

ทัศนคติและแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Attitude and Guidelines for Development Cultural Tourism in Communities of Phra Nakhon Si Ayutthaya

กนกกาญจน์ กล่อมเกลา¹ และ ชีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ^{2*}

Kanokkarn Klomklaw¹, and Theerasak Supprasert^{2*}

**Corresponding Author*

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Faculty of Business Administration and Information Technology,

Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

E-mail: theerasak.research@gmail.com

Received December 28, 2023; Revised February 7, 2024; Accepted February 22, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรมของวัดและโบราณสถาน 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถาน 3) เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ Ordered Logit Models ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีทัศนคติระดับมาก ต่อการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรมของวัดและโบราณสถานในชุมชน เหตุผลหลัก คือวัดและโบราณสถานเป็นการสร้างความภาคภูมิใจของคนในชาติจากความรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชน คือ นักท่องเที่ยวที่มีธุรกิจส่วนตัว, สมาชิกในครอบครัว 1-3 คน, นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท/เดือน และเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว มีอิทธิพลทำให้โอกาสของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จากทัศนคติด้านการอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้น ควรมีความเข้าใจและรับทราบในประเด็น 1) ทราบบริบทของคนในชุมชนที่มีต่อการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยววัดและโบราณสถาน 2) ศักยภาพและจุดเด่นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็น

เอกลักษณ์และมีคุณค่า 3) ผลกระทบทางบวกต่อชุมชนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ
4) ผลกระทบทางลบต่อชุมชนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน; การอนุรักษ์; ทักษะ

Abstract

The objectives of this article are: 1) to study attitudes regarding the conservation of cultural heritage sites, temples, and ancient sites. 2) to analyze factors affecting attitudes regarding the importance of temples and ancient sites. 3) to study guidelines for the development of cultural tourism in the community of Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. This research is mixed-methods research. The tools used to collect data include questionnaires and interviews. The statistics used in data analysis include frequency, percentage, mean, and standard deviation. And inferential statistics are Ordered Logit models. The results of the research found that: 1) Tourists in Phra Nakhon Si Ayutthaya province have a high level of attitude towards preserving the cultural heritage sites of temples and ancient sites in the community. The main reason is that temples and ancient sites are a source of pride for the nation's cultural prosperity, which has been passed down from generation to generation. 2) Factors affecting attitudes that recognize the importance of temples and ancient sites in the community are tourists who have their own businesses, 1–3 family members, tourists with an income of more than 20,000 baht per month, and travelers by private car. It influences the opportunity for the number of tourists to increase from an attitude towards conservation of cultural tourism. 3) Guidelines for the development of cultural tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province rely on: 1) knowing the context of people in the community towards the conservation of tourist attractions, temples, and ancient sites; 2) the potential and strengths of cultural tourism resources that are unique and valuable; 3) the positive impact on the community of cultural tourism; and 4) the results, negatively affecting the community of cultural tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province.

Keywords: Cultural Tourism in the Community; Conservation; Attitude

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีมรดกอันล้ำค่าทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม โดยมีมรดกซึ่งเปรียบเสมือนสินทรัพย์ของประเทศไทยในปัจจุบันนี้ก็ได้นำมาซึ่งรายได้อันมหาศาล เนื่องจากว่ามีผู้สนใจมาเยือนจากทั่วโลกจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของนักท่องเที่ยวหรือมาเพื่อเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมก็ตาม มรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้ได้สร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือนเป็นอย่างมาก Ministry of Tourism and Sport (2023) ได้สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2566 มีรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 1.2 ล้านล้านบาท อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งเป็นโรคอุบัติใหม่ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศในหลายมิติ ได้ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยและหลายประเทศทั่วโลกอย่างกว้างขวางและรุนแรงในระดับที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน จึงทำให้เศรษฐกิจภายในประเทศมีการชะลอตัวและลดลง จากข้อมูลของ Ministry of Tourism and Sport (2021) นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ร้อยละ 38.01 และเป็นภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในอัตราสูงสุตร้อยละ 46.12 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยสูง 3 อันดับแรกคือ นักท่องเที่ยวจีน มาเลเซีย และรัสเซีย ตามลำดับ และที่สร้างรายได้สูงสุดให้กับประเทศไทยยังคงเป็นนักท่องเที่ยวจีน (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourist and Sports, 2020) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสำคัญที่จะกระตุ้นให้เศรษฐกิจภายในประเทศให้คนในประเทศเกิดการท่องเที่ยว รัฐบาลไทยได้พยายามส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยมีนโยบายให้เน้นการส่งเสริมบทบาทชุมชน และองค์กรชุมชนท้องถิ่น ให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวหลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน (Office of the National Economic and Social Development Board, 2018) แต่งานวิจัยส่วนใหญ่ยังไม่ได้ศึกษาในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพ เพราะขาดการจัดการที่เหมาะสม สาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าวคือ หน่วยงานต่าง ๆ และชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทที่ไม่สมดุลในการวางแผน การบริหารงาน และการตลาด ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากได้รับการพัฒนาไปตามนโยบายของรัฐ ทำให้ชุมชนไม่สามารถจัดการกับการท่องเที่ยวที่ขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วในพื้นที่ของตนได้

จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากมายที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ควรค่าแก่การศึกษาและสืบทอดอนุรักษ์อย่างยิ่งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้วยการสร้างความยั่งยืน เพื่อให้เกิดการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอันจะเป็นการสร้างคามมั่นคงทางรายได้ และเกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นอีกรูปแบบ

หนึ่งที่ชุมชนมีโอกาสได้นำเอาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนออกมานำเสนอเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจก่อให้เกิดอาชีพรายได้แก่ชุมชนและเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทั้งในระดับชุมชนท้องถิ่น และระดับประเทศ แม้ว่าจังหวัดพระนครศรีอยุธยาประสบความสำเร็จทางด้านการท่องเที่ยวในแง่ของจำนวนนักท่องเที่ยว และสภาพพื้นที่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวก็ตาม แต่สิ่งที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ยังขาดและจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วนคือ คือ ปัญหาด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวและการจัดการพื้นที่วัดและอุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งถือเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (Ratanapongtra et al., 2016)

บทความนี้ จะนำเสนอผลการศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรมของวัดและโบราณสถาน วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถาน ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และศึกษาแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยงานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นโบราณสถาน มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพราะจังหวัดนี้มีความได้เปรียบในด้านการเดินทางที่มีความสะดวกสบาย นอกจากนี้ภาครัฐและเอกชนมีความร่วมมือกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวหลายกิจกรรม ดังนั้นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มที่ต้องการแสวงหาสถานที่ที่แสดงถึงความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่านักท่องเที่ยวที่มาเยือนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพที่ผู้วิจัยควรจะทำให้ความสนใจว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อที่จะนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ และเกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรมของวัดและโบราณสถานในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 4.

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดด้านทัศนคติ

ในการศึกษางานวิจัยทางด้านทัศนคติ จาก Schermerhorn (2000), Lutz (1991), Rueangwani et al. (2017), และ Kraus (1995) ได้ว่าทัศนคติเป็นการวางแนวความคิดและความรู้สึกต่อวัตถุหรือสถานการณ์ในแง่บวกหรือลบ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของบุคคล นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวมักมีความตั้งใจที่จะเข้าพักและเลือกท่องเที่ยวในสถานะนั้น ๆ เนื่องจากมีความพึงพอใจและเข้าใจถึงคุณค่าของการเที่ยวชมนั้น ๆ ซึ่งการสร้างทัศนคติที่ดีสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอนาคต อย่างไรก็ตาม ถ้ามีปัญหาหรือความไม่พอใจ อาจส่งผลให้เกิดสิ่งตรงข้ามและมีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวในอนาคตด้วย ดังนั้น การสร้างและรักษาทัศนคติที่ดีเป็นสิ่งสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และส่งผลต่อความเชื่อถือและการเลือกท่องเที่ยวของผู้อื่นโดยตรงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปได้ว่า หากนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวใด เช่น รับรู้ถึงประโยชน์ ความคุ้มค่า คุณค่า และความเพลิดเพลินของแหล่งเที่ยวนั้น ย่อมส่งผลให้เกิดการเดินทางไปท่องเที่ยวยังที่นั้น ๆ

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อมาเยี่ยมชมสถานที่ และมีสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกิดขึ้นได้ในพื้นที่จะต้องเป็นพื้นที่มีองค์ประกอบอย่างน้อย 1 ใน 4Hs (Heritage, History, Habitat and Handicraft) คือ (1) พื้นที่ประเภทที่มีแหล่งเป็นมรดก (Heritage) ทำให้เกิดการท่องเที่ยวในทางวัฒนธรรมหรือโบราณคดี (2) พื้นที่ประเภทที่มีแหล่งความเป็นประวัติศาสตร์ (History) จะเป็นแหล่งให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นประวัติศาสตร์ (3) พื้นที่ประเภทที่มีปรากฏเป็นร่องรอยชุมชนการอยู่อาศัย (Habitat) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน วิถีชีวิต และ (4) พื้นที่ประเภทที่มีงานศิลปหัตถกรรม (Handicraft) จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทงานศิลปะ ประเพณี (Smith, 1996) โดยลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำรงชีวิตของผู้คนในชุมชน โดยนักท่องเที่ยวเป็นผู้ที่มีความอยากรู้อยากเห็นในตัวเองอยู่เสมอจึงเกิดความต้องการในการค้นหาวรรณกรรมในแต่ละพื้นที่ซึ่งตนเองมีความสนใจเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองโดยเข้าไปมีส่วนร่วมโดยผ่านการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนในสถานที่ต่าง ๆ นั้น ต้องมีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนประกอบที่สำคัญดังที่ Swanson and Horridge (2006) ได้วางเกณฑ์การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ศักยภาพการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้านที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่จะนำไปสู่แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมของในแหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานด้านพื้นที่ของทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ลักษณะภูมิทัศน์ ที่โดดเด่นรวมทั้งที่มีวัฒนธรรมที่เป็นรูปแบบเฉพาะของชุมชนนั้น ๆ ในส่วนหลักการของการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การเยี่ยมชมสถานที่ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น ปราสาท วัด โบราณสถาน และเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น มีความสำคัญในการพัฒนาชุมชน โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นมรดก ประวัติศาสตร์ ชุมชน และงานศิลปหัตถกรรม การท่องเที่ยวชุมชนควรเน้นการมีส่วนร่วมและกระจายผลประโยชน์ให้เท่าเทียมในชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างคุณค่าและการเข้าถึงที่ดีขึ้นสำหรับทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือ การพัฒนาที่ไม่ทำลายระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ขณะเดียวกันชุมชนท้องถิ่นจะต้องเป็นผู้เข้าร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตน ให้มีการกระจายผลประโยชน์ไปสู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง Jitthangwattana (2005) เช่นเดียวกับ Ismail (2008) เสนอแบบจำลองเพื่อการจัดการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นทั้งประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ชุมชนได้รับจากการจ้างงานและรายได้ที่สูงขึ้นควบคู่ไปกับการคงไว้ซึ่งสภาพแวดล้อม วิถีชีวิตแบบเดิมที่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนทั้งในปัจจุบันและในอนาคต และสอดคล้องกับ Ximba (2009) ซึ่งเสนอว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรเน้นความเข้าใจวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมในประสบการณ์ทางวัฒนธรรมทั้งทางด้านภูมิปัญญา ความงาม จิตวิทยา และความรู้สึก ภายใต้แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งเรียนรู้ และสร้างความประทับใจพร้อมกับการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อเป็นแรงผลักดันให้ช่วยกันอนุรักษ์สืบทอดและถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมซึ่งจะเป็นการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปภาพรวมของแนวคิดนี้ คือ เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และสร้างความประทับใจ พร้อมกับการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อเป็นแรงผลักดันให้ช่วยกันอนุรักษ์สืบทอด และถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรม ซึ่งจะเป็นการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชนในระยะยาว และมุ่งเน้นการพัฒนาท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยวโดยยั่งยืน

แนวคิดเศรษฐศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการที่อาศัยทรัพยากรธรรมชาติทุนสังคมและทุนวัฒนธรรมที่เป็นสมบัติร่วมกันของคนในชาติ (Khaosa-ard, 2011) เป็นสินค้าที่เกิดกันการใช้ของผู้คนซึ่งทางเศรษฐศาสตร์เรียกว่าสินค้าสาธารณะ (Public Goods) ซึ่งสอดคล้องกับ Snowball (2008) ระบุว่าสินค้าวัฒนธรรมมีคุณลักษณะอยู่ 3 ประการ คือ 1) มีแบบแผนในการผลิตอย่างสร้างสรรค์ (Form of Creativity of Production) 2) คำนี้ถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Meaning) และ 3) ผลผลิตของวัฒนธรรมเป็นทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) โดยทั่วไปแล้วสินค้าวัฒนธรรมมักเป็น

ส่วนผสมของสินค้าสาธารณะ (Public Goods) และสินค้าที่สร้างผลกระทบภายนอก (Positive Externalities) สร้างสุนทรียภาพให้แก่ผู้บริโภค โดยนิยามของสินค้าสาธารณะ คือ สินค้าที่คนจำนวนมากสามารถบริโภคร่วมกันโดยไม่ลดมูลค่า (Non – Rivalry) และในขณะเดียวกันสินค้าเหล่านี้ก็ไม่สามารถป้องกันไม่ให้คนเข้ามาใช้ประโยชน์ได้ (Non – Exclusion) สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าสาธารณะที่ไม่สามารถให้บริการแก่บุคคลและมีคุณลักษณะเชิงวัฒนธรรม เช่น การสร้างผลกระทบบวกต่อผู้บริโภค และเป็นส่วนผสมของสินค้าสาธารณะ ซึ่งประชาชนสามารถใช้ประโยชน์ได้โดยไม่ลดมูลค่าและไม่สามารถยึดเอาไว้จากผู้อื่นได้ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาทั้งเศรษฐกิจและสังคมในประเทศโดยรวม โดยการให้ความสำคัญกับการจัดการและการควบคุมการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่เกี่ยวข้องเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างสังคมที่ยั่งยืนและเสริมสร้างคุณค่าให้แก่สังคมได้อย่างเท่าเทียม

ดังนั้น จากการศึกษาแนวคิดข้างต้น สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นของแต่ละที่ เป็นการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและยั่งยืน โดยทำให้ผลกระทบที่ดีต่อนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากการสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ที่หลากหลายและน่าจดจำ พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม การท่องเที่ยวที่เน้นเชิงวัฒนธรรมมักให้โอกาสแก่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยการสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสร้างโอกาสให้แก่ประชาชนในการเข้าร่วมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสนับสนุนธุรกิจและการงานอาชีพท้องถิ่น เพื่อเพิ่มรายได้ และช่วยสร้างสถานะเศรษฐกิจที่ยั่งยืนสำหรับชุมชนต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดด้านทัศนคติ, แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน และแนวคิดเศรษฐศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) พื้นที่วิจัย คือจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัฒนธรรมในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่ทราบถึงจำนวนประชากรที่ชัดเจน ทราบแต่เพียงว่ามีจำนวนมาก จึงใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ตามแนวคิดของ Cochran (1977) สุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีสะดวก (Convenience Sampling) เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ชนิด ได้แก่

วารสารศิลปการจัดการ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม 2567

เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรมของวัดและโบราณสถาน และวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2) แบบสัมภาษณ์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบเดี่ยวเป็นรายบุคคล แบบสัมภาษณ์ที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งการสัมภาษณ์เป็นแบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) เพื่อสร้างความเป็นกันเองและยืดหยุ่นในการตอบคำถามของผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) จำนวน 10 ท่าน ซึ่งในการเลือกตัวอย่างจะเป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ใช้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวบรวมโดยสำรวจจากการแจกแบบสอบถามและสัมภาษณ์ ข้อมูลบางส่วนได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล เอกสารวิชาการและวิจัยทั้งในและต่างประเทศ รายงาน สิ่งพิมพ์ และเอกสารออนไลน์ต่าง ๆ ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ ถึงเดือน เมษายน พ.ศ. 2565 นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดให้ใช้สถิติ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ Ordered Logit models ด้วยวิธีการประมาณภาวะความน่าจะเป็น (Maximum Likelihood Estimates) และการวิเคราะห์ส่วนเพิ่ม (Marginal Effects) โดยใช้แบบจำลอง Ordered Logit models ซึ่งมีผู้สนใจทำการศึกษาทั้งในและต่างประเทศเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการวิเคราะห์แบบจำลองนี้มีข้อดีคือ พิจารณาสัมประสิทธิ์ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรพร้อมกันหรือวิเคราะห์ในเวลาเดียวกัน (Tharuaruk, 2005) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาจำแนกประเภทข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ โดยการจำแนกและวิเคราะห์ข้อมูลบรรยายถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นหลักกับประเด็นย่อย เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการตีความตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรมของวัดและโบราณสถานในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยนักท่องเที่ยวเล็งเห็นความสำคัญของวัดและโบราณสถาน มีค่าเฉลี่ย 4.18, S.D. = 0.638 อยู่ในระดับมาก สำหรับเหตุผลต่าง ๆ ในการอนุรักษ์พื้นที่วัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอันดับที่ 1 คือ วัดและโบราณสถานเป็นการสร้างความภาคภูมิใจของคนในชาติจากความรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา มีค่าเฉลี่ย 4.66, S.D. = 0.823 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 4.53, S.D. = 0.548 อยู่ในระดับมากที่สุด และเป็นการแสดงถึงความสวยงามทางจิตรกรรมและสถาปัตยกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.22, S.D. = 0.823 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่า Standard Deviation ของทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรมของวัดและโบราณสถานในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประเด็นพิจารณา	ค่าเฉลี่ย	Standard Deviation
1. ความสำคัญของวัดและโบราณสถาน	4.18	0.638
2. เหตุผลในการอนุรักษ์พื้นที่วัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์		
2.1 การประกอบศาสนกิจ	4.20	0.712
2.2 ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวใช้ประโยชน์	3.65	0.435
2.3 ลูกหลานในอนาคตสามารถใช้ประโยชน์	3.82	0.652
2.4 เป็นการสร้างความภาคภูมิใจของคนในชาติจากความรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา	4.66	0.794
2.5 เป็นการแสดงถึงความสวยงามทางจิตรกรรมและสถาปัตยกรรม	4.22	0.823
2.6 เป็นสถานที่ที่ปรากฏชื่ออยู่ในตำนานและความเชื่อ	3.23	0.438
2.7 เป็นสถานที่รำลึกถึงเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์	3.06	0.574
2.8 เป็นสถานที่สืบทอดพระพุทธศาสนา	4.08	0.670
2.9 เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตในสังคมไทย	3.35	0.712
2.10 เป็นสถานที่ให้ความรู้ทางธรรมะ	3.17	0.808
2.11 เป็นสถานสงเคราะห์บุคคลที่ยากไร้ให้มาอาศัยเลี้ยงชีพและศึกษาเล่าเรียน	2.98	0.537
2.12 เป็นสถานพยาบาลที่รักษาผู้เจ็บป่วยทั่วไปโดยไม่คิดมูลค่า	2.75	0.619
2.13 เป็นสถานที่ที่ชาวบ้านมาพบปะสังสรรค์	3.16	0.572
2.14 เป็นสถานที่จัดงานเทศกาลและมหรสพต่าง ๆ	4.14	0.727
2.15 เป็นศูนย์กลางศิลปวัฒนธรรม	4.12	0.651
2.16 เป็นคลังพัสดุสำหรับเก็บของใช้ต่าง ๆ ที่ชาวบ้านไว้ใช้เมื่อมีงานวัดหรือยืมไปใช้เมื่อตนมีงาน	3.73	0.589
2.17 เป็นที่ประกอบพิธีกรรมหรือให้บริการด้านพิธีกรรม	4.04	0.773
2.18 เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป	4.53	0.548

ที่มา: จากการสำรวจ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ โดยใช้โปรแกรม STATA (Kanittinsuttitong, 2016) และเลือกใช้ Ordered Logit models ในการวิเคราะห์ เนื่องจากตัวแปรตามที่ต้องการศึกษาอยู่ในลักษณะเรียงลำดับ (Grandahl et al., 2018) ในการวิเคราะห์ได้ทำการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ พบว่า ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทุกคู่ มีค่าน้อยกว่า 0.70

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในทิศทางบวก

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชน

ตัวแปร (Variable)	ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient)	S.E.	ค่าสถิติ Z (Z-Statistic)	Sig.
ปัจจัยด้านบุคคล				
อาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ (occ2)	0.953	0.287	4.96	0.003***
จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 – 3 คน (fami1)	1.863	0.439	5.92	0.000***
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ				
รายได้ > 20,000 บาท (Inc2)	2.346	0.396	2.08	0.000***
ปัจจัยด้านสังคม				
เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว (tran1)	1.064	0.651	4.07	0.000***
cut1	-5.489	0.419	Log likelihood = -685.2653	
cut2	-3.907	0.375	Prob > chi2 = 0.0000	
cut3	2.651	0.298	Pseudo R ² = 0.4329	
cut4	-1.276	0.554		

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: **,*** ระดับนัยสำคัญที่ 0.05, 0.01

จากตารางที่ 2 สามารถแสดงเป็นสมการประมาณค่า จากแบบจำลองได้ดัง สมการ ดังนี้

$$\text{attitude} = 0.953\text{occ2} + 1.863\text{fami1} + 2.346\text{Inc2} + 1.064\text{tran1}$$

$$(0.287) \quad (0.439) \quad (0.396) \quad (0.651)$$

หมายเหตุ : ตัวเลขใน () หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากสมการ สามารถนำไปหาความน่าจะเป็นหรือโอกาสต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถาน ได้ดังนี้

$$\text{Prob (attitude} = 1) = (1 + \exp(\text{attitude} + 5.489))^{-1} = 0.198$$

$$\text{Prob (attitude} = 2) = (1 + \exp(\text{attitude} + 3.907))^{-1} - (1 + \exp(\text{attitude} + 7628))^{-1} = 0.328$$

$$\text{Prob (attitude} = 3) = (1 + \exp(\text{attitude} - 2.651))^{-1} - (1 + \exp(\text{attitude} + 4.388))^{-1} = 0.296$$

$$\text{Prob (attitude} = 4) = (1 + \exp(\text{attitude} + 1.276))^{-1} - (1 + \exp(\text{attitude} + 2.308))^{-1} = 0.593$$

$$\text{Prob (attitude} = 5) = (1 + \exp(\text{attitude} + 1.276))^{-1} = 0.103$$

นอกจากนี้ยังสามารถหาผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวต่อความน่าจะเป็นที่นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลกระทบส่วนเพิ่ม (marginal) ของตัวแปรอิสระต่อความน่าจะเป็นต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถาน

ตัวแปร (Variable)	Pr(act=1)	Pr(act=2)	Pr(act=3)	Pr(act=4)	Pr(act=5)
	0.198	0.328	0.296	0.593	0.103
ปัจจัยด้านบุคคล					
อาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ (occ2) / ^{dum}	0.003**	0.485***	0.291***	-0.387***	0.059***
จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 – 3 คน (fam1) / ^{dum}	0.045**	0.409	0.081	-0.321	0.087***
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ					
รายได้ > 20,000 บาท (inc2) / ^{dum}	0.010	0.120**	0.358***	-0.036***	0.018***
ปัจจัยด้านสังคม					
เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว (tran1) / ^{dum}	0.049**	0.565***	-0.941***	-0.420***	0.035***

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: **, *** ระดับนัยสำคัญที่ 0.05, 0.01 และ /^{dum} คือ ตัวแปรหุ่น

จากตารางที่ 3 แสดงผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal) ของตัวแปรอิสระต่อความน่าจะเป็นต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถาน ดังนั้น สามารถอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชน ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ จะส่งผลให้มีโอกาสที่จะมีทัศนคติเห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

2. นักท่องเที่ยวที่จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 – 3 คน จะส่งผลให้มีโอกาสที่จะมีทัศนคติเห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 8.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท/เดือน จะส่งผลให้มีโอกาสที่จะมีทัศนคติเห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

4. นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว จะส่งผลให้มีโอกาสที่จะมีทัศนคติเห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

วัตถุประสงค์ที่ 3. ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทำให้ทราบข้อมูลดังนี้

1. บริบทของคนในชุมชนที่มีต่อการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยววัดและโบราณสถานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1) ชุมชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของวัดและโบราณสถานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โบราณสถานและวัดในพื้นที่นี้มีประวัติศาสตร์และความสำคัญทางท่องเที่ยวที่สูง การสนับสนุนและการลงทุนในโครงการท่องเที่ยว

ทางวัฒนธรรมได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เพื่อพัฒนาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ชุมชนในพื้นที่นี้รักษาความสงบสุขและความเป็นระบบของพื้นที่รอบวัดและโบราณสถาน การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมยังสร้างโอกาสให้กับชุมชนในการพัฒนาอาชีพและรายได้ ผ่านการขายสินค้าท้องถิ่น การให้บริการอาหารและกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีคุณภาพ

2) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีศักยภาพและจุดเด่นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่า โดยจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานและเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมไทยในอดีต และมีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอย่างชัดเจน อีกทั้งจังหวัดนี้ยังมีวัดที่มีความสำคัญมากมาย ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย มีพิพิธภัณฑ์และสถานที่ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ อีกทั้งมีการส่งเสริมการแสดงศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ เช่น เทศกาลลอยกระทงที่มีพิธีกรรมและการแสดงที่ทำให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมไทย นอกจากนี้จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ และนอกจากวัดที่มีความสำคัญ จังหวัดนี้ยังมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำด้วยเรือล่องน้ำ ซึ่งเป็นที่นิยมนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวิถีชีวิตทางน้ำและชมวิวทิวทัศน์งามของแม่น้ำเจ้าพระยาได้

3. จากการสัมภาษณ์แบบเดี่ยวเป็นรายบุคคล แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ของผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) จำนวน 10 ท่าน ทำให้ทราบผลกระทบทางบวกต่อชุมชนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้

1) การส่งเสริมทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยส่งเสริมธุรกิจและการค้าในพื้นที่ โดยท่องเที่ยวส่วนใหญ่นำมาซึ่งรายได้ในรูปแบบของค่าบริการท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก การจัดทัวร์ และของที่ระลึกที่ทำจากสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งสินค้าที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของคนในชุมชน

2) การสร้างงานในชุมชน กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีแนวโน้มที่จะสร้างงานใหม่ ๆ ให้แก่ชุมชน เช่น งานบริการ, งานส่งเสริมการท่องเที่ยว และงานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น

3) การอนุรักษ์ทรัพยากรทางสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ทำให้คนมีการเข้าถึงและเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นมักจะส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรทางสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวที่มีความตระหนักในวัฒนธรรมท้องถิ่นมักจะมีความเอาใจใส่ต่อการอนุรักษ์และปกป้องสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

4) การส่งเสริมการศึกษา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยกระตุ้นความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์, ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ยังส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอีกด้วย

5) การสร้างสัมพันธ์ระหว่างชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถช่วยสร้างสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่างชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและความเข้าใจต่อกัน

6) การอนุรักษ์และรักษาสถานที่ประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยส่งเสริมการรักษาสถานที่ประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรมในพื้นที่ นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในประวัติศาสตร์มักจะเป็นตัวอย่างให้ความสำคัญกับการรักษาสถานที่ทางประวัติศาสตร์และศิลปะเพื่อให้รุ่งเรืองไว้สำหรับรุ่นต่อไป

7) การส่งเสริมความรับผิดชอบทางสังคม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีการสนับสนุนโครงการทางสังคมและการพัฒนาชุมชน ช่วยสร้างความรับผิดชอบทางสังคมในนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ทำให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือทางสังคมที่สร้างประโยชน์ให้กับทุกฝ่าย

4. ผลกระทบทางลบต่อชุมชนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีดังนี้

1) การทับซ้อนของชุมชนและบริเวณที่สำคัญ การมีการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบางครั้งอาจทำให้มีการทับซ้อนของชุมชนและบริเวณที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ซึ่งอาจเป็นศูนย์กลางที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรมสูง ทำให้เกิดปัญหาในการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ในบริเวณนั้น

2) ปัญหาทางสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาจมีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เช่น การเพิ่มปริมาณขยะ การเพิ่มการใช้น้ำและพลังงาน ที่สามารถส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในพื้นที่นั้นได้

3) การเสื่อมถอยของวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีการผสมผสานวัฒนธรรมในรูปแบบท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อาจทำให้มีการเสื่อมถอยของวัฒนธรรมท้องถิ่น เนื่องจากการยอมรับและนำเข้าวัฒนธรรมจากภายนอกที่ไม่เต็มใจหรือไม่เหมาะสมกับลักษณะของวัฒนธรรมท้องถิ่น

4) การสูญเสียอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ไม่มีการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นอาจทำให้เกิดการสูญเสียอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวอาจไม่ได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำไปสู่การเกิดความสับสนหรือผิดเข้าใจในวิถีชีวิตของชุมชน

5) สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมเสื่อมโทรม การท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวมากขึ้นอาจทำให้บริเวณที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรมถูกใช้จนเกินไป และทำให้สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมเสื่อมโทรมได้

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรมของวัดและโบราณสถานในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์ศิลปะและสถาปัตยกรรม การส่งเสริมท้องถิ่น และมาตรฐานการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติ

เชิงบวกต่อการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรมของวัดและโบราณสถานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Viphatphumiprathes et al. (2018) พบว่าทัศนคติของชาวชุมชนที่มีต่อการพัฒนาชุมชนบ้านครัวเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sriruk and Suttipisan (2020) ที่พบว่าคนในชุมชนมีทัศนคติต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนโดยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านท่าคอย อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับมาก สำหรับเหตุผลต่าง ๆ ในการอนุรักษ์พื้นที่วัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอันดับที่ 1 คือ วัดและโบราณสถานเป็นการสร้างความภาคภูมิใจของคนในชาติจากความรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา รองลงมาคือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป และเป็นการแสดงถึงความสวยงามทางจิตรกรรมและสถาปัตยกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kongdit (2015) ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจที่มีภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ด้านศิลปวัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์อยู่ในระดับมาก และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukkhiri (2016) ที่ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณลักษณะสภาพแวดล้อมและการจัดการการท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม 2) นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในด้านเกียรติภูมิ 3) นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในด้านการพักผ่อน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชน

อันดับที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวที่จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 – 3 คน จะส่งผลให้มีโอกาสที่จะมีทัศนคติเห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 8.7 หมายความว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยลำพังหรือมากับครอบครัว 1 – 3 คน ในปัจจุบันเท่ากับ 196 คน ในอนาคตข้างหน้ามีแนวโน้มที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 213 คน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kieanwatana et al. (2018) ที่รูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการมากที่สุดในประเทศไทย ได้แก่ การเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง รองลงมาคือแพกเกจทัวร์ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Kanittinsuttitong (2018) ที่ปัจจัยสำคัญที่เดินทางมาเที่ยวมากขึ้นคือการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรศาสตร์เช่น การเดินทางมาคนเดียวหรือเดินทางมาพร้อมกับครอบครัวที่เล็กลงทำให้ง่ายต่อการเดินทางด้วยกัน

อันดับที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ จะส่งผลให้มีโอกาสที่จะมีทัศนคติเห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.9

หมายความว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ในปัจจุบันเท่ากับ 82 คน ในอนาคตข้างหน้ามีแนวโน้มที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 87 คน เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสามารถกำหนดวันและเวลาทำงานได้เอง อีกทั้งมีรายได้เพียงพอสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

อันดับที่ 3 นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว จะส่งผลให้มีโอกาสที่จะมีทัศนคติเห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.5 หมายความว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ในปัจจุบันเท่ากับ 214 คน ในอนาคตข้างหน้ามีแนวโน้มที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 221 คน

อันดับที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท/เดือน จะส่งผลให้มีโอกาสที่จะมีทัศนคติเห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.8 หมายความว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท/เดือน ในปัจจุบันเท่ากับ 205 คน ในอนาคตข้างหน้ามีแนวโน้มที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 209 คนซึ่งสอดคล้องกับ Kotler (2003) ที่กล่าวว่า อาชีพของแต่ละบุคคล จะนำไปสู่ความจำเป็นในการเลือกใช้สินค้าและบริการที่ต่างกัน และยังสอดคล้องกับการท่องเที่ยวในสถานที่แต่ละแห่งจะต้องมีค่าใช้จ่ายเป็นค่าโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือค่าเดินทาง ดังนั้นผู้ที่มีรายได้สูง มีอาชีพที่มั่นคงสามารถตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้ง่ายกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า บริบทของคนในชุมชนที่มีต่อการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยววัดและโบราณสถาน คือ ประชาชนชุมชนที่ตั้งรอบวัดและโบราณสถานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรมีบทบาทสำคัญร่วมกันในการอนุรักษ์และส่งเสริมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โบราณสถานและวัดที่มีประวัติศาสตร์และความสำคัญทางท่องเที่ยว รัฐบาลสนับสนุนโครงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่นี้ ชุมชนร่วมทำหน้าที่รักษาความสงบสุขและความเป็นระบบของพื้นที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสร้างโอกาสในด้านอาชีพและรายได้ให้กับชุมชน ผ่านธุรกิจท้องถิ่น เช่น การขายสินค้าที่ทำจากช่างฝีมือท้องถิ่นและการบริการท้องถิ่น เช่น อาหารและกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thawornwisit and Wongmonta (2021) ทำการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน พบว่า ชุมชนต้องช่วยกันอนุรักษ์รักษา และสานต่อวัฒนธรรมเหล่านั้น โดยให้ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่จะเข้ามาช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตนเอง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องรู้ว่าใครคือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ส่วนจุดเด่นและศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีศักยภาพท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ด้วยประวัติศาสตร์ยาวนานและเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมไทยในอดีต มีวัดที่สำคัญมากมาย และพิพิธภัณฑ์ที่น่าสนใจ เช่น พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์แห่งชาติ และพิพิธภัณฑ์ภาพวาดประวัติศาสตร์ มีการส่งเสริมการแสดงศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น เทศกาลลอยกระทง และมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำด้วยเรือล่องน้ำ นอกจากนี้ยังมีอาหารท้องถิ่นและร้านค้าที่มีประสบการณ์ยาวนาน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวิถีชีวิตทางน้ำได้มากมาย ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ Praprimuang (2022) โดยชุมชนควรเชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อจัดกิจกรรมร่วมกันโดยใส่รายละเอียดรูปแบบของกิจกรรมของแต่ละประเพณีที่ได้ดำเนินร่วมกันมา แต่ไม่ควรทิ้งความเป็นเอกลักษณ์หรือให้คงแบบดั้งเดิม ซึ่งจะช่วยสร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยทำให้เกิดองค์ความรู้ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ Business Model Canvas (BMC) เพื่อช่วยในการเข้าใจโครงสร้างของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า สำหรับนักท่องเที่ยววัดและโบราณสถานในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Key Partners (พันธมิตรสำคัญ)	Key Activities (กิจกรรมสำคัญ)	Value Propositions (การสร้างคุณค่าแตกต่าง)	Customer Relationships (ความสัมพันธ์กับลูกค้า)	Customer Segments (กลุ่มเป้าหมาย)
- ความร่วมมือกับหน่วยงานในชุมชน - ธุรกิจของคนในชุมชน - ประชาชนในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง - สมาคมท่องเที่ยว - สื่อในรูปแบบต่าง ๆ ในปัจจุบัน - หน่วยงานราชการของจังหวัด - องค์กรภาคเอกชน - ร้านค้าอิสระ - โกดังเก่า - รถมอเตอร์ไซด์ในพื้นที่	- การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน - การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมกับภาครัฐและเอกชน - การให้หน่วยงานภายนอกใช้สถานที่ในการจัดงาน	- การประกอบกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - การจัดและส่งเสริมกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมในชุมชน - การสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ - การประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชนผ่านสื่อในช่องทางต่าง ๆ	- การสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดผ่านการให้บริการที่ดี - การสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน	- นักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ - นักศึกษา - ประชาชนทั่วไปที่อาศัยบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง - ชาวบ้านในชุมชนที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน
	Key Resources (ทรัพยากรที่สำคัญ) - ทรัพยากรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านค้า - ทรัพยากรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน - หน่วยงานรัฐและเอกชน - ประชาชนในชุมชน		Channels (ช่องทางการจำหน่าย) - การใช้ช่องทางตลาดออนไลน์ - การสร้างความร่วมมือกับสถานที่ท่องเที่ยว - การใช้สื่อสังคม - การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบปากต่อปาก (WOM)	
Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)		Revenue Streams (แหล่งรายได้)		
- ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด - ค่าจ้างพนักงาน - ค่าสื่อและสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ		- รายได้จากกรจำหน่ายบัตรเข้าชม - รายได้จากการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว - รายได้จากการจัดโครงการร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน		

สรุป

สรุปในภาพรวมของบทความ ทศนคติและแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีทัศนคติระดับมากต่อการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรมของวัดและโบราณสถานในชุมชน เหตุผลหลักคือวัดและโบราณสถานเป็นการสร้างความภาคภูมิใจของคนในชาติจากความรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่เห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชน บางปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้โอกาสของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นจากทัศนคติด้านการอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ นักท่องเที่ยวที่มีธุรกิจส่วนตัว, สมาชิกในครอบครัว 1-3 คน, นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท/เดือน และที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ชุมชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของวัดและโบราณสถานมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวนี้มีผลกระทบทางบวกต่อเศรษฐกิจและการสร้างงานในชุมชน รวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรทางสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม มีผลกระทบทางลบเช่นการทับซ้อนของชุมชนและปัญหาสิ่งแวดล้อม การรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการรักษาและฟื้นฟูสภาพสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่นี้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีทัศนคติต่อการอนุรักษ์วัดและโบราณสถานในระดับมาก สำหรับเหตุผลในการอนุรักษ์และฟื้นฟู อันดับที่ 1 คือ วัดและโบราณสถานเป็นการสร้างความภาคภูมิใจของคนในชาติจากความรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ มีดังนี้ 1) ประชาชนในชุมชนที่อาศัยบริเวณวัดและโบราณสถาน หรือประชาชนในท้องถิ่น ทำหน้าที่ดูแล สอดส่อง อนุรักษ์วัดและโบราณสถานไม่ให้ถูกทำลายเสียหาย อีกทั้งยังส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ยั่งยืน 2) กรมศิลปากร มีหน้าที่ประสานงานและดำเนินการในการอนุรักษ์ศิลปวัตถุและโบราณสถานในประเทศ โดยมีการจัดทำแผนการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัด โบราณสถาน และศิลปวัตถุทางศิลปะในชุมชนต่าง ๆ ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3) หน่วยงานท้องถิ่น ประกอบด้วยอำเภอหรือเทศบาลในพื้นที่นั้น ๆ มีหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัด โบราณสถาน และทรัพยากรทางวัฒนธรรมในพื้นที่ของชุมชน

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อทัศนคติด้านการอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีธุรกิจส่วนตัว, สมาชิกในครอบครัว 1-3 คน, นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท/เดือน และที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลให้มีโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีทัศนคติเห็นถึงความสำคัญของวัดและโบราณสถานในชุมชนเพิ่มขึ้น และจะมีโอกาสที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ มีดังนี้ 1) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาท้องถิ่น ทำหน้าที่ดำเนินการส่งเสริมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวัดและโบราณสถานในพื้นที่ร่วมกับคนในชุมชน 2) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวท้องถิ่น ทำหน้าที่จัดกิจกรรม สนับสนุนโปรแกรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวัดและโบราณสถานในท้องถิ่น 3) หน่วยงานราชการท้องถิ่น ทำหน้าที่ดูแล และปรับปรุงโครงสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวโบราณสถานและวัด และ 4) สื่อต่าง ๆ ทำหน้าที่แนะนำ และเสนอกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทำให้ทราบข้อมูล ดังนี้ 1) บริบทของคนในชุมชนที่มีต่อการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยววัดและโบราณสถาน 2) ศักยภาพและจุดเด่นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่า 3) ผลกระทบทางบวกต่อชุมชนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 4) ผลกระทบทางลบต่อชุมชนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ มีดังนี้ 1) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน 2) องค์กรท้องถิ่น เช่น องค์กรท่องเที่ยวชุมชน, องค์กรส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อเชื่อมโยงระหว่างคนในท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) หน่วยงานราชการ ทำหน้าที่ประสานงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม อีกทั้งการดูแล รักษา และฟื้นฟูสภาพของวัดและโบราณสถานให้อยู่ในสภาพที่ดี และ 4) ประชาชนในชุมชน โดยมีบทบาทที่สำคัญในการอนุรักษ์และดูแลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้คงอยู่สืบไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้องค์ความรู้จากการใช้การวิเคราะห์ BMC (Business Model Canvas) เป็นเครื่องมือในการวางแผนและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วัด และโบราณสถานที่ต่าง ๆ ในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทำความเข้าใจโครงสร้างและทิศทางการพัฒนาท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่กำลังเป็นที่น่าสนใจ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติมในส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงโอกาสการเข้าถึงหรืออุปสรรคต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้มากยิ่งขึ้น

References

- Bellizzi, M. G., Eboli, L., Forcinti, C., & Mazzulla, G. (2018). Air Transport Passengers Satisfaction: An Ordered Logit Model. *Transport Research Procedia*, 33, 147–154.
<https://doi.org/10.1016/j.trpro.2018.10.087>
- Chainarong, S., & Sutsan, S. (2020). An Analysis of Participations and Attitudes towards Participatory Community–Based Tourism Development Activities: Ban Tha Khoi Community, Si Prachan, Suphan Buri. *Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University*, 7(2), 98–11. <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jfam/article/view/4085>
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3th ed.). John Wiley & Sons.
- Dewi, N., Astawa, I. P., Siwantara, I. W., & Mataram. I. G. B. A. (2018). Exploring the Potential of Cultural Villages as a Model of Community Based Tourism. *Journal of Physics: Conference Series*, 953, 012072. <http://dx.doi.org/10.1088/1742-6596/953/1/012072>
- Grandahl, M., Paek, S. C., Grisurapong, S., Sherer, P., Tydén, T., & Lundberg, P. (2018). Parents' Knowledge, Beliefs, and Acceptance of the HPV Vaccination in Relation to Their Socio–demographics and Religious Beliefs: A Cross–sectional Study in Thailand. *PLoS ONE*, 13(2), e0193054. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0193054>
- Ismail, R. (2008). *Development of a Normative Model for Cultural Tourism on the Cape Flats* [Doctoral's Dissertation, Cape Peninsula University of Technology].
<https://core.ac.uk/download/pdf/148365501.pdf>
- Jitthangwattana, B. (2005). *Sustainable Tourism Development*. Press and Design.
- Kanittinsuttitong, N. (2016). Motivation and Decision on Medical Tourism Service in Thailand. *Integrative Business & Economics Research*, 4(3), 173–182.
http://buscompress.com/uploads/3/4/9/8/34980536/riber_b15-184__173-182_.pdf
- Kanittinsuttitong, N. (2018). *Market Demand and Capacity of Wellness Tourism in Thailand*. The 26th International Society for Business Innovation and Technology Management Conference October 26th – 27th, 2018, The Mandarin Hotel, Bangkok, Thailand.
https://www.researchgate.net/publication/328556536_Market_Demand_and_Capacity_of_Wellness_Tourism_in_Thailand
- Kanlaya, W. (2010). *Using SPSS for Window in Data Analysis* (16th ed.). Thammasarn Company Limited.
- Khaosa–ard, M. (2011). Thai Tourism form Policy to Grass Roots. Log In Design Work.

- Kieanwatana, K. (2018). Situations and Trends of World and Thailand Health Tourism. *Journal of Cultural Approach*, 19(35), 77–88.
https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/123953
- Kongdit, S. (2015). *The Tourism Image of World Heritage Historic City of Phra Nakorn Si Ayutthaya from The View of Foreign Tourists*[Research of Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi]. <https://research.rmutsb.ac.th/fullpaper/2558/2558240240460.pdf>
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). Prentice Hall.
- Kraus, S. J. (1995). Attitudes and the prediction of behavior: A Meta-analysis of the Empirical Literature. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(1), 58–75.
<https://doi.org/10.1177/0146167295211007>
- Lutz, R. J. (1991). *The Role of Attitude Theory in Marketing*. In H. H. Kassarian & T. S. Robertson (Eds.), *Perspectives in Consumer Behavior* (4th ed.) pp. 317–339. Prentice Hall.
- Mingsan, K. (2011). *Tourism Economics*. The Thailand Research Fund (TRF), Public Policy Studies Institute Foundation.
- Ministry of Tourism and Sport. (2023). *Tourism Statistics 2023*. Ministry of Tourism and Sport.
<https://www.mots.go.th/news/category/704>
- Ministry of Tourism and Sport. (2021). *Tourism Statistics 2021*. Ministry of Tourism and Sport.
<https://www.mots.go.th/news/category/628>
- Nutworadee, K. (2015). Motivation and Decision on Medical Tourism Service in Thailand. *Integrative Business & Economics Research*, 4(3), 173–182.
<http://dx.doi.org/10.14456/ajmi.2015.10>
- Nutworadee, K. (2018). Market Demand and Capacity of Wellness Tourism in Thailand. 26th International Society for Business Innovation and Technology Management Conference, Thailand. https://www.researchgate.net/publication/328556536_Market_Demand_and_Capacity_of_Wellness_Tourism_in_Thailand
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2018). *Summary the Twelfth National Economic and Social Development Plan (2017–2021)*.
https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9640
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourist and Sports. (2020). *Achievements from the Ministry of Tourism and Sports for the Past 6 Months (July 2019–January 2020)*.
<https://www.mots.go.th/ebook/B0151/index.html#p=1>
- Praprimuang, W. (2022). The New Buddhist Way of Tourism in New Normal. *Journal of MCU Ubon Review*, 7(3), 395–408. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/260820>

- Prisana, P., & Thuntuch, V. (2018). Needs and Attitudes of Local People toward Tourism Development of Ban Khrua Community. *Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University*, 37(1), 98–105.
<https://hujmsu.msu.ac.th/pdfsplite.php?p=MTU50TAxNTg5NC5wZGZ8MTA3LTExNA>
- Ratanapongtra, T., Wongmonta, S., Techakana, J., & Praditphonlert, N. (2016). Guide on Cultural Heritage Tourism Development in Phra Nakhon Si Ayutthaya. *College of Social Communication Innovation (COSCI), Srinakharinwirot University*, 4(2), 34–45.
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jcosci/article/view/93104>
- Schermerhorn, J. R. (2000). *Management* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Siriporn, T., & Seri, W. (2021). Approaches to the Promotion of Cultural Tourism in Nan Province. *Journal of the Association of Researchers*, 26(1), 244–256.
http://www.ar.or.th/ImageData/Magazine/40053/DL_30505.pdf?t=637638494492254116
- Smith, V. L. (1996). *Indigenous Tourism: The four Hs*. In I. R. B. T. H. (Eds.), *Tourism and Indigenous People*. International Thomson Business Press.
- Snowball, L. (2008). *Diversion of Indigenous Juvenile Offenders*. Australian Institute of Criminology.
- Srirak, C., & Suttipisan, S. (2020). An Analysis on Community Identity for Developing Tourist Destination Through Participation Process, Tai Yuan and Lao Krang Community, Kamphaeng Saen District, Nakhon Pathom Province. *Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University*, 7(1), 70–81.
<https://so14.tci-thaijo.org/index.php/jlams/article/view/75>
- Sukkhiri, T. (2016). *The Motivations and Attitudes of Thai Domestic Tourists towards the Environment Attributes and Tourism Management of Phimai Historical Park, Phimai district, Nakhon Ratchasima Province*[Master's Thesis, Dhurakij Pundit University].
<https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/158853.pdf>
- Swanson, K. K., & Horridge, P. E. (2006). Travel Motivations as Souvenir Purchase Indicators. *Tourism Management*, 27(4), 671–683. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.03.001>
- Tharuaruk, K., & Chanpathathip, S. (2005). *The Model of the Path Decision Behavior by Binary Logit*. National Research Council of Thailand.
- Thawornwisit, S., & Wongmonta, S. (2021). Approaches to the Promotion of Cultural Tourism in Nan Province, Thailand. *Journal of the Association of Researchers*, 26(1), 244–256.
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/247650>

- Viphatphumiprathes, T., Haemtong, P., & Srithongtham, O. (2018). Approaches to Cultural Tourism Management of Hoi An Ancient Town, Vietnam. *Research Journal of Rajamangala University of Technology Srivijaya*, 10(3), 398–410. <https://www.repository.rmutsv.ac.th/bitstream/handle/123456789/1118/FullText.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Wanichbancha, K. (2010). *Principle of Statistics*. Chulalongkorn University.
- Ximba, E. Z. (2009). *Cultural and Heritage Tourism Development and Promotion in the Ndwedwe Municipal Area: Perceived Policy and Practice*[Masters of Recreation and Tourism University of Zululand, University of Zululand]. <http://uzspace.uzulu.ac.za/xmlui/bitstream/handle/10530/419/Cultural%20and%20heritage%20tourism.pdf?sequence=1>