# แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

สุชาดา ธโนภานุวัฒน์[1]


| | |
|---|---|
| วันที่รับบทความ | 26/01/2564 |
| วันแก้ไขบทความ | 15/03/2564 |
| วันตอบรับบทความ | 30/03/2564 |



**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวต้นแบบ และประเมินเส้นทางการท่องเที่ยวต้นแบบ เพื่อสร้างแนวทางการจัดการ กลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลมีทั้งข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ การวิเคราะห์ข้อมูลมีทั้งการวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) การท่องเที่ยวในเขตธนบุรี มีศักยภาพการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากเพียง 2 แขวง ได้แก่ แขวงตลาดพลู รองลงมาคือ แขวงวัดกัลยาณ์ 2) นักท่องเที่ยว มีความเห็นว่าปัจจัยทางการตลาดในภาพรวม จำนวน 7 ด้าน มีผลต่อความต้องการท่องเที่ยวในระดับมาก โดยบุคลากร/คนในชุมชน มีผลต่อความต้องการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 3) เส้นทางการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี มีจำนวน 2 เส้นทาง คือ เส้นทางท่องเที่ยวแขวงวัดกัลยาณ์ และเส้นทางท่องเที่ยวแขวงตลาดพลู 4) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อเส้นทางท่องเที่ยวแขวงวัดกัลยาณ์โดยภาพรวมมากที่สุดต่างจากเส้นทางท่องเที่ยวแขวงตลาดพลูที่มีความพึงพอใจต่อเส้นทางท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และ 5) แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี พบว่า มีจำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร/คนในชุมชน กระบวนการให้บริการ และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ


**คำสำคัญ** : กลยุทธ์ เส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เขตธนบุรี

---

[1] นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
อีเมล : suchada.t@dru.ac.th

# The Guidelines on Strategic Management of Tourism Route Model Development for Promoting Cultural Tourism in Thonburi District, Bangkoky


| | |
|---|---|
| Received | 26/01/2021 |
| Revised | 15/03/2021 |
| Accepted | 30/03/2021 |


Suchada Tanopanuwat[1]


## Abstract

The objective of this research was to study the guidelines on strategic management of tourism route model development for promoting cultural tourism in Thonburi district, Bangkok. The investigation started by exploring the potential of tourism and the demand of tourists for tourism in Thonburi district, followed by developing and evaluating a tourism route model, in order to establish the guidelines on strategic management of tourism route model development. The research tools consisted of interview forms and questionnaires. Both primary and secondary data were collated. Quantitative data was analyzed using frequency, percentage, mean and standard deviation. Qualitative data, meanwhile, was analyzed using descriptive content analysis. The research results revealed that: 1) There were only two sub-districts in Thonburi district; Talat Phlu sub-district and Wat Kalaya sub-district, which had a high level of tourism potential. 2) According to the tourists, the seven factors of marketing mix strategy were highly practical to the tourism demand, in which the personnel or people in the community affected the tourism demand at the highest level, and tourism products, respectively. 3) There were two tourism routes in Thonburi district; Wat Kalaya tourism route and Talat Phlu tourism route. 4) In overall, the tourists were mostly satisfied with the Wat Kalaya tourism route. Meanwhile, the overall satisfaction towards the Talat Phlu tourism route was at a moderate level. and 5) the guidelines on strategic management of tourism route model development for promoting cultural tourism in Thonburi district consisted of seven aspects: tourism products, prices, channels of distribution, marketing promotion, the personnel or people in the community, service process, and the creation and presentation of physical characteristics.


**Keywords**: strategy,tourism route model,cultural tourism,Thonburi district

[1] Researcher, Research and Development Institute, Dhonburi Rajabhat University
e-mail : suchada.t@dru.ac.th

**บทนำ**

เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ทำการศึกษาซึ่งในเขตธนบุรีมีชุมชนเก่าแก่อายุกว่า 600 ปี เดิมมีความสำคัญในฐานะที่เป็นเมืองหน้าด่าน ตั้งแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ซึ่งหลังจากมีความเจริญเข้ามา เพราะการค้ากับชาติตะวันตกและเอเชียเติบโตขึ้น มีเรือสินค้าต่างชาติเข้ามาค้าขายเรือสินค้าเหล่านี้ต้องผ่านและพักที่เมืองธนบุรี ดังนั้นเมืองนี้จึงเป็นแหล่งรวมของคนหลากหลายชาติพันธุ์ ซึ่งนอกจากเดินทางมาค้าขายแล้ว หลายกลุ่มได้ตั้งรกรากอยู่ที่บริเวณนี้ และใช้ชีวิตต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในชุมชนธนบุรีต่างมีบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างกัน แต่สามารถอยู่ร่วมกันได้โดยไม่มีข้อขัดแย้ง ด้วยเหตุนี้ทำให้เขตธนบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากมายที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ควรค่าแก่การศึกษาและสืบทอดอนุรักษ์อย่างยิ่งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้วยการสร้างความยั่งยืน เพื่อให้เกิดการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอันจะเป็นการสร้างความมั่นคงทางรายได้ และเกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ชุมชนมีโอกาสได้นำเอาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนออกมานำเสนอเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจก่อให้เกิดอาชีพรายได้แก่ชุมชนและเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทั้งในระดับชุมชนท้องถิ่นและระดับประเทศ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความหลากหลายกระจายอยู่ตามท้องถิ่นต่างๆ อีกทั้งยังมีความเคลื่อนไหวในกรณีของพิธีประเพณีและวัฒนธรรมที่กำลังจัดอยู่ นอกจากนี้ยังเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการอนุรักษ์และพัฒนาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนและกำลังได้รับความนิยมสูงขึ้น จะเห็นได้จากที่ชุมชนหลายแห่งพยายามที่จะผลักดันชุมชนของตนให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว จนทำให้เกิดกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในด้านต่างๆ ที่ส่งผลให้หลายชุมชนประสบความสำเร็จ (วิศัลย์ โฆษิตานนท์, 2557, น.18) ฉะนั้นสิ่งที่จำเป็นที่สุดก็คือการเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแห่งนั้นไว้ให้พร้อม เวลาออกไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมท้องถิ่นของแหล่งวัฒนธรรมจะได้เข้าใจความเป็นไป ขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิตของผู้คนที่นั้นดียิ่งขึ้น ในประเด็นเกี่ยวกับข้อมูลด้านสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นก็เป็นปัญหาใหญ่ที่หน่วยงานต่างๆจะต้องร่วมมือกันอย่างเร่งด่วนเพื่อให้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบระเบียบแต่ละท้องถิ่นอาจจะเป็น ผู้ส่งข้อมูลพื้นฐานชุมชนของตนให้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อประมวลข้อมูลเหล่านั้นเข้าเป็นหมวดหมู่และพร้อมที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ทันทีที่มีความต้องการ (ชนัญ วงษ์วิภาค, 2551, น. 293) นอกจากการเตรียมความพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแล้วการศึกษากลยุทธ์สำหรับการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้มีส่วนในการส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรม โครงการหรือการดำเนินงานต่างๆตามภารกิจของหน่วยงานนั้นอย่างทันท่วงที ตรงตามความต้องการของชุมชน และช่วยยกระดับการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนด้วย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

**ตถุประสงค์การวิจัย**

เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบเพื่อการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

**วิธีดำเนินการวิจัย**

**1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

1) การสำรวจข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้นำชุมชน หรือผู้แทนชุมชนทั้ง 7 แขวงในเขตธนบุรี ได้แก่ แขวงวัดกัลยาณ์ แขวงหิรัญรูจี แขวงบุปผาราม แขวงตลาดพลู แขวงบางยี่เรือ แขวงบุคคโล และแขวงดาวคะนอง แขวงละ 1 คน โดยต้องเป็นผู้ทราบข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของแขวงนั้นๆ

2) การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี

ประชากร คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) กับผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ ประกอบด้วย ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐของกรุงเทพมหานคร ผู้แทนจากสำนักงานเขตธนบุรี ผู้นำชุมชน/ผู้แทนชุมชนในเขตธนบุรี 7 แขวง รวมทั้งหมดจำนวน 20 คน

3) ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยือนในเขตธนบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีคำนวณหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546, น.74) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อยเท่ากับ 384.16 โดยการศึกษาในครั้งนี้ นักวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 คน ด้านการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช่ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จากประชากรที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน

4) การประเมินผลความพึงพอใจต่อการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวต้นแบบ

ประชากร คือ ผู้แทนชุมชนในเขตธนบุรี และนักท่องเที่ยวทั่วไป

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวต้นแบบใช้ระยะเวลาในการเดินทางตลอดเส้นทางหลายชั่วโมง จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่มีความเต็มใจและยินดีสละเวลาให้ข้อมูล จำนวน 38 คน

5) แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบ

ประชากร คือ ผู้นำชุมชนหรือผู้แทนชุมชนในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้แทนจากสำนักงานเขตธนบุรี

กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) กับผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ ประกอบด้วย ผู้แทนจากสำนักงานเขตธนบุรี ผู้แทนจากกระทรวงวัฒนธรรม ผู้แทนจากสถาบันการศึกษา ผู้แทนจากบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ผู้นำชุมชนหรือผู้แทนชุมชนในแขวงวัดกัลยาณ์ รวมทั้งหมดจำนวน 12 คน

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การสำรวจข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อสำรวจข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีประเด็นคำถาม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่ ที่ตั้ง และการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ประวัติและความเป็นมา ความน่าสนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยว การปรับปรุงหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

2) การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี ใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวในเขตธนบุรีทั้ง 7 แขวง มีประเด็นคำถาม ได้แก่ ศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว คุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วม/ความเข้มแข็งของชุมชน ความนิยมของทรัพยากรท่องเที่ยว และความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว เป็นลักษณะคำถามปลายปิดแบบให้ประมาณค่าและข้อเสนอแนะเป็นคำถามแบบปลายเปิด

3) การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี ใช้แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี มีประเด็นคำถาม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร/คนในชุมชน กระบวนการให้บริการ และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ประกอบด้วยลักษณะคำถามแบบปลายเปิด และปลายปิด

4) การประเมินผลความพึงพอใจต่อการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี โดยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยลักษณะ คำถามแบบปลายเปิด และปลายปิด

5) แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบ ใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี มีประเด็นคำถาม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร/คนในชุมชน กระบวนการให้บริการ และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยสัมภาษณ์ผู้แทนจากสำนักงานเขตธนบุรี ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง และผู้นำชุมชนหรือผู้แทนชุมชนในเขตธนบุรี เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

สำหรับเกณฑ์ในการเทียบระดับค่าเฉลี่ย ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาของ ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2553, น.97) ดังนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| - ระดับมากที่สุด | มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง | 4.20 - 5.00 | คะแนน |
| - ระดับมาก | มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง | 3.40 - 4.19 | คะแนน |
| - ระดับปานกลาง | มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง | 2.60 - 3.39 | คะแนน |
| - ระดับน้อย | มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง | 1.80 - 2.59 | คะแนน |
| - ระดับน้อยที่สุด | มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง | 1.00 - 1.79 | คะแนน |

**3. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยมีวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ระหว่างเดือนตุลาคม 2562 ถึงเดือนมิถุนายน 2563 มีรายละเอียดดังนี้

1) จัดประชุมสนทนากลุ่มผู้นำชุมชนหรือผู้แทนชุมชนในเขตธนบุรีทั้ง 7 แขวง เพื่อสำรวจข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ

2) ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญในสถานที่ที่ยังไม่เคยไปร่วมกับผู้นำชุมชนหรือผู้แทนชุมชน ได้แก่ แขวงหิรัญรูจี จำนวนทั้งหมด 9 ชุมชน และแขวงวัดกัลยาณ์ ได้แก่ ชุมชนโรงคราม ชุมชนบุปผาราม เป็นต้น

3) ประสานเชิญผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐของกรุงเทพมหานคร และผู้แทนจากสำนักงานเขตธนบุรีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งผู้นำชุมชนหรือผู้แทนชุมชนในเขตธนบุรี เพื่อให้ประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของเขตธนบุรีแต่ละแขวง

4) เก็บข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวใน 7 แขวง

5) พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในเขตธนบุรี โดยพิจารณาจากผลประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวประกอบกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

6) จัดให้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวได้พัฒนาขึ้น 2 เส้นทาง และประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวแขวงวัดกัลยาณ์ และเส้นทางท่องเที่ยวแขวงตลาดพลู

7) จัดประชุมสนทนากลุ่มผู้แทนจากสำนักงานเขตธนบุรี ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง และผู้นำชุมชนหรือผู้แทนชุมชนในเขตธนบุรี เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล**

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาแจกแจงในการวิเคราะห์ตามประเด็นที่ต้องการศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้วยการหาค่าร้อยละ (Percentage) และในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทางท่องเที่ยวด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา (Content Analysis and Synthesis) จากคำถามปลายเปิดของแบบสัมภาษณ์ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป

## สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

### สรุปผลการวิจัย

**1. การประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี**

การศึกษาในส่วนนี้เป็นการศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี โดยใช้แบบประเมินศักยภาพกับผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐของกรุงเทพมหานครที่เกี่ยวข้อง ผู้แทนจากสำนักงานเขตธนบุรี นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี และภาคประชาชน ซึ่งแบ่งได้ 2 ระดับ คือ ศักยภาพโดยภาพรวม และศักยภาพรายประเด็น สรุปผลได้ดังต่อไปนี้

**1) ระดับศักยภาพโดยภาพรวม**

การศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี สามารถพิจารณาในภาพรวม และแยกเป็น 7 แขวงได้ดังนี้

**ตารางที่ 1** ระดับศักยภาพของการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี เมื่อพิจารณาในภาพรวม

| รายการ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. แขวงวัดกัลยาณ์ | 3.79 | 0.45 | ศักยภาพมาก |
| 2. แขวงตลาดพลู | 3.84 | 0.59 | ศักยภาพมาก |
| 3. แขวงบางยี่เรือ | 3.16 | 0.68 | ศักยภาพปานกลาง |
| 4. แขวงหิรัญรูจี | 3.12 | 0.59 | ศักยภาพปานกลาง |
| 5. แขวงบุคคโล | 2.68 | 0.44 | ศักยภาพปานกลาง |
| 6. แขวงดาวคะนอง | 2.41 | 0.33 | ศักยภาพน้อย |
| 7. แขวงสำเหร่ | 2.79 | 0.62 | ศักยภาพปานกลาง |
| **รวม** | **3.11** | **0.53** | **ศักยภาพปานกลาง** |

จากตารางที่ 1 พบว่าศักยภาพของการท่องเที่ยวในเขตธนบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) โดยแขวงตลาดพลูมีศักยภาพมากเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมา คือ แขวงวัดกัลยาณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

**2) ระดับศักยภาพรายประเด็น**

การพิจารณาระดับศักยภาพรายประเด็น จำนวน 6 ประเด็น คือ ศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว คุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วม/ความเข้มแข็งของชุมชน ความนิยมของทรัพยากรท่องเที่ยว และความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว โดยจะแสดงผลเฉพาะแขวงที่มีศักยภาพของการท่องเที่ยวในระดับมาก จำนวน 2 แขวง คือ แขวงวัดกัลยาณ์ และแขวงตลาดพลู ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นรายแขวง สรุปได้ดังนี้

**2.1) แขวงวัดกัลยาณ์**

**ตารางที่ 2** ระดับศักยภาพของการท่องเที่ยวในแขวงวัดกัลยาณ์ เมื่อพิจารณาในภาพรวม

| รายการ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. ศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว | 3.63 | 0.45 | ศักยภาพมาก |
| 2. คุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว | 4.29 | 0.51 | ศักยภาพมากที่สุด |
| 3. การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม | 3.63 | 0.45 | ศักยภาพมาก |
| 4. การมีส่วนร่วม/ความเข้มแข็งของชุมชน | 3.69 | 0.54 | ศักยภาพมาก |
| 5. ความนิยมของทรัพยากรท่องเที่ยว | 4.25 | 0.61 | ศักยภาพมากที่สุด |
| 6. ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว | 3.57 | 0.44 | ศักยภาพมาก |
| **รวม** | **3.79** | **0.45** | **ศักยภาพมาก** |

จากตารางที่ 2 พบว่าศักยภาพของการท่องเที่ยวในแขวงวัดกัลยาณ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวมีศักยภาพมากที่สุด เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา คือความนิยมของทรัพยากรท่องเที่ยวมีศักยภาพมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.25)

**2.2) แขวงตลาดพลู**

**ตารางที่ 3** ระดับศักยภาพของการท่องเที่ยวในแขวงตลาดพลู เมื่อพิจารณาในภาพรวม

| รายการ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. ศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว | 3.66 | 0.69 | ศักยภาพมากที่สุด |
| 2. คุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว | 4.25 | 0.65 | ศักยภาพมากที่สุด |
| 3. การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม | 3.69 | 0.62 | ศักยภาพมาก |
| 4. การมีส่วนร่วม/ความเข้มแข็งของชุมชน | 3.55 | 0.80 | ศักยภาพมาก |
| 5. ความนิยมของทรัพยากรท่องเที่ยว | 4.39 | 0.43 | ศักยภาพมากที่สุด |
| 6. ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว | 3.51 | 0.89 | ศักยภาพมาก |
| **รวม** | **3.84** | **0.59** | **ศักยภาพมาก** |

จากตารางที่ 3 พบว่าศักยภาพของการท่องเที่ยวในแขวงตลาดพลูโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยความนิยมของทรัพยากรท่องเที่ยวมีศักยภาพมากที่สุด เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา คือคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวมีศักยภาพมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.25)

**2. การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี**

ผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี จำนวน 400 คน มีรายละเอียดโดยสรุปดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตธนบุรี

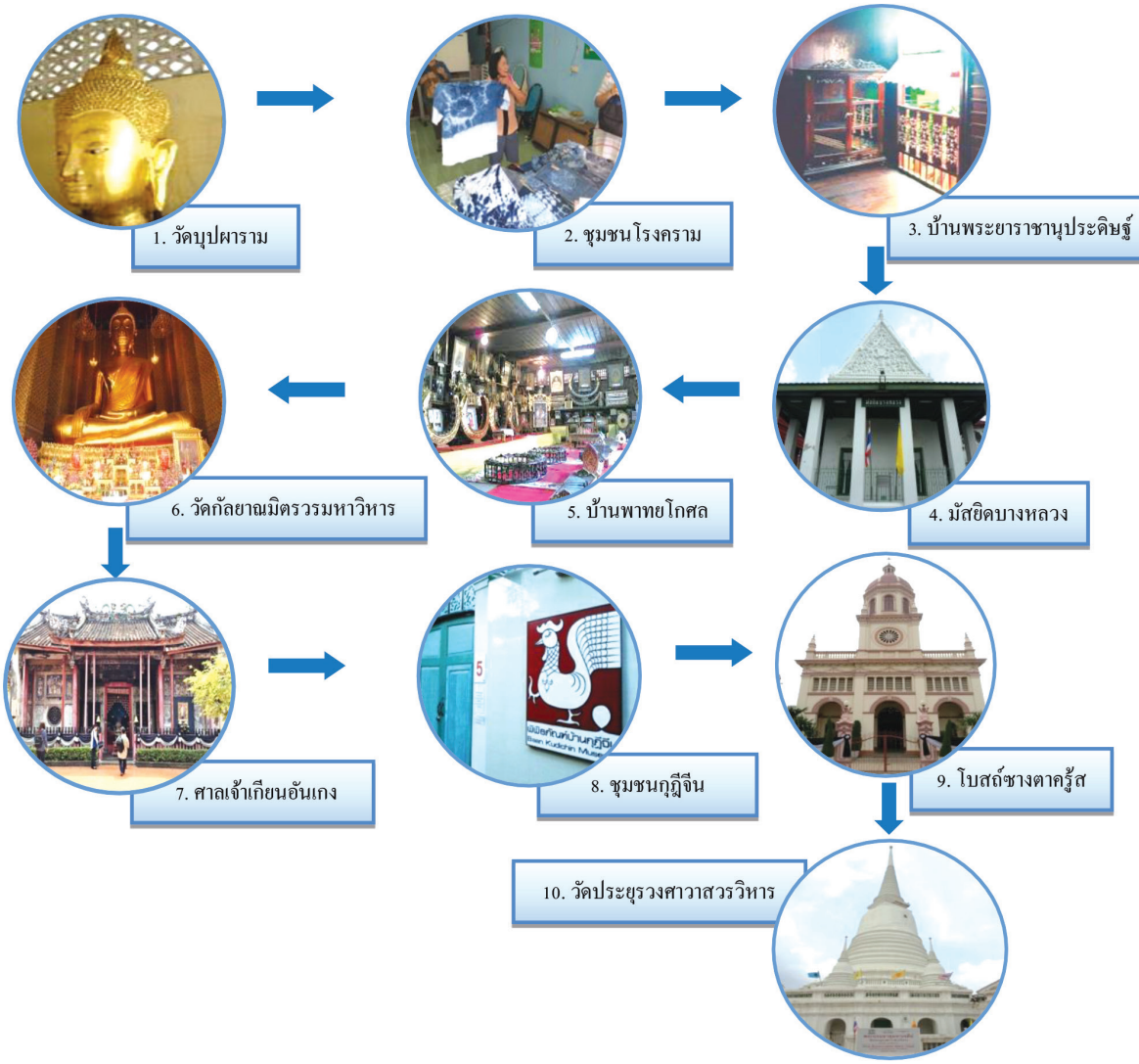
| รายการ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|---|---|---|---|
| 1. ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว | 4.10 | 0.49 | ต้องการมาก |
| 2. ราคา | 4.06 | 0.66 | ต้องการมาก |
| 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย | 4.08 | 0.59 | ต้องการมาก |
| 4. การส่งเสริมการตลาด | 4.07 | 0.54 | ต้องการมาก |
| 5. บุคลากร/คนในชุมชน | 4.12 | 0.51 | ต้องการมาก |
| 6. กระบวนการให้บริการ | 3.99 | 0.55 | ต้องการมาก |
| 7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ | 4.07 | 0.60 | ต้องการมาก |
| **รวม** | **4.07** | **0.45** | **ต้องการมาก** |

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการท่องเที่ยวในเขตธนบุรีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยด้านบุคลากร/คนในชุมชน มีผลต่อความต้องการท่องเที่ยวมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.10)

**3. การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว และประเมินเส้นทางการท่องเที่ยว**

จากผลการประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยว ประกอบกับผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในเขตธนบุรี พบว่า แขวงวัดกัลยาณ์ และแขวงตลาดพลู มีผลการประเมินมากที่สุด 2 ลำดับแรก ดังนั้นจึงนำมาพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี สามารถสรุปได้ดังนี้

**1) เส้นทางท่องเที่ยวแขวงวัดกัลยาณ์** ประกอบด้วย 6 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบุปผาราม ชุมชนโรงคราม ชุมชนกุฎีขาว ชุมชนวัดกัลยาณ์ ชุมชนกุฎีจีน และชุมชนวัดประยุรวงศ์ ซึ่งทุกชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา สถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม รวมระยะทางตลอดเส้นทางทั้งสิ้นประมาณ 2.7 กิโลเมตร โดยมีเส้นทางการท่องเที่ยวที่สำคัญแสดงดังภาพที่ 1 ดังนี้




**ภาพที่ 1** เส้นทางท่องเที่ยวแขวงวัดกัลยาณ์

**2) เส้นทางท่องเที่ยวแขวงตลาดพลู** เป็นชุมชนและทางแยกตั้งอยู่บริเวณถนนเทอดไท ติดกับคลองบางกอกใหญ่ ความพิเศษของชุมชนตลาดพลูในยุคนี้ คือ ผู้คนต่างอยู่ร่วมกันในเรือนไม้ห้องแถวและเริ่มมีการก่อสร้างอาคารพาณิชย์โครงสร้างปูนผสมไม้ตามซอยต่างๆ มีคนหลากหลายอาชีพมาอยู่ร่วมกัน ทั้งช่างไม้ ช่างเฟอร์นิเจอร์ ช่างทาสี ช่างตัดเย็บเสื้อผ้า มีทั้งคนไทยและจีนที่ประกอบอาชีพเหล่านี้ ตลาดพลูขึ้นชื่ออย่างมากในเรื่องการเป็นแหล่งขายอาหารที่หลากหลาย รวมระยะทางตลอดเส้นทางทั้งสิ้นประมาณ 2.3 กิโลเมตร โดยมีเส้นทางการท่องเที่ยวที่สำคัญแสดงดังภาพที่ 2 ดังนี้




**ภาพที่ 2** เส้นทางท่องเที่ยวแขวงตลาดพลู

**เป็นผลการประเมินเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว** จำนวน 2 เส้นทาง ดังนี้

**1) เส้นทางท่องเที่ยวแขวงวัดกัลยาณ์** มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 22 คน แบ่งเป็นข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์ผลโดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวแขวงวัดกัลยาณ์โดยภาพรวมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนกุฎีจีน และบ้านพระยาราชานุประดิษฐ์ มีความพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร และมัสยิดบางหลวง (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแขวงวัดกัลยาณ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและด้านบุคลากร/คนในชุมชนมีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ควรพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบครึ่งวัน สำหรับผู้ที่มีเวลาจำกัด โดยอาจทำให้เลือกเป็น 2 เส้นทาง และควรมีการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้มีโอกาสเข้ามาเยี่ยมชม

**2) เส้นทางท่องเที่ยวแขวงตลาดพลู** มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 16 คน แบ่งเป็นข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์ผลโดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว และความพึงพอใจต่อการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในแขวงตลาดพลู โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า สถานีรถไฟตลาดพลู มีความพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ วัดใหม่ยายนุ้ย วัดวรามาตยภัณฑสาราราม และโรงนึ่งปลาทู มีความพอใจปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแขวงตลาดพลูในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยด้านบุคลากร/คนในชุมชน มีความพึงพอใจมากที่สุด

**4. แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบ**

การจัดการกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบในเขตธนบุรี โดยกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้นำชุมชนและหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ประกอบกับผลการประเมินเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 แขวง พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในแขวงตลาดพลู โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และให้เหตุผลของการมาท่องเที่ยวในแขวงตลาดพลูว่าต้องการมาซื้อและทานอาหาร เพราะเป็นแหล่งอาหารและขนมหวานที่มีชื่อเสียง ผู้วิจัยจึงเลือกเส้นทางท่องเที่ยวแขวงวัดกัลยาณ์ มาหาแนวทางการจัดการกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบ พบว่ามี 7 ปัจจัย สรุปได้ดังนี้

**1) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว**

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่นเป็นที่ประจักษ์ต่อสายตานักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น ส่งเสริมคุณค่าทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว

**วัตถุประสงค์** คือ เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่นอันนำไปสู่การรองรับการท่องเที่ยว โดยพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทั้ง 6 ชุมชนในแขวงวัดกัลยาณ์

**กลุ่มเป้าหมาย** คือ ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ ผู้นำชุมชน และประชาชน

**วิธีดำเนินการ** คือ จัดประชุมร่วมกันระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว พร้อมทั้งร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่น โดยพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบ ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยว 3 ศาสนา 4 ความเชื่อ โดยเริ่มจากวัดบุปผาราม-ชุมชนโรงคราม-บ้านพระยาราชานุประดิษฐ์-มัสยิดบางหลวง-บ้านพาทยโกศล-วัดกัลยาณ์-ศาลเจ้าเกียนอันเกง-ชุมชนกุฎีจีน-โบสถ์ซางตาครู้ส-วัดประยุรวงศ์ รวมระยะทางทั้งสิ้นประมาณ 2.7 กิโลเมตร

จากผลการประเมินเส้นทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่มีเวลาครึ่งวัน จึงได้พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพิ่มอีก 2 เส้นทางร่วมกับชุมชน เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่

-เส้นทางท่องเที่ยววิถีพุทธ-มุสลิม โดยเริ่มจาก วัดกัลยาณ์-บ้านพาทยโกศล-มัสยิดบางหลวง-บ้านพระยาราชานุประดิษฐ์-ชุมชนโรงคราม-วัดบุปผาราม รวมระยะทางประมาณ 1.6 กิโลเมตร

-เส้นทางท่องเที่ยววิถีพุทธ-คริสต์ โดยเริ่มจาก วัดกัลยาณ์-ศาลเจ้าเกียนอันเกง-ชุมชนกุฎีจีน-โบสถ์ซางตาครู้ส-วัดประยุรวงศ์ รวมระยะทางประมาณ 1.1 กิโลเมตร

**ระยะเวลาดำเนินการ** คือ ดำเนินการอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

**ผู้รับผิดชอบ** คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแขวงวัดกัลยาณ์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

**การประเมินผล** คือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นที่พึงพอใจและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยว

**2) ราคา**

การจัดทำประกาศราคาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ชัดเจนทั้งในส่วนของค่าตอบแทนผู้สื่อความหมายท้องถิ่น ค่าใช้จ่ายสำหรับทำกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

**วัตถุประสงค์** คือ เพื่อจัดทำรายการค่าใช้จ่ายเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน

**กลุ่มเป้าหมาย** คือ ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ ผู้นำชุมชน และประชาชน

**วิธีดำเนินการ** คือ จัดประชุมเพื่อวางแผนการจัดทำประกาศด้านราคา หรือค่าใช้จ่ายร่วมกันระหว่างกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

**ระยะเวลาดำเนินการ** คือ ดำเนินการอย่างน้อย 6 เดือนต่อครั้ง

**ผู้รับผิดชอบ** คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแขวงวัดกัลยาณ์

**การประเมินผล** คือ ราคาแสดงค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยว

**3) ช่องทางการจัดจำหน่าย**

การขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในแก่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

**วัตถุประสงค์** คือ เพื่อค้นหาช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

**กลุ่มเป้าหมาย** คือ ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ ผู้นำชุมชน และประชาชน

**วิธีดำเนินการ** คือ จัดประชุมเพื่อวางแผนช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การสร้างช่องทางการตลาดออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดีย (facebook) เป็นต้น

**ระยะเวลาดำเนินการ** คือ ดำเนินการอย่างน้อย 3 เดือนต่อครั้ง

**ผู้รับผิดชอบ** คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแขวงวัดกัลยาณ์

**การประเมินผล** คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย

**4) การส่งเสริมการตลาด**

การค้นหาวิธีการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการขายตรงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

**วัตถุประสงค์** คือ เพื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และขายตรงการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

**กลุ่มเป้าหมาย** คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

**วิธีดำเนินการ** คือ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และงานเทศกาล/มหกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน (ตลาดวิถีถิ่นและวัฒนธรรมชุมชนย่านกะดีจีน)

**ระยะเวลาดำเนินการ** คือ ดำเนินการอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

**ผู้รับผิดชอบ** คือ กระทรวงวัฒนธรรม และบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

**การประเมินผล** คือ จำนวนสื่อโฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ และรูปแบบการขายตรงให้แก่นักท่องเที่ยว

**5) บุคลากร/คนในชุมชน (People)**

บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องได้รับการฝึกอบรม และมีความสามารถในการจูงใจเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยบุคลากรที่เกี่ยวข้องต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ต้องยินดีที่จะมีส่วนร่วมในการต้อนรับการท่องเที่ยว มีไมตรีจิตที่ดี สามารถให้ข้อมูลหรือคำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน

**วัตถุประสงค์** คือ เพื่อพัฒนาบุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

**กลุ่มเป้าหมาย** คือ บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

**วิธีดำเนินการ** คือ การสร้างองค์ความรู้ ทักษะและประสบการณ์ให้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยว

**ระยะเวลาดำเนินการ** คือ อย่างน้อย 6 เดือนต่อครั้ง

**ผู้รับผิดชอบ** คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี และบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

**การประเมินผล** คือ จำนวนบุคลากรที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ ทักษะและประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว

**6) กระบวนการให้บริการ**

การสร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ด้วยการเน้นกระบวนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เพราะถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว

**วัตถุประสงค์** คือ เพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านกระบวนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

**กลุ่มเป้าหมาย** คือ ผู้นำชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

**วิธีดำเนินการ** คือ การฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

**ระยะเวลาดำเนินการ** คือ อย่างน้อย 6 เดือนต่อครั้ง

**ผู้รับผิดชอบ** คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี และบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

**การประเมินผล** คือ จำนวนครั้งในการฝึกอบรมให้ความรู้กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านกระบวนการให้บริการนักท่องเที่ยว

**7) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ**

การพัฒนาสิ่งแวดล้อมทั้งในส่วนของภายในแหล่งท่องเที่ยวและภายนอกแหล่งท่องเที่ยว เช่น สถาปัตยกรรมของแหล่งท่องเที่ยว และการตกแต่งสถานประกอบการต่างๆ เพื่อสร้างแรงผลักดัน หรือดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

**วัตถุประสงค์** คือ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวสนับสนุนการท่องเที่ยว

**กลุ่มเป้าหมาย** คือ ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและประชาชน

**วิธีดำเนินการ** คือ การร่วมมือกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งสนับสนุนการท่องเที่ยว

**ระยะเวลาดำเนินการ** คือ ดำเนินการอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

**ผู้รับผิดชอบ** คือ กรมศิลปากร สำนักงานเขตธนบุรี ภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว และสมาชิกชุมชน

**การประเมินผล** คือ จำนวนครั้งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งสนับสนุนการท่องเที่ยว

**อภิปรายผลการวิจัย**

การวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลในส่วนที่สำคัญและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังนี้

**การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว และประเมินเส้นทางท่องเที่ยว**

ผลการศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี สามารถพัฒนาเส้นทางเดินเท้าได้ 2 เส้นทาง ได้แก่ 1) เส้นทางท่องเที่ยวแขวงวัดกัลยาณ์ และ 2) เส้นทางท่องเที่ยวแขวงตลาดพลู สอดคล้องกับเส้นทางท่องเที่ยวในเมืองของ Harvay (1992, p. 71) พบว่าเส้นทางท่องเที่ยวโดยการเดินเท้าเป็นวิธีการท่องเที่ยวที่ใช้ได้สำหรับเมืองเกือบทุกเมืองและเป็นวิธีที่ค่อนข้าง

อิสระสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่ เช่นเดียวกับอดิชาติ บัวขาว (2559, น. 45) ที่ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ศิลปะกับความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรม บริเวณชุมชนโบราณแขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยเริ่มต้นแต่วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร สถานที่ต่อมา คือ โบสถ์ซางตาครูส และเข้ามาศึกษาความรู้ของชุมชนกุฎีจีนและพักผ่อนตามอัธยาศัยได้ที่พิพิธภัณฑ์บ้านกุฎีจีน แล้วค่อยไปชมความงดงามของศิลปะแบบจีนที่ศาลเจ้าเกียนอันเกง แล้วไปต่อที่วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร สุดท้ายที่มัสยิดบางหลวง การเดินทางท่องเที่ยวเส้นทางนี้ใช้เวลาทั้งหมด 3 ชั่วโมงครึ่ง ซึ่งเส้นทางท่องเที่ยวจะสวนทางกับผู้วิจัยที่เริ่มต้นจากวัดบุปผาราม และสิ้นสุดที่วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร นอกจากนี้สถาพร ถาวรอธิวาสน์ (2555, บทคัดย่อ) ศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตามวิถีชุมชนลุ่มแม่น้ำท่าจีน จังหวัดชัยนาท โดยได้กำหนดเส้นทาง 2 เส้นทางคือ เส้นทางที่ 1 เส้นทางท่องเที่ยวอำเภอวัดสิงห์ และเส้นทางที่ 2 เส้นทางท่องเที่ยวอำเภอหันคา และบุญพิเชฐ์ จันทร์เมือง (2553, บทคัดย่อ) ได้สรุปเส้นทางที่เหมาะสมในการท่องเที่ยววัดในกรุงเทพมหานคร 3 เส้นทางด้วยกัน ได้แก่ เส้นทางสายแม่น้ำเจ้าพระยา (การท่องเที่ยวไหว้พระ ชมความงามของโบราณวัตถุของวัดที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา) 2. เส้นทางสายมหานคร (การท่องเที่ยวไหว้พระ ชมความงามโบราณวัตถุของวัดที่ตั้งอยู่บริเวณเขตกรุงเทพชั้นในที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร 3. เส้นทางสายวัฒนธรรมไทย-จีน (เส้นทางเชื่อมประสานวัด ชุมชนและวัฒนธรรม)

ผลประเมินเส้นทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยภาพรวมต่อเส้นทางท่องเที่ยวแขวงวัดกัลยาณ์ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นเส้นทางที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและศาสนา สอดคล้องกับ The European Center for Traditional and Regional Cultures หรือ ECTARC ของRichards (1995, p. 83) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ต่างจากเส้นทางท่องเที่ยวแขวงตลาดพลูมีความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับปานกลาง สอดคล้องกับอดิชาติ บัวขาว (2559, น. 45) ที่ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ศิลปะกับความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรม บริเวณชุมชนโบราณแขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่าเส้นทางสายนี้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะกับการเรียนรู้ที่ทรงคุณค่าของผู้ที่สนใจในด้านประวัติศาสตร์ งานศิลปะ และวิถีชีวิตของคนในชุมชนกับความหลากหลายทางด้านศาสนาและวัฒนธรรมที่มีมายาวนานหลายร้อยปี และทัศนีย์ นาคเสนีย์ (2556, น. 50) ศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยอารยธรรมทวารวดี - ขอมในจังหวัดราชบุรี ผลการจัดนำเที่ยว พบว่าการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศาสนสถานทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจน้อยเพราะขาดความดึงดูดใจ ไม่มีความประทับใจในการเที่ยวชม การจัดนำเที่ยวในครั้งนี้จึงเป็นเส้นทางแบบผสมผสานระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม ทางธรรมชาติ และทางศิลปะวิทยากร เพื่อให้มีความสนใจในเส้นทางมากขึ้น

**แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบ**

ผลการศึกษาแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบ คือ เส้นทางท่องเที่ยวแขวงวัดกัลยาณ์ พบว่า มีจำนวน 7 ปัจจัย สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)

ของ Kotler et al. (2008) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร/คนในชุมชน กระบวนการให้บริการ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เช่นเดียวกับอดิชาติ บัวขาว (2559, น.45) ที่ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ศิลปะกับความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรม บริเวณชุมชนโบราณแขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่าเส้นทางสายนี้สามารถต่อยอดพัฒนากลายเป็นเส้นทางท่องเที่ยวหลักได้ในอนาคตถ้าได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่องในด้านการโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้คนที่สนใจได้เข้ามาเยี่ยมชม นอกจากนั้นเพื่อให้การท่องเที่ยวเส้นทางสายนี้ได้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้องช่วยกันอนุรักษ์ดูแลโบราณสถานด้วยจิตสำนึกของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในการเข้าเยี่ยมชมที่ถูกต้อง เช่นเดียวกับทรงพล จิตต์โกศล (2560, น. 60) ที่ศึกษาแนวทางการส่งเสริมเส้นทางทัวร์ไหว้พระ ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร พบว่าสิ่งที่ควรส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว คือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ควรเพิ่มช่องทางโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวให้หลากหลายช่องทาง ส่งเสริมการตลาดด้วยการสนับสนุนในการจัดกิจกรรมมีความหลากหลาย โดยให้ชุมชนเข้ามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ด้านการรองรับนักท่องเที่ยว ควรจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และด้านการจัดการท่องเที่ยวควรให้การสนับสนุนในการสร้างจิตสำนึกในฐานะเจ้าของพื้นที่ให้กับชุมชน สอดคล้องกับมณฑา เพ็ชรวรรณ และปิยะรัตน์ แสงเพชร (2557, น. 35) ในด้านการจัดทำกลยุทธ์ในการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้งศักยภาพพื้นที่ และศักยภาพทางสังคมของชุมชน รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภายนอก และอิศริย์ เดชตานนท์ และคณะ (2559, น.49) ในด้านบุคลากร/คนในชุมชน และกระบวนการให้บริการที่ได้รับความร่วมมือจากสถาบันการศึกษามาถ่ายทอดความรู้ทักษะและประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว และฝึกอบรมให้ความรู้กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยเฉพาะด้านกระบวนการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับธเนศ ศรีสถิต และวรรณา คำปวนบุตร (2556, น. 65) ในการใช้กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น การมีส่วนร่วมระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มผู้นำชุมชน และชาวบ้านเข้ามาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานเขตธนบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ควรนำกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบไปเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม และประยุกต์ใช้สำหรับพื้นที่อื่นที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

### ข้อเสนอแนะเชิงการนำไปใช้

ชุมชนแขวงวัดกัลยาณ์ และชุมชนแขวงตลาดพลู ควรนำกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวต้นแบบไปใช้กับชุมชนของตน

# บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชนัญ วงษ์วิภาค. (2551). **นิเวศวิทยาวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ทรงพล จิตต์โกศล. (2560). **แนวทางการส่งเสริมเส้นทางทัวร์ไหว้พระฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยพะเยา

ทัศนีย์ นาคเสนีย์. (2554). **การศึกษาเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยอารยธรรมทวารวดี-ขอมในจังหวัดราชบุรี ประเทศไทย.** รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

ธเนศ ศรีสถิต และวรรณา คำปวนบุตร. (2556). **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานเชิงนิเวศวัฒนธรรมในเขตพื้นที่ตำบลพระธาตุ อำเภอนาดูล จังหวัดมหาสารคาม.** กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). **การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.** กรุงเทพฯ : วีอินเตอร์พริ้นท์.

บุญพิเชษฐ์ จันทร์เมือง. (2553). **การจัดการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอกในเกาะรัตนโกสินทร์.** ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

มณฑา เพ็ชรวรรณ และปิยะรัตน์ แสงเพชร. (2557). **รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมต่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษาตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี.** กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

วิศัลย์ โฆษิตานนท์. (2557). **หล่มเก่า...เมืองหลบ เมืองสงบ เมืองเสน่ห์.** องค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบูรณ์และสภาวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบูรณ์.

สถาพร ถาวรอธิวาสน์. (2555). **การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมตามวิถีชุมชนลุ่มแม่น้ำท่าจีน จังหวัดชัยนาท.** รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

อดิชาติ บัวขาว. (2559). **เส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ศิลปะกับความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรม บริเวณชุมชนโบราณแขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อิศริย์ เดชตานนท์ และคณะ. (2559). **การศึกษากลยุทธ์การจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดนครราชสีมา.** รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techiques.** New York : John Wiley & Sons. Inc

Harvey M. Rubstein. (1992). **Pedestrain Mall, Street Scap and Urban Scapes.** USA: John Wille & Son Ins.

Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V. and Saunders, J. (2008). **Principles of marketing.** 5th ed. Harlow: Pearson.

Richard K. Unterman. (1984). **Accommodation The Pedestrian.** NY: Vannostrand reinhold.

Richards, Greg. (1995). **Cultural tourism in Europe.** UK: Biffles. Guildford