

การพัฒนาตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง ในเมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Developing Service Standard Indicators for Pet-Friendly Tourism in a World Heritage City, Phra Nakhon Si Ayutthaya

เจษฎา ความคุ้นเคย / Jessada Kwamkhunkoei

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

Assistant Professor Dr., Lecturer in Tourism Management, Faculty of Management Science, Walaya Alongkorn

Rajabhat University under the Royal Patronage Pathumthani Province

วันที่รับบทความ 9 ตุลาคม 2568 / แก้ไขบทความ 21 พฤศจิกายน 2568 / ตอรับบทความ 27 พฤศจิกายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในเมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของการบริการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง ในบริบทเมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) สังเคราะห์และพัฒนาชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง สำหรับใช้ในพื้นที่เมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ตรวจสอบความตรงและความเหมาะสมของชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการที่พัฒนาขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญ 4) นำเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้ตัวชี้วัดสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนาโดยเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่มรวม 31 คน คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานรัฐ ใช้เทคนิคเดลฟาย 2 รอบ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 17 คน เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความตรงของตัวชี้วัด และนำแบบตรวจประเมินที่ไปประเมินสถานประกอบการ 50 แห่ง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และข้อมูลเชิงปริมาณสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ช่องว่างสำคัญ 3 ประการ คือ ด้านความคาดหวัง ความพร้อมและนโยบาย จึงพัฒนาชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการ ประกอบด้วย 5 มิติ 17 ตัวชี้วัด ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มีความตรงและความเหมาะสมในระดับสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.66, S.D. 0.49) โดยมีมิติด้านการจัดการผลกระทบต่อมรดกโลกมีความสำคัญสูงสุด ชุดตัวชี้วัดนี้เป็นเครื่องมือแรกในประเทศไทย ที่พัฒนาขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในบริบทเมืองมรดกโลก สามารถประยุกต์

สำหรับพื้นที่มรดกโลกอื่น ผลการประเมินพบว่าสถานประกอบการ (ร้อยละ 66) อยู่ในระดับปานกลาง ผู้วิจัยจึงเสนอข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ AYUTTHAYA H.E.A.R.T. เพื่อยกระดับบริการอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง ตัวชี้วัดมาตรฐานบริการ เมืองมรดกโลก
พระนครศรีอยุธยา

Abstract

This research, "Developing Service Standard Indicators for Pet-Friendly Tourism in a World Heritage City: Phra Nakhon Si Ayutthaya," aimed to: 1) analyze the key components of pet-friendly tourism services in the World Heritage City context of Phra Nakhon Si Ayutthaya; 2) synthesize and develop a set of service standard indicators for pet-friendly tourism for use in the World Heritage City area of Phra Nakhon Si Ayutthaya; 3) validate the content validity and appropriateness of the developed service standard indicators by experts; and 4) propose guidelines for applying the indicators for entrepreneurs and related agencies.

A Research and Development (R&D) methodology was employed. Data collection consisted of in-depth interviews with 31 stakeholders across three groups: tourists, entrepreneurs, and government agencies. A two-round Delphi technique with 17 experts was used to develop and validate the indicator set. The validated checklist was then applied to assess 50 establishments. Qualitative data were analyzed using content analysis, while quantitative data were analyzed using descriptive statistics, including mean and standard deviation.

The results revealed three significant gaps in pet-friendly tourism services: expectation, readiness, and policy. Consequently, a service standard indicator set comprising 5 dimensions and 17 indicators was developed. This set was validated by experts, demonstrating very high validity and appropriateness (Mean = 4.66, S.D. = 0.49), with the "World Heritage Impact Management" dimension rated as the most critical. This indicator set is the first tool in Thailand developed specifically for pet-friendly tourism within a World Heritage context and can be applied to other heritage sites. Field assessment results indicated that most establishments (66%) operate at a moderate level. Based on these findings, the AYUTTHAYA H.E.A.R.T. strategic framework was proposed to enhance sustainable pet-friendly tourism services.

Keywords : Pet-Friendly Tourism, Service Standard Indicators, Ayutthaya World Heritage City

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ท่ามกลางการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกในยุคหลังการระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) (UNWTO, 2024) ได้เกิดปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง (Pet-Friendly Tourism) โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมสุนัขและแมว ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องโดยตรงจากกระแส ที่ผู้คนยกระดับสถานะสัตว์เลี้ยงจากการเป็นเพียงสัตว์เลี้ยง สู่การเป็นสมาชิกคนสำคัญของครอบครัว (พัชรนิทร สมบูรณ์ และภัครดา เกิดประทุม, 2567) แม้ว่าแนวโน้มนี้จะนำมาซึ่งโอกาสทางเศรษฐกิจ จากการเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่มีกำลังซื้อสูงและยินดีจ่ายเพื่อประสบการณ์คุณภาพ (สมาคมการท่องเที่ยวไทย, 2567) ปรากฏการณ์ดังกล่าวได้กลายเป็นความท้าทายเชิงบริหารจัดการ-โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับจุดหมายปลายทางที่มีความเปราะบางเชิงวัฒนธรรมและกายภาพ

นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในฐานะเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรมที่ได้รับการรับรองโดยองค์การยูเนสโก (UNESCO, 2013) กำลังเผชิญหน้ากับความท้าทายนี้โดยตรง แม้การท่องเที่ยวจะเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจังหวัด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) แต่พันธกิจที่สำคัญสูงสุด คือการพิทักษ์รักษาคุณค่าสากลที่โดดเด่น (Outstanding Universal Value: OUV) ภายใต้กรอบการอนุรักษ์ การขยายตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยง จึงสร้างภาวะ ระหว่างความจำเป็นในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการเพื่อตอบสนองอุปสงค์ใหม่ กับภารกิจหลักในการปกป้องความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อโบราณสถานอันเป็นมรดกของมนุษยชาติ ปัจจุบันการดำเนินงานในพื้นที่ยังคงอยู่ในภาวะสูญญากาศเชิงนโยบายและการปฏิบัติ ผู้ประกอบการขาดแนวทางปฏิบัติ ที่ชัดเจนในการพัฒนาบริการ ขณะที่หน่วยงานกำกับดูแลยังไม่มีเครื่องมือมาตรฐานในการส่งเสริมและควบคุม สถานะดังกล่าวได้นำไปสู่ปัญหาเร่งด่วนหลายมิติที่ส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่ ได้แก่ คุณภาพบริการที่ไม่สม่ำเสมอ สร้างความสับสนและกระทบต่อชื่อเสียงโดยรวมของจุดหมายปลายทาง ปัญหาด้านความปลอดภัยและความขัดแย้ง ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสัตว์เลี้ยง และไม่มีสัตว์เลี้ยง และความเสี่ยงต่อผลกระทบเชิงลบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อโบราณสถาน

จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ พบว่า งานวิจัยในบริบทประเทศไทยส่วนใหญ่มุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยเชิงพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง (กัลยกร ชิบเซ่ และคณะ, 2567) หรือการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการที่พัก (พชร พุทธิมนต์, 2567) ยังคงปรากฏช่องว่างทางการวิจัย คือ การขาดการสังเคราะห์และพัฒนาชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการ ซึ่งออกแบบมาสำหรับบริบทที่มีความซับซ้อนของเมืองมรดกโลก โดยจำเป็นต้องบูรณาการมิติคุณภาพการบริการเข้ากับมิติการจัดการผลกระทบต่อมรดกทางวัฒนธรรมอย่างไม่อาจแยกขาด

การวิจัยนี้จึงได้สังเคราะห์กรอบแนวคิดทางทฤษฎี ที่สำคัญ 3 ประการ เพื่อใช้เป็นฐานในการพัฒนาตัวชี้วัด ได้แก่ ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์องค์ประกอบความต้องการและการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และภาครัฐ แบบจำลองช่องว่างคุณภาพการบริการ (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., 1988) นำมาประยุกต์ใช้เพื่อวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์คุณภาพสูงและการรับรู้บริการจริงที่ผู้ประกอบการส่งมอบ และแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวมรดกโลก (McKercher & du Cros, 2003) ใช้เป็นกรอบในการสร้างสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์คุณค่าดั้งเดิมของมรดกโลก

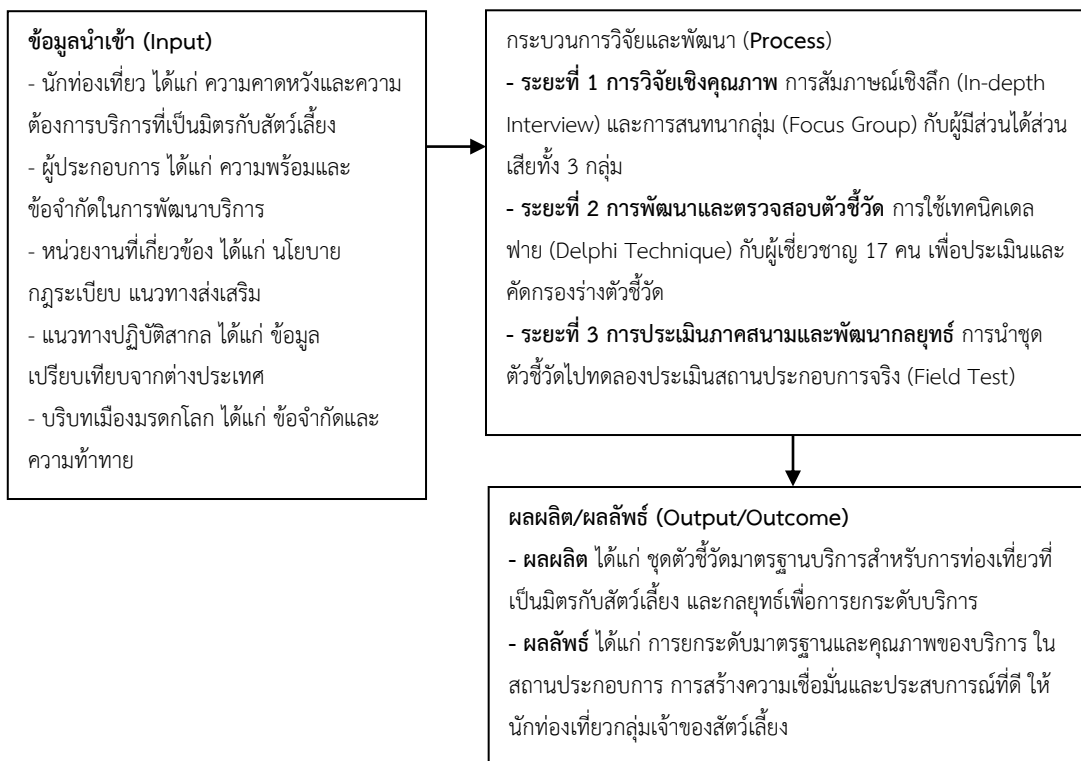
ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์สำคัญในการพัฒนาตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลื้อยในมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีนัยสำคัญทั้งในมิติเชิงทฤษฎี คือ การนำเสนอองค์ความรู้ว่าด้วยมาตรฐานบริการในบริบทที่มีความเปราะบาง และในมิติเชิงปฏิบัติ คือ การส่งมอบเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ได้จริงสำหรับผู้ประกอบการในการยกระดับบริการ ตลอดจนเป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดนโยบาย สำหรับหน่วยงานภาครัฐในการวางแผนบริหารจัดการที่สร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของการบริการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลื้อย จากมุมมองของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในบริบทมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อสังเคราะห์และพัฒนาชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลื้อยสำหรับใช้ในพื้นที่มรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อตรวจสอบความตรงและความเหมาะสมของชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการที่พัฒนาขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญ
4. เพื่อนำเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้ตัวชี้วัดสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการยกระดับและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลื้อยอย่างยั่งยืน

3. กรอบแนวคิดของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำวิจัย เรื่อง การพัฒนาตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลื้อยในมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา ดำเนินการในพื้นที่อำเภอพระนครศรีอยุธยา ช่วงเดือนเมษายน – ตุลาคม 2568 โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

4.1 ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามคุณสมบัติและครอบคลุมทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย การวิจัยแบ่งเป็น 3 ระยะคือ ระยะที่ 1 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 31 คน (นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานรัฐ) ระยะที่ 2 ใช้เทคนิคเดลฟายกับผู้เชี่ยวชาญ 17 คนเพื่อพัฒนาตัวชี้วัด และระยะที่ 3 ประเมินภาคสนามกับสถานประกอบการ 50 แห่ง (ที่พัก 20 แห่ง ร้านอาหาร และร้านกาแฟ 30 แห่ง)

4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 3 ระยะ ได้แก่ 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 31 คน คือ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยงมายังอยุธยา ผู้ประกอบการที่พักร้านอาหาร ร้านกาแฟ แบบเป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง และเจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง 2) ผู้เชี่ยวชาญ 17 คน มีประสบการณ์ตรงอย่างน้อย 5 ปี ในด้านที่กำหนด และ 3) สถานประกอบการ 50 แห่ง ประกอบด้วย ที่พัก ร้านอาหาร ร้านกาแฟที่มีนโยบายเป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง ชัดเจนและตั้งอยู่ในพื้นที่วิจัย ข้อจำกัดเน้นผู้มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์และยินดีเข้าร่วมการประเมิน

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือวิจัยถูกพัฒนาขึ้นตามวัตถุประสงค์ในแต่ละระยะและผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน โดยมีกระบวนการเก็บข้อมูล คือ ระยะที่ 1 ใช้แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับร่างตัวชี้วัด ระยะที่ 2 ใช้ แบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ (Delphi Questionnaire) จำนวน 2 รอบ เพื่อถ่วงดุลและหาฉันทามติ ระยะที่ 3 ใช้แบบตรวจประเมินมาตรฐานบริการ (Assessment Checklist) ลงพื้นที่ประเมินสถานประกอบการกลุ่มตัวอย่าง

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งตามลักษณะของข้อมูลในแต่ละระยะ ระยะที่ 1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) เพื่อสกัดองค์ประกอบและความต้องการในมิติต่าง ๆ ระยะที่ 2 และ 3 ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดย ระยะที่ 2 การวิเคราะห์เดลฟาย ใช้เกณฑ์ฉันทามติจากผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณาตัวชี้วัดที่ผ่านเกณฑ์ คือ มีค่าเฉลี่ย (Mean) ความเหมาะสมตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) น้อยกว่า 1.00 ระยะที่ 3 การประเมินภาคสนาม ได้มีการแปลงคะแนนรวม (คะแนนเต็ม 34) เป็นระดับมาตรฐาน 3 ระดับเพื่อจำแนกคุณภาพบริการ ได้แก่ ระดับ Gold (28-34 คะแนน) ระดับ Silver (21-27 คะแนน) และระดับ Bronze (14-20 คะแนน)

การวิจัยนี้ได้รับการพิจารณาและรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เลขที่การรับรอง 0083/2568 ผู้เข้าร่วมการวิจัยทุกคนได้ให้ความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนเข้าร่วมการวิจัย

5. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนาตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในเมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สรุปผลได้ต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของการบริการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง จากมุมมองของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในบริบทเมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสามเส้า (Triangulation) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม พบว่า องค์ประกอบสำคัญของการบริการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีช่องว่างที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. ช่องว่างด้านความคาดหวัง (Expectation Gap) นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่การแสวงหาประสบการณ์ที่มีคุณภาพและเป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง ครอบคลุมถึงความปลอดภัย ความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้งานได้จริง เช่น โซนแอโรในร้านอาหาร พื้นที่วิ่งเล่น และความเข้าใจในพฤติกรรมสัตว์ของบุคลากร

2. ช่องว่างด้านความพร้อม (Readiness Gap) ผู้ประกอบการตระหนักถึงโอกาสทางการตลาด แต่ยังเผชิญกับข้อจำกัดด้านต้นทุนการลงทุนที่สูง การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะทาง และความไม่แน่นอนในการบริหารจัดการความเสี่ยงและความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นระหว่างกลุ่มลูกค้า

3. ช่องว่างด้านนโยบาย (Policy Gap) กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการดำเนินงานที่ยังไม่บูรณาการ โดยเกิดความขัดแย้งเชิงเป้าหมายที่ชัดเจนระหว่างหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการกระตุ้นเศรษฐกิจกับหน่วยงานอนุรักษ์มรดกโลกที่ให้ความสำคัญสูงสุดกับการป้องกันผลกระทบเชิงลบต่อโบราณสถาน ทำให้ผู้ประกอบการขาดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน

แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม

มิติ	ความคาดหวังและความต้องการ (นักท่องเที่ยว)	ความพร้อมและข้อจำกัด (ผู้ประกอบการ)	การกำกับนโยบายและความกังวล (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง)
1. ด้านกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก	1. ความต้องการที่ก้าวข้ามการอนุญาต 2. คาดหวังสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้งานได้จริง เช่น พื้นที่วิ่งเล่นที่ปลอดภัย จุดให้น้ำ	การลงทุนที่สร้างจุดขายได้ แต่กังวลเรื่องต้นทุนการก่อสร้างและบำรุงรักษาที่สูง โดยเฉพาะสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก	สนับสนุนในพื้นที่สาธารณะทั่วไป แต่มีข้อจำกัดด้านงบประมาณและกังวลเรื่องความเหมาะสมของภูมิทัศน์ในเขตมรดกโลก

มิติ	ความคาดหวังและความต้องการ (นักท่องเที่ยว)	ความพร้อมและข้อจำกัด (ผู้ประกอบการ)	การกำกันโยบายและความกังวล (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง)
	สะอาด ถึงขยะเฉพาะ และพื้นที่ปรับอากาศในร้านอาหาร		
2. ด้านกระบวนการบริการ	ประสบปัญหาข้อมูลที่ไม่ชัดเจน นโยบายที่มีเงื่อนไขแอบแฝง และค่าบริการที่ไม่แน่นอน ทำให้การวางแผนการเดินทางขาดความราบรื่น	กังวลเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้ากลุ่มอื่น ความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น และการควบคุมพฤติกรรมของลูกค้าและสัตว์เลี้ยง	เห็นความจำเป็นในการมีมาตรฐานกลาง และระบบการรับรองคุณภาพ เพื่อควบคุมคุณภาพการบริการและสร้างความเชื่อมั่นให้ทุกฝ่าย
3. ด้านบุคลากรและความสามารถ	ต้องการพนักงานที่ไม่ได้มีเพียงใจรักสัตว์ แต่ต้องมีความรู้พื้นฐาน และทักษะในการรับมือสถานการณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงได้อย่างเป็นมืออาชีพ	เป็นความท้าทายอันดับต้น ๆ ในการหาและรักษานักงานที่มีทักษะเฉพาะทางนี้ และมองว่าเป็นการเพิ่มภาระงานให้แก่พนักงานปัจจุบัน	มองว่าการยกระดับทักษะบุคลากรเป็นสิ่งจำเป็น และสถาบันการศึกษาหรือภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทในการจัดอบรมอย่างเป็นระบบ
4. ด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย	ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับความสะอาดของสถานที่ ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุหรือสัตว์อื่น และต้องการข้อมูลสถานพยาบาลสัตว์ฉุกเฉินที่เข้าถึงได้ง่าย	มีความกังวลต่อการถูกฟ้องร้องหากเกิดอุบัติเหตุ และกังวลต่อความคิดเห็นเชิงลบในด้านความสะอาดหรือกลิ่น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของธุรกิจอย่างรุนแรง	ให้ความสำคัญกับการป้องกันโรคติดต่อจากสัตว์สู่คน และการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความสะอาดในพื้นที่สาธารณะ
5. ด้านการจัดการผลกระทบต่อมรดกโลก	นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้าใจความสำคัญของโบราณสถาน และมีความกังวลว่าจะสร้างผลกระทบ แต่ขาดแนวปฏิบัติที่ชัดเจนจากภาครัฐ	อยู่ในสถานะที่ต้องสร้างสมดุลระหว่างความต้องการของลูกค้ากับกฎระเบียบที่เข้มงวดและไม่ชัดเจนของภาครัฐ	ภารกิจหลักคือการปกป้องมรดกโลก จึงมีนโยบายห้ามนำสัตว์เลี้ยงเข้าพื้นที่อ่อนไหว (Core Zone) โดยเด็ดขาด และมองว่าการกำหนดเขตพื้นที่ (Zoning) คือทางออกที่เหมาะสมที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า เกิดช่องว่างที่ชัดเจนระหว่าง อุปสงค์ อุปทาน และการกำกับ คือ 1) ช่องว่างด้านความคาดหวัง นักท่องเที่ยวต้องการ ประสบการณ์ที่มีคุณภาพ แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญเพียง การอนุญาต 2) ช่องว่างด้านการลงทุนและต้นทุน ผู้ประกอบการมองว่าการลงทุนมีต้นทุนสูง แต่ภาครัฐยังไม่มีมาตรการสนับสนุนด้านการเงินที่ชัดเจน 3) ช่องว่างด้านนโยบาย มีความขัดแย้งเชิงนโยบายที่ชัดเจนระหว่างหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว (ททท.) และหน่วยงานอนุรักษ์กรมศิลปากร ซึ่งผู้ประกอบการเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ดังนั้น การพัฒนาชุดตัวชี้วัดมาตรฐาน

บริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในเมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดช่องว่างเหล่านี้และสร้างแนวทางปฏิบัติร่วมกัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสังเคราะห์และพัฒนาชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง สำหรับใช้ในพื้นที่เมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม ในระยะที่ 1 นำมาสู่การพัฒนาร่างตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง สำหรับใช้ในพื้นที่เมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กระบวนการได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบโดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ซึ่งเป็นวิธีการที่ได้รับการยอมรับในการสังเคราะห์ฉันทามติจากผู้เชี่ยวชาญ กระบวนการนี้เริ่มต้นจากการนำร่างตัวชี้วัดเบื้องต้นที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในระยะแรกมาพัฒนาเป็นแบบสอบถามปลายเปิด จากนั้นจึงนำเสนอต่อ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน ซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการ ผู้ประกอบการโรงแรมและร้านอาหาร และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง กระบวนการเดลฟายดำเนินการซ้ำ 2 รอบ เพื่อถ่วงถ่วงและปรับแก้ตัวชี้วัดจนกระทั่งได้ค่ามัธยฐาน (Median) ที่สูงกว่า 3.50 และค่าพิสัยระหว่างควอร์ไทล์ (Interquartile Range) ที่น้อยกว่า 1.50 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่บ่งชี้ว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในระดับสูง ผลลัพธ์สุดท้ายที่ได้จากกระบวนการนี้คือ ชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการ ที่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) พร้อมสำหรับการนำไปประเมินภาคสนาม ประกอบด้วย 5 มิติ 17 ตัวชี้วัด ดังนี้

มิติที่ 1 ด้านกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด ได้แก่ 1) มีการจัดสรรพื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Zone) อย่างชัดเจนและปลอดภัย 2) มีป้ายสัญลักษณ์ที่สื่อสารกฎระเบียบอย่างชัดเจนและเป็นสากล 3) มีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น น้ำ ถังขยะ เป็นต้นอย่างเพียงพอ และ 4) การเลือกใช้วัสดุและรูปแบบของสิ่งอำนวยความสะดวกมีการคำนึงถึงความเหมาะสมกับภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม โดยอ้างอิงตามแนวทางที่หน่วยงานกำกับดูแลแนะนำ

มิติที่ 2 ด้านกระบวนการบริการ ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ 1) มีการให้ข้อมูลนโยบาย เงื่อนไข และค่าใช้จ่ายอย่างโปร่งใส 2) มีขั้นตอนการต้อนรับและลงทะเบียนที่เป็นมาตรฐาน และ 3) มีแผนจัดการข้อร้องเรียนหรือความขัดแย้งอย่างเป็นระบบ

มิติที่ 3 ด้านบุคลากรและความสามารถ ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ 1) พนักงานมีทัศนคติเชิงบวกและมีใจรักในการให้บริการ 2) พนักงานมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมของสัตว์เลี้ยง และ 3) มีการฝึกอบรมทักษะการจัดการสถานการณ์เฉพาะหน้า

มิติที่ 4 ด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ 1) มีกระบวนการในการรับรองสถานะการได้รับวัคซีนของสัตว์เลี้ยงตามแนวทางที่ปฏิบัติได้สะดวก 2) มีมาตรฐานและรอบความถี่ในการทำความสะอาดอย่างเข้มงวด และ 3) มีการจัดเตรียมข้อมูลติดต่อสถานพยาบาลสัตว์ฉุกเฉิน

มิติที่ 5 ด้านการจัดการผลกระทบต่อมรดกโลก ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด ได้แก่ 1) มีการสื่อสารและให้ความรู้เกี่ยวกับข้อพึงปฏิบัติในพื้นที่อ่อนไหว 2) มีการบังคับใช้นโยบายการใช้สายจูงอย่างเคร่งครัด3) มีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบาย Zoning ของกรมศิลปากร และ 4) มีการส่งเสริมกิจกรรม/เส้นทางท่องเที่ยวทางเลือกที่ไม่กระทบ Core Zone

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อตรวจสอบความตรงและความเหมาะสมของชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการที่พัฒนาขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการตรวจสอบคุณภาพชุดตัวชี้วัดโดยผู้เชี่ยวชาญ 17 ท่าน ผ่านเทคนิคเดลฟาย 2 รอบ ยืนยันว่าชุดตัวชี้วัดนี้มี ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมในระดับสูงมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมภาพรวมอยู่ที่ 4.66 และมีค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.49 ซึ่งแสดงถึงฉันทามติในระดับสูงจากผู้เชี่ยวชาญทุกกลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการเปรียบเทียบความตรงและความเหมาะสมของชุดตัวชี้วัดในแต่ละมิติ

มิติของตัวชี้วัด	จำนวนตัวชี้วัด (ข้อ)	ค่าเฉลี่ยความเหมาะสม รอบที่ 1 และ 2 (Mean)	ค่าเฉลี่ยการกระจายความเห็น รอบที่ 1 และ 2 (S.D.)	ผลการตรวจสอบคุณภาพ
1. ด้านกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก	4	รอบที่ 1 = 4.45 รอบที่ 2 = 4.60	รอบที่ 1 = 0.70 รอบที่ 2 = 0.50	มีความตรงและความเหมาะสมสูง
2. ด้านกระบวนการบริการ	3	รอบที่ 1 = 4.50 รอบที่ 2 = 4.67	รอบที่ 1 = 0.75 รอบที่ 2 = 0.55	มีความตรงและความเหมาะสมสูง
3. ด้านบุคลากรและความสามารถ	3	รอบที่ 1 = 4.25 รอบที่ 2 = 4.43	รอบที่ 1 = 0.82 รอบที่ 2 = 0.62	มีความตรงและความเหมาะสมสูง
4. ด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย	3	รอบที่ 1 = 4.52 รอบที่ 2 = 4.69	รอบที่ 1 = 0.65 รอบที่ 2 = 0.45	มีความตรงและความเหมาะสมสูงมาก
5. ด้านการจัดการผลกระทบต่อมรดกโลก	4	รอบที่ 1 = 4.70 รอบที่ 2 = 4.89	รอบที่ 1 = 0.55 รอบที่ 2 = 0.33	มีความตรงและความเหมาะสมสูงมาก
ภาพรวมทั้งหมด	17	รอบที่ 1 = 4.48 รอบที่ 2 = 4.66	รอบที่ 1 = 0.69 รอบที่ 2 = 0.49	มีความตรงและความเหมาะสมในระดับสูงมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การประเมินความตรงและความเหมาะสมของชุดตัวชี้วัดในแต่ละมิติ มีผลลัพธ์ที่แสดงถึงความก้าวหน้าและคุณภาพที่ดีขึ้น หลังจากผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและปรับปรุงระหว่างรอบที่ 1 และรอบที่ 2 จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความเหมาะสมของตัวชี้วัดในทุกมิติในรอบที่ 2 มีค่าที่สูงกว่ารอบแรกทุกมิติ แสดงให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญเห็นพ้องกับความเหมาะสมของตัวชี้วัดเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ การลดลงของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในรอบที่ 2 ในทุกมิติ แสดงถึงความเห็นที่

สอดคล้องและมีความเป็นเอกฉันท์มากขึ้นในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยเฉพาะมิติด้านการจัดการผลกระทบต่อมรดกโลก ซึ่งได้รับทั้งคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (4.89) และมีความการกระจายความคิดเห็นต่ำที่สุด (0.33) ในรอบที่ 2 บ่งชี้ว่าผู้เชี่ยวชาญทุกคนต่างให้ความสำคัญในประเด็นนี้อย่างยิ่ง ถือเป็นหัวใจของการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงบริบทและความยั่งยืนสำหรับพื้นที่มรดกโลก ซึ่งทั้งหมดนี้แสดงถึงคุณภาพและศักยภาพของชุดตัวชี้วัดว่ามีความตรงและความเหมาะสมในระดับสูงมากเมื่อผ่านการกลั่นกรองและพัฒนา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อนำเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้ตัวชี้วัดสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผลการนำชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลื้อย สำหรับใช้ในพื้นที่เมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไปประเมินสถานประกอบการ 50 แห่ง พบว่า สถานการณ์คุณภาพบริการในปัจจุบันยังขาดความเป็นมาตรฐานและมีความหลากหลายสูง โดยสถานประกอบการส่วนใหญ่ ร้อยละ 66 ยังอยู่ในระดับมาตรฐานพื้นฐานถึงปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการประเมินและจำแนกระดับมาตรฐานบริการ

ประเภทสถานประกอบการ	ระดับ Gold (28-34 คะแนน)	ระดับ Silver (21-27 คะแนน)	ระดับ Bronze (14-20 คะแนน)	ต้องปรับปรุง (0-13 คะแนน)	รวม
ที่พัก	8 แห่ง (ร้อยละ 40)	6 แห่ง (ร้อยละ 30)	5 แห่ง (ร้อยละ 25)	1 แห่ง (ร้อยละ 5)	20 แห่ง
ร้านอาหาร ร้าน กาแฟ	6 แห่ง (ร้อยละ 20)	11 แห่ง (ร้อยละ 37)	11 แห่ง (ร้อยละ 37)	2 แห่ง (ร้อยละ 6)	30 แห่ง
รวมทั้งหมด	14 แห่ง (ร้อยละ 28)	17 แห่ง (ร้อยละ 34)	16 แห่ง (ร้อยละ 32)	3 แห่ง (ร้อยละ 6)	50 แห่ง

จากผลการประเมินภาคสนาม ข้อค้นพบที่สำคัญ คือ ช่องว่างในการปฏิบัติ (Implementation Gap) ระหว่างมาตรฐานเชิงทฤษฎีกับการดำเนินงานจริงของผู้ประกอบการ โดยช่องว่างดังกล่าวแสดงผ่านจุดอ่อนสำคัญที่พบโดยทั่วไป 3 ประการ ได้แก่ 1) การขาดการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพที่เป็นระบบ โดยเฉพาะการจัดสรรพื้นที่สำหรับสัตว์เลื้อย (Pet Zone) ที่มีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน 2) การขาดกระบวนการบริหารจัดการที่เป็นลายลักษณ์อักษรและสามารถตรวจสอบได้ เช่น แผนรับมือเหตุฉุกเฉินหรือแนวทางการจัดการข้อร้องเรียน และ 3) การขาดความรู้ความเข้าใจในนโยบายและข้อบังคับเชิงพื้นที่ โดยเฉพาะนโยบายการแบ่งเขตพื้นที่ (Zoning) ของกรมศิลปากร ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความละเอียดอ่อนสูงในบริบทของเมืองมรดกโลก ทั้งนี้ ผลการประเมินไม่เพียงแต่ยืนยันประสิทธิภาพของชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลื้อยในพื้นที่เมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พัฒนาขึ้นเป็นเครื่องมือที่สามารถระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของผู้ประกอบการได้อย่าง

แม่นยำ แต่ยังเป็นฐานข้อมูลสำหรับการสังเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในรูปแบบ AYUTTHAYA H.E.A.R.T. Model ซึ่งเป็นแนวทางการประยุกต์ใช้ตัวชี้วัดเพื่อขับเคลื่อนการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืนต่อไป

เพื่อขับเคลื่อนการยกระดับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในรูปแบบของ AYUTTHAYA H.E.A.R.T. Model ซึ่งเป็นกรอบการดำเนินงานแบบบูรณาการที่มุ่งแก้ไขช่องว่างที่ค้นพบจากการวิจัย โดยมีองค์ประกอบ 5 ประการ ดังนี้

H – การสร้างจิตสำนึกร่วมในการอนุรักษ์มรดกโลก (Heritage-Conscious Mindset)

เป็นรากฐานที่สำคัญที่สุด โดยมุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจและความตระหนักรู้ร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มถึงความสำคัญของการอนุรักษ์คุณค่าสากลที่โดดเด่นของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แนวทางปฏิบัติที่สำคัญคือการจัดทำและสื่อสารแผนที่การแบ่งเขตพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง (Pet-Friendly Zoning Map) อย่างเป็นทางการและทั่วถึง เพื่อสร้างความชัดเจนในการใช้พื้นที่และลดผลกระทบต่อแหล่งโบราณสถาน

E – การเสริมสร้างศักยภาพและการให้ความรู้ (Empowerment & Education)

มุ่งเน้นการลดช่องว่างด้านความพร้อมและความคาดหวังผ่านการเสริมสร้างศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการ โดยการจัดทำชุดเครื่องมือสำหรับผู้ประกอบการ และจัดอบรมหลักสูตรเชิงวิชาชีพ ควบคู่ไปกับการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติในการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ

A – การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (Alliance & Partnership)

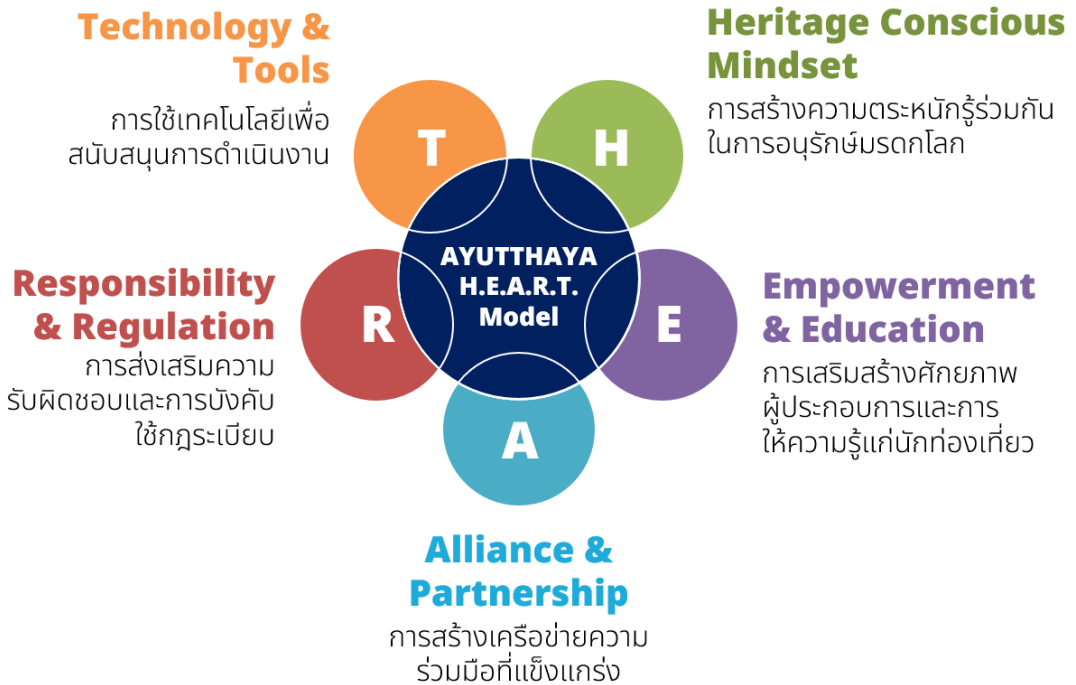
เพื่อแก้ไขปัญหาการดำเนินงานที่ยังขาดการบูรณาการ ควรมีการจัดตั้งเครือข่ายพันธมิตรการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างเป็นทางการ โดยมีภาครัฐ (ททท., กรมศิลปากร) เป็นผู้สนับสนุน และมีสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวเป็นแกนนำในการขับเคลื่อน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ดำเนินการตลาดร่วมกัน และสร้างอำนาจต่อรองเชิงนโยบาย

R – การส่งเสริมความรับผิดชอบและกฎระเบียบที่ชัดเจน (Responsibility & Regulation)

มุ่งเน้นการส่งเสริมความรับผิดชอบของทุกฝ่าย ทั้งผู้ประกอบการในการยกระดับคุณภาพบริการ และนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ควบคู่ไปกับการกำหนดมาตรฐานกลาง คือ มาตรฐานอยุธยาเฮริเทจเพ็ทเฟรนด์ลี (Ayutthaya Heritage Pet-Friendly Standard) และระบบการรับรองมาตรฐาน (Certification) ที่เป็นรูปธรรม

T – การใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือสนับสนุน (Technology & Tools)

สนับสนุนการดำเนินงานในทุกมิติผ่านการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือที่เหมาะสม เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์หรือแอปพลิเคชันที่เป็นศูนย์กลางข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว การใช้ QR Code เพื่อเข้าถึงแผนที่และข้อควรปฏิบัติ และการใช้สื่อดิจิทัลในการสื่อสารการตลาด



ภาพที่ 2 AYUTTHAYA H.E.A.R.T. Model

6. อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอองค์ความรู้ที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลื้อยในบริบทเมืองมรดกโลก โดยสามารถอภิปรายผลในประเด็นสำคัญ 3 ประการที่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย

สถานการณ์ปัจจุบันแสดงภาพตลาดในระยะเปลี่ยนผ่านที่มีช่องว่างด้านคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญ ผลการประเมินภาคสนามที่ค้นพบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่ ร้อยละ 66 ยังคงอยู่ในระดับมาตรฐาน Silver และ Bronze ได้ยืนยันว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลื้อยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยากำลังเผชิญกับกับดักของคำว่า Pet-Friendly กล่าวคือ ผู้ประกอบการจำนวนมากยังคงตีความว่าหมายถึงเพียงการอนุญาต โดยยังมิได้ยกระดับไปสู่การออกแบบประสบการณ์โดยมีสัตว์เลื้อยเป็นศูนย์กลาง ปรากฏการณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยกร ชิบเข้ และคณะ (2567) กล่าวว่าปัจจัย

ด้านสิ่งดึงดูดใจ การจัดเตรียมสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งตอกย้ำว่านักท่องเที่ยวไม่ได้ต้องการเพียงแค่การอนุญาต แต่ต้องการประสบการณ์ ที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยในระดับสากลที่ชี้ให้เห็นว่า เมื่อตลาดเฉพาะกลุ่ม ขยายตัวสู่กระแสหลัก มักจะเกิดช่องว่างด้านคุณภาพ ขึ้นระหว่างกลุ่มผู้บุกเบิกกับกลุ่มผู้ที่เข้ามาในตลาดภายหลัง (Schmidt & Mueller, 2023) มีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนในการกำหนดมาตรฐานกลาง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพบริการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในเมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการปฏิบัติ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ชี้ให้เห็นถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในด้านความชัดเจน ความปลอดภัย และความเข้าใจจากบุคลากร สอดคล้องโดยตรงกับแนวคิดช่องว่างคุณภาพการบริการ (Gap Model of Service Quality) (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., 1988) ชุดตัวชี้วัดทั้ง 17 ตัวชี้วัดที่พัฒนาขึ้นจึงมีได้ทำหน้าที่เป็นเพียงรายการตรวจสอบ แต่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สามารถแปลงความคาดหวังที่เป็นนามธรรมให้กลายเป็นเกณฑ์การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมและสามารถวัดผลได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ณัฐนิชา กฤตศิลป์, 2567) กล่าวว่าปัจจัยด้านการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและการสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลสูงสุดต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การผสมมิติที่ 5 ด้านการจัดการผลกระทบต่อมรดกโลกเข้าไปอย่างชัดเจน ถือเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้มาตรฐานนี้มีความแตกต่างและเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ที่มีความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นการสร้างสมดุลที่จำเป็นอย่างยิ่งระหว่างการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์มรดกทาง (McKercher & du Cros, 2003)

ความขัดแย้งเชิงนโยบาย ต้องการการบริหารจัดการแบบบูรณาการ ผลการสัมภาษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงความขัดแย้งที่ชัดเจนระหว่างเป้าหมายของหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว (ททท.) และหน่วยงานอนุรักษ์โบราณสถาน ถือเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พัชรินทร์ สมบูรณ์ และภักดา เกิดประทุม, 2567) กล่าวว่าความสำคัญของการพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในอยุธยา ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ที่นำเสนอในรูปแบบ AYUTTHAYA H.E.A.R.T. Model จึงได้รับการออกแบบขึ้นตามหลักการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มุ่งสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) ผ่านกลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยมีเครื่องมือที่เป็นรูปธรรม เช่น ระบบการรับรองมาตรฐาน และแผนที่การแบ่งเขตพื้นที่ (Zoning Map) เป็นกลไกสำคัญในการบริหารจัดการจุดหมายปลายทาง เพื่อลดความขัดแย้งและยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมอย่างยั่งยืน (Bramwell & Lane, 2000)

7. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาตัวชี้วัดมาตรฐานบริการสำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในเมืองมรดกโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ครบถ้วนทุกประการ โดยได้องค์ความรู้ใหม่และเครื่องมือเชิงปฏิบัติที่สำคัญ ผลการวิจัยได้สังเคราะห์และพัฒนาชุดตัวชี้วัดมาตรฐานบริการที่มีความเฉพาะเจาะจงสำหรับบริบทของเมืองมรดกโลก ประกอบด้วย 5 มิติ 17 ตัวชี้วัด ซึ่งได้รับการตรวจสอบและยืนยันความตรงและความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญในระดับสูงมาก นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังได้แสดงสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมบริการที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งพบว่ายังคงมีช่องว่างด้านคุณภาพและขาดความเป็นมาตรฐานที่เป็นระบบ สรุปได้ว่าการวิจัยครั้งนี้ไม่เพียงแต่สร้างเครื่องมือมาตรฐานสำหรับผู้ประกอบการในการประเมินและยกระดับคุณภาพบริการ แต่ยังได้นำเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่บูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างยั่งยืน

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการปฏิบัติ

1) จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว (เช่น ททท.) ควรนำชุดตัวชี้วัด 17 ข้อนี้ ไปบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัด โดยกำหนดให้เป็นมาตรฐานขั้นพื้นฐาน สำหรับธุรกิจที่ต้องการเจาะตลาดกลุ่มเจ้าของสัตว์เลี้ยง ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง การมีมาตรฐานรับรอง ระดับ Bronze Silver Gold จะช่วยยกระดับสถานประกอบการให้เข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ สอดคล้องกับนโยบายชาติด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการท่องเที่ยว

2) ภาครัฐควรสร้างแรงจูงใจที่ชัดเจนแก่ผู้ประกอบการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน เช่น ด้านการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรให้สิทธิพิเศษแก่สถานประกอบการที่ได้รับรองมาตรฐานในการเข้าร่วมแคมเปญการตลาด หรือการประชาสัมพันธ์ในคู่มือท่องเที่ยว Pet-Friendly Routes ซึ่งจะช่วยขยายโอกาสทางการตลาดให้แก่ธุรกิจ ด้านการเงิน เชื่อมโยงกับสถาบันการเงินของรัฐในการพิจารณาสินเชื่อเพื่อการปรับปรุงสถานประกอบการ โดยใช้ใบรับรองมาตรฐานนี้เป็นเอกสารประกอบการพิจารณาความน่าเชื่อถือทางธุรกิจ

3) กรมศิลปากรควรทำงานร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นในการประกาศแผนที่นำทางธุรกิจที่ชัดเจน ไม่เพียงเพื่อการห้าม แต่เพื่อชี้เป้าพื้นที่ศักยภาพที่ภาคเอกชนสามารถลงทุนพัฒนาธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยงได้อย่างมั่นใจและถูกต้องตามกฎหมาย ลดความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญของการลงทุนในปัจจุบัน

8.2 ข้อเสนอแนะสำหรับภาคเอกชนและชุมชน

- 1) ผู้ประกอบการควรนำแบบตรวจประเมิน ไปใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบสุขภาพธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์จุดอ่อนและปิดช่องว่างด้านบริการ ซึ่งจะนำไปสู่การลดข้อร้องเรียนและการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า
- 2) ผู้ประกอบการในพื้นที่ควรจัดตั้งเครือข่ายพันธมิตร เพื่อสร้างอำนาจต่อรองและแลกเปลี่ยนทรัพยากร เช่น การทำการตลาดร่วมกัน ระหว่างที่พักและร้านอาหาร หรือการติดกับซัพพลายเออร์สินค้าสัตว์เลี้ยง เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน

8.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- 1) ควรมีการนำกรอบตัวชี้วัดนี้ไปทดลองใช้กับเมืองมรดกโลกแห่งอื่นในประเทศไทย เช่น จังหวัดสุโขทัย หรือในภูมิภาคอาเซียน เพื่อเปรียบเทียบและพัฒนาเป็นมาตรฐานระดับชาติหรือภูมิภาค
- 2) ควรมีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับมาตรฐาน กับผลลัพธ์ทางธุรกิจ เช่น อัตราการเข้าพัก รายได้ และระดับความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อชี้ให้เห็นถึงผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)
- 3) ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพกับกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยตรงในประเด็นการแบ่งส่วนตลาด และระดับความเต็มใจที่จะจ่าย สำหรับบริการที่ได้มาตรฐาน

9. เอกสารอ้างอิง

- กัลยกร ชิบเข้ และคณะ. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยง (Pet Tourism) ในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 16(1), 268-281.
- กรมปศุสัตว์. (2567). รายงานจำนวนสัตว์เลี้ยงที่ขึ้นทะเบียนในประเทศไทย ปี 2567. <https://www.dld.go.th>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). สถิติรายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี 2567. <https://www.mots.go.th>
- กัลยกร ชิบเข้ และคณะ. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวพร้อมสัตว์เลี้ยง (Pet Tourism) ในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 16(1), 268-281.
- ณัฐนิชา กฤตศิลป์. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวซ้ำ ของนักท่องเที่ยวเดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยง ที่ใช้บริการที่พักประเภท รีสอร์ทระดับ 4-5 ดาว ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลประเทศไทย [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

- พชร พุทธิมนต์. (2567). กลยุทธ์การตลาดของที่พักนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงในพื้นที่การท่องเที่ยวเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา. *สารศาสตร์*, 3, 829-842.
- พัชรินทร์ สมบูรณ์ และภัครดา เกิดประทุม. (2567). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อยุธยาเมืองมรดกโลก. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 8(3), 1508-1522.
- สมาคมการท่องเที่ยวไทย. (2567). ผลสำรวจความต้องการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงของนักท่องเที่ยวไทย ปี 2567. <https://www.thaitourismassociation.or.th>
- Bramwell, B., & Lane, B. (2000). Collaboration and partnerships in tourism planning. In B. Bramwell & B. Lane (Eds.), *Tourism collaboration and partnerships: Politics, practice and sustainability* (pp. 1-19). Channel View Publications.
- McKercher, B., & Du Cros, H. (2003). Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*, 5(1), 45-58. <https://doi.org/10.1002/jtr.417>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Schmidt, L., & Mueller, H. (2023). Standardization challenges in niche markets: A study of service tiering in the European pet-tourism sector. *Tourism Management*, 95, 104678. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104678>
- UNESCO. (2013). *Managing tourism in world heritage sites: A practical manual*. Paris: UNESCO World Heritage Centre.
- UNWTO. (2024). *Tourism set to generate \$9.9 trillion in 2024*. <https://www.unwto.org>