชมเป็น 120 บาทสำหรับชาวต่างชาติ (อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ, 2568) ยังคงอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับได้สอดคล้องกับแนวคิดมูลค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ของ Zeithaml et al. (2020) แต่ในมุมมองของต้นทุนรวม เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก และค่าใช้จ่ายรอบพื้นที่ยังค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับคุณภาพบริการ ปัจจัยนี้อาจเป็นข้อจำกัดในการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม โดยเฉพาะผู้มีข้อจำกัดด้านงบประมาณ ทั้งนี้ หากอุทยานสามารถพัฒนาแพ็คเกจบูรณาการที่รวมบริการหลากหลาย เช่น การเข้าชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ และกิจกรรมเชิงประสบการณ์ จะช่วยเพิ่มคุณค่ารับรู้และกระตุ้นการใช้จ่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัชนิวรรณ จันทร์เจริญ (2562) และรายงานของ UNWTO (2021) ที่ย้ำว่าต้นทุนการเดินทางและค่าบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลก อย่างไรก็ตาม หากมีการปรับราคาค่าเข้าชมเพิ่มขึ้น ความเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักไม่เห็นด้วยเนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอและดีพอต่อการให้บริการ และประสิทธิภาพในการบริหาร

จัดการไม่อาจนำแนวคิดคุณค่าทางวัฒนธรรมมาสร้าง “ความรู้ ความซาบซึ้ง และความประทับใจ” ให้กับนักท่องเที่ยวกลับมาเยือนและสืบสานคุณค่าของแหล่งมรดกโลกในระยะยาว

ในด้านความสะดวก (Convenience) แม้การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวจะได้สะดวก แต่ระบบขนส่งสาธารณะยังไม่ครอบคลุม ส่งผลให้ผู้ที่ไม่มีความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ อีกทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่เพียงพอ ทั้งห้องน้ำ ศูนย์ข้อมูล ป้ายสื่อความหมาย และระบบความปลอดภัย โดยเฉพาะบริเวณเขาค้างคานอกและเขาคมอรัตน์ ปัญหาเหล่านี้สะท้อนถึงข้อจำกัดเชิงโครงสร้างที่ยังไม่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของ WTO (2018) ที่เน้นความสำคัญของโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Ahas et al. (2016) ที่ยืนยันว่าความสะดวกในการเข้าถึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง การพัฒนาในอนาคตจึงควรดำเนินทั้งด้านกายภาพและดิจิทัล เช่น จัดระบบขนส่งภายในพื้นที่ ปรับปรุงป้ายบอกทาง และพัฒนาระบบข้อมูลและการจองออนไลน์ ตลอดจนการเชื่อมโยงเส้นทางกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดและภูมิภาค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการแบบเครือข่ายที่ Richards (2018) เสนอว่าสามารถสร้างคุณค่าเพิ่มทั้งด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

สำหรับด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ (Communication) ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารในตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยมีประสิทธิภาพในระดับหนึ่ง แต่ยังมีข้อจำกัดในตลาดต่างประเทศ ทั้งการใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ที่ตอบสนองความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย ขาดการเล่าเรื่องที่มีพลังและการใช้สื่อหลายภาษา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการรับรู้และการจดจำในระดับสากล (Mossberg, 2017; Gretzel et al., 2020) แนวทางการพัฒนาควรมุ่งเน้นการออกแบบเนื้อหาเชิงเล่าเรื่อง การผลิตสื่อหลายภาษา และการขยายการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ระดับโลก เช่น TripAdvisor และ Google Travel รวมถึงการใช้เทคโนโลยี VR/AR เพื่อสร้างการรับรู้เชิงประสบการณ์ที่แตกต่าง สอดคล้องกับแนวคิดของ Munar และ Jacobsen (2014) ที่ชี้ว่าการตลาดดิจิทัลสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมและความผูกพันเชิงอารมณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น และเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาการตลาด รวมถึงราคาค่าเข้าชมที่เหมาะสม คำนึงถึงการเยือน แต่ยังมีช่องว่างในการตีความและการออกแบบประสบการณ์สำหรับตลาดย่อย การจัดทำแพ็คเกจการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และการยกระดับการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ตลาดสากล พัฒนาการสื่อสารประชาสัมพันธ์ใน Facebook ทันสมัย ต่อเนื่อง ไม่ใช่ 2-3 ครั้งต่อเดือน จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรเร่งดำเนินการ ทั้งนี้ การบูรณาการความร่วมมือของภาครัฐ ชุมชน และภาคเอกชนภายใต้กรอบการสร้างคุณค่าร่วมทางสังคมและวัฒนธรรมจะช่วยยกระดับศักยภาพของศรีเทพในฐานะมรดกโลกอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิด “บวร” และข้อเสนอของพระครูสุตวรธรรมกิจ (2563), พระมหาประกาศิต สิริเมโธ (2562) เสรี วงษ์มณฑา และชวลีย์

ณ กลาง (2562) ที่กล่าวว่า การพัฒนาแหล่งมรดกโลกควรอาศัยความร่วมมือแบบองค์รวมและการสื่อสารที่เข้าถึงได้ทั้งระดับท้องถิ่นและนานาชาติ

วัตถุประสงค์ 2 เพื่อสำรวจประสิทธิภาพการจัดการตามหลัก 7S Model เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก

การสำรวจประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพภายใต้กรอบ 7S Model ของ McKinsey แสดงให้เห็นถึงทั้งจุดแข็งและข้อจำกัดซึ่งสะท้อนถึงความสอดคล้องและความแตกต่างจากทฤษฎีและงานวิจัยที่ผ่านมา โดยในด้านโครงสร้างองค์กร (Structure) พบว่า การกำกับหลักอยู่ในความรับผิดชอบของกรมศิลปากรร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานท่องเที่ยว แม้ในระดับนโยบายมีความชัดเจนในสายการบังคับบัญชา แต่ในทางปฏิบัติกลับปรากฏความซ้ำซ้อนและขาดศูนย์กลางการประสานงาน ส่งผลให้การดำเนินงานหลายด้านขาดความต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Waterman et al. (2014) ที่ระบุว่าความซับซ้อนเชิงโครงสร้างมักเป็นอุปสรรคต่อการจัดการมรดกโลกเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ภัยธรรมชาติหรือการเสื่อมสภาพของโบราณสถาน ขณะเดียวกันกรณีของหน่วยงาน APSARA ในกัมพูชาที่บริหารจัดการนครวัด (UNESCO, 2021) ได้แสดงให้เห็นว่าการมีองค์กรกลางที่บูรณาการทั้งการอนุรักษ์ การท่องเที่ยว และการพัฒนาชุมชนสามารถเพิ่มความคล่องตัวและลดความซ้ำซ้อนได้ ซึ่งเป็นแนวทางที่ศรีเทพควรศึกษาและประยุกต์ใช้

ในด้านยุทธศาสตร์ (Strategy) อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีความโดดเด่นในการบูรณาการการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิด Balanced Scorecard ของ Kaplan&Norton (2004) ที่เน้นการบูรณาการเป้าหมายทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดระหว่างประเทศยังขาดความชัดเจนและไม่กำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณ ซึ่งต่างจากข้อเสนอของ Richards (2018) ที่เน้นการสร้างแบรนด์วัฒนธรรมในระดับโลกเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน การเปรียบเทียบกับเมืองหลวงพระบางที่สร้าง “experience-based branding” อย่างมีประสิทธิภาพ (UNESCO, 2020) กล่าวว่า อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพควรพัฒนาตราสินค้าวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์และเรื่องเล่าหลักเพื่อเจาะตลาดสากล

ระบบงาน (System) ของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีจุดแข็งด้านการอนุรักษ์โบราณสถานอย่างต่อเนื่อง แต่ยังขาดการบูรณาการข้อมูลดิจิทัลและระบบจองออนไลน์ที่ทันสมัย ข้อจำกัดนี้ไม่สอดคล้องกับแนวทางที่ Poria et al. (2013) และ Mariani et al. (2018) เสนอว่าการมีระบบฐานข้อมูลแบบเรียลไทม์และแพลตฟอร์มการจองที่เชื่อมโยงกับเครือข่ายท่องเที่ยวระดับโลกจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและรายได้ การพัฒนาสู่ Integrated Digital Management Platform และ Smart Tourism System จึงเป็นทิศทางสำคัญของศรีเทพในอนาคต

ทักษะของบุคลากร (Skill) แม้มีความเชี่ยวชาญด้านการอนุรักษ์และการจัดกิจกรรม วัฒนธรรม แต่ยังมีข้อจำกัดในการเล่าเรื่องและการออกแบบประสบการณ์โดยเฉพาะสำหรับ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ข้อจำกัดนี้สอดคล้องกับงานของ Pine & Gilmore (1999) และการต่อยอดของ Neuhofer et al. (2021) ที่เน้นความสำคัญของประสบการณ์เชิงลึกและการใช้เทคโนโลยี VR/AR เพื่อสร้างการตีความเชิงโต้ตอบ (Tussyadiah et al., 2018) การพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารหลาย ภาษา การตลาดดิจิทัล และการออกแบบประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์จึงเป็นสิ่งจำเป็น

รูปแบบการบริหาร (Style) มีจุดเด่นด้านการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมซึ่งสอดคล้องกับ ข้อเสนอของ Timothy และ Boyd (2015) แต่ยังมีช่องว่างด้านการสื่อสารระหว่างฝ่ายนโยบายและ ปฏิบัติที่ทำให้การตัดสินใจบางกรณีล่าช้า (Zhang et al., 2019) การปรับรูปแบบการบริหารแบบ บูรณาการ (Su et al., 2020) โดยจัดตั้งคณะทำงานกลางและใช้เครื่องมือดิจิทัลด้านการสื่อสาร จะช่วยเพิ่มความคล่องตัวและความโปร่งใส

บุคลากร (Staff) ของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีความชำนาญด้านโบราณคดีและการ อนุรักษ์ แต่ยังขาดกำลังคนเพียงพอและมีช่องว่างในด้านการตลาดดิจิทัลและการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ Chhabra et al. (2020) และ Martínez-Sala et al. (2020) ที่เน้นว่าบุคลากรควรมี ความสามารถผสมผสานทักษะทางการตลาด การสร้างแบรนด์ และการใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อยกระดับ ชีตความสามารถในการแข่งขัน

ค่านิยมร่วม (Shared Values) ของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีรากฐานจากความมุ่งมั่น ในการรักษามรดกสู่คนรุ่นหลัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ UNESCO (2015) แต่ยังคงขาดกิจกรรมที่ ดึงดูดเยาวชนอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับกรณีศึกษาโตเกียวที่สร้างการมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Yamanashi, 2017) การขยายค่านิยมร่วมผ่านการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่โดยใช้กิจกรรมแบบ co-creation และเทคโนโลยีดิจิทัล จึงเป็นแนวทางที่จะทำให้ค่านิยมร่วมฝังลึกในทุกเจนเนอเรชัน (Richards, 2020)

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การจัดการตามกรอบ 7S Model ของศรีเทพมีจุดแข็งที่ชัดเจนในด้าน ค่านิยมร่วมและยุทธศาสตร์การอนุรักษ์ แต่ยังมีข้อจำกัดสำคัญในโครงสร้าง ระบบงาน และทักษะ บุคลากร การพัฒนาสู่โครงสร้างแบบเครือข่าย การปรับใช้ระบบดิจิทัลครบวงจร และการยกระดับ ทักษะด้านการตลาดและเทคโนโลยี จะเป็นกุญแจสำคัญในการรักษาสถานะมรดกโลกและเสริมความ ยั่งยืนของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในระยะยาว

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อประเมินประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลกของผู้มีส่วนได้เสีย และเพื่อสำรวจความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

กฎหมายที่ใช้คุ้มครองพื้นที่ เช่น พระราชบัญญัติโบราณสถานฯ พ.ศ. 2504 และข้อกำหนดจากอนุสัญญามรดกโลก พ.ศ. 1972 (UNESCO, 2015) มีความชัดเจนและครอบคลุมต่อหลักการอนุรักษ์คุณค่าโดดเด่นสากล (Outstanding Universal Value: OUV) อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้ยังมีข้อจำกัด โดยเฉพาะการควบคุมพื้นที่กันชนรอบโบราณสถานที่มีลักษณะปัญหาการบุกรุก การใช้ประโยชน์ที่ไม่เหมาะสม และการก่อสร้างที่ไม่สอดคล้องกับภูมิทัศน์ สอดคล้องกับ Bandarin & Van Oers (2012) ที่ยืนยันว่าปัญหาสำคัญในการจัดการแหล่งมรดกโลกคือข้อจำกัดด้านบุคลากรและทรัพยากร ทำให้การเฝ้าระวังเชิงรุกไม่ทั่วถึง นอกจากนี้อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพควรพัฒนากลไกเชิงกฎหมายแบบป้องกัน (Preventive Law) โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเสริมการบังคับใช้ เช่น การติดตั้งกล้อง AI ที่สามารถตรวจจับพฤติกรรมไม่เหมาะสม การใช้ระบบกล้องวงจรปิดแบบไฮลาร์เซลล์+4G และการพัฒนาเครื่องมือสื่อสารสาธารณะในรูปแบบสื่อ DO & DON'T แบบ interactive หลายภาษา เพื่อสร้างความเข้าใจและจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นทางก่อนเข้าสู่แหล่งโบราณสถาน ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวทางที่งานวิจัยของ Ham (2013) ที่ระบุว่า การตีความและการสื่อสารเชิงรุกเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

ในด้านผู้มีส่วนได้เสียนั้น การบริหารจัดการยังขาดกลไกกลางที่มีอำนาจและความคล่องตัวในการประสานงาน แม้จะมีความร่วมมือระหว่างกรมศิลปากร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน แต่ยังไม่เป็นระบบแบบบูรณาการ ต่างจากกรณีศึกษาของเมืองหลวงพระบางที่ Somphong (2015) ระบุว่า การมี “คณะกรรมการมรดกโลก” ช่วยลดความขัดแย้งและเสริมประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น แนวทางหนึ่งที่ศรีเทพสามารถดำเนินการคือการสร้างระบบเฝ้าระวังโดยชุมชน (Community-based Monitoring) ซึ่งไม่เพียงช่วยลดภาระของรัฐ แต่ยังเพิ่มความรู้สึกเป็นเจ้าของและความผูกพันของชุมชนท้องถิ่นต่อการคุ้มครองมรดกโลก

ในส่วน of นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกและปฏิบัติตามกฎระเบียบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Responsible Tourism ของ Goodwin (2011) ที่เน้นความรับผิดชอบต่อร่วมกันของนักท่องเที่ยวในการลดผลกระทบเชิงลบ อย่างไรก็ตาม ยังมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น การปีนป่ายโบราณสถานหรือการสัมผัสโบราณวัตถุโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับ Mason (2005) กล่าวว่า การขาดความเข้าใจต่อคุณค่ามรดกสามารถสร้างความเสียหายทางกายภาพและลดคุณค่าด้านการตีความได้อย่างมีนัยสำคัญ ขณะเดียวกัน การวิจัยยังยืนยันว่าการให้ข้อมูลไม่เพียงพอหรือการสื่อสารไม่ชัดเจนเป็นสาเหตุสำคัญของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และสอดคล้องกับข้อค้นพบของงานในฟิสิกส์วิจัยพุทธวิธีสร้างพลังบวรสันติ และบทบาทชุมชนต่อการอนุรักษ์มรดก ที่ระบุว่า การเสริมสร้างจิตสำนึก

และค่านิยมร่วมของสังคมผ่านการมีส่วนร่วมและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นหัวใจสำคัญในการดูแลมรดกโลก

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การบังคับใช้กฎหมายเพื่อการคุ้มครองแหล่งมรดกโลกศรีเทพจะต้องอาศัยการดำเนินงานแบบบูรณาการทั้งสามมิติ คือ (1) การปรับปรุงเครื่องมือกฎหมายและเพิ่มกลไกเชิงป้องกันที่ใช้เทคโนโลยีเสริม (2) การสร้างกลไกความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะการเพิ่มบทบาทของชุมชนในการเฝ้าระวังและดูแลพื้นที่ และ (3) การสร้างความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวผ่านการสื่อสารเชิงรุก การตีความ และกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อปลูกฝังค่านิยมรับผิดชอบต่อมรดกร่วมแนวทางเหล่านี้จะช่วยให้การบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพมากขึ้น และส่งเสริมความยั่งยืนของสถานะมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในระยะยาว

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัฒนธรรมแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-50 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงาน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานตามบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท และมีภูมิลำเนาจากภาคกลาง

4.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

เพศหญิงมีแนวโน้มเดินทางเพื่อพักผ่อนและตามรอยกระแสแหล่งมรดกโลก มากกว่าเพศชาย โดยเดินทางพร้อมกับครอบครัว/ญาติ ในกลุ่มขนาดกลาง สอดคล้องกับแนวคิด Consumer Behavior Theory (Schiffman & Wisenblit, 2019) และผลการศึกษาของ Sirakaya และ McLellan (1997) ที่ระบุว่าเพศหญิงให้ความสำคัญกับบรรยากาศ ความปลอดภัย และการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มากกว่าเพศชาย ขณะที่เพศชายและกลุ่ม LGBTQ+ มักเลือกกิจกรรมเชิงเฉพาะด้าน เช่น ฟิสิกส์หรือการเรียนรู้เชิงวิชาการ

ด้านอายุ-กลุ่มวัยทำงานอายุ 36-50 ปีเป็นสัดส่วนหลักและนิยมเดินทางในวันหยุดสุดสัปดาห์ สะท้อนข้อจำกัดด้านเวลาทำงาน และสอดคล้องกับ Family Life Cycle Theory (Wells & Gubar, 1966) ซึ่งระบุว่ากลุ่มวัยทำงานที่มีครอบครัวขนาดเล็กมักใช้เวลาว่างกับกิจกรรมที่สร้างคุณค่าร่วมกัน ขณะที่กลุ่มสูงอายุและวัยหนุ่มสาวมีความยืดหยุ่นในการเลือกวันเดินทางและวิธีการเดินทางที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาเป็นอีกปัจจัยสำคัญ โดยกลุ่มปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีมีความสนใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงลึกมากกว่า เช่น การพักค้างคืนและการแวะท่องเที่ยวหลายจุด ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Silberberg (1995) และทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ที่ระบุว่าผู้มีการศึกษาสูงมักมองหาประสบการณ์ที่ตอบสนองความต้องการด้านการเรียนรู้และคุณค่าทางวัฒนธรรม

อาชีพ ส่วนใหญ่พนักงานบริษัทเอกชนเดินทางท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ขณะที่ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจมักจำกัดการเดินทางในช่วงเทศกาล และนิยมใช้รถตู้เช่าเหมามากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับ Market Segmentation Theory (Kotler & Keller, 2016) ที่ระบุว่า ลักษณะงานและข้อจำกัดเวลามีผลต่อการกำหนดรูปแบบท่องเที่ยว

รายได้ต่อเดือนมาก จะใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับ Consumer Behavior Theory ของ Engel, Blackwell และ Miniard (1995) โดยผู้มีรายได้สูงมักพกค้ำคั้น เลือกพาหนะเช่าเหมาหรือบริการพิเศษ ใช้จ่ายต่อหัวสูง และเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ขณะที่กลุ่มรายได้ต่ำมีแนวโน้มจำกัดระยะเวลาและค่าใช้จ่าย ใช้พาหนะส่วนตัวขนาดเล็ก และพึ่งพาข้อมูลจากเครือข่ายใกล้ชิด ซึ่งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kozak (2002)

ทุกภูมิภาคนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมยังต้องปรับปรุงอีกมาก ไม่มีรถสาธารณะบริการ ซึ่งสะท้อนข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานการเดินทาง

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การออกแบบยุทธศาสตร์การตลาดและการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ ควรคำนึงถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และเศรษฐกิจ-สังคมของนักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาแพ็คเกจท่องเที่ยว กิจกรรม การสื่อสาร และโครงสร้างพื้นฐานให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท ซึ่งจะช่วยให้ระยะเวลาพำนัก รายได้ต่อหัว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (UNWTO, 2018)

4.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัฒนธรรมแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

ภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ซึ่งได้รับความพึงพอใจสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ UNESCO (2021) ที่เน้นย้ำว่าคุณค่าโดดเด่นสากล (Outstanding Universal Value: OUV) เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างแรงดึงดูดและคุณค่าความน่าสนใจของแหล่งมรดกโลก อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Richards (2018) ที่ระบุว่า มรดกทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์และศิลปกรรมสามารถสร้างความประทับใจและกระตุ้นให้เกิดการเดินทางซ้ำอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจในองค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) และการเข้าถึง (Accessibility) แม้ได้รับการประเมินในระดับมาก แต่ยังสะท้อนข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและการจัดการ เช่น ความไม่เพียงพอของที่พักคุณภาพสูง ระบบขนส่งสาธารณะที่ไม่สะดวก และบริการที่ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้สูงอายุและผู้พิการ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานของ Zeithaml et al. (2020) ที่ระบุว่าความสะอาดสบายและคุณภาพบริการเป็นปัจจัยสำคัญต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือน นอกจากนี้ Loi et al. (2017) และ Ram et al. (2016) ยังระบุว่าการเข้าถึงแหล่ง

ท่องเที่ยวอย่างสะดวกและปลอดภัยเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวระดับสากล

ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพประสบการณ์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอายุต่ำกว่า 35 ปีให้ความสำคัญกับความทันสมัย ความสะดวก และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ในขณะที่กลุ่มสูงอายุให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและบริการครบวงจร (Choe & Kim, 2018 และ Schiffman และ Wisenblit, 2019)

เมื่อพิจารณาผ่านกรอบแนวคิด 6A's of Tourism ของ Buhalis (2000) และการขยายเป็น 10A's of Tourism โดย Hassan (2015) และ UNWTO (2017) อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมิได้มีเพียงศักยภาพด้านสิ่งดึงดูด แต่ยังรวมถึงมิติการสร้างภาพลักษณ์ (Awareness, Appeal) ความพร้อมของทรัพยากร (Availability) และความรับผิดชอบต่อการจัดการ (Accountability) ซึ่งงานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพมีคุณค่าทางมรดก (Heritage Value) ที่โดดเด่น แต่ยังคงพัฒนาในเชิงโครงสร้างพื้นฐาน การสื่อสาร และนวัตกรรม เช่น การใช้เทคโนโลยี AR/VR ในการตีความ การจัดทำกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม (Experiential Tourism) เพื่อเสริมสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่นตามแนวคิด Smart Tourism (Gretzel et al., 2020)

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกศรีเทพควรพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ที่ผสมผสานการอนุรักษ์คุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมเข้ากับการสร้างสรรค์ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยยึดแนวทางการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Tourism) และการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design) เพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และบริการที่รองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม (UNWTO, 2018; Grossman, 2018) อีกทั้งควรมีการบูรณาการเชิงนโยบายระหว่างหน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว ในด้านการตลาดการท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพควรพัฒนายุทธศาสตร์การจัดการและการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ผ่านการออกแบบแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน เช่น การจัด workshop ทัศนศึกษา การแต่งกายย้อนยุคทวารวดี และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้มีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริง อีกทั้งควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการภายใต้แนวคิด Accessibility for All และเสริมการตีความมรดกเชิงลึกผ่านการใช้เทคโนโลยี เช่น มัคคุเทศก์ดิจิทัล แอปพลิเคชันหลายภาษา และป้าย QR Code สิ่งเหล่านี้จะช่วยยกระดับคุณค่าการเรียนรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพให้ทันสมัยและตอบโจทย์ตลาดการท่องเที่ยวในอนาคตได้ดียิ่งขึ้น

4.3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการอนุรักษ์และคุ้มครองมรดก และการบังคับใช้กฎหมายในแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นเชิงบวกและตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์และการคงไว้ซึ่งสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพในระดับสูง ผู้มาเยี่ยมชมไม่เพียงแต่มองพื้นที่ในมิติของสถานที่ท่องเที่ยว แต่ยังตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมและความรับผิดชอบร่วมกันต่อการดำรงอยู่ของมรดกทางประวัติศาสตร์ของชาติ ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการของ UNESCO (2021) และกรมศิลปากร (2565) ที่เน้นว่าการสร้างจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวถือเป็นรากฐานสำคัญในการรักษามรดกในระยะยาว

ในมิติของการอนุรักษ์และการคุ้มครอง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักรู้ผ่านการสื่อสารเชิงรุกและหลากหลายวิธีการ เช่น การใช้ป้ายสื่อความหมาย การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี QR Code ตลอดจนการให้ข้อมูลโดยตรงจากเจ้าหน้าที่และมัคคุเทศก์เพื่อเพิ่มความเข้าใจต่อคุณค่าของแหล่งมรดกโลก แนวทางนี้สอดคล้องกับแนวคิด Participatory Heritage Management ของ Timothy and Boyd (2003) ที่เสนอว่าการมีส่วนร่วมของผู้เยี่ยมชมในกระบวนการเรียนรู้และการตีความสามารถเสริมสร้างความยั่งยืนในการจัดการแหล่งมรดกได้อย่างมีนัยสำคัญ

ในด้านการบังคับใช้กฎหมาย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบทบาทของภาครัฐ โดยคาดหวังถึงมาตรการและบทลงโทษที่ชัดเจน ครอบคลุมทั้งผู้กระทำผิดและเจ้าหน้าที่ที่ละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ ความคาดหวังดังกล่าวสอดคล้องกับข้อเสนอของ ICCROM (2020) ที่ระบุว่า การคุ้มครองแหล่งมรดกโลกจำเป็นต้องมีกฎหมายที่มีประสิทธิภาพควบคู่กับจริยธรรมในการปฏิบัติ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความเท่าเทียมในกระบวนการจัดการ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกศรีเทพจำเป็นต้องดำเนินการในลักษณะบูรณาการ โดยมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ผ่านการสื่อสารที่เหมาะสมและเข้าถึงได้ การบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว และองค์กรนานาชาติ แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบการทำงานของ UNESCO ที่แสดงว่าการสร้างความยั่งยืนในการจัดการแหล่งมรดกจำเป็นต้องเชื่อมโยงทั้งคุณค่าทางวัฒนธรรมและผลประโยชน์ทางสังคมเพื่อให้เกิดการสืบทอดและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การยืนยันข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)

การวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวทางการยืนยันข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) มาใช้เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของผลการศึกษา โดยบูรณาการข้อมูลจาก 3 แหล่ง ได้แก่ การทบทวนวรรณกรรม (Documentary Evidence) ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก และข้อมูลเชิงปริมาณจากการเก็บแบบสอบถาม พบว่า ข้อมูลจากทั้งสามแหล่งมีความสอดคล้องและเสริมกันในหลายประเด็นสำคัญ

ตาราง 32 การยืนยันข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)

ประเด็น	ทบทวนวรรณกรรม	ข้อมูลเชิงคุณภาพ	ข้อมูลเชิงปริมาณ
1. กลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก	งานวิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยวชี้ว่า การระบุและทำความเข้าใจลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มเป้าหมายเป็นปัจจัยสำคัญต่อการวางกลยุทธ์การตลาดแหล่งท่องเที่ยว (Kotler et al., 2017)	ชุมชนและภาคเอกชนยืนยันว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักประกอบด้วย ครอบครัว นักเรียน/นักศึกษา ผู้สูงอายุ และกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) ที่สนใจวัฒนธรรม	เดินทางกับครอบครัวมากที่สุด (ร้อยละ 47.75)
2. ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อความต้องการและรูปแบบการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงมักแสวงหาข้อมูลเชิงลึกและคุณค่าทางวัฒนธรรม (Pearce & Lee, 2005)	กลุ่มที่มีการศึกษาสูงต้องการข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม	ปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 43.25)
3. ภูมิสำเนา นักท่องเที่ยว	ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์และถิ่นกำเนิดมีผลต่อการวางกลยุทธ์ตลาดและการสื่อสารการท่องเที่ยว (Cooper et al., 2020)	ชุมชนรับรู้ว่าการบอกต่อและเดินทางซ้ำในระดับภูมิภาค	ภาคกลางมากที่สุด (ร้อยละ 50.50)
4. พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจท่องเที่ยว อธิบายด้วยกระบวนการรับรู้ แรงจูงใจ และกลยุทธ์การตลาด 4C's ร่วมกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A (Middleton & Clarke, 2012)	ชุมชนและเอกชนระบุว่า นักท่องเที่ยวหลักคือครอบครัว นักเรียน ผู้สูงอายุ และกลุ่ม Niche สนใจวัฒนธรรม-จิตวิญญาณ พร้อมแสวงหากิจกรรมเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism)	นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อน (ร้อยละ 36.75) เดินทางกับครอบครัว (ร้อยละ 47.75) วันหยุดสุดสัปดาห์ (ร้อยละ 60.75) ใช้รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 74.75)
5. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	การแสวงหาประสบการณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมเป็นแรงจูงใจสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว (Richards, 2018)	นักท่องเที่ยวมองหาประสบการณ์ทางจิตวิญญาณและกิจกรรมที่สร้างคุณค่า	พักผ่อน (ร้อยละ 36.75) ตามรอยมรดกโลก (ร้อยละ 35.75)

ตาราง 32 (ต่อ)

ประเด็น	ทบทวนวรรณกรรม	ข้อมูลเชิงคุณภาพ	ข้อมูลเชิงปริมาณ
6. ช่วงเวลาเดินทาง	ช่วงเวลาวันหยุดเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงสุด เนื่องจากสอดคล้องกับเวลาว่างและโอกาสพิเศษ (Getz & Page, 2016)	ภาคเอกชนเสนอให้จัดกิจกรรมพิเศษเพิ่มในช่วงวันหยุดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว	เสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 60.75)
7. พาหนะเดินทาง	Accessibility เป็นองค์ประกอบสำคัญใน 6A ซึ่งมีผลต่อความสะดวกและการตัดสินใจเดินทาง (Prideaux, 2000)	ชุมชนและเอกชนระบุว่าระบบขนส่งสาธารณะยังไม่เพียงพอ	ใช้รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 74.75)
8. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	ความเต็มใจจ่าย (Willingness to pay) เชื่อมโยงกับคุณค่าประสบการณ์และความพึงพอใจ (Tyrväinen et al., 2014)	ภาคเอกชนมองว่าเป็นกลุ่มมีกำลังซื้อปานกลาง-สูง	มากกว่า 2,500 บาทต่อทริป (ร้อยละ 38.25)
9. ช่องทางรับรู้ข่าวสาร	การสื่อสารการตลาด (Communication) เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการรับรู้และแรงจูงใจ (Hudson & Hudson, 2017)	เว็บไซต์และข้อมูลออนไลน์ยังไม่ครอบคลุมทุกมิติ	อินเทอร์เน็ต/สื่อมวลชน (ร้อยละ 58.75)
10. ความพึงพอใจและประสบการณ์	องค์ประกอบ 6A: Attraction, Accessibility, Amenities, Accommodation, Activity, Ancillary Services เป็นกรอบสำคัญประเมินคุณภาพการท่องเที่ยว (Morrison, 2013)	ภาคเอกชนและชุมชนเห็นควรเพิ่มกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น Immersive Experiences, AR/VR, Storytelling และปรับปรุงบริการรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม	ความพึงพอใจสูงด้าน Attraction (ความสวยงามโบราณสถาน $\bar{X} = 4.45$) แต่ปานกลางในบริการบางประเภท เช่น ธุรกิจนำเที่ยว/ประชุม
11. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	แหล่งมรดกวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นปัจจัยหลักดึงดูดนักท่องเที่ยว (Timothy & Boyd, 2003)	ชุมชนเสนอใช้พิธีบวงสรวงและสินค้าท้องถิ่นสร้างการตลาด	ความสวยงามโบราณสถาน ($\bar{X} = 4.45$) ความน่าสนใจ ($\bar{X} = 4.44$)
12. สิ่งอำนวยความสะดวก	สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์เชิงบวก (Murphy et al., 2000)	ภาคเอกชนเสนอเพิ่มร้านของฝากและที่พักคุณภาพ	ร้านอาหาร-การสื่อสารได้คะแนนสูง
13. กิจกรรมการท่องเที่ยว	กิจกรรม (Activity) เป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์ท่องเที่ยว (Getz, 2008)	เสนอจัดกิจกรรม Immersive Experiences, AR/VR, Storytelling และการแต่งกายย้อนยุค	คะแนนกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 32 (ต่อ)

ประเด็น	ทบทวนวรรณกรรม	ข้อมูลเชิงคุณภาพ	ข้อมูลเชิงปริมาณ
14. การตลาดและการจัดการ	กรอบ 4C's และ 7S ใช้เป็นแนวคิดวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดและการจัดการแบบมีส่วนร่วม (Kotler & Keller, 2016)	การบริหารจัดการ 4C's ยังไม่เต็มประสิทธิภาพ โดยเฉพาะด้าน Communication และ Convenience เสนอ PPP เพื่อบูรณาการภาครัฐ-เอกชน และ 7S ยังขาดการดำเนินงานเชิงระบบ	ไม่มีข้อมูลเชิงปริมาณโดยตรง (เน้นทัศนคติ/ความคิดเห็น)
15. การตลาด (4C's)	กลยุทธ์ 4C's เน้นการตอบสนองความต้องการลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Lauterborn, 1990)	การตลาดยังไม่เต็มประสิทธิภาพขาด Communication เชิงรุก	ไม่มีข้อมูลเชิงปริมาณ
16. ความสะดวกในการเข้าถึง	องค์ประกอบ Convenience ใน 4C's เป็นตัวแปรสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทาง (Kotler et al., 2017)	ขาดข้อมูลครบถ้วนในเว็บไซต์และป้ายบอกทางไม่เพียงพอ	ค่าเฉลี่ยการเข้าถึง $\bar{X} = 3.77$
17. การอนุรักษ์และกฎหมาย	อนุสัญญามรดกโลกและมาตรฐานการจัดการแหล่งมรดกของ UNESCO เน้นการคุ้มครองคุณค่าและการมีส่วนร่วมของชุมชน (UNESCO, 2019)	ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าการบังคับใช้กฎหมายยังไม่ครอบคลุมและเข้มแข็งพอ เสนอสร้างการมีส่วนร่วมชุมชนและใช้มาตรการคุ้มครองเพิ่มขึ้น	นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์อยู่ในระดับมาก พร้อมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการรักษาคุณค่าแหล่งมรดก

จากตาราง 32 บทสรุปการยืนยันแบบสามเส้า สารสำคัญมี ดังนี้

การยืนยันข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) จากการทบทวนวรรณกรรม ข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า ลักษณะกลุ่มนักท่องเที่ยวของพื้นที่ศึกษามีความสอดคล้องกันทั้งสามแหล่งข้อมูล โดยกลุ่มหลักเป็นครอบครัว (ร้อยละ 47.75) นักเรียน/นักศึกษา ผู้สูงอายุ และกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) ที่สนใจวัฒนธรรม สอดคล้องกับ Kotler et al. (2017) ที่ระบุว่าการวิเคราะห์ประชากรศาสตร์ของกลุ่มเป้าหมายมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดแหล่งท่องเที่ยวในด้านระดับการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 43.25) และกลุ่มที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มแสวงหาข้อมูลเชิงลึกและคุณค่าทางวัฒนธรรม สำหรับภูมิสำเนาพบว่า ร้อยละ 50.50 มาจากภาคกลาง สอดคล้องกับ Cooper et al. (2020) ที่ชี้ว่าปัจจัยด้านภูมิศาสตร์และถิ่นกำเนิดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

ด้านพฤติกรรมและวัตถุประสงค์การเดินทาง ผลการวิจัยระบุว่ากิจกรรมหลักของนักท่องเที่ยวคือการพักผ่อน (ร้อยละ 36.75) การตามรอยมรดกโลก (ร้อยละ 35.7) และการเดินทางกับครอบครัว (ร้อยละ 47.75) โดยนิยมเดินทางในวันเสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 60.75) และใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นหลัก (ร้อยละ 74.75) สอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวของ Middleton&Clarke (2012) ระบุว่า Accessibility เป็นองค์ประกอบสำคัญในโมเดล 6A ซึ่งมีผลต่อความสะดวกและการตัดสินใจเดินทาง ข้อมูลเชิงคุณภาพยังยืนยันแนวโน้ม Experiential Tourism ที่เน้นการแสวงหาประสบการณ์และคุณค่าทางจิตวิญญาณตามข้อเสนอของ Richards (2018)

ในมิติสิ่งดึงดูดใจและสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับสูงต่อความสวยงามของโบราณสถาน (ค่าเฉลี่ย = 4.45) และความน่าสนใจของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย = 4.44) ซึ่งสอดคล้องกับ Timothy และ Boyd (2003) ที่ชี้ว่าแหล่งมรดกวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นปัจจัยดึงดูดหลัก ขณะที่สิ่งอำนวยความสะดวกมีคะแนนความพึงพอใจสูงในหมวดร้านอาหารและการสื่อสาร ตามแนวคิดของ Murphy et al. (2000) ที่ระบุว่าสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างประสบการณ์เชิงบวก อย่างไรก็ตาม กิจกรรมการท่องเที่ยวมีคะแนนเพียงระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Getz (2008) ที่แนะนำให้เพิ่มกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น Immersive Experiences, AR/VR และ Storytelling เพื่อเพิ่มคุณค่าและความมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

ด้านการตลาดและการจัดการ ข้อมูลยืนยันว่าการประยุกต์ใช้กรอบ 4C's และ 7S (Kotler & Keller, 2016; Lauterborn, 1990) ในพื้นที่ยังไม่เต็มประสิทธิภาพ โดยเฉพาะด้าน Communication และ Convenience ที่ยังขาดความครอบคลุม เช่น การให้ข้อมูลออนไลน์และป้ายบอกทางไม่เพียงพอ ทำให้คะแนนเฉลี่ยด้านความสะดวกในการเข้าถึงอยู่ที่เพียง 3.77 ซึ่งสะท้อนข้อจำกัดในการสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่น นอกจากนี้ การใช้ช่องทางรับรู้ข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตและสื่อมวลชน (ร้อยละ 58.75) สอดคล้องกับ Hudson and Hudson (2017) ที่เน้นบทบาทของการสื่อสารการตลาดเชิงดิจิทัลต่อการสร้างแรงจูงใจในการเดินทาง

ประเด็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 2,500 บาทต่อทริป (ร้อยละ 38.25) ซึ่งสอดคล้องกับ Tyrväinen et al. (2014) ที่อธิบายว่าความเต็มใจจ่าย (willingness to pay) เชื่อมโยงกับคุณค่าประสบการณ์และความพึงพอใจ ทั้งนี้การคงคุณภาพและเพิ่มมูลค่าประสบการณ์จะช่วยรักษากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อปานกลางถึงสูง

ส่วนการอนุรักษ์และการบังคับใช้กฎหมาย แม้นักท่องเที่ยวจะมีทัศนคติอยู่ในระดับมากต่อการอนุรักษ์และมีข้อเสนอแนะเชิงบวก แต่ข้อมูลเชิงคุณภาพชี้ว่าการบังคับใช้กฎหมายและการมีส่วนร่วมของชุมชนยังไม่เข้มแข็งเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของ UNESCO (2022) ที่เน้นให้การคุ้มครองคุณค่าแหล่งมรดกต้องดำเนินควบคู่กับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การบูรณาการข้อมูลจากทั้งสามแหล่งทำให้เห็นความสอดคล้องสูงในประเด็นโครงสร้างกลุ่มนักท่องเที่ยว แรงจูงใจ และคุณค่าทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งสะท้อนช่องว่างด้านการตลาดเชิงรุก สิ่งอำนวยความสะดวก และการอนุรักษ์ที่ต้องพัฒนา หากมีการปรับปรุงอย่างเป็นระบบ จะช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและเสริมสร้างความยั่งยืนของการท่องเที่ยววัฒนธรรมในพื้นที่ศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ความคิดเห็นต่อแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จำเป็นต้องดำเนินการในลักษณะบูรณาการ (integrated approach) ที่สร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (heritage conservation) และการพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยว (visitor experience development) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางของ UNESCO (2021) และกรมศิลปากร (2565) ที่กำหนดให้การบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกต้องรักษา คุณค่าความโดดเด่นสากล (Outstanding Universal Value: OUV) ควบคู่กับการสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์โดยใช้กรอบ TOWS Matrix จากข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ได้สรุปเป็น 4 แนวทางหลัก ซึ่งครอบคลุมทุกมิติการจัดการ ดังนี้

แนวทางที่ 1 การยกระดับคุณค่าและการสื่อสารภาพลักษณ์สู่สากลด้วยพลังวัฒนธรรมและเทคโนโลยี

การกำหนดกลยุทธ์ SO1-SO3 มุ่งเน้นการสื่อสารภาพลักษณ์ศรีเทพสู่สากล และการพัฒนาแพลตฟอร์ม AR/VR เป็นการต่อยอดจากจุดแข็งด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมและความงามของโบราณสถาน เป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเยือน และเมื่อมาแล้วควรสร้างความประทับใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว แนวทางนี้สอดคล้องกับแนวคิด Creative Economy และ Storytelling in Heritage Tourism (UNESCO, 2021; Richards, 2018) ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการเล่าเรื่องเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มและให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนอีก (Repeat) และบอกต่อ (Refer)

แนวทางที่ 2 การเสริมศักยภาพการบริหารจัดการพื้นที่และความปลอดภัย

กลยุทธ์ ST1–ST3 มุ่งเน้นการจัดตั้งกลไกการจัดการแบบบูรณาการตามแผนแม่บทและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดความขัดแย้งต่าง ๆ และเพิ่มความโปร่งใส เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ ให้ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจากการติดตั้งระบบเตือนภัยสะท้อนความจำเป็นในการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันการสึกหรอของโบราณสถาน และตอบสนองต่อข้อจำกัดในองค์ประกอบ Structure และ System ของ 7S Model แนวคิดนี้สอดคล้องกับ Carrying Capacity ของ WTO (2020) และข้อเสนอของ ICOMOS (2019) ที่เน้นการวางแผนพื้นที่และระบบความปลอดภัยเพื่อป้องกันผลกระทบต่อคุณค่ามรดก

แนวทางที่ 3 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมสร้างสรรค์

กลยุทธ์ WO1–WO3 เน้นการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และการปรับปรุงป้ายสื่อความหมายหลายภาษา ตอบสนองต่อข้อค้นพบว่าด้าน Accessibility และ Amenities ยังมีช่องว่างต้องปรับปรุง ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎี 6A's ของ Buhalis (2000) ที่ระบุว่า การเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรมใหม่ยังสอดคล้องกับแนวคิด Creative Tourism และ Experience Co-Creation (Tussyadiah et al., 2018; Neuhofer et al., 2021)

แนวทางที่ 4 การพัฒนาศักยภาพบุคลากร เสริมระบบความปลอดภัย และสร้างค่านิยมร่วมในการอนุรักษ์มรดกโลกของศรีเทพ

กลยุทธ์ WT1–WT3 เน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและเสริมระบบความปลอดภัย ตอบโจทย์ข้อจำกัดด้านทักษะบุคลากรและการประสานงาน พร้อมรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญของพื้นที่มรดกโลก (ICOMOS, 2019) การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์หลายภาษาและใช้ช่องทางออนไลน์ยังสอดคล้องกับแนวทาง Digital Destination Marketing (Kotler et al., 2017; Gretzel et al., 2020) เพื่อเข้าถึงตลาดต่างชาติและกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ รวมถึงสร้างค่านิยมร่วมในการอนุรักษ์มรดกโลกและปฏิบัติได้จริงอย่างเคร่งครัด

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า 4 แนวทาง 12 โครงการที่นำเสนอนี้ เป็นเพียงข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ ซึ่งมีรากฐานจากข้อมูลวิจัยเชิงประจักษ์ ครอบคลุมตั้งแต่การอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม การตลาด การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการเสริมศักยภาพบุคลากร หากดำเนินการภายใต้กรอบความร่วมมือ Public–Private–Community Partnership (PPCP) จะช่วยให้การบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพสามารถรักษาสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกได้อย่างยั่งยืน ควบคู่กับการสร้างสมดุลระหว่างการคุ้มครองคุณค่าทางวัฒนธรรมและการสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น และเพื่อให้การดำเนินงานมีทิศทางชัดเจน

กรอบแนวคิด HERITAGE STEWARDSHIP มาจากผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis & TOWS Matrix มุ่งเน้นการบริหารจัดการแหล่งมรดกโดยบูรณาการมิติการอนุรักษ์ การพัฒนา และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อเสริมความมั่นคงและความยั่งยืนของศรีเทพในระยะยาว โดยมีโครงสร้างแนวคิดการจัดการและดูแลมรดกทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนตามลำดับอักษร H-E-R-I-T-A-G-E-S-T-E-W-A-R-D-S-H-I-P พร้อมคำอธิบาย ดังนี้

Code	แนวคิดหลัก	คำอธิบายย่อ	Code	แนวคิดหลัก	คำอธิบายย่อ
H	Heritage Value Enhancement	การเสริมคุณค่าและความสำคัญของมรดก	S	Safety and Security	ความปลอดภัย
E	Engagement of Stakeholders	การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	T	Thematic Experience	ประสบการณ์เชิงธีม
R	Resource Protection	การปกป้องทรัพยากร	E	Education and Awareness	การศึกษาและสร้างความตระหนักรู้
I	Inclusive Tourism	การท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม	W	Well-being of Community	ความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน
T	Technology Integration	การบูรณาการเทคโนโลยี	A	Authenticity Preservation	การคงไว้ซึ่งความแท้จริง
A	Accessibility Improvement	การปรับปรุงการเข้าถึง	R	Regulation Enforcement	การบังคับใช้กฎระเบียบ
G	Governance and Management	การบริหารจัดการและธรรมาภิบาล	D	Destination Branding	การสร้างแบรนด์แหล่งท่องเที่ยว
E	Economic Sustainability	ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ	S	Sustainable Development	การพัฒนาที่ยั่งยืน
			H	Hospitality Excellence	ความเป็นเลิศด้านการบริการ
			I	Innovation in Tourism	นวัตกรรมในการท่องเที่ยว
			P	Partnership Building	การสร้างความร่วมมือ



ภาพ 56 กรอบ HERITAGE STEWARDSHIP

ที่มา: เสรี วงษ์มณฑา (ผู้มอบแนวคิด) รมิดา กิตติชัยกุลกิจ (ผู้ออกแบบ), 2568

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สามารถสังเคราะห์ข้อเสนอแนะเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกอย่างยั่งยืนได้ ดังนี้

1. ควรพัฒนากลยุทธ์การตลาดตามกรอบ 4C's ให้ครอบคลุมทุกมิติ โดยจัดหมวดหมู่กลุ่มเป้าหมายหลักและรองอย่างเป็นระบบ เช่น ครอบครัว ผู้สูงอายุ นักเรียน/นักศึกษา กลุ่ม Niche Market และนักท่องเที่ยวต่างชาติ พร้อมออกแบบบริการเฉพาะกลุ่มตามแนวคิด Inclusive Tourism อาทิ การจัดเส้นทางท่องเที่ยวหลากหลายภาษา บริการรองรับผู้พิการ และกิจกรรมตีความคุณค่ามรดก (Interpretive Activities) ควบคู่กับการรักษาโบราณวัตถุอย่างเป็นธรรม การพัฒนาแพ็คเกจที่เชื่อมโยงบริการชุมชน และการใช้สื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน AR/VR และ Storytelling เพื่อสื่อสารคุณค่าและเพิ่มประสบการณ์ที่ตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

2. ควรบูรณาการการบริหารจัดการตาม 7S Model โดยเสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่าง กลยุทธ์ โครงสร้าง ระบบงาน ค่านิยมร่วม ทักษะ รูปแบบการทำงาน และบุคลากรผ่านกลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน (Public-Private-Community Partnership: PPCP) เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในด้านการตลาด การบริการ และการอนุรักษ์ พร้อมยกระดับศักยภาพบุคลากรทั้งเจ้าหน้าที่อุทยาน มัคคุเทศก์ และอาสาสมัครให้มียอดความรู้ด้านกฎหมาย วัฒนธรรม และทักษะการสื่อสารเชิงตีความ

3. ควรยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก (Accessibility & Amenities) ให้ได้มาตรฐานสากล เช่น พื้นที่จอดรถ ห้องสุขา จุดพักผ่อน ป้ายสื่อความหมาย ระบบขนส่งสาธารณะ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ภายใต้แนวคิด Inclusive Interpretation ซึ่งรองรับกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุและผู้พิการ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่น ร้านอาหาร ร้านของฝาก และที่พักมาตรฐาน SHA+ เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน

4. ควรพัฒนากิจกรรมและบริการที่สร้างประสบการณ์เชิงลึก (Experiential Tourism) โดยออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น การแต่งกายย้อนยุค นิทรรศการแบบมีชีวิต กิจกรรมร่วมกับชุมชน การสาธิตวัฒนธรรมพื้นบ้าน และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น AR/VR หรือ Story Map เพื่อเพิ่มคุณค่าทางจิตใจและความประทับใจ อีกทั้งยังควรส่งเสริมการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในรูปแบบ Living Heritage Museum เพื่อแสดงโบราณวัตถุร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างทันทียึดมาตรฐานระดับชาติ

5. ควรพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ตามทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัด เพชรบูรณ์เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของการมาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ อาทิ การทำอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงฮั้วเหี่ยว ห่อหมกหน่อไม้ หรือการทำขนม เช่น ขนมลูกโขนโยนเข้ากอไผ่

6. ควรเสริมบทบาทชุมชนในฐานะผู้ถ่ายทอดคุณค่าและผู้ร่วมอนุรักษ์ โดยสนับสนุนให้ชุมชนทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรม และผู้จัดกิจกรรมประเพณี พร้อมทั้งจัดฝึกอบรมและสร้างเครือข่าย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนและสร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ตามแนวคิด Participatory Heritage Governance ภายใต้หลักการ Co-Creation ที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนร่วมกันกำหนดทิศทางการจัดการ

7. ควรเพิ่มประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายและมาตรการคุ้มครองให้สอดคล้องกับมาตรฐาน UNESCO โดยเน้นการพัฒนากฎหมายเชิงป้องกัน ควบคู่กับการสื่อสารข้อปฏิบัติ (Do & Don't) อย่างชัดเจนและเข้าถึงง่ายในหลายภาษา พร้อมประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล และ Infographic ตลอดจนจัดทำมาตรการลงโทษที่ครอบคลุมทั้งภาครัฐและเอกชน

8. ควรมีระบบติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง โดยสำรวจความพึงพอใจและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และนำข้อมูลไปปรับปรุงการบริหารจัดการและการตลาดให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว อีกทั้งควรจัดทำ “แผนแม่บทการขับเคลื่อนและพัฒนาเมืองโบราณศรีเทพ” ในลักษณะบูรณาการ ครอบคลุมทั้งด้านการอนุรักษ์เชิงระบบ การควบคุมนักท่องเที่ยว และการจัดสรรทรัพยากรเพื่อความยั่งยืนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้แม้จะได้ข้อค้นพบที่มีคุณค่าในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ แต่อีกหลายมิติยังควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่ลึกซึ้งและรอบด้านยิ่งขึ้น ดังนี้

1. ควรขยายพื้นที่และกลุ่มตัวอย่างไปยังแหล่งมรดกโลกหรือแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมอื่นในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบพฤติกรรม ความพึงพอใจ และแนวทางการจัดการ รวมถึงเพิ่มความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และเยาวชน เพื่อให้ข้อเสนอเชิงนโยบายสอดคล้องกับความต้องการที่แตกต่างกัน

2. ควรศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาและแรงจูงใจเชิงลึกของนักท่องเที่ยว เช่น ความผูกพันทางอารมณ์ต่อพื้นที่ (Place Attachment) การรับรู้คุณค่า (Perceived Value) และแรงจูงใจเฉพาะกลุ่ม เพื่อทำความเข้าใจมิติทางจิตใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยพัฒนากิจกรรมและการสื่อสารที่ตรงความต้องการยิ่งขึ้น

3. ควรพัฒนาการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) เพื่อตรวจสอบผลของกลยุทธ์หรือกิจกรรมใหม่ ๆ เช่น การใช้เทคโนโลยี AR/VR การประยุกต์ Storytelling และกิจกรรมเชิงประสบการณ์ ต่อระดับความพึงพอใจ ความตั้งใจเดินทางซ้ำ และพฤติกรรมการอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว

4. ควรผสานการวิจัยเชิงพื้นที่และเทคโนโลยีดิจิทัล โดยประยุกต์ใช้เครื่องมือ GIS, Big Data และ Social Media Analytics ในการวิเคราะห์เส้นทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทาง จุดอ่อนไหวที่ควรพัฒนา รวมถึงการติดตามผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการจัดการเชิงหลักฐาน (Evidence-Based Management)

5. ควรดำเนินการวิจัยแบบติดตามผลในระยะยาว (Longitudinal Study) อย่างต่อเนื่อง 3–5 ปี เพื่อตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม ความพึงพอใจ และผลของนโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ ที่นำไปสู่การปรับปรุงเชิงกลยุทธ์ในอนาคต

6. ควรศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และหน่วยงานรัฐ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถบูรณาการความต้องการอย่างสมดุล และพัฒนารอบการบริหารจัดการที่เอื้อต่อการอนุรักษ์ควบคู่กับการใช้ประโยชน์เชิงการท่องเที่ยว

7. ควรเน้นการศึกษาประเด็นเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ เช่น การจัดการขยะ มลภาวะ และระบบนิเวศ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) รวมถึงการออกแบบกิจกรรมมีส่วนร่วม เช่น โครงการอาสาสมัครดูแลโบราณสถานหรือการผลิตสื่อสารคดี เพื่อสร้างจิตสำนึกและความตระหนักในการอนุรักษ์อย่างยั่งยืน



บรรณานุกรม

- Aas, C., Ladkin, A., & Fletcher, J. (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 28–48.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.04.005>
- Abungu, G., Shyllon, F., & Ndoro, W. (2023). Legislative and administrative implementation of the 1970 UNESCO Convention by African States. *International Journal of Cultural Property*, 30(2), 123–145.
<https://doi.org/10.1017/S0940739123000200>
- Ahas, R., Aasa, A., Silm, S., & Tiru, M. (2016). Mobile positioning data for tourism destination studies: A review and future implications. *Tourism Management*, 54, 131–140. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.001>
- Alananzeh, O., Al-Badarneh, M., & Al-Majali, M. (2018). *Service quality and tourist satisfaction*. *Tourism Review*, 73(4), 626–640.
- Álvarez-García, J., Maldonado-Erazo, C. P., Del Rio-Rama, M. d. l. C., & Castellano-Álvarez, F. J. (2019). *Cultural heritage and tourism basis for regional development: Mapping of scientific coverage*. *Sustainability*, 11(21), 6034.
<https://doi.org/10.3390/su11216034>
- Artal-Tur, A., Briones Peñalver, A. J., & Villena-Navarro, M. (2018). *Tourism, cultural activities and sustainability in the Spanish Mediterranean regions: A probit approach*. *Tourism & Management Studies*, 14(1), 7–18.
<https://doi.org/10.18089/tms.2018.14101>
- Bandarin, F., & van Oers, R. (2012). *The historic urban landscape: Managing heritage in an urban century*. Wiley-Blackwell.
- Boyd, S. W. (2015). Heritage tourism. In J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of tourism* (pp. 423–425). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6_107
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Canale, R. R., Simone, E., & Maio, A. (2019). *Do UNESCO World Heritage Sites influence international tourist arrivals? Evidence from Italian provincial data*. *Social*

- Indicators Research, 146(1), 345–359. <https://doi.org/10.1007/s11205-018-1939-7>
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2019). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 40, 213–222.
- Chhabra, D., Healy, R., & Sills, E. (2020). Heritage tourism marketing: Trends and strategies. *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 205–220. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1675078>
- Choe, J. Y. J. & Kim, S. S. (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food... (*International Journal of Hospitality Management*, 71, 1–10)
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2020). *Tourism: Principles and practice* (6th ed.). Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. CABI.
- DFID. (1999). *Sustainable Livelihoods Guidance Sheets*. London: Department for International Development.
- Dodds, R., & Butler, R. (2019). *Overtourism: Issues, realities and solutions*. Germany: De Gruyter.
- Dolnicar, S. (2019). Market segmentation analysis in tourism. *Journal of Travel Research*, 58(2), 267–280.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Journal of Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Fort Worth, TX: Dryden Press.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2000). *Learning from museums: Visitor experiences and the making of meaning*. AltaMira Press.
- Fernando, J. (2023). Stakeholders and business management. *Journal of Business and Management Studies*, 15(2), 45–57. <https://doi.org/>
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th ed.). SAGE

Publications.

- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Getz, D. (2008). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Elsevier/Butterworth-Heinemann.
- Gilmore, J. H., & Pine, B. J. (2019). *The experience economy: Competing for customer time, attention, and money* (Updated ed.). Harvard Business Review Press.
- González Santa-Cruz, F., & López-Guzmán, T. (2017). Culture, tourism and World Heritage Sites. *Tourism Management Perspectives*, 24, 111–116. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.03.005>
- Goodwin, H. (1990). Community tourism: A review of definitions and concepts. *Tourism Management*, 11(2), 87–99.
- Goodwin, H. (2010). *Managing tourism at World Heritage sites: A practical manual for World Heritage site managers*. UNWTO.
- Goodwin, H. (2010). *Responsible tourism in destinations*. Routledge: UNWTO.
- Goodwin, H. (2011). *Taking responsibility for tourism*. Goodfellow Publishers.
- Goodwin, H. (2016). *Responsible tourism: Using tourism for sustainable development*. Goodfellow Publishers.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-based tourism: A success?* ICRT Occasional Paper, 11, 1–37.
- Gretzel, U., Fuchs, M., & Höpken, W. (2020). Digital traces for tourism research. *Annals of Tourism Research*, 81, 102900. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102900>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2021). *Smart tourism: Foundations and developments*. *Electronic Markets*, 30(1), 1–10. <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00376-8>
- Grossman, N. (Ed.). (2018). *Thailand's Sustainable Development Sourcebook: Updated and Augmented*. Singapore: Editions Didier Millet.
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A theoretical review. *Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Andover, Hampshire: Cengage Learning.
- Ham, S. H. (2013). *Interpretation: Making a difference on purpose*. Golden, CO: Fulcrum

Publishing.

Hassan, S. S. (2015). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239–245.

Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis – where are we now? *Journal of Strategy and Management*, 3(3), 215–251.

<https://doi.org/10.1108/17554251011064837>

Humphrey, A. (2005). SWOT analysis for management consulting. *Journal of SRI Alumni Newsletter*. Menlo Park, CA: SRI International.

Ibrahim, M. S. N., Abdul-Halim, S., Ishak, M. Y., & Hassan, S. (2021). The local community awareness on Langkawi UNESCO Global Geopark status: Case of Kampung Padang Puteh, Langkawi, Malaysia. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9(2), 233–241. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2021.02.009>

ICCROM. (2020). *Annual report 2020*. International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property. Retrieved from <https://www.iccrom.org/report/annual-report-2020>

ICOMOS. (1964). *International charter for the conservation and restoration of monuments and sites (The Venice Charter)*. International Council on Monuments and Sites.

ICOMOS. (1994). *The Nara Document on Authenticity*. International Council on Monuments and Sites. International Council on Monuments and Sites.

ICOMOS. (1999). *International Cultural Tourism Charter*. International Council on Monuments and Sites.

ICOMOS. (2020). *Heritage impact assessments: Guidance for World Heritage properties*. International Council on Monuments and Sites.

ICOMOS. (2022). *International Charter for Cultural Heritage Tourism*. International Council on Monuments and Sites.

IUCN, & WCPA. (2018). *Visitor use management: Guidelines for protected areas*.

International Union for Conservation of Nature. Gland: International Union for Conservation of Nature.

IUCN. (2008). *Guidelines for Applying Protected Area Management Categories*. Gland, Switzerland: IUCN. Gland: International Union for Conservation of Nature.

- IUCN. (2019). *World Heritage Management and Stakeholder Engagement*. Gland: International Union for Conservation of Nature.
- Jansen-Verbeke, M., & Vanneste, D. (2010). Heritage management and tourism: Balancing preservation and development. *Journal of Cultural Heritage Management*, 3(1), 15–30.
- Jansen-Verbeke, M., and D. Vanneste. 2018. *Tourism, Heritage and Sustainable Development*. London: Routledge.
- Jokilehto, J. (1999). *A history of architectural conservation*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). *Strategy maps: Converting intangible assets into tangible outcomes*. Harvard Business School Press.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of behavioral research* (4th ed.). Harcourt College Publishers.
- Kock, F., Josiassen, A., & Assaf, A. G. (2018). On the origin of tourist behavior. *Annals of Tourism Research*, 73, 180–183. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.09.001>
- Kotler, P. (2015). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley. Pearson Education.
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(3), 221–232. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00080-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00080-3)
- Kris Piroj. (2018). *การใช้สถิติในการวิจัยเชิงพหุติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Lauterborn, R. (1990). New marketing litany: Four P's passé; C-words take over. *Advertising Age*, 61(41), 26.
- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368–380. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.003>

- Loi, L. T. I., So, A. S. I., Lo, I. S., & Fong, L. H. N. (2017). Does accessibility matter? *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 34(7), 917–935.
- Mariani, M., Baggio, R., Buhalis, D., & Longhi, C. (2018). *Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism development*. Springer.
- Martinez, M. (2020). Community-based tourism and heritage management: Challenges and opportunities. *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 245–262.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 70–396.
- Mason, P. (2005). *Tourism impacts, planning and management*. Butterworth-Heinemann.
- McKercher, B., & du Cros, H. (2015). *Cultural tourism* (2nd ed.). Routledge.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2012). *Marketing in travel and tourism* (4th ed.). Routledge.
- Montgomery, D. C. (2019). *Design and Analysis of Experiments* (10th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Mossberg, L. (2017). A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59–74.
<https://doi.org/10.1080/15022250701226014>
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism Management*, 43, 46–54.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.012>
- Murphy, P., Pritchard, A., & Smith, B. (2000). *Tourism: A community approach*. London: Routledge.
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2021). Experience economy and smart tourism. *Journal of Destination Marketing and Management*, 20, 100–118.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100574>
- Nguyen, T. H. H., Tran, M. T., & Dao, D. T. (2022). Digital transformation in heritage tourism management: Opportunities and challenges. *Tourism Management Perspectives*, 41, 100948.
- Norton Simon Art Foundation. (n.d.). (2024). Plaque with Lunar Deity (Accession No. M.1975.15.1.3.S) [Gold repoussé plaque]. Norton Simon Museum. Retrieved 29 September 2024 from <https://www.nortonsimon.org/art/detail/M.1975.15.1.3.S>

- Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., & Ringle, C. M. (2020). The effect of hotel service quality on guest satisfaction and loyalty. *Journal of Travel Research*, 59(6), 39–957.
- Okumus, F., Avci, U., Kilic, I., & Walls, A. R. (2012). Cultural tourism in Turkey: A missed opportunity. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 21(6), 638–658. <https://doi.org/10.1080/19368623.2012.627231>
- Pallant, J. (2020). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using IBM SPSS* (7th ed.). Routledge.
- Paraskevaidis, P., & Weidenfeld, A. (2021). Perceived and projected authenticity of visitor attractions as signs: A Peircean semiotic analysis. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19, 100515. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100515>
- Peters, T. J., & Waterman, R. H. (1982). *In search of excellence*. Harper and Row.
- Peters, T., Waterman, R., & Phillips, J. (1980). Structure is not organization. *Business Horizons*, 23(3), 14–26. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(80\)90027-0](https://doi.org/10.1016/0007-6813(80)90027-0)
- Pike, S., & Page, S. J. (2014). Destination marketing organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism Management*, 41, 202–227.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2019). *The experience economy: Competing for customer time, attention, and money*. Harvard Business Review Press.
- Pongrat, S. (2020). *Community participation in cultural heritage tourism management in Thailand*. Bangkok: Fine Arts Department.
- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2013). Heritage tourism: The next steps. *Annals of Tourism Research*, 40, 220–242. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.08.011>
- Prayag, G. (2020). Time, space, and tourist behavior. *Annals of Tourism Research*, 80, 102807. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102807>
- Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., & Del Chiappa, G. (2017). Understanding the relationships between tourists' emotional experiences, perceived overall image, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 56(1), 41–54.
- Ram, Y., Björk, P., & Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*, 52, 110–122.

- Revire, N. (2017). *Dvaravati and its cultural convergence in Southeast Asia*. River Books.
- Richards, G. (1996). *Cultural tourism in Europe*. London: CABI Publishing.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, G. (2020). Creating co-creation tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100–118. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100675>
- Ringbeck, B. (2008). *Management plans for World Heritage sites: A practical guide*. German Commission for UNESCO.
- Ringbeck, B. (2021). *World Heritage Management Planning: Principles and Practice*. Berlin: Springer.
- Rusnak, M., Szmigiel, M., Geniusz, M., Koszewicz, Z., & Magdziak-Tokłowicz, M. (2024). Exploring the impact of cultural context on eye-tracking studies of architectural monuments in selected European cities: Sustainable heritage management. *Journal of Cultural Heritage*, 66, 326–342.
<https://doi.org/10.1016/j.culher.2023.12.001>
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245–249. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00130-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00130-0)
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- SDG Move. (2025). *Sustainable Development Goals*. สืบค้นเมื่อ 17 เมษายน 2567 จาก <https://www.sdgmovement.com/intro-to-sdgs/>
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 341–357.
<https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1639717>
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5), 361–365.
- Sirakaya, E., & McLellan, R. W. (1997). Factors affecting sustainability level of tourism development: A structural equation model. *Journal of Travel Research*, 35(3), 26–32. <https://doi.org/10.1177/004728759703500305>
- Somphong, S., Samahito, S., & Kutintara, I. (2015). Corporate Governance on the National

- Olympic Committee of Thailand. *Journal of Social Sciences*, 3(12), 124.
- Sthapit, E., & Jiménez-Barreto, J. (2018). Exploring tourists' memorable hospitality experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 003–019.
- StrategyPunk. (2023). *McKinsey 7-S Framework Assessment of your organization effectiveness*. สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2566 จาก <https://www.strategypunk.com/mckinsey-7-s-framework-powerpoint-template/>
- Stylidis, D. (2020). Residents' place image: A critical review and synthesis. *Tourism Management*, 77, 104016.
- Stylidis, D., Shani, A., & Belhassen, Y. (2017). Testing an integrated destination image model. *Tourism Management*, 58, 184–195.
- Su, M., & Wall, G. (2020). *Community participation in tourism at World Heritage Sites: Mutually beneficial or contentious?* *Sustainability*, 12(22), 9597. <https://doi.org/10.3390/su12229597>
- Timothy, D.J. & Boyd, S.W., 2015. *Tourism and heritage attractions: Theory and practice*. Bristol: Channel View.
- TNN Thailand. (2023, มกราคม 22). *ไทยติด 1 ใน 23 สถานที่ที่ดีที่สุดในโลก สำหรับการท่องเที่ยว* 2023. TNN Thailand. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2566 จาก <https://www.tnnthailand.com/social/136770/>
- Toulze, P. F. (2022). Cultural landscapes and heritage management. *International Journal of Heritage Studies*. <https://doi.org/10.1080/13527258.2022>.
- TruelDTravel, & Sanook.com. (2566). *10 ที่เที่ยวศรีเทพ มรดกโลกแห่งใหม่ของไทย*. สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2566 จาก <https://travel.trueid.net>
- Tussyadiah, I., Wang, D., & Jia, C. H. (2018). Virtual reality and attitudes toward tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 57(3), 411–425.
- UNESCO & ICOM. (2022). *The role of museum and cultural heritage professionals in the fight against illicit trafficking*. <https://www.unesco.org/en/articles/role-museum-and-cultural-heritage-professionals-fight-against-illicit-trafficking>
- UNESCO. (1972). *Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage*. United Nations Educational, Scientific and Cultural

Organization.

- UNESCO. (2001). *Abu Mena (Egypt) – World Heritage in Danger*. Retrieved June, 11, 2024 from <https://whc.unesco.org/en/list/90>
- UNESCO. (2010). *Pompeii and Herculaneum World Heritage Site Report*. UNESCO World Heritage Centre.
- UNESCO. (2011). *Preparing World Heritage nominations* (2nd ed.). UNESCO World Heritage Centre.
- UNESCO. (2013). *Managing cultural World Heritage*. UNESCO World Heritage Centre.
- UNESCO. (2015). *Policy for the integration of a sustainable development perspective into the processes of the World Heritage Convention*. World Heritage Centre.
- UNESCO. (2016). *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage* (1972). Paris: UNESCO.
- UNESCO. (2017). *Old City of Aleppo, Syria – World Heritage in Danger*. Paris: UNESCO.
- UNESCO. (2021). *World Heritage and Sustainable Tourism*. UNESCO Publishing.
- UNESCO. (2022). *Operational guidelines for the implementation of the World Heritage Convention*. UNESCO World Heritage Centre.
- UNESCO. (2023). *Nomination of Si Thep Historical Park for inscription on the World Heritage List*. Paris: UNESCO World Heritage Centre.
- UNESCO. (2023). *Si Thep Historical Park – World Heritage Nomination Dossier*. Paris: UNESCO World Heritage Centre.
- UNESCO. (2023). *The Ancient Town of Si Thep and its Associated Dvaravati Monuments*. Paris: UNESCO World Heritage Centre.
- UNESCO. (2023). *Venice and its Lagoon*. Paris: UNESCO World Heritage Centre.
- UNESCO. (2024). *World Heritage in Danger*. UNESCO World Heritage Centre. Retrieved from <https://whc.unesco.org/en/danger/>
- Unicornhouse. (2020). *4C's กลยุทธ์การตลาดมองลูกค้าให้ออก*. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2566 จาก <https://unicornhouse.me/what-is-4c/>
- United Nations. (1981). *Participation and community development*. New York: UN Publications.
- UNWTO. (2017). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. UNESCO World Heritage Centre.

- UNWTO. (2018). *Global Report on Cultural Tourism*. Madrid: World Tourism Organization. UNESCO World Heritage Centre.
- UNWTO. (2020). *Sustainable Tourism and COVID-19 Recovery*. Madrid: UNWTO.
- UNWTO. (2021). *International tourism highlights, 2021 edition*. World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284422746>
- UNWTO. (2021). *Tourism for inclusive growth: World tourism day 2021*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org>
- Urbinner. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs). สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2564 จาก <https://www.urbiner.com/post/maslow-hierarchy-of-needs/> ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)
- Vahtikari, T. (2017). *Valuing World Heritage Cities*. Routledge, New York / London.
- Vaia, G. (2024). Tourism management and sustainable heritage. *International Journal of Tourism Research*, 26(1), 1–15. <https://doi.org/xxxx>
- Wang, M.-Y., Li, Y.-Q., Ruan, W.-Q., Zhang, S.-N., & Li, R. (2024). Influencing factors and formation process of cultural inheritance-based innovation at heritage tourism destinations. *Tourism Management*, 104799. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104799>
- Waterman, R. H., Peters, T. J., & Phillips, J. R. (1980). Structure is not organization. *Business Horizons*, 23(3), 14–26.
- Weihrich, H. (1982). *The TOWS matrix—A tool for situational analysis*. Long Range Planning, 15(2), 54–66. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(82\)90120-0](https://doi.org/10.1016/0024-6301(82)90120-0)
- Wells, M., & Brandon, K. (1992). *People and parks: Linking protected area management with local communities*. World Bank.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2018). *Tourism Highlights*, 2018 Edition. Madrid: UNWTO.
- Yamanashi, S. (2017). Cultural heritage and youth engagement in Kyoto. *Journal of Heritage Studies*, 23(2), 178–190.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*,

- 26(1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>
- Yu, X., & Xu, H. (2019). Cultural heritage elements in tourism: A tier structure from a tripartite analytical framework. *Journal of Destination Marketing and Management*, 13, 39–50. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.05.003>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill Education.
- Zhang, C., Ryan, C., & Cave, J. (2019). Collaborative governance in heritage tourism. *Tourism Management*, 71, 313–324. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.018>
- Zhang, H., Fu, X., Cai, L. A., & Lu, L. (2018). Destination image and tourist loyalty. *Tourism Management*, 65, 326–336.
- Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 581–599.
- กมลชนก จันท์เกตุ. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา: ชุมชนเกาะยอ จังหวัดสงขลา. [ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- กรมศิลปากร. (2533). *ทฤษฎีและแนวปฏิบัติการอนุรักษ์อนุสรณ์สถานและแหล่งโบราณคดี*. เอกสารโบราณคดี หมายเลข 1/2532 2533 หน้า 118-123.
- กรมศิลปากร. (2535). พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 109 ตอนที่ 38 (5 เมษายน 2535)
- กรมศิลปากร. (2565). *คู่มือการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.
- กรมศิลปากร. (2566). *แผนบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ พ.ศ. 2566–2570*. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.
- กระทรวงการต่างประเทศ. (2566). เมืองโบราณศรีเทพได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกแห่งที่ 7 ของประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2566 จาก <https://www.mfa.go.th/th/content/si-thep?cate=5d5bcb4e15e39c306000683d>
- กระทรวงการต่างประเทศ. (2566). *ศรีเทพ แหล่งมรดกโลกของไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการต่างประเทศ.
- กระทรวงการต่างประเทศ. (2567). *คณะกรรมการมรดกโลก (World Heritage Committee) มีมติให้*

- ขึ้นทะเบียนแหล่งพระบาท ประจักษ์พยานแห่งวัฒนธรรมสมัยทวารวดี เป็นมรดกโลก. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.mfa.go.th/th/content/phu-phrabat-world-heritage-th?page=5d5bd3c915e39c306002a907&menu>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). **ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้** (พฤศจิกายน, 2566). กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยว-สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ (2566). **ไทยผงาด Top10 "ประเทศมีอิทธิพลที่สุดในเอเชีย" สหรัฐครองที่ 1 จีนเป็นรอง** สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2566 จาก www.bangkokbiznews.com/world/1051722
- กลุ่มสถิติ ดัชนีเศรษฐกิจและสารสนเทศการท่องเที่ยวและกีฬา กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). **จำนวนนักท่องเที่ยวสะสม**. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2566 จาก <https://secretary.mots.go.th/policy/index.php>
- กลุ่มสถิติ สำนักเศรษฐกิจและสารสนเทศการท่องเที่ยวและกีฬา (2566). **จำนวนจำนวนนักท่องเที่ยวสะสม พ.ศ. 2566**. กรุงเทพมหานคร: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กลุ่มสถิติ สำนักเศรษฐกิจและสารสนเทศการท่องเที่ยวและกีฬา. (2568). **จำนวนนักท่องเที่ยวสะสม**. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2567 จาก https://www.facebook.com/ETSMOTS/?locale=th_TH
- กลุ่มสถิติ สำนักเศรษฐกิจและสารสนเทศการท่องเที่ยวและกีฬา. (2568). **จำนวนนักท่องเที่ยวสะสม**. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2568 จาก https://www.facebook.com/ETSMOTS/?locale=th_TH
- กองจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2561). **คู่มือการนำเสนอแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม และแหล่งมรดกทางธรรมชาติเป็นแหล่งมรดกโลก**. กรุงเทพฯ : อี.ที.พัลลิกซ์.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). **สถิตินักท่องเที่ยว**. ข้อมูล ณ วันที่ 15 มกราคม 2567 จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2568). **สถิตินักท่องเที่ยว**. ข้อมูล ณ วันที่ 15 มิถุนายน 2568 จาก

https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). **รายงานบทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary Report)** โครงการค่าใช้จ่ายสำหรับสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2566 จาก <https://secretary.mots.go.th/policy/index.php>

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). **แบบสำรวจความพึงพอใจภาคสนามเดือนพฤษภาคม-ตุลาคม 2566** ข้อมูล ณ วันที่ 14 พฤศจิกายน 2566 จาก <https://secretary.mots.go.th/policy/index.php>.

กันตชา ศรีอยู่ย, และองค์ บรรจุน. (2564). การมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถีบ้านต้นโพธิ์ จังหวัดปทุมธานีเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 15(2), 33-63.

กัลยา ใจรักษ์. (2559). การพัฒนาระบบแนะนำเพื่อช่วยวางแผนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาบ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์*, 11(2), 13-24.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). *การวิจัยทางการศึกษา: แนวคิด ทฤษฎี และวิธีวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา ศรีนวล, และคณะ. (2563). การเสริมสร้างพลังอำนาจในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). *วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว*. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2567 จาก www.tourismthailand.org

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)*. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2566 จาก <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/46142>.

กิตติพงษ์ พิพิธกุล. (2561). *สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัยทางการศึกษาและสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

กุลวรา สุวรรณพิมล. (2556). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เกษมศักดิ์ พัฒนสกุล. (2565). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการสร้างคุณค่าใหม่ทางเศรษฐกิจและสังคม: กรณีศึกษาเมืองโบราณลพบุรี*. [ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

จันทา ไชยะโวหาน. (2562). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับคุณภาพบริการ. *วารสารการท่องเที่ยว*

ไทย, 15(2), 45–59.

จิตติมา พรหมทอง. (2561). การใช้กรอบแนวคิดการดำรงชีพอย่างยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาเชียงใหม่. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 44(1), 101–120.

จิตรดารมย์ รัตน์วุฒิ. (2560). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมของไทย. *วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 44(1), 85–110.

ขวลีย์ ณ ถลาง. (2562). การจัดการและการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ขวลีย์ ณ ถลาง. (2564). แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะช้าง จังหวัดตราด. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University*, 15(1), 25–37.

ชวัลนุช อุทยาน. (2557). *พฤติกรรมผู้บริโภคด้านการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ชัยญานุช ยุทธวรวิทย์. (2565). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน: โมเดลการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน
กรณีศึกษาบ้านน้ำราบ. [ปริญญานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต]. วิทยาลัยการจัดการ,
มหาวิทยาลัยมหิดล.

ชัยญานุช ยุทธวรวิทย์. (2565). การศึกษาโมเดลการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2566 จาก:
<https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456>

ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์, เสรี วงษ์มณฑา, และชัชณะ เตชคณา. (2561). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ชุดิมา พรหมจรรย์. (2566). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย*. [ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชัชณะ เตชคณา. (2563). *การตลาดเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

โชติ ตราชู, สุรเชษฐ์ เชษฐมาส, พรสวาท วัฒนกุล และนุชนาถ มั่งคั่ง. (2547). การทบทวนกฎหมายและระเบียบปฏิบัติเพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาการพัฒนาแหล่งพลอยเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บริเวณบ้านบ่อแก้ว จังหวัดแพร่. รายงานการประชุมทางวิชาการ การใช้ที่ดินและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ครั้งที่ 1 (หน้า 189–196). กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษาการใช้ที่ดินและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

โชติมา ดีพลพันธ์. (2565). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน: บ้านไผ่หุซัง อำเภอบางเลน*

- จังหวัดนครปฐม. [ปฏิญญาพันธบัตรการจัดการมหัศจรรย์]. สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ, คณะการจัดการการท่องเที่ยว, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ฐานเศรษฐกิจออนไลน์. (2566). **เปิด 10 ประเทศที่ดีที่สุดในโลก 2023 ไทยอันดับ 29 Top**
ผู้มาเยือนมากที่สุดในโลก. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2566 จาก
www.thansettakij.com/business/tourism/575564
- ทราเวลไทม์ออนไลน์. (2566). **อัปเดต 7 มรดกโลกในไทย 2023 World Heritage Site โดย UNESCO.**
 สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2566 จาก <https://travel.trueid.net/detail/3l1m1XoboQbl>
- ทัศนศิลป์. (2566). **แหล่งมรดกโลก: ความสำคัญและการคุ้มครอง.** กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.
- ทิววรรณ ศิริเจริญกันหา, และแสงแข บุญศิริ. (2565). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม
 สาธารณะในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนโดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์
 ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารปริทัศน์*, 35(3), 110–128.
- ไทยพีบีเอสออนไลน์. (2566). **นักท่องเที่ยวต่างชาติทำลายโบราณวัตถุที่ถ้ำมอรัตน์.** สืบค้นเมื่อ 29
 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.thaipbs.or.th>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2566). **ต้นปีหน้าเปิดโปรเจกต์เที่ยวเมืองรอง “เศรษฐกิจ”** สัมผัสได้ข่าวปลอม
กระทบท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2566. จาก
<https://www.thairath.co.th/news/politic/2743244>.
- ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ. (2560). **แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม**
แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา [ปฏิญญาพันธบัตรจัดการมหัศจรรย์].
 มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ชาติรี มหันตรัตน์ และคณะ. (2563). ปัญหาทางกฎหมายกับการมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่นในการ
 บริหารจัดการพื้นที่มรดกโลก: นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
 การวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- ธีระ รุญเจริญ. (2563). **วิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นพปฎล ธาระวานิช, และชวลีย์ ณ ถลาง. (2564). การรับรู้ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพการ
 ให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะ
 รัตนโกสินทร์ (The Foreign Tourists' Perception of Potential Tourist Attractions
 and Quality Services of Cultural Tourist Attractions in Rattanakosin Island).
วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15(2), 45–62.
- นพปฎล ธาระวานิช. (2563). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารวิจัย*
ธุรกิจ, 14(2), 45–59.

- นันทวัฒน์ พรเลิศกษกร. (2565). *การบริหารจัดการตามแนวคิด 7S ของแมคคินซีที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. [ปริญญานิพนธ์ดุขฎิบัณติต, สาขาวิชาการจัดการ]. มหาวิทยาลัยสยาม.
- นุสรรา เรืองสม. (2558). *การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและบริการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บวรเวท รุ่งรุจี. (2568). *ทวารวดี ศรีเทพ มรดกโลก Dvaravati Si Thep World Heritage*. สมาคมอิโคมสไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: อีเกิ้ล เปเปอร์
- เบญจวรรณ สุจริต, และคณะ. (2560). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลนางพญา อำเภอลำปูลา จังหวัดอุดรธานี. *วารสารการท่องเที่ยวไทย*, 13(2), 45–62.
- ปณยา อักษร. (2560). กลยุทธ์การตลาด 4C's รูปแบบการดำเนินชีวิต และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าชุดทำงานผ่านเว็บไซต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. [ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณติต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประสาน มานะวงษ์. (2559). *สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปริณา ลาปะ. (2015). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *Journal of Business Administration, The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 4(1), 30–45.
- ปาริชาติ สายจันดี. (2564). กฎหมายต้นแบบว่าด้วยการจัดทำผังเมืองเฉพาะเพื่อการอนุรักษ์โบราณสถาน. *วารสารพิกุล* ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2564. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2566). ปัญหาการจัดการและการอนุรักษ์โบราณสถานในศรีเทพ. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2566 จาก <https://mgronline.com>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2566). เปิดหลักฐานโบราณวัตถุศรีเทพในต่างประเทศ. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2566 จาก <https://mgronline.com>
- พจนานุกรมราชบัณติตยสถาน. (2542). *พจนานุกรมฉบับราชบัณติตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: ราชบัณติตยสถาน.
- พรพรรณ โปร่งจิตร์. (2561). *นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองบริวาร: การถอดถอนจากการเป็นมรดกโลก*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรลภัส อุณาพรหม. (2560). *การสื่อความหมายเนื้อหาแหล่งมรดกโลก นครประวัติศาสตร์อยุธยา*. [ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณติต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พระครูสุตวรธรรมกิจ. (2563). *บวรสันติ: พุทธวิธีสร้างสังคมยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมสภา.
- พระณัฐกฤต จะติ. (2565). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนวัดวิเศษการ-วัดฉิมทายกา*

- วส. [ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสยาม.
- พระมหาประกาศิต สิริเมธ. (2562). *บทบาทชุมชนในการอนุรักษ์มรดกโลก*. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พลธนธรณ์ ประดิษฐ์เวทย์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยว*, 18(1), 75–89.
- พัทธนันท์ ตั้งวรรณวิทย์ และคณะ. (2567). *กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิริยะ ไกรฤกษ์. (2566). *ศรีเทพ ทวารวดี ราชธานีแห่งแรกของสยาม*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มูลนิธิพิริยะ ไกรฤกษ์.
- พีรวิชญ์ สิงหาพะ, และอชิป จันทรสุริย์. (2564). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในย่านเมืองเก่าภูเก็ต. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย*, 16(1), 77–95.
- โพสต์ทูเดย์ออนไลน์ (2562). จังหวัดในโครงการ "ยิ่งเที่ยว ยิ่งเท ช่วยเปย์ เมืองรอง" สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2566 จาก www.posttoday.com/pr-news/610113
- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด. (2565). พลัฒชุมชน การมีส่วนร่วม ความพอเพียงกับการดำรงชีวิตของเกษตรกรบนพื้นที่ผลกระทบนาเกลือนาข้าว. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 14(2), 161–175.
- มณีกุศล, พ. (2563). *อิทธิพลของรีวิวออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชันวาย*. [ปริญญานิพนธ์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มณีนรัตน์ สุขเกษม, และ นุชเนตร กาฬสมุทร. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน: เมืองมรดกโลก-มรดกวัฒนธรรมมีชีวิต กรณีศึกษา เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 5(1), 160–178.
- ยุทธภูมิ สุวรรณเวช. (2566). *ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรีตามรอยกวีนิพนธ์นิราศเมืองเพชร*. [ปริญญานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2563). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่. *วารสารวิชาการการจัดการการท่องเที่ยว*, 12(1), 85–102.
- รัชนิวรรณ จันทรเจริญ. (2562). ปัจจัยด้านต้นทุนและการตัดสินใจเดินทางในแหล่งมรดกโลก. *วารสารการท่องเที่ยวไทย*, 15(2), 23–39.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2559). *พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ. 2559*. กรุงเทพฯ: ราชกิจจานุเบกษา.
- ลลิตา หาญวงษ์. (2561). *วิกฤตกับโอกาสของพม่าในระหว่างสงครามโลก*. มติชนออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2567 จาก https://www.matichon.co.th/columnists/news_814847

- ลีอาห์ เหยียน. (2566). *การจัดการการท่องเที่ยว: มิติใหม่ของธุรกิจบริการและการต้อนรับ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์การท่องเที่ยว.
- โลเป, ฌอน, และสุภา ปโกฏิประภา. (2544). *มรดกโลกในภาวะวิกฤต*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สารคดี.
- วรพงศ์ ผูกภู และคณะ. (2564). โครงการวิจัย “การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนรากฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงภายใต้พลวัตการเปลี่ยนแปลง: บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่”. สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2564 จาก <https://researchcafe.tsri.or.th/community-based-tourism/>
- วราภรณ์ ศิริกุล. (2562). *การประเมินองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A's ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- วลัยลักษณ์ พันธุรี, & พรณทิมา วรรณสุทธิ. (2565). ศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกด้านวัฒนธรรม. *The Journal of Pacific Institute of Management Science (Humanities and Social Science)*, 8(2), 173–186.
- วสุธิดา พูนกลัด, บุญसान พระทิก, และสุภลักษณ์ วงศ์ไพศาลลักษณ์. (2566). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารวิชาการและวิจัยบูรณาการ*, 3(2), 793–812.
- วิกิพีเดีย. (2566). *แหล่งมรดกโลก*. สืบค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2566 จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/แหล่งมรดกโลก>.
- วิกิพีเดีย. (2567). *การปฏิวัติอุตสาหกรรม*. สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>
- วิภารัตน์ แสงสุวรรณ. (2561). การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ในการวางแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวชุมชน. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิไลวรรณ วรรณศรี. (2564). *หลักการวิจัยและการประเมินผลทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วีระพล ทองมา. (2556). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) สำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้*. เชียงใหม่: คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์, โอชัญญา บัวธรรม, & ชัชชญา ยอดสุวรรณ. (2016). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. *MBA-KKU Journal*, 9(1), 234–259. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/mbakkujournal/article/view/62500>
- ศิลปวัฒนธรรม. (2566). *เมืองโบราณศรีเทพกับสถานะมรดกโลกของไทย*. กรุงเทพฯ: นิตยสารศิลปวัฒนธรรม.

ศิวพงศ์ สีเสียดงาม. (2556). *ศิลปกรรมในวัฒนธรรมเขมรที่เมืองศรีเทพ อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์*. [ปริญญาพนธ์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศิวพงศ์ สีเสียดงาม. (2567). *ศรีเทพ สถาปัตยกรรม-ภูมิมาเมืองมรดกโลก*. กรุงเทพฯ : มติชน.

ศึกษาในภาคใต้ของประเทศไทย. *วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 12(2), 55–70.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยออนไลน์ (2566). **ในช่วงที่เหลือของปี 2566 ต่างชาติเที่ยวไทยเร่งตัว คาดทั้งปีมีจำนวน 28.5 ล้านคน**. สืบค้นเมื่อ 31 พฤษภาคม 2566 จาก www.kasikornresearch.com.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยออนไลน์. (2566). **วีซ่าฟรี ขยายเวลาพำนักรในไทย หนุนตลาดนักท่องเที่ยวรัสเซีย ช่วงที่เหลือปี 2566**. สืบค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2566 จาก www.kasikornresearch.com.

ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). **ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้** (พฤศจิกายน, 2566). กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2566 จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411

สนุกออนไลน์. (2566). **ประเทศไทยติดอันดับ 1 ใน 23 สถานที่ที่ดีที่สุดของการท่องเที่ยวในปี 2023**. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2566 จาก www.sanook.com/travel/1436321/

สมเกียรติ วัฒนศิริชัยกุล. (2562). *แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก: กรณีศึกษา เมืองประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา*. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สมพร จิตเป็นธม. (2562). *การมีส่วนร่วมของชุมชนและภาครัฐใน CBT บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สันติ พัฒน์พันธุ์. (2562). *การมีส่วนร่วมของประชาสังคมในการบริหารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น*. ขอนแก่น:มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, (2566). *สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี.

สำนักงานจังหวัดเพชรบูรณ์. (2566). *แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบูรณ์ พ.ศ. 2566–2570*. เพชรบูรณ์: สำนักงานจังหวัดเพชรบูรณ์.

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2564). *แหล่งมรดกโลก: ความหมายและกรอบนโยบาย*. กรุงเทพฯ : สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร (2566). *ขั้นตอนการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก*. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม

- 2566 จาก <https://worldheritagesite.onep.go.th/register/nonationdossierflow>.
 สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2561). *การบริหารจัดการมรดกโลก*. กรุงเทพฯ: กระทรวง
 ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่าง
 ยั่งยืน พ.ศ. 2559-2563 (CBT Thailand)*. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2566 จาก
<https://secretary.mots.go.th>.
- สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น จังหวัดเพชรบูรณ์. (2566). *14 จุดสุดประทับใจ เที่ยวในเมือง
 เพชรบูรณ์*. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2566 จาก
<http://www.phetchabunlocal.go.th/travel/detail/36/data.html>.
- สุขสันต์ สุทธิพิศาล. (2560). *การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการการท่องเที่ยว*.
 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุนทรีย์ รอดดิษฐ์. (2563). *การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรี
 เทพโดยการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน*. [ปริญญานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราช
 ภัฏเพชรบูรณ์.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2533). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพสำหรับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*. กรุงเทพฯ:
 สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวดี จิตตะ. (2563). *การประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาด 4C's เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 จังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภาวดี วิวัฒน์เวคิน. (2560). *การบริหารเชิงกลยุทธ์และการจัดการองค์การ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2559). *การตลาดเชิงกลยุทธ์และการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
 แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2560). *การสื่อสารการตลาดเพื่อการจัดการองค์การ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2562). *บทบาทการสื่อสารในการเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชน: มุมมองด้านการจัดการ*.
วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพะเยา, 8(1), 15–29.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2566). *คู่มือการบริหารการท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลก*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยพะเยา
- เสรี วงษ์มณฑา. (2566, 27 สิงหาคม). *รณรงค์ปรับ Soft Power ของไทยเป็น 7F*. การสัมมนาเรื่อง
 “การจัดประกวดความงามนานาชาติกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย”,
 โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น, กรุงเทพมหานคร.

เสรี วงษ์มณฑา. (2568). *Community-Based Tourism Overview*. เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2568.

ตำราการสอนระดับปริญญาเอก, มหาวิทยาลัยพะเยา

หทัยภัทร บุญชูดวง. (2562). *มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมนาเกลือ ตำบลโคกขาม อำเภอมือเมือง จังหวัดสมุทรสาคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ ร.9 นครราชสีมา. (2568). *8 มรดกโลกของประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2568 จาก https://www.facebook.com/nlt.korat/?locale=th_TH

อนุรักษ์ ดีพิมาย. (2557). *โบราณสถานเขาค้างนก: ลำดับอายุสมัยและแนวคิดในการก่อสร้าง*.

[ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาโบราณคดีสมัยประวัติศาสตร์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อนุรักษ์ ดีพิมาย. (2563). *พัฒนาการทางวัฒนธรรมเมืองศรีเทพในฐานะเมืองตอนในช่วงก่อนพุทธศตวรรษที่ 19*. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อัจฉรา ศรีสุวรรณ. (2561). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแหล่งมรดกโลก: กรณีศึกษา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย*. [ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ. (2568). *รายงานสถิตินักท่องเที่ยวประจำปี 2566–2567*. เพชรบูรณ์: อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ.

อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ. (2566). *ลำดับเวลาเมืองโบราณศรีเทพ*. สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.facebook.com/อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ/100064352844653>.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก

ของศรีเทพ

Approaches To Cultural Tourism Management to Maintain the Status of
World Heritage Site for Si Thep

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาวิจัยและการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและธุรกิจบริการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสัมภาษณ์นี้ ถือเป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งจะได้รับการปกปิดเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อมูลดังกล่าวจะนำไปใช้ประกอบงานวิจัย การประเมิน การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม และการนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความพึงพอใจ และแนวความคิดในการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัฒนธรรมแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ ซึ่งมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการรักษาแหล่งมรดกโลกของประเทศไทยให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ไม่ถูกถอดถอนจาก UNESCO และความคิดเห็นของท่านจะทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาครัฐสามารถนำไปปรับและประยุกต์ ใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์ และ/หรือนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือสถานกาณ์ให้เป็นปัจจุบันมากที่สุด รวมถึงภาคเอกชน และภาคชุมชนจะมีส่วนร่วมในการวางแผน และ/หรือร่วมกันอนุรักษ์เมืองโบราณศรีเทพ และ/หรือแหล่งมรดกโลกอื่น ๆ ได้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับ
แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของ
ศรีเทพ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์นี้ และขอขอบคุณใน
ความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

นางสาวรมิดา กิตติชัยกุลกิจ

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ผู้วิจัย)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและธุรกิจบริการ

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา



ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ-นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์

ตำแหน่ง หน่วยงาน

หน้าที่/บาทบาท

หมายเลขโทรศัพท์ สถานที่ที่ให้สัมภาษณ์

วันที่ให้สัมภาษณ์ เวลาที่ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก ของศรีเทพ

1. ประสิทธิภาพในการจัดการตามกลยุทธ์การตลาด 4C's ควรเป็นอย่างไร

1.1 C1 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า (Customer) มีเว็บไซต์ในการเปิดให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มีช่องทางในการ
สั่งซื้อสินค้า OTOP ของศรีเทพทางออนไลน์ และ/หรือการให้บริการที่พิกมีเพียงพอให้ลูกค้าได้เลือก
สภาพปัจจุบัน

แนวทางการจัดการ

1.2 C2 วิธีการกำหนดต้นทุนเข้าชมและต้นทุนสินค้าที่จัดจำหน่ายในอุทยาน
ประวัติศาสตร์ศรีเทพ (Cost) วิธีการกำหนดราคาเข้าชม หรือราคาสินค้าเป็นอย่างไร ราคาที่กำหนด
นั้นมีความคุ้มค่า และเหมาะสมกับสินค้า
สภาพปัจจุบัน

แนวทางการจัดการ

1.3 C3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อการให้บริการ (Convenience) การบริหารจัดการในการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกมีประสิทธิภาพและเพียงพอมากน้อยเพียงใด มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวกต่อการบริการ และมีการจัดระเบียบร้านค้า ร้านอาหาร และร้านค้าที่ระลึกชัดเจน เพื่อมิให้ลูกค้าเข้าใจแหล่งมรดกโลก

สภาพปัจจุบัน

.....

แนวทางการจัดการ

.....

1.4 C4 มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (Communication) ข้อมูล/ข่าว สารบนเว็บไซต์มีความทันสมัย และ update สม่าเสมอ มีการขยายช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และมีระบบรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียนที่ชัดเจน

สภาพปัจจุบัน

.....

แนวทางการจัดการ

.....

2. ประสิทธิภาพในการจัดการเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกตาม 7S Model ของ McKinsey ควรเป็นอย่างไร

2.1 โครงสร้าง (Structure) การทำงานขององค์กรบริหารจัดการควรเป็นแบบรวมศูนย์หรือกระจายความรับผิดชอบ มีการกำหนดขอบเขตงานรับผิดชอบที่ชัดเจน และมีการส่งต่อข้อมูลจากผู้บริหารสูงสุดจนถึงระดับปฏิบัติการ หรือไม่ อย่างไร

สภาพปัจจุบัน

.....

แนวทางการจัดการ

.....

2.2 กลยุทธ์ (Strategy) ในการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก เช่น แหล่งท่องเที่ยวมีกลยุทธ์ในการดำเนินการอนุรักษ์โบราณสถานและ/หรือโบราณวัตถุ มีการกำหนดกิจกรรมเชิงชุมชนให้ภาคเอกชน ภาคชุมชน และประชาชนร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก และมีการกำหนดตัวชี้วัดการดำเนินการภายหลังจบกิจกรรม เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนา/ปรับปรุงในกิจกรรมครั้งต่อไปให้ดียิ่งขึ้น

สภาพปัจจุบัน

.....

แนวทางการจัดการ

.....

2.3 ระบบ (System) หลักที่ใช้ในการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลก มีระบบปฏิบัติงานใดที่สำคัญต่อการจัดการแหล่งมรดกโลก มีการประเมินประสิทธิภาพของระบบปฏิบัติงานตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมถึงระบบสารสนเทศที่สนับสนุนให้การจัดการมีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร

สภาพปัจจุบัน

.....

แนวทางการจัดการ

.....

2.4 ทักษะ (Skill) ที่แข็งแกร่งที่สุดขององค์กรในการจัดการแหล่งมรดกโลก เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือปฏิบัติงานเป็นอย่างดี รวมถึงมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาหรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ หรือไม่ อย่างไร

สภาพปัจจุบัน

.....

แนวทางการจัดการ

.....

2.5 รูปแบบ (Style) การบริหารจัดการในองค์กร มีการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือไม่ ความคิดเห็นของผู้บริหารส่งผลต่อการรับรู้ความเชื่อของบุคลากร และการสร้างขวัญกำลังใจของบุคลากรส่งผลต่อการบริการที่มีคุณภาพหรือไม่ อย่างไรต่อการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลก

สภาพปัจจุบัน

.....

แนวทางการจัดการ

.....

2.6 บุคลากร (Staff) มีความรู้ในเรื่องที่รับผิดชอบ มีการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการอย่างชัดเจน และมีการวางแผนทรัพยากรบุคคลที่สอดคล้องกับเป้าหมายหรือไม่ อย่างไร

สภาพปัจจุบัน

.....

แนวทางการจัดการ

.....

2.7 ค่านิยมร่วม (Shared Value) มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการ หน่วยงานมีค่านิยมร่วมกันหรือไม่ มีการกำหนดแรงจูงใจและให้รางวัลคนปฏิบัติงานดี และมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการปฏิบัติงาน โดยคำนึงถึงความต้องการของคนส่วนใหญ่ของคนในพื้นที่หรือไม่ อย่างไร

สภาพปัจจุบัน

.....

แนวทางการจัดการ

.....

3. การดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ เพื่อไม่ให้ถูกถอดถอนจาก UNESCO มีการกำหนดนโยบายมีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการอนุรักษ์และคุ้มครองแหล่งมรดกโลก ชัดเจน มีการนำกฎ ระเบียบ และ/หรือกฎหมาย บังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีอุปสรรคการจัดการเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพหรือไม่ อย่างไร

สภาพปัจจุบัน

.....

แนวทางการจัดการ

.....

4. แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกให้มีประสิทธิภาพ ควรเป็นอย่างไร

สภาพปัจจุบัน

.....

แนวทางการจัดการ

.....

5. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

สภาพปัจจุบัน

.....

แนวทางการจัดการ

.....

ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก

ของศรีเทพ

Approaches To Cultural Tourism Management to Maintain the Status of
World Heritage Site for Si Thep

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาวิจัยและการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและธุรกิจบริการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามนี้ ถือเป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งจะได้รับการปกปิดเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลดังกล่าวจะนำไปใช้ประกอบงานวิจัย การประเมิน การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม และการนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจ และแนวความคิดในการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัฒนธรรมแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ ซึ่งมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการรักษาแหล่งมรดกโลกของประเทศไทยให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ไม่ถูกถอดถอนจาก UNESCO และความคิดเห็นของท่านจะทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาครัฐสามารถนำไปปรับและประยุกต์ ใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์และ/หรือนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือสถานกาณ์ให้เป็นปัจจุบันมากที่สุด รวมถึงภาคเอกชน และภาคชุมชนจะมีส่วนร่วมในการวางแผนและ/หรือร่วมกันอนุรักษ์เมืองโบราณศรีเทพและ/หรือแหล่งมรดกโลกอื่น ๆ ได้

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์และ/หรือดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ และขอขอบคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

นางสาวรมิดา กิตติชัยกุลกิจ

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ผู้วิจัย)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและธุรกิจบริการ

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

☐ LGBT

2. อายุ

☐ 18 - น้อยกว่า 20 ปี

☐ 20 - 35 ปี

☐ 36 - 50 ปี

☐ 51 - 55 ปี

☐ สูงกว่า 55 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ นิสิต/นักศึกษา

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ธุรกิจส่วนตัว

☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือน

☐ 15,000 บาทหรือน้อยกว่า

☐ 15,001 - 25,000 บาท

☐ 25,001-40,000 บาท

☐ มากกว่า 40,001 บาท

6. ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

☐ ภาคกลาง

☐ ภาคเหนือ

☐ ภาคตะวันออก

☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

☐ ภาคตะวันตก

☐ ภาคใต้

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

7. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

☐ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	☐ เพื่อตามรอยกระแสแหล่งมรดกโลก
☐ เพื่อทัศนศึกษา/เพิ่มความรู้	☐ เพื่อทำสื่อประชาสัมพันธ์
☐ เพื่อประกอบพิธีทางศาสนา/เพื่อร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น	
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ	
8. ลักษณะของการเดินทางในครั้งนี้

☐ เดินทางตามลำพัง	☐ เดินทางกับครอบครัว/ญาติ
☐ เดินทางกับกลุ่มเพื่อน	☐ เดินทางกับบริษัททัวร์
☐ เดินทางกับหน่วยงานภาครัฐ	☐ เดินทางกับหน่วยงานเอกชน
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ	
9. จำนวนคนที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้ (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)

☐ 1 คน	☐ 2-3 คน
☐ 4-6 คน	☐ มากกว่า 6 คน
10. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่

☐ วันจันทร์-ศุกร์	☐ วันเสาร์-อาทิตย์	☐ วันหยุดเทศกาลหรือนักชดถุข
--	---	--
11. ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์

☐ ไปเช้า – เย็นกลับ	☐ พักค้างคืน	☐ แวะเที่ยวเนื่องจากเป็นเส้นทางผ่าน
--	-------------------------------------	--
12. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

☐ รถยนต์ส่วนตัว (รถเก๋ง/รถตู้)	☐ รถตู้เช่าเหมา
☐ รถจักรยานยนต์	☐ รถสาธารณะ/ประจำทาง
☐ รถเช่าเหมาท้องถิ่น	☐ รถทัวร์
13. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อ 1 คน สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้

☐ 1,000 บาท หรือน้อยกว่า	☐ 1,001-2,500 บาท
☐ 2,501-4,000 บาท	☐ มากกว่า 4,001 บาท

14. ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

- ☐ ครอบครัว
 ☐ เพื่อน/ญาติแนะนำ
☐ ข่าว/โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
 ☐ บริษัททัวร์
☐ สื่อมวลชน
 ☐ ศูนย์บริการข้อมูลบริการ/ข่าวสาร
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในตารางที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุดต่อระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ระดับความพึงพอใจ

5 = มากที่สุด

4 = มาก

3 = ปานกลาง

2 = น้อย

1 = น้อยที่สุด

เรื่อง	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว (Attraction) อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ					
1. ความน่าสนใจของโบราณสถาน					
2. ความสวยงามของโบราณสถาน					
3. แปรนัยอัตลักษณ์เฉพาะของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ เช่น รูปคนแคระ ไอติมศรีเทพ					
4. สินค้า OTOP					
5. กิจกรรมประจำปีพิธีบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพขึ้น 3 ค่ำเดือน 3					
6. ร้านอาหาร หรืออาหารรสชาติพื้นเมือง					
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ					
1. มีป้ายสัญลักษณ์บอกทาง/ป้ายสื่อความหมายชัดเจน					
2. เส้นทางคมนาคม					
3. มีบริการรถเช่า/รถรับจ้างให้บริการ					
4. การขนส่งสาธารณะ เช่น มีรถโดยสารให้บริการ					
5. มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น					

เรื่อง	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
มีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) โดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ					
1. ร้านอาหาร					
1.1 ภาพรวมร้านอาหารมีความปลอดภัยและมีความสะอาด					
1.2 อาหารถูกสุขอนามัยและสะอาดน่ารับประทาน					
1.3 ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร					
2. ร้านขายของที่ระลึก					
2.1 มีความหลากหลายของประเภทของที่ระลึกในร้านค้า					
2.2 มีช่องทางการรับชำระเงินที่หลากหลายแทนเงินสด					
2.3 ราคาเหมาะสมกับสินค้าของที่ระลึก					
2.4 มีการจัดแบ่งโซนร้านขายของที่ระลึกชัดเจน					
3. มีธนาคาร/สถานที่แลกเงิน/ตู้ ATM					
4. มีสถานพยาบาล/โรงพยาบาล					
5. การสื่อสาร/การโทรคมนาคม เช่น เครือข่าย AIS DTAC TRUE					
6. ปั๊มน้ำมัน					
7. มีจุดบริการให้เช่าชุดพื้นถิ่นเพียงพอ					
8. มีธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการจัดประชุม และการจัดแสดงสินค้า					
ที่พัก (Accommodation) โดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ					
1. ที่พักมีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว					
2. ที่พักมีความปลอดภัยและความสะอาดตามมาตรฐาน SHA+					
3. ราคาของที่พักมีความเหมาะสม					
4. การให้บริการของสถานที่พัก เช่น WIFI สระว่ายน้ำ					
5. ระยะทางในการเดินทางจากที่พักถึงอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพไม่เกิน 5-10 นาที					
กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ					
1. กิจกรรมพาชมเมืองโบราณศรีเทพ					
2. กิจกรรมพาชมเขาค้างคาว					
3. กิจกรรมพาชมเขามอรัตน์					

เรื่อง	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
4. กิจกรรมแต่งกายพื้นเมืองร่วมพิธีเจ้าพ่อศรีเทพ ขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3					
5. มีกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ร้อยลูกปัด วาดภาพการ์ตูนคนแคระ					
6. มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพจัดงาน					
การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) ในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ					
1. มีจุดประชาสัมพันธ์ หรือจุดบริการนักท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์					
2. มีสถานที่จอดรถสะดวก เหมาะสม ปลอดภัย					
3. มีการให้บริการแก่ผู้เข้าชม เช่น รถราง รถขึ้นผู้สูงอายุ					
4. มีห้องน้ำ ห้องสุขาที่สะอาด เพียงพอ สะดวกต่อการใช้งาน					
5. มีปริมาณถังขยะเพียงพอ ไม่มีขยะตกค้าง					
6. มีเครื่องดื่ม/ร้านจำหน่ายของที่ระลึกเพียงพอให้บริการ					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์และ/หรือดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในตารางที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านในการรับรู้ต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

ระดับความคิดเห็น

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

เรื่อง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การอนุรักษ์/การคุ้มครองแหล่งมรดกโลก					
1. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก					
2. ท่านคิดว่าการให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก					

เรื่อง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3. ท่านคิดว่า การสื่อความการอนุรักษ์ของศรีเทพมีความเหมาะสมหรือไม่ เช่น มีป้ายแจ้งชัดเจนห้ามป็น หรือห้ามขึ้นโบราณสถาน หรือการมี QR code ให้ความรู้หรือแจ้ง Do & Don't เป็นภาษาต่าง ประเทศแก่นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ หรือเจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์ควรแจ้งข้อควรระมัดระวังในการเข้าชมโบราณสถาน					
4. การจัดแบ่งพื้นที่ของโบราณสถานและพื้นที่จำหน่ายของที่ระลึก มีความชัดเจนเหมาะสม					
5. ชุมชนมีกิจกรรมอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมของชุมชนที่เหมาะสม					
6. ภาพรวมการบริหารจัดการโดยความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนต่อการอนุรักษ์และคุ้มครองโบราณสถานมีความเหมาะสม					
การบังคับใช้กฎหมายของแหล่งมรดกโลก					
1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎระเบียบหรือกฎหมายในการอนุรักษ์และคุ้มครองโบราณสถานและ/หรือโบราณวัตถุของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง					
2. เนื่องจากกฎหมายเกี่ยวกับโบราณสถานและโบราณวัตถุมีเพียงโทษจำคุก และปรับเท่านั้น ท่านเห็นว่า ควรเพิ่มบทลงโทษประหารชีวิต กักขัง และริบทรัพย์สินแก่ผู้กระทำความผิดและ/หรือผู้ร่วมกระทำความผิด เพื่ออนุรักษ์สมบัติของชาติมิให้มีการลักลอบจำหน่าย					
3. บทลงโทษตามกฎหมายอาญา มาตรา 157 ระบุถึงการละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ จะต้องรับโทษ 2 เท่าของบทลงโทษ ท่านคิดว่า บทลงโทษความผิดของเจ้าพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนร่วมในการลักลอบโบราณวัตถุ มีความเหมาะสม					
4. มีการสื่อความบทลงโทษเกี่ยวกับการกระทำความผิดต่อโบราณสถานและ/หรือโบราณวัตถุชัดเจนและแจ้งผู้เข้าชมอย่างเหมาะสม					
4.1 มีแจ้งบทลงโทษให้นักท่องเที่ยวทราบว่า ถ้าหยิบยืมของที่หล่นหรือหลุดตกอยู่บนพื้น มีโทษปรับไม่เกิน 500,000 บาท จำคุกไม่เกิน 5 ปี					

เรื่อง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4.2 มีแจ้งบทลงโทษให้นักท่องเที่ยวทราบว่า ถ้าแจ้งอธิบดีที่อยู่ใน โครงสร้าง มีโทษปรับไม่เกิน 1,000,000 บาท จำคุกไม่เกิน 10 ปี					
5. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ที่จะให้ภาครัฐควรเพิ่มบทบาทและหน้าที่ของ นักท่องเที่ยวในการปกป้อง สงวน และทำนุบำรุงโบราณสถานและ/หรือ โบราณวัตถุให้ชัดเจน เหมาะสม รวมถึงบทลงโทษนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ หากพบการกระทำความผิดที่เกิดขึ้นต่อโบราณสถาน และ/ หรือโบราณวัตถุ					
6. ภาพรวมของการบังคับใช้กฎ ระเบียบ และ/หรือกฎหมายของเจ้าหน้าที่ ผู้เกี่ยวข้อง มีการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม และชัดเจน					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม
เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ค แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)



แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

เรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลก
ของศรีเทพ

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาวิจัยและการจัดทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและธุรกิจบริการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสัมภาษณ์นี้ ถือเป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ซึ่งจะได้รับการปกปิดเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลดังกล่าวจะนำไปใช้ประกอบการงานวิจัย การประเมิน การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม และการนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรม เพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพอย่างยั่งยืน โดยตรวจสอบความสอดคล้องด้านเนื้อหา และการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของแบบสอบถาม และข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์และ/หรือดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การตอบแบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) กับวัตถุประสงค์การวิจัยเรื่องนี้ได้มีการกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรงดังต่อไปนี้

- +1 = เมื่อแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นมีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย
- 0 = เมื่อไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นมีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย
- 1 = เมื่อแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นมีเนื้อหาไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้คะแนนแต่ละข้อคำถามในระบบ IOC โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน และขอขอบคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

นางสาวรมิดา กิตติชัยกุลกิจ

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ผู้วิจัย)

สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรมและธุรกิจบริการ

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา



ตารางวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น									ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	T1-Y	T2-P	T3-G	T4-O	T5-T	Score	
1	เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง	☒			+1	+1	+1	+1	+1	1	
2	อายุ ☐ 18 - น้อยกว่า 20 ปี ☐ 20 - 35 ปี ☐ 36 - 50 ปี ☐ 51 - 55 ปี ☐ สูงกว่า 55 ปี	☒			+1	0	+1	-1	+1	0.60	
3	ระดับการศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี	☒			+1	+1	+1	+1	+1	1	
4	อาชีพ ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ	☒			+1	+1	+1	+1	+1	1	
5	รายได้ต่อเดือน ☐ 15,000 บาท หรือน้อยกว่า ☐ 15,001 - 25,000 บาท ☐ 25,001 - 40,000 บาท ☐ มากกว่า 40,001 บาท	☒			+1	+1	+1	+1	+1	1	
6	ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว ☐ ภาคกลาง ☐ ภาคเหนือ ☐ ภาคตะวันออก ☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ☐ ภาคตะวันตก ☐ ภาคใต้	☒			+1	+1	+1	+1	+1	1	

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว
อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น									ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	T1-Y	T2-P	T3-G	T4-O	T5-T	Score	
1	วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ☐ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ☐ เพื่อตามรอยกระแสแหล่งมรดกโลก ☐ เพื่อทัศนศึกษา/เพิ่มความรู้ ☐ เพื่อทำสื่อประชาสัมพันธ์ ☐ เพื่อประกอบพิธีทางศาสนา/ เพื่อร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น	☒			+1	+1	+1	-1	+1	0.80	
2	ลักษณะของการเดินทางในครั้งนี้ ☐ เดินทางตามลำพัง ☐ เดินทางกับครอบครัว/ญาติ ☐ เดินทางกับกลุ่มเพื่อน ☐ เดินทางกับบริษัททัวร์ ☐ เดินทางกับหน่วยงานภาครัฐ ☐ เดินทางกับหน่วยงานเอกชน	☒			+1	+1	+1	-1	+1	0.80	
3	จำนวนคนที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้ (รวมผู้ตอบคำถาม) ☐ 1 คน ☐ 2-3 คน ☐ 4-6 คน ☐ มากกว่า 6 คน	☒			+1	+1	+1	+1	+1	1	
4	ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ☐ วันจันทร์-ศุกร์ ☐ วันเสาร์-อาทิตย์ ☐ วันหยุดเทศกาลหรือวันหยุดพิเศษ	☒			+1	+1	+1	+1	+1	1	
5	ลักษณะของการท่องเที่ยวครั้งนี้ของท่าน ☐ ไปเช้า-เย็นกลับ ☐ พักค้างคืน ☐ แวะเที่ยวเนื่องจากเป็นเส้นทางผ่าน	☒			+1	0	+1	0	+1	0.60	

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น									ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	T1-Y	T2-P	T3-G	T4-O	T5-T	Score	
6	พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ☐ รถยนต์ส่วนตัว (รวมถึงรถเก๋งและรถตู้) ☐ รถตู้ ☐ รถจักรยานยนต์ ☐ รถสาธารณะ/ประจำทาง ☐ รถเช่าเหมาท้องถิ่น ☐ รถทัวร์	✓			+1	+1	+1	-1	+1	0.80	
7	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อ 1 คนสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ ☐ 1,000 บาท หรือน้อยกว่า ☐ 1,001-2,500 บาท ☐ 2,501-4,000 บาท ☐ มากกว่า 4,001 บาท	✓			+1	+1	+1	+1	+1	1	
8	ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ☐ ครอบครัว ☐ เพื่อน/ญาติแนะนำ ☐ ศูนย์บริการข้อมูลบริการ/ข่าวสาร ☐ ข่าว/โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ☐ บริษัททัวร์ ☐ สื่อมวลชน ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ	✓			+1	+1	+1	0	+1	0.80	

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยาน
ประวัติศาสตร์ศรีเทพ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในตารางที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านต่อระดับความพึงพอใจ
การท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพอยู่ในระดับใด
ระดับความพึงพอใจ

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ระดับความคิดเห็น								ข้อเสนอแนะ	
		5	4	3	2	1	+1	0	-1	T1-Y	T2-P	T3-G	T4-O	T5-T		Score
1. สิ่งดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยว (Attraction) อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ																
1	ความน่าสนใจของโบราณสถาน						✓			+1	+1	+1	+1	0	0.80	
2	ความสวยงามของโบราณสถาน						✓			+1	+1	+1	+1	0	0.80	
3	แบรนด์อัตลักษณ์เฉพาะของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ เช่น รูปคนแคระ โอติมศรีเทพ						✓			+1	+1	+1	+1	0	0.80	
4	สินค้า OTOP						✓			+1	+1	+1	+1	0	0.80	
5	มีกิจกรรมประจำปีพิธีบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพ ขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3						✓			+1	+1	+1	+1	0	0.80	
6	ร้านอาหาร หรืออาหารรสชาติพื้นเมือง						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ																
1	มีป้ายสัญลักษณ์บอกทาง/ป้ายสื่อความหมายชัดเจน						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
2	เส้นทางการคมนาคมมีสภาพอย่างไร						✓			+1	+1	+1	0	0	0.60	
3	มีบริการรถเช่า/รถรับจ้างให้บริการ						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
4	การขนส่งสาธารณะ เช่น มีรถโดยสารให้บริการ						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
5	มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ																
1	ร้านอาหาร															
1.1	ภาพรวมร้านอาหารมีความปลอดภัยและมีความสะอาด						✓			+1	+1	+1	0	+1	0.80	
1.2	อาหารถูกสุขอนามัยและสะอาดน่ารับประทาน						✓			+1	+1	+1	0	+1	0.80	

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ระดับความคิดเห็น								ข้อเสนอแนะ	
		5	4	3	2	1	+1	0	-1	T1-Y	T2-P	T3-G	T4-O	T5-T		Score
1.3	ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
2	ร้านขายของที่ระลึก															
2.1	มีความหลากหลายของประเภทของที่ระลึกในร้านค้า						✓			+1	+1	+1	0	+1	0.80	
2.2	มีช่องทางการรับชำระเงินที่หลากหลายแทนเงินสด						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
2.3	ราคาเหมาะสมกับสินค้าของที่ระลึก						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
2.4	มีการจัดแบ่ง Zone ร้านขายของที่ระลึกชัดเจน						✓			+1	+1	+1	-1	+1	0.80	
3	มีธนาคาร/สถานที่แลกเงิน/ตู้ ATM						✓			+1	0	+1	0	+1	0.60	
4	มีสถานพยาบาล/โรงพยาบาล								✓	+1	0	+1	-1	+1	0.40	
5	การสื่อสาร/การโทรคมนาคม เช่น เครือข่าย AIS DTAC TRUE						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
6	ปั้มน้ำมัน								✓	+1	0	+1	-1	0	0.20	
7	มีจุดบริการให้เช่าชุดพื้นถิ่นเพียงพอ						✓			+1	0	+1	+1	+1	0.80	
8	มีธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจการจัดประชุม การจัดแสดงสินค้า								✓	+1	0	+1	0	0	0.20	
4. ที่พัก (Accommodation) โดยรอบอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ																
1	มีที่พักเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว							✓		+1	+1	+1	-1	+1	0.80	
2	ที่พักมีความปลอดภัยและความสะอาดตามมาตรฐาน SHA+							✓		+1	+1	+1	-1	+1	0.80	
3	ราคาของที่พักมีความเหมาะสม							✓		+1	+1	+1	-1	+1	0.80	
4	การให้บริการของสถานที่พัก เช่น WIFI ส้วม่วยน้ำ							✓		+1	+1	+1	-1	+1	0.80	
5	ระยะทางในการเดินทางจากที่พักถึงอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพไม่เกิน 5-10 นาที							✓		+1	+1	+1	-1	+1	0.80	
5. มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ในอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ																
1	กิจกรรมพาชมเมืองโบราณศรีเทพ						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
2	กิจกรรมพาชมเขาคลังมอก						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
3	กิจกรรมพาชมเขามอรัตน์						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
4	กิจกรรมแต่งกายพื้นเมืองร่วมพิธีเจ้าพ่อศรีเทพ ขึ้น 3 ค่ำเดือน 3						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความความพึงพอใจ					ระดับความคิดเห็น								ข้อเสนอแนะ	
		5	4	3	2	1	+1	0	-1	T1-Y	T2-P	T3-G	T4-O	T5-T		Score
5	มีกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ร้อยลูกปัด วาดภาพการ์ตูน คนแคระ						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
6	มีโอกาสดำเนินกิจกรรมที่ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ จัดงาน								✓	+1	-1	-1	-1	-1	0.20	
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)																
1	มีจุดประชาสัมพันธ์ หรือจุด บริการนักท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
2	มีสถานที่จอดรถสะดวก เหมาะสม ปลอดภัย						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
3	มีการให้บริการแก่ผู้เข้าชม เช่น รถรางรถเข็นผู้สูงอายุ						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
4	มีห้องน้ำ ห้องสุขาที่สะอาด เพียงพอ สะดวกต่อการ ใช้ งาน						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
5	มีปริมาณถังขยะเพียงพอ ไม่ มีขยะตกค้าง						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
6	มีเครื่องดื่ม/ร้านจำหน่ายของ ที่ระลึกเพียงพอให้บริการ						✓			+1	0	+1	+1	+1	0.80	

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการอนุรักษ์และ/หรือดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในตารางที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านในการรับรู้ต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ

ระดับความคิดเห็น

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ระดับความคิดเห็น								ข้อเสนอแนะ	
		5	4	3	2	1	+1	0	-1	T1-Y	T2-P	T3-G	T4-O	T5-T		Score
1. การอนุรักษ์และการคุ้มครองแหล่งมรดกโลก																
1	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
2	ท่านคิดว่าการให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการอนุรักษ์แหล่งมรดกโลก						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ระดับความคิดเห็น								ข้อเสนอแนะ	
		5	4	3	2	1	+1	0	-1	T1-Y	T2-P	T3-G	T4-O	T5-T		Score
3	การสื่อความการอนุรักษ์ของ ศรีเทพมีความเหมาะสม หรือไม่ เช่น มีป้ายแจ้งชัดเจน ห้ามป็น หรือห้ามขึ้น โบราณสถาน หรือการมี QR code ให้ความรู้หรือแจ้ง Do & Don't เป็นภาษาต่าง ประเทศแก่นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ หรือเจ้าหน้าที่/ มัคคุเทศก์ควรแจ้งข้อควร ระมัดระวังในการเข้าชม โบราณสถาน						✓			+1	0	+1	+1	+1	0.80	
4	การจัดแบ่งพื้นที่ของ โบราณสถานและพื้นที่ จำหน่ายของที่ระลึกมีความ ชัดเจนเหมาะสม						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
5	ชุมชนมีกิจกรรมอนุรักษ์และ ฟื้นฟูวัฒนธรรมของชุมชนที่ เหมาะสม						✓			+1	+1	+1	0	+1	0.80	
6	ภาพรวมการบริหารจัดการ โดยความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนต่อการ อนุรักษ์และคุ้มครอง โบราณสถานมีความเหมาะสม						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
2. การบังคับใช้กฎหมายของแหล่งมรดกโลก																
1	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เกี่ยวกับประสิทธิภาพในการ บังคับใช้กฎ ระเบียบหรือ กฎหมายในการอนุรักษ์และ คุ้มครองโบราณสถานและ/ หรือโบราณวัตถุของเจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้อง						✓			+1	+1	+1	+1	+1	1.00	
2	เนื่องจากกฎหมายเกี่ยวกับ โบราณสถานและโบราณวัตถุ มีเพียงโทษจำคุก และปรับ เท่านั้น ท่านเห็นว่า ควรเพิ่ม บทลงโทษประหารชีวิต กักขัง และริบทรัพย์สินแก่ผู้กระทำ ความผิดและ/หรือผู้ร่วม กระทำความผิด เพื่ออนุรักษ์ สมบัติของชาติมิให้มีการ ลักลอบจำหน่าย								✓	+1	0	+1	-1	+1	0.40	

ข้อ	ประเด็นคำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ระดับความคิดเห็น								ข้อเสนอแนะ	
		5	4	3	2	1	+1	0	-1	T1-Y	T2-P	T3-G	T4-O	T5-T		Score
3	บทลงโทษตามกฎหมายอาญามาตรา 157 ระบุถึงการละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าพนักงานหรือเจ้าหน้าที่จะต้องรับโทษ 2 เท่าของบทลงโทษ ท่านคิดว่าบทลงโทษความผิดของเจ้าพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนร่วมในการลักลอบโบราณวัตถุมีความเหมาะสม								✓	+1	0	+1	-1	+1	0.40	
4	มีการสื่อความบทลงโทษเกี่ยวกับการกระทำความผิดต่อโบราณสถานและ/หรือโบราณวัตถุชัดเจนและแจ้งผู้เข้าชมอย่างเหมาะสม								✓	+1	0	+1	-1	+1	0.40	
4.1	มีแจ้งบทลงโทษให้นักท่องเที่ยวทราบว่า ถ้าหยิบฉวยที่หล่นหรือหลุดตกอยู่บนพื้นมีโทษปรับไม่เกิน 500,000 บาท จำคุกไม่เกิน 5 ปี															
4.2	มีแจ้งบทลงโทษให้นักท่องเที่ยวทราบว่า ถ้าแตะอิฐที่อยู่ในโครงสร้าง มีโทษปรับไม่เกิน 1,000,000 บาท จำคุกไม่เกิน 10 ปี								✓	+1	0	+1	-1	+1	0.40	
5	ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ที่จะให้ภาครัฐควรเพิ่มบทพาทและหน้าที่ของนักท่องเที่ยวในการปกป้อง สงวน และทำนุบำรุงโบราณสถานและ/หรือโบราณวัตถุให้ชัดเจนเหมาะสม รวมถึงบทลงโทษนักท่องเที่ยวต่างชาติ หากพบการกระทำความผิดที่เกิดขึ้นต่อโบราณสถาน และ/หรือโบราณวัตถุ						✓			+1	0	+1	+1	+1	0.80	
6	ภาพรวมของการบังคับใช้กฎระเบียบ และ/หรือกฎหมายของเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง มีการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมและชัดเจน						✓			+1	0	+1	+1	+1	0.80	

ค่าเฉลี่ย 0.88 ไม่ได้คิดอนุรักษ์/การบังคับใช้กฎหมาย ข้อรวม 55 ข้อ รวมคะแนน 48.40 ทหารใต้ 0.88 ถ้ารวมหมด ข้อรวม 68 ข้อรวมคะแนน 57.6 ทหาร 0.85

ภาคผนวก ง ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A3	38.244472527445.384 72530		.745	.947
B3	38.543722527442.756 72525		.776	.946
C31	38.457389194142.967 39190		.767	.946
C32	38.593222527441.771 72520		.841	.943
C3	38.676107142842.170 57140		.911	.941
D3	38.625722527442.982 72526		.778	.946
E3	38.515305860842.070 05850		.812	.944
F3	38.324889194143.596 39190		.765	.946
G4	38.361555860843.941 05850		.779	.946
H24	38.444472527442.044 72520		.693	.950
H4	38.320365384643.860 15380		.732	.947

ภาคผนวก จ หนังสือตอบรับการตีพิมพ์บทความวิจัย



Southeast Bangkok University
มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์กรุงเทพ



: SBU Southeast Bangkok



: www.southeast.ac.th



: SBU Southeast Bangkok

ที่ กวบ. ๐๔๗/๒๕๖๘

๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๘

เรื่อง บทความที่ได้รับการตีพิมพ์

เรียน คุณรมิดา กิตติชัยกุลกิจ, คุณเสรี วงษ์มณฑา, คุณชวลีย์ ณ ถลาง, คุณชัชชนะ เดชคณา

ตามที่ท่านได้ส่งบทความวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเมืองมรดกโลก” เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเซาท์อีสต์กรุงเทพ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) นั้น

กองบรรณาธิการวารสารฯ ได้ดำเนินการจัดส่งบทความดังกล่าว โดยผ่านขั้นตอนและกระบวนการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๓ ท่าน จากหลากหลายสถาบัน รวมทั้งได้ผ่านการปรับปรุงแก้ไขจากท่านแล้ว กองบรรณาธิการวารสารฯ จึงได้มีมติอนุมัติให้นำลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเซาท์อีสต์กรุงเทพ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม – ธันวาคม ๒๕๖๘) ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

d. suat amr

(ศ. พลเรือตรีหญิง ยุวดี เปรมวิชัย)

บรรณาธิการวารสารวิชาการเซาท์อีสต์กรุงเทพ

(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

กองบรรณาธิการ วารสารวิชาการเซาท์อีสต์กรุงเทพ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

กลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ

โทร. ๐-๒๗๔๔-๗๓๕๖-๖๕ ต่อ ๑๖๖, โทรสาร ๐-๒๗๔๔-๑๓๕๖

ที่ จอพ ๐๕๔/๒๕๖๘



สำนักงานไทภิวัฒน์

๖๖/๓ หมู่ ๑ บ้านโคกสี ตำบลโคกสี
อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
๔๐๐๐๐ โทรศัพท์ ๐๘๑-๘๗๒๒๒๖๘

๒๕ กันยายน ๒๕๖๘

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์บทความ

เรียน รมิดา กิตติชัยกุลกิจ ขวลิย์ ณ ถลาง เสรี วงษ์มณฑา และ ชุชนะ เตชคณา

ตามที่ท่านได้ส่งบทความเรื่อง “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการอนุรักษ์ คุ่มครอง และการบังคับใช้กฎหมายในแหล่งมรดกโลกศรีเทพ” เพื่อพิมพ์เผยแพร่ในวารสารการจัดการองค์กร และพัฒนาสังคมนั้น

ในการนี้ กองบรรณาธิการได้ดำเนินการตามกระบวนการพิจารณา จากคณะกรรมการกลั่นกรอง บทความ โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๓ ท่าน จากหลากหลายสถาบัน ซึ่งไม่ได้สังกัดสถาบันเดียวกันกับผู้แต่งบทความเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และกองบรรณาธิการเห็นชอบรับบทความ ของท่านตีพิมพ์ในวารสารการจัดการองค์กร และพัฒนาสังคม ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ ประจำเดือน กรกฎาคม- ธันวาคม ๒๕๖๘ ซึ่งวารสารนี้อยู่ในกลุ่ม ๒ ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI ๒) ตั้งแต่ปี ๒๕๖๘ – ๒๕๗๒

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ยุทธพล ทวะชาลี)

บรรณาธิการวารสารการจัดการองค์กร และพัฒนาสังคม

Journal of Organizational Management and Social Development

วารสารการจัดการองค์กร และพัฒนาสังคม

Journal of Organizational Management and Social Development

<https://so17.tci-thaijo.org/index.php/JOMSD>

โทรศัพท์ ๐๘๑-๘๗๒๒๒๖๘ (ดร.ยุทธพล ทวะชาลี: บรรณาธิการวารสาร)

E-mail: ad-jomsd24@outlook.com

ภาคผนวก ฉ เอกสารรับรองโครงการวิจัย



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
The Human Research Ethics Committee of University of Phayao on Humanities and Social Sciences
19 หมู่ 2 ตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000 เบอร์โทรศัพท์ 05446 6666

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากลได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

ชื่อโครงการ : แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ
: Approaches To Cultural Tourism Management to Maintain the Status of World Heritage Site for Sithep

เลขที่โครงการวิจัย : HREC-UP-HSS 2.2/191/67

ผู้วิจัยหลัก : นางสาวมิตา กิตติชัยกุลกิจ

สังกัดหน่วยงาน : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ ถลาง

สังกัดหน่วยงาน : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

วิธีทบทวน : แบบเร่งรัด (Expedited)

รายงานความก้าวหน้า : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทิพย์ เสมอเชื้อ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วันที่รับรอง : 9 กรกฎาคม 2567

วันหมดอายุ : 9 กรกฎาคม 2568

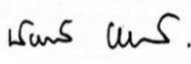
ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

นักวิจัยทุกท่านที่ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยต้องปฏิบัติตามดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
2. ใช้เอกสารแนะนำอาสาสมัคร ใบยินยอม (และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัยหรือใบโฆษณาถ้ามี) แบบสัมภาษณ์ และหรือแบบสอบถาม เฉพาะที่มีตราประทับของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เท่านั้น
3. รายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงที่เกิดขึ้นหรือการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมวิจัยใดๆ ต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ภายในระยะเวลาที่กำหนด ในวิธีดำเนินการมาตรฐาน (SOPs)
4. ส่งรายงานความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ตามเวลาที่กำหนดหรือเมื่อได้รับการร้องขอ
5. การรับรองโครงการวิจัยของคณะกรรมการฯ มีกำหนด 1 ปี หลังจากวันที่คณะกรรมการมีมติให้การรับรอง ถ้าโครงการวิจัยยังไม่สิ้นสุด หรือดำเนินการไม่ทันตามกำหนด ผู้วิจัยสามารถเสนอขยายการรับรองโครงการวิจัยต่อไปได้ ตามแบบเสนอขอต่ออายุการรับรองโครงการที่ได้กำหนดไว้ก่อนอย่างน้อย 1 เดือน ก่อนวันหมดอายุตามที่กำหนดไว้ในหนังสือรับรอง
6. หากการวิจัยเสร็จสมบูรณ์ผู้วิจัยต้องแจ้งปิดโครงการตามแบบฟอร์มของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

*รายชื่อของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ชื่อและตำแหน่ง) ที่เข้าร่วมประชุม ณ วันที่พิจารณารับรองโครงการวิจัย (หากร้องขอล่วงหน้า)

ภาคผนวก ข ประกาศนียบัตรการอบรมจริยธรรมการวิจัย

 มหาวิทยาลัยแม่โจ้ MAEJO UNIVERSITY คณะศิลปศาสตร์ FACULTY OF LIBERAL ARTS	มอบประกาศนียบัตรนี้เพื่อแสดงว่า
	รณิดา กิตติชัยกุลกิจ
	ได้เข้ารับการอบรมออนไลน์
	เรื่อง “จริยธรรมการวิจัยในคน สำหรับการวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์”
	รุ่นที่ ๖
ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
ประกาศนียบัตรมีอายุ ๒ ปี ให้ไว้ ณ วันที่ ๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖	
	
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จกพรพันธ์ ชิตชุมแสง)	(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนาพร ชันนุดต)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
7-5-2023 100%	2/2



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	รณิดา กิตติชัยกุลกิจ
วัน เดือน ปี เกิด	17 มกราคม 2515
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2544 น.ม. (กฎหมายระหว่างประเทศ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2538 น.บ. (นิติศาสตร์), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	1482/434 ถนนพหลโยธิน แขวงจันทระเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร
ผลงานตีพิมพ์	รณิดา กิตติชัยกุลกิจ, เสรี วงษ์มณฑา, ชวลีย์ ณ กลาง, และชัชชนะ เตชคณา. (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพเมืองมรดกโลก. วารสารวิชาการเสาร์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568). รณิดา กิตติชัยกุลกิจ, ชวลีย์ ณ กลาง, เสรี วงษ์มณฑา, และชัชชนะ เตชคณา. (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการดำรงสถานะความเป็นแหล่งมรดกโลกของศรีเทพ. วารสารการจัดการองค์กร และพัฒนาสังคม, ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568).