



รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย
INNOVATION MANAGEMENT MODEL OFF WORLD HERITAGE CITY
MUSEUM ON HISTORICAL PARK FOR CREATIVE TOURISM IN THE
LOWER PART OF NORTHERN THAILAND

คุณัญญา เบญจวรรณ
KUNUNYA BENJAWAN

คุณัญญา เบญจวรรณ
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต

ปีการศึกษา 2560



รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

INNOVATION MANAGEMENT MODEL OF WORLD HERITAGE
CITY MUSEUM ON HISTORICAL PARK FOR CREATIVE TOURISM
IN THE LOWER PART OF NORTHERN THAILAND

คุณัญญา เบญจวรรณ
KUNUNYA BENJAWAN

คุณัญญา เบญจวรรณ
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อคุณิพนธ์ รูปแบบการจัดการนวัตกรรมการของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่าง
ของประเทศไทย

ชื่อ นามสกุล นางสาวคุณิญา เบญจวรรณ

ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจคุณิบัณฑิต

คณะ บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.อมร ฤงสุวรรณ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยุต ภาภานันท์กุล

คณะกรรมการสอบคุณิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบคุณิพนธ์ฉบับนี้แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ รัฐฉัตรานนท์)

.....กรรมการ

(ดร.ธนากร รัชตกุลพัฒน์)

.....กรรมการ

(ดร.กิตพล เชิดชูกิจกุล)

.....กรรมการ

(ดร.อมร ฤงสุวรรณ)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยุต ภาภานันท์กุล)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้นับคุณิพนธ์

ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจคุณิบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

.....คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(ดร.ปริญญา มากลิ่น)

วันที่ 13 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2561

ชื่อเรื่องคุณูปนิพนธ์	รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่าง ของประเทศไทย
ชื่อ นามสกุล	คุณัญญา เบญจวรรณ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจคุณูปบัณฑิต
คณะ	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันที่มีต่อรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย 2) เพื่อสร้างและตรวจสอบรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกจังหวัดสุโขทัย-กำแพงเพชร จำนวนทั้งสิ้น 18 ท่าน ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ดำเนินการวิจัยโดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 3 รอบ และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากการเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน-มาตรฐาน การพิจารณาความสอดคล้องและยืนยันคำตอบของข้อมูลด้วยการคำนวณค่าพิสัยควอไทล์ ค่าสัมบูรณ์ของผลต่างระหว่างค่าฐานนิยมและค่ามัธยฐาน และการวิเคราะห์จำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis : MCA)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่มีความสอดคล้องที่ได้รับจากเทคนิคเดลฟายที่มีผลต่อรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ คือ 1.1) การบริหารจัดการโครงสร้าง 1.2) ด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ 1.3) ด้านการจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก 1.4) ด้านการจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก 1.5) ด้านจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ 2) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) คือ 2.1) การให้บริการที่เป็นรูปธรรม 2.2) ด้านความเชื่อถือได้ 2.3) ด้านการตอบสนอง 2.4) ด้านการให้ความมั่นใจ 2.5) ด้านการเอาใจใส่ของพนักงาน 2.6) ด้านการเอาใจใส่ของหน่วยงาน และ 3) ปัจจัยความสำเร็จ (HISTOQUAL) ประกอบด้วย 1. พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ 2. ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้า

ชม 3. ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี) 4. ควรจัดเวลาเปิดทำการที่สะดวก 5. ควรมีเนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ 6. ควรมีการจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี 7. การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่ 8. ควรมีคู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ 9. ควรมีคำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม 10. ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์ 11. ควรมีการบริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน) 12. ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)

2. ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ เกณฑ์การกำหนดความสอดคล้องของข้อมูลจากสถิติที่มีค่ามัธยฐานเกณฑ์ความเป็นไปได้หรือแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น ซึ่งจะพิจารณาจากช่วงคะแนน ระหว่าง 4.00 - 5.00 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.00 ($IR < 1.00$) และความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมและค่ามัธยฐานไม่เกิน 1

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis : MCA) พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จในการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย คือ 1) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ประกอบด้วย การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Beta = .450) รองลงมาได้แก่ การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Beta = .384) และน้อยที่สุดได้แก่ การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Beta = .184) ตามลำดับ 2) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ พบว่ามีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จในการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (Beta = .731)

จากผลการศึกษาได้แนวทางปฏิบัติที่ดีของรูปแบบการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ได้รูปแบบ คือ SERVHISTOQUAL-Satisfaction-Service Quality Model ซึ่งรูปแบบดังกล่าวได้ผ่านการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 ท่าน และนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ 1) ภาคผู้ผลิต 2) ภาคการจัดการ 3) ภาคผู้บริโภค รวมถึงคู่มือเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถนำไปใช้และเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้

คำสำคัญ : อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก การจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Dissertation Title Innovation Management Model of World Heritage City Museum on Historical Park for Creative Tourism in the Lower Part of Northern Thailand

Author Kununya Benjawan

Degree Doctor of Business Administration

Field Study Business Administration

Academic Year 2017

ABSTRACT

This study aims to study the current situation towards to innovation management model of world heritage city museum on historical park for creative tourism in the lower part of Northern part of Thailand. 1) Formulate and check the innovation management model of world heritage city museum on historical park for creative tourism in the lower part of Northern part of Thailand with the mixed-method research by focus on Delphi-Technique. The samples are public sectors which are related to world heritage city museum on historical park, and also the government sector of world heritage city museum on historical park. The data are collected by questionnaires and employed by in-depth interview method. In the quantitative part, this study uses multiple classification analysis: MCA to analyze the data. The samples are 18 tourists in the Sulkhothai and Kampaeng Phet historical park. The questionnaires are distributed three times to 400 tourists. The descriptive statistics is median, mode, average, standard deviation. Absolute value of the difference between mode and median and inter-quartile range are used for considering the congruence, check and confirm the data.

The results find that:

1. The congruence which is obtained from Delphi technique has affected to innovation management model of world heritage city museum on historical park for creative tourism in the lower part of Northern part of Thailand as followings: As for strategic factors, 1.1) Structure Management 1.2) Participation with public sector and local community 1.3) Domestic management of museum 1.4) Public management of museum 1.5) Public relation factor 2) As for quality service factor (SERVQUAL)

2.1) Practical service factor 2.2) Reliability 2.3) Responses factor 2.4) Confident factor 2.5) Concerning of employee 2.6) Concerning of historical park 3) Successful factors (HISTOQUAL) 3.1) Friendly and polite staffs 3.2) Readiness to spend time with tourists 3.3) Functional area for tourist 3.4) Convenient and practical time for tourists 3.5) Content in the event 3.6) Solid content in the event which is explainable to tourist 3.7) New and modern technologies 3.8) Manual guide for professional tourism 3.9) Practical and easy instructions 3.10) Attractive museum structural and building 3.11) Practical and well-detailed information for tourists 3.12) Cleanliness of both inside and outside the museum area

2. The synthesized finding from the return questionnaires from specialist shows that the criteria for set up the congruence of the data from statistic which has the possible median which could occur from the range between 4.00-5.00. Also, interquartile range is less than or equal 1.00 ($IR < 1.00$) and the differences between median and mode is not more than 1.

3. The Multiple Classification Analysis : MCA finds that the factors which influencing successful factor innovation management model of world heritage city museum on historical park for creative tourism in the lower part of Northern part of Thailand is strategic factor which is composed of domestic management level factor has the beta value = .450, public management level has the beta value = .384, and the least beta value is participation with public sector and local community which has the beta value = .184 consecutively. Also, the quality factor is affected to successful factor in the beta value of .731

From the results, this study reveals the practical model for innovation management model of world heritage city museum on historical park for creative tourism in the lower part of Northern part of Thailand. The model is SERVHISTOQUAL-Satisfaction-Service Quality Model which is confirmed by 18 specialists and 400 tourists which is could be divided in 3 parts as followings: 1) Manufactures 2) Management sector 3) Consumer sector. In addition, it includes the practical manual guide instruction for creative tourism in Sukhothai and Kamphaeng Phet historical park.

Keywords: City Museum on Historical Park Innovation Management Creative Tourism

กิตติกรรมประกาศ

ดุขุณินิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสะดวกเมตตา กรุณา จาก ดร.อมร ฤงสุวรรณ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยุต ภาวนานันทกุล ที่ทำให้ผู้วิจัยได้หัวข้อในการทำดุขุณินิพนธ์และกรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา รวมทั้งที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูลคำแนะนำ ข้อเสนอแนะแนวทางในการเขียนเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่าในการวิจัยอย่างยิ่ง รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ รัชฎีตรานนท์ ประธานกรรมการสอบ ดร. กิตพล เชิดชูกิจกุล ผู้ทรงคุณวุฒิ และ ดร.ธนากร รัชตกุลพัฒน กรรมการสอบดุขุณินิพนธ์ ดร. ณสร้อย มหิทธิชาติกุล ที่ท่านได้กรุณาช่วยให้คำแนะนำ ปรับปรุงและแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งคณาจารย์โครงการปริญญาเอกทุกท่านที่ประสิทธิประสาทวิชาความรู้อันเป็นอุดมการณ์ แนวคิดและองค์ความรู้ต่างๆ อันเป็นความรู้พื้นฐานที่ส่งผลต่อการเขียน การวิเคราะห์และการสรุปผลให้มีคุณค่าทางวิชาการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณนางอรุณา เสนาจันทร ซึ่งเป็นมารดา ครอบครัวทุกท่าน เพื่อนๆ พี่ๆ ที่ร่วมเรียนปริญญาเอกและทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจและเป็นแรงสนับสนุนในเรื่องต่างๆ รวมทั้งด้านการศึกษา ตั้งแต่เริ่มต้นตลอดระยะเวลาเล่าเรียนจนถึงสำเร็จการศึกษา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอให้งานวิจัยนี้ได้เป็นประโยชน์สำหรับผู้เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยหรือจะนำไปประยุกต์ใช้ในด้านอื่นเพื่อเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ต่อไป

คุณัญญา เบญจวรรณ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	
ABSTRACT	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	ด
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย	8
1.6 สมมติฐานการวิจัย	10
1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น	10
1.8 คำนิยามศัพท์	11
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก	23
2.2 แนวคิดการจัดการนวัตกรรม	29
2.3 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	43
2.4 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดการบริการ	56
2.5 แนวคิดการยอมรับคุณภาพบริการโดยรวม	64
2.6 แนวคิดรูปแบบและการตรวจสอบรูปแบบ	71
2.7 นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนล่าง	80
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	83

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 วิธีที่ใช้ในการวิจัย	88
3.2 ขั้นตอนการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	89
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	91
3.4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล	93
3.5 วิธีการสร้างแบบสอบถาม	93
3.6 ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มรอบที่ 2 และรอบที่ 3	94
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	95
3.8 ดำเนินการสร้างรูปแบบอนาคตการจัดการ นวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	98
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิจัยสภาพการณ์ปัจจุบันของรูปแบบการจัดการ นวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่าง ของประเทศไทย จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของความคิดเห็น จากผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญ รอบที่ 1	100
4.2 ผลการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์จากการสัมภาษณ์ รอบที่ 1 เพื่อนำมาพิจารณาและสร้างรูปแบบการจัดการ นวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่าง ของประเทศไทย รอบที่ 2	113

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์และการตรวจสอบ ฉันทามติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญ (Multiple Correspondence Analysis) จากการสัมภาษณ์เพื่อนำมาพิจารณาและสร้างรูปแบบ การจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย รอบที่ 3	140
4.4 การตรวจสอบรูปแบบและผลการตรวจสอบรูปแบบ (IOC)	165
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติ (Multiple Classification Analysis : MCA) ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อตรวจสอบรูปแบบ ด้วยการหาค่าความสัมพันธ์พหุระหว่างปัจจัยทัศนคติ นักท่องเที่ยวกับความสำเร็จของการจัดการ นวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่าง ของประเทศไทย	172
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	192
5.2 การอภิปรายผล	198
5.3 รูปแบบ HISTOQUAL-Satisfaction-Service Quality Model	213
5.4 ข้อเสนอแนะ	216
บรรณานุกรม	219

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก คู่มือเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	237
ภาคผนวก ข แบบสอบถามรอบที่ 1	292
ภาคผนวก ค แบบสอบถามรอบที่ 2	296
ภาคผนวก ง แบบสอบถามรอบที่ 3	303
ภาคผนวก จ แบบสอบถามวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC	310
ประวัติผู้วิจัย	322



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2-1	บุคคลที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์	14
2-2	ประเภทของนวัตกรรม	35
2-3	การทบทวนวรรณกรรมของความเป็นทฤษฎีนวัตกรรม	36
2-4	การทบทวนวรรณกรรมของการตลาดบริการ	42
2-5	คุณลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	50
2-6	แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	52
2-7	แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	59
2-8	การยอมรับคุณภาพบริการโดยรวม	66
2-9	จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	82
3-1	การลดลงของความคลาดเคลื่อนของจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ให้ข้อมูลหลัก	90
4-1	สรุปปัจจัยการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (รอบที่ 1)	111
4-2	การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยกลยุทธ์: การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) (รอบที่ 2)	114
4-3	การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยกลยุทธ์: การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) (รอบที่ 2)	118

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
<p>4-4 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์: การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) (รอบ 2)</p>	121
<p>4-5 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยกลยุทธ์: การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) (รอบที่ 2)</p>	123
<p>4-6 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยกลยุทธ์: การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) (รอบที่ 2)</p>	124
<p>4-7 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ: การให้บริการที่เป็นรูปธรรม (รอบที่ 2)</p>	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4-8	การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ: ความเชื่อถือได้ (รอบที่ 2)	128
4-9	การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ: การตอบสนอง (รอบที่ 2)	129
4-10	การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ: การให้ความมั่นใจ (รอบที่ 2)	130
4-11	การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ: การเอาใจใส่ของพนักงาน (รอบที่ 2)	132
4-12	การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ: การเอาใจใส่ของหน่วยงาน (รอบที่ 2)	133

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4-13 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยความสำเร็จ (รอบที่ 2)	135
4-14 แสดงการสรุปจำนวนปัจจัยที่ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ของการสัมภาษณ์ (รอบที่ 2)	138
4-15 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยกลยุทธ์: การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) (รอบที่ 3)	141
4-16 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยกลยุทธ์: การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) (รอบที่ 3)	144
4-17 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยกลยุทธ์: การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) (รอบที่ 3)	147

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
<p>4-18 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยกลยุทธ์: การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) (รอบที่ 3)</p>	149
<p>4-19 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยกลยุทธ์: การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) (รอบที่ 3)</p>	150
<p>4-20 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ: การให้บริการที่เป็นรูปธรรม (รอบที่ 3)</p>	153
<p>4-21 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ: ความเชื่อถือได้ (รอบที่ 3)</p>	154

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4-22	155
<p>การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ: การตอบสนอง (รอบที่ 3)</p>	
4-23	156
<p>การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ: การให้ความมั่นใจ (รอบที่ 3)</p>	
4-24	158
<p>การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ: การเอาใจใส่ของพนักงาน (รอบที่ 3)</p>	
4-25	159
<p>การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ: การเอาใจใส่ของหน่วยงาน (รอบที่ 3)</p>	
4-26	161
<p>การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็น รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยความสำเร็จ (รอบที่ 3)</p>	
4-27	164
<p>แสดงการสรุปจำนวนปัจจัยที่ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ของการสัมภาษณ์ (รอบที่ 3)</p>	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4-28 ผลการทดสอบการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม	165
4-29 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	173
4-30 จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง (ปัจจัยกลยุทธ์)	174
4-31 จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง (ปัจจัยคุณภาพบริการ)	177
4-32 จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง (ปัจจัยความสำเร็จ)	178
4-33 การวิเคราะห์การผันแปรข้อมูลทั่วไปต่อทัศนคติ ด้านปัจจัยความสำเร็จ	180
4-34 การวิเคราะห์จำแนกพหุข้อมูลทั่วไปต่อทัศนคติ ด้านปัจจัยความสำเร็จ	181
4-35 การวิเคราะห์การผันแปรกลยุทธ์ต่อทัศนคติ ด้านปัจจัยความสำเร็จ	184
4-36 การวิเคราะห์จำแนกพหุกลยุทธ์ต่อทัศนคติ ด้านปัจจัยความสำเร็จ	185
4-37 การวิเคราะห์การผันแปรคุณภาพบริการต่อทัศนคติ ด้านปัจจัยความสำเร็จ	187
4-38 การวิเคราะห์จำแนกพหุคุณภาพบริการต่อทัศนคติ ด้านปัจจัยความสำเร็จ	188
4-39 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	189
5-1 การประยุกต์สังเคราะห์ผลการวิจัยสร้างรูปแบบการจัดการ นวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	202

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1-1	พื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-กำแพงเพชร	4
1-2	กรอบแนวคิดงานวิจัย	9
2-1	พื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-กำแพงเพชร	25
2-2	องค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรม	33
2-3	รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	51
2-4	แนวคิดการยอมรับคุณภาพบริการโดยรวม	65
2-5	รูปแบบรูปึกของ Bayler & Stoughtow & Kotler	77
2-6	การประยุกต์รูปแบบการจัดการนวัตกรรมการบริการ	79
3-1	ขั้นตอนการวิจัยอนาคตโดยวิธีเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) และวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีวิเคราะห์จำแนกพหุ (Multiple Classification Method)	98
5-1	HISTOQUAL-Satisfaction-Service Quality Model	215

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพได้มาตรฐานสากลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้าบริการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ซึ่งสอดคล้องยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มภาคเหนือตอนล่าง พ.ศ. 2557-2560 ได้วางแนวทางพัฒนาไว้ด้วยกันคือ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวระดับโลก การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม กีฬาและสุขภาพ ตามมาตรฐานเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง, 2557-2560) และแผนแม่บทบูรณาการการบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ (มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2548) เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนซึ่ง ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ให้เป็นแหล่งการเรียนรู้เล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสถานที่หรือพื้นที่นั้นๆ และสร้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ให้เกิดขึ้นด้วย ซึ่งสามารถสร้างรายได้จากการเข้าเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวเยาวชน นักศึกษา ทั้งภายในและต่างประเทศ และยังต้องการสร้างให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในปี พ.ศ. 2558 กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด จำนวน 3,957,579 คน ซึ่งมีรายได้จากการมาของนักท่องเที่ยว จำนวน 6,585.73 ล้านบาท (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง, 2557-2560) ยิ่งไปกว่านั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นแนวคิดที่เข้ามาสัมพันธ์กับอุทยานประวัติศาสตร์ได้อย่างดี จากแนวคิดที่เป็นแนวโน้มใหม่ในการให้บริการทางด้านอุทยานประวัติศาสตร์กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นด้วยแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สัมพันธ์กับการจัดการนวัตกรรมการให้บริการเพื่อสร้างคุณภาพบริการและการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกกับนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการที่เคยปฏิบัติกันอยู่ในปัจจุบัน จึงนับว่าเป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่เปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เคยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จากการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ในลักษณะต่างๆ รวมถึงเพื่อเรียนรู้เชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ตลอดจนการท่องเที่ยวแบบใส่ใจสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมเปลี่ยนมาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยว พบปะพูดคุยกับคนในท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเป็นอยู่ของเจ้าของพื้นที่ ซึ่งก่อให้เกิดความเป็นเจ้าของร่วมกัน

จนเกิดความจดจำและประทับใจเสมือนตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ ที่ได้ท่องเที่ยวนั้นมีได้เป็นเพียงผู้
 ที่มาเยี่ยมเยือนหรือเพียงเพื่อท่องเที่ยวเท่านั้น ยิ่งไปกว่านั้นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตาม
 แนวคิดรูปแบบการท่องเที่ยวสมัยใหม่ ยังอิงการเป็นแหล่งการเรียนรู้จากการฟังฟังแนวคิดการจัดการ
 มาใช้ด้วยการจัดการนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว จากการ
 บริหารจัดการบริการที่ให้ความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อสร้างคุณภาพบริการที่เกิดความจดจำ ประทับใจและ
 ความรู้สึกร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวด้วยการสร้างความประทับใจในการบริการ (ประยุกต์จาก Highmore,
 2009, pp. 7-8) ที่สำคัญซึ่งงานวิจัยนี้ให้ความสนใจคือ การจัดการนวัตกรรม (Innovation Management)
 ที่มีความเชื่อมโยงกับภาคส่วนให้มีความร่วมมือกันหรือมีความสัมพันธ์อันดีและเสริมสร้างความประทับใจ
 ในการบริการตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ ภาคการผลิตหรือผู้ผลิตหรือการบริการ
 (Production หรือ Producer หรือ Service) และภาคผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว (Consumer หรือ
 Tourist) ด้วยดังนี้ (ประยุกต์จาก Miller, 2008, pp. 1298-1302), (Poliakoff, 1998, pp. 137-146),
 (Kaewsanga & Chamnongsri, 2012)

1. ภาคผู้ผลิตหรือให้บริการที่สร้างความประทับใจในการบริการ (Production or Producer or Relationship Service) ที่เป็นการท่องเที่ยวแบบเดิมที่นิยมจะเสนอหรือผลิตรายได้จากการท่องเที่ยว
 ด้วยวัฒนธรรมเชิงชนชั้นสูง (High Culture) ด้วยการให้ท่องเที่ยว เช่น ปราสาท ราชวัง หอศิลป์ อนุสรณ์
 สถาน และพิพิธภัณฑ์ระดับชาติ เป็นต้น และต่อมาก็เน้นสู่สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยได้พบ
 เห็น ไม่เคยได้สัมผัสและหาชมได้ยากที่เรียกว่า “Unseen Destination” ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิง
 สร้างสรรค์ จึงเป็นแนวคิดใหม่ดังกล่าวข้างต้นที่หลุดพ้นการท่องเที่ยวแบบเดิมด้วยการให้นักท่องเที่ยวได้
 สัมผัสหรือมีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงวัฒนธรรมวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนท้องถิ่นในพื้นที่
 ท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ที่ได้ไปเยี่ยมชมหรือเป็นสถานที่
 ท่องเที่ยวจากการที่ได้สัมผัสกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตท้องถิ่น (Everyday Culture) ของคนในพื้นที่มากขึ้น
 ด้วยตนเองและพฤติกรรมตลอดจนการกระทำของตนเอง ซึ่งหากประยุกต์กับการจัดการนวัตกรรม
 (ประยุกต์จาก Nora, 2002 ; Urry, 2002) จากการที่นักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยว
 (Receiver) แต่ยังเป็นสร้างสัมพันธ์ภาพร่วมกันกับภาคการผลิตด้วย โดยภาคผู้ผลิตก็เห็นว่านักท่องเที่ยว
 เสมือนเป็นส่วนหนึ่งของผู้ผลิตการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน กรณีงานวิจัยนี้คือ อุทยานประวัติศาสตร์เมือง
 มรดกโลก สำหรับนักท่องเที่ยวก็จะเกิดความรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งและร่วมสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้
 เกิดขึ้นหรือเป็นเจ้าของร่วมด้วย ดังที่ Lakoff (1990, p. 7) ให้แนวคิดว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อปฏิสัง
 สรรค์ฉบับพลันทันที (Interactive)

2. ภาคผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว (Consumption or Consumer or Tourist) คือ แต่เดิม
 ตัวนักท่องเที่ยวจากที่เคยสนใจเพียงแต่จะเยี่ยมชมวัฒนธรรมชนชั้นสูงรวมถึงการท่องเที่ยวพักผ่อน
 หย่อนใจหันไปสู่การท่องเที่ยวด้านภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยววิถีชีวิต

ของผู้คนที่ต้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย บรรยากาศ ร้านอาหารประจำพื้นถิ่น ตลาดท้องถิ่น บ้านเรือน ตำนาน หรือเรื่องเล่าของวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีชุมชน การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ฯลฯ โดยมุ่งเน้นที่ต้องการให้เกิดความรู้สึกร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ที่ได้ไปเยี่ยมชมและเกิดจิตสำนึกสาธารณะ ทั้งในเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว พร้อมใส่ใจในการดูแลสิ่งแวดล้อมของชุมชน พื้นที่ท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ก่อการสร้างความประทับใจ หลงใหลกับคนในพื้นที่เสมือนเป็นเจ้าของร่วมมากกว่าผู้มาท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเป็นครั้งคราว

ดังนั้นในส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยจากข้อมูลที่กำลังมาข้างต้นนั้น สุโขทัย ศรีสัชชาลัย และ กำแพงเพชร ซึ่งเป็นเมืองโบราณที่ปรากฏร่องรอยหลักฐานของอารยธรรมอันรุ่งเรืองในอดีตเป็นราชธานีแห่งแรกของไทย เป็นเมืองศูนย์กลางการปกครอง ศาสนา เศรษฐกิจ และมีความเจริญรุ่งเรืองด้านอารยธรรม นับจากเริ่มต้นกำเนิดของประวัติศาสตร์ชาติไทย ที่ได้พัฒนาเป็นรัฐสำคัญของภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ในระหว่างพุทธศตวรรษที่ 18-20 จนได้รับการขนานนามว่าเป็นแผ่นดิน “รุ่งอรุณแห่งความสุข” และคงอยู่ยาวนานเป็นเวลากว่า 200 ปี ด้วยความโดดเด่นดังกล่าว กรมศิลปากรได้ทำการบูรณะโบราณสถานทั้ง 3 แห่ง ประกอบด้วย อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชชาลัย และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร โดยได้ประกาศขึ้นทะเบียนบริเวณเมืองเก่าสุโขทัย เป็นเขตโบราณสถานตั้งแต่ พ.ศ. 2518 เป็นต้นมา และต่อมาได้รับการขึ้นทะเบียนไว้ในบัญชีรายชื่อแหล่งมรดกโลกในการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกแห่งอนุสัญญาคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของโลก องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ ณ เมืองคาร์เทจ ประเทศตูนีเซีย เมื่อปี พ.ศ. 2534 จังหวัดสุโขทัย เป็นที่ตั้งอาณาจักรแรกของชนชาติไทยเมื่อ 700 ปีที่แล้ว เมืองสุโขทัยยังเป็นจุดกำเนิดอักษรลายสือไทยและวรรณคดีเล่มแรกของไทย “ไตรภูมิพระร่วง” เป็นแหล่งกำเนิดอุตสาหกรรมชิ้นแรก “ขามสังคโลก” จากศิลาจารึกหลักที่ 3 (จารึกนครชุม) เมืองกำแพงเพชรเป็นเมืองหน้าด่านของสุโขทัย ซึ่งมีฐานะเป็นเมืองลูกหลวงและเมืองหน้าด่านตะวันตกของรัฐสุโขทัย เดิมมีชื่อเรียกว่า “เมืองชากังราว” หมายถึง เมืองด่านที่มีตลาดและถนนหนทาง มีเมืองบริวารรายล้อมอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น เมืองไตรตรังษ์ เมืองเทพนคร ฯลฯ ที่ปรากฏในศิลาจารึกหลักที่ 8 (จารึกเขาสุมนกูฏ) จึงถือเป็นเมืองยุทธศาสตร์ มีหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์มากมาย เช่น กำแพงเมือง 3 ชั้น คูเมือง ป้อมปราการ วัดโบราณ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชภาพได้ทรงบันทึกเรื่องกำแพงเมืองไว้ว่า “เป็นกำแพงเมืองที่เก่าแก่ มั่นคงอีกทั้งยังมีความสมบูรณ์มากและเชื่อว่าสวยงามที่สุดในประเทศไทย” (แผนพัฒนายุทธศาสตร์จังหวัดสุโขทัย)

จังหวัดสุโขทัยและกำแพงเพชร ได้ขึ้นชื่อว่าเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญในเขตภาคเหนือตอนล่างและเป็นเมืองมรดกโลก มีโบราณสถานเก่าแก่ ที่ก่อสร้างด้วยศิลาแลงหลายแห่งรวมอยู่ในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก “พิพิธภัณฑสถานทางประวัติศาสตร์” ซึ่งได้รับการ

คัดเลือกจากองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ให้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2534 (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง, 2557-2560) อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชร จึงเป็นสถานที่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณสถาน วัฒนธรรม ที่มีความเป็นประวัติศาสตร์เริ่มต้นกำเนิดของประวัติศาสตร์ชาติไทย ที่สามารถจัดการนวัตกรรมการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญของกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง, 2557-2560) ที่สร้างนวัตกรรมให้กับอุทยานประวัติศาสตร์ อย่างไรก็ตามปัจจุบันยังไม่ได้มีการออกแบบและการปรับเปลี่ยนความคิดและกระบวนการจัดการนวัตกรรมการทางแนวคิด/สิ่งประดิษฐ์ ให้กับอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยี่ยมชมและยังไม่รองรับความเป็นอุทยานประวัติศาสตร์แห่งนวัตกรรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมหรือเป็นแหล่งเรียนรู้สร้างสรรค์ ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีรูปแบบอย่างเป็นทางการ ส่วนใหญ่เป็นการรับรู้มากกว่าที่จะได้เข้าไปท่องเที่ยวหรือสัมผัสด้วยตัวเอง ตัวอย่างเป็นเพียงการเยี่ยมชมวัตถุ แสง สี เสียง ที่นำมาจัดแสดงแบบดั้งเดิม เป็นการให้เข้าเยี่ยมชมแบบ 2 มิติ และขาดการจัดการนวัตกรรมการให้กับอุทยานประวัติศาสตร์ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าเยี่ยมชมมีส่วนร่วมด้วยแบบ 3 มิติ เป็นการสร้างนวัตกรรมให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมคือ สามารถจับต้องได้ เรียนรู้ได้ด้วยตนเองด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดแสดงของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งก็คือ อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเป็นต้น

ภาพ 1-1 พื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-กำแพงเพชร



จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยยังพบข้อมูลในเบื้องต้นว่าในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังถือว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทยทั้งผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง แม้จะมีหลายหน่วยงานให้การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าว แต่ศักยภาพ

ของเขตภาคเหนือตอนล่าง ด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้ช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่มีแบบแผนที่ชัดเจนให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง สร้างรายได้แหล่งท่องเที่ยว และให้กับประเทศและนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อีกทั้งผู้ประกอบการและธุรกิจด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ยังไม่มีการให้ความสำคัญกันอย่างจริงจังก็ตามดังที่ พันเอก ดร.นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือและผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กล่าวถึงสถานการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยว่า “เราต้องยอมรับว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย เราต้องสร้างความเข้าใจให้ได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คืออะไร ต้องทำอะไร ฉะนั้นจุดประสงค์ของโครงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อันมีจุดหมายไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยหารูปแบบสร้างองค์ความรู้และสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (ภักดิ์ พันเอก และนิศาชล จำนงศรี, 2555) นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าว ยังอ้างอิงให้เห็นได้จากยุทธศาสตร์ ของแผนแม่บทบูรณาการการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและส่งเสริมการลงทุนด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยการพัฒนาการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดเชิงรุกโดยเฉพาะการสนับสนุนวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์และนำความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมในเมืองมรดกโลก

จากดังกล่าวข้างต้น แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกนั้น จะเห็นได้ว่านวัตกรรมสามารถสร้างทั้งด้านการเรียนรู้ การรับรู้ที่มีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับการท่องเที่ยว ส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการบริหารจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกระดับนานาชาติ เป็นต้น ดังจะเห็นได้จากแผนแม่บทภาคการบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2548 น. 12-14) นอกจากนี้ยังพัฒนาการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมให้สร้างความสนใจ ให้กับนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น และการท่องเที่ยวยังถือเป็นรายได้ที่สำคัญด้วยการใช้การจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมมือกันระหว่างภาคผู้ผลิตร่วมกับภาคผู้บริโภคให้เกิดขึ้น จึงมีความสำคัญมากสำหรับอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของภาคเหนือตอนล่าง ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น จึงเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้วิจัยสนใจที่ทำงานวิจัยเรื่องนี้ โดยเลือกการศึกษาที่อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก เพื่อสร้างรูปแบบ

การจัดการนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ข้อมูลในส่วนความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ผู้วิจัยนำมาตั้งเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ได้ดังนี้

1.2.1 ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันที่มีต่อรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

1.2.2 สร้างและตรวจสอบรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการพิจารณากำหนดพื้นที่ เพื่อการศึกษาเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้วางหลักเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่ไว้ ดังนี้

ประการที่ 1 พื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชร ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก

ประการที่ 2 เป็นอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมถึงเยาวชนและใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ความเป็นมาและพักผ่อนหย่อนใจ รวมไปถึงการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน การใช้ชีวิตของคนในแต่ละชุมชนที่อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกนั้นตั้งอยู่

1.3.2 ขอบเขตด้านเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1.3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยวิธีการวิจัยอนาคต (Future Research) หรืออนาคตศาสตร์ (Futurism) โดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษารูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย โดยศึกษาวิเคราะห์ประเด็นปัญหาของการวิจัยโดยละเอียด จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและนำมาพิจารณาร่วมกับความคิดเห็นและฉันทามติจากผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญ นำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อสร้างประเด็นคำถาม

ผู้วิจัยจำแนกแบบสอบถามออกเป็น 3 รอบ โดยรอบแรกเป็นการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกในรอบที่ 2 และรอบที่ 3 นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในรอบแรกมาจัดทำในรูปแบบสอบถามแบบมีมาตรวัดระดับประเมินค่า (Rating Scale) ที่ใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าร้อยละ ค่ามัธยฐาน ค่าเฉลี่ย ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ (IR) และค่าความสอดคล้อง (IOC)

1.3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัยการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย แบบมีมาตรวัดระดับประเมินค่า (Rating Scale) ที่ใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.3.3 ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

โดยใช้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 คน ด้วยการแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มหน่วยงานภาครัฐและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน
2. หน่วยงานอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก จำนวน 4 คน
3. ผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก จำนวน 4 คน

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเขตภาคเหนือตอนล่างในพื้นที่จังหวัดสุโขทัยและจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 3,957,579 คน (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง, 2557-2560)

2. กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเขตภาคเหนือตอนล่าง ในพื้นที่จังหวัดสุโขทัยและจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรของ Wanlop (วัลลภ รัฐฉัตรานนท์, 2558, น. 146-147)

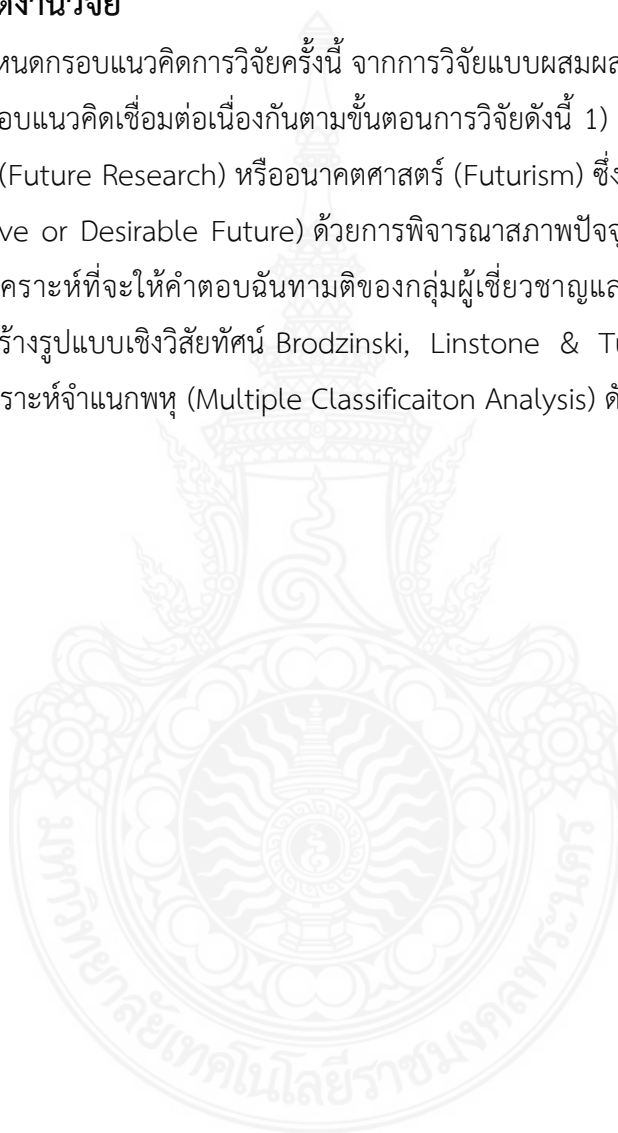
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 สามารถกำหนดรูปแบบที่เป็นไปได้ในอนาคตที่จะเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยได้ต่อไป

14.2 เป็นแนวทางให้ผู้บริหารระดับสูงนำไปใช้ส่งเสริมรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยตามนโยบายได้ให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น

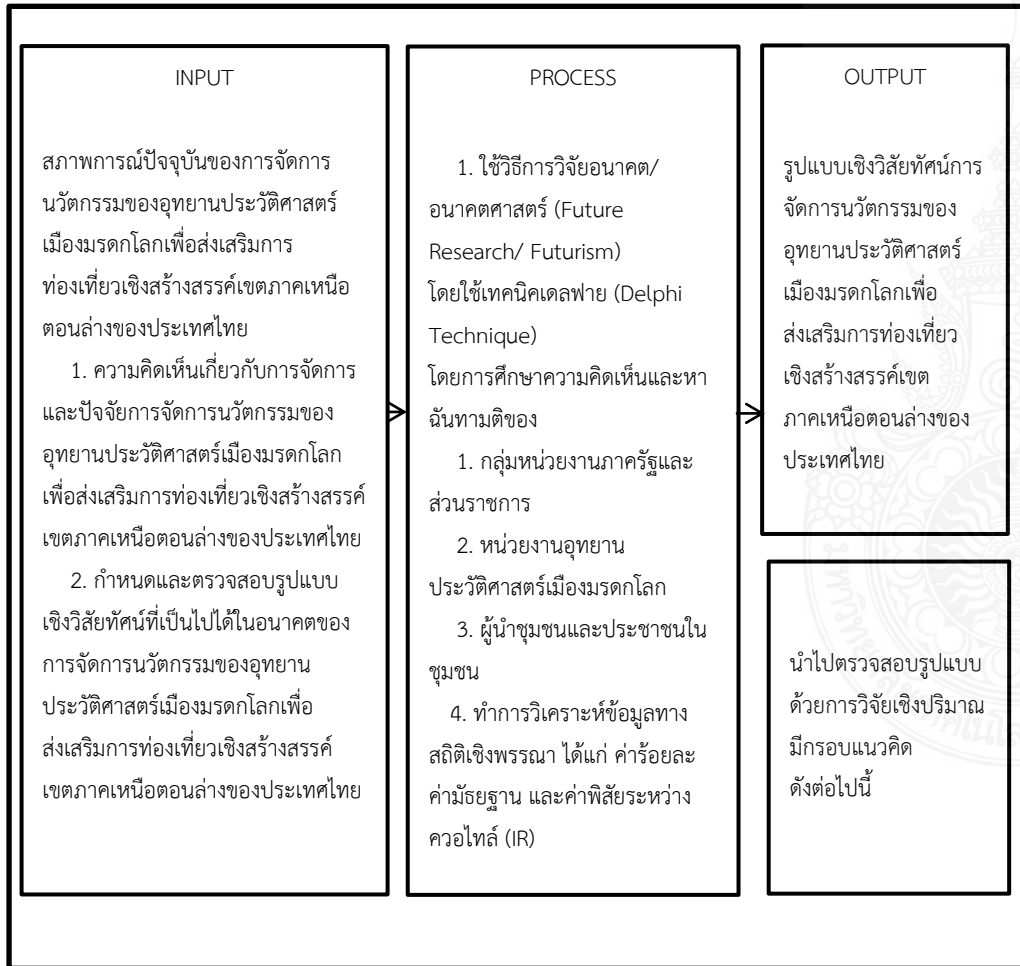
1.5 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ จากการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mix Method) โดยแยกออกเป็น 2 กรอบแนวคิดเชื่อมต่อนี้อย่างกันตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้ 1) วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีการวิจัยอนาคต (Future Research) หรืออนาคตศาสตร์ (Futurism) ซึ่งมองอนาคตในเชิงบวกหรือพึงประสงค์ (Positive or Desirable Future) ด้วยการพิจารณาสภาพปัจจุบันของประเด็น/เรื่องราว/ปัจจัยจากหน่วยวิเคราะห์ที่จะให้คำตอบนิยามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนำสู่การสำรวจแนวโน้ม (Trend) หรือการสร้างรูปแบบเชิงวิสัยทัศน์ Brodzinski, Linstone & Turoff (2002) 2) วิธีการเชิงปริมาณของการวิเคราะห์จำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis) ดังแสดงในภาพ 1-2 ดังนี้

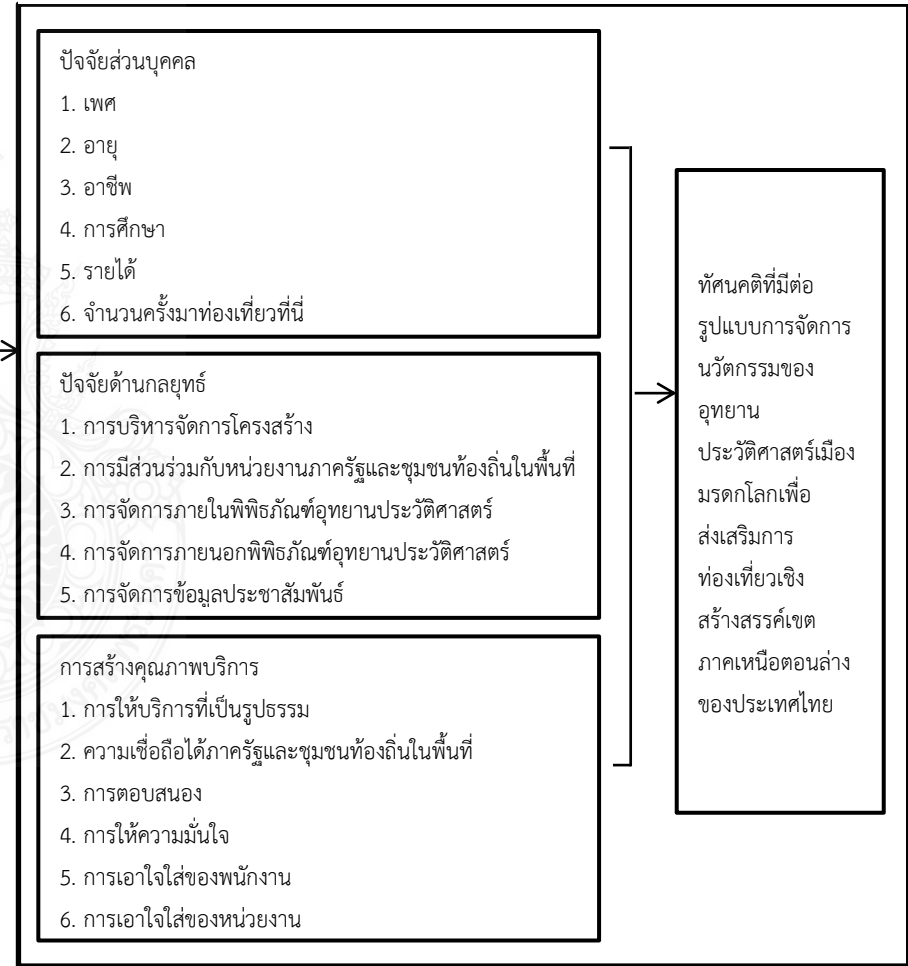


ภาพ 1-2 กรอบแนวคิดงานวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ



การวิจัยเชิงปริมาณ



1.6 สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นี้ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

2. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ได้แก่ การบริหารจัดการโครงสร้าง การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์และการจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

3. ปัจจัยด้านการสร้างคุณภาพบริการมีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น

จากคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการ ที่ปรึกษาร่วม ผู้ให้ข้อมูลหลักและกลุ่มตัวอย่าง โดยมีความเห็นสอดคล้องกันในเรื่องวิธีการวิจัยของรูปแบบการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย แนะนำให้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mix Method) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพแนะนำให้ใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ซึ่งจะมีความเหมาะสมในการหาผลการศึกษาที่เหมาะสมและถูกต้องและต้องกับงานวิจัยเรื่องนี้จะต้องรู้ที่ใหม่กว่าการวิจัยเชิงคุณภาพแบบอื่นที่นิยมกันคือ แค่เพียงสัมภาษณ์เชิงลึกหรือสัมภาษณ์กลุ่มย่อย อีกทั้งผู้ให้ข้อมูลหลักมีประสบการณ์ทางด้านอุทยานประวัติศาสตร์ทั้งสิ้น และมีประสบการณ์จากการเป็นผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามของงานวิจัยมาอย่างมาก จึงมีวิสัยทัศน์และคำแนะนำที่เชื่อถือได้อย่างมาก เหตุนี้ผู้วิจัยจึงเลือกใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและเพื่อรักษาจรรยาบรรณทางวิชาการและการรักษาความลับของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 3 กลุ่ม จึงขอไม่เปิดเผยนามท่านในงานวิจัยนี้แต่จะใช้รหัสแทนซึ่งปรากฏอยู่ในบทที่ 3 ประกอบด้วย หน่วยงานระดับภาครัฐและส่วนราชการ หน่วยงานอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลกและผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้อง ขอไม่เปิดเผยนามท่านในงานวิจัยนี้ในส่วนเทคนิคเดลฟาย

ยิ่งไปกว่านั้นในการตรวจสอบรูปแบบก็ได้รับคำแนะนำทำการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบที่ได้จากเทคนิคเดลฟายจะเหมาะสมกว่าการใช้การพิจารณาเพียง

ความสอดคล้องและยังได้รับคำแนะนำจากที่ปรึกษาร่วมและผู้ทรงคุณวุฒิให้ใช้การวิเคราะห์จำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis : MCA) ซึ่งเป็นสถิติที่วิเคราะห์ในการวิเคราะห์ ANOVA แต่ให้ผลที่ชัดเจนขึ้นคือ เห็นอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามเกิดขึ้นด้วยไม่ใช่เพียงค่าต่างกัน (ดูค่า Sig อย่างเดียว)

1.8 คำนิยามศัพท์

รูปแบบ หมายถึง แนวคิดว่าแบบจำลองของสิ่งที่เป็นหรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เป็นแนวทางให้เกิดการสร้างหรือทำซ้ำก็คือ รูปแบบ โดยการเป็นรูปแบบจะสร้างขึ้นเชิงเลียนแบบในรูปแบบภูมิหรือรูปสามมิติที่เป็นแนวคิดของชุดปัจจัย ซึ่งก็คือ ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันร่วมกันเป็นส่วนประกอบของรูปแบบ (Good, 1973)

การจัดการนวัตกรรม หมายถึง การปฏิบัติงานของแหล่งท่องเที่ยวหรืออุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พร้อมให้ประโยชน์ชุมชนสังคมเป็นสำคัญ โดยการวางแผนงานและการจัดกิจกรรมใหม่ๆ ของอุทยานประวัติศาสตร์

อุทยานประวัติศาสตร์ หมายถึง ส่วนประกอบของสถาปัตยกรรมและการตกแต่งสถานที่ภูมิทัศน์โบราณวัตถุ ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในมุมมองด้านประวัติศาสตร์หรือศิลปะซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และโบราณคดี ที่จัดตั้งเป็นลักษณะสถาบันหรือสถานที่ถาวรเพื่อให้บริการแก่สังคมและพัฒนาสังคม เปิดโอกาสให้สาธารณชนเข้ามาใช้บริการเพื่อเรียนรู้และมีส่วนร่วมจากสถานการณ์จำลองตลอดจนสันทนการจากวัตถุที่นำมาจัดแสดงในอุทยานประวัติศาสตร์ โดยมีความสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (ICOM, 1994, p. 239)

มรดกโลก หมายถึง สถานที่ อันได้แก่ อนุสาวรีย์ สิ่งก่อสร้างต่างๆ รวมไปถึงเมือง ซึ่งทำการคัดเลือกโดยองค์การยูเนสโก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 เพื่อเป็นการบ่งบอกถึงคุณค่าของสิ่งที่มีมนุษยชาติหรือธรรมชาติได้สร้างขึ้นมาและควรปกป้องรักษาสิ่งเหล่านั้นไว้เพื่อให้ได้ตกทอดไปถึงลูกหลานในอนาคต เมืองประวัติศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชกาลิยา-กำแพงเพชร ซึ่งอยู่ในจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดกำแพงเพชร

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่สร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวได้มีการจัดขึ้นโดยชุมชน หน่วยงานแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ก่อให้เกิดรูปแบบประสบการณ์การเรียนรู้ด้านคุณลักษณะพิเศษของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนนั้น (Richards, 2008) ได้ให้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบันให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์หลากหลายขึ้นและเกิดนวัตกรรมใหม่ขึ้นทั้งกับตนเองและชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

ภาคเหนือตอนล่าง หมายถึง กลุ่มจังหวัดซึ่งประกอบด้วย 9 จังหวัด คือ จังหวัดอุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ พิษณุโลก ตาก สุโขทัย กำแพงเพชร นครสวรรค์ พิจิตร และอุทัยธานี

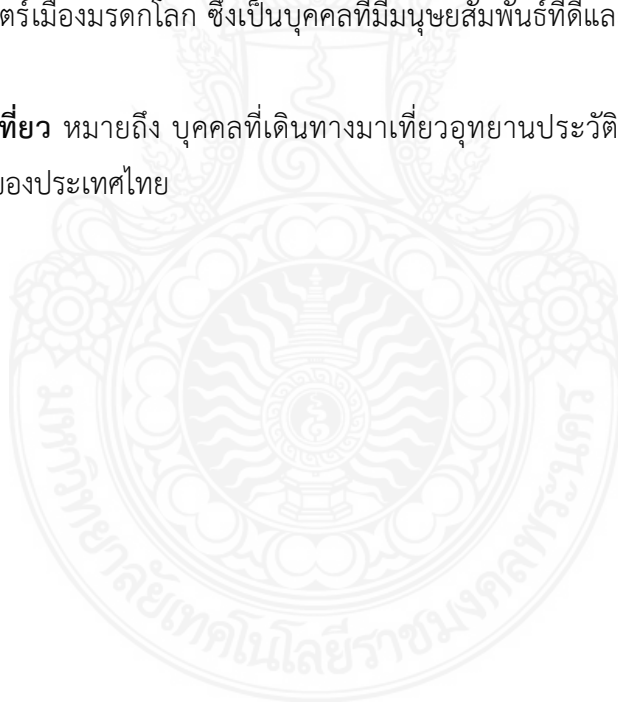
สภาพการณ์ปัจจุบัน หมายถึง การดำเนินการที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของอุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย-กำแพงเพชร

ผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ความสามารถหรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดการ นวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือ ตอนล่างของประเทศไทย

จุดมุ่งหมายของอุทยานประวัติศาสตร์ หมายถึง ความมุ่งหวังหรือเป้าหมาย รวมถึงแบบแผน ในการปฏิบัติงานตามสภาพที่ควรจะเป็นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งปรากฏอยู่ในปัจจุบัน รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

บุคลากร หมายถึง บุคคลหรือเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับ อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก ซึ่งเป็นบุคคลที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและจิตใจพร้อมให้บริการและ นักถ่ายทอดที่ดี

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเขต ภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ก่อนการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอเกริ่นนำให้เห็นภาพจริงของการพัฒนาทางการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ตามแนวคิดของกรูโลกที่ถือเป็นบิดาของการจัดการพิพิธภัณฑ์ที่ตั้งแต่เริ่มต้นจนมาถึงการเป็นพิพิธภัณฑ์ในรูปแบบอุทยานประวัติศาสตร์นี้ ดังนี้

พิพิธภัณฑ์เป็นสถาบันเพื่อการอนุรักษ์วัตถุเหล่านั้นที่ดีที่สุดแสดงให้เห็นถึงปรากฏการณ์ของธรรมชาติและผลงานของมนุษย์และการใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้เพื่อเพิ่มพูนความรู้และเพื่อประโยชน์วัฒนธรรมและความรู้ของประชาชน (Googe G. B., 1897, p. 196) ดังนี้


1. พิพิธภัณฑ์แตกต่างจากงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้าทั้งในจุดมุ่งหมายและวิธีการ
2. งานแสดงนิทรรศการและงานแสดงสินค้ามีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม พิพิธภัณฑ์เพื่อความก้าวหน้าของการเรียนรู้
3. วัตถุประสงค์คือ การทำให้ชื่อของผู้เข้าร่วมงานเป็นที่รู้จัก เพื่อประโยชน์หรือทางการเงินเป็นเรื่องเล็กน้อย สิ่งที่สำคัญที่สุดในใจคือ บทเรียนที่สอนโดยผู้จัดแสดง
4. ในการทำงานของอดีตเข้าองค์ประกอบของการแข่งขันควบคู่ไปกับระบบของรางวัลโดยประกาศนียบัตรหรือเหรียญองค์ประกอบหลังการแข่งขันไม่ปรากฏขึ้น
5. ผลการศึกษาของนิทรรศการแม้ว่าจะไม่อาจปฏิเสธได้อย่างมีนัยสำคัญซึ่งส่วนใหญ่เป็นเหตุการณ์ประวัติศาสตร์สำคัญและไม่ได้วัดที่สัดส่วนกับค่าใช้จ่ายทางการเงิน ซึ่งจะแยกออกจากการจัดนิทรรศการไม่ได้

พิพิธภัณฑ์มีหลายท่านได้ให้แนวคิดไว้ มีรายละเอียดดังตาราง 2-1 ต่อไปนี้


ตาราง 2-1 บุคคลที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์

บุคคลที่ให้แนวคิด	แนวคิด
 <p>Jb. Hieuecal</p>	<p>พิพิธภัณฑ์ เป็นสถาบันเพื่อการอนุรักษ์วัตถุที่แสดงให้เห็นถึงปรากฏการณ์ธรรมชาติและผลงานของมนุษย์ และใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านั้นเพื่อเพิ่มพูนความรู้และเพื่อประโยชน์ทางวัฒนธรรมและความรู้ของประชาชนหรือนักท่องเที่ยวที่สนใจ (Google G. B., 1897, p. 33)</p>
 <p>George Gibbs</p>	<p>บุคคลผู้ให้แนวคิดเรื่อง ความรับผิดชอบของพิพิธภัณฑ์และความต้องการของพิพิธภัณฑ์ที่มีต่อชุมชน (Google G. B., 1897, p. 34)</p>
 <p>James Melville Gilliss</p>	<p>บุคคลผู้ให้แนวคิดเกี่ยวกับทิศทางการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ และสิ่งที่ต้องคำนึงถึง มีดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความเป็นองค์กรที่มีเสถียรภาพและมีการสนับสนุนที่ดีอย่างเพียงพอ 2. มีแผนงานที่ชัดเจน มีกรอบที่สามารถปรับได้ตามโอกาสของสถาบันและความต้องการของชุมชนเพื่อประโยชน์ของสถาบันในการรักษา 3. วัสดุ อาคารที่ใช้ในการเก็บรวบรวมจะต้องมีความสะดวกในการเคลื่อนย้าย 4. พนักงานผู้ดูแลรักษาควรมีอำนาจ 5. สถานที่ทำงาน อาคารที่เหมาะสม 6. เครื่องมือที่ใช้ในการทำงานมีความเหมาะสม (Google G. B., 1897, p. 35)

ตาราง 2-1 บุคคลที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ (ต่อ)

บุคคลที่ให้แนวคิด	แนวคิด
 <p data-bbox="384 770 609 801">Augerstns. A. Gereli</p>	<p data-bbox="767 450 1358 488">ผู้ให้ทัศนะถึงหน้าที่การทำงานของเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑที่ไว้ดังนี้</p> <ol data-bbox="767 495 1394 1803" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="767 495 1394 680">1. พิพิธภัณฑที่ไม่มีภัณฑารักษ์ที่ฉลาด มีความคิดที่ก้าวหน้าและผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดีก็จะได้ผลเปรียบเสมือนเป็นโรงเรียนโดยไม่มีผู้สอนหรือสังคมที่เรียนรู้โดยปราศจากการเป็นสมาชิกของการเรียนรู้ <li data-bbox="767 687 1394 972">2. การบริหารพิพิธภัณฑกลายเป็นหนึ่งในอาชีพที่ต้องเรียนรู้และประสบการณ์ในพิพิธภัณฑ จึงจะประสบความสำเร็จในสาขานี้ได้เป็นอย่างดี ความฉลาดและความสามารถในการบริหารที่เกิดการศึกษา ในบางครั้งเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑแต่ละคนควรเป็นผู้มีอำนาจพิเศษในการวิจัยและควรมีเวลาในการตรวจสอบและโอกาสที่จะเผยแพร่ผลที่ได้รับนั้น <li data-bbox="767 978 1394 1115">3. พิพิธภัณฑที่จ้างภัณฑารักษ์ที่ไม่ได้รับการฝึกฝนต้องเสียค่าใช้จ่ายในการศึกษาของพวกเขาเหล่านั้น ในความล่าช้าอาจเกิดความล้มเหลวได้ <li data-bbox="767 1122 1394 1258">4. สำหรับพนักงานควรจัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพที่นอกเหนือจากเงินเดือนที่ได้รับ ซึ่งเป็นการให้ความมั่นคงกับพนักงาน <li data-bbox="767 1265 1394 1402">5. ผู้ทำงานร่วมกัน “หรือ” ผู้ร่วมทำงานเช่นเดียวกับภัณฑารักษ์จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้อย่างมากหรือเหนือกว่าพนักงานทั่วไปสำหรับการเผยแพร่และบรรยายเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ <li data-bbox="767 1408 1394 1545">6. ในบางครั้งอาจจะมีอาสาสมัครจากหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษามาทำงานร่วมกับภัณฑารักษ์หรือเผยแพร่และบรรยายให้ความรู้ <li data-bbox="767 1552 1394 1688">7. เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑไม่ควรมีพฤติกรรมที่ไม่ดี ไม่ว่าจะแก่นักเรียน หรือผู้ที่มีความประสงค์สอบถามรายละเอียดหรือทำให้เกิดอุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลที่อยู่ภายใต้การดูแลของเขา <li data-bbox="767 1695 1394 1803">8. ไม่ว่าด้วยเหตุผลใดเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑหรือลูกจ้าง ไม่ควรเป็นผู้ครอบครองสิ่งของในนั้น

ตาราง 2-1 บุคคลที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ (ต่อ)

บุคคลที่ให้แนวคิด	แนวคิด
	<p>9. การที่พนักงานพิพิธภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ในการสำรวจ ซึ่งถือเป็นงานปกติ และงานนั้นมีข้อได้เปรียบที่ดีกว่างานในส่วนอื่นๆ เพราะถือว่ามีความสามารถด้านการทำงานของพนักงานและได้ผลลัพธ์จากงานนั้นเป็นที่น่าพอใจมากที่สุดจากกิจกรรมของพวกเขา</p> <p>10. ในพิพิธภัณฑ์ขนาดใหญ่ เรื่องการบริหารทางการเงินนั้นเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับทุกคนบางคนให้ความสนใจเรื่องเงินมากกว่าที่จะนึกถึงหน้าที่การทำงาน ทำให้ไม่ค่อยมีใครต้องการที่จะทำงานพวกนี้ กิจกรรมทางธุรกิจของพิพิธภัณฑ์จึงไม่สามารถดำเนินไปทางที่ดีได้อย่างรวดเร็วและเป็นที่น่าพอใจของผู้บริหาร อย่างไรก็ตาม เจ้าของที่ของพิพิธภัณฑ์ควรเป็นผู้ที่เข้าใจถึงความหมายของงานพิพิธภัณฑ์และการเข้าอกเข้าใจกับจุดมุ่งหมายสูงสุด</p> <p>การแบ่งประเภทของพิพิธภัณฑ์ สามารถแบ่งได้ตามลักษณะเนื้อหาและวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้ ประเภทที่ 1 ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พิพิธภัณฑ์ศิลปะ 2. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ 3. พิพิธภัณฑ์มานุษยวิทยา 4. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ธรรมชาติ 5. พิพิธภัณฑ์เทคโนโลยี/อุตสาหกรรม 6. พิพิธภัณฑ์เชิงพาณิชย์ <p>ประเภทที่ 2 ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ 2. พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นจังหวัดหรือเมือง 3. วิทยาลัยและโรงเรียนพิพิธภัณฑ์ 4. พิพิธภัณฑ์ระดับมืออาชีพหรือชั้นเรียน 5. พิพิธภัณฑ์เอกชน <p>(Googe G. B., 1897, p. 36)</p>
 <p style="text-align: center;">Asa Gray</p>	<p>พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ (Historical Museums)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์จะเก็บรักษาวัตถุสิ่งของเหล่านั้นไว้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ของบุคคลชาติหรือเชื้อชาติหรือ ซึ่งแสดงให้เห็นสภาพของพวกเขาในช่วงเวลาที่แตกต่างกันในชีวิตประจำชาติของพวกเขา 2. ทุกพิพิธภัณฑ์ศิลปะและพิพิธภัณฑ์โบราณคดีทุกแห่งก็ยังมี พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์เพราะมีภาพของบุคคลในประวัติศาสตร์, ภาพของเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ และเค้าโครงของศุลกากร, เครื่องแต่งกาย, สถาปัตยกรรมและลักษณะการแข่งขันต่างๆ เป็นต้น



ตาราง 2-1 บุคคลที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ (ต่อ)

บุคคลที่ให้แนวคิด	แนวคิด
	<p>พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์มีความหลากหลายทั้งในตัวอักษรและมักเป็นของท้องถิ่น มีความน่าสนใจบางส่วนเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของจังหวัดและเมืองที่เก่าแก่ที่สุดและที่ดีที่สุดคือพิพิธภัณฑ์เครื่องหมาย (Museum of the Mark) ประจำจังหวัดของ Brandenburg ในเบอร์ลินและพิพิธภัณฑ์เมืองปารีส (Museum of the City of Paris) ใน Hotel Canavelet และพิพิธภัณฑ์เมืองของกรุงบรัสเซลส์ (Museums of the City of Brussels) และเมือง Antwerp เป็นต้น</p> <p>ยังมีพิพิธภัณฑ์อื่นๆ ที่แสดงให้เห็นถึงเมืองประวัติศาสตร์เริ่มต้นของการแข่งขัน ตัวอย่างเช่น พิพิธภัณฑ์ (Musée Gallo-Romain) ที่ St Germain, พิพิธภัณฑ์ Romano-German (Romano-German Museum) ที่ Mainz, พิพิธภัณฑ์ Etruscan (Etruscan Museums) ที่ Florence & Bologna, พิพิธภัณฑ์ Ghizeh (Ghizeh Museum) ใกล้กรุงไคโร (Cairo), พิพิธภัณฑ์อะโครโพลิส (Acropolis Museum) ในกรุงเอเธนส์และพิพิธภัณฑ์ที่กรุงคอนสแตนติโนเปิล (Constantinople)</p> <p>สถาบันดังกล่าวเช่น พิพิธภัณฑ์แห่งชาติบาวาเรีย (Bavarian National Museum) ที่นูเรมเบิร์ก (Nuremberg) และพิพิธภัณฑ์แห่งชาติเยอรมัน (German National Museum) ในมิวนิก (Munich) เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ในช่วงระยะหลังของประวัติศาสตร์ ในยุโรป มีคอลเล็กชันชุดเกราะ (Collections of Armor), เฟอร์นิเจอร์ (Furniture), เครื่องแต่งกายและวัตถุทางสถาปัตยกรรม (Costumes, and Architectural) รวมถึงวัตถุอื่นๆ มากมาย ซึ่งแสดงถึงชีวิตและศิลปะ ของยุคกลางและระยะเวลาต่อมาซึ่งมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น จากมุมมองของนักประวัติศาสตร์มากกว่าของศิลปิน</p> <p>สิ่งสำคัญเหล่านี้ ได้แก่ Royal Irish Academy at Dublin และ Musee Des Thermes-the Cluny Museum ในกรุงปารีส</p>

ตาราง 2-1 บุคคลที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ (ต่อ)

บุคคลที่ให้แนวคิด	แนวคิด
	<p>มหาวิทยาลัยในยุโรปหลายแห่งเป็นพิพิธภัณฑ์ของเมืองหรือระดับชาติและอาคารสิ่งประดิษฐ์เช่น Saint Paul's และ Westminster Abbey เป็นโรงเรียนชั้นนำในยุคหลังๆ</p> <p>พิพิธภัณฑ์ชีวประวัติ (Biographical Museums) ไม่ว่าจะเป็นการทุ่มเทความรักให้กับชายแต่ผู้เดียว เช่น กาลิเลโอ (Galileo), Dante, พิพิธภัณฑ์ Buonarrotti (Buonarrotti museums) ในเมืองฟลอเรนซ์ (Florence), พิพิธภัณฑ์ Goethe (Goethe Museum) ในเมือง Weimar และพิพิธภัณฑ์ Beethoven (Beethoven Museum) ในกรุงบอนน์ (Bonn) พิพิธภัณฑ์เพื่อคนที่ยิ่งใหญ่ของประเทศ เช่น หอศิลป์จิตรกรรมภาพเหมือนแห่งชาติของอังกฤษ, German Valhalla ที่ Ratisbon ฯลฯ หรือผู้ชายที่ยิ่งใหญ่ของอาชีพพิเศษ เช่น Gallery of Artists ใน Pitti Museum of Florence</p> <p>ช่วงการเชื่อมโยงของประวัติศาสตร์ มีชุดของลายเซ็นพร้อมต้นฉบับด้วย (Like the Dyce-Forster ที่ South Kensington) และของสะสมที่เป็นพระธาตุส่วนบุคคล ช่วงกึ่งกลางระหว่างพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และชีวประวัติ หมายถึง พิพิธภัณฑ์ราชวงศ์หรือครอบครัว เช่น พิพิธภัณฑ์ Hohenzollerns ในเบอร์ลิน และ ส่วน (Kunsthistorisches Museum) ในกรุงเวียนนา ซึ่งแสดงประวัติความเป็นมาของ Hapsburgs, ซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่คล้ายคลึงกันกับ The Musee Historique de Versailles. (Google G. B., 1897, p. 37)</p>
 <p>Qurol Green</p>	<p>พิพิธภัณฑ์อุตสาหกรรมหรือเทคโนโลยี (Technological or Industrial Museums)</p> <p>1. พิพิธภัณฑ์เทคโนโลยีหรืออุตสาหกรรมมีไว้เพื่อศิลปะอุตสาหกรรมและรวมไปถึงผู้ผลิต ได้แก่</p> <p>1) วัสดุและแหล่งที่มา 2) เครื่องมือและเครื่องจักร 3) วิธีการและกระบวนการ 4) ผลิตภัณฑ์และผลลัพธ์ 5) ของเสียจากการผลิตและทรัพยากรที่ยังไม่ดี</p> <p>(Google G. B., 1897, p. 38)</p>


ตาราง 2-1 บุคคลที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ (ต่อ)

บุคคลที่ให้แนวคิด	แนวคิด
 <p data-bbox="451 813 560 842">El. Quoy</p>	<p data-bbox="767 450 1209 479">พิพิธภัณฑ์การค้า (Commercial Museums)</p> <ol data-bbox="767 495 1294 1016" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="767 495 1294 524">1. พิพิธภัณฑ์การค้ามีส่วนเกี่ยวข้องกับวัสดุที่ขายได้ <li data-bbox="767 539 1294 629">2. การเชื่อมต่อกับพิพิธภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม <li data-bbox="767 645 1294 824">3. หน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ระดับนี้มี 2 แบบคือ <ol data-bbox="791 689 1294 779" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="791 689 1294 719">3.1 เพื่อแสดงให้กับประเทศผู้ผลิตและสถานที่ผลิต <li data-bbox="791 734 1294 779">3.2 ประเทศผู้ผลิตแสดงที่ตั้งของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ซื้อชาวต่างชาติ <li data-bbox="767 840 1294 1016">4. ประโยชน์ของพิพิธภัณฑ์เชิงพาณิชย์ในด้านการบริการ, อาจเป็นตัวกลางการสื่อสารมวลชนนานาชาติ และเป็นวิธีการของระบบการแลกเปลี่ยนที่ครอบคลุม (Googe G. B., 1897, p. 39)
 <p data-bbox="427 1413 592 1442">Stephen Hales</p>	<p data-bbox="767 1034 1174 1064">พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ (National Museum)</p> <ol data-bbox="767 1079 1350 1610" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="767 1079 1350 1258">1. พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ ประกอบด้วย สมบัติของประเทศชาติ, รัฐบาลและเป็นผู้สืบทอดที่ถูกต้องตามกฎหมายของสิ่งเหล่านี้ รวมถึงพระมหากษัตริย์, เจ้าชาย, และสถานประกอบการของสงฆ์ ซึ่งภายในช่วงสองศตวรรษที่ผ่านมาเป็นความคิดที่น่าสนใจ <li data-bbox="767 1274 1350 1408">2. ส่วนใหญ่ในประเทศในทวีปยุโรป มหาวิทยาลัยแห่งชาติเป็นส่วนหนึ่งของระบบพิพิธภัณฑ์แห่งชาติและมีประสิทธิภาพอย่างเหลือเชื่อเมื่อเข้าได้มาบริหารงาน <li data-bbox="767 1424 1350 1610">3. พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ ไม่ค่อยมีโอกาสที่จะได้รับการช่วยเหลือแบ่งปัน จากการที่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐและความรับผิดชอบของพวกเขาเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (Googe G. B., 1897, p. 40)

ตาราง 2-1 บุคคลที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ (ต่อ)

บุคคลที่ให้แนวคิด	แนวคิด
 <p>Charles Frederic Hartt</p>	<p>พิพิธภัณฑ์ในท้องถิ่นหรือพิพิธภัณฑ์เมือง (Local, Provincial or City Museums)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นพิพิธภัณฑ์ของภูมิภาคหรือเมือง ซึ่งมีลักษณะการรักษาสิ่งที่เป็นลักษณะของภูมิภาคหรือเมืองที่ตั้งอยู่นั้นๆ 2. เป็นที่ที่ถูกกฎหมายและเป็นที่ยอมรับว่าพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นและเมือง ควรเป็นพิพิธภัณฑ์ทั่วไปที่มีลักษณะทางวิทยาศาสตร์และการศึกษา 3. มักเป็นข้อได้เปรียบในชุมชนเล็กๆ ที่มีพิพิธภัณฑ์และห้องสมุดสาธารณะที่จะรวมกันสำหรับการบริหารจัดการและจัดรวมกันเป็นหนึ่งเดียว (Google G. B., 1897, p. 41)
 <p>Jr. R. Hafeler</p>	<p>พิพิธภัณฑ์ศิลปะการเขียนฉลาก (Google G. B., 1897, p. 42)</p>
 <p>J.J. Itaylz</p>	<p>พิพิธภัณฑ์ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างดี ควรมีห้องสมุดอ้างอิงที่ดี ซึ่งรวบรวมถึงหนังสืออ้างอิงหลักเกี่ยวกับความพิเศษต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและโดยเฉพาะอย่างยิ่ง แสดงผลงานเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งไม่สามารถนำมาแสดงในห้องโถงนิทรรศการได้ ห้องสมุดนี้ควรเข้าถึงผู้เข้าชมได้อย่างอิสระและมีเฟอร์นิเจอร์ที่สะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจดบันทึก (Google G. B., 1897, p. 43)</p>

ตาราง 2-1 บุคคลที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ (ต่อ)

บุคคลที่ให้แนวคิด	แนวคิด
 <p style="text-align: center;">Joseph Henry</p>	<p>ความคิดเห็นของสาธารณชนเกี่ยวกับการทำงานของพิพิธภัณฑ์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พิพิธภัณฑ์เปรียบเสมือนห้องสมุด ห้องอ่านหนังสือและสวนสาธารณะ 2. การพัฒนาความคิดของพิพิธภัณฑ์สมัยใหม่เกิดจากสหราชอาณาจักรในประเทศไนจีเรียจากการจัดแสดงนิทรรศการที่ยิ่งใหญ่ของในปี ค.ศ. 1851 3. อนาคตของพิพิธภัณฑ์เช่นเดียวกับสถาบันของรัฐที่คล้ายคลึงกันทั้งหมดมีความเชื่อมโยงกับความต่อเนื่องของอารยธรรมสมัยใหม่ ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของความบันเทิงที่เข้าถึงได้อย่างเป็นรูปธรรม (Googe G. B., 1897, p. 44)

ดังนั้น จากการเกริ่นนำข้างต้น การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทนี้ที่จะกล่าวต่อไปก็ขอยึดถือตามแนวทางของการบริหารจัดการมรดกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของอดีตอธิบดีกรมศิลปากร นายเกรียงไกร สัมปชชิต ที่เป็นผู้เริ่มต้นแนวคิดไว้ (เกรียงไกร สัมปชชิต, 2551, น. 1-5) ในการประชุมสัมมนาทางวิชาการ “การบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรม” แนวคิดนานาชาติ ณ โรงแรมอิมพีเรียล ควีนสพาร์ค วันที่ 7 เมษายน 2551 โดยให้แนวคิดไว้ว่าในการศึกษาเรื่องใดๆ ก็แล้วแต่ถ้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมทั้งหลายแล้ว ซึ่งการศึกษาของผู้วิจัยในงานวิจัยนี้เกี่ยวข้องด้วยคือ อุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งอยู่ในรูปแบบของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกหรือแหล่งมรดกโลก จึงอ้างอิงและพึ่งพิงแนวคิดดังกล่าวได้ โดยเกรียงไกร สัมปชชิต ให้แนวคิดดังกล่าวไว้ให้ศึกษาความสัมพันธ์ 3 ส่วนคือ อุทยานมรดกทางประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม (Cultural Heritage/ Historical Park) คน (Man) เป็นการพัฒนางานความรู้ในเชิงลึกของบุคลากรและการบริหารจัดการ (Management) แนวคิดดังกล่าวนี้ประยุกต์ความสอดคล้องกับ Michael E. Porter แห่ง Harvard Business School ที่ได้ทำการนำเสนอต่อสมาคมพิพิธภัณฑ์แห่งสหรัฐอเมริกา (American Association of Museums) ณ นครบอสตัน รัฐแมสซาชูเซตส์ วันที่ 28 เมษายน 2549 โดยที่ Michael E. Porter นั้นพิจารณาในแง่ของการนำมาวางเป็นกลยุทธ์ โดยมีแนวคิดทางด้านคุณค่าของพิพิธภัณฑ์/ประวัติศาสตร์ที่จะสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันจากห่วงโซ่คุณค่าของทั้ง 3 ความสัมพันธ์นี้ โดยประยุกต์มรดกทางวัฒนธรรมกับการเป็นโครงสร้างของธุรกิจ (Firm Infrastructure) คน (Man) คือ ทรัพยากรมนุษย์ และการบริหารจัดการ (Management) คือ การจัดการเพื่อให้เกิดผลประโยชน์แก่สังคม ซึ่งประยุกต์ได้

กับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือที่พอร์เตอร์ให้แนวคิดว่าการสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) กับการตั้งพหุวัตถุประสงค์ คือ ให้มีความหลากหลายแต่เป็นเอกภาพ (Multiple Goals is Unique) ประยุกต์ได้กับการสร้างการจัดการนวัตกรรม ความประทับใจและความสัมพันธ์อันดี ซึ่งถือเป็นมาตรวัดคุณค่าของการจัดการเพื่อประโยชน์สังคมกับธุรกิจและคน ผู้ให้บริการหรือสร้างคุณค่า ทั้งฝ่ายตัวอุทยานประวัติศาสตร์เองและนักท่องเที่ยวให้เกิดประสบการณ์ในระดับปฏิสัมพันธ์ (Level of Interactivity) หรือการจัดการนวัตกรรม 2 ทางการเรียนรู้และรับรู้ข่าวสารการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์ได้ทำให้เกิดการมาท่องเที่ยวเยี่ยมชมซ้ำ และบอกต่อภาพลักษณ์ในทางบวกหรือที่พอร์เตอร์ เรียก แรงจูงใจนิยม (Popular Appeal) (Porter, 2006, p. 157)

นอกจากนี้ในงานวิจัยนี้ได้รับแนวคิดของการจัดการนวัตกรรมขึ้น จึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องนี้หลังจากทำการศึกษาสืบค้นแล้ว ผู้ที่ถือได้ว่ามีงานเขียนที่ชัดเจนที่สุดคือ Sherene Suchy ผู้เขียนหนังสือประเภทปฏิบัติการเหนือตำราคือ Beyond Text โดย Suchy ให้ชื่อว่า “Leading with Innovation : Change Management in the 21st-Century Museum จัดพิมพ์โดย Alta Mira Press เมือง Ox-ford : ประเทศสหราชอาณาจักรอังกฤษ (United Kingdom England). (Suchy, 2004, p. 40) ยิ่งไปกว่า Monica Gomez-Sauarez, Maria Pillar Martinez-Ruiz and Noemi Maxtinez-Caraballo นำแนวคิดการจัดการนวัตกรรมกับการศึกษากระบวนทัศน์ ในบริบทที่จะเป็นแนวโน้มการจัดการนวัตกรรมมากกว่าจะมองคนหรือมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Human-Centric) ยิ่งไปกว่านั้น Tom Patty ยังให้แนวคิดเกี่ยวกับ 4 P’s ใหม่ที่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) อีกต่อไป โดยแต่เดิมแพทท์ที่เพิ่มเพียง Packaging บรรจุภัณฑ์เท่านั้น แต่พอในปี 2010 เขาเสนอ 5 P’s ใหม่เป็น Paradox (สิ่งที่ไม่คิดว่าจริงต้องเป็นจริง), Perspective (มุมมอง), Paradigm (กระบวนทัศน์), Persuasion (การกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึก) ซึ่งบูรณาการไปสู่ความสำเร็จสร้างให้ตราสินค้าหรือแบรนด์เป็นที่รัก (Brand Love) และเข้าไปนั่งในหัวใจของผู้บริโภคได้อย่างดี (Customer Engagement) (Wallance, E., Buil, I. and Chernatony, L., 2014, pp. 53-56)

ดังนั้น ด้วยเหตุผลข้างต้นที่กล่าวมาทั้งหมดเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยนำมาใช้ในการทบทวนวรรณกรรมเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิดอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก
- 2.2 แนวคิดการจัดการนวัตกรรม
- 2.3 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 2.4 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดการบริการ
- 2.5 แนวคิดการยอมรับคุณภาพบริการโดยรวม
- 2.6 แนวคิดรูปแบบและการตรวจสอบรูปแบบ

2.7 นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนล่าง

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก (World Heritage Site of Historical Park)

การทบทวนวรรณกรรมอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกนั้น ต้องทำการพิจารณาใน 2 ส่วนคือ อุทยานประวัติศาสตร์และมรดกโลก โดยที่ผู้วิจัยขอสรุปนำแนวคิดเฉพาะที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ดังต่อไปนี้

อุทยานประวัติศาสตร์ โดยคำเรียกที่ตรงที่สุดคือ Historical Park อ้างอิงตามคำทางการของประเทศไทยที่ปรากฏในแผนพัฒนาภูมิภาคเหนือตอนล่าง พ.ศ. 2557-2560 โดยสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง, 2557-2560) แต่โดยทั่วไปตามระดับสากลนิยมเรียกกันคือ History Museum (The Canadian Museum of History and the Canadian War Museum, 2013, ; The Fine Arts Department, 2008; Lipschomb, 2010 ; Coats, 1990 p. 2, 14, pp. 176-184)

ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงอุทยานประวัติศาสตร์ จึงนิยมจะใช้เรียกแทนสถานที่ทางประวัติศาสตร์ และบางครั้งก็ชอบพ่วงด้วยโบราณคดี (Archaeology เพราะถือเป็นสถานที่แหล่งแสดงเรื่องราวของมนุษย์ในอดีตเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับสังคมมนุษย์ โดยอาศัยแนวคิดของสภาพิพิธภัณฑ์สถานระหว่างชาติ (International Council of Museums) เป็นสถาบันที่องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งชาติ หรือ UNESCO ได้สนับสนุนให้จัด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2489 (ค.ศ. 1946) เพื่อใช้เป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลต่างๆ ระหว่างผู้ดำเนินงานพิพิธภัณฑ์ทั่วโลก

อย่างไรก็ตามเมื่อสืบค้นลึกขึ้นก็พบว่า โดยความหมายของ Historical Park นั้น หมายถึงสถานที่ที่เป็นแหล่งเรียนรู้และมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ประกอบด้วย อาคารสถาปัตยกรรม ซากโบราณสถาน ที่อยู่อาศัย ศาสนสถาน สภาพแวดล้อมของโบราณ เช่น คูคลอง ถนน และทางเดิน (สารานุกรมไทย สำหรับเยาวชน, เล่มที่ 29) ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับปัจจุบันและอนาคต โดยมีทั้งที่เป็นมุมมองทางวัฒนธรรมหรือมีความโดดเด่นของวัฒนธรรมชุมชนรวมไปถึง พิพิธภัณฑ์ทางประวัติศาสตร์นั้น ก็มีบทบาทและหน้าที่ไม่แตกต่างไปจากพิพิธภัณฑ์ประเภทหรือรูปแบบอื่นๆ ตามที่ Douglas A. Allen (1960) ได้ให้มุมมองคือ การรวบรวมวัตถุ (Collecting) ที่ได้จากการรับบริจาคจากประชาชน จากการขุดค้นทางโบราณคดี การปฏิบัติงานจากนักธรรมชาติวิทยา นักมานุษยวิทยาและสิ่งประดิษฐ์จากนักวิทยาศาสตร์ ตลอดจนการจัดซื้อ ซึ่งจะมีมากในพิพิธภัณฑ์ศิลปะและหอศิลป์ รวมทั้งพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ด้วยเพื่อสงวนรักษา ไม่เฉพาะแค่วัตถุเท่านั้น แต่ยังเป็นการสงวนอนุรักษ์ทุก

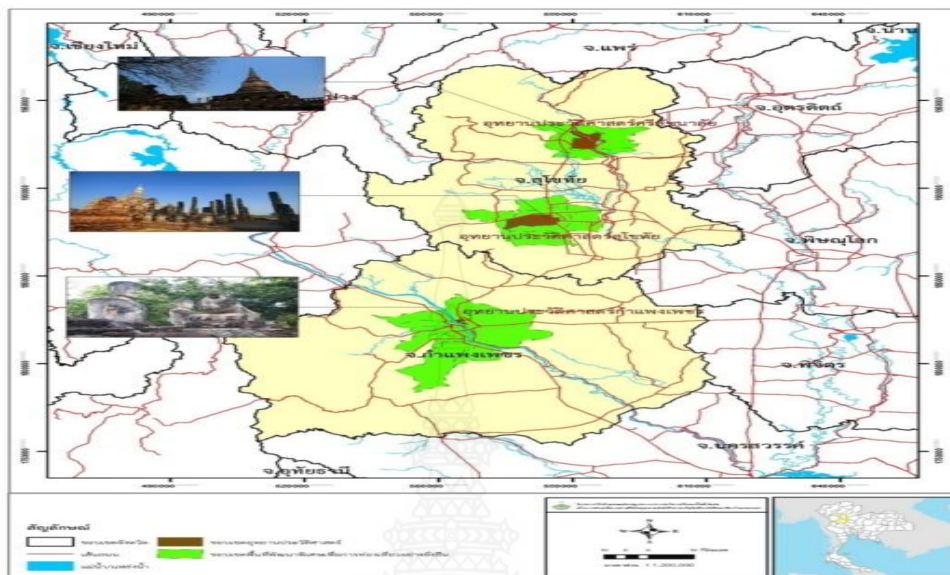
อย่างที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมและเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อการแสดงความเป็นชาติด้วย จึงไม่ใช่เป็นเพียงพิพิธภัณฑวัตถุโบราณ (Antiquities Museums) แต่ก็มีของวัตถุโบราณรวบรวมเอาไว้ด้วย ตัวอย่างเห็นได้ชัดคือ หน้ากากศพทองของฟาโรห์ตุตันคาเมนในพิพิธภัณฑสถานอียิปต์ กรุงไคโร เครื่องปั้นดินเผาเนื้อแกร่งที่เรียกว่า “เครื่องสังคโลกในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย” เติงเหล็กที่ใช้ในการทรมานของพิพิธภัณฑการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ Tuol Sleng ณ กรุงพนมเปญ ของกัมพูชา พิพิธภัณฑประวัติศาสตร์โอคลาโฮมาซิตี แอฟริกาใต้ เป็นต้น

องค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (2550) ให้แนวคิดไว้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ขึ้นทะเบียนมรดกโลก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย อนุสรณ์สถาน กลุ่มอาคาร วัฒนธรรมและธรรมชาติ ที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีพัฒนาเกิดขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกหรือ สถานที่ อันได้แก่ ป่าไม้ ภูเขา ทะเลสาบ ทะเลทราย อนุสาวรีย์ สิ่งก่อสร้างต่างๆ รวมไปถึงเมือง ซึ่งคัดเลือกโดยองค์การยูเนสโก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 เพื่อเป็นการบ่งบอกถึงคุณค่าของสิ่งที่มีมนุษยชาติหรือธรรมชาติได้สร้างขึ้นมาและควรจะต้องปกป้องสิ่งเหล่านั้นได้อย่างไร เพื่อให้ได้ตกทอดไปถึงคนรุ่นหลังในอนาคต ซึ่งทางองค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้จัดแบ่งมรดกโลก เป็น 2 ประเภท คือ มรดกโลกทางวัฒนธรรม และมรดกโลกทางธรรมชาติ ปัจจุบันมีมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียน 1,031 แห่งทั่วโลก ประกอบด้วย มรดกโลกทางวัฒนธรรม 802 แห่ง มรดกโลกธรรมชาติ จำนวน 197 แห่ง และผสมระหว่างมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ จำนวน 32 แห่ง สำหรับประเทศไทย องค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (2530) แหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก คือ

1. แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง
2. อุทยานประวัติศาสตร์อยุธยา
3. อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร
4. ป่าดงพญาเย็นและเขาใหญ่
5. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ ห้วยขาแข้ง

องค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (2549) ได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก อีกจำนวน 2 แห่ง คือ 1) เส้นทางวัฒนธรรมพิมายและศาสนสถานพนมรุ้งและเมืองต่ำ 2) อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท

ภาพ 2-1 พื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-กำแพงเพชร



ที่มา : องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), (น. 1)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525) อธิบายว่า พิพิธภัณฑ์ (พิ-พิธ-ภัณ-ถ์) เกิดจากคำ 2 คำ รวมกันคือ “วิพิธ” สมาสกับ “ภัณท์” เมื่อรวมคำกันแล้วหมายถึง ความแตกต่างกันของสิ่งของที่ใช้ หรือพิพิธภัณฑ์คือ สิ่งของต่างๆ ที่ได้ถูกรวบรวมไว้เพื่อประโยชน์ในการศึกษา ในขณะที่เดียวกันคำว่า พิพิธภัณฑ์หมายถึง สถานที่เก็บรวบรวมสิ่งต่างๆ ไว้เพื่อการศึกษา ซึ่งปัจจุบันเองสามารถเรียกได้หลายคำ ดังนี้คือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ/พิพิธภัณฑ์/อุทยาน

หากสืบค้นเรื่องราวของประวัติศาสตร์กับความสัมพันธ์ของมรดกทางวัฒนธรรมและนำไปสู่การเป็นมรดกโลกได้ต่อไปนั้น มีมาตั้งแต่การเกิดพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์แรกในโลกที่นครเอเธนส์ ได้เป็นอย่างดี โดยพิจารณาจากคำภาษาอังกฤษ “พิพิธภัณฑ์” ที่มาจากคำว่า “Musea” ซึ่งเป็นภาษากรีกโบราณ (Museion) หมายถึง สถานที่หรือวัดที่วิหารที่ทุ่มเทให้กับเทพธิดามิวส์ตามตำนานเทพเจ้ากรีก จนทำให้เกิดอาคารที่อยู่ห่างสำหรับการศึกษาและศิลปะ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Museum หมายถึง สถาบันเพื่อศึกษาปรัชญาและการวิจัยที่นครซานเดรีย โดยปโตเลมีอัสเตอร์ ประมาณ 280 คริสตศักราช ซึ่งพิพิธภัณฑ์แรกคือ ห้องสมุด จัดตั้งโดย พลาโต (Plato) ในนครเอเธนส์ แต่ต่อมาชาเนียซให้เรียกสถานที่อื่นว่า พิพิธภัณฑ์ (Mouseion) คือ เนินเขาเล็กๆ ในเอเธนส์เพื่อให้ตรงข้ามกับสถาบัน ซึ่งเสมือนพิพิธภัณฑ์หรือห้องสมุดของพลาโตที่ตั้งอยู่บนเนินเขาสูง ซึ่งเรียกว่า อาโครพอลิส (Akropolis) เกิดเป็นวัฒนธรรมทางพิพิธภัณฑ์จนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Gary Edson & David Dean (1994, p. 239) เขียนเป็นตำราคู่มือพิพิธภัณฑ์คือ The Handbook for Museums พบว่า การเป็นพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์นั้น ต้องเป็นรูปแบบพิพิธภัณฑ์ที่นำ

พิพิธภัณฑ์ประเภทต่างๆ เข้ามาบูรณาการร่วมกันตั้งแต่ 1) พิพิธภัณฑ์สถานทางศิลปะ (Museum of Arts) และศิลปะร่วมสมัย (Gallery of Contemporary) 2) พิพิธภัณฑ์สถานทางธรรมชาติวิทยา (Natural History Museum) 3) พิพิธภัณฑ์สถานประจำท้องถิ่น (Regional Museum)

Johnson & Thomas (1991-1992, p. 65, 78) ให้แนวคิด ว่าการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ ต้องบริหารจัดการทรัพยากรด้านการเงินที่มีทั้งจัดการทุนที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและในส่วนของบริหารจัดการด้านการเงินที่เห็นสอดคล้องในแนวทางเดียวกันได้จากค่าเข้าชม ซึ่งต้องสัมพันธ์กับการสร้างความสัมพันธ์กับจิตใจผู้ชมในฐานะลูกค้าที่ตรงใจทั้งความต้องการและการบริการแก่ผู้ชม ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของกลยุทธ์การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ทั้งเชิงกลยุทธ์และสู่การปฏิบัติ นอกจากนี้ Johnson & Thomas (1991-1992) แล้วก็ยังมีผู้เชี่ยวชาญอย่าง Allden & Ellis (1990, pp. 35-39), รวมถึงกูรูโลก เช่น Peter. T (1987, pp. 381-406), Charles Handy (1989, pp. 31-34), Blake. M (1930) มีความคิดเห็นแนวทางเดียวกัน

Neil Kotler & Philip Kotler (1998) ร่วมกันวิจัยแล้วเขียนเป็นตำราทางกลยุทธ์การตลาดพิพิธภัณฑ์ (Museum Strategy and Marketing) อ้างถึงการวางแผนกลยุทธ์ที่ดีของพิพิธภัณฑ์ศิลปะร่วมสมัยแห่งชิคาโก (Chicago's Museum of Contemporary Art : MCA) ของ 4 พิพิธภัณฑ์ศิลปะร่วมสมัยแห่งชิคาโก ใน 4 ระดับ คือ

1. ทางด้านเป้าประสงค์ด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้หรือการศึกษาพร้อมโครงการสื่อสารศิลปะและรักษาระดับมาตรฐานให้สูงไว้
2. ทางด้านบุคลากรทั้งระดับผู้นำพิพิธภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ ผู้อำนวยการหรือผู้จัดการทั้งหลายและทีมงานสนับสนุน ซึ่งต้องเป็นมืออาชีพ มีทักษะด้านความรู้และวิชาชีพเป็นอย่างดี เข้าเกณฑ์ระดับผู้เชี่ยวชาญได้
3. มีการสนับสนุนด้านการเงิน เพื่อให้เติมเต็มการรณรงค์กิจกรรม ตลอดจนการสนับสนุนการเงินจากการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นและภาครัฐ
4. ด้านการติดตามการประเมินผลอย่างเพียงพอต่อเนื่อง มีแผนชัดเจน และวิธีการประเมินหลากหลาย

จากแนวคิดดังกล่าว พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525) Musea หรือ พิพิธภัณฑ์ คือ อนุรักษของวัตถุต่างๆ ทางวัฒนธรรมหรือวิทยาศาสตร์ ทำให้เกิดบทบาทและหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าอุทยานประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นสถานที่จัดแสดงประวัติศาสตร์ความเป็นมา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ยิ่งในปัจจุบันอุทยานประวัติศาสตร์เป็นการรวบรวมเก็บรักษา ตีความ แสดงศิลปวัฒนธรรมหรือวิทยาศาสตร์ที่สำคัญ และยังมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาของประชาชนเป็นแหล่งเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และท้องถิ่น รวมไปถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้ในประวัติศาสตร์ของเมืองสุโขทัยและกำแพงเพชร เป็นไปตามพัฒนาการ

ทางด้านเศรษฐกิจ มีการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและมีการดูแลสภาพแวดล้อมชุมชนเป็นไปอย่างสร้างสรรค์ โดยการมีส่วนร่วมซึ่งสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2560-2564, น. 100-101) สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ซึ่งมุ่งเน้นนโยบายด้านการท่องเที่ยว : ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยว ฯลฯ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การสร้างเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2558) การพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสำหรับกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง

ประเภทของพิพิธภัณฑ์

ในแนวคิดของ Google G. B. (1897, p. 208) ในการอ้างอิงโดยทั่วไปมักชอบจะแบ่งประเภทของพิพิธภัณฑ์ทางประวัติศาสตร์ ออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ตามประเภทของพิพิธภัณฑ์ทั่วไป แบ่งออกเป็นดังนี้

1. พิพิธภัณฑ์ประจำเมืองหรือประจำท้องถิ่น (Regional Museum/City Museum) เป็นการพิจารณาด้านที่ตั้ง (Site) และเรื่องราว (Content) เป็นสำคัญคือ เป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมวัตถุอันเป็นหลักฐานเกี่ยวกับมนุษย์และสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ทางประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์วรรณาและมานุษยวิทยา
2. พิพิธภัณฑ์สถานทางประวัติศาสตร์ (Historical/History Museum) เป็นพิพิธภัณฑ์ที่เป็นแหล่งแสดงเรื่องราวความเป็นมาของมนุษย์ในอดีตและสร้างความเข้าใจทางสังคมมนุษย์ที่สำคัญตามการให้ความหมายของสภาการพิพิธภัณฑ์สถานระหว่างชาติ
3. พิพิธภัณฑ์สถานประจำโบราณสถาน (Site Museum) เป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมวัตถุอันเป็นหลักฐานเกี่ยวกับมนุษย์และสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ทางประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์วรรณาและมานุษยวิทยา

อย่างไรก็ตามสามารถประยุกต์ อ้างอิงแนวคิดของ Yuhl (2005), Brundage (2005), Amy (2012), U.S. Department of the Interior, National Park and The Association for Living History, Farm, and Agricultural Museum (2011, pp. 33-41) เห็นว่าการแบ่งประเภทควรมุ่งเน้นตามแนวคิดจากการเป็นบ้านเชิงประวัติศาสตร์ (Historic House) ที่ต้องมีการออกแบบตกแต่งเป็นพิเศษเพื่อให้เกิดความสนใจและสร้างความประทับใจให้กับที่ตั้งสำหรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อีกทั้งยังมีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมจนถือเป็นแหล่งมรดกของวัฒนธรรมทางด้านประวัติศาสตร์ด้วย (Historic Sites) จึงต้องแบ่งแยกรายละเอียดลงไปอีกดังนี้ 1. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์มีชีวิตหรือพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์กลางแจ้ง 2. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ 3. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์การเดินเรือ 4. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์การแพทย์ 5. พิพิธภัณฑ์อนุสรณ์สถาน 6. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์การทหารและสงคราม 7. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์มือถือ 8. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ธรรมชาติ

9. พิพิธภัณฑ์เปิดโล่ง 10. พิพิธภัณฑ์ป๊อปอัพ 11. พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์และอุตสาหกรรม 12. พิพิธภัณฑ์เฉพาะ 13. พิพิธภัณฑ์เสมือนจริง 14. พิพิธภัณฑ์โบราณคดี 15. พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ 16. พิพิธภัณฑ์ศิลปะ 17. พิพิธภัณฑ์อื่นๆ

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสามารถสรุปให้เห็นได้ว่า พิพิธภัณฑ์นั้นมีหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทก็จะมี ความแตกต่างกันตามลักษณะที่มีการจัดแสดงเรื่องราวต่างๆ ภายในพิพิธภัณฑ์ สำหรับพิพิธภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ได้ศึกษาค้นคว้าคือ พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์หรือพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์หรือพิพิธภัณฑ์สถาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ ส่วนที่เป็นตัวอาคารหรือสถาบันที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรวบรวมเก็บรักษาวัตถุที่มนุษย์และธรรมชาติสร้างขึ้นทั้งในรูปแบบของโบราณวัตถุ วิทยาศาสตร์ ศิลปะ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี ศูนย์มานุษยวิทยา (2548) สถาบันการเรียนรู้พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ (2553) ด้วยการจัดให้โดยมีจัดแสดงที่ผู้คนสามารถเข้าชมได้ถาวร หรือมีการจัดแสดงชั่วคราวและการจัดแสดงแบบเคลื่อนที่ พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์จึงต้องให้บริการแก่สาธารณชนเยาวชนและผู้สนใจทั่วไปที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ในการศึกษา สันทนาการ แสดงความภูมิใจของท้องถิ่น สิ่งมหัศจรรย์ต่างๆ ที่ตระการตา เป็นต้น ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเกิดการมีส่วนร่วมจนถึงสร้างความประทับใจ อันเป็นมนต์เสน่ห์อย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวโดยเฉพาะแนวคิด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นอกจากนี้ในปัจจุบันมุมมองอุทยานประวัติศาสตร์ ยังมีการจัดการนวัตกรรมและความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น จากแค่เป็นการเก็บรักษาและจัดแสดงมาเป็นการให้ประสบการณ์และมีการโต้ตอบเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ ตัวอย่างเช่น พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ พิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ หรือพิพิธภัณฑ์มีชีวิต โดยมีการจัดเก็บสิ่งของประเภทต่างๆ จำนวนมากและจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ ด้วยการนำนวัตกรรมมาช่วยในการจัดการแบบถาวรและชั่วคราวเพื่อการหมุนเวียนงานแสดงได้อย่างหลากหลายเป็นจุดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้อย่างประทับใจและคุ้มค่าชีวิตชีวา

ดังนั้นพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ในปัจจุบันจึงถือเป็นสถานที่ในการเก็บรักษาและดูแลสิ่งของที่สำคัญทั้งในด้านประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ วัฒนธรรม และศิลปะ เพื่อจัดแสดงและสร้างการมีส่วนร่วมหรือมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและต่อสาธารณชน ซึ่งส่วนใหญ่พิพิธภัณฑ์มักจะทำตั้งอยู่ภายในเมืองใหญ่ซึ่งเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาของประเทศและเป็นสถานที่ที่สำคัญ ซึ่งมักจะจัดแสดงผลงานของท้องถิ่นนั้นหรือเฉพาะวัตถุที่เกิดจากเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่สร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ในยุคปัจจุบันได้มีนวัตกรรมเข้ามามีส่วนร่วมในสังคม ทำให้เกิดพิพิธภัณฑ์เสมือนจริงมากมายในลักษณะของการจัดแสดงภาพและเสียงให้ผู้เข้าชมได้ดูและฟัง แต่ยังเป็นส่วนน้อยมาก พิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่จะไม่ยอมให้ผู้เข้าชมจับต้องกับวัตถุที่จัดแสดง แม้กระนั้นพิพิธภัณฑ์บางประเภทอย่างพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ มักจะพยายามแนะนำให้ผู้เข้าชมจับต้องและเล่นกับสิ่งของที่จัดแสดงเพื่อ

การเรียนรู้และพิพิธภัณฑ์บางแห่งจะเก็บค่าเข้าชม ในขณะที่การเข้าชมพิพิธภัณฑ์บางแห่งเปิดให้เข้าเยี่ยมชมฟรีหรือเปิดให้เข้าชมฟรีเฉพาะบางวันในสัปดาห์นั้น พิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายในการเผยแพร่ความรู้และวัฒนธรรม ซึ่งจะไม่เน้นการหากำไรเข้าสู่พิพิธภัณฑ์ โดยทางพิพิธภัณฑ์เองจะมีเงินสนับสนุนจากหน่วยงานทางภาครัฐหรือภาคเอกชน ซึ่งจะแตกต่างจากพวกห้องโชว์ภาพที่มีจุดมุ่งหมายในการเปิดให้ชมเพื่อขายงานศิลปะ

2.2 แนวคิดการจัดการนวัตกรรม

นิยามความหมายนวัตกรรม (Innovations)

Everette M. Rogers (1968, pp. 37-60) นวัตกรรม (Innovations) ที่เน้นความเชื่อของเรื่องการเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรมซึ่งเกิดขึ้นจากสิ่งใหม่ๆ จากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่งและสังคมนั้นรับเข้าไปใช้สิ่งใหม่ๆ นี้คือ นวัตกรรม ซึ่งเป็นทั้งความรู้ ความคิด เทคนิค วิธีการและเทคโนโลยีใหม่ๆ ระบบสังคมเป็นระบบที่มีอิทธิพลต่อการรับนวัตกรรม กล่าวคือ สังคมสมัยใหม่ระบบของสังคมจะเอื้อต่อการรับนวัตกรรมรวมทั้งความรวดเร็วและปริมาณที่รับ (Rate of Adoption) เพราะมีบรรทัดฐานและรับค่านิยมของสังคมที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้น เมื่อมีสิ่งใหม่เข้ามาสังคมก็จะยอมรับได้ง่ายส่วนสังคมโบราณหรือสังคมที่ยึดติดกับความเชื่อต่างๆ ก็จะปฏิเสธการยอมรับสิ่งใหม่ๆ

Tidd & Bessant (2009, p. 537) ได้ให้มุมมองแนวคิดเกี่ยวกับ นวัตกรรม (Innovations) คือ การแสวงหาความคิดใหม่ๆ นอกจากนี้ Innovation Unit UK Department of Trade and Industry ยังเห็นว่าการแสวงหาความคิดใหม่ๆ นั้น ต้องไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นการสร้างสรรค์ความคิดใหม่ๆ แต่ยังสามารถเป็นการพัฒนาต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ได้จากสิ่งที่มีอยู่ด้วยแล้ว ดังที่ (Roy R. & Paul G., 1985, pp. 167-186) เห็นว่าต้องสามารถประยุกต์ให้เกิดสิ่งต่างๆ ด้วยวิธีใหม่เข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือการทำสร้างสรรค์ การพัฒนาต่อยอดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดการจัดการกระบวนการ โครงสร้างองค์กรหรือนวัตกรรมทำให้บริการได้เป็นอย่างดี

สำหรับนักวิชาการที่เป็นยอมรับกันกล่าวอ้างได้ว่าเป็นต้นรากแนวคิดนวัตกรรม ก็คือ Joseph S. (1934, pp. 883-896) ให้แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม ใน The Theory of Economic Development 1934 โดยเน้นที่การสร้างสรรค การวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีนำไปสู่การเกิดนวัตกรรมทางเทคโนโลยีจาก Theory of Disruptive Innovation ของ Prof. Clayton Christensen แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด และ Diffusion of Innovation Theory ของ Prof. Everett R. (1962) ซึ่งปัจจุบันไม่ได้ถูกมองว่า นวัตกรรมเป็นเพียงผลลัพธ์ของการดำเนินงานของปัจเจกบุคคล แต่เป็นผลของกระบวนการ (Process) ในการแก้ปัญหาภายในองค์กรหรือกระบวนการปฏิสัมพันธ์ (Interactive Process)

เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้มีบทบาทสำคัญอื่นๆ ซึ่งในงานวิจัยนี้ องค์กรเปรียบได้กับอุทยานประวัติศาสตร์ พนักงานผู้ให้บริการกับผู้ที่เข้ามาใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว โดยมีทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการผ่านเครือข่ายความร่วมมือ ซึ่งเป็นการเรียนรู้โดยการลงมือทำหรือมีส่วนร่วมหรือการท่องเที่ยวแบบแลกเปลี่ยนทั้งภายในและภายนอกองค์กร (Everett R., 1962, p. 476)

Thompson's (1965, p. 2) ได้ให้มุมมองของ นวัตกรรม (Innovations) ไว้ว่า คือ การสร้าง การยอมรับและการดำเนินงานของความคิดใหม่ในกระบวนการของการผลิตผลิตภัณฑ์หรือบริการและยังสอดคล้องกับ West & Anderson (1996, pp. 680-693) และ Wong et al. (2008, p. 2) ที่ได้ให้แนวคิดนวัตกรรมในเรื่องของความสามารถกำหนดได้ว่าเป็นการประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการบริการและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในองค์กรเพื่อประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่ง Kimberly (1981, p. 108) ให้นวัตกรรมจากมุมมองที่แตกต่างว่าต้องมีการประกอบไปด้วยรูปแบบที่แตกต่างของ นวัตกรรมคือ นวัตกรรมจึงเป็นกระบวนการ นวัตกรรมเป็นกิจกรรมที่ไม่ต่อเนื่องรวมถึงผลิตภัณฑ์หรือโปรแกรมหรือบริการและสุดท้ายนวัตกรรมเป็นคุณลักษณะเฉพาะขององค์กรเท่านั้น นอกจากนี้ Quoting Van du Ven et al. (1986) ได้มองว่า นวัตกรรมเป็นเรื่องใหม่สำหรับทุกคนถึงแม้ว่าจะดูเหมือนผู้อื่นหรือพัฒนาจากการลอกเลียนแบบสิ่งนั้นจากผู้อื่น

Damanpour (1996, p. 694) ให้แนวคิดนวัตกรรม (Innovations) ว่าเป็นวิธีการเปลี่ยน องค์กรไม่ว่าจะเป็นการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม สภาพแวดล้อมภายนอกหรืออิทธิพลที่เข้ามาซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติเกี่ยวกับนวัตกรรม และนำไปสู่การเปลี่ยนพฤติกรรมหรือการกระทำ ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ทั้งในแง่ของการยอมรับหรือการปฏิเสธ

Richard L. (2009, p. 22) ได้ให้ความเห็นว่า นวัตกรรม (Innovations) มาจากรากศัพท์ที่มาจากภาษาละติน คำว่า โนวา (Nova) ซึ่งแปลว่า ใหม่ คนทั่วไปเข้าใจว่า นวัตกรรม หมายถึง การแนะนำ สิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ โดย Richard เห็นว่าคำนิยามที่จะอธิบายความหมายของคำว่า นวัตกรรมได้ดีก็คือ นวัตกรรม (Innovations) คือ การทำให้ปรากฏเป็นรูปธรรมด้วยการประสมประสานและ/หรือการสังเคราะห์รวบรวมความรู้เดิมให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือบริการใหม่ที่มีคุณค่าและมีความสำคัญ นวัตกรรม จึงแบ่งแยกชนิด ได้ออกเป็น 2 อย่างคือ แบบที่เป็นสิ่งเดิมอย่างค่อยเป็นค่อยไป (Incremental) กับแบบที่เปลี่ยนอย่างสิ้นเชิง (Radical)

Christopher Freeman ให้ความหมายนวัตกรรมทางอุตสาหกรรม ไว้ในหนังสือ The Economic of Industrial Innovation ว่า นวัตกรรม (Innovations) คือ กิจกรรมทางเทคนิคด้านการออกแบบ การผลิต การจัดการและการค้าที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการนำเอา กระบวนการหรือเครื่องมือใหม่ๆ หรือที่ได้รับการปรับปรุงแล้วมาใช้ในเชิงพาณิชย์เป็นครั้งแรก Peter F. Drucker (1986, pp. 22-23) ให้นิยามนวัตกรรมในมุมมองที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการไว้ในหนังสือ Innovation and Entrepreneur โดยเห็นว่านวัตกรรมเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในการ

แสวงหาผลประโยชน์ในโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เพื่อสร้างธุรกิจและบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งนวัตกรรมเป็นความสามารถที่แสดงออกในรูปแบบของการฝึกฝนศักยภาพในการเรียนรู้และนำไปปฏิบัติได้จริง E. Porter (2001, pp. 28-36) แห่ง Harvard Business School ให้คำนิยามว่านวัตกรรมคือ สิ่งสำคัญที่ทำให้บริษัทศักยภาพในการแข่งขัน รวมถึงได้มองนวัตกรรมในความหมายเชิงกว้าง โดยเป็นรวมเทคโนโลยีใหม่ๆ และแนวทางใหม่ในการทำสิ่งต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน Department of Trade and Industry ประเทศอังกฤษได้ให้คำนิยาม นวัตกรรมว่าหมายถึง การประสบความสำเร็จโดยแสวงหาผลประโยชน์จากแนวความคิดใหม่

Plessis (2007, pp. 20-29) ได้ให้ความเห็นว่า นวัตกรรมควรมีแนวคิดในทางการสร้างความรู้และความคิดใหม่ๆ เพื่อสร้างผลลัพธ์ทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงกระบวนการและโครงสร้างทางธุรกิจภายในองค์กรและเพื่อสร้างการขับเคลื่อนตลาด สินค้าและบริการโดยรวมถึงการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ Nord & Tucker (1987) มองทางการสร้างสรรค์ว่านวัตกรรมเป็นผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกนำมาใช้ในธุรกิจการผลิต การบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ

จากแนวคิดของคำนิยามความหมายที่กล่าวมาทั้งหมด สามารถแสดงถึงองค์ประกอบที่เป็นมิติสำคัญของนวัตกรรม ได้ดังนี้คือ

1. ความใหม่ (Newness) หมายถึง เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น อาจเป็นตัวผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่เลยก็ได้ (Utterback, 1971, 1994, 2004), (Tushman & Nadler, 1986), (Freeman & Soete, 1997), (Betje, 1998), (Herkma, 2003), (Schilling, 2008)

2. ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) หรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ นวัตกรรม จะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้นๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอาจจะวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรง หรือไม่เป็นตัวเงินโดยตรงก็ได้ (Utterback, 1971, 1994, 2004), (Drucker, 1985, 1993), (Damanpour, 1987), (Smits, 2002), (DTI, 2004)

3. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) สิ่งที่จะเป็นนวัตกรรมได้นั้นต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดซ้ำใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การทำซ้ำ เป็นต้น (Evan, 1966), (Drucker, 1985, 1993), (Rogers, 1995), (Perez B., 1999), (Smits, 2002), (Herkema, 2003), (Lemon and Sahota, 2003), (DTI, 2004), (Schilling, 2008)

จากการสรุปแนวคิดของคำนิยามข้างต้นยังสามารถแสดงให้เห็นองค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรมในองค์กร ที่สำคัญได้โดยสรุปมีดังนี้คือ นวัตกรรมเป็นเรื่องของการปรับเปลี่ยนวิธีคิด วิธีการจัดการ วิธีการปฏิบัติการเพื่อหาข้อสรุปหรือหาทางแก้ไขเชิงสร้างสรรค์ภายในองค์กรมากกว่าที่จะเป็นเรื่องของเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว จึงมีการศึกษาองค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรมที่ช่วยให้

องค์กรสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ ซึ่ง Tidd et al., (2005), Koberg et al., (2003), Sawhney et al., (2006), Cassiman & Veugelers (2006), Boonstra & Vink (1996, pp. 31-37) ได้ระบุถึงองค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรมในองค์กรได้ดังนี้

1. โครงสร้างองค์กร (Structure) โครงสร้างองค์กรจะมีความเกี่ยวข้องกับการนำนวัตกรรม เนื่องจากในการจัดการจะต้องอาศัยความร่วมมือกันในองค์กร ตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนกระทั่งถึงพนักงานระดับล่างต้องมีการติดต่อสื่อสารกันระหว่างแผนกต่างๆ มีการแบ่งอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบกัน ซึ่งถ้าโครงสร้างขององค์กรที่มีอยู่นั้นมีความสอดคล้องเหมาะสมก็จะเป็นประโยชน์เป็นส่วนที่เสริมให้นวัตกรรมเกิดขึ้น ได้อย่างมีประสิทธิภาพแต่ถ้าหากองค์กรโครงสร้างองค์กรไม่เป็น ไม่มีความเหมาะสมก็จะทำให้การทำงานเป็นไปด้วยความยากลำบากหากเกิดความล่าช้าในการตัดสินใจทำให้ไม่สามารถสนองต่อการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ได้

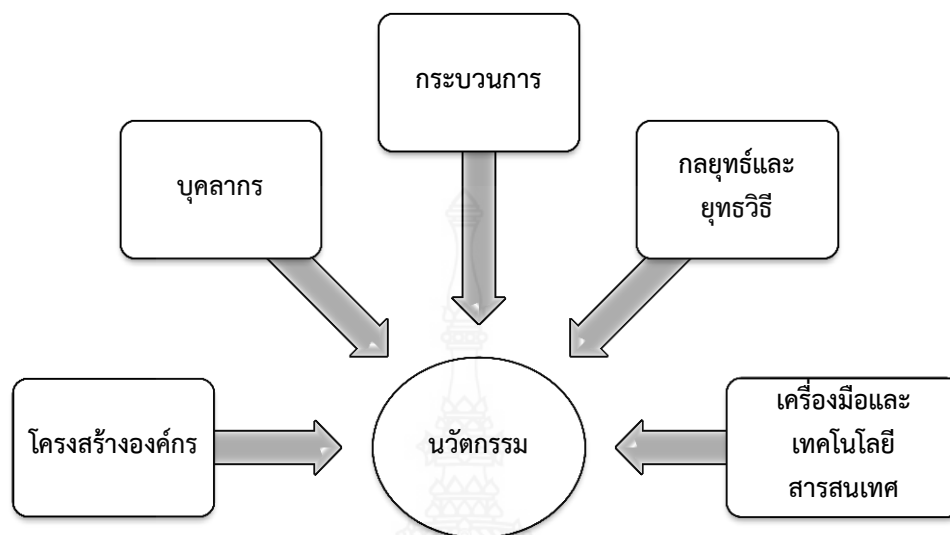
2. บุคลากร (People) จากนิยามของนวัตกรรมที่กล่าวว่า Innovation is the use of New Knowledge to offer a New Product or Service that Customer Want จะเห็นว่าการจัดการนวัตกรรมต้องอาศัยองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อที่จะมาผลิตเป็นสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งองค์ความรู้นี้จะมาจากความรู้ ความคิดของผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ ซึ่งองค์กรใดมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถอยู่มากแล้วก็จะได้เปรียบองค์กรอื่นๆ โดยบุคลากรแต่ละคนจะมีความรู้ความสามารถในเรื่องที่แตกต่างกัน ถ้าองค์กรได้นำความรู้ของบุคลากรแต่ละคนมาประกอบกันก็ยิ่งจะทำให้เกิดแนวคิดความคิดสร้างสรรค์ได้รวดเร็วสามารถนำไปแข่งขันได้

3. กระบวนการ (Process) หรือขั้นตอนวิธีต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นกระบวนการ ขั้นตอนในการให้บริการนั้น จะมีความเกี่ยวข้องกับการนำนวัตกรรม เพราะถ้าหากขั้นตอนมีความยุ่งยากซับซ้อนเกินไปก็อาจจะทำให้ไม่สามารถปรับเปลี่ยนให้ทันกับที่เกิดขึ้นได้ทันเวลา กระบวนการต่างๆ ควรมีระบบการจัดการที่แตกต่างกันและเปลี่ยนแปลงไปตามความเหมาะสม

4. กลยุทธ์และยุทธวิธี (Strategy) การจัดการนวัตกรรมจำเป็นต้องมีกลยุทธ์และยุทธวิธีในการจัดการความได้เปรียบทางการแข่งขันเกิดขึ้นได้เสมอ เมื่อมีกลยุทธ์การจัดการอย่างต่อเนื่อง

5. เครื่องมือและเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology/Tool) คือ การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามามีส่วนในการจัดการนวัตกรรมด้วยการบูรณาการโครงสร้างกำลังคน กระบวนการและเป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

ภาพ 2-2 องค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรม



ที่มา : ประยุกต์จาก (Tidd et al., 2005), (Koberg et al., 2003), (Sawhney et al., 2006), (Cassiman & Veugelers, 2006) (Boonstra & Vink, 1996, pp. 31-37)

Rogers (1983, pp. 248-250) ได้จำแนกลักษณะของบุคคลที่มีต่อการยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มนวัตกรรมหรือผู้นำทางนวัตกรรมหรือผู้ริเริ่ม (Innovator) ได้แก่ ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนคนอื่นมักเป็นผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดี การศึกษาสูง มีความกล้าที่จะเสี่ยงทดลอง ชอบลองของแปลกใหม่ ซึ่งมีปริมาณน้อยประมาณร้อยละ 3

2. กลุ่มผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมได้ง่าย (Early Adopters) ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็นในท้องถิ่นนั้นส่วนใหญ่เป็นผู้มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงมีเหตุผลมักเป็นผู้ที่ได้รับการยกย่องและนับถือจากผู้คนในสังคม ซึ่งมีปริมาณค่อนข้างน้อยคือ ประมาณร้อยละ 13

3. กลุ่มส่วนใหญ่ (Majority) ได้แก่ ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมหลังจากที่พิจารณาอย่างรอบคอบ บุคคลกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด ซึ่งตัดสินใจยอมรับสิ่งใหม่ก่อนสมาชิกโดยเฉลี่ยในสังคมมีความสัมพันธ์โดยสม่ำเสมอกับกลุ่มเพื่อนแต่จะไม่ค่อยได้เป็นผู้นำและจะอยู่ส่วนกลางที่เป็นตัวเชื่อมกลุ่มที่ยอมรับง่าย (Early Adopter) และกลุ่มที่ยอมรับ (Late Majority) กลุ่มนี้จะใช้เวลาในการไตร่ตรองศึกษาและเรียนรู้นวัตกรรมเป็นเวลานาน และมีลักษณะยอมรับแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยคอยดูผลการใช้จากกลุ่มแรกๆ ก่อนเมื่อแน่ใจว่าใช้ได้ผลแล้วจึงจะยอมรับมาปฏิบัติ ดังนั้นการเสนอนวัตกรรมในกลุ่มนี้จึงจำเป็นต้องใช้แรงกระตุ้นจึงจะตัดสินใจคล้อยตามได้ง่าย มีปริมาณร้อยละ 48

4. กลุ่มยอมรับช้า (Late Majority) คือ ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมเพราะความจำเป็นทางเศรษฐกิจหรือแรงกดดันทางสังคม คนกลุ่มนี้มักเป็นผู้ที่มีความระแวง ช่างสงสัย ลังเลใจ จะยอมรับความคิดใหม่ๆ หลังจากคนส่วนใหญ่ยอมรับไปแล้วในระบบสังคม จะมีความหวั่นวิตกต่อการทำงานที่ต้องสูญเสียผลประโยชน์ หรือมองไม่เป็นคุณค่าของการเปลี่ยนแปลงวิสาหกิจใหม่ๆ และอาจมีความรู้สึกในเชิงต่อต้านด้วย ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้ต้องใช้ความพยายามและเวลาในการโน้มน้าวใจให้เห็นอย่างชัดเจนถึงคุณประโยชน์ และผลที่จะได้รับจากการยอมรับนวัตกรรมอย่างมาก ซึ่งมีประมาณร้อยละ 20

5. กลุ่มล่าช้า (Laggards) คือ พวกที่ยอมรับนวัตกรรมช้าที่สุดในสังคมมักจะเป็นผู้ที่มีความยึดมั่นอยู่กับประเพณีอย่างเหนียวแน่น ไม่ค่อยสนใจโลกภายนอกและไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงอะไรง่ายๆ มีประมาณร้อยละ 16 เป็นต้น

นวัตกรรม (Innovations) สามารถแบ่งออกเป็น 4 ด้าน (4P's of Innovation) ซึ่งสามารถประยุกต์กับการจัดการ ได้ดังนี้ (Joseph S., 1934, pp. 93-145)

1. นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เป็นการเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์หรือการบริการขององค์กรให้ดีขึ้นผ่านรูปแบบการดำเนินงานที่หลากหลายของอุทยานประวัติศาสตร์

2. นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) เป็นการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว หรือกระบวนการนำนวัตกรรมสู่ตลาด (Preuss, 2011, pp. 17-33) ยังให้มุมมองเพิ่มเติมว่า นวัตกรรมด้านกระบวนการนี้ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในท้องตลาดได้โดยผ่านกระบวนการพัฒนาเปลี่ยนแปลงของสินค้าหรือการลดต้นทุนกระบวนการผลิตของสินค้า

3. นวัตกรรมด้านตำแหน่งของสินค้า (Position Innovation) Preuss (2011, pp. 17-33) เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าหรือบริการ ทำให้เกิดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการซึ่งจะสามารถสร้างนวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยการเน้นประโยชน์ทางด้านอารมณ์และสามารถตอบสนองให้กับนักท่องเที่ยวได้

4. นวัตกรรมด้านกระบวนทัศน์ (Paradigm Innovation) เป็นการมุ่งให้เกิดนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงทางด้านความคิด (Change in Mental Model) เช่น การปรับแนวคิดผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีใจรักในงานบริการด้วยความเต็มใจและพร้อมที่จะให้บริการอย่างสม่ำเสมอ (Joseph S., 1934, pp. 93-145) และการนำเอานวัตกรรมใหม่เข้ามาปรับใช้กับวิสัยทัศน์ กรอบแนวคิดหรือรูปแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กรเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ การบริการที่ใหม่ ที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชม ประกอบด้วย นวัตกรรม ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) นวัตกรรมด้านตำแหน่ง (Position Innovation) นวัตกรรมด้านกระบวนทัศน์ (Paradigm Innovation)

การแบ่งประเภทของนวัตกรรมตามความใหม่ขององค์ประกอบและระบบที่มีต่อประเภทของนวัตกรรม (สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ, 2555, น. 4) ดังตาราง 2-2 ต่อไปนี้

ตาราง 2-2 ประเภทของนวัตกรรม

ประเภทนวัตกรรม	ระดับความใหม่ขององค์ประกอบ (Component)	ระดับความใหม่ของระบบ (System)
1. Incremental Innovation	มีการพัฒนาองค์ประกอบใด องค์ประกอบหนึ่งให้ดีขึ้น	ไม่มีการเปลี่ยนแปลงระบบ
2. Modular Innovation	องค์ประกอบใหม่	ไม่มีการเปลี่ยนแปลงระบบ
3. Architectural Innovation	เหมือนเดิมหรือมีการพัฒนา องค์ประกอบให้ดีขึ้น	มีการเปลี่ยนแปลงระบบ/ระบบใหม่
4. Radical Innovation	องค์ประกอบใหม่	มีการเปลี่ยนแปลงระบบ/ระบบใหม่

ที่มา : สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ (2555, น. 4)

จากตาราง 2-2 สามารถอธิบายได้ Innovation เป็นการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพดีขึ้นหรือปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยการพัฒนาองค์ประกอบของอุทยานประวัติศาสตร์ให้สามารถทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น พัฒนาระบบการทำงาน การบริหารและจัดการ การบริการเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้น เช่น การนำเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดเข้ามาช่วยให้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเองมากยิ่งขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านั้นอย่างไรก็ตามการพัฒนาองค์ประกอบดังกล่าวเป็นเพียงแค่การปรับปรุงองค์ประกอบเท่านั้นไม่ได้เพียงการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบใหม่ โดยนวัตกรรม คือ เป็นการปรับปรุงองค์ประกอบต่างๆ ให้ดีขึ้นเรื่อยๆ เป็นลำดับ โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานโดยรวม

ในกรณีที่เป็นประเภท Modular Innovation เป็นการนำองค์ประกอบใหม่มาใช้ โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานโดยรวมที่ใช้อยู่เดิม ตัวอย่างเช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เดิมใช้กระแสไฟฟ้าเป็นแหล่งพลังงานประมาณได้เปลี่ยนไปใช้แหล่งพลังงานอื่นแทนโดยที่ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานหรือวิธีการใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์นั้น Architectural Innovation เป็นการปรับปรุงหรือนำระบบการทำงานรูปแบบใหม่เข้ามาใช้โดยอาจเป็นการปรับองค์ประกอบต่างๆ ให้ดีขึ้นหรืออาจคงรูปแบบการทำงานในลักษณะเดิมทั้งนี้คุณลักษณะสำคัญของนวัตกรรม Architectural Innovation คือ การปรับโครงสร้างของระบบที่มีอยู่เดิมเพื่อเชื่อมโยงองค์ประกอบต่างๆ ในรูปแบบใหม่ ในกรณีที่มีการพัฒนาองค์ประกอบให้ดีขึ้นก็จะเป็นการปรับปรุงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น และ Radical Innovation เป็นการพัฒนาองค์ประกอบและระบบการทำงานใหม่ทั้งหมด คือ เป็นการใช้

องค์ประกอบใหม่ในระบบการทำงานที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ ซึ่งแตกต่างจากเดิม ตัวอย่างเช่น กลยุทธ์การให้บริการ

ตาราง 2-3 การทบทวนวรรณกรรมของความเป็นทฤษฎีนวัตกรรม

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Utterback	1971, 1994, 2004	The Role of Tacit Knowledge in Innovation Management	นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ต่อยอดของสิ่งประดิษฐ์ให้เข้าถึงและเป็นที่ยอมรับของตลาดในลักษณะของผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือเป็นกระบวนการใหม่ ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใช้เป็นครั้งแรก และทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ
Drucker	1985, 1993	-Entrepreneurship and the Concept of Fit: A Model and Empirical Tests -Towards a Theory of Entrepreneurship	นวัตกรรมเป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้ประกอบการในการสร้างศักยภาพการแข่งขันในเชิงธุรกิจ และความมั่งคั่ง โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ หรือจากการสร้างขึ้นมาใหม่ รวมทั้งเป็นการพัฒนาขึ้นจากความรู้นี้ใหม่
Tushman & Nadler	1986	Interpretive Barriers to Successful Product Innovation in Large Firms	เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ การบริการ หรือ กระบวนการที่เป็นของใหม่
Damanpour	1987	The Adoption of Technological, Administrative, and Ancillary Innovations : Impact of Organizational Factors	นวัตกรรมในแง่มุมมองของนวัตกรรมองค์การ หมายถึง สิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใช้ในองค์การ และเป็นที่ยอมรับของคนในองค์การ
Hughes	1987	Mutants of Elongation Factor Tu Promote Ribosomal Frameshifting and Nonsense Readthrough	เป็นการนำเอาวิธีการใหม่ๆ มาใช้หลังจากที่ได้ผ่านการทดลองหรือการพัฒนาเป็นลำดับ โดยเริ่มตั้งแต่การคิดค้นและการพัฒนา ซึ่งอาจมีการทดลองปฏิบัติก่อนแล้วจึงนำไปปฏิบัติจริงซึ่งแตกต่างไปจากวิธีเดิมที่เคยปฏิบัติมา

ตาราง 2-3 การทบทวนวรรณกรรมของความเป็นทฤษฎีนวัตกรรม (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Rogers	1995	Diffusion of Innovations : Modifications of a Model for Telecommunications	นวัตกรรมคือ ความคิด การปฏิบัติ หรือ สิ่งของ ที่เป็นสิ่งใหม่สำหรับบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ที่นำไปใช้
Evan	1996	A License to Kill	นวัตกรรมเป็นกระบวนการของการพัฒนา ความคิดใหม่
Freeman & Soete	1997	The Economics of Industrial Innovation	นวัตกรรมคือ ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือกระบวนการ ใหม่ หรือที่ได้ทำการปรับปรุงแล้วมาใช้ในเชิง พาณิชย์เป็นครั้งแรก
Betje	1998	The Economics of Industrial Innovation	นวัตกรรมคือ สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในธุรกิจไม่ว่า จะเป็นเรื่องของการผลิตการจัดจำหน่ายและไม่ว่า จะเป็นสินค้าหรือบริการ
Perez-Bustamante	1999	Knowledge Management in Agile Innovative Organisations	นวัตกรรมเป็นเรื่องของกระบวนการแสวงหา ดำเนินงาน จัดเก็บ ตลอดจนใช้ประโยชน์จากข้อมูล ในด้านการสร้างความรู้การวิจัยและพัฒนา การผลิต การพาณิชย์และการอยู่รอดของธุรกิจ
Smits	2002	Further Observations on the Mean Velocity Distribution in Fully Developed Pipe Flow	นวัตกรรมเป็นความสำเร็จของการผสมเชื่อมโยง ในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์และความคิด ให้เป็นประโยชน์ในเชิงสังคมและเศรษฐกิจ
Herkema	2003	A Complex Adaptive Perspective on Learning With in Innovation Projects	นวัตกรรมเป็นการใช้ความคิดหรือพฤติกรรมที่ เกิดขึ้นใหม่ในองค์กรและนวัตกรรมสามารถเป็นได้ ทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่บริการใหม่หรือเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งอาจจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในลักษณะ เฉียบพลันหรือค่อยเป็นค่อยไป

ตาราง 2-3 การทบทวนวรรณกรรมของความเป็นทฤษฎีนวัตกรรม (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Lemon and Sahota	2003	Assessing the Impact of Organizational Learning Capability on Product Innovation Performance : An Empirical Test	นวัตกรรมเป็นผลจากการใช้ความรู้ในเรื่องตลาดใหม่ และหรือความรู้เชิงเทคนิคใหม่ๆ ที่นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์
DTI	2004	A Review of Construction Companies' Attitudes to Sustainability	นวัตกรรมคือ ความสำเร็จจากการใช้ประโยชน์ของความคิดใหม่
Schilling	2008	Unpacking Pedagogical Content Knowledge : Conceptualizing and Measuring Teachers' Topic-Specific Knowledge of Students	นวัตกรรมเป็นเรื่องของการนำความคิดไปใช้ในเชิงปฏิบัติเพื่อให้ได้สิ่งใหม่หรือกระบวนการใหม่

จากตาราง 2-3 แนวคิดนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับอุทยานประวัติศาสตร์ให้มีความทันสมัย โดยนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง Betje (1998), Tushman & Nadler (1986) ทำให้เกิดกระบวนการให้บริการที่ใหม่ๆ ที่เกิดจากการจัดการนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการบริการหรือกระบวนการทำงานเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาสัมผัสและสอดคล้องกับลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากตารางข้างต้นที่ศึกษาโดย Cardon et al. (2009, pp. 511-532) ได้มีการศึกษาการสร้างความประทับใจของผู้ประกอบการ ซึ่งในงานวิจัยนี้สามารถประยุกต์ได้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของผู้ให้บริการที่เป็นเสมือนผู้ประกอบการ ในที่นี้คือ อุทยานประวัติศาสตร์แหล่งมรดกโลก รวมไปถึงพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ได้นำแนวคิดการใช้ นวัตกรรมมาสร้างความประทับใจและให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวทำให้เกิดความผูกพันและรักดีได้ทั้งพนักงานและผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้า (Baum & Locke, 2004, pp. 292-303, Shane et al., 2003, pp. 257-279) สำหรับการสร้างจิตวิญญาณในการให้บริการเพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้กับพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์แหล่งมรดกโลก (Bird, 1989) ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจจากการให้บริการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของการให้บริการหรือแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสามารถสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยวและในการจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ได้อย่าง

มีประสิทธิภาพ ในการทบทวนวรรณกรรม ได้ศึกษาถึงความหมายและปัจจัยด้านการตลาดบริการไว้ นอกจากนี้ Fiona McLean (1997) ให้แนวคิดว่าการจัดการนวัตกรรมเป็นหน้าที่เชิงกระบวนการในการสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างองค์กรคือ พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์และนักท่องเที่ยวในฐานะผู้เข้าเยี่ยมชมเพื่อตอบสนองความต้องการของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์หรือความต้องการที่จะเพิ่มจำนวนผู้เข้าชม ฯลฯ โดยมีพื้นฐานเบื้องต้นของการทำงานคือ การสร้างนวัตกรรมการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์และนักท่องเที่ยวในฐานะผู้เข้าเยี่ยมชม หากพิจารณาด้านการท่องเที่ยวมาใช้อธิบายนักท่องเที่ยว การนำแนวคิด/ทฤษฎีการจัดการนวัตกรรมมาใช้กับพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยประยุกต์แนวคิดของ Karmowska, J. (2012, pp. 93-111), Morgan, N., Pritchard, A. & Pride R. (2003), Swarbrooke, J. (2002) ในการนำปัจจัยในการจัดการนวัตกรรมมาประยุกต์ร่วมกับแนวคิดสู่ความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ที่เป็นมรดกการท่องเที่ยว (Heritage Tourism) กับการสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวและกระตุ้นให้ต้องการศึกษาเรื่องราวที่ได้จากการเยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์เพิ่มเติม นำไปสู่การสร้างความรักดีต่ออุทยานประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์เปรียบเสมือนสินค้าและสร้างแบรนด์ไปในตัว อีกทั้งทำให้รายได้ที่เกิดขึ้นก็นำมาหมุนเวียนจัดกิจกรรม ทำการแสดง จัดนิทรรศการ และจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก อาหาร หนังสือ หรือของจำลองต่างๆ ได้อีกมากมาย เป็นต้นทุนในการพัฒนาอุทยานประวัติศาสตร์เพิ่มเติมและเป็นการสร้างความรับรู้ถึงคุณค่าของอุทยานประวัติศาสตร์ให้เพิ่มขึ้นต่อไป

จากแนวคิดด้านการตลาดบริการสามารถประยุกต์ใช้กับการจัดการนวัตกรรมมาใช้กับอุทยานประวัติศาสตร์ให้สามารถดำรงอยู่ต่อไปได้และรักษาระดับจำนวนผู้เข้าชม โดยใช้หลักพื้นฐานทางการตลาดบริการคือ 4P's คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมทางการตลาด และสิ่งที่เพิ่มมาจากพื้นฐานคือ 5P's ด้วยการเพิ่ม การบริการ (Service) ที่นำมาใช้ในกระบวนการเพื่อสร้างความประทับใจและเป็นการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นหรือเกิดความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์คือ อุทยานประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยทางการจัดการนวัตกรรม เป็นการประยุกต์จากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาใช้โดยปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ (McLean, 1996; Lovelock & Wright, 2002)

1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นการสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของอุทยานประวัติศาสตร์ที่มีต่อสังคม ประชาชนและนักท่องเที่ยว เพื่อซื้อได้เปรียบและสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าและนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าได้รับความประทับใจทำให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1 อาคารพิพิธภัณฑ์ (Museum Building) ได้แก่ ลักษณะที่เห็นภายนอกเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม ตราสัญลักษณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

1.1.2 งานแสดง (Exhibition) ได้แก่ การเก็บรวบรวม การนำเสนอ และตีความ การจัดแสดงชั่วคราว ภาพยนตร์สารคดี และการวิจัยเพื่อการพัฒนาการจัดแสดง

1.2 ราคาเข้าชม (Price) เป็นการสร้างความพึงพอใจให้ผู้เข้าชมยินดีที่จะจ่ายค่าใช้จ่าย ซึ่งอาจจะไม่ต้องเก็บค่าเข้าชมก็ได้ แต่ผู้เข้าชมต้องตระหนักถึงคุณค่าของการนำเสนอ (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2545) ประกอบด้วย

1.2.1 แนวโน้มการขาย (Sale Trends) ได้แก่ รายได้จากผู้เข้าชม จำนวนผู้เข้าชม ระดับค่าเข้าชม การเปลี่ยนแปลงค่าเข้าชมตามฤดูกาล แบบรายเดือนหรือรายไตรมาส

1.2.2 นโยบายการกำหนดราคา (Pricing Policy) ได้แก่ การสร้างและทบทวนนโยบายการเปลี่ยนแปลงราคาตามส่วนแบ่งทางการตลาด วิธีการจ่ายบัตรเครดิต การส่งเสริมการขาย และสิ่งจูงใจแหล่งท่องเที่ยวสามารถมอบคุณค่ากับนักท่องเที่ยวด้วยการบริการที่ดี โดยให้นักท่องเที่ยวมองเห็นถึงความคุ้มค่าของการเข้ามาเยี่ยมชม/ท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์

1.2.3 การระดมทุน (Fundraising) ได้แก่ การสร้างรายได้ การพัฒนาทรัพยากร พันธมิตร และอาสาสมัคร

1.3 สถานที่ (Place) เป็นความสะดวกในการเข้าถึงการบริการของอุทยานประวัติศาสตร์ ได้แก่ ช่วงเวลาเปิดให้บริการของสิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงอุทยานประวัติศาสตร์ ผู้ให้ข้อมูล พนักงานจำหน่ายตั๋ว ช่องทางทางอินเทอร์เน็ต จดหมายข่าว และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เผยแพร่ออกไป

1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสร้างความรู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป ประกอบด้วย

1.4.1 ต้นทุนการส่งเสริม (Promotional Resources) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริม การจัดทำเอกสาร กิจกรรมกับพันธมิตรพหุภาคีอื่นๆ และส่วนแบ่งทางการตลาดและการวางแผนการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

1.4.2 กิจกรรมการส่งเสริม (Promotional Activities) เป็นการสร้างเอกลักษณ์ขององค์กร กิจกรรมการขายส่วนบุคคล การผลิตสิ่งพิมพ์พิเศษ การจัดทำและสร้างสรรค์จดหมายข่าว การส่งเสริมการขายและสร้างจุดสนใจ การประชาสัมพันธ์และการปฏิสัมพันธ์กับประชาชนในพื้นที่

1.5 การบริการ (Service) ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการข้อมูล ห้องอาหาร ร้านค้า เวลาในการเปิดบริการ การอำนวยความสะดวกกับผู้พิการ การให้บริการทางการศึกษากับนักเรียนและประชาชนทั่วไป กิจกรรมพิเศษในแต่ละช่วงเวลา คุณภาพของการบริการ และการรับฟังข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา สามารถสรุปหน้าที่ทางการจัดการนวัตกรรมการศึกษา คือ หน้าที่เชิงกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างองค์กรมรดกทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมคือ อุทยานประวัติศาสตร์กับ

นักท่องเที่ยว ในฐานะของผู้เข้ามาใช้บริการอุทยานประวัติศาสตร์โดยอาศัยหลักการสร้างนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้ดึงดูดสร้างความประทับใจกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งต้องการศึกษาเพิ่มเติมก่อให้เกิดรายได้จากผู้มาเยี่ยมชมที่สนใจและรักษาจำนวนผู้มาเยี่ยมชมได้จากการทำการตลาด รวมถึงการสร้างความภักดีสู่การสร้างแบรนด์ต่อไปได้ โดยรายได้ที่เกิดขึ้นสามารถนำมาหมุนเวียนในการดำเนินการและการพัฒนาอุทยานประวัติศาสตร์ในอนาคตต่อไป

ในการศึกษารูปแบบการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์รูปแบบใหม่ที่ชวนหลงใหลให้นักท่องเที่ยว ประชาชนหันมาให้ความสนใจและสามารถอยู่ได้ในสังคมที่มีแต่การเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และ Valerie L. Vaccaro & Deborah Y. Cohn (2011, pp. 46-58) ยังพบว่า การจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์ที่ต้องการจะประสบความสำเร็จควรมุ่งเน้นที่กระบวนการให้บริการลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ อาศัยการจัดการนวัตกรรมการมาประยุกต์ใช้กับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) สำหรับธุรกิจบริการ Kotler & Philip, Keller Kevin Lane (2012) ประกอบด้วย 7P's คือ 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่มีให้บริการต้องมอบให้แก่ นักท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์พร้อมคุณค่าของการท่องเที่ยววันนั้นๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ 1) ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และ 2) ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ 2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการอย่างชัดเจน 3. ช่องทางการตลาด (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า/นักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ 4. ส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารหรือชักจูงให้ผู้ให้บริการ/นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นสิ่งสำคัญของการจัดการนวัตกรรมการ 5. ตัวบุคคล (People)/พนักงาน (Employee) สามารถจัดการนวัตกรรมการให้นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ/นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ 6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างนวัตกรรมการทางกายภาพให้กับนักท่องเที่ยว อาทิเช่น การพูดจาต้องสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็ว 7. กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิธีการและการปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการ/นักท่องเที่ยว เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ให้บริการ/นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ สามารถสรุปได้ดังตาราง 2-4 ต่อไปนี้

ตาราง 2-4 การทบทวนวรรณกรรมของการตลาดบริการ

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Kotler & Philip, Keller Kevin Lane	2012	ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) สำหรับธุรกิจบริการ	<p>Kotler & Philip; Keller Kevin Lane (2012) ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งให้ผู้ให้บริการต้องมอบให้แก่ นักท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์พร้อมคุณค่าของการท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ 2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้ายจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) กับราคา (Price) ของบริการนั้น ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน 3. ด้านช่องทางการตลาด (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า/นักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ 4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารหรือชักจูงให้ผู้ใช้บริการ/นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นสิ่งสำคัญของการจัดการนวัตกรรม 5. ด้านตัวบุคคล (People) พนักงาน (Employee) สามารถจัดการนวัตกรรมให้กับนักท่องเที่ยวได้ซึ่งเป็นการสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ/นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ 6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างนวัตกรรมทางกายภาพให้กับนักท่องเที่ยว อาทิเช่น การพูดจาต้องสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็ว 7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิธีการและการปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการ/นักท่องเที่ยว

ตาราง 2-4 แสดงการทบทวนวรรณกรรมของการตลาดบริการ (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
McLean, Lovelock & Wright	1996, 2002	แนวคิดส่วนประสมทาง การตลาด (Marketing Mix)	McLean (1996), Lovelock & Wright (2002) ให้ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 5P's 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคาเข้าชม (Price) 3. สถานที่ (Place) 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. การบริการ (Service)

2.3 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Concept)

จะเห็นได้ว่าแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถดำเนินการร่วมกันได้ระหว่างนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนในลักษณะแสวงหาจุดที่ร่วมที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถร่วมใช้ได้และยังคงใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมมาเสริมสร้างนวัตกรรมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อีกด้วยและผู้ที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นคนแรกคือ Crispin Raymond ชาวนิวซีแลนด์ (Wurzburger, Aageson, Pattakos & Pratt, et al. 2010, p. 30, 32, 44) โดย Crispin Raymond ได้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาจากประสบการณ์ที่ได้ไปท่องเที่ยวในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศออสเตรเลียแล้วได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน ณ แหล่งท่องเที่ยว ทำให้ได้มีโอกาสใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเองร่วมกับชุมชนเกิดความประทับใจและสร้างความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ Crispin Raymond (2007, pp. 145-158) จึงได้พัฒนาสิ่งที่ความคิดสร้างสรรค์ที่ไปพบให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นต่อมามีภายหลังได้ร่วมมือกับ Richards (Richards, 2008, pp. 16-20) ในการศึกษาและเผยแพร่แนวคิดและพัฒนาวิธีการดำเนินการต่างๆ ให้เป็นรูปแบบที่ชัดเจนขึ้น โดยเสนอแนวคิดนี้ในที่ประชุมสัมมนาที่เขาจัดขึ้นในประเทศนิวซีแลนด์ เมื่อปี ค.ศ. 2000 และให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือ เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง โดยการเข้าร่วมกิจกรรมที่ได้จัดขึ้นโดยชุมชนก่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ด้านคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนนั้น Richards (2008, pp. 16-20) ได้ขยายคำจำกัดความเพิ่มเติมอีกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงแนวคิดการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบันด้วยทำให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์หลากหลายขึ้นและเกิดนวัตกรรมใหม่ขึ้นทั้งกับตนเองและชุมชนของแหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ

Richards & Raymond (2011, pp. 1225-1253) จึงเสนอแนวคิดเพิ่มเติมว่าในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องนำความคิดสร้างสรรค์และคุณลักษณะทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นอันเป็นลักษณะเฉพาะตัวมาประสานเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่จะพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรมีวัฒนธรรมหรือคุณลักษณะเฉพาะที่เป็นของตนเองอยู่ด้วย จากคำจำกัดความและแนวคิดดังกล่าว Richards & Raymond ให้ข้อสรุปว่า ต้องมีองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

1. ศักยภาพในการสร้างสรรค์ (Creative Potential) ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสใช้และพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของตนเองร่วมกับผู้คนในท้องถิ่นในระหว่างการจัดทำกิจกรรมต่างๆ ตามที่แหล่งท่องเที่ยวจัดหาไว้ให้ เช่น นักท่องเที่ยวอาจมีของระลึกที่ได้จัดทำขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ของตนเองร่วมกับชุมชนและนำกลับบ้านด้วยได้

2. การเข้าร่วมกิจกรรม (Active Involvement) นักท่องเที่ยวจะได้มีส่วนร่วมเข้าร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์กับคนในชุมชน ด้วยการเข้าร่วมให้มีการแลกเปลี่ยนความคิด ก่อให้เกิดการเรียนรู้จนเกิดความผูกพันกับชุมชนและวัฒนธรรมของท้องถิ่นอย่างแท้จริง

3. สร้างประสบการณ์กับคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว (Characteristic Experiences) จากแนวคิดความคิดเชิงสร้างสรรค์ สามารถเกิดขึ้นได้ทุกแห่งและกับทุกคนด้วยการเชื่อมโยงกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเข้ากับคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว และยังฝังรากลึกแนวคิดเชิงสร้างสรรค์นั้นลงไปในวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ (Identity) ของท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นร่วมกันระหว่างฝ่ายนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว จึงเป็นผลให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้และสร้างสรรค์ต่อไป

4. สร้างความคิดสร้างสรรค์ร่วม (Co-creation) แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สร้างเป็นแนวทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนมีความคิดสร้างสรรค์ร่วมกัน (Co-creation) และทำสิ่งของร่วมกัน (Co-maker Ship) ให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ความรู้ของตนเองในการสร้างสรรค์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับคนในท้องถิ่นก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมกับผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวมากขึ้นและเกิดประโยชน์กับชุมชนในการได้นวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมแนวคิดในรูปแบบที่ไม่ผลิตซ้ำซาก

McNulty (2009, pp. 1309-1326) ให้แนวคิดของเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ในแนวคิดความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวสถานที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นมากขึ้น จากการกระตุ้นหรือส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและผูกพันกับสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนอย่างลึกซึ้ง ทำให้เศรษฐกิจหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ชุมชนเป็นฐานในการดำเนินการ โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดกิจกรรมต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรักษามรดกทางวัฒนธรรมของตนเอง

และทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้เรียนรู้และใช้ความคิดสร้างสรรค์ในกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับชุมชนนั้นๆ เสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่นั้นโดยตรง

Jelincic (2009, p. 33, pp. 259-266) ได้ให้แนวคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นเพียงการเรียนรู้ทักษะด้านต่างๆ ทางด้านวัฒนธรรมของสถานที่แหล่งท่องเที่ยวหรือประเทศที่ไปเยือนแต่นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนเองและอยู่ใกล้ชิดกับชุมชน โดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ และเรียนรู้ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของสถานที่ที่ไปเยือนมากกว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะชนิดหนึ่งที่พึงพากรอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็จริง แต่มุ่งหมายให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเองและเรียนรู้ประสบการณ์ในสิ่งที่เป็นวัฒนธรรม ตลอดจนคุณลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่นั้นมากกว่าเพียงไปเยี่ยมชม

เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จ ต้องอ้างอิงเชิงประยุกต์จาก Richards & Raymond (2000, pp. 9-18) อีกครั้ง ที่ได้เสนอแนวคิดว่าจะต้องคำนึงถึงหลักการสำคัญต่อไปนี้คือ

1. ศึกษาข้อเท็จจริงหรือข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ โดยศึกษาว่าแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่นั้นมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นอย่างไร ทั้งในสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ อาทิ สภาพภูมิอากาศ ทักษะ และความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนแล้วนำสิ่งที่ป็นลักษณะพิเศษนั้นมาใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นต่อไป

2. ใช้ความสามารถของท้องถิ่น (Use Local Capacity) โดยใช้คุณลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดประโยชน์อย่างไร โดยนำมากระตุ้นทักษะหรือความคิดสร้างสรรค์จากภายนอกด้วย เช่น จากนักท่องเที่ยวมาผสมผสานกับท้องถิ่น จะช่วยให้เกิดการพัฒนาดังกล่าวได้อย่างสอดคล้องต้องกัน

3. พัฒนาในสิ่งที่ท้องถิ่นมีอยู่การใช้สิ่งที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินการที่จะให้มีกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนให้มากที่สุด เพราะของเดิมที่มีอยู่จะน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวมากกว่าสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ เช่น วัฒนธรรม กิจกรรมวิถีชีวิตชุมชน ฯลฯ

4. เน้นการพัฒนาคุณภาพมากกว่าการกระทำให้แบบฉาบฉวย มุ่งหมายให้การดำเนินการต่างๆ ที่จัดให้กับนักท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีคุณภาพและเป็นของจริง วิถีชีวิตผู้คนในชุมชนมิใช่ของฉาบฉวยหรือตกแต่งชั่วคราวหรือเป็นไปตามแฟชั่นหรือเน้นในเชิงปริมาณ

5. ใช้ทรัพยากรความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวเร่งการดำเนินการ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์จากกระบวนการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่เป็นคุณแก่ชุมชนได้ เช่น การใช้ความคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวและความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนร่วมกัน ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนขึ้น

หลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่กล่าวถึงนั้น เป็นหลักการเกิดจากแนวคิดและการปฏิบัติของผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรง ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว คนท้องถิ่นเป็นแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

ดังนั้นจากหลักการข้างต้นสามารถสู่แนวทางพัฒนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไปได้

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากหลักการของ Richards ส่วนของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น โดยพื้นฐานแล้วจะมี 2 แบบ คือ

แบบที่ 1 ใช้การสร้างสรรค์ให้เป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยว (Using Creativity as a Tourist Activity) เป็นรูปแบบที่ใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นหลัก เน้นการมีความเกี่ยวพันอย่างจริงจังของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ณ สถานที่ท่องเที่ยวนั้น จากกิจกรรมที่มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ร่วมกับชุมชน แต่อย่างไรก็ตาม โดยข้อเท็จจริงแล้วหากชุมชนสามารถจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเข้าร่วมได้อย่างน่าสนใจ สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่เดิมไม่ได้กลับมาสนใจอยากเข้าร่วมกิจกรรมให้กลับมาท่องเที่ยวได้ โดยอาศัยบรรยากาศและกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นเป็นแม่เหล็กดึงดูดให้เข้าร่วมกิจกรรมโดยมิได้ตั้งใจแต่ด้วยความเต็มใจ

แบบที่ 2 ใช้การสร้างสรรค์ให้เป็นฉากหลังของการท่องเที่ยว (Using Creativity as Backdrop for Tourism) โดยสามารถสอดแทรกกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้อยู่ในระหว่างการท่องเที่ยวได้ให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสชมและร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การทำงานศิลปะ การปรุงอาหาร เครื่องปั้นดินเผา อย่างไรก็ตามรูปแบบที่ 1 จะเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากกว่า แต่สามารถให้แบบที่ 2 ผสมผสานกับแบบที่ 1 ให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้นได้ในเชิงบูรณาการ

Raymond (2007, pp. 145-158) ใช้แนวคิดการที่ประเทศนิวซีแลนด์ มีการพัฒนาแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาแล้วเกือบ 10 ปี ตั้งแต่แรกเริ่มคิดหลักการเรื่องนี้และได้มีประสบการณ์ที่เป็นบทเรียนในการดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ จะต้องมีความสุขสนานกับการเข้าร่วมกิจกรรมและการได้รับประสบการณ์ใหม่กับกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยว
2. หัวข้อเรื่องที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาก มักเป็นเรื่องเกี่ยวกับการสะท้อนหรือบอกเล่าให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตผู้คน ความเป็นมาของกิจกรรมหรือตำนานสถานที่แหล่งท่องเที่ยวหรือประเทศที่ได้รับการบอกเล่าโดยวิทยากรอย่างน่าสนใจ

3. กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ต้องใช้เวลาสั้นจะได้รับความนิยมมากกว่า เพราะนักท่องเที่ยวมีเวลาไม่เพียงพอสำหรับกิจกรรมที่ได้รับต้องใช้นานมากกว่า 1 วัน ต้องมีการบอกกล่าวล่วงหน้าให้นักท่องเที่ยวเตรียมจัดเวลามาล่วงหน้าเพื่อให้เกิดการยอมรับก่อน

4. การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้เหมาะสมและเข้ากับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเภทนักท่องเที่ยวแบบผจญภัยและกลุ่มผู้มีอายุร่วมกัน ซึ่งแม้เป็นเรื่องค่อนข้างยากมาก แต่ต้องทำให้ได้ เพราะกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบผจญภัยมีเวลามาก แต่มีเงินน้อย ในขณะที่พวกกลุ่มผู้มีอายุ มีเวลาน้อยแต่มีเงินมาก บางครั้งจึงต้องทำให้เกิดความสมดุลระหว่างคน 2 กลุ่มนี้ในการจัดกิจกรรมต่างๆ ด้วย

5. การใช้วัฒนธรรม ประเพณี หรือแนวปฏิบัติต่างๆ ของคนในท้องถิ่นเป็นแกนหลักของการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์และในหลายท้องถิ่นคนพื้นเมืองยังยึดถือว่าวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ นั้นเป็นของดั้งเดิมของพวกเขา ดังนั้นการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีของคนพื้นเมืองจึงเป็นสิ่งที่ต้องระมัดระวังมิให้เกิดความรู้สึกรังเกียจหรือมีการเข้าไปก้าวร้าวหรือมีผลกระทบมากเกินไป และต้องชี้แจงให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และเข้าใจก่อน

6. ในการสร้างระบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนิวซีแลนด์ จึงมีความเชื่อว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับสิ่งที่เป็นของแท้ดั้งเดิม แต่ในขณะเดียวกันก็ยอมรับว่าความเป็นของแท้ดั้งเดิมด้วย โดยอาจมีการเปลี่ยนแปลงบ้างตามกระแสโลกาภิวัตน์ แต่ก็ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของความดั้งเดิมไว้ ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงต้องคำนึงถึงความสมดุลกันระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น และชุมชนกับวัฒนธรรมที่พบเห็นในท้องถิ่นนั้น ในปัจจุบันที่อาจเปลี่ยนแปลงไปบ้างเชิงความร่วมมือ

7. วิทยากรที่เป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมและบรรยายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยวนั้นควรเรียกว่า หุ่นส่วนท่องเที่ยว (Partner) มากกว่าเพราะทำให้ดูใกล้ชิดและเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ก็ควรเรียกว่า “การจัดให้มีประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ (Creative Experience)” มากกว่าเพราะจะทำให้เข้าใจมากขึ้นและไม่เป็นทางการมากเกินไป และมีความเป็นการตลาดเชิงลูกค้าสัมพันธ์อีกด้วย

จากประสบการณ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนิวซีแลนด์ที่มีมาเกือบ 10 ปี เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพราะประเด็นต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นบทเรียนที่สามารถนำมาใช้ในระยยะต่อไปจากอดีตจนถึงปัจจุบันที่เห็นได้ชัดคือ Raymond ยังได้นำประสบการณ์ของประเทศนิวซีแลนด์ข้างต้น มาเสนอทางเลือกของการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ 2 แบบ ซึ่งผู้วิจัยประยุกต์กับการวิจัยเรื่องนี้ได้ ดังนี้

1. รูปแบบเชิงพาณิชย์ (Commercial Tourism Model) รูปแบบนี้เหมาะสำหรับกิจการทางธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ดำเนินการอยู่แล้วและต้องการพัฒนาให้เป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งมีแนวทาง ดังนี้

1.1 ผู้พัฒนารูปแบบต้องพิจารณาประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเป็นเหมือนสินค้าท่องเที่ยวชนิดหนึ่งจึงต้องมีการสร้างกลยุทธ์ให้การแข่งขันได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าท่องเที่ยวชนิดอื่นๆ และจะต้องมีการเสนอขายสินค้านี้แก่นักท่องเที่ยวในช่องทางการตลาดต่างๆ เช่นเดียวกับสินค้าท่องเที่ยวชนิดอื่นๆ ด้วย

1.2 ควรมีคู่ค้าหรือผู้ร่วมดำเนินการ (Partner) ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว เช่น ธุรกิจโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร พิพิธภัณฑสถาน พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ หรือให้มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับกิจกรรมวัฒนธรรม ประเพณี หรือการเฉลิมฉลองต่างๆ โดยใช้การตลาดและการตลาดบริการ การเสนอขายกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผนวกเข้าไปกับสินค้าท่องเที่ยวอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากที่จะเสนอขายสินค้าท่องเที่ยวด้วยประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ในกิจกรรมวัฒนธรรม ประเพณีกับนักท่องเที่ยวโดยตรง อาจมีความยากลำบากในระยะแรกเพราะคนไม่เข้าใจ ควรต้องให้มีการเข้าร่วมกับธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จะทำให้การเริ่มต้นง่ายขึ้น อาทิ พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ การจัดแสดง เป็นต้น

1.3 จะต้องเลือกชนิดของกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่จะจัดขึ้น ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าของคุณค้าในข้อที่ 2 หลังจากนั้นต้องหาวิทยากรที่เป็นคนท้องถิ่น มีความรู้ความชำนาญเชื่อถือได้ทั้งในเรื่องราวของท้องถิ่น สามารถเชื่อมโยงให้เข้ากับการสร้างเสริมประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ โดยคำนึงถึงคู่ค้าที่เข้าร่วมธุรกิจด้วยนั้น มีหลายประเภทและลูกค้าของคุณค้าเหล่านี้ ก็มีคุณลักษณะและความแตกต่างกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการจัดรูปแบบของกิจกรรมต่างๆ ของสถานที่แหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นชุมชน

1.4 ควรพิจารณานักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์นั้น เป็นเหมือนลูกค้า และวิทยากรนั้นเป็นเหมือนผู้เสนอขายสินค้าหรือหุ้นส่วนธุรกิจ ซึ่งหากยึดแนวคิดนี้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมหรือนักท่องเที่ยวเป็นผู้ทำรายได้ให้ ในขณะที่เดียวกันวิทยากรจะได้รับค่าตอบแทนจากธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในฐานะที่เป็นผู้เสนอขายสินค้า และเป็นผู้มีส่วนสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงในสถานที่แหล่งท่องเที่ยวจนถึงเมืองหรือประเทศนั้นด้วย

ดังนั้น รูปแบบดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นรูปแบบที่ใช้อุปสงค์เป็นตัวนำ (Demand Led) และมุ่งเน้นผลทางธุรกิจเป็นหลัก

2. รูปแบบการสร้างเครือข่ายชุมชน (Community Network Model) รูปแบบที่ 2 นี้ เหมาะกับชุมชนซึ่งต้องการที่จะสร้างหรือพัฒนาภาพลักษณ์ด้วยความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนจากการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการใช้อุปทาน (Supply Led) เป็นตัวนำและการพัฒนารูปแบบนี้ เกิดจากแรงบันดาลใจของคนในชุมชนมีแนวทางดังนี้

2.1 ส่งเสริมและจัดตั้งให้วิทยากรที่มีความสามารถเข้ามาร่วมกับเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และมีกิจกรรมกระตุ้นให้ผู้เกี่ยวข้องกับชุมชน เช่น องค์กรท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้มีความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ รวมทั้งเอกชน และหน่วยงานราชการต่างๆ ในชุมชนเข้าร่วมโครงการ และร่วมกันคิดที่จะนำเสนอประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์แก่นักท่องเที่ยวด้วยการจัดกิจกรรมการเฉลิมฉลองหรือประเพณีของท้องถิ่นต่างๆ และใช้เป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เชิงรุกทางสื่อต่างๆ ตลอดจนเทคนิคของการจัดแสดงด้วยความล้ำสมัย เช่น Multimedia, WI-FI, 3D และ 4D เป็นต้น

2.2 จัดตั้งเครือข่ายที่ไม่แสวงหากำไรของชุมชนสร้างสรรค์ เพื่อดำเนินการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ทั้งนี้ในการเริ่มต้นของเครือข่ายอาจต้องใช้งบประมาณเพื่อสนับสนุนการดำเนินการ จึงจำเป็นต้องหาแหล่งเงินทุนที่จะจัดงบประมาณดำเนินการมาให้ ซึ่งอาจมาจากองค์กรส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานที่ต้องการส่งเสริมการพัฒนาชุมชนนั้นๆ ตลอดจนหาทางประสานงานติดต่อให้ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

2.3 พยายามใช้คำว่าการท่องเที่ยวให้น้อยที่สุด ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในรูปแบบนี้เพราะบางครั้งคนทั่วไปมักจะมองว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการแสวงหากำไร ดังนั้นการจะขอรับการสนับสนุนการดำเนินงานจากแหล่งทุนอาจทำได้ยากซึ่งควรเน้นว่าเป็นการส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้กับผู้มาเยือนมากกว่าประเด็นการท่องเที่ยว

2.4 ควรกำหนดไว้เป็นแนวคิดว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการนั้นเป็นลูกค้าของบุคลากรประจำสถานที่แหล่งท่องเที่ยวและวิทยากร และในขณะเดียวกันวิทยากรก็เป็นลูกค้าของเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนด้วย

สรุปได้ว่าในรูปแบบแรกที่เป็นเป้าหมายทางธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น แต่ในรูปแบบที่ 2 นั้น จะเป็นการร่วมมือผลักดันของคนในชุมชนนั้นๆ ให้มีส่วนร่วมกันสร้างเครือข่ายของความคิดเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนแล้วเสนอให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้ามาร่วมใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์โดยมิได้แสวงหากำไรโดยตรง แต่เป็นการเพิ่มปริมาณความต้องการของชุมชนโดยอ้อม และสร้างภาพลักษณ์ตลอดจนชื่อเสียงได้ เป็นการแสดงออกถึงความต้องการของชุมชนที่ดำเนินการเป็นเครือข่ายผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชัดเจนมากกว่ารูปแบบแรก

อย่างไรก็ตามประยุกต์แนวคิดจาก Richards & Munsters, et al. (2010, pp. 78-88) ได้ในแนวคิดว่าการส่งเสริมประสบการณ์และสินค้าต่างๆ ที่จะเสนอให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นมีหลายรูปแบบ ตั้งแต่มีส่วนร่วมมากไปจนถึงน้อย เช่น การเรียนรู้ทักษะเฉพาะอย่าง ได้แก่ การทำอาหาร การทำเครื่องปั้นดินเผาด้วยตนเอง หรือการไปชมพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ การเดินดู

สินค้าที่เกิดความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างพื้นฐานความเข้าใจจึงกล่าวถึงคุณลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังตาราง 2-5 ต่อไปนี้

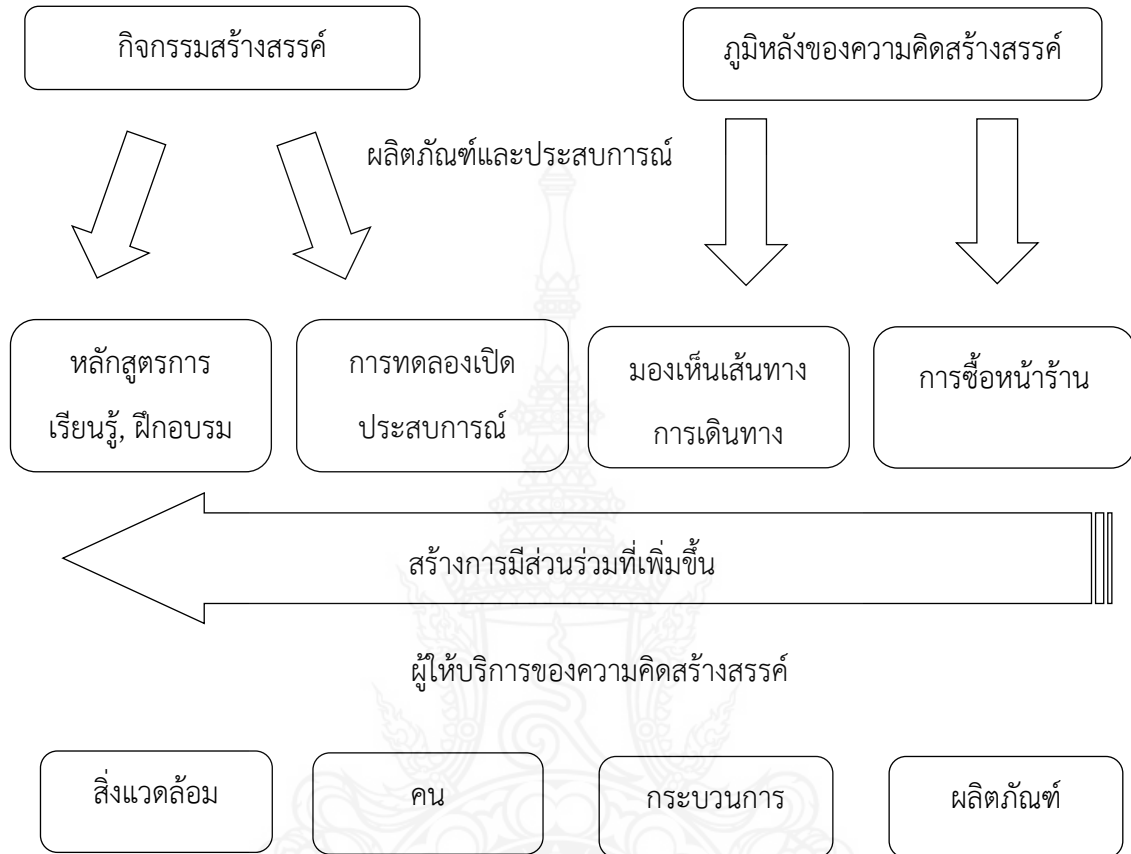
ตาราง 2-5 คุณลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คุณลักษณะ	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
1. ทรัพยากร	เป็นการใช้ทรัพยากรอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนที่มีอยู่ โดยจากงานศิลปะหรือกระบวนการสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ สามารถนำมาใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ เช่น การทำอาหารประจำถิ่น การปั้นดินเผา การทอผ้า การจักสาน การทำงานโลหะ การเดินร่ำพื้นเมือง โดยไม่จำเป็นต้องมีสิ่งก่อสร้าง
2. ตลาดและการประชาสัมพันธ์เป้าหมาย	นักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ที่มีความสนใจเฉพาะทาง หรือต้องเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริง การเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยว เช่น สื่อออนไลน์ อินเทอร์เน็ต
3. ผลที่เกิดขึ้น	เป็นการเข้าร่วมกิจกรรมโดยไม่ทำให้เกิดความเสียหายแก่สถานที่ นักท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบ มีการสร้างสรรค์แนวคิดทางวัฒนธรรมใหม่ๆ สนใจกับภาพลักษณ์ (Image) อัตลักษณ์ (Identity) วิถีชีวิต (Lifestyles) บรรยากาศ (Atmosphere) เรื่องเล่า (Narratives) การสร้างสรรค์ (Creativity) โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว
4. ความยั่งยืน	สถานที่หรือวัฒนธรรมของชุมชนมีความยั่งยืนสูง เพราะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อยู่บนพื้นฐานของกระบวนการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง และมีความรับผิดชอบและผูกพันกับชุมชน
5. นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้าน/อุทยานประวัติศาสตร์ความผูกพันระหว่างกัน เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวและอุทยานประวัติศาสตร์มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวรวมถึงสร้างประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันและเป็นผู้ร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้ชม รวมถึงการพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในกระบวนการต่างๆ ทำให้เกิดการประทับใจ เข้าใจและภักดีต่ออุทยานประวัติศาสตร์
6. มรดกโลก	เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านศิลปะ งานฝีมือ ประเพณี และกิจกรรมทางประวัติศาสตร์

ที่มา : Richards (2010, pp. 78-88)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอประยุกต์แนวคิดของ Richards ข้างต้น แสดงในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังปรากฏในภาพ 2-3 ดังต่อไปนี้

ภาพ 2-3 แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ที่มา : ประยุกต์จาก Richards (2011, pp. 78-88)

นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยขอนำสรุป เพื่อเพิ่มความเข้าใจยิ่งขึ้นอีก ดังแสดงในตาราง 2-6 ต่อไปนี้

ตาราง 2-6 แสดงแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Richards & Raymond	2000	The Idea that Creativity will become more Important has been with us for a Long Time as Dumazedier's Work Shows So Far the Predictions of the Arrival of the Leisure Society in which Creativity would be Paramount, have been Premature	<p>Richards & Raymond (2000, pp. 9-18) ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง โดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ได้มีการจัดขึ้นโดยชุมชน จะต้องคำนึงถึงหลักการสำคัญต่อไปนี้คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ศึกษาข้อเท็จจริงหรือข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ โดยศึกษาว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นอย่างไร ทั้งในสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ อาทิ สภาพภูมิอากาศ ทักษะ และความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน แล้วนำสิ่งที่เป็นลักษณะพิเศษนั้นมาใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นต่อไป 2. ใช้ความสามารถของท้องถิ่น (Use Local Capacity) โดยใช้คุณลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดประโยชน์อย่างไร โดยนำมากระตุ้นทักษะหรือความคิดสร้างสรรค์จากภายนอกด้วย เช่น จากนักท่องเที่ยวมาผสมผสานกับท้องถิ่น จะช่วยให้เกิดการพัฒนาได้อย่างสอดคล้องต้องกัน 3. พัฒนาในสิ่งที่ท้องถิ่นมีอยู่การใช้สิ่งที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินการที่จะให้มีกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนให้มากที่สุด เพราะของเดิมที่มีอยู่จะน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวมากกว่าสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ เช่น วัฒนธรรม กิจกรรมวิถีชีวิตชุมชน ฯลฯ 4. เน้นการพัฒนาคุณภาพมากกว่าการกระทำแบบฉาบฉวย มุ่งหมายให้การดำเนินการต่างๆ ที่จัดให้กับนักท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีคุณภาพและเป็นของจริงของวิถีชีวิตผู้คนในชุมชน 5. ใช้ทรัพยากรความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวเร่งการดำเนินการ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์จากกระบวนการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่เป็นคุณแก่ชุมชนได้

ตาราง 2-6 แสดงแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Crispin Raymond, Wurzburger, Aageson, Pattakos & Pratt, et al.,	2010	Creative Tourism Concept	Crispin Raymond, Wurzburger, Aageson, Pattakos & Pratt, et al., (2010, p. 30, 32, 44) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถดำเนินการร่วมกันได้ระหว่างนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนในลักษณะแสวงหาจุดที่ร่วมที่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถร่วมใช้ได้และยังคงใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมมาเสริมสร้างนวัตกรรมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
Crispin Raymond	2007	Creative Tourism	Crispin Raymond (2007, pp. 145-158) ประสบการณ์ที่ได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน ณ แหล่งท่องเที่ยว ทำให้ได้มีโอกาสใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเองร่วมกับชุมชน เกิดความประทับใจและสร้างความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น
Richards	2008	Creative Tourism	Richards (2008, pp. 16-20) เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง โดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ได้มีการจัดขึ้นโดยชุมชน ก่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ด้านคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชน
Richards & Raymond	2011	There are a Number of Reasons why Creative Tourism can Improve on Cultural Tourism	Richards & Raymond (2011, pp. 1225-1253) การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องนำความคิดสร้างสรรค์และคุณลักษณะทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นอันเป็นลักษณะเฉพาะตัวมาประสานเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวโดยองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้ 1. ศักยภาพในการสร้างสรรค์ (Creative Potential) ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสใช้และพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของตนเองร่วมกับผู้คนในท้องถิ่นในระหว่างการจัดทำกิจกรรมต่างๆ 2. การเข้าร่วมกิจกรรม (Active Involvement) นักท่องเที่ยวจะได้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์กับคนในชุมชน ด้วยการเข้าร่วมให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดก่อให้เกิดการเรียนรู้จนเกิดความผูกพันกับชุมชนและวัฒนธรรมของท้องถิ่นอย่างแท้จริง

ตาราง 2-6 แสดงแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
			<p>3. สร้างประสบการณ์กับคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว (Characteristic Experiences) จากความคิดเชิงสร้างสรรค์สามารถเกิดขึ้นได้ทุกแห่งและกับทุกคนด้วยการเชื่อมโยงกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเข้ากับคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวและยังฝังรากลึกความเชิงสร้างสรรค์นั้นลงไปในวันวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ (Identity) ของท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นร่วมกันระหว่างฝ่ายนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว จึงเป็นผลให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้และสร้างสรรค์ต่อไป</p> <p>4. สร้างความคิดสร้างสรรค์ร่วม (Co-creation) แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สร้างเป็นแนวทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนมีความคิดสร้างสรรค์ร่วมกัน (Co-creation) และทำสิ่งของร่วมกัน (Co-maker ship) ทำให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ความรู้ของตนเองในการสร้างสรรค์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับคนในท้องถิ่น ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวมากขึ้น และเกิดประโยชน์กับชุมชนในการได้นวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมแนวคิดในรูปแบบที่ไม่ผลิตซ้ำซาก</p>
McNulty	2009	Creative Tourism	McNulty (2009, pp. 1309-1326) ให้แนวคิดเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ในแนวคิดความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่นั่นมากขึ้นจากการกระตุ้นหรือส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและผูกพันกับสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนอย่างลึกซึ้ง
Jelincic	2009	Creative Tourism is a Development of Cultural Tourism	Jelincic (2009, p. 33, pp. 259-266) ให้แนวคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นเพียงการเรียนรู้ทักษะด้านต่างๆ ทางด้านวัฒนธรรมของสถานที่แหล่งท่องเที่ยวหรือประเทศที่ไปเยือน แต่นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนเองและอยู่ใกล้ชิดกับชุมชน โดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ และเรียนรู้ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งวัฒนธรรมของสถานที่ที่ไปเยือนมากกว่า

ตาราง 2-6 แสดงแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Richards & Munsters, et al.	2010	Ideas that Enhance the Experience and Products. To offer to Creative Tourists	Richards & Munsters, et al. (2010, pp. 78-88) แนวคิดว่าการสร้างเสริมประสบการณ์และสินค้าต่างๆ ที่จะเสนอให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นมีหลายรูปแบบ ตั้งแต่ให้มีส่วนร่วมมากไปจนถึงน้อย เช่น การเรียนรู้ทักษะเฉพาะอย่าง ได้แก่ การทำอาหาร การทำเครื่องปั้นดินเผาด้วยตนเอง หรือการไปชมพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ การเดินดูสินค้าที่เกิดความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น
Richards	2002	From Cultural Tourism to Tourism : European Perspectives	Richards (2002) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือทางเลือกใหม่สำหรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
Richards & Wilson	2006	Developing Creativity in Tourist Experiences : A Solution to the Serial Reproduction of Culture?	Richards & Wilson (2006) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการต่อยอดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, ประเภทของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของท้องถิ่น และชุมชนที่รองรับการท่องเที่ยวตัวแทนรวมไปถึงตัวนักท่องเที่ยวที่มีความคิดสร้างสรรค์
D'Auria	2009	Urban Cultural Tourism : Creative Approaches for Heritage-based Sustainable Development	D'Auria (2009) วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันกับความคิดสร้างสรรค์และการได้มาของทุนทางวัฒนธรรม ทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากขึ้น
Pappalepore, Maitland, & Smith	2010	Creativity : Visitors' Experiences of Spitalfields, London	Pappalepore, Maitland, & Smith (2010) พื้นที่/สถานที่ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ยังคงไม่เป็นรูปแบบพื้นที่/สถานที่ท่องเที่ยว ที่สร้างประสบการณ์พวกเขา รวมทั้งการสร้างบรรยากาศ, การสำรวจและเปิดโอกาสสำหรับนักท่องเที่ยวให้สามารถสร้างสรรค์ด้วยตนเอง

ตาราง 2-6 แสดงแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Smith & Puczko	2011	Budapest : From Socialist Heritage to Cultural Capital	Smith & Puczko (2011) หลักฐานแสดงให้เห็นว่าแม้ว่าจะมีความคิดสร้างสรรค์ตามวิธีการต่างๆ แต่วัฒนธรรมด้านการตลาดบรรจุภัณฑ์และการท่องเที่ยวที่มีอยู่ Budapest, ส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์ยังคงเน้นไปที่ความเป็นมรดก
Akerlund & Muller	2012	Implementing Tourism Events : The Discourses of Umea's Bid for European Capital of Culture 2014	Akerlund & Muller (2012) ทูทางวัฒนธรรมชี้ให้เห็นผลลัพธ์ที่สำคัญขององค์กร : ความคิดสร้างสรรค์และความร่วมมือ ถูกผสมเข้ากับการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมทั้งหมดของนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยรวมถึงผู้เข้าร่วมกิจกรรมนั้น
Pappalepore, Maitland & Smith	2014	Prosuming Creative Urban Areas : Evidence From East London	Pappalepore, Maitland & Smith (2014) เป็นทางเลือกของทูทางวัฒนธรรมใช้เชื่อมโยงระหว่างสัญลักษณ์และทูทางวัฒนธรรม ซึ่งได้รับอนุญาตผู้เขียนเพื่อพัฒนาใหม่ กรอบรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่สร้างสรรค์

จากตาราง 2-6 ดังกล่าวข้างต้น จึงมีแนวคิดสู่การค้นหาคำตอบจากผลการวิจัยว่ารูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่จะนำมาใช้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรจะต้องใช้หลายรูปแบบมาพิจารณาเชิงบูรณาการร่วมกัน ซึ่งแนวคิดวิจัยของการวิจัยเรื่องนี้และสังเคราะห์ผลการวิจัยเชิงวิสัยทัศน์ให้เป็นรูปแบบของการวิจัยต่อไป

2.4 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดการบริการ (Marketing Mix for Service Business)

การบริหารงานบริการมีหลายปัจจัยที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคตามแนวคิดของ Kannara Sinhaneti & Jitmanee Pullawan (2008) พบว่า การจัดการการบริการมีความซับซ้อนมากกว่าการจัดการผลิตภัณฑ์ซึ่งมีหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย Boom B.H. & Bitner M.J (1981, pp. 7-8) ได้ขยายความหมายของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการให้บริการ Marketing Mix 4P's ที่ประกอบด้วย ราคา (Price) การส่งเสริมการขาย (Promotion) สถานที่ (Place) และสินค้าหรือบริการ (Product or Service) ไปสู่ 7P's ประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ราคา (Price) ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่มีราคาเหมาะสม เช่น ราคาสูงความคาดหวังในตัวผลิตภัณฑ์และบริการก็จะสูงตามมาด้วย ราคาสามารถกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือบริการในตลาดได้ ทำอย่างไรจะทำให้ลูกค้าต้องยอมจ่ายเพื่อผลิตภัณฑ์และบริการของการท่องเที่ยว ราคาสูงความคาดหวังย่อมสูงกว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการจากปกติ ธุรกิจสามารถเติมเต็มความคาดหวังของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวสำหรับการยอมจ่ายเงินให้กับการท่องเที่ยว ในแต่ละครั้ง ซึ่งคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) กับ ราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าของสินค้าหรือบริการ นั้นสูงกว่าที่จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการจึงควรจะมีเหมาะสมกับระดับการให้บริการที่ชัดเจนและเป็นสิ่งที่ง่ายต่อการจำแนกระดับการให้บริการที่แตกต่างกัน

2. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ เป็นช่องทางการตลาดที่ธุรกิจใช้สำหรับการสื่อสารกับลูกค้า ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด หรือสื่อสารให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว โดยผ่านช่องทางการสื่อสารไปยังกลุ่ม ผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว เช่น โทรทัศน์ สื่อโฆษณา ข้อเสนอพิเศษ เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญเทียบเท่ากับการผลิต ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่ดีส่งมอบให้แก่ลูกค้าธุรกิจจะต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าเป้าหมายผ่านตราสินค้าการโฆษณาการขายข้อเสนอพิเศษ ฯลฯ

3. สถานที่ (Place) คือ สถานที่ที่ผู้ใช้บริการจะสามารถซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในด้านความคุ้มค่าและคุณประโยชน์ของสินค้าหรือบริการที่จะนำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง ช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels) ได้อย่างรวดเร็ว สะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าหรือบริการได้อย่างรวดเร็ว

4. สินค้าหรือบริการ (Product or Service) คือ สินค้าและบริการของบริษัทต่างๆ ที่จะนำเสนอให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า/นักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยบริษัทต้องพิจารณาเป็นปัจจัยหลัก ซึ่งไม่ใช่เพียงสิ่งที่สัมผัสได้แต่รวมถึงการบริการซึ่งจะถูกนำเสนอให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า/นักท่องเที่ยว ซึ่งสินค้าและบริการถือเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์เป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องมอบให้แก่ลูกค้า/นักท่องเที่ยว และลูกค้า/นักท่องเที่ยว ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งสินค้าและบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะได้แก่ สินค้าที่จับต้องได้ และสินค้าที่จับต้องไม่ได้

5. พนักงาน (People) ได้แก่ กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ได้แก่ ผู้ให้บริการหรือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ได้แก่ พนักงาน/เจ้าหน้าที่ธุรกิจ จะต้องกำหนดงานให้เหมาะสมกับพนักงานความน่าสนใจของงานบริการนี้ จะขึ้นอยู่กับคำตอบสนองต่องานนั้นๆ ของพนักงาน/เจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการ

โดยเฉพาะธุรกิจจะต้องมีการติดต่อสื่อสารสูง และผู้รับบริการ ได้แก่ ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่สามารถบอกต่อลูกค้ารายอื่นให้มาใช้บริการของธุรกิจหรือมาท่องเที่ยวได้

6. กระบวนการ (Process) หรือขั้นตอนที่ใช้กับลูกค้า/นักท่องเที่ยว ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินการให้บริการหรือการซื้อสินค้าของลูกค้า/นักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย ช่วงเวลาที่ให้ข้อมูลของการให้บริการของพนักงาน เป็นต้น

7. ปัจจัยที่สัมผัสได้ (Physical Evidence) โดยที่ผู้บริโภคนเป็นผู้ให้คุณภาพบริการ ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่ดีจะเป็นสิ่งที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร การเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและการปฏิบัติงานในด้านบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อส่งมอบการบริการอย่างมีประสิทธิภาพและจะสามารถทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและเกิดการใช้บริการซ้ำ

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการที่สามารถสนองต่อความคาดหวังของผู้บริการหรือนักท่องเที่ยว Steve & Cook (1995, p. 53) ยังชี้ให้เห็นด้วยว่า การเลือกใช้บริการของผู้รับบริการโดยส่วนใหญ่ นอกจากจะคำนึงถึงภาพลักษณ์ขององค์กรและความต้องการส่วนบุคคลแล้ว คุณภาพการให้บริการของหน่วยงานหรือองค์กรที่ให้บริการยังสามารถพิจารณาได้จากเกณฑ์ 9 ประการ ดังต่อไปนี้ การเข้าถึงบริการได้ทันทีตามความต้องการของผู้ให้บริการ ความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ การให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการแต่ละคน ราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของงานบริการ คุณภาพการให้บริการทั้งในระหว่างเข้ารับบริการและภายหลังการเข้ารับบริการ ชื่อเสียงของการให้บริการที่ได้รับรวมถึงการยกย่องชมเชยในการให้บริการ ความปลอดภัยในการให้บริการจากผู้เชี่ยวชาญ โดยเฉพาะ ความรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ Krutz & Clow (1998) ซึ่งประกอบด้วย คุณภาพของสินค้า คุณภาพการให้บริการที่ได้รับจากการให้บริการและจะประเมินจากกระบวนการที่บริการนั้นเกิดขึ้นและเกิดจากการเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้กับระดับของการบริการที่ได้รับจริง

อย่างไรก็ตามยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix for Service Business) ในอีกหลายๆ งานวิจัยหรือบทความต่างๆ ตัวอย่างเช่น บทความวิจัยเรื่อง The Evolution of Business Models and Marketing Strategies in the Music Industry ของ Valerie L. Vaccaro & Deborah Y. Cohn (2011, pp. 46-58) พบว่า กลยุทธ์การตลาดและบริการสำหรับองค์กรที่ต้องการจะประสบความสำเร็จ ควรมุ่งเน้นที่ลูกค้าเป็นสำคัญของการบริหารการตลาดสมัยใหม่ ซึ่งเพิ่มเป็น 8P's ประกอบด้วย 1) การเพิ่มผลผลิต (Productivity) 2) สินค้าหรือบริการ (Product of Service) 3) สถานที่ (Place) 4) ราคา (Price) 5) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 6) พนักงาน (People) 7) กระบวนการ (Process) และ 8) ปัจจัยที่สัมผัสได้ (Physical Evidence) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kantara Sinhaneti & Jitmanee Pullawan (2008) ด้วยเช่นกัน แต่จะเห็น

ได้ว่า P's ที่เพิ่มขึ้นมาจาก V. L. Vaccaro & D. Y. Cohn (2011, pp. 46-58) ที่มีมากกว่าคือ การเพิ่มผลผลิต (Productivity) เนื่องจากในอดีตรูปแบบการผลิตแบบดั้งเดิม (Traditional Business Model and Productivity) ไม่ค่อยคำนึงถึงต้นทุนการผลิต ในขณะที่รูปแบบการผลิตของธุรกิจใหม่ (New Business Model and Productivity) มุ่งเน้นในเรื่องการลดต้นทุนและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การลดต้นทุนการผลิต และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ ในหลายช่องทางที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภค เช่น บริษัทที่ประสบความสำเร็จในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าและได้รับการตอบรับจากลูกค้าหรือสามารถตอบโจทย์ให้กับผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่องนั่นก็คือ บริษัท Apple ที่ยังคงถือเป็นบริษัทผู้นำด้านการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น ในขณะที่ Bhasin Hites (2016) ก็มีความเห็นพ้องด้วยว่า การตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ของการตลาดที่เกี่ยวกับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เดิมนั้นประกอบไปด้วย 4P's ปัจจุบันเพิ่มมาเป็น 7P's ด้วยเช่นกัน และในธุรกิจการให้บริการ Marketing Mix for Service Business เดิมเริ่มจาก 4P's และมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นในการดำเนินการเกี่ยวกับ Marketing Mix for Service Business ไปสู่ 7P's และ 8P's สำหรับธุรกิจบริการ และได้มีการพัฒนาการดำเนินงานเกี่ยวกับ Marketing Mix for Service Business ไปสู่ 10P's ดังนี้ 1) การเพิ่มผลผลิต (Productivity) 2) สินค้าหรือบริการ (Product of Service) 3) สถานที่ (Place) 4) ราคา (Price) 5) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 6) พนักงาน (People) 7) กระบวนการ (Process) 8) ปัจจัยที่สัมผัสได้ (Physical Evidence) 9) การมีหุ้นส่วนหรือการมีพันธมิตร (Partners) เป็นส่วนที่มีความสำคัญ เพราะหุ้นส่วนหรือพันธมิตร จะสามารถช่วยเราในการทำธุรกิจได้หลายประการ เช่น ช่วยคิด ช่วยลงทุน ช่วยทางด้านเทคโนโลยี ช่วยเหลือในเรื่องการวางระบบงาน ฯลฯ และ 10) การยอมรับหรือความเข้าใจ (Perception) เป็นการยอมรับและทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆ ในโลกยุคดิจิทัล

ตาราง 2-7 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Neil H. Borden	1949	Advertising Test & Cases, Copyright 1949	ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ถูกพัฒนาโดย Neil H. Borden เป็นผู้เริ่มต้นใช้ Marketing Mix (Neil H. Borden, 1898-1980)
McCarthy E. J.	1960	Basic Marketing, A Managerial Approach. IL.	McCarthy E. J. (1960) เป็นบุคคลแรกที่นำเสนอ 4P's ของการตลาด ประกอบด้วย สินค้าหรือบริการ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และ การส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งเป็นตัวแปรที่ใช้กันมากที่สุดในการสร้างส่วนประสมทางการตลาด

ตาราง 2-7 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Albert Frey	1961	A Review of Marketing Mix 4P's or More?	รูปแบบหนึ่งของตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด ถูกพัฒนาโดยมีการจัดรูปแบบตัวแปรเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภท 1) ตัวแปรการนำเสนอ (Offering) ประกอบไปด้วย บริการ (Service) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) ตราสินค้า (Brand) ราคา (Price) และ 2) ตัวแปรกระบวนการ (Process) ประกอบไปด้วย การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การขาย (Sales Promotion) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การเผยแพร่ (Publicity) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channels) การวิจัยทางการตลาด (Marketing Research) การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategy Formation) และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development (Goi Chai Lee, 2009, p. 3)
Bernard Booms & Mary Bitner	1981	Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms in Donnelly	Bernard Booms & Mary Bitner (1981) ได้สร้างรูปแบบที่ประกอบไปด้วย 7P's จึงได้มีการเพิ่มตัวแปร 3 ตัว ได้แก่ พนักงาน (People) เนื่องจากเห็นความสำคัญของบุคคลที่เกี่ยวข้อง ในทุกด้านของการตลาดและเพิ่มตัวแปรกระบวนการ (Process) ที่สะท้อนข้อเท็จจริงระหว่างความแตกต่างของการบริการที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible) และปัจจัยที่สัมผัสได้ (Physical Evidence)สะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่ปรากฏต่อสายตาลูกค้า
Chong K. W.	2003	The Role of Pricing in Relationship Marketing-A Study of the Singapore Heavy Equipment Spare Parts Industry	Chong K. W. (2003) พบว่า จุดเริ่มต้นของส่วนประสมการตลาดเริ่มต้นจาก P เพียงตัวเดียว ได้แก่ ราคา (Price) (Chong K. W., 2003)

ตาราง 2-7 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Palmer A.	2004	Introduction to Marketing-Theory and Practice	Palmer A. (2004) ส่วนประสมการตลาดไม่ได้เป็นทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ แต่เป็นเพียงกรอบแนวคิดที่ระบุว่าการตัดสินใจหลักของผู้จัดการในการกำหนดข้อเสนอต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค เครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ในโปรแกรม ยุทธวิธี การพัฒนาทั้งระยะยาวและระยะสั้น (Palmer A, 2004)
Kotler, Phillip, Armstrong, Grey	2006	Principle of Marketing (9 th ed.)	Kotler, Phillip, Armstrong, Grey (2006) ได้นำเสนอแนวคิด 7P's ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process)
E. Jerome McCarthy	2007	Marketing Mix	E. Jerome McCarthy (2007) ได้แบ่งการตลาดออกเป็น 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และบางครั้งก็ใช้ 5P's โดยการเพิ่มพนักงานหรือบุคคล (People) หรือการเพิ่มไปถึง 7P's ได้แก่ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process)
Kar	2011	The 8P's of Services Marketing	Kar (2001) ได้เพิ่ม 4P's เป็น 8P's ซึ่งประกอบด้วย การเพิ่มผลผลิต (Productivity) สินค้าหรือบริการ (Product of Service) สถานที่ (Place) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) กระบวนการ (Process) และปัจจัยที่สัมผัสได้ (Physical Evidence)

ตาราง 2-7 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Kotler Philip, Keller, Kevin Lane	2012	Marketing Management (14 th ed.)	Kotler Philip, Keller, Kevin Lane (2012) ยังให้แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 7P's ในธุรกิจบริการ (Service Industry) ซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคา (Price) 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. พนักงาน (People) 6. กระบวนการ (Process) และ 7. ปัจจัยที่สัมผัสได้ (Physical Evidence)
Philip T. Kotler, Gary Armstrong	2013	Principles of Marketing (15 th ed.)	Philip T. Kotler, Gary Armstrong (2013) ยังให้แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 10P's ในธุรกิจบริการ (Service Industry) อันประกอบด้วย 1) การเพิ่มผลผลิต (Productivity) 2) สินค้าหรือบริการ (Product of Service) 3) สถานที่ (Place) 4) ราคา (Price) 5) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 6) พนักงาน (People) 7) กระบวนการ (Process) 8) ปัจจัยที่สัมผัสได้ (Physical Evidence) 9) การมีหุ้นส่วนหรือการมีพันธมิตร (Partners) และ 10) การยอมรับหรือความเข้าใจ (Perception)

จากตาราง 2-7 แสดงให้เห็นมุมมองแนวคิดรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยมีการพัฒนาจากรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดที่ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียว และเริ่มมีการพัฒนาเป็นรูปแบบที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภคหรือลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จนกระทั่งมีการเข้ามาของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย โดยเฉพาะในรูปแบบของสังคมออนไลน์ส่งผลให้รูปแบบการตลาดมีการพัฒนาโดยการผสมผสานเทคโนโลยีเหล่านี้ ซึ่งการพัฒนาในรูปแบบทางการตลาดได้มีการพัฒนาตั้งแต่การตลาด 1.0 (Marketing 1.0) เป็นยุคที่การตลาดมุ่งเน้นสินค้าเป็นหลัก (The Product Centric Era) เป็นการตลาดที่ให้ความสำคัญกับตัวสินค้า โดยมุ่งเน้นการลดต้นทุนการผลิตสินค้า และกำหนดราคาขายให้ต่ำ เพื่อให้ได้ปริมาณการขายเป็นจำนวนมาก และเน้นการสื่อสารแบบมวลชน ที่มีกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก เป็นต้น การตลาด 2.0 (Marketing 2.0) เป็นยุคที่การตลาดมุ่งเน้นผู้บริโภค (The Customer-Oriented Era) เป็นการตลาดที่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดเป็นสินค้าหรือบริการให้เลือกเป็นจำนวนมาก แต่การตลาด

2.0 นี้ ผู้บริโภคจะเป็นเพียงผู้รับสาร โดยไม่สามารถที่จะแสดงความคิดเห็นโต้ตอบได้ ซึ่งเป็นลักษณะของการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) แต่จะมุ่งเน้นการสื่อสารเฉพาะกลุ่มมากขึ้น ส่วนการตลาด 3.0 (Marketing 3.0) เป็นยุคการตลาดที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนด้วยค่านิยม (The Values-Driven Era) เป็นการตลาดที่ไม่ได้มองผู้บริโภคเป็นผู้รับสารทางการตลาดอย่างเดียว แต่มองในฐานะที่เป็นมนุษย์ที่มีความคิด จิตใจ และจิตวิญญาณ ซึ่งสามารถแสดงออกถึงความคิดเห็นและทำให้เกิดการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) การตลาด 4.0 (Marketing 4.0) คือ Integration ทุกเครื่องมือการตลาด คือ การเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงบทบาทของการตลาดแบบดั้งเดิมร่วมกับการตลาดดิจิทัลในการสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าเป็นวิธีการทำตลาดที่รวมการมีปฏิสัมพันธ์ ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ระหว่างบริษัทและลูกค้าเข้าด้วยกันเพื่อสร้างแบรนด์ และใช้การเชื่อมต่อให้เป็นประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับลูกค้า ซึ่งจะเห็นได้ว่าสามารถนำมาประยุกต์กับการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาศัยช่องทางการตลาดบริการเครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ตามนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศ ที่จะให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ สินค้าและบริการก็เป็นปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะการท่องเที่ยว ซึ่งจะมียอดประกอบที่สำคัญ ได้แก่ สินค้าหลัก สินค้าสนับสนุน และสินค้าอำนวยความสะดวก ในส่วนอื่นนั้นจะประกอบด้วย สินค้าและบริการอื่นๆ เพิ่มเติม สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การบริการลูกค้า การปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า และการร่วมมือในการสร้างสินค้าจากลูกค้า (เศรษฐพงษ์ มะลิสุวรรณ, 2016 น. 43-52)

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย องค์ประกอบหลักที่สำคัญ ได้แก่ 1. สินค้าหลัก (Core Products) ประโยชน์พื้นฐานจากสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ชายหาด ชายทะเล เป็นต้น 2. สินค้าสนับสนุน (Supporting Products) สินค้าหรือบริการเสริมที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าหลัก และช่วยสร้างความแตกต่างให้สินค้าหลักเพื่อความสามารถในการแข่งขัน เช่น สถานที่พักแรมต่างๆ การบริการอาหาร เป็นต้น และ 3. สินค้าอำนวยความสะดวก (Facilitating Products) สินค้าหรือบริการที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการจากสินค้าหลัก เช่น การบริการขนส่งต่างๆ เป็นต้น ส่วนสินค้าและบริการก็เป็นปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะการท่องเที่ยว ซึ่งจะมียอดประกอบที่สำคัญ คือ ผลิตภัณฑ์และบริการอื่นๆ เพิ่มเติม สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การบริการนักท่องเที่ยว การปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว และการร่วมมือในการสร้างสรรค์การท่องเที่ยว

2.5 แนวคิดการยอมรับคุณภาพบริการโดยรวม (Total Perceived Service Quality Model)

การยอมรับคุณภาพการบริการโดยรวมคือ การรับรู้คุณภาพของผู้บริโภค อุตสาหกรรมบริการ จะเห็นได้ว่าคุณภาพของการบริการและผลิตภัณฑ์ เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้สินค้าและบริการ คุณภาพของบริการจะสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค ประกอบไปด้วย Gronroos. C (1984, pp. 36-44) เสนอแนวคิดไว้ว่า คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) เป็นภาพแห่งมิติของคุณภาพที่ส่งผลกระทบต่อทั้งความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ และคุณภาพการให้บริการจะมีมากขึ้นเพียงใดขึ้นอยู่กับระดับของคุณภาพเชิงเทคนิคและคุณภาพเชิงหน้าที่

1. คุณภาพที่ผู้บริโภคคาดหวัง (Expected Quality) คือ คุณภาพที่ผู้บริโภคคาดหวังจะได้รับ เช่น การสื่อสารทางการตลาด การส่งเสริมการขาย ภาพลักษณ์ การบอกต่อ การประชาสัมพันธ์ และความ ต้องการของผู้บริโภค ซึ่งความคาดหวังของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัย 7 ประการได้แก่ 1. ชื่อเสียงและภาพพจน์ ขององค์กร 2. พนักงานผู้ให้บริการ 3. ตัวสินค้าหรือบริการ 4. ราคาของบริการ 5. สภาพแวดล้อมใน ขณะนั้น 6. มาตรฐานคุณภาพของลูกค้า และ 7. คู่แข่งขันของสถานบริการ (อรวรรณ เหลืองท่าเหมือน, 2557) นอกจากนี้ ยังมีแนวความคิดของ Christopher Vandermeewe & Lewis (1996) ที่ให้แนวคิด เกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าและบริการ ในเรื่องความคาดหวังที่มีต่อสินค้าและ บริการ ประเด็นในเรื่องของความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการจะมีความผันแปรไปใน สถานการณ์ที่แตกต่างกันรวมไปถึงความผันแปรในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันและอิทธิพลของ ประสบการณ์ที่ได้รับจากบริการจากผู้ให้บริการต่างๆ

2. คุณภาพที่ลูกค้าได้รับ (Experienced Quality) คือ คุณภาพที่ลูกค้าได้รับจะถูกสร้างจาก ภาพลักษณ์พื้นฐานของคุณภาพของการบริการนั้น ได้แก่ คุณภาพเชิงเทคนิคประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับ ภายหลังที่ได้รับบริการเรียบร้อยแล้ว และคุณภาพเชิงรูปแบบการใช้งานเป็นประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับ ระหว่างการรับบริการ (Gronroos C., 2007, p. 77)

ทั้งนี้ Gronroos C. (1984, pp. 36-44) ได้ชี้ให้เห็นถึงคุณภาพการบริการที่สามารถสร้างให้ เกิดขึ้นได้ดังนี้

1. การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ (Professionalism and Skill) ผู้รับบริการ สามารถรับรู้ได้จากการเข้ารับบริการจากผู้ให้บริการที่มีความรู้และทักษะในงานบริการ ซึ่งสามารถ ดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีระบบและแบบแผน

2. ทศนคติและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Attitude and Behavior) ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหามากมาย ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และดำเนินการแก้ไขปัญหาย่างเร่งด่วน

3. การเข้าถึงได้ง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Accessibility and Flexibility) ผู้รับบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งไว้ให้บริการ และเวลาที่ได้รับการจากผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

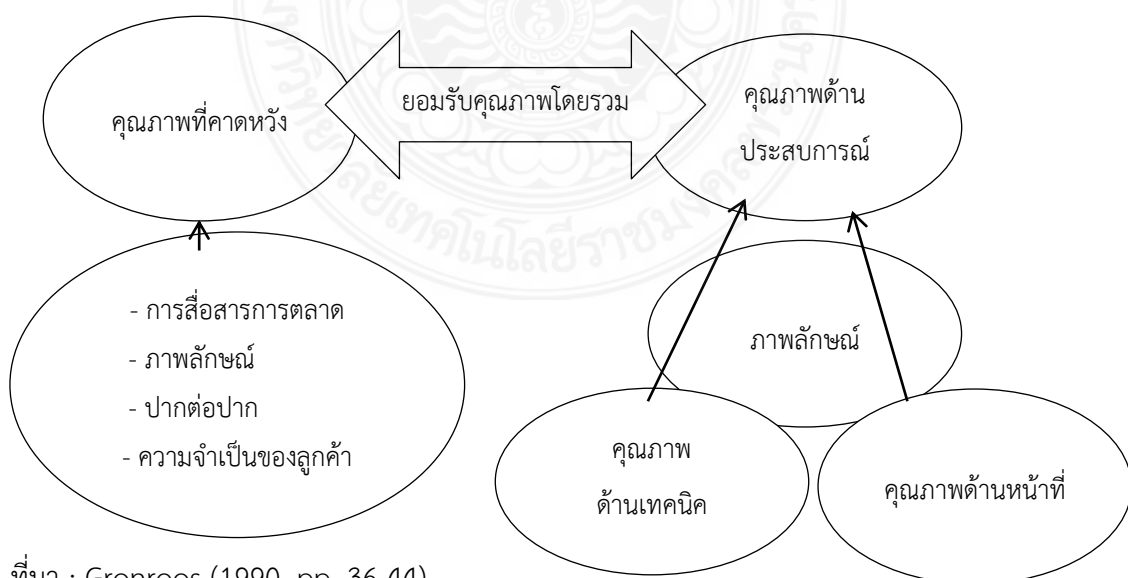
4. ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (Reliability and Trustworthiness) ผู้รับบริการจะพิจารณาหลังจากที่ได้รับบริการเรียบร้อยแล้ว ซึ่งการให้บริการของผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามที่ได้รับตกลงกัน

5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กับสู่ภาวะปกติ (Recovery) กรณีเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าเกิดขึ้นหรือเกิดเหตุการณ์ที่ผิดปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้นๆ ได้ทันที่ด้วยวิธีการที่เหมาะสม ซึ่งทำให้สถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ

6. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (Reputation and Credibility) ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาตลอด

จากแนวคิดของ Gronroos ได้มาสรุปเป็นภาพแสดงแนวคิดการยอมรับคุณภาพบริการ โดยรวม ดังภาพ 2-4

ภาพ 2-4 แนวคิดการยอมรับคุณภาพบริการโดยรวม



ที่มา : Gronroos (1990, pp. 36-44)

รูปแบบการยอมรับคุณภาพการบริการโดยรวม (Total Perceived Service Quality Model) คือ รูปแบบการรับรู้คุณภาพทั้งหมด ซึ่งได้แก่ การสื่อสารการตลาด การขาย ภาพลักษณ์ การบอกต่อ การประชาสัมพันธ์ และความต้องการของผู้บริโภค ที่มีผลต่อความคาดหวังในสินค้าและบริการของธุรกิจ ในขณะที่เดียวกัน คุณภาพเชิงเทคนิคและคุณภาพเชิงหน้าที่ มีผลต่อประสบการณ์ในคุณภาพสินค้าและบริการ และรูปแบบการยอมรับคุณภาพการบริการโดยรวม สามารถแสดงได้ดังตาราง 2-8

ตาราง 2-8 การยอมรับคุณภาพบริการโดยรวม (Total Perceived Service Quality Model)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Miller J. A	1997	Studying Satisfaction, Modifying Models, Eliciting Expectations, Posing Problem and Making Meaningful Measurements, in Conceptualization and Measurement of Consumer	Miller J. A., (1977, pp. 72-91) พบว่า ความคาดหวังที่เป็นเลิศนั้นถือว่าเป็นความต้องการในส่วนของระดับของการดำเนินงาน
Swan J. E. & Trawick F. I.	1981	Satisfaction Related to Predictive vs. Desired Expectations, in Refining Concepts and Measures of Consumer Satisfaction and Complaining Behavior, Bloomington	Swan J. E. & Trawick F. I. (1981, pp. 7-12) นำเสนอในเรื่องที่เกี่ยวกับความคาดหวังนั้นก็เป็นระดับที่ลูกค้าคาดหวังที่ต้องการสินค้าในการดำเนินงาน
Prakash V.	1984	Validity and Reliability of the Confirmation of Expectations Paradigm as a Determinant of Consumer Satisfaction	Prakash V. (1984, pp. 63-76) พบว่า มาตรฐานของความคาดหวังเป็นการดำเนินการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด

ตาราง 2-8 การยอมรับคุณภาพบริการโดยรวม (Total Perceived Service Quality Model) (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
L. Parasuraman A. Zeitham V.A. & Berry L.	1988	SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality	L. Parasuraman A. Zeitham V.A. & Berry L. (1988, pp. 12-40) พบว่า ความคาดหวังเป็นความต้องการส่วนบุคคลที่มีมาจากประสบการณ์ในอดีต หมายความว่าธุรกิจจะต้องนำเสนออะไรให้แก่ลูกค้าที่มีความคาดหวังที่แตกต่างกันไปโดยความคาดหวังไม่ได้ชี้ให้เห็นถึงการทำนายไม่ได้ หมายถึง ธุรกิจจะเสนออะไร แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการทำนายว่าธุรกิจควรจะเสนอบริการอะไรมากกว่า
Gronroos C. Parasuraman, et al. Carman J.M.	1990	Service Management and Marketing : Managing the Moments of Truth Service Competition Consumer Perceptions of Service Quality : an Assessment of the SERVQUAL Dimensions. Consumer Perceptions of Service Quality : an Assessment of the SERVQUAL Dimensions	Gronroos C. (1990) พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการได้แก่ 2 ลักษณะคือ ลักษณะทางด้านเทคนิคหรือผลที่ได้และลักษณะตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของกระบวนการ ในขณะที่ Parasuraman, et al. (1990) พบว่า มาตรฐานของความคาดหวังในด้านการบริการเป็นการวัดถึงมาตรฐานของความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Carman J.M. (1990, pp. 33-55) พบว่า ความคาดหวังในด้านคุณภาพการให้บริการจะเกี่ยวข้องกับมาตรฐาน และพื้นฐานของมาตรฐานจะมาจากประสบการณ์ในอดีต
Bitner M. J	1992	Servicespace : The Impact of Physical Surroundings on Customer and Employees	Bitner M. J. (1992, pp. 35-55) พบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังในการดำเนินการของสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจมีอยู่

ตาราง 2-8 การยอมรับคุณภาพบริการโดยรวม (Total Perceived Service Quality Model) (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Zeithaml, et al.	1993	The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service	Zeithaml, et al. (1993, pp. 1-12) ได้นำเสนอ ความคาดหวังบริการ 3 ด้าน ได้แก่ 1. การสื่อสารแบบปากต่อปาก 2. ความต้องการส่วนบุคคล จะเป็นตัวกำหนดแนวทางว่าสินค้าหรือบริการอะไรที่มีศักยภาพที่สนองความต้องการลูกค้า และ 3. ประสบการณ์ในอดีตเป็นการเปรียบเทียบประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีตของลูกค้าที่เคยใช้สินค้าหรือเคยใช้บริการเหล่านั้นมาเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในปัจจุบัน
Kotler P. Becko C. P.	2000	Marketing Management 10 th ed. Service Intangibility and its Impact on Consumer Expectations of Service Quality	Kotler P. (2000, pp. 9-26) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าคือ การที่กลับมาซื้อซ้ำซึ่งแสดงให้เห็นถึงสินค้าหรือบริการที่ดีมีคุณภาพและเป็นการแนะนำไปสู่สินค้าหรือบริการอื่นๆ และความไม่พึงพอใจของลูกค้าจะแสดงออกโดยลดปริมาณการซื้อซ้ำหรือคืนสินค้าและ ไม่กลับมาใช้อีก และ Becko C. P. (2000) มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดเกี่ยวกับระดับความคาดหวังของผู้โดยสารขาเข้าที่เข้ามาใช้บริการของท่าอากาศยานภายในประเทศ ทั้งนี้เป็นการก่อให้เกิดการรับรู้ในการดำเนินการของผู้ให้บริการว่าลูกค้ามีความคาดหวังด้านการให้บริการของท่าอากาศยานภายในประเทศ โดยความคาดหวังนั้นจะเกิดความไม่พอใจจะมีช่องว่างเกิดขึ้นหรือความคาดหวังมีมากกว่าการบริการที่ลูกค้าจะได้รับ
Yousapronpaiboon K.	2002	Yousapronpaiboon, K. Quality : SERVQUAL Instrumentation for Measuring Customer Expectations and Perceptions	Yousapronpaiboon, K. (2002, pp. 25-37) พบว่า ในการวัดความคาดหวังการให้บริการของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศในครั้งนี้มี ความสอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบคุณภาพบริการ (Service Quality Gaps Model)

ตาราง 2-8 การยอมรับคุณภาพบริการโดยรวม (Total Perceived Service Quality Model) (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Graham A.	2003	Managing Airport : an International Perspective	Graham A. (2003) ได้นำเสนอแนวคิดที่ว่า ผู้โดยสารขาเข้าของสนามบิน ได้มีการเสนอบริการ พื้นฐานสนามบิน ได้แก่ การให้บริการเที่ยวบินที่มีความหลากหลาย และมีตารางสายการบินที่ชัดเจน รวมไปถึงราคา และสถานที่ของสายการบินที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
Hansemark O. C. & Albinson M.	2004	Customer Satisfaction and Retention: The Experiences of Individual with Employees	Hansemark O. C. & Albinson M. (2004) พบว่าความพึงพอใจก็คือทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อผู้ให้บริการหรือการตอบสนองระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ลูกค้าได้รับขึ้นอยู่กับความต้องการ เป้าหมาย และความปรารถนาของลูกค้าที่ได้รับการผู้ให้บริการ
Jiang Y. & Wang C.L.	2006	The Impact of Affect on Service Quality and Satisfaction : the Moderation of Service Contexts	Jiang Y. & Wang C.L. (2006) พบว่า การประเมินผลการให้บริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะของการให้บริการแต่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ
Fodness & Murray.	2007	Passenger's Expectations of Airport Service Quality	Fodness & Murray (2007) พบว่า ผู้โดยสารกว่า 1,000 คน มีการนำเสนอ ความคาดหวังคุณภาพบริการของสนามบิน ให้เป็นไปในรูปแบบบริการแบบองค์รวม ซึ่งสามารถสรุปได้ เป็น 3 มิติ ได้แก่ หน้าที่การประสานงาน และการปรับปรุงแบบของการให้บริการและลูกค้ามีความคาดหวังต่อบุคลากรผู้ให้บริการ (Fodness & Murray, 2007, pp. 492-506)
Reimann M. Lünemann U. F. & Chase R.B.	2008	Uncertainty Avoidance as a Moderator of the Relationship between Perceived Service Quality and Customer Satisfaction	Reimann M. Lunemann U. F. & Chase R.B. (2008) พบว่า การส่งมอบบริการเร็ว ขึ้นไปยังผู้รับบริการก็จะทำให้คุณภาพการให้บริการสูงขึ้น

ตาราง 2-8 การยอมรับคุณภาพบริการโดยรวม (Total Perceived Service Quality Model) (ต่อ)

นักวิชาการ	ปี ค.ศ.	ชื่อเรื่อง	แนวคิด
Yoo D. K & Park J.A.	2009	Perceived Service Quality Analyzing Relationships Among Employees, Customers, and Financial Performance	Yoo D. K & Park J.A. (2009) พบว่า คุณภาพของการบริการที่ได้รับของลูกค้าขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการบุคลากรของผู้ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ
Kun-Hsi Liao & MingFang Hsieh.	2011	Statistic Exploring the Casual Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction and Customer Loyalty on the Leisure Resort Industry	Kun-Hsi Liao & Ming-Fang Hsieh. (2011, pp. 506-515) ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการบริการที่มีคุณภาพ ภาพลักษณ์ ความภักดีของลูกค้า และความพึงพอใจในอุตสาหกรรมรีสอร์ท พบว่า คุณภาพการให้บริการนั้นจะมีผลทางอ้อมต่อความจงรักภักดีของลูกค้าผ่านทางความพึงพอใจ
Biljana Angelova & Jusuf Zekiri.	2011	Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model)	Biljana Angelova & Jusuf Zekiri (2011) ได้สร้างรูปแบบ ACSI Model ที่ประกอบไปด้วยเหตุและผลกระทบที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้ามี 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ความคาดหวังของลูกค้า, คุณภาพที่ได้รับ, มูลค่าที่ได้รับ, ความพึงพอใจของลูกค้า, ข้อร้องเรียน และ ความจงรักภักดีของลูกค้า
W.J. Deng M. L. Yeh M.L. Sung.	2013	A Customer Satisfaction Index Model for International Tourist Hotels : Integrating Consumption Emotions into the American Customer Index	W.J. Deng M.L. Yeh M.L. Sung. (2013, pp. 133-140) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับแบบจำลองดัชนีความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับโรงแรมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และการบูรณาการ โดยใช้ดัชนีความพึงพอใจของคนอเมริกัน พบว่า ดัชนีความพึงพอใจของลูกค้าจะประกอบด้วย คุณภาพของสินค้า/บริการที่ลูกค้าได้รับ และความคาดหวังของลูกค้า

จากตาราง 2-8 จะเห็นได้ว่าองค์กรในปัจจุบันมองว่าความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) เป็นทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่ล้ำค่าที่สุด แต่ความภักดีสูงไม่ใช่สิ่งสำคัญที่สุดของความสำเร็จเท่านั้น แต่เป็นการรับประกันของความมั่นคงขององค์กร ในยุคปัจจุบันธุรกิจบริการยังต้องการ การพัฒนาคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งที่มีประสิทธิภาพที่จะสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า และมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม จากการศึกษาของ Yingsheng Du & Youchun Tang (2014) พบว่าความจงรักภักดีและคุณภาพการบริการได้รับความสนใจมากกว่าส่วนแบ่งการตลาด และคุณภาพในการบริการก็ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความภักดี ซึ่งธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการจะประสบความสำเร็จได้ก็ต้องอาศัยการตอบสนองความคาดหวังและประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการรับบริการจากการท่องเที่ยว และเพื่อให้เกิดความประทับใจกลับมาใช้บริการซ้ำ และนำไปสู่การสร้างความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2.6 แนวคิดรูปแบบและการตรวจสอบรูปแบบ (Model Concept)

จากนักวิชาการที่เป็นที่ยอมรับกันกล่าวอ้างเป็นต้นรากแนวคิดได้ (Grass Root) อาทิจิ (Kaplan, 1994) พิจารณารูปแบบเชิงแนวคิดมีความหมายใกล้เคียงความเป็นทฤษฎีเชิงแนวคิดหรือเชิงคณิตศาสตร์ แสดงออกซึ่งแนวคิดรูปแบบในลักษณะเป็นข้อเสนอ และการมีค่าสำคัญเป็นเสมือนคำชี้้นำเพื่อสร้างความเข้าใจในสาระของความเป็นจริงจากปัจจัยของความเป็นจริงที่เกิดขึ้นให้ง่ายขึ้น การย่อแนวคิดด้วยคำสำคัญเสมือนการจัดระเบียบแนวคิด แนวคิดของ Kaplan นี้ มีความใกล้เคียงกับความ เป็นรูปแบบเชิงโมโนทัศน์ (Conceptualization) ของ (Willer, 1968) ก็คือ แนวคิดที่มีหลักการเหตุผล (Rational) ด้วยระบบอย่างเป็นทางการ (Formal System) โดยมุ่งให้ความหมายของรูปแบบเชิงความสัมพันธ์กับประพจน์เสมือนประยุกต์ได้กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องทำนองเดียวกันของแนวคิด Willer ซึ่งมีความสอดคล้องกับ (Forcese & Richer, 1973) ที่เห็นว่ารูปแบบต้องมีการจัดระบบความคิดให้เป็นระเบียบและง่ายแก่การทำทำความเข้าใจ จากการพยายามย่อปรากฏการณ์ให้เล็กลงของความสัมพันธ์ที่ปรากฏในโลกของความจริงของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและใช้การให้ชื่อเรียกต่างๆ กันของรูปแบบออกไป เช่น รูปแบบแยกประเภท (Typology) รูปแบบกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) รูปแบบแยกชนิด (Taxonomy) อย่างไรก็ตาม แนวคิดของรูปแบบที่อธิบายสั้นเข้าใจได้ง่ายต่อการนำไปปฏิบัติคือ Good (Good, 1973) ที่ให้แนวคิดว่าแบบจำลองของสิ่งที่ เป็นหรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นแนวทางให้เกิดการสร้างหรือทำซ้ำก็คือ รูปแบบ โดยการเป็นรูปแบบจะสร้างขึ้นเชิงเลียนแบบในรูปแบบแผนภูมิหรือรูปสามมิติที่เป็นแนวคิดของชุดปัจจัย ซึ่งก็คือ ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันร่วมกันเป็นส่วนประกอบของรูปแบบ

จากแนวคิดข้างต้นของผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการระดับต้นรากแนวคิดหรือผู้ก่อการแนวคิด (Foundation Concept) ที่แม้มีความหลากหลายในทางเดียวกันที่เห็นว่ารูปแบบ คือ แบบจำลองเชิงหลักการเหตุผลอย่างเป็นระบบและแสดงความสัมพันธ์ของแนวคิดชุดปัจจัยรวมกันเป็นส่วนประกอบของรูปแบบที่ย่อปรากฏการณ์โลกของความเป็นจริงให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยย่อด้วยคำสำคัญ อธิบายชุดปัจจัยของรูปแบบ และหรือใช้ชื่อเรียกเพื่อแสดงจุดมุ่งหมายให้เข้าใจลักษณะสำคัญของปรากฏการณ์นั้นๆ ขึ้นก็ได้

Smith & Other (1980) จัดแบ่งประเภทของรูปแบบขึ้นไว้ ดังนี้

1. รูปแบบคล้ายจริง (Iconic Model) มีลักษณะใกล้เคียงของจริง รูปแบบนี้มีมักออกมาเป็น สิ่งประดิษฐ์รูปธรรม เช่น หุ่นผู้ชายหรือผู้หญิงที่ตั้งวางในร้านขายเสื้อผ้า เพื่อให้เห็นความงามของเสื้อผ้า และเป็นการจูงใจลูกค้า หุ่นไล่กาตามทุ่งนา เครื่องบินจำลอง ชุดอาหารและหรือผลไม้จำลองตามร้านอาหาร หุ่นตัวละครสำคัญจากภาพยนตร์ชื่อดัง หรือซีรีส์จากโทรทัศน์ เช่น หุ่นยอดมนุษย์ (Ultra Man) หุ่นมาสก์ไรเดอร์ส (Mask Raiders) หุ่นคนเหล็ก (Terminator) และอื่นๆ จนถึงหุ่นนักเรียนและหรือดาราภาพยนตร์และโทรทัศน์ชื่อดัง เช่น เอลวิส เพรสลีย์ เร็น เป็นต้น

2. รูปแบบเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Model) ที่เห็นได้จาก

2.1 รูปแบบข้อความ (Verbal Model) ที่นิยมเรียกกันว่า รูปแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Model) ซึ่งนำมาใช้กันมากที่สุด เป็นการใช้คำสำคัญ (Key Word) อธิบายชุดของปัจจัยปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น หรือใช้ข้อความปกติอธิบายโดยย่อ เช่น อธิบายลักษณะงาน คำอธิบายเนื้อหา ดังเช่น คำอธิบายรายวิชาของชุดวิชาต่างๆ นอกจากนี้ยังรวมแผนภูมิหรือรูปภาพด้วย

2.2 รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ (Mathematical Model) นิยมเรียกกันว่า รูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Model) คือ รูปแบบเชิงเส้นหรือสมการ รวมถึงโปรแกรมเชิงเส้น

นอกจากแนวคิดของสมิธแล้ว การประยุกต์แนวคิดของ Kaplan โดย Keeves (Keeves, 1988) ที่เพิ่มเติมรูปแบบการเทียบเคียงเชิงอุปมาอุปไมย (Analogue Model) มีจุดมุ่งหมายพิจารณา การสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นรูปธรรมให้เป็นนามธรรม เช่น รูปแบบเพื่อทำนายจำนวนพนักงานที่ออกกลางคันยุคภาวะเศรษฐกิจรุ่งเรือง โดยหาที่ทำงานที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า เป็นตัวอย่าง และการแยกรูปแบบแผนภูมิหรือแผนที่ย่อออกมาจากรูปแบบเชิงข้อความ ที่คิฟส์ให้ความสำคัญว่าแผนภูมิหรือแผนที่นั้นต้องแสดงความเชื่อมโยงให้เด่นชัดและเป็นหลักการสำคัญในการสร้างรูปแบบนี้ ยิ่งไปกว่านั้น Smith ยังพัฒนาเทคนิคทางสถิติแบบวิเคราะห์เส้นทางเชิงสาเหตุ (Path Analysis) ออกมาอธิบาย เป็น 2 รูปแบบเพิ่มเติม คือ รูปแบบเชิงสาเหตุเส้นเดียว (Recursive Mode) เพื่อแสดงความสัมพันธ์ย้อนกลับ ซึ่งต่างจากรูปแบบเชิงสาเหตุเส้นคู่ (Non-Recursive Mode) ที่เป็นรูปแบบแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรที่มีทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรภายใน ตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งที่สามารถเป็นได้ ทั้งเชิงสาเหตุและผล แสดงให้เห็นด้วยการมีเส้นโยงแสดงทิศทางย้อนกลับได้

อย่างไรก็ตามงานวิจัยเรื่องนี้ใช้การวิจัยคุณภาพเชิงอนาคตด้วยเทคนิคเดลฟาย รูปแบบที่นำมาอธิบายจึงต้องใช้รูปแบบที่มีความสัมพันธ์กับงานวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งนำมาจากแนวคิดของ Vela, Fernandez-Cavia & Jimenez-Morales (2013, pp. 656-675), Bigdeli & Nahauandi (2009), Linstone & Turoft, Eds. (1975), Altsehuld (2003), Urry (2002) และที่นำมาประยุกต์อธิบายได้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Willer (1967, p. 125) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับรูปแบบ (Model) ว่าเป็นการสร้างมโนทัศน์ (Conceptualization) เกี่ยวกับชุดของปรากฏการณ์โดยอาศัยหลักการ (Rationale) ของระบบรูปนัย (Formal System) และมีจุดมุ่งหมายเพื่อการทำให้เกิดความกระจ่างชัดของนิยามความสัมพันธ์ และประพจน์ที่เกี่ยวข้อง Procter and Paul (1978, p. 174) ให้แนวคิดนี้ไว้ใน Longman Dictionary of Contemporary English โดยสรุปแล้วจะมี 3 ลักษณะใหญ่ คือ Model ที่หมายถึง สิ่งซึ่งเป็นแบบย่อส่วนของจริงความหมายนี้ตรงกับภาษาไทยว่า แบบจำลองและอีกแนวคิดคือ Model ที่หมายถึง สิ่งของหรือคนที่นำมาใช้เป็นแบบอย่างในการดำเนินการบางอย่าง เช่น แบบอย่าง หรือแม่แบบในการวาดภาพศิลป์ เป็นต้น ลักษณะสุดท้ายคือ Model ที่หมายถึง แบบหรือรุ่นของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์รุ่น 864X เป็นต้น Tosi & Carroll (1982, p. 74) กล่าวไว้ว่า รูปแบบเป็นนามธรรมของจริงหรือภาพจำลองของสภาพการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะมีตั้งแต่รูปแบบอย่างง่าย ๆ ไปจนถึงรูปแบบที่มีความสลับซับซ้อนมากๆ และมีทั้งรูปแบบทั้งกายภาพ (Physical model) ที่เป็นแบบจำลองของวัตถุ เช่น แบบจำลองหอสมุดแห่งชาติ แบบจำลองเครื่องบินขับไล่ เอฟ 16 เป็นต้น และรูปแบบเชิงลักษณะ (Qualitative Model) ที่ใช้อธิบายปรากฏการณ์ด้วยภาษาหรือสัญลักษณ์ เช่น รูปแบบเชิงระบบและตามสถานการณ์ (A System/Contingency Model) ของ Brown & Moberg (1980, p. 56) และรูปแบบการบริหาร ซึ่งกำลังศึกษาและพัฒนาในการวิจัยครั้งนี้จะอยู่ในกลุ่มของรูปแบบประเภทหลัง คือ รูปแบบเชิงคุณลักษณะ ซึ่งเป็นรูปแบบในความหมายโดยทั่วไปเมื่อกกล่าวถึงคำนี้ในแวดวงวิชาการ Bardo & Hartman (1982, p. 245) ได้กล่าวถึง รูปแบบในทางสังคมศาสตร์ไว้ว่าเป็นชุดของข้อความเชิงนามธรรมเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เราสนใจเพื่อใช้ในการนิยามคุณลักษณะและ/หรือบรรยายคุณสมบัติต่างๆ Bardo & Hartman อธิบายว่า รูปแบบเป็นอะไรบางอย่างที่เราพัฒนาขึ้นมา เพื่อบรรยายคุณลักษณะที่สำคัญๆ ของปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ รูปแบบจึงมิใช่การบรรยายหรืออธิบายปรากฏการณ์อย่างละเอียดทุกแง่มุม เพราะการทำเช่นนั้นจะทำให้รูปแบบมีความซับซ้อนและยุ่งยากเกินไปในการที่จะทำความเข้าใจ ซึ่งจะทำให้คุณค่าของรูปแบบนั้นด้อยลงไป ส่วนการที่จัดระบบรูปแบบหนึ่งๆ จะต้องมีรายละเอียดมากน้อยเพียงใดจึงจะเหมาะสม และรูปแบบนั้นควรมืองค์ประกอบอะไรบ้าง ไม่ได้มีข้อกำหนดเป็นการตายตัว ทั้งนี้ก็แล้วปรากฏการณ์ แต่ละอย่างและวัตถุประสงค์ของผู้สร้างรูปแบบที่ต้องการจะอธิบายปรากฏการณ์นั้นๆ อย่างไรก็ตาม Stoner & Wankel (1986, p. 44) ให้ทัศนะเกี่ยวกับรูปแบบว่า เป็นการจำลองความจริงของปรากฏการณ์เพื่อทำให้เราได้

เข้าใจความสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนของปรากฏการณ์นั้นๆ ได้ง่ายขึ้น Raj (1996, p. 45) ได้ให้ความหมายของคำว่า รูปแบบ (Model) ในหนังสือ Encyclopedia of Psychology and Education โดยได้อธิบายไว้ 2 รูปแบบดังนี้ 1) รูปแบบ (Model) คือ รุปย่อของความจริงของปรากฏการณ์ ซึ่งแสดงด้วยข้อความ จำนวน หรือภาพโดยการลดทอนเวลา และทำให้เข้าใจความจริงของปรากฏการณ์ได้ดียิ่งขึ้น 2) รูปแบบ (Model) คือ ตัวแทนของการใช้แนวความคิดของโปรแกรมที่กำหนดเฉพาะ ตลอดจนอาจใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไป Good (2005, p. 177) ได้ให้ทัศนะของรูปแบบไว้ 4 ความหมาย คือ 1) เป็นแบบอย่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างหรือทำซ้ำ 2) เป็นตัวอย่างเพื่อเลียนแบบ เช่น การออกเสียงภาษาต่างประเทศเพื่อให้ผู้เรียนได้เลียนแบบ เป็นต้น 3) เป็นแผนภูมิหรือรูปสามมิติ ซึ่งเป็นตัวแทนของสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลักการหรือแนวคิด 4) เป็นชุดของปัจจัย ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งรวมตัวกันเป็นตัวประกอบและเป็นสัญลักษณ์ทางระบบสังคม ที่อาจจะเขียนออกมาเป็นสูตรทางคณิตศาสตร์หรือบรรยายเป็นภาษาก็ได้ Thinkexist (2008, p. 1) ได้ให้ความหมายในมุมมองของรูปแบบ (Model) ไว้ว่าเป็นแบบจำลองระบบการปฏิบัติงานหรือแบบแปลนของการก่อสร้างที่วาดไว้ล่วงหน้าหรือสิ่งของที่เป็นตัวแทนแสดงความคิดของสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตหรือสิ่งที่เตรียมเอาไว้ล่วงหน้า Ardictionaary (2008, p. 1) ได้นิยามความหมายของ รูปแบบ (Model) หมายถึง แบบจำลองที่เป็นสัดส่วนหรือเป็นประเภทเดียวกันกับของจริงหรือสัญลักษณ์ของการเป็นตัวแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่คาดว่าจะเกิดในอนาคต หรือแบบแผนของสิ่งที่เตรียมไว้ และยังมีย่ออีกหลากหลายมุมมอง แนวคิดของรูปแบบไว้ว่า รูปแบบ (Model) คือ ตัวแทนของการใช้แนวความคิดของโปรแกรมที่กำหนดเฉพาะ Raj (1996, p. 197) รูปแบบ หมายถึง รุปย่อที่เลียนแบบความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยจัดระบบความคิดในเรื่องนั้นให้ง่ายขึ้น ในทัศนะของ Stanford Encyclopedia of Philosophy (2006, p. 671) ได้ให้ความหมายของรูปแบบในลักษณะสอดคล้องกับการให้ความหมายของ Good ว่ารูปแบบเป็นระบบหรือโครงสร้างที่ถูกสร้างขึ้นมาจากทฤษฎีทั่วไปเพื่อพรรณนาและอธิบายปรากฏการณ์นั้นๆ Husen & Postlethwaite (1994, p. 389) ได้ให้ความหมายว่ารูปแบบคือ โครงสร้างที่ถูกนำเสนอเพื่อใช้วินิจฉัยความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่สร้างมาจากเหตุการณ์ การหยั่งรู้ ด้วยวิธีการอุปมาอุปไมยหรือได้มาจากทฤษฎี รูปแบบจึงไม่ใช่ทฤษฎี สรุปได้ว่า รูปแบบ (Model) หมายถึง ความสัมพันธ์ของ 2 ชุด ตัวแปร ประกอบด้วย กระบวนการปฏิบัติงานกับงานวิชาการที่มีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน

องค์ประกอบของรูปแบบ

จากแนวคิดเชิงระบบของ Brown & Moberg (1980) จึงนำมาสังเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบที่ศึกษาพบ ต้องเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่อไปนี้ ซึ่งถือเป็นชุดปัจจัยซึ่งจะทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์การ (ซึ่งประยุกต์ได้กับอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกของงานวิจัยนี้) ดังนี้

1. สภาพแวดล้อม (Environment) ที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์การ (ซึ่งงานวิจัยนี้ คือ การบริหารจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยต้องปรับเข้าตามกระแสนิยม)

2. โครงสร้าง (Structure) นี้ต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมเพื่อการบริหารจัดการสำหรับ งานวิจัยนี้ประยุกต์ได้กับโครงสร้างอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก และมีผลต่อการสร้างนวัตกรรม และความสำเร็จจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเขตภาคเหนือตอนล่าง (2555-2562) และแผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเขตภาคเหนือ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2548-2552)

3. กระบวนการจัดการ (Management Process) ที่ต้องให้เกิดความสอดคล้องตั้งแต่การวาง นโยบายแผนงาน บุคลากร และกิจกรรมการใช้เทคโนโลยี เพื่อให้เกิดความบันเทิงและทันสมัย เช่น สื่อ ออนไลน์ สื่อสังคม (Social Media) เป็นต้น ตลอดจนการมีส่วนร่วมของประชาชน และนำไปสู่การจัดการ นวัตกรรมสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และการเพิ่มรายได้ให้กับองค์การ ซึ่งงานวิจัยนี้คือ อุทยาน ประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก

4. การตัดสินใจสั่งการ (Decision Making) ต้องนำปัจจัยต่างๆ ที่จะสร้างความสำเร็จให้กับ องค์การด้วยการวางกลยุทธ์ขององค์การ การให้บริการ ให้สอดคล้องกับปัจจัยในการบริหารข้างต้นที่ กล่าวมาทั้งหมด สำหรับงานวิจัยนี้คือ ปัจจัยที่จะสร้างนวัตกรรมในการจัดการนวัตกรรมที่นำมาเป็น ปัจจัยการจัดการนวัตกรรมเชิงวิสัยทัศน์ ตามประเภทการวิจัยอนาคตและเทคนิคเดลฟายที่งานวิจัยเรื่อง นี้นำมาใช้ศึกษาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

อย่างไรก็ตาม จากแนวคิดเชิงทฤษฎีของ Brown & Moberg ที่นำมาปูพื้นฐานให้เห็นแนวคิด ขององค์ประกอบของรูปแบบจาก 4 ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นขององค์ประกอบรูปแบบทั่วไป ซึ่งประยุกต์ ได้กับงานวิจัยเรื่องนี้ เพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้นและเป็นองค์ประกอบรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงลงไปให้ เกี่ยวข้องกับการจัดการนวัตกรรมด้วย โดยให้นำแนวคิดเชิงทฤษฎีมาประยุกต์เข้ากับการปฏิบัติเชิง ความสัมพันธ์ (Relationship Between Theory and Practice is Applied Viewed as an Important Feature of Applied Passion Marketing Management Research) โดยให้มุ่งความ สนใจในการประยุกต์ในการสร้างแผนที่เชิงประจักษ์ด้วยมุมมองที่ให้เกิดปรับปรุงหรือพัฒนา ปραกฏการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นๆ ด้วยการมองระดับของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 3 ระดับ เสมือนเป็นทรัพยากร (Resource) ที่นำมาใช้ในการจัดการนวัตกรรมที่อธิบายให้เห็นความเป็นไปได้ (Three Interrelated Level of Desirable Description)

1. ระดับการจัดการนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ เพื่อนำมาจัดการกับปัญหาปัจจุบันหรือสำรวจ แนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (Strategic Passion Marketing Level)

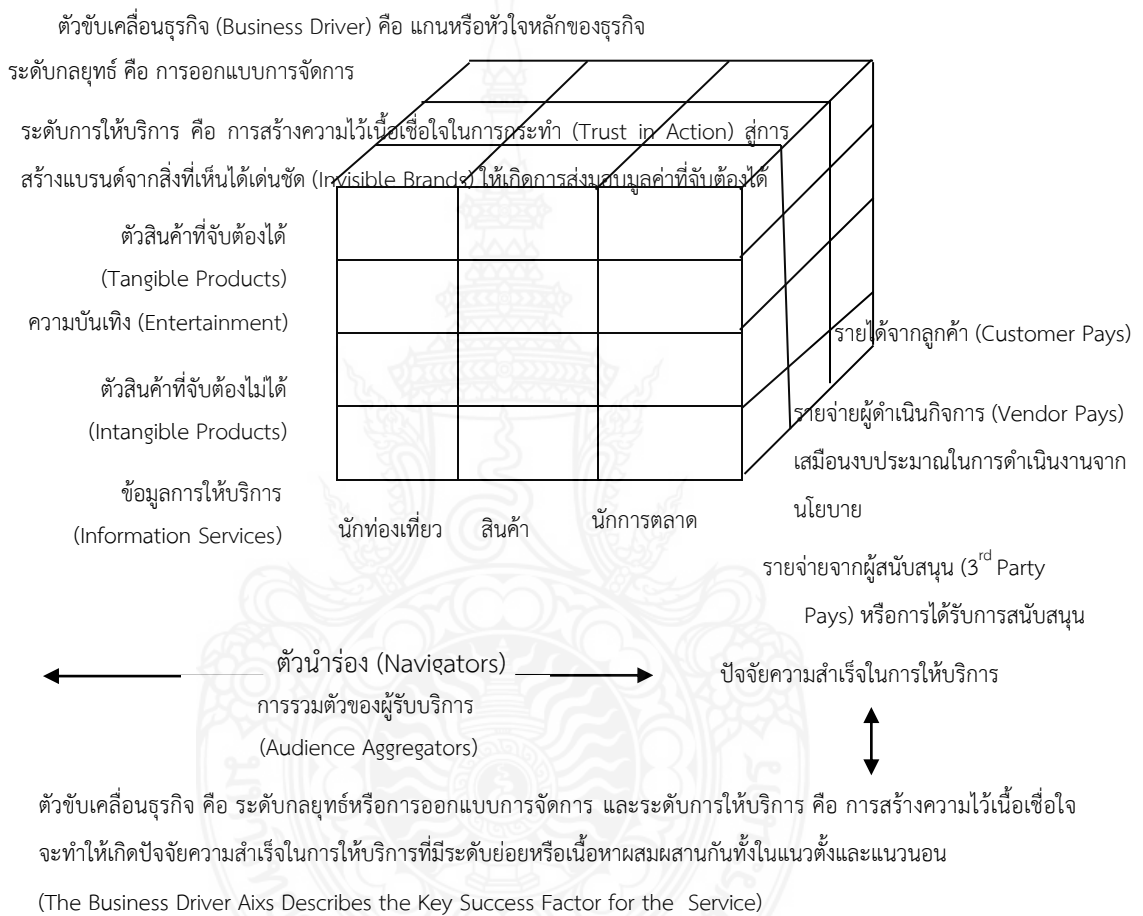
2. ระดับการจัดการนวัตกรรมเพื่อปฏิบัติ คือ ขั้นตอนดำเนินงานตามหรือสอดคล้องกับระดับการ จัดการนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ (Practical Interrelated Level of Passion Marketing Management)

3. ระดับการใช้ประโยชน์ คือ การนำการประเมินให้เห็นปัจจัยที่สร้างประโยชน์ที่เป็นไปได้ในการปฏิบัติการจัดการนวัตกรรมจากระดับการจัดการนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์และระดับการจัดการนวัตกรรมเพื่อปฏิบัติ (Usefulness as Critical Success Explicitly of Passion Marketing Management Approach for Engaged Visionary Model Can be Practical Goals)

ซึ่งแนวคิดของ 3 ระดับข้างต้น สอดคล้องตามแนวคิดของ Glaser & Strauss (1967) ที่ให้แนวคิดของการสร้างคุณค่าของแนวคิดและหลักการจะต้องทำให้ความคิดเชิงนามธรรม จากแนวคิดเชิงทฤษฎีให้เกิดเป็นมรรคผลที่เป็นไปได้ของแนวคิดที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ด้วยการกำหนดหรือสร้างรูปแบบตามแนวคิด Keeves (1988) ในการตรวจสอบรูปแบบจำลองเหนือเกณฑ์ปกติ ซึ่งหากพิจารณาแล้วกับกลุ่มแนวคิดนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญทางเทคนิคเดลฟายที่กล่าวข้างต้นแล้ว ก็คือ เทียบเคียงได้กับรูปแบบจำลองเชิงวิสัยทัศน์ ซึ่งมีความสอดคล้องหรือใกล้เคียงกับแนวคิดของเกรเซอร์ และสเตร้าส์ ตรงที่แนวคิดการสร้างรูปแบบตามแนวคิดคิฟส์ ในการตรวจสอบรูปแบบจำลองเหตุผลใหม่ที่เป็นไปได้ จากปรากฏการณ์จริงที่ยังเป็นแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ยังไม่เป็นเชิงประจักษ์ (Rational Reconstruction for Situated Ideals) ซึ่ง Ellingson (2003) ให้ความเห็นสรุปไว้ว่า การที่จะสร้างรูปแบบจำลองเหตุผลใหม่ที่เป็นไปได้ใกล้เคียงความจริงหรือ “ติดดิน” เชิงทฤษฎีด้วยแนวโน้มของปัจจัยที่เกี่ยวข้องและนำมาให้เกิดการยอมรับต่อไปด้วย ศิลปะแห่งการปฏิบัติ (Practical Art) คือ นำไปทำการจัดการนวัตกรรมเชิงปลูกฝังให้เกิดการเรียนรู้ในรูปแบบวิสัยทัศน์ หรือการมองไปข้างหน้าด้วยการสร้างสรรค์ให้เป็น “ทฤษฎีเชิงปฏิบัติที่ติดดิน” (Grounded Practical Theory : GPT) ตามแนวคิดของ Craig & Tracy (1995) ต่อมาความเด่นชัดของการต้องให้ความสนใจใน 3 ระดับปัจจัยการจัดการนวัตกรรมในปี 2001 ศึกษาต่อเนื่องด้วยการวิจัยและนำไปปฏิบัติจนยอมรับกันในปี 2006 แพร่หลายไปทั่วยุโรปและสหรัฐอเมริกาจนปัจจุบัน จากการให้แนวคิดการสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของ Spano (2001-2006), Kaid (1974), Mckinney (1996), Tedesco (1996), Craig & Tracy (1995) ที่นำไปใช้ปฏิบัติกับทางการเรียนรู้, นวัตกรรมบริการ, การมีส่วนร่วมของประชาชนและหรือชุมชน สามารถประยุกต์ใช้กับงานวิจัยเรื่องนี้ได้อย่างดี เพราะเรื่องทั้งหมดที่กล่าวมานั้น ทั้งการเรียนรู้ นวัตกรรมบริการและการมีส่วนร่วมของประชาชนและ/หรือชุมชน เป็นเรื่องในงานวิจัยนี้ทำการศึกษาทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Craig & Tracy กับการศึกษาผลการศึกษาของ Spano โดย Costello (2003), Reason & Bradbury (2007), Stringer (2007) และสอดคล้องแนวคิดการวางกลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์และของ Bayler, Stoughtow & Kotler (1998) ตลอดจนการมีแนวคิดรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของ 3 ระดับปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดว่านำไปสู่การเป็นแนวโน้มสร้างแบรนด์จากสิ่งที่ไม่เห็น (Invisible) กับการจับต้องได้ (Tangible) และให้พิจารณาเรื่องการให้บริการเป็นการส่งมอบคุณค่าให้ลูกค้า งานวิจัยนี้คือ ผู้เข้าชม (Delivering Value) หรือนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเพิ่มพูนด้านรายได้ด้วย โดย Bayler, Stoughtow & Kotler (1998) จึงได้สร้าง “รูปแบบ

รูบิค” (The Rubic Cube Model) ขึ้นเพื่อยืนยันความสำคัญกับระดับข้างต้น และต้องออกแบบไว้ด้วยในการเป็นรูปแบบทางธุรกิจที่ ซึ่ง Bayler & Stoughtow ก็ให้แนวคิดในการประยุกต์รูปแบบของรูปแบบรูบิคนี้กับการจัดการด้านอื่นๆ ได้ทั้งสิ้นอีกด้วย จึงใช้คำว่า “มิติการบริการ” กับรูปแบบ ดังภาพ 2-5

ภาพ 2-5 รูปแบบรูบิคของ Bayler, Stoughtow & Kotler



ที่มา : Bayler, Stoughtow & Kotler (1998, p. 202)

ดังนั้น จากรูปแบบรูบิครายได้ของ Bayler & Stoughtow นี้ นำมาประยุกต์อธิบายกับรูปแบบการจัดการนวัตกรรม โดยพึ่งพางานวิจัยของ สมิหรา จิตตลดากร (2551) งานศึกษาของ Kotler & Kotler และกีรติ ยศยิ่งยง (2552) ที่ประยุกต์ในการต้องใช้ 3 ระดับข้างต้น กับความเป็นเหตุเป็นผลของการสร้างรายได้ และการสร้างแบรนด์ให้กับองค์กร ซึ่งในงานวิจัยนี้คือ อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกตลอดจนมีความเกี่ยวข้องกับการจัดการนวัตกรรมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไป ซึ่งอ้างอิงแนวคิดที่ประยุกต์มาใช้กับงานวิจัยนี้จาก (Kotler, 1998, p. 202) และแผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเขต

ภาคเหนือตอนล่าง (พ.ศ.2548-2552, พ.ศ. 2552-2559), (Besi, 2000, p. 222), (Thompson, Peterat, Gamble & Stickland, 2016) สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกดังกล่าว

โดยสรุปจากที่กล่าวมาทั้งหมดกับรูปแบบการจัดการนวัตกรรมการในเชิงแนวคิด ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงวิสัยทัศน์เชื่อมโยงกับเทคนิคเดลฟายที่งานวิจัยนี้นำมาใช้เหตุผลสำคัญ เพื่อให้เห็นว่ารูปแบบการจัดการนวัตกรรมการเชิงวิสัยทัศน์ที่จะปรากฏในส่วนการอภิปรายผลของงานวิจัยเรื่องนี้ต่อไป สามารถเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่สอดคล้องทั้งเชิงทฤษฎีและนำไปใช้ปฏิบัติที่มีความเป็นไปได้ โดยมีวรรณกรรมทั้งแนวคิดและ/หรือทฤษฎีสันับสนุนให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์ตามที่ได้ทบทวนมาข้างต้นทั้งหมดดังกล่าวสนับสนุนในส่วนผลการวิจัยและอภิปรายผลต่อไปแล้วเป็นสำคัญ

นอกจากนี้รูปแบบดังที่กล่าวไว้ข้างต้นนี้ ยังสอดคล้ององค์ความรู้ใหม่ทางการจัดการนวัตกรรมการบริการ ซึ่งเป็นแก่นหลักองค์ความรู้ของงานวิจัยนี้ เหตุนี้เมื่อทบทวนวรรณกรรมจึงพบแนวคิดใหม่ จึงขอนำมาเป็นการทบทวนวรรณกรรมเสริมให้เป็นแนวคิดมากยิ่งขึ้น จากแนวคิดของ De Fleur, Kearney, Plax & De Fleur (2014, p. 222) ที่ได้ทำการสร้างรูปแบบ “การบริการในเวลาเดียวกันหรือพร้อมกัน” (A Simultaneous Transactions Model)

จากข้างต้น De Fleur, Kearney, Plax & De Fleur จึงเสนอแนวคิดข้างต้น ซึ่งสามารถประยุกต์ได้อย่างดีกับงานวิจัยนี้เป็นรูปแบบเชิงวิสัยทัศน์การจัดการนวัตกรรมการจากปัจจัย 3 ระดับ คือ ระดับกลยุทธ์ ระดับองค์กร และระดับปฏิบัติการให้บริการหรือระดับปัจจัยหรือบุคลากร การจัดการนวัตกรรมการที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยส่วนที่เรียกว่า อิทธิพลของสิ่งแวดล้อม ประยุกต์เข้ากับภาคการผลิตซึ่งถือเป็นภาคการผลิตหรือผู้ให้บริการคือ อุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งงานวิจัยนี้คือ อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก ซึ่งเป็นระดับกลยุทธ์ ที่เรียกว่า อิทธิพลของสถานการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมประยุกต์เข้ากับภาคการบริการคือ ระดับการให้บริการของอุทยานประวัติศาสตร์ ซึ่งก็มีการจัดการนวัตกรรมการให้บริการเป็นส่วนประกอบด้วย ซึ่งในส่วนอิทธิพลของสถานการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมนี้ ถือเป็นการส่งผ่านการจัดการนวัตกรรมการพร้อมกันอย่างต่อเนื่อง จากระดับกลยุทธ์สู่ระดับการให้บริการ ซึ่งคือ การจัดการนวัตกรรมการบริการและส่วนสุดท้ายคือ การจัดการนวัตกรรมการ

ภาพ 2-6 การประยุกต์รูปแบบการจัดการนวัตกรรมบริการ



ที่มา : ประยุกต์จาก De Fleur, Kearney, Plax & De Fleur (2014)

ในการสร้างรูปแบบขึ้นมา ปัญหาสำคัญ และถือว่าอันตรายอย่างมากตามแนวคิด Keeves (1988) คือ การขาดการตรวจสอบรูปแบบว่าเป็นที่ยอมรับได้อย่างเชิงประจักษ์ ไม่ได้สร้างขึ้นมาเพียง

เพื่อแค่อธิบายหรือเชิงทฤษฎีเท่านั้น แต่การยอมรับรูปแบบทางพฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งทางด้านการจัดการนวัตกรรมถือได้ว่านำมาประยุกต์ใช้ได้ตามเกณฑ์

งานวิจัยที่มีการสร้างรูปแบบต้องมีการทดสอบแสดงข้อมูลเชิงปริมาณและมีตัวเลขทางสถิติ แสดงการยอมรับเชิงแสดงความสอดคล้องชัดเจน เหตุนี้ Eisner (1976, pp. 192-193) ให้แนวคิดที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางคือ การประเมินรูปแบบจากผู้ทรงคุณวุฒิด้วยเหตุผลดังนี้

1. ให้ได้ข้อสรุปการวิเคราะห์ วิพากษ์ และวิจารณ์ในคุณภาพของเนื้อหาที่ต้องการประเมินปรากฏอยู่ในข้อมูลของรูปแบบ
2. ผู้ทรงคุณวุฒิที่คัดเลือกให้มาทำการประเมินส่วนมาก มักจะเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง มีประสบการณ์สูงอยู่แล้ว การวินิจฉัยลงความเห็นแสดงด้วยเชิงประจักษ์ข้อมูลทางสถิติ แสดงความรู้ความสามารถได้อย่างแท้จริง
3. ผู้ทรงคุณวุฒิที่คัดเลือกให้ทำการประเมินมีความเชื่อถือในความเป็นกลางจากดุลยพินิจที่ดี ไม่มีส่วนได้เสียกับรูปแบบที่ตนเองประเมิน แสดงความยุติธรรมอย่างไม่มีสารแฉง (Hidden Agenda) หรือผลประโยชน์ทับซ้อน (Conflict of Interest) รวมถึงปลอดค่านิยมหรือคติส่วนตัวได้อย่างดี (Value Free or Stereotype)

2.7 นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนล่าง

นโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ 1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยว 2. เชื่อมโยงการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด 3. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ให้ความสำคัญกับการใช้ศักยภาพของที่ตั้งในการสร้างฐานเศรษฐกิจเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคเกษตรและการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดความยั่งยืน โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญดังนี้

1. สร้างมูลค่า (Value Creation) การท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัด เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของกลุ่มจังหวัด โดยการฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดให้เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดและกลุ่มจังหวัดรวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน พัฒนาด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวด้านที่พัก อาหาร การเดินทาง และความปลอดภัย รวมถึงการพัฒนาเพื่อสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

2. เพิ่มรายได้จากการพัฒนาและสร้างสินค้าการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการเพิ่มโอกาสการขยายตัวทางการค้า การลงทุนและยกระดับการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งสร้างรายได้ของกลุ่มจังหวัดอย่างมั่นคง โดยส่งเสริมพัฒนาด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัด และระหว่างกลุ่มจังหวัด จัดทำแผนการพัฒนาและใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกของพื้นที่ ทั้งอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชรและเขตนุรักษ์พันธุสัตว์ป่าห้วยขาแข้ง สนับสนุนให้ชุมชนที่อยู่ใกล้แหล่งมรดกโลกมีส่วนร่วมในการพัฒนา ตลอดจนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว

3. บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนมุ่งเน้นการสร้างสมดุลของระบบนิเวศน์ เพื่อสนับสนุนการผลิต และการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งน้ำ เพิ่มสมรรถนะแหล่งกักเก็บน้ำเดิม และแหล่งกักเก็บน้ำใหม่ตามศักยภาพ และความจำเป็นของพื้นที่ และพัฒนาระบบการบริหารจัดการลุ่มน้ำ โดยเฉพาะลุ่มน้ำยม เพื่อแก้ปัญหาอุทกภัยซ้ำซาก ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรดิน น้ำ ป่าไม้ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ตลอดจนพัฒนาระบบเตือนภัยในพื้นที่เสี่ยงภัยให้ครอบคลุมและทั่วถึง

กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย 9 จังหวัด คือ จังหวัดพิษณุโลก ตาก สุโขทัย อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ อุทัยธานี กำแพงเพชร และพิจิตร มีเพียง 2 จังหวัด ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางอุทยานประวัติศาสตร์และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจาก UNESCO คือ จังหวัดสุโขทัยและจังหวัดกำแพงเพชร

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่วิเคราะห์โดยสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง, 2557-2560) ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ดังตาราง 2-9

ตาราง 2-9 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

จุดแข็ง (Strength)	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่าน และแหล่งน้ำตามธรรมชาติขนาดใหญ่ที่เอื้อประโยชน์ทางการเกษตรและการท่องเที่ยว 2. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติโบราณสถานและศิลปกรรม รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชาวไทย 3. เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ และโบราณสถาน 4. มีแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายเป็นที่ยอมรับ 5. มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นมรดกโลกและยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามกระจายครอบคลุมทุกพื้นที่ของกลุ่มจังหวัด
จุดอ่อน (Weakness)	<ol style="list-style-type: none"> 1. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่ได้รับการพัฒนาให้มีความโดดเด่นเป็นที่ยอมรับ 2. ทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณค่าต่อการท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมบางประเภทเริ่มเสื่อมโทรมมากขึ้น 3. การพัฒนาการสร้างสรรค์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนมีน้อย 4. ขาดการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร 5. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวยังขาดประสิทธิภาพ 6. ยังไม่มีการจัดตั้งศูนย์เพื่อรองรับการพัฒนาด้านการค้า การบริการและท่องเที่ยว อาทิ ศูนย์จำหน่ายและกระจายสินค้า และศูนย์ข้อมูลการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว 7. บริการการท่องเที่ยวยังสร้างรายได้จำกัดและกิจกรรมการท่องเที่ยวยังขาดความต่อเนื่องตลอดทั้งปี 8. การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว บ่ายบอกเส้นทางหลายแหล่งยังไม่สะดวก
โอกาส (Opportunity)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบเทคโนโลยีการสื่อสารมีความเจริญก้าวหน้าไปถึงระดับชุมชน และครอบครัว 2. ทิศทางการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสังคมและชุมชนที่เข้มแข็งตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3. รัฐบาลมีนโยบายพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงภายในจังหวัด และประเทศเพื่อนบ้าน 4. ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว 5. เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub Region : GMS) ทำให้สามารถขยายตลาดการค้า บริการท่องเที่ยว และฐานการผลิตด้านการเกษตร 6. การเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.)
อุปสรรค (Threats)	<ol style="list-style-type: none"> 1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมือนกันของจังหวัดในภาคอื่นๆ ที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศและระดับชาติ

ที่มา : สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง (2557-2560)

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Related Research)

ในการทบทวนเพื่ออ้างอิงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ผู้วิจัยขอนำงานวิจัยในต่างประเทศ และในประเทศที่ถือเป็นต้นตำรับ (Academic Authority) มาอ้างอิง เพราะงานวิจัยภายหลังแม้แต่ปัจจุบันก็ล้วนเดินตามแนวทางวิจัยดังกล่าวเหล่านี้ทั้งสิ้น สามารถสรุปดังรายละเอียดต่อไปนี้

G.B. Goode (1985, p. 202) ศึกษาเรื่อง “The Principles of Museum Administration” พบว่า การบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ไม่เป็นเพียงแค่เรื่องการจัดการ (Manage) เท่านั้น แต่การบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ รวมถึงความสัมพันธ์ระดับกลยุทธ์คือ การบริหาร และระดับการให้บริการคือ การจัดการ ดังนี้

1. ควรมีความพอเพียง และความเสถียรขององค์การ ก็คือ อุทยานประวัติศาสตร์
2. มีการวางแผนชัดเจนภายใต้กรอบความสอดคล้องที่แสวงหาโอกาสในการร่วมบริหารจัดการในรูปสถาบันที่มีความรู้สึกร่วมเอื้อประโยชน์ชุมชน
3. มีอุปกรณ์การทำงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีมีความเพียงพอ รวมถึงการสะสมวัตถุโบราณและศิลปวัตถุ
4. มีอาคารที่ทำการอย่างมั่นคง
5. มีอุปกรณ์การทำงานทั้งที่เป็นอุปกรณ์เสริม การติดตั้งอุปกรณ์ การดำเนินงานของอุทยานประวัติศาสตร์ และทางด้านเทคนิคต่างๆ

Peter Lewis (1994, p. 130) ได้ศึกษาเรื่อง “Marketing to the Local Community” พบว่า ความผิดพลาดของการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ที่ไม่ให้ความสำคัญกับการตลาดที่ต้องมองภาพทั้งหมดตั้งแต่ฝ่ายเจ้าหน้าที่ทั้งระดับล่างขึ้นมา และต้องคำนึงการเผยแพร่ต่อสาธารณะที่ต้องอาศัยพึงพาการโฆษณา ล้วนเกี่ยวข้องกับระดับกลยุทธ์ที่นำไปสู่การทำงานอย่างสมบูรณ์ทั้งภาครัฐและความต้องการเรียนรู้ของด้านประชาชนผู้เข้าชมและสร้างความพึงพอใจแก่ประโยชน์ผู้ชมฐานะเป็นลูกค้า

Wilms Hurst (1984) ได้ศึกษาเรื่อง “Museum Policy and Marketing Strategies” พบว่า การให้ความสำคัญของนโยบายอุทยานประวัติศาสตร์กับกลยุทธ์การตลาดนั้นให้ภาพลักษณ์ทั้งระดับนโยบายของประเทศ จนถึงระดับชุมชนท้องถิ่นและสร้างรายได้ด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างรายได้ให้มากกว่าผลกำไร แต่เป็นแหล่งให้การศึกษาหรือสถาบันการศึกษาศิลปวัตถุ โบราณวัตถุ มากกว่าการเป็นสถานที่เก็บรวบรวมโบราณวัตถุหรือเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เท่านั้น แต่ยังคงต้องสามารถเป็นได้ทั้งโรงแรมหรู และแหล่งให้การศึกษาเรียนรู้ด้วยการนำวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นและชุมชนมาผสมผสานเข้าไว้ด้วยกัน

Nobuko K. (1999, pp. 402-413) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “The Museum Marketing is Facing More Financial Hardship” ของพิพิธภัณฑ์บางแห่งในสหรัฐอเมริกาอาจได้เริ่มเรียกเก็บ

ค่าธรรมเนียมการรับเข้าศึกษาทำให้เกิดการถกเถียงสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านพิตธิภัณฑ์ชาวอังกฤษได้อภิปรายเกี่ยวกับในทำนองเดียวกันว่า ควรมีการจัดการทางการตลาดเพื่อให้สามารถเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมและค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวที่ย่อมที่จะจ่าย แต่จากเหตุผลหลายประการพิตธิภัณฑ์ในช่วงแรกที่ไม่มีการเรียกเก็บเงิน เพราะให้ความสำคัญกับการเยี่ยมชมหรือส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาศึกษาหรือเรียนรู้มากขึ้น และได้รับการสนับสนุนจากประชาชนมากขึ้น และด้วยการแข่งขันที่มากขึ้นสำหรับผู้เข้าชมในตลาดพักผ่อนที่กว้างขึ้น และพนักงานที่ยังไม่ได้แสดงความต้องการ ความปรารถนาที่จะให้บริการประชาชนได้ดีขึ้น พิตธิภัณฑ์ต่างๆ ได้ลงทุนในการปรับปรุงเพื่อสร้างประสบการณ์ผู้เข้าชมพิตธิภัณฑ์สำหรับการดำเนินการเพิ่มคุณภาพของการเยี่ยมชมพิตธิภัณฑ์ เช่น การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ร้านสินค้า ร้านค้าคาเฟ่และร้านค้า ในเวลาเดียวกันพิตธิภัณฑ์ได้กลายเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับการขยายพิตธิภัณฑ์ผู้ชมโดยการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นกลุ่มคนให้เข้าชมบ่อยๆ ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น

Ramendra Thakur & Dena Hale (2012) ทำการศึกษาเรื่อง “Service Innovation : A Comparative Study of U.S. and Indian Service firms” พบว่า ซึ่งจะเห็นได้ว่า นวัตกรรมบริการบริการจะมีส่วนในการสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยว หากแต่นักวิชาการ ผู้จัดการและผู้กำหนดนโยบายก็มีความสำคัญอย่างมากบทบาทในการสร้างและใช้นวัตกรรม ถ้าขาดการตรวจอย่างพิถีพิถันขาดความเข้าใจในผลลัพธ์ของนวัตกรรมบริการ และการระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสาเหตุนวัตกรรมบางอย่างประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว การศึกษานี้มีส่วนช่วยในการบริหารจัดการนวัตกรรมบริการ โดย 1) การพัฒนาแบบจำลองทางทฤษฎีเชิงเปรียบเทียบที่อิงกับกระบวนการต้นนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ (Bain's Social-Conduct-Performance : SCP) และทฤษฎีทุนทางสังคมของนวัตกรรม 2) การทดสอบรูปแบบโดยใช้ข้อมูลการบริหารจัดการจากอุตสาหกรรมบริการต่างๆ และ 3) เปรียบเทียบผลลัพธ์ ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นใหม่ของทั้ง 2 บริษัท ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงการรับรู้ความสามารถในการบริหารจัดการที่คล้ายคลึงกันของความสำเร็จด้านนวัตกรรมบริการและปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคผู้จัดการบริษัทหนึ่งระบุว่า ปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของพวกเขามีผลกระทบเชิงลบต่อนวัตกรรมบริการบริการในขณะที่ปัจจัยเหล่านี้ไม่ได้เป็นตัวบ่งชี้ถึงนวัตกรรมที่สำคัญในตัวอย่างของอีกบริษัท ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นวัตกรรมบริการมีความสัมพันธ์กับบริษัทที่ไม่แสวงหาผลกำไร ประสิทธิภาพทางการเงิน, ความสัมพันธ์ของบริษัท, ลูกค้า, นโยบายสาธารณะ

สวรรงค์ ตั้งตรงสิทธิกุล (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเสนอแนะเพื่อการออกแบบศูนย์ประวัติศาสตร์รัตนโกสินทร์เขตภาคเหนือ เพื่อสร้างความเข้าใจความเป็นมาของเขตภาคเหนือในฐานะศูนย์กลางของประเทศ ได้ถูกต้อง” จากการวิจัย พบว่า การนำเสนอให้กับหน่วยงานที่สนใจไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนนำไปใช้ดำเนินการ ต้องทำการศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินการ โครงสร้าง

องค์กรของพิพิธภัณฑ์ การเงิน ตลอดจนนำเสนอลำดับประวัติศาสตร์ของเขตภาคเหนือ มีช่วงเวลาตั้งแต่สมัยพุทธศตวรรษที่ 12 ปี พ.ศ. 2525 เพื่อใช้เป็นเนื้อหาในการแสดงในพิพิธภัณฑ์ พร้อมทั้งนำเสนอเกณฑ์ในการพิจารณาที่ตั้งพิพิธภัณฑ์ ได้แก่

1. ด้านสังคมวัฒนธรรม
2. ด้านสภาพแวดล้อม
3. ด้านการเปลี่ยนแปลงชุมชนในอนาคต
4. ด้านเทคนิค
5. ด้านเศรษฐกิจ และการเงิน

โดยพิจารณาในพื้นที่ริมเจ้าพระยาทั้งฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตก จากการศึกษาพบว่า พื้นที่ที่มีความเหมาะสมที่สุดคือ พื้นที่กรมอุทการเรือ และกรมพลาธิการทหารเรือ

ศุภย์มานุษยวิทยาสรินธร (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พิพิธภัณฑ์ไทยศตวรรษใหม่” พบว่า ค่าเข้าชมหรือราคาเข้าชม (Price) ต้องสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เข้าชม และเหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าชมที่ต้องให้เฉลี่ยวันละ 2,000-3,000 คน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี หรือสูงได้ไม่เกิน 2,500-3,000 คนต่อวัน ตลอดเวลา โดยที่ต้องไม่ให้เกิดลงเหลือวันละประมาณ 500 หรือ 200 คน แล้วเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดสูงถึง 5,000-6,000 คนต่อวัน ถือว่าพิพิธภัณฑ์มีปัญหาแล้วยิ่งสูงถึง วันละ 15,000 คน ถือว่าผู้เข้าชมจะได้แต่ความสนุกเพียงอย่างเดียวแต่ไม่ได้เรียนรู้เลย

สุจารีย์ จรัสด้วง (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร” พบว่า พิพิธภัณฑ์ในรูปแบบเดิมที่เป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ยังไม่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากนัก ขาดการเชื่อมโยงกันกับการสร้างเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในระยะเริ่มต้นนั้น พิพิธภัณฑ์อยู่ในความดูแลของสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ต่อมาได้โอนย้ายให้สำนักงานเขตแต่ละเขตดูแล และยังเห็นว่า การดำเนินงานยังยึดติดรูปแบบเดิม โดยขาดความเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ อีกทั้งรูปแบบการดำเนินงานยังแตกต่างกันไป นโยบายของแต่ละสำนักงานเขต ในการศึกษาครั้งนี้ได้เสนอแนะให้มีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ สร้างการมีส่วนร่วมกับท้องถิ่น และการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าชม การให้บริการห้องสมุด และการพัฒนาร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก นอกจากนี้ ในด้านการบริการ จากแนวคิดความพึงพอใจในการบริการ และการเข้าถึงบริการ ตลอดจนแนวความคิดการตลาดบริการทำให้ทราบถึงปัจจัยในการสร้างความพึงพอใจของผู้เข้าใช้อุทยานประวัติศาสตร์การเรียนรู้ เพื่อกำหนดให้เป็นปัจจัยในด้านการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

เสาวลักษณ์ เปรมจิตต์ (2554) ศึกษาเรื่อง “โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์การโฆษกแห่งประเทศไทย” พบว่า การศึกษารูปแบบและแนวทางที่เหมาะสมในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ ให้เป็น

แหล่งเรียนรู้ทางด้านประวัติศาสตร์การโฆษณาณั้น ต้องทำการนำเสนอถึงลักษณะ และองค์ประกอบที่เหมาะสม ตลอดจนโครงสร้างการตลาด และรูปแบบการดำเนินการของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ นอกจากนี้การจัดการพิพิธภัณฑ์ดังกล่าว ควรมุ่งเน้นการสื่อสารเนื้อหาสาระคู่ไปกับความสนุกสนานให้กับผู้เข้าชม และควรบริหารอยู่ในรูปแบบองค์กรเอกชน เพื่อประสิทธิภาพด้านการบริหาร

ธัญยาภรณ์ โพธิกาวิณ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังของสถานศึกษาที่มีต่อพิพิธภัณฑ์ดนตรีเอเชียตะวันออกเฉียงใต้” พบว่า สิ่งที่สถานศึกษาคาดหวังต่อพิพิธภัณฑ์ดนตรีในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตามบทบาททางการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการ บุคลากร และผู้เชี่ยวชาญภายในพิพิธภัณฑ์ บทบาททางสังคม การจัดแสดงนิทรรศการ บทบาทในฐานะเป็นแหล่งการเรียนรู้ การอำนวยความสะดวก และการจัดการความรู้ ส่วนความสัมพันธ์ของความคาดหวังของสถานศึกษาที่มีต่อพิพิธภัณฑ์ดนตรีเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยที่ความคาดหวังทั้งหมดต้องมีความสัมพันธ์กัน และมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อีก สุดท้ายเป็นแนวทางในการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ดนตรีเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่เหมาะสมกับสังคมไทยจึงมีความเหมาะสมถูกต้องเป็นไปได้และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

อลงกรณ์ จุฑาเกตุ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์” มุมมองจากผลการวิจัย พบว่า 1. ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ มีปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย จุดประสงค์ของการก่อตั้ง การบริหารจัดการ ลักษณะชุมชนที่ตั้งอยู่ ตำแหน่งที่ตั้ง อาคาร และสถานที่ การจัดแสดง การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ บุคลากร และเจ้าหน้าที่ การประชาสัมพันธ์ และการใช้ประโยชน์ และการได้รับประโยชน์ของพิพิธภัณฑ์ 2. สภาพการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ ผลปรากฏว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนค่อนข้างน้อยในทุกประเด็น แม้จะมีจุดมุ่งหมายที่เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมแต่คนในท้องถิ่นส่วนใหญ่ก็ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้น เพราะขาดปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้ชุมชนไม่เข้าใจและไม่เห็นความสำคัญในการมีส่วนร่วมจัดการเรียนรู้ ขาดกระบวนการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของ ชุมชนในการจัดการเรียนรู้ และขาดเครือข่ายของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ ส่งผลให้พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร ไม่สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตที่สมบูรณ์ได้ 3. แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ ประกอบด้วย การเสริมสร้างปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ การเสริมสร้างกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ และการเสริมสร้างเครือข่ายของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้

ธาวิช ถนอมจิตต์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง “ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย” พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ต้องการให้มี

การพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสินค้าที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการ ด้านอาหาร และด้านข้อมูลข่าวสาร ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย คือ บริบทการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีทรัพยากรที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ส่วนใหญ่เป็นทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้นมา มีองค์ประกอบครบทั้ง 3 ประเภท คือ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการทางการท่องเที่ยว และการเข้าถึง แนวทางการพัฒนา คือ การเข้าถึงสาธารณูปโภคพื้นฐาน ที่พักแรม สิ่งดึงดูดใจ สินค้าที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการและข้อมูลข่าวสาร



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อดำเนินการศึกษารูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย การวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพแบบการวิจัยอนาคต (Future Research) หรืออนาคตศาสตร์ (Futurism) ด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ซึ่งเป็นเทคนิคการวิจัยที่เชื่อว่าอนาคตเป็นเรื่องที่ศึกษาได้อย่างเป็นระบบ และมนุษย์สามารถสร้างอนาคตได้ การดำเนินการวิจัยอนาคต ไม่ใช่การคาดเดาที่ถูกต้อง แต่เป็นการค้นหาแนวทางที่เป็นไปได้ และสามารถนำมาปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการเบื้องต้นด้วยการหาข้อมูลพื้นฐาน การสังเคราะห์ วิเคราะห์ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเข้าสู่กระบวนการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย ซึ่งจะทำการสัมภาษณ์ในรอบแรกและเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ และสร้างเครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถาม แล้วนำไปให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักตอบแบบสอบถาม (Linstone. H. & Turoff M, 1975) และการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการวิเคราะห์แบบสอบถามด้วยการจำแนกพหุด้วย MCA (Multiple Classification Analysis) ซึ่งทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ และนำไปเก็บกลุ่มตัวอย่าง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 วิธีที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ

เป็นการวิจัยเพื่อดำเนินการศึกษารูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) โดยใช้การวิจัยอนาคต (Future Research) หรืออนาคตศาสตร์ (Futurism) ด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ดังนี้

1. กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล/ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. สัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล/ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รอบที่ 1
3. ทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์รอบที่ 1

4. ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม
5. สัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รอบที่ 2 และ รอบที่ 3
6. ดำเนินการสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณใช้เพื่อตรวจสอบรูปแบบเรื่องรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงด้วยการใช้การวิเคราะห์จำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis: MCA) ซึ่งสร้างความถูกต้องและมั่นใจในการนำรูปแบบไปใช้ประโยชน์ได้จริงกับอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยเพราะการใช้สถิติเชิงพรรณนาแบบการวิเคราะห์จำแนกพหุนั้นจะแสดงให้เห็นอิทธิพลของการยอมรับหรือไม่ยอมรับจากการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวกับรูปแบบของงานวิจัยนี้ได้สร้างขึ้น

3.2 ขั้นตอนการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

เชิงคุณภาพ

การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยทำการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาคัดเลือกโดยเกณฑ์ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ ของ Skill Integration Theory Usage with Micro Skills for International Inter Viewing Practice ของ Allen E. Evey & May Bradford Ivey (2008) และเกณฑ์ที่นิยมใช้กันในเทคนิค Delphi ของ Thomas T. Macmillan & Robert B. Textor (1997) โดยทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่พร้อมจะให้ข้อมูลประกอบการวิจัยครบทั้ง 3 รอบ ตามเทคนิคเดลฟาย โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มหน่วยงานภาครัฐและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน ดังนี้
 - 1.1 ผู้บริหารระดับสูงระดับจังหวัด จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดสุโขทัย จังหวัดละ 1 คน
 - 1.2 หัวหน้าพัฒนาชุมชนจังหวัด จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดสุโขทัย จังหวัดละ 1 คน
 - 1.3 ประธานสภาวัฒนธรรม/รองประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัด จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดสุโขทัย จังหวัดละ 1 คน

- 1.4 ผู้อำนวยการกองท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชรและจังหวัดสุโขทัย จังหวัดละ 1 คน
- 1.5 ผู้บริหารระดับสูงองค์การบริหารส่วนจังหวัด จังหวัดกำแพงเพชรและจังหวัดสุโขทัย จังหวัดละ 1 คน
2. หน่วยงานอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลก จำนวน 4 คน ดังนี้
- 2.1 หัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลก จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดสุโขทัย จังหวัดละ 1 คน
- 2.2 เจ้าหน้าที่อุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลก จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดสุโขทัย จังหวัดละ 1 คน
3. ผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องและประชาชนในชุมชนพื้นที่ตั้งอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก จำนวน 4 คน ดังนี้
- 3.1 ผู้นำชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดสุโขทัย จังหวัดละ 1 คน
- 3.2 มัคคุเทศก์ท้องถิ่น จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดสุโขทัย จังหวัดละ 1 คน

ในการกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญในการสัมภาษณ์ตามเทคนิควิธีการเดลฟายของ Thomas T. Macmillan & Robert B. Textor (1997, p. 17) ได้ศึกษาและพบว่า การกำหนดผู้เชี่ยวชาญควรมีจำนวน 17 คนขึ้นไปนั้น ทำให้อัตราความคลาดเคลื่อนอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ กล่าวคือ อยู่ในเกณฑ์ที่มีอัตราการลดลงของความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.02 ซึ่งมีค่าที่น้อยมากจนคงที่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 18 คน ตามแบบวิธีการเทคนิคเดลฟาย ดังตาราง 3-1

ตาราง 3-1 การลดลงของความคลาดเคลื่อนของจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ให้ข้อมูลหลัก

จำนวนผู้ให้ข้อมูล/ ผู้ทรงคุณวุฒิ (Panel Size)	การลดลงของ ความคลาดเคลื่อน (Error Reduction)	ความคลาดเคลื่อนลดลง (Net Change)
1-5	1.20-0.70	0.50
5-9	0.70-0.58	0.12
9-13	0.58-0.54	0.04
13-17	0.54-0.50	0.04
17-21	0.50-0.48	0.02
21-25	0.48-0.46	0.02
25-29	0.46-0.44	0.02

ที่มา : Thomas T. Macmillan, (1971, p. 17)

ในงานวิจัยครั้งนี้ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 3 กลุ่ม ผู้วิจัยทำการกำหนดรหัสตัวอักษรแทนกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักโดยรหัส A1 คือ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐและส่วนราชการ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย A1-A10 หน่วยงานอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลก จำนวน 4 คน ประกอบด้วย B1-B4 ผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องและประชาชนในชุมชนพื้นที่ตั้งอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลก จำนวน 4 คน ประกอบด้วย C1-C4

เชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอุทยานประวัติศาสตร์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย โดยมีจำนวน 3,957,579 คน (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง, 2557-2560)

2. กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลโดยใช้สูตรของ Wanlop (วัลลภรัฐฉัตรานนท์, 2558 น. 146-147) ตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{Npq(Z)^2}{(N-1)e^2 + Z^2 pq}$$

n คือ ขนาดตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง กำหนดไว้ 5%

Z คือ ค่าระดับความเชื่อมั่น 95%

p และ q คือ สัดส่วนของประชากรที่สนใจ กำหนดไว้เท่ากันคือ 0.5

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{3,957,579 (0.25)(2)^2}{(3,957,579 - 1)(0.05)^2 + (2)^2 (0.25)} \\ &= 399.9595 \text{ คน หรือ } 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เพื่อนำมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ เพื่อสร้างข้อคำถาม และนำเสนอให้คณะกรรมการที่ปรึกษาคุณวุฒิพิจารณาพิจารณาตรวจสอบก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยผู้วิจัยได้จำแนกเครื่องมือการวิจัยออกเป็น 3 รอบ ดังนี้ รอบที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์ รอบที่ 2 และรอบที่ 3 เป็นแบบสอบถาม เพื่อศึกษารูปแบบ

การจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย โดยทำการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาของการวิจัยโดยละเอียด และนำเสนอให้คณะกรรมการที่ปรึกษาฯ อนุมัติพิจารณาตรวจสอบก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

3.3.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Creation of Study Instrument)

ผู้วิจัยได้จำแนกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์

เป็นแบบมีโครงสร้างเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญมองอนาคตเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ซึ่งแบบสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังต่อไปนี้ คือ ส่วนที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ส่วนที่ 2 การบริการที่สามารถพัฒนาเป็นแนวทางในการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ส่วนที่ 3 แนวทางในการจัดการการตลาดบริการที่สร้างความพึงพอใจของอุทยานประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการส่งเอกสารของมหาวิทยาลัยฯ ไปยังหน่วยงานของผู้เชี่ยวชาญเพื่อขออนุญาตทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสอบถามที่มีโครงสร้างคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญทราบล่วงหน้าก่อนสัมภาษณ์ ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญจะได้มีการเตรียมตัว วางแผนและเตรียมข้อมูล เพื่อที่จะสามารถตอบคำถามที่เกี่ยวข้องในการสัมภาษณ์ให้ตรงประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการ จะใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยแนวคำถามจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด (วัลลภ รัชฉัตรานนท์, 2542, น. 129) ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้วยตนเองและทำการจดบันทึกและบันทึกเสียง โดยได้รับอนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนดำเนินการ
3. ผู้วิจัยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านตามความเหมาะสม
4. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน ผู้วิจัยจะเดินทางเข้าพบก่อนเวลานัดเพื่อเตรียมความพร้อม เมื่อเริ่มสัมภาษณ์จะทำการแนะนำตัวและสรุปงานวิจัยพอสังเขปเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทราบเกี่ยวกับรายละเอียดงานวิจัยก่อนเข้าสู่กระบวนการสัมภาษณ์

5. ในการสัมภาษณ์แต่ละกลุ่ม จะมีแนวคำถามที่เหมือนกันในแต่ละกลุ่มและเป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

6. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 1 ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์พร้อมกับการบันทึกเสียงตามเวลาที่ผู้เชี่ยวชาญกำหนด เมื่อสัมภาษณ์เสร็จจะดำเนินการสังเคราะห์ข้อมูลในเบื้องต้นโดยการถอดเทปสัมภาษณ์และพิจารณาประเด็นเพิ่มเติมก่อนการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป

3.4 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย หรือวิธีการด้วยเทคนิคเดลฟาย รอบที่ 1 มาแล้ว ผู้วิจัยจะทำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ทราบถึงบริบทในประเด็นที่ต้องศึกษา และกำหนดแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะดำเนินการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่มีแนวคิดเหมือนกันและต่างกันด้วยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่มีความเหมือนกันเข้าด้วยกัน โดยยังคงรักษาแนวคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์มากที่สุด โดยสรุปตามหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มในอนาคต ดังนี้

โดยมองภาพในอนาคตที่ต้องการศึกษาความเป็นไปได้หรือแนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อใช้ในการเตรียมวางแผนการจัดการและการตัดสินใจเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

โดยมองภาพวิสัยทัศน์ที่มีต่อการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

3.5 วิธีการสร้างแบบสอบถาม

เมื่อได้ดำเนินการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ของผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 คน ในรอบที่ 1 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ แยกแยะประเด็น แล้วสร้างเป็นข้อคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย เป็นแบบสอบถามปลายเปิด และเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะได้ ลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วน

ประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ (Likert Scale) เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นที่มีต่อประเด็นปัญหาในการนำการจัดการนวัตกรรมมาใช้ในอนาคตและแนวทางที่เป็นไปได้ในอนาคต จากนั้นนำผลที่ได้มารวมกันเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียกว่า การวัดระดับแบบผลรวม โดยการนำข้อมูลทั้งหมดที่เป็นเรื่องเดียวกัน โดยผู้วิจัยกำหนดค่าของระดับความคิดเห็นในแบบสอบถามไว้ 5 ระดับ คือ

5	4	3	2	1
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
4	หมายถึง	เห็นด้วย		
3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ		
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย		
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		

แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ระดับกลยุทธ์ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ด้านการบริหารจัดการโครงสร้าง 2) ด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ 3) ด้านการจัดการภายในพิพิธภัณฑ์ 4) ด้านการจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์ 5) ด้านการจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ ส่วนที่ 2 ระดับคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ 1) ด้านการให้บริการที่เป็นรูปธรรม 2) ด้านความเชื่อถือได้ 3) ด้านการตอบสนอง 4) ด้านการให้ความมั่นใจ 5) ด้านการเอาใจใส่ของพนักงาน 6) ด้านการเอาใจใส่ของหน่วยงาน ส่วนที่ 3 ระดับปัจจัยความสำเร็จ

3.6 ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มรอบที่ 2 และรอบที่ 3

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 มาทำการสังเคราะห์แยกประเด็น เพื่อนำไปสร้างแบบสอบถามในรอบที่ 2 โดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบ ซึ่งมีค่าของคำตอบ 5 ระดับ ซึ่งเป็นการแสดงความคิดเห็นของกลุ่ม โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลคำตอบที่ได้รับจากแบบสอบถามรอบที่ 2 มาหาค่าเฉลี่ย (Mean) จากนั้นจัดข้อมูลเป็นช่วงแล้วนำมาคำนวณหาค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) และแสดงตำแหน่งของค่าสถิติดังกล่าวในข้อคำถามแต่ละข้อพร้อมทั้งแสดงตำแหน่งคำตอบที่ผู้ทรงคุณวุฒินั้นๆ ตอบในรอบที่ 2 ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ทราบความเหมือนหรือความแตกต่างของคำตอบของตนเมื่อเทียบกับคำตอบของกลุ่มพร้อมทั้งให้พิจารณาว่ามีความเห็นด้วยหรือไม่กับตำแหน่งของคำตอบที่ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เห็นสอดคล้องกัน ถ้าไม่เห็นด้วยให้แสดงเหตุผลแต่หากผู้ทรงคุณวุฒิไม่แสดง

เหตุผลให้ถือว่าเห็นด้วยกับตำแหน่งคำตอบดังกล่าว ข้อมูลจากแบบสอบถามในรอบที่ 3 นี้ จะนำมาวิเคราะห์หาค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เป็นรายข้อ จากนั้นจึงนำคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามในรอบที่ 3 มาวิเคราะห์หาค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. ค่ามัธยฐาน ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการหาค่ามัธยฐานสำหรับข้อมูลที่ไม่ได้แบ่งเป็นหมวดหมู่ โดยค่ามัธยฐาน สามารถหาได้จากค่าที่อยู่ในตำแหน่งตรงกลางจากการจัดเรียงลำดับค่าคะแนน จากน้อยที่สุดไปมากที่สุด พร้อมกันนี้ผู้วิจัยกำหนดระดับค่าความคิดเห็น โดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง โดยใช้วิธีการดังนี้

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงระดับความคิดเห็น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งระดับความคิดเห็นให้มีช่วงห่าง ช่วงละ 0.80 จึงสามารถแบ่งช่วงระดับความคิดเห็นได้ ดังนี้

ค่าคะแนน ตั้งแต่ 4.21-5.00	หมายถึง	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหรือผู้เชี่ยวชาญ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุด
ค่าคะแนน ตั้งแต่ 3.41-4.20	หมายถึง	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหรือผู้เชี่ยวชาญ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก
ค่าคะแนน ตั้งแต่ 2.61-3.40	หมายถึง	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหรือผู้เชี่ยวชาญ มีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยปานกลาง
ค่าคะแนน ตั้งแต่ 1.81-2.60	หมายถึง	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหรือผู้เชี่ยวชาญ มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยน้อย
ค่าคะแนน ตั้งแต่ 1.00-1.80	หมายถึง	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหรือผู้เชี่ยวชาญ มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยน้อยที่สุด

2. ค่าฐานนิยม ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้วิธีการหาค่าฐานนิยมสำหรับข้อมูลที่ไม่ได้แบ่งเป็นหมวดหมู่ โดยค่าฐานนิยมสามารถหาได้จากค่าคะแนนที่มีความถี่มากที่สุด สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ การหาค่าฐานนิยมของข้อคำถามแต่ละข้อ ถ้าความถี่สูงสุดของระดับคะแนนที่อยู่ติดกันมีค่าเท่ากัน ผู้วิจัยจะถือเอาค่ากลางระหว่างคะแนนทั้งสองที่อยู่ติดกันเป็นค่าฐานนิยม และในกรณีที่ความถี่สูงสุดของระดับคะแนนเท่ากัน แต่ระดับคะแนนนั้นมิได้อยู่ติดกัน ผู้วิจัยจะถือค่าฐานนิยมในข้อนั้น

3. ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน เพื่อเป็นการสนับสนุนความสอดคล้องกันของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การพิจารณา คือ หากค่าความแตกต่างของค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ไม่เกิน 1.00 หมายถึง ความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน

4. ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เป็นการคำนวณหาค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับควอไทล์ที่ 1 โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณา คือ หากค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของข้อความข้อใดมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2.00 หมายถึง ความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน

โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการหาค่าควอไทล์ที่ 1 และควอไทล์ที่ 3 สำหรับข้อมูลที่ไม่ได้แบ่งเป็นหมวดหมู่ ซึ่งสามารถหาได้จากสูตร

ควอไทล์ที่ 1 เมื่อเรียงลำดับข้อมูลจากน้อยไปหามาก จะตรงกับคะแนนตัวที่ $(n+1)/4$

ควอไทล์ที่ 3 เมื่อเรียงลำดับข้อมูลจากน้อยไปหามาก จะตรงกับคะแนนตัวที่ $(3n+1)/4$

คำนวณหาค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับควอไทล์ที่ 1 มีสูตรในการคำนวณ คือ ควอไทล์ที่ 3-ควอไทล์ที่ 1

5. การพิจารณาความสอดคล้อง ข้อความใดที่มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 และความแตกต่างของค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐานไม่เกิน 1.00 แสดงว่า มีความสอดคล้องกันกรณีที่ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ไม่เกิน 2.00 แต่ค่าความแตกต่างของค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐานไม่เกิน 1.00 แสดงว่า ไม่มีความสอดคล้อง หรือค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เกิน 2.00 แต่ค่าความแตกต่างของค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐานไม่เกิน 1.00 แสดงว่า ไม่มีความสอดคล้องเช่นกัน

เนื่องจากการหาค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เป็นการหาการกระจายของข้อมูล ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ และความรู้ในศาสตร์ที่มีสาขาแตกต่างกัน ประกอบกับการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาอนาคต ซึ่งผู้เชี่ยวชาญอาจมีความคิดเห็นแตกต่างกัน และอาจส่งผลให้มีการกระจายของข้อมูลมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดให้การวิจัยครั้งนี้ มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 แสดงว่า มีความสอดคล้องกัน

6. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาสำหรับการวิจัยครั้งนี้ไปทดสอบความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่น โดยค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence : IOC)

ผู้วิจัยคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องเพื่อเป็นเกณฑ์การตรวจสอบรูปแบบด้วยการตรวจสอบรูปแบบจากผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการแสดงความคิดเห็นในรอบที่ 1-3 จำนวน 5 ท่าน ในรูปแบบตารางแสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence : IOC) เพื่อพิจารณาความสอดคล้องค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการตรวจสอบลักษณะการสร้างคำสำคัญ (Keywords) ในแต่ละหมวดหมู่ โดยนำการทบทวนวรรณกรรมมาพิจารณาความสัมพันธ์กับผลคำตอบที่เป็นฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญที่คัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างในรอบที่ 3 และ

นำไปใช้ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด จากการอภิปรายผลที่นำมากำหนดการสร้างรูปแบบ และกำหนดเป็นรูปแบบขึ้น สำหรับการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบ คำนวณได้จาก สูตร ดังนี้

$$\text{สูตร IOC} = \frac{E_R}{N}$$

โดยที่ IOC = ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence : IOC)

R = ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ

ค่า 1 หมายถึง เห็นด้วยกับเนื้อหาในรูปแบบมีความสอดคล้องเหมาะสมกับการนำไปใช้แน่นอน

ค่า 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าเนื้อหาในรูปแบบมีความสอดคล้องเหมาะสมกับการนำไปใช้ได้

ค่า -1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยว่าเนื้อหาในรูปแบบไม่มีความสอดคล้องเหมาะสมกับการนำไปใช้ได้

N หมายถึง จำนวนผู้ให้ข้อมูลหรือผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ทั้งนี้ ในการกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหาข้อใดมีดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป ถือว่าเนื้อหาข้อนั้นมีมีความสอดคล้องเหมาะสมกับการนำไปใช้ได้ จากนั้น นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ มาทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ ซึ่งผลการวัดค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของคำถามจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.5 ถึง 1 ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลักต่อไป

ตัวอย่าง

ข้อความเนื้อหาในรูปแบบ	ความสอดคล้อง			IOC = E_R/n
	เห็นด้วย (1)	ไม่แน่ใจ (0)	ไม่เห็นด้วย (-1)	

1. การบริการ

1.1 พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ	3	1	1	0.4
-----------------------------	---	---	---	-----

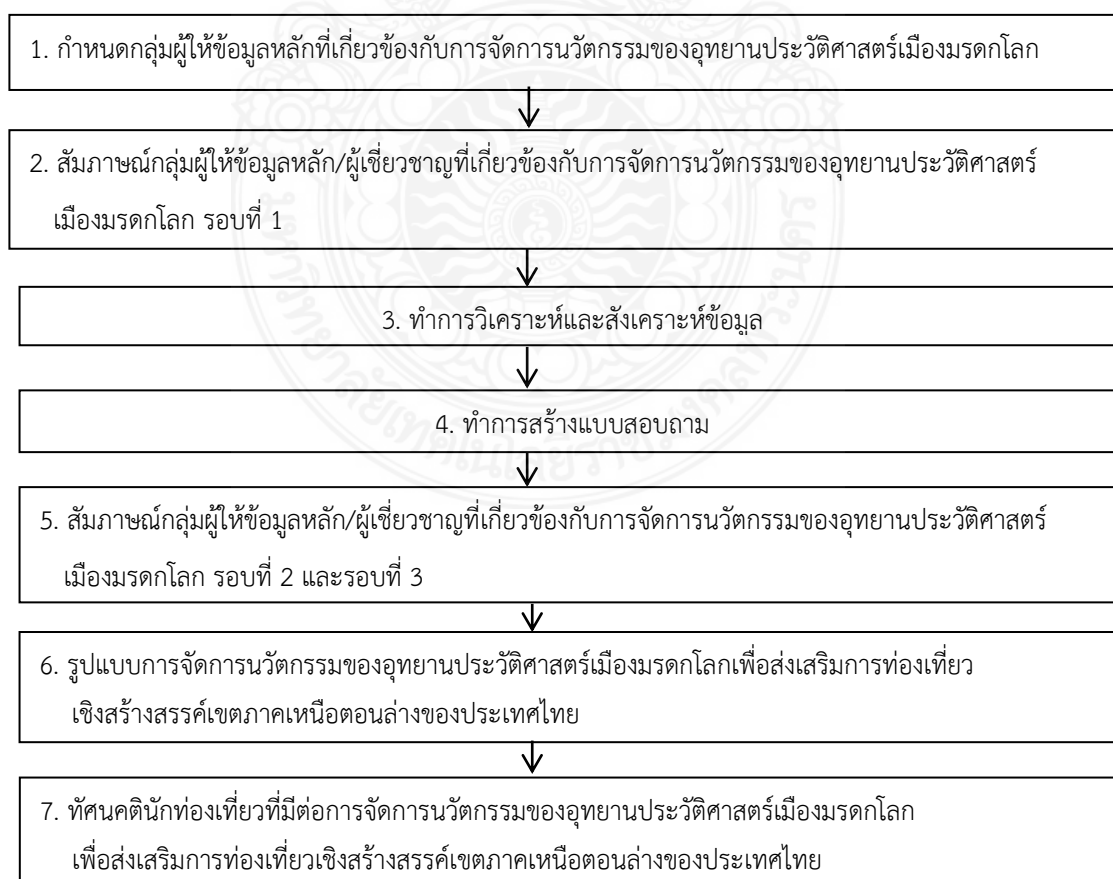
$$\begin{aligned} \text{IOC} &= \frac{3(1) + 1(0) + 1(-1)}{5} \\ &= 0.4 \end{aligned}$$

7. การวิเคราะห์จำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis : MCA) เพื่อใช้เป็นเกณฑ์การตรวจสอบรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยเพื่อดูทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

3.8 ดำเนินการสร้างรูปแบบอนาคตการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

หลังจากตรวจสอบรูปแบบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์จำแนกพหุแล้วนำมาสร้างเป็นรูปแบบอนาคตของการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย โดยอาศัยวิธีการสร้างแบบจำลองหรือรูปแบบตามวิธีการของเดลฟายดังนี้

ภาพ 3-1 ขั้นตอนการวิจัยอนาคตโดยวิธีเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) และวิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วย วิธีวิเคราะห์จำแนกพหุ (Multiple Classification Method)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันที่มีต่อรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย และ 2) เพื่อสร้างและตรวจสอบรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามเทคนิคเดลฟาย

ผู้วิจัยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ในการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลัก/หรือผู้เชี่ยวชาญ (Key Informants) จำนวน 18 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถามที่สร้างขึ้น จำนวน 3 รอบ แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) รวมทั้งพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูลด้วยค่าอินเตอร์ควอไทล์เรนจ์ (ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์) (Interquartile Range (IR)) ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมและค่ามัธยฐาน ปรากฏผลการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิจัยสภาพการณ์ปัจจุบันของรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญ รอบที่ 1
- 4.2 ผลการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์จากการสัมภาษณ์ รอบที่ 1 เพื่อนำมาพิจารณาและสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย รอบที่ 2
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์และการตรวจสอบนันทามติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญ (Multiple Correspondence Analysis) จากการสัมภาษณ์เพื่อนำมาพิจารณาและสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย รอบที่ 3

- 4.4 การตรวจสอบรูปแบบและผลการตรวจสอบรูปแบบ (IOC)
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้สถิติ (Multiple Classification Analysis : MCA) ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อตรวจสอบรูปแบบด้วยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคตินักท่องเที่ยวกับความสำเร็จของการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

4.1 ผลการวิจัยสภาพการณ์ปัจจุบันของรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญ รอบที่ 1

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญ รอบที่ 1 โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ 1. ระดับกลยุทธ์ 2. ระดับคุณภาพการบริการ 3. ระดับปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 ท่าน ใช้การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นมาแล้วล่วงหน้า ซึ่งทำการสัมภาษณ์ให้เป็นไปตามรูปแบบที่จัดเตรียมไว้และแนวคำถามจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันหมดทุกคน ในรอบนี้ผู้เชี่ยวชาญสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ แต่ต้องให้ครอบคลุมปัญหาในการวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักโดยมีรายละเอียดของแต่ละระดับ ดังนี้

4.1.1 ระดับกลยุทธ์ พบว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 5 ปัจจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

4.1.1.1 ด้านการบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) จากผลการวิจัย พบว่าทุกคนมีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่เพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถานและข้อมูลทางโบราณคดี

และประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม การส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่มทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพและมีความน่าสนใจ ในปัจจุบันการโครงสร้างของการทำงานยังไม่เอื้อหรือการให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งทุกท่านมีความเห็นสอดคล้องกันว่าจุดมุ่งหมายปัจจุบันที่ยังไม่สามารถตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างเป็นรูปแบบชัดเจนเท่าที่ควรในแต่ละส่วนงาน ทั้งที่เป็นโอกาสของเขตภาคเหนือตอนล่างต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก มีประวัติศาสตร์ยาวนานและถือเป็นต้นกำเนิดเมืองหลวงของประเทศไทย จึงควรมีการจัดการจัดการบริหารโครงสร้างการบริหารจัดการบุคลากร การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นและเอื้อต่อการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ รวมถึงการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ การพัฒนาระบบสารสนเทศที่เชื่อมโยงกันทุกส่วน การสร้างบรรยากาศให้เกิดการสร้างสรรคดียังไม่มีให้เห็นเป็นรูปธรรม จากการสัมภาษณ์ (ประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัด สัมภาษณ์วันที่ 23 ก.ค. 2560)

4.1.1.2 การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) ประกอบด้วย การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน พัฒนารูปแบบของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัดและเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการ ส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน ผลการวิจัยพบว่า ทุกคนมีความเห็นที่สอดคล้องกันและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ผู้นำชุมชนภาคการศึกษาต้องพยายามและกระตุ้นความคิดของประชาชนที่เห็นว่าพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกไม่ใช่เป็นเรื่องของทางราชการเท่านั้น การมีส่วนร่วมต้องให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันทั้ง 2 ฝ่ายคือ ฝ่ายหน่วยงานภาครัฐหรือพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกในชุมชนเป็นสำคัญและยังรวมถึงผลประโยชน์ของชุมชนอีกด้วย โดยผลการวิจัย พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น ประชาชนหรือคนในท้องถิ่นยังเข้ามามีส่วนร่วมน้อยมากเนื่องจากในส่วนของอุทยานประวัติศาสตร์ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์หรือจัดกิจกรรมของพิพิธภัณฑ์น้อยมาก จึงทำให้ประชาชนไม่ได้มีส่วนร่วมในการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวที่จะให้ความสำคัญในฐานะเป็นแหล่งสร้างชื่อเสียงและรายได้ให้กับชุมชนไปพร้อมๆ กันได้อย่างเต็มที่และประชาชนคิดว่าตัวเองไม่มีความรู้มากพอเหมือนกับหน่วยงานภาครัฐหรือสถาบันการศึกษา

และยังคงคิดว่าเป็นงานของราชการอยู่แต่อย่างไรก็ตามเชื่อว่าประชาชนท้องถิ่นจะไม่สนใจเลยแต่ต้องการให้การจัดตั้งพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกให้ได้ประโยชน์ทั้งภาพลักษณ์ชุมชนและประโยชน์ด้านรายได้จากการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นแก่ชุมชนอย่างแท้จริง จึงขาดความรู้สึกรับรู้ว่าเป็นเจ้าของร่วมในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก และไม่ได้ให้ความสนใจเข้ามามีส่วนร่วมมากเท่าที่ควร นอกจากจะเข้ามาร่วมก็เป็นบางครั้งบางคราวที่มีการเชิญผู้นำชุมชนหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมาร่วมเสวนาแต่ก็ยังได้ประโยชน์อยู่น้อย แต่ก็ดีกว่าไม่มีเลยดังนั้นควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาเรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชนวัฒนธรรมชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการส่งเสริมแบบนี้ต้องส่งเสริมชุมชน ให้ประชาชนหรือคนในท้องถิ่นตระหนักถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชนด้วย ขณะเดียวกันชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือร่วมจัดการนวัตกรรมหาแนวคิดและแนวทางใหม่ๆในการใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจชุมชนมากขึ้นและอยากให้มีส่วนร่วมในกิจกรรม นอกจากนี้เพื่อเอื้อประโยชน์กันทั้ง 2 ฝ่ายต้องให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และกระตุ้นให้หน่วยงานภาครัฐ เน้นความสำคัญที่จะได้ภาพลักษณ์จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตั้งเห็นแนวคิดของ (ผู้อำนวยการสำนักงานท่องเที่ยวจังหวัด สัมภาษณ์วันที่ 30 พ.ย. 2560) ที่มีความเห็นว่าชุมชนก็จะมีรายได้และภาพลักษณ์ของชุมชนเรา ซึ่งทั้งสองส่วนนี้จะเอื้อต่อกัน ต่อการมีภาพลักษณ์ ของชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในระดับชาติแบบที่เกาหลี สิงคโปร์ ญี่ปุ่นที่ทำกันด้วย

ด้านการประสานงานกับหน่วยงานและการสร้างเครือข่ายทุกภาคส่วนต้องสร้างทั้งเครือข่ายด้านข้อมูลให้เพียงพอเพื่อการเรียนรู้และค้นคว้าตลอดจนสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อเป็นเครือข่ายการทำงานทั้งภาครัฐและเอกชนรวมถึงภาคสถาบันการศึกษา ผลการวิจัย พบว่า มีการประสานงานระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกด้วยกันและหน่วยงานภาครัฐ หรือสถาบันการศึกษายังมีน้อยมาก รวมถึงการร่วมมือระหว่างหน่วยงาน หรือการสร้างเครือข่ายของภาครัฐและเอกชนหรือเครือข่ายในระดับท้องถิ่นเอง ยังขาดความร่วมมือ หรือนโยบายที่เป็นไปในทางเดียวกัน จึงเกิดความเป็นอุปสรรคต่อการนำการเมืองท้องถิ่นเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงทำให้เกิดเป็นลักษณะการทำงานต่างคนต่างทำหรือทำงานแบบมีเงื่อนไข ดังนั้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องระบบการทำงานตลอดจนความเพียงพอของข้อมูลเพื่อการเรียนรู้และค้นคว้า ดังนั้นการประสานงานด้านความร่วมมือกับหน่วยงานและการสร้างเครือข่าย จึงมีความจำเป็นอย่างมากเพื่อจะได้ร่วมกันสร้างระบบ การจัดการนวัตกรรมที่มีทิศทางในการดำเนินงานหรือการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการดำเนินงานเพื่อสร้างความสอดคล้องทางความคิด สร้างความน่าสนใจขึ้นระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกและคนในท้องถิ่นที่จะร่วมกันเผยแพร่จัดแสดง ผ่านกิจกรรมเกี่ยวกับเรื่องราวของท้องถิ่นที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไปได้ตั้งเห็นได้จากแนวคิดของ (รองหัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์ สัมภาษณ์วันที่ 3 ส.ค. 2560)

อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกของเรา มีการประสานงานด้านความร่วมมือกับหน่วยงาน ส่วนท้องถิ่นอยู่บ้าง แต่ก็ยังถือว่าน้อยและที่สำคัญขาดการประสานอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกในลักษณะเดียวกัน เพื่อให้ได้เครือข่ายที่เพิ่มขึ้นและอาจจะมีการจัดการนวัตกรรมที่ดีกว่าก็มีผลต่อการปรับระบบการทำงานและกิจกรรมที่จะนำเสนอ ให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ยังมีความคิดเห็นจากผู้บริหารระดับสูงที่เสริมเพิ่มเติมว่าในเรื่องการประสานงานระหว่างหน่วยงานและภาคีเครือข่าย รวมทั้งชุมชนส่วนใหญ่ที่พบเห็นคือ ต่างคนต่างทำหน้าที่ของตนเอง แต่เวลาเชิญคนมีชื่อเสียงมาก็ร่วมกันทำงานหน่วยงานที่รับผิดชอบ แต่ถ้ามองในเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ก็ยังไม่เห็นความสำคัญหรือการร่วมมือทำเท่าที่ควร และเข้าใจในเรื่องนี้อย่างจริงจัง เพราะต้องให้หน่วยงานอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก สร้างให้เกิดเครือข่ายที่มีความพร้อมทั้งในส่วนของข้อมูล และความสอดคล้องกันแบบร่วมคิดร่วมทำร่วมแสดงความคิดเห็น ที่จะส่งผลต่อการจัดการนวัตกรรม หรือกระบวนการทางความคิดจนถึงการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อปรับระบบการทำงาน การสร้างกิจกรรมที่จะให้เนื้อหาหรือรูปแบบที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการเป็นอุทยานประวัติศาสตร์ไม่แค่พิพิธภัณฑ์แต่เป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากกว่า แต่ปัจจุบันที่เป็นอยู่อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเป็นเพียงแหล่งศึกษาเรียนรู้และพักผ่อนเท่านั้น (ผู้อำนวยการอุทยานประวัติศาสตร์ สัมภาษณ์วันที่ 8 ธ.ค. 2560) ควรให้ความสำคัญกับชุมชนเป็นสำคัญ ประวัติเรื่องราวความเป็นมาของชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการส่งเสริมชุมชนด้วยให้ประโยชน์ชุมชนด้วยการสร้างความรัก ความหวงแหนในวัฒนธรรมและอนุรักษ์ วัฒนธรรม ชนบธรรมนิยม ประเพณี รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนด้วย ขณะเดียวกันต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความรู้และเห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน การท่องเที่ยวชุมชนหรือร่วมบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลกให้นักท่องเที่ยวเข้าใจชุมชนเพื่อเอื้อประโยชน์กันทั้ง 2 ฝ่าย ร่วมกับภาครัฐก็ได้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภาคชุมชนก็มีรายได้และภาพลักษณ์ชุมชนรวมถึงเอื้อต่อภาพลักษณ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วย” (ผู้นำชุมชน สัมภาษณ์วันที่ 8 ธ.ค. 2560)

4.1.1.3 การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) ประกอบด้วย การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง ผลการวิจัย พบว่า ทุกคนให้ความเห็นที่สอดคล้องกันว่า ด้านการจัดการของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก ต้องมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์การวางนโยบายการให้บริการจัด

กิจกรรมที่ต้องสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มากขึ้นและมีความชัดเจนให้ดีกว่าที่เป็นอยู่ จากผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง พบว่า จากการที่พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกยังไม่มีนโยบายทางแผนงานที่แน่นอนและการมองเห็นความสำคัญของความเป็นพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกอย่างแท้จริงส่วนใหญ่จะมีการปรับเปลี่ยนแผนตามนโยบายแต่ส่วนกลาง ทำให้ต้องมีแผนงานระยะสั้นและระยะยาวที่ไม่ค่อยต่อเนื่องและเห็นชัดเจนของหน่วยงานภาครัฐ และความเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือร่วมกันของหน่วยงานต่างๆ โดยระยะสั้นควรทำเป็นแผนประจำปี แผนเร่งด่วนที่สนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในชุมชนให้ตระหนักและเห็นความสำคัญของความเป็นพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่จะสร้างไม่แต่เพียงชื่อเสียงหน้าตาให้ชุมชนจังหวัดและยังสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน (วัฒนธรรมจังหวัด สัมภาษณ์วันที่ 25 ก.ค. 2560)

4.1.1.4 การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) มีองค์ประกอบดังนี้ คือ การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ จากผลการวิจัย พบว่า ทุกคนมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ความเหมาะสมของสถานที่นั้นก็ถือว่าเหมาะสมและในส่วนของ การปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ก็จะมีบ้างแต่ในส่วนรอบๆ ที่มีพื้นที่ติดกับชุมชนเรื่องการปรับแต่งภูมิทัศน์ ก็จะดูแลค่อนข้างยากลำบาก และยังไม่ถือว่ารองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เท่าไรนัก ในส่วนของความสะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการนั้น พบว่า การคมนาคมขนส่งยังมีไม่เพียงพอต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวและไม่สามารถที่จะเข้าถึงยังอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกได้ เนื่องจากความต่อเนื่องของระบบการขนส่งยังไม่มี และที่มีอยู่ในปัจจุบันก็เป็นของเอกชนซึ่งให้บริการเป็นเวลาและจำกัดช่วงเวลาการให้บริการทำให้นักท่องเที่ยวยากต่อการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกได้สะดวกและคล่องตัว หรือแม้แต่ว่าระบบขนส่งสาธารณะเองยังมีจำนวนจำกัดและไม่มีความต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญของการบริการจัดการในขณะนี้มาก แต่ในส่วนของอุทยานประวัติศาสตร์เองก็มีรรางไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการเยี่ยมชมโดยคิดค่าใช้จ่ายในการให้บริการแต่ละครั้ง ได้ดำเนินการโดยภาคเอกชนบริการสำหรับนักท่องเที่ยว (ผู้อำนวยการอุทยานประวัติศาสตร์ สัมภาษณ์วันที่ 16 ม.ค. 2561)

4.1.1.5 การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) มีองค์ประกอบดังนี้ คือ การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่ การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากผลการวิจัย พบว่า ทุกคนมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ในด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ ประชาชน

หรือคนในท้องถิ่นยังเข้ามามีส่วนร่วมน้อยมากรวมถึงนักท่องเที่ยว เนื่องจากหน่วยงานอุทยานประวัติศาสตร์หรือทางองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมหรือจัดกิจกรรมต่างๆ โดยขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนและมีน้อย จึงทำให้ประชาชนไม่ได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอย่างเต็มที่ ทั้งที่ในชุมชนต้องการเข้ามามีส่วนร่วมหรือจากการที่ประชาชนในชุมชนถูกริดรอนสิทธิ จึงทำให้ประชาชนคิดว่าตนเองไม่มีความรู้ ความสามารถ และยังถือว่าเป็นหน้าที่ของราชการอยู่ แต่อย่างไรก็ตามเชื่อว่าประชาชนท้องถิ่นจะไม่สนใจเลย แต่ต้องการให้ประโยชน์ทั้ง 2 ส่วนคือในส่วนของประชาชนในชุมชนเองในเรื่องของภาพลักษณ์ชุมชนและประโยชน์ด้านรายได้การท่องเที่ยวที่จะเกิดแก่ชุมชนด้วย รวมถึงการอนุรักษ์ วัฒนธรรม ประเพณี เรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาของประวัติศาสตร์ชาติไทย ปัจจุบันการทำงานยังถือว่าต่างคนต่างทำงาน การทำงานยังไม่สอดคล้องกันเท่าที่ควรและประชาชนในท้องถิ่นหรือชุมชนยังคิดว่าเป็นเรื่องของราชการ ขาดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมในการบริหารจัดการพิพิธภัณฑสถานอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลก และจากการที่หน่วยงานขาดการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานและไม่ให้ความสำคัญกับชุมชนในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เท่าที่ควร ชุมชนจึงไม่ให้ความสนใจเข้ามามีส่วนร่วมมากเท่าที่ควร จะเข้ามาร่วมก็เป็นบางครั้งบางคราวที่มีการเชิญบุคคลสำคัญหรือที่มีชื่อเสียงมาร่วมจัดประชุมเสวนา แต่ก็ยังได้ประโยชน์อยู่น้อยก็ตามยังดีกว่าไม่มีเลย” (ผู้นำชุมชน สัมภาษณ์วันที่ 4 ธ.ค. 2560)

4.1.2 ระดับปัจจัยคุณภาพบริการ พบว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

4.1.2.1 การให้บริการที่เป็นรูปธรรม เมืองค์ประกอบดังนี้ ความทันสมัยปัจจุบันของการจัดแสดงนิทรรศการ นิทรรศการน่าสนใจ มีสิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานแต่งตัวดี จากผลการวิจัย พบว่า ทุกคนมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า พื้นที่ที่จัดแสดงนิทรรศการปัจจุบันส่วนใหญ่มีระบบปรับอากาศทั้งอาคารทำให้การระบายอากาศดีขึ้นและป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอกแต่อาจจะดูคับแคบไปหน่อย แต่ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นทุกคนเห็นว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เข้ามาใช้บริการอย่างมาก เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ในส่วนนี้มีให้บริการอย่างเพียงพอ จากที่กล่าวข้างต้น มีข้อคิดที่น่าสนใจ คือ การสร้างความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นต้องไม่ให้เกิดว่าพิพิธภัณฑสถานอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก ที่จัดตั้งขึ้นเป็นเพียงสถานที่สำหรับการเรียนรู้ของนักศึกษาหรือเยาวชนเท่านั้น แต่ต้องเป็นพิพิธภัณฑสถานอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ต้องสร้างความสนใจ สร้างการมีส่วนร่วมและมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ และมีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการให้บริการที่เป็นมิตรและพร้อมที่จะให้บริการอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เกิดการจัดการเชิงสร้างสรรค์ทั้งแบบทางการและสอดแทรกความบันเทิงให้กับผู้เข้ามาใช้บริการด้วย

4.1.2.2 ความเชื่อถือได้ เมืองค์ประกอบดังนี้ การให้บริการที่รวดเร็ว มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ จากผลการวิจัย พบว่า ทุกคนมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าการสร้างความน่าเชื่อถือของการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือที่คาดว่าจะได้รับของผู้ใช้บริการนั้นเห็นประโยชน์ของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความรู้และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อีกแหล่งหนึ่ง สามารถที่สร้างรายได้ อย่างยั่งยืนได้ ยิ่งไปกว่านั้นต้องให้เป็นเสมือนแหล่งบันเทิงเชิงสวนสนุกจากการมีกิจกรรมและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือสื่อใหม่ๆ เสมอ

4.1.2.3 การตอบสนอง เมืองค์ประกอบดังนี้ ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ให้บริการจากผลการวิจัย พบว่า ทุกคนมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าจากการขาดบุคลากรและมีความรู้ตรงกับลักษณะงานที่ปฏิบัติและเจ้าหน้าที่เองก็ต้องรับผิดชอบงานหลายด้าน ถึงแม้บางครั้งจะมีเจ้าหน้าที่ที่เป็นอาสาสมัครก็ไม่สามารถปฏิบัติงานได้เต็มที่ในการให้ความรู้และพาเยี่ยมชมหรือจัดกิจกรรม

4.1.2.4 การให้ความมั่นใจ เมืองค์ประกอบดังนี้ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ พนักงานสุภาพ ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก จากผลการวิจัย พบว่า ทุกคนมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าในส่วนของอุทยานประวัติศาสตร์นั้นมีพื้นที่ ที่ดูแลมากเมื่อเทียบกับจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ดูแลรับผิดชอบ ซึ่งในบางครั้งอาจทำให้เจ้าหน้าที่ดูแลไม่ทั่วถึง และได้มีการกำหนดพื้นที่ในการให้เข้าใช้บริการในช่วงเวลาค่าและให้ผู้ให้บริการหรือนักท่องเที่ยวออกจากอุทยานประวัติศาสตร์ก่อนจะมีการปิดให้บริการเพื่อป้องกันอันตรายต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ บุคลากรผู้มีความรู้ความสามารถและรักในงานบริการถือเป็นปัจจัยที่สำคัญสุดในการสร้างความยอมรับในการบริการ

4.1.2.5 การเอาใจใส่ของพนักงาน เมืองค์ประกอบดังนี้ พนักงานให้บริการ ผู้ใช้บริการที่เป็นรายบุคคล พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ จากผลการวิจัย พบว่า ทุกคนมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ปัจจุบันการให้บริการของพนักงานก็ถือว่าให้บริการกับทุกคนดีอยู่แล้ว เพียงแต่ในบางครั้งมีผู้เข้ามาใช้บริการมากหรือมาเป็นกลุ่มคณะก็อาจจะดูแลให้บริการไม่ทั่วถึง จะมีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานประจำตามจุดให้บริการต่างๆ ซึ่งผู้ให้บริการหรือนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปขอความช่วยเหลือได้ตลอดเวลาที่ต้องการ บุคลากรและเจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่เหมาะสม โดยเฉพาะเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น หรือการใช้แต่งกายด้วยผ้าไทยของชุมชนเอง แสดงถึงภาพลักษณ์ประสิทธิภาพของบุคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการในความใส่ใจในรายละเอียด ตั้งแต่การแต่งกาย การให้ความรู้ และการเอาใจใส่ลูกค้า นอกจากนี้บุคลากรต้องมีคุณสมบัติทางด้านผู้มีความซื่อสัตย์ที่พร้อมให้บริการตลอดเวลา มีจิตวิทยาในการจูงใจ มีใจรักในการให้บริการ มีความรู้

และมีใจรักในงานศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นและบุคลากรต้องเป็นผู้มีความรู้เฉพาะด้าน เช่น ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วิถีชีวิต ฯลฯ มีความคิดสร้างสรรค์ มีการแสวงหาความรู้ พัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีเทคนิคในการถ่ายทอดความรู้ และมีเทคนิคการทำงานให้เหมาะสมกับสภาพงานที่ทำ ตลอดจนมีความเข้าใจในการเชื่อมโยงอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4.1.2.6 การเอาใจใส่ของหน่วยงาน เมืองค์ประกอบดังนี้ อุทยานประวัติศาสตร์ อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการและเจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ จากผลการวิจัยพบว่า ทุกคนมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าปัจจุบันการเปิด-ปิดถือว่าไม่มีความยืดหยุ่นเท่าไร ซึ่งมองว่าควรที่จะมีการเปิดให้ทำกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมในยามค่ำคืนเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ รู้จักประวัติศาสตร์ และนิทรรศการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ บุคลากรต้องเป็นผู้มีความรู้เฉพาะด้าน เช่น ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วิถีชีวิต ฯลฯ มีความคิดสร้างสรรค์ มีการแสวงหาความรู้ พัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีเทคนิคในการถ่ายทอดความรู้ และมีเทคนิคการทำงานให้เหมาะสมกับสภาพของงาน ตลอดจนมีความเข้าใจในการเชื่อมโยงอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งให้เห็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการสร้างความดึงดูดใจผู้เข้าชม สำหรับปัจจัยดังกล่าวนี้ จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารระดับสูง พบว่า มีความคิดเห็นว่าการยอมรับในการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จของพิพิธภัณฑ์อุทยานการประวัติศาสตร์มรดกโลกที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังเห็นจากคำสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงว่าการทำให้การท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงสร้างสรรค์นี้ให้ความยั่งยืนได้ เกิดความเชื่อถือในระยะยาวได้ โดยชุมชนต้องเข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการและปลูกจิตสำนึก เพื่อทำให้คนในชุมชนรู้สึกรักและหวงแหนพื้นที่ รู้สึกถึงการเป็นเจ้าของพื้นที่ ทำให้สถานที่ตรงนี้เกิดประโยชน์กับชุมชนในระยะยาวและส่งผลให้พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (วัฒนธรรมจังหวัด สัมภาษณ์วันที่ 25 ส.ค. 2560)

4.1.3 ระดับปัจจัยความสำเร็จ พบว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้คือ พนักงานเป็นมิตร และสุภาพ ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี) เวลาเปิดทำการที่สะดวก ให้ข้อมูลที่เพียงพอ เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่ คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ คำแนะนำของคำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์ มีคำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม บริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน) ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)

มีที่จอดรถเพียงพอ ร้านขายของที่ระลึก จากผลการวิจัย พบว่า มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันทุกคนว่า สำหรับปัจจัยดังกล่าวนี้ มีความคิดเห็นว่าการยอมรับในการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จของพิพิธภัณฑ์อุทยานการประวัติศาสตร์มรดกโลกที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังเห็นจากคำสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงว่าการทำให้การท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงสร้างสรรค์นี้ให้ความยั่งยืนได้ เกิดความเชื่อถือในระยะยาวได้ โดยทุกภาคส่วนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการร่วมกันไม่ว่าจะระดับไหน ควรร่วมมือกันอย่างจริงจังและปลูกจิตสำนึกเพื่อทำให้คนในชุมชนรู้สึกรักและหวงแหนพื้นที่ รู้สึกถึงการเป็นเจ้าของพื้นที่ ทำให้สถานที่ตรงนี้เกิดประโยชน์กับชุมชนในระยะยาวและส่งต่อให้พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัด สัมภาษณ์วันที่ 25 ส.ค. 2560) มีการจัดการเพื่อให้เกิดความเสมอภาคในการให้บริการ (Equitable Service) การให้บริการของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก ให้บริการและปฏิบัติกับนักท่องเที่ยวโดยไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ สีผิว หรือความยากจน ตลอดจนสถานะทางสังคม จะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการซึ่งใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน ในที่นี้ควรสามารถสื่อสารสำหรับประชาชนในทุกเพศทุกวัย ตลอดจนชาวต่างชาติได้ โดยการใช้ภาษาที่หลากหลาย เช่น ภาษาไทยและภาษาอังกฤษหรือแม้แต่ภาษาท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อให้สะดวกในการชม โดยภาษาที่ใช้ควรมีความกระชับ ไม่ซับซ้อน และสามารถเข้าใจได้ง่าย ตลอดจนรูปแบบตัวอักษรต้องมีขนาดพอดี สามารถมองเห็นและอ่านได้อย่างชัดเจน และควรทิ้งเวลาไว้ให้เหมาะสมแก่การที่จะรับรู้และเข้าใจในเรื่องราวได้เพื่อจูงใจรวมถึงการให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวหรือการแสดงอื่นๆ ด้วยอีกทางหนึ่ง (ผู้บริหารระดับสูงของเทศมนตรีเมือง สัมภาษณ์วันที่ 21 ก.ค. 2560) การจัดการเพื่อการให้บริการอย่างทันการณ์ (Timely Service) ผลการวิจัยพบว่า ควรจัดหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงและประจำอยู่ในพื้นที่ในการให้บริการเมื่อมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นและรวมถึงเจ้าหน้าที่คอยให้บริการประจำแต่ละจุดเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการสอบถามหรือช่วยเหลือ และตรงเวลา ซึ่งปัจจุบันมีแต่ยังไม่เพียงพอ การจัดการเพื่อความเพียงพอของการให้บริการ (Ample Service) ผลการวิจัย พบว่า ความเพียงพอของการให้บริการในปัจจุบันยังค่อนข้างมีน้อย เนื่องจากการให้บริการของเจ้าหน้าที่บางครั้งยังให้บริการไม่ครอบคลุมทั้งหมดได้ด้วยจำนวนบุคลากรที่มีจำกัดและทำงานหลายหน้าที่ การจัดการเพื่อสร้างความต่อเนื่องในการให้บริการ (Continuous Service) ผลการวิจัย พบว่า ความต่อเนื่องของการให้บริการพบว่า เจ้าหน้าที่ขาดการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวโดยละเอียดและในบางครั้งไม่สามารถให้บริการอย่างต่อเนื่องได้ จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยในด้านความต่อเนื่องของการให้บริการ ได้แก่ จัดแสดงนิทรรศการหมุนเวียนและกิจกรรมที่หลากหลาย โดยเป็นกิจกรรมที่สนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายรวมถึงการนำสิ่งแปลกใหม่มาจัดแสดงอยู่เสมอ เช่น เทศกาลประเพณีวันสำคัญ เหตุการณ์ในอดีต-ปัจจุบัน ให้สอดคล้องกัน นอกจากนี้ต้องนำวิถีชีวิต

เรื่องเล่า ความเป็นมาของชุมชน มรดกวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ตำนานท้องถิ่นมาร่วมสร้างและก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้น โดยสามารถนำมาจัดแสดงภายในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกและเส้นทางการเดินชมที่ชัดเจน เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าร่วมชมและสามารถเข้าใจเนื้อหาของนิทรรศการได้ง่ายขึ้น โดยมีการจัดแบ่งพื้นที่ภายในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกให้แยกเป็นส่วนๆ อย่างชัดเจน เพื่อสร้างความต่อเนื่องของเนื้อหาการจัดแสดง ต่อเนื่องและเป็นระบบ การจัดการเพื่อการบริการอย่างก้าวหน้าให้เกิดความประทับใจ (Satisfy Progressive Service) ผลการวิจัยพบว่าต้องเป็นการบริการที่มีความก้าวหน้า โดยนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจ มีบริการ Wi-Fi ฟรี ในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก การจัดทำข้อมูลต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถรู้ได้ทางคิวอาร์โค้ด เออาร์โค้ดหรือผ่านเทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัย ซึ่งเป็นช่องทางที่รวดเร็ว เป็นการสร้างการบริการที่นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามา การจัดการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อให้นักท่องเที่ยวและประชาชนรู้จักอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก ต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดที่ดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ควรมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่หลากหลาย เช่น การจัดการแสดงเรื่องเล่าประวัติศาสตร์ การจัดรายการวิทยุ โทรทัศน์ สารคดี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม การจัดการจราจรภาพเพื่อสร้างการจัดการความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งบริการ (Traffic Convenient Service) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันนี้การคมนาคมขนส่งยังมีไม่เพียงพอต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวและไม่สามารถที่จะเข้าถึงยังอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกได้เนื่องจากความต่อเนื่องของระบบการขนส่งยังไม่มี และที่มีอยู่ในปัจจุบันก็เป็นของเอกชนซึ่งให้บริการเป็นเวลาและจำกัดช่วงเวลาการให้บริการทำให้นักท่องเที่ยวยากต่อการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกได้อย่างสะดวกและคล่องตัว หรือแม้แต่ว่าระบบขนส่งสาธารณะเองยังมีจำนวนจำกัด และไม่มีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญของการบริการจัดการในขณะนี้ แต่ในส่วนของอุทยานประวัติศาสตร์เองก็มีรถรางไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการเยี่ยมชมโดยคิดค่าใช้จ่ายในการให้บริการแต่ละครั้ง และมีภาคเอกชนให้บริการรถจักรยานเช่าสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ การจัดการความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก (Convenient and Facility Service) ผลการวิจัย พบว่า ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ พื้นที่ที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และสามารถเข้าแหล่งชุมชนท้องถิ่นก็คือ การให้บริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่าสามารถให้ความสะดวกได้ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับและเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามา ซึ่งทางอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเอง ก็ได้มีการปรับปรุงพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้รองรับให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ร้านค้าชุมชน สินค้าชุมชน ร้านขายของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและเป็นแหล่งเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชน สถานที่จอดรถ ป้ายบอกทางต่างๆ รวมถึงห้องน้ำ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และนำไปสู่การบอกต่อปากต่อปาก จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันว่าสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกของแหล่งบริการเป็นปัจจัยสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี การจัดการความสามารถในการรับภาระค่าใช้จ่ายของผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการ (Ability of the Recipient to Get Hold of the Service) ผลการวิจัย พบว่า การเก็บค่าบริการ เพื่อเป็นรายได้สำหรับอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก เป็นสิ่งที่ควรคำนึงประการหนึ่งในการให้บริการ คือ ความสามารถในการจ่ายค่าใช้จ่ายของผู้เข้าชมในแต่ละระดับ ควรมีการแบ่งแยกตามกลุ่มเป้าหมาย ดังต่อไปนี้ คือ การไม่เก็บค่าเข้าชม จากการศึกษา พบว่า อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่บริหารจัดการและดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐ ได้รับงบประมาณการบริหารจัดการจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง จึงควรไม่เก็บค่าเข้าชม เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการมาเที่ยวอย่างต่อเนื่องและเกิดการท่องเที่ยวซ้ำ อีกทั้งยังสอดคล้องจากการศึกษาที่พบว่า ผู้เข้าชมส่วนใหญ่เห็นว่า ควรเปิดให้เข้าชม โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมในการเข้าชม เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกอย่างแท้จริง แต่ให้เก็บค่าเข้าชมบางกิจกรรมและการแสดงแทนการเก็บค่าเข้า การจัดการเพื่อให้เกิดการยอมรับคุณภาพการบริการ (Acceptability of Service from Recipient) ผลการวิจัยพบว่า บุคลากร และเจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่เหมาะสม โดยเฉพาะเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น หรือการแต่งกายด้วยผ้าไทยของชุมชนเอง แสดงถึงภาพลักษณ์ประสิทธิภาพของบุคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการให้ความใส่ใจในรายละเอียด ตั้งแต่การแต่งกาย การให้ความรู้ และการเอาใจใส่ลูกค้า นอกจากนี้บุคลากรต้องมีคุณสมบัติทางด้านผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีพร้อมให้บริการตลอดเวลา มีจิตวิทยาในการจูงใจ มีใจรักในการให้บริการ มีความรู้ และมีใจรักในงานศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นและบุคลากรต้องเป็นผู้มีความรู้เฉพาะด้าน เช่น ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วิถีชีวิต ฯลฯ มีความคิดสร้างสรรค์ มีการแสวงหาความรู้ พัฒนาค้นคว้าอยู่เสมอ มีเทคนิคในการถ่ายทอดความรู้ และมีเทคนิคการทำงานให้เหมาะสมกับสภาพ ตลอดจนมีความเข้าใจในการเชื่อมโยงอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งให้เห็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการสร้างความดึงดูดใจผู้เข้าชม ดังนั้นบุคลากรผู้มีความรู้ความสามารถ และรักในงานบริการ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญสุดในการสร้างความยอมรับในการบริการ (วัฒนธรรมจังหวัด สัมภาษณ์วันที่ 25 ส.ค. 2560)

จากผลการศึกษาทั้งหมดที่ได้จากผลการวิจัยสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ สามารถสรุปปัจจัยการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (รอบที่ 1) ดังตาราง 4-1

ตาราง 4-1 สรุปปัจจัยการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (รอบที่ 1)

ปัจจัยหลัก	องค์ประกอบ
ปัจจัยด้านกลยุทธ์	
1. การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure)	<p>1.1 การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่</p> <p>1.2 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p> <p>1.3 พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง</p> <p>1.4 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม</p> <p>1.5 ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพและมีความน่าสนใจ</p>
2. การมีส่วนร่วมกับหน่วยงาน ภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นใน พื้นที่ (Participation)	<p>2.1 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p> <p>2.2 การกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วน ด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน</p> <p>2.3 พัฒนาบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ที่มีความเด่นชัดและเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการ ส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว</p> <p>2.4 สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว</p> <p>2.5 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน</p>
3. การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum)	<p>3.1 การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์</p> <p>3.2 ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง</p>

ตาราง 4-1 สรุปปัจจัยการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (รอบที่ 1) (ต่อ)

ปัจจัยหลัก	องค์ประกอบ
<u>ปัจจัยด้านกลยุทธ์</u>	
4. การจัดการภายนอก พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum)	4.1 การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ 4.2 บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์
5. การจัดการข้อมูล ประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations)	5.1 การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน 5.2 สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่ 5.3 การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 5.4 การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย 5.5 พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
<u>ปัจจัยคุณภาพการบริการ</u> (SERVQUAL)	
1. การให้บริการที่เป็นรูปธรรม	1.1 ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ 1.2 นิทรรศการน่าสนใจ 1.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวก 1.4 พนักงานแต่งตัวดี
2. ความเชื่อถือได้	2.1 การให้บริการที่รวดเร็ว 2.2 มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ
3. การตอบสนอง	3.1 ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว 3.2 พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ให้บริการ
4. การให้ความมั่นใจ	4.1 ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ 4.2 พนักงานสุภาพ 4.3 ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์
5. การเอาใจใส่ของพนักงาน	5.1 พนักงานให้บริการผู้บริการที่เป็นรายบุคคล 5.2 พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ
6. การเอาใจใส่ของหน่วยงาน	6.1 พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ 6.2 เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล 6.3 เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ 6.4 เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ

ตาราง 4-1 สรุปปัจจัยการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (รอบที่ 1) (ต่อ)

ปัจจัยหลัก	องค์ประกอบ
ปัจจัยความสำเร็จ (HISTOQUAL)	1.1 พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ 1.2 ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม 1.3 พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี 1.4 ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี) 1.5 เวลาเปิดทำการที่สะดวก 1.6 ให้ข้อมูลที่เพียงพอ 1.7 เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ 1.8 ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ 1.9 การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี 1.10 การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่ 1.11 คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ 1.12 คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม 1.13 ความสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์ 1.14 บริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน) 1.15 ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก) 1.16 มีที่จอดรถเพียงพอ 1.17 ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้านขายของที่ระลึก

4.2 ผลการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์จากการสัมภาษณ์รอบที่ 1 เพื่อนำมาพิจารณาและสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (รอบที่ 2)

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมมุมมองจากการสัมภาษณ์รอบที่ 1 โดยนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ทราบถึงบริบทในประเด็นที่ศึกษาและนำมาสร้างแบบสอบถาม หลังจากได้รับข้อมูลมาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์เรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลดังกล่าวมาสร้างแบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 2 หลังจากรวบรวมข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผลสรุปการวิจัยของรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยาน

ประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย รอบที่ 2 ปรากฏผลการวิจัยดังนี้

4.2.1 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) มีองค์ประกอบคือ การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวด้วยด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการบริหารจัดการโครงสร้าง พบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดแสดงดังตาราง 4-2 ต่อไปนี้

ตาราง 4-2 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) (รอบที่ 2)

ข้อที่	การบริหารจัดการโครงสร้าง	ค่า มัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่า ฐาน นิยม Mode	ความ แตกต่าง ระหว่าง ค่าฐาน นิยมกับ ค่ามัธย ฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้ม ความเป็นไปได้	ความ สอดคล้อง ของข้อมูล
1.1	การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.2	การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง

ตาราง 4-2 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) (รอบที่ 2) (ต่อ)

ข้อที่	การบริหารจัดการโครงสร้าง	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
1.3	พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงและพื้นที่เพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.4	พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง

ตาราง 4-2 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) (รอบที่ 2) (ต่อ)

ข้อที่	การบริหารจัดการโครงสร้าง	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
1.5	ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพและมีความน่าสนใจ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-2 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย
การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุดโดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่
2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง
4. พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถานและข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม
5. ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพและมีความน่าสนใจ

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ โครงสร้าง (Structure) (รอบที่ 2) จะมีองค์ประกอบคือ

1. การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่
2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยว เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง
4. พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถานและข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม
5. ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพและมีความน่าสนใจ

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้อง

2. ด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) มีองค์ประกอบคือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน พัฒนารูปแบบของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว การเชื่อมโยง

การท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ พบว่า ค่าสถิติมีรายละเอียดดังตาราง 4-3 ต่อไปนี้

ตาราง 4-3 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมการของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) (รอบที่ 2)

ข้อที่	การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
2.1	การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
2.2	การกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน	4	5	1	0.50	มาก	ไม่สอดคล้อง
2.3	พัฒนาบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
2.4	สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว	5	5	0	0.25	มากที่สุด	สอดคล้อง

ตาราง 4-3 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) (รอบที่ 2) (ต่อ)

ข้อที่	การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
2.5	การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-3 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation)

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. การกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน
3. พัฒนาบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว
4. สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว
5. การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) (รอบที่ 2) จะมีองค์ประกอบคือ

1. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. การกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน
3. พัฒนาศักยภาพของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัดและเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว
4. สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว
5. การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้อง

3. ด้านการจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) มีองค์ประกอบ คือ การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดีโดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ พบว่า ค่าสถิติมีรายละเอียดดังตาราง 4-4 ต่อไปนี้



ตาราง 4-4 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) (รอบ 2)

ข้อที่	การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่าง ค่าฐานนิยมกับ ค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่าง ควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้ม ความเป็นไปได้	ความสอดคล้อง ของข้อมูล
3.1	การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
3.2	ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-4 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum)

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) ที่มีความเป็นไปได้ ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์
2. ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดีโดยสนับสนุนทุนการศึกษา ให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดีโดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการจัดการภายใน พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) (รอบที่ 2) จะมีองค์ประกอบคือ

1. การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์
2. ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษา ให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจ ด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้อง

4. ด้านการจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) มีองค์ประกอบ คือ การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการจัดการ ภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ พบว่า ค่าสถิติมีรายละเอียดดังตาราง 4-5 ต่อไปนี้

ตาราง 4-5 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) (รอบที่ 2)

ข้อที่	การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
4.1	การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
4.2	บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์	5	5	0	0.50	มาก	สอดคล้อง

จากตาราง 4-5 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum)

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ

การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ประกอบด้วย ปัจจัยการจัดการภายนอก พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) (รอบที่ 2) จะมีองค์ประกอบคือ

1. การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ
2. บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัย และไม่มีปัจจัยที่ไม่สอดคล้องกัน

5. ด้านการจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) มีองค์ประกอบคือ การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่ การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ พบว่า ค่าสถิติมีรายละเอียดดังตาราง 4-6 ต่อไปนี้

ตาราง 4-6 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) (รอบที่ 2)

ข้อที่	การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
5.1	การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
5.2	สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง

ตาราง 4-6 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) (รอบที่ 2) (ต่อ)

ข้อที่	การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
5.3	การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
5.4	การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
5.5	พัฒนาประสิทธิภาพ การบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-6 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations)

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน
2. การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
4. สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่
5. พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวา เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) (รอบที่ 2) จะมีองค์ประกอบคือ

1. การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน
2. สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่
3. การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4. การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
5. พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกัน

4.2.2 ปัจจัยคุณภาพบริการ สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. ด้านการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีองค์ประกอบคือ ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ นิทรรศการน่าสนใจ มีสิ่งอำนวยความสะดวกและพนักงานแต่งตัวดี ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการให้บริการที่เป็นรูปธรรม พบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-7 ต่อไปนี้

ตาราง 4-7 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การให้บริการที่เป็นรูปธรรม (รอบที่ 2)

ข้อที่	การให้บริการที่เป็นรูปธรรม	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
1.1	ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.2	นิทรรศการน่าสนใจ	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.3	มีสิ่งอำนวยความสะดวก	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.4	พนักงานแต่งตัวดี	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-7 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การให้บริการที่เป็นรูปธรรม

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การให้บริการที่เป็นรูปธรรม ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ
2. นิทรรศการน่าสนใจ
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวก
4. พนักงานแต่งตัวดี

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้บริการที่เป็นรูปธรรม (รอบที่ 2) จะมีองค์ประกอบคือ

1. ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ
2. นิทรรศการน่าสนใจ
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวก

4. พนักงานแต่งตัวดี

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่สอดคล้องกัน

2. ปัจจัยด้านความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย การให้บริการที่รวดเร็วและมีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านความเชื่อถือได้ พบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-8 ต่อไปนี้

ตาราง 4-8 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : ความเชื่อถือได้ (รอบที่ 2)

ข้อที่	ความเชื่อถือได้	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
2.1	การให้บริการที่รวดเร็ว	5	5	0	1	มาก	สอดคล้อง
2.2	มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ	5	4	1	1	ปานกลาง	ไม่สอดคล้อง

จากตาราง 4-8 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : ด้านความเชื่อถือได้

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

ความเชื่อถือได้ ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ การให้บริการที่รวดเร็ว

ปัจจัยที่มีไม่ความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

ความเชื่อถือได้ ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับปานกลาง โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความเชื่อถือได้ (รอบที่ 2) จะมีองค์ประกอบคือ การให้บริการที่รวดเร็ว

โดยมีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้อง คือ มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ

3. ด้านการตอบสนอง มีองค์ประกอบคือ ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ให้บริการ ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการตอบสนองพบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-9 ต่อไปนี้

ตาราง 4-9 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การตอบสนอง (รอบที่ 2)

ข้อที่	การตอบสนอง	ค่า มัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐาน นิยม Mode	ความ แตกต่าง ระหว่าง ค่าฐาน นิยมกับ ค่ามัธ ฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้ม ความ เป็นไปได้	ความ สอดคล้อง ของ ข้อมูล
3.1	ผู้ให้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว	5	4	1	0.50	มาก	สอดคล้อง
3.2	พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ให้บริการ	5	5	0	0.50	มาก	สอดคล้อง

จากตาราง 4-9 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การตอบสนอง

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การตอบสนองที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว
2. พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ใช้บริการ

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ จะประกอบด้วย ปัจจัยด้านการตอบสนอง (รอบที่ 2) จะมีองค์ประกอบคือ

1. ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว
2. พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ใช้บริการ

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้อง

4. ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ มีองค์ประกอบคือ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ พนักงานสุภาพ และผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑ์อุทยาน ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการให้ความมั่นใจ พบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดแสดงดังตาราง 4-10 ต่อไปนี้

ตาราง 4-10 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การให้ความมั่นใจ (รอบที่ 2)

ข้อที่	การให้ความมั่นใจ	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่าง ระหว่าง ค่าฐานนิยมกับ ค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่าง ควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้ม ความเป็นไปได้	ความสอดคล้อง ของ ข้อมูล
4.1	ผู้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ	5	5	0	0.75	ปานกลาง	สอดคล้อง
4.2	พนักงานสุภาพ	5	4	1	0.75	มาก	สอดคล้อง
4.3	ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์	5	5	0	0.25	มาก	สอดคล้อง

จากตาราง 4-10 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การให้ความมั่นใจ

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การให้ความมั่นใจ ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. พนักงานสุภาพ
2. ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑอุทยานประวัติศาสตร์

การให้ความมั่นใจที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับปานกลาง โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ผู้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ จะประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ (รอบที่ 2) จะมีองค์ประกอบคือ

1. ผู้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ
 2. พนักงานสุภาพ
 3. ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑอุทยานประวัติศาสตร์
- โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้อง

5. ปัจจัยด้านการเอาใจใส่ของพนักงาน ประกอบด้วย พนักงานให้บริการผู้บริการที่เป็นรายบุคคล และพนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการเอาใจใส่ของพนักงาน พบว่า ค่าสถิติมีรายละเอียดดังตาราง 4-11 ต่อไปนี้

ตาราง 4-11 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การเอาใจใส่ของพนักงาน (รอบที่ 2)

ข้อที่	การเอาใจใส่ของพนักงาน	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
5.1	พนักงานให้บริการผู้ใช้บริการที่เป็นรายบุคคล	5	4	1	0.75	ปานกลาง	สอดคล้อง
5.2	พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ	5	5	0	0.75	มาก	สอดคล้อง

จากตาราง 4-11 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การเอาใจใส่ของพนักงาน

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การเอาใจใส่ของพนักงานที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ

การเอาใจใส่ของพนักงาน ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับปานกลาง โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ พนักงานให้บริการผู้ใช้บริการที่เป็นรายบุคคล

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ จะประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเอาใจใส่ของพนักงาน (รอบที่ 2) จะมีองค์ประกอบคือ

1. พนักงานให้บริการผู้ใช้บริการที่เป็นรายบุคคล
2. พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกัน

6. ปัจจัยด้านการเอาใจใส่ของหน่วยงาน ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ และเจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการเอาใจใส่ของหน่วยงาน พบว่า ค่าสถิติมีรายละเอียดดังตาราง 4-12 ต่อไปนี้

ตาราง 4-12 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การเอาใจใส่ของหน่วยงาน (รอบที่ 2)

ข้อที่	การเอาใจใส่ของหน่วยงาน	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
6.1	พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ	5	5	0	0.75	มาก	สอดคล้อง
6.2	เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล	5	5	0	0.50	มาก	สอดคล้อง
6.3	เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
6.4	เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-12 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การเอาใจใส่ของหน่วยงาน

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การเอาใจใส่ของหน่วยงาน ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ
2. เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ

การเอาใจใส่ของหน่วยงาน ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ
2. เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ จะประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเอาใจใส่ของหน่วยงาน (รอบที่ 2) จะมีองค์ประกอบคือ

1. พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ
2. เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล
3. เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ
4. เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกัน

4.2.3 ปัจจัยความสำเร็จ ประกอบด้วย องค์ประกอบดังนี้

พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี) เวลาเปิดทำการที่สะดวก ให้ข้อมูลที่เพียงพอ เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่ คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม ความสนใจของอาคารพิพิธภัณฑสถาน บริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน) ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก) มีที่จอดรถเพียงพอ และผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้านขายของที่ระลึก ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านปัจจัยความสำเร็จ พบว่า ค่าสถิติ รายละเอียดดังตาราง 4-13 ต่อไปนี้

ตาราง 4-13 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยความสำเร็จ (รอบที่ 2)

ข้อที่	ปัจจัยความสำเร็จ	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
1.1	พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.2	ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม	5	5	0	0.25	ปานกลาง	สอดคล้อง
1.3	พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี	5	5	0	0.25	มาก	สอดคล้อง
1.4	ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.5	เวลาเปิดทำการที่สะดวก	5	5	0	1	มาก	สอดคล้อง
1.6	ให้ข้อมูลที่เพียงพอ	4	5	1	1	ปานกลาง	ไม่สอดคล้อง
1.7	เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ	5	4	1	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.8	ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ	5	5	0	0.25	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.9	การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี	5	4	1	1	มาก	สอดคล้อง
1.10	การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่	5	5	0	1	มาก	สอดคล้อง

ตาราง 4-13 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยความสำเร็จ (รอบที่ 2) (ต่อ)

ข้อที่	ปัจจัยความสำเร็จ	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
1.11	คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ	5	5	0	0.25	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.12	คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม	5	5	0	0.25	มาก	สอดคล้อง
1.13	ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.14	การบริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน)	5	5	0	1	มาก	สอดคล้อง
1.15	ความสะดวกสบายของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.16	มีที่จอดรถเพียงพอ	5	5	0	1	มาก	ไม่สอดคล้อง
1.17	ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้านขายของที่ระลึก	5	4	1	0.25	ปานกลาง	ไม่สอดคล้อง

จากตาราง 4-13 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยความสำเร็จ

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

ปัจจัยความสำเร็จที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ
2. ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)
3. เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ
4. ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ
5. คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ
6. ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์
7. ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)

ปัจจัยความสำเร็จที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี
2. เวลาเปิดทำการที่สะดวก
3. การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี
4. การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่
5. คำแนะนำต่อการปฏิบัติตาม
6. บริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน)

ปัจจัยความสำเร็จที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับปานกลาง โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม

ปัจจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

1. ให้อินโฟที่เพียงพอ
2. มีที่จอดรถเพียงพอ
3. ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้านขายของที่ระลึก

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ (รอบที่ 2) จะมีองค์ประกอบคือ

1. พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ
2. ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)
3. เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ
4. ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ
5. คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ
6. ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์
7. ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)

8. ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม
 9. พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี
 10. เวลาเปิดทำการที่สะดวก
 11. การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี
 12. การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่
 13. คำแนะนำต่อการปฏิบัติตาม
 14. การบริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน)
- โดยมีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้อง คือ
1. ให้ข้อมูลที่เพียงพอ
 2. มีที่จอดรถเพียงพอ
 3. ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้านขายของที่ระลึก

ตาราง 4-14 แสดงการสรุปจำนวนปัจจัยที่ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ของการสัมภาษณ์ (รอบที่ 2)

ปัจจัยอันพึงประสงค์	จำนวนข้อมูลแนวนอน							
	รวม	ความเป็นไปได้ของข้อมูล				ความสอดคล้องของข้อมูล		ข้อมูลปัจจัยที่ทำการคัดเลือก
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง	
1. ปัจจัยด้านกลยุทธ์								
1.1 การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure)	5	5	-	-	-	5	-	5
1.2 การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation)	5	4	1	-	-	4	1	4
1.3 การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum)	2	2	-	-	-	2	-	2
1.4 การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum)	2	1	1	-	-	2	-	2

ตาราง 4-14 แสดงการสรุปจำนวนปัจจัยที่ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ของการสัมภาษณ์
(รอบที่ 2) (ต่อ)

ปัจจัยอันพึงประสงค์	จำนวนข้อมูลแนวนอน							ข้อมูลปัจจัย ที่ทำการ คัดเลือก
	รวม	ความเป็นไปได้ของข้อมูล				ความ สอดคล้อง ของข้อมูล		
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง	
1.5 การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations)	5	5	-	-	-	5	-	5
รวมปัจจัยด้านกลยุทธ์	19	17	2	-	-	18	1	18
2. ปัจจัยคุณภาพบริการ								
2.1 การให้บริการที่เป็นรูปธรรม	4	4	-	-	-	4	-	4
2.2 ความเชื่อถือได้	2	-	1	1	-	1	1	1
2.3 การตอบสนอง	2	-	2	-	-	2	-	2
2.4 การให้ความมั่นใจ	3	-	2	1	-	3	-	3
2.5 การเอาใจใส่ของพนักงาน	2	-	1	1	-	2	-	2
2.6 การเอาใจใส่ของหน่วยงาน	4	2	2	-	-	4	-	4
รวมปัจจัยคุณภาพบริการ	17	6	8	3	-	16	1	16
3. ปัจจัยความสำเร็จ	17	7	7	3	-	14	3	14
รวมทั้งสิ้น	53	30	17	6	-	48	5	48

จากตาราง 4-14 แสดงการสรุปจำนวนปัจจัยที่ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ของการสัมภาษณ์ รอบที่ 2 จะเห็นได้ว่าข้อมูลปัจจัยทั้ง 3 ด้าน รอบที่ 2 ได้ดังต่อไปนี้ คือ

1. ด้านกลยุทธ์ มีจำนวนทั้งหมด 19 ข้อ มีความสอดคล้องกันตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งสิ้นจำนวน 19 ข้อ ประกอบไปด้วยข้อมูลที่เป็นไปได้มากที่สุด จำนวน 15 ข้อ และที่เป็นไปได้มาก จำนวน 4 ข้อ

2. ปัจจัยคุณภาพบริการ มีจำนวนทั้งหมด 17 ข้อ มีความสอดคล้องกันตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งสิ้นจำนวน 16 ข้อ ประกอบไปด้วยข้อมูลที่เป็นไปได้มากที่สุด จำนวน 6 ข้อ ข้อมูลที่เป็นไปได้มาก จำนวน 8 ข้อ และปานกลาง จำนวน 3 ข้อ

3. ด้านปัจจัยความสำเร็จ มีจำนวนทั้งหมดจำนวน 17 ข้อ มีความสอดคล้องกันตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งสิ้น จำนวน 14 ข้อ ประกอบไปด้วยข้อมูลที่เป็นไปได้มากที่สุด จำนวน 7 ข้อ ข้อมูลที่เป็นไปได้มาก จำนวน 7 ข้อ และข้อมูลที่เป็นไปได้ปานกลาง จำนวน 3 ข้อ

โดยสรุป มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 53 ข้อ ประกอบด้วย ข้อมูลที่เป็นไปได้มากที่สุด จำนวน 28 ข้อ ที่เป็นไปได้มาก จำนวน 19 ข้อ และที่เป็นไปได้ปานกลาง จำนวน 6 ข้อ และรวมทั้งสิ้นที่มีความสอดคล้องกันตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งสิ้น จำนวน 49 ข้อ

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์และการตรวจสอบฉันทามติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก/ผู้เชี่ยวชาญ (Multiple Correspondence Analysis) จากการสัมภาษณ์เพื่อนำมาพิจารณาและสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย รอบที่ 3

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมมุมมองจากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 โดยนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ทราบถึงบริบทในประเด็นที่ศึกษาและนำมาสร้างแบบสอบถาม หลังจากได้รับข้อมูลมาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์เรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลดังกล่าวมาสร้างแบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 3 หลังจากรวบรวมข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผลสรุปการวิจัยของรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย รอบที่ 3 ปรากฏผลการวิจัยดังต่อไปนี้

4.3.1 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ สามารถแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านการบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) มุ่งองค์ประกอบคือ การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการบริหารจัดการโครงสร้างพบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-15 ต่อไปนี้

ตาราง 4-15 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) (รอบที่ 3)

ข้อที่	การบริหารจัดการโครงสร้าง	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
1.1	การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.2	การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.3	พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว ด้านโบราณคดีและ ประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งใน พื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อสร้างทางเลือกในการ ท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราว ทางประวัติศาสตร์ในการ เชื่อมโยง	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.4	พัฒนาระบบฐานข้อมูล สารสนเทศของแหล่ง โบราณสถานและข้อมูลทาง โบราณคดีและประวัติศาสตร์ ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง

ตาราง 4-15 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) (รอบที่ 3) (ต่อ)

ข้อที่	การบริหารจัดการโครงสร้าง	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
1.5	ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพและมีความน่าสนใจ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-15 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure)

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่
2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง
4. พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถานและข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม
5. ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์ แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพและมีความน่าสนใจ

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ จะประกอบด้วย ปัจจัยหลักด้านการบริหารจัดการ โครงสร้าง (Structure) (รอบที่ 3) จะมีองค์ประกอบคือ

1. การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่
2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง
4. พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถานและข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม
5. ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์ แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพและมีความน่าสนใจ

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้อง

2. ด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) มีองค์ประกอบคือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน พัฒนารูปแบบของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว การเชื่อมโยง

การท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ พบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-16 ต่อไปนี้

ตาราง 4-16 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) (รอบที่ 3)

ข้อที่	การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
2.1	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
2.2	พัฒนาบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง

ตาราง 4-16 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) (รอบที่ 3) (ต่อ)

ข้อที่	การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
2.3	สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว	5	5	0	0.25	มากที่สุด	สอดคล้อง
2.4	การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-16 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation)

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. พัฒนาบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว
3. สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว
4. การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์จะประกอบด้วยปัจจัยหลักการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) (รอบที่ 3) จะมีองค์ประกอบคือ

1. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 2. พัฒนาศักยภาพของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว
 3. สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว
 4. การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน
- องค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้องคือ การกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน

3. ด้านการจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) มีองค์ประกอบคือ การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจ ด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติ ด้านการจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ พบว่าค่าสถิติมีรายละเอียดดังตาราง 4-17 ต่อไปนี้

ตาราง 4-17 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) (รอบที่ 3)

ข้อที่	การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
3.1	การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
3.2	ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-17 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือ

ตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum)

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) ที่มีความเป็นไปได้ ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์
2. ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษา ให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์จะประกอบด้วยปัจจัยหลักด้านการจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) (รอบที่ 3) จะมีองค์ประกอบคือ

1. การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์
2. ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษา ให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้อง

4. ด้านการจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) มีองค์ประกอบคือ การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ พบว่า ค่าสถิติมีรายละเอียดดังตาราง 4-18 ต่อไปนี้

ตาราง 4-18 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) (รอบที่ 3)

ข้อที่	การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
4.1	การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
4.2	บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์	5	5	0	0.50	มาก	สอดคล้อง

จากตาราง 4-18 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum)

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ

การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ จะประกอบด้วย ปัจจัยการจัดการภายนอก พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) (รอบที่ 3) จะมีองค์ประกอบคือ

1. การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ
2. บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกัน

5. ด้านการจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) มีองค์ประกอบคือ การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่ การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ พบว่า ค่าสถิติมีรายละเอียดดังตาราง 4-19 ต่อไปนี้

ตาราง 4-19 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) (รอบที่ 3)

ข้อที่	การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
5.1	การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
5.2	สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง

ตาราง 4-19 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) (รอบที่ 3) (ต่อ)

ข้อที่	การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
5.3	การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
5.4	การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
5.5	พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-19 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยด้านกลยุทธ์ : การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations)

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) ที่มีความเป็นไปได้ ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน
2. การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
4. สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่
5. พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก ที่มีชีวิตชีวา เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการจัดการข้อมูล ประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations) (รอบที่ 3) จะมีองค์ประกอบคือ

1. การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน
2. การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
4. สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่
5. พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก ที่มีชีวิตชีวา เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกัน

4.2.3 ปัจจัยคุณภาพบริการ สามารถแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีองค์ประกอบคือ ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ นิทรรศการน่าสนใจ มีสิ่งอำนวยความสะดวกและพนักงานแต่งตัวดี ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการให้บริการที่เป็นรูปธรรม พบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียด ดังตาราง 4-20 ต่อไปนี้

ตาราง 4-20 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การให้บริการที่เป็นรูปธรรม (รอบที่ 3)

ข้อที่	การให้บริการที่เป็นรูปธรรม	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
1.1	ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.2	นิทรรศการน่าสนใจ	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.3	มีสิ่งอำนวยความสะดวก	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.4	พนักงานแต่งตัวดี	5	5	0	0.50	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-20 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การให้บริการที่เป็นรูปธรรม

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การให้บริการที่เป็นรูปธรรม ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ
2. นิทรรศการน่าสนใจ
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวก
4. พนักงานแต่งตัวดี

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการให้บริการที่เป็นรูปธรรม (รอบที่ 3) จะมีองค์ประกอบคือ

1. ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ
2. นิทรรศการน่าสนใจ

3. มีสิ่งอำนวยความสะดวก

4. พนักงานแต่งตัวดี

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกัน

2. ปัจจัยด้านความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย การให้บริการที่รวดเร็วและมีการแจ้งให้ผู้
เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้าน
ความเชื่อถือได้ พบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-21 ต่อไปนี้

ตาราง 4-21 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของ
อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขต
ภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : ความเชื่อถือได้ (รอบที่ 3)

ข้อที่	ความเชื่อถือได้	ค่า มัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐาน นิยม Mode	ความ แตกต่าง ระหว่าง ค่าฐาน นิยมกับ ค่ามัธย ฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้ม ความเป็นไปได้	ความ สอดคล้อง ของ ข้อมูล
2.1	การให้บริการที่รวดเร็ว	5	5	0	1	มาก	สอดคล้อง
2.2	มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการ เกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ	5	4	1	1	ปานกลาง	ไม่ สอดคล้อง

จากตาราง 4-21 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยาน
ประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย
ปัจจัยคุณภาพบริการ : ความเชื่อถือได้

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

ความเชื่อถือได้ ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่า
พิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ การให้บริการที่
รวดเร็ว

ปัจจัยที่มีไม่ความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

ความเชื่อถือได้ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับปานกลาง โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ ประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือได้ (รอบที่ 3) จะมีองค์ประกอบคือ การให้บริการที่รวดเร็ว

โดยมีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้อง คือ มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ

3. ด้านการตอบสนอง มีองค์ประกอบคือ ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการตอบสนองพบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-22 ต่อไปนี้

ตาราง 4-22 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การตอบสนอง (รอบที่ 3)

ข้อที่	การตอบสนอง	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่าง ค่าฐานนิยมกับ ค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่าง ควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้ม ความเป็นไปได้	ความสอดคล้อง ของ ข้อมูล
3.1	ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว	5	4	1	0.50	มาก	สอดคล้อง
3.2	พนักงานเต็มใจช่วยเหลือ ผู้ใช้บริการ	5	5	0	0.50	มาก	สอดคล้อง

จากตาราง 4-22 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การตอบสนอง

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การตอบสนองที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว
2. พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ใช้บริการ

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ จะประกอบด้วย ด้านการตอบสนอง (รอบที่ 3) จะมีองค์ประกอบคือ

1. ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว
2. พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ใช้บริการ

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่ความสอดคล้อง

4. ด้านการให้ความมั่นใจ มีองค์ประกอบคือ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ พนักงานสุภาพ และผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑ์อุทยาน ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการให้ความมั่นใจ พบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-23 ต่อไปนี้

ตาราง 4-23 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การให้ความมั่นใจ (รอบที่ 3)

ข้อที่	การให้ความมั่นใจ	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่าง ระหว่าง ค่าฐานนิยมกับ ค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่าง ควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้ม ความเป็นไปได้	ความสอดคล้อง ของ ข้อมูล
4.1	ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ	5	5	0	0.75	ปานกลาง	สอดคล้อง
4.2	พนักงานสุภาพ	5	4	1	0.75	มาก	สอดคล้อง
4.3	ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์	5	5	0	0.25	มาก	สอดคล้อง

จากตาราง 4-23 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การให้ความมั่นใจ

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การให้ความมั่นใจที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. พนักงานสุภาพ
2. ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑอุทยานประวัติศาสตร์

การให้ความมั่นใจที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับปานกลาง โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ จะประกอบด้วย ด้านการให้ความมั่นใจ (รอบที่ 3) จะมีองค์ประกอบคือ

1. ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ
 2. พนักงานสุภาพ
 3. ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑอุทยานประวัติศาสตร์
- โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกัน

5. ด้านการเอาใจใส่ของพนักงาน ประกอบด้วย พนักงานให้บริการผู้บริการที่เป็นรายบุคคล และพนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการเอาใจใส่ของพนักงาน พบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-24 ต่อไปนี้

ตาราง 4-24 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การเอาใจใส่ของพนักงาน (รอบที่ 3)

ข้อที่	การเอาใจใส่ของพนักงาน	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
5.1	พนักงานให้บริการผู้ใช้บริการที่เป็นรายบุคคล	5	5	0	0.75	ปานกลาง	สอดคล้อง
5.2	พนักงานรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	5	5	0	0.75	มาก	สอดคล้อง

จากตาราง 4-24 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การเอาใจใส่ของพนักงาน

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การเอาใจใส่ของพนักงานที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ พนักงานรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

การเอาใจใส่ของพนักงาน ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับปานกลาง โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ พนักงานให้บริการผู้ใช้บริการที่เป็นรายบุคคล

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการ จะประกอบด้วย ด้านการเอาใจใส่ของพนักงาน (รอบที่ 3) จะมีองค์ประกอบคือ

1. พนักงานให้บริการผู้ใช้บริการที่เป็นรายบุคคล
2. พนักงานรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกัน

6. ด้านการเอาใจใส่ของหน่วยงาน ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ และเจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านการเอาใจใส่ของหน่วยงาน พบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-25 ต่อไปนี้

ตาราง 4-25 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การเอาใจใส่ของหน่วยงาน (รอบที่ 3)

ข้อที่	การเอาใจใส่ของหน่วยงาน	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
6.1	พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ	5	5	0	0.75	มาก	สอดคล้อง
6.2	เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล	5	5	0	0.50	มาก	สอดคล้อง
6.3	เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
6.4	เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-25 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ปัจจัยคุณภาพบริการ : การเอาใจใส่ของหน่วยงาน

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

การเอาใจใส่ของหน่วยงาน ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ
2. เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ

การเอาใจใส่ของหน่วยงาน ที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ
2. เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ จะประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเอาใจใส่ของหน่วยงาน (รอบที่ 3) จะมีองค์ประกอบคือ

1. พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ
2. เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล
3. เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ
4. เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ

โดยไม่มีองค์ประกอบที่ต้องตัดออกจากการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกัน

4.3.3 ปัจจัยที่ผลต่อความสำเร็จประกอบด้วย องค์ประกอบดังนี้

พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี) เวลาเปิดทำการที่สะดวก ให้ข้อมูลที่เพียงพอ เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่ คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม ความสนใจของอาคารพิพิธภัณฑสถาน การบริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน) ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก) มีที่จอดรถเพียงพอ และผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้านขายของที่ระลึก ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านปัจจัยความสำเร็จ พบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-26 ต่อไปนี้

ตาราง 4-26 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย : ปัจจัยความสำเร็จ (รอบที่ 3)

ข้อที่	ปัจจัยความสำเร็จ	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
1.1	พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.2	ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม	5	5	0	0.25	ปานกลาง	สอดคล้อง
1.3	พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี	5	5	0	0.25	มาก	สอดคล้อง
1.4	ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.5	เวลาเปิดทำการที่สะดวก	5	5	0	1	มาก	สอดคล้อง
1.6	เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.7	ความดึงดูดใจของเนื้อหา ของนิทรรศการ	5	5	0	0.25	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.8	การจัดแสดงนิทรรศการ ที่อธิบายได้ดี	5	5	0	1	มาก	สอดคล้อง
1.9	การเยี่ยมชมที่น่าสนใจ อันเป็นผลมาจากเทคโนโลยี ที่ทันสมัยและใหม่	5	5	0	1	มาก	สอดคล้อง
1.10	คู่มือการท่องเที่ยว ระดับมืออาชีพ	5	5	0	0.25	มากที่สุด	สอดคล้อง
1.11	คำแนะนำง่ายต่อการ ปฏิบัติตาม	5	5	0	0.25	มาก	สอดคล้อง
1.12	ความน่าสนใจของ อาคารพิพิธภัณฑ์	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง

ตาราง 4-26 การสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย : ปัจจัยความสำเร็จ (รอบที่ 3) (ต่อ)

ข้อที่	ปัจจัยความสำเร็จ	ค่ามัธยฐาน Median ≥ 3.21	ค่าฐานนิยม Mode	ความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00	แนวโน้มความเป็นไปได้	ความสอดคล้องของข้อมูล
1.13	การบริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน)	5	5	0	1	มาก	สอดคล้อง
1.14	ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)	5	5	0	1	มากที่สุด	สอดคล้อง

จากตาราง 4-26 แสดงค่าสถิติการสังเคราะห์ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย : ปัจจัยความสำเร็จ

ปัจจัยที่มีความสอดคล้องกันประกอบไปด้วย

ปัจจัยความสำเร็จที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมากที่สุด โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ
2. ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)
3. เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ
4. ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ
5. คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ
6. ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์
7. ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)

ปัจจัยความสำเร็จที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่

1. พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี
2. เวลาเปิดทำการที่สะดวก
3. การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี
4. การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่
5. คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม
6. การบริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน)

ปัจจัยความสำเร็จที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตในระดับปานกลาง โดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยม ≤ 1.00 ได้แก่ ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ (รอบ 3) มีองค์ประกอบคือ

1. พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ
2. ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)
3. เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ
4. ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ
5. คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ
6. ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์
7. ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)
8. ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม
9. พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี
10. เวลาเปิดทำการที่สะดวก
11. การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี
12. การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่
13. คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม
14. การบริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน)

ตาราง 4-27 แสดงการสรุปจำนวนปัจจัยที่ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ของการสัมภาษณ์
(รอบที่ 3)

ปัจจัยอันพึงประสงค์ที่สามารถพัฒนาและ ตรวจสอบรูปแบบการจัดการนวัตกรรม ของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก	จำนวนข้อมูลแนวนิม							ข้อมูลปัจจัย ที่ทำการ คัดเลือก
	รวม	ความเป็นไปได้ของข้อมูล				ความ สอดคล้อง ของข้อมูล		
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง	
1. ปัจจัยด้านกลยุทธ์								
1.1 การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure)	5	5	-	-	-	5	-	5
1.2 การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation)	5	4	1	-	-	5	-	5
1.3 การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum)	2	2	-	-	-	2	-	2
1.4 การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum)	2	1	1	-	-	2	-	2
1.5 การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations)	5	3	2	-	-	5	-	5
รวมด้านกลยุทธ์	19	15	4	-	-	19	-	19
2. ปัจจัยคุณภาพบริการ								
2.1 การให้บริการที่เป็นรูปธรรม	4	4	-	-	-	4	-	4
2.2 ความเชื่อถือได้	1	-	1	-	-	1	-	1
2.3 การตอบสนอง	2	-	2	-	-	2	-	2
2.4 การให้ความมั่นใจ	3	-	2	1	-	3	-	3
2.5 การเอาใจใส่ของพนักงาน	2	-	1	1	-	2	-	2
2.6 การเอาใจใส่ของหน่วยงาน	4	2	2	-	-	4	-	4
รวมปัจจัยคุณภาพบริการ	16	6	8	3	-	16	-	16
3. ปัจจัยความสำเร็จ	14	7	7	3	-	14	-	14
รวมทั้งสิ้น	49	28	19	6	-	49	-	49

4.4 การตรวจสอบรูปแบบและผลการตรวจสอบรูปแบบ (IOC)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการหาค่าความเที่ยงตรง โดยให้เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ จำนวนทั้งหมด 5 ท่าน ซึ่งกลุ่มผู้เชี่ยวชาญกลุ่มนี้ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรงตามคุณสมบัติที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 18 ท่าน ที่ได้ทำการสัมภาษณ์ไปแล้ว โดยทำการพิจารณาว่าข้อคำถามในแต่ละข้อสามารถวัดได้ตรงตามสิ่งที่ต้องการวัดเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์การเรียนรู้มากขึ้นน้อยเพียงใดซึ่งแบบทดสอบที่ถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในระดับดี สามารถนำไปวัดผลได้จะต้องมีค่า IOC เกินกว่า 0.5 เป็นต้นไป โดยผลการทดสอบปรากฏผล ดังรายละเอียดตาราง 4-28 ต่อไปนี้

ตาราง 4-28 ผลการทดสอบการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ การจัดการนวัตกรรมของอุทยาน ประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5			
ปัจจัยด้านกลยุทธ์								
1. การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure)								
1.1 การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่	+1	0	+1	0	0	2	0.40	ไม่ สอดคล้อง
1.2 การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	0	0	0	0	+1	1	0.20	ไม่ สอดคล้อง
1.3 พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว ด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชน ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่ อุทยานประวัติศาสตร์และนอก พื้นที่ประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง

ตาราง 4-28 ผลการทดสอบการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ การจัดการนวัตกรรมของอุทยาน ประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5			
1.4 พัฒนาระบบฐานข้อมูล สารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและ ประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึง และเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
1.5 ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของ การเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและ ประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ ในบทบาทที่มีความสำคัญ แตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ แต่ละพื้นที่โดยเฉพาะความรู้ เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่าง พื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูล ที่ทันสมัยมีคุณภาพและมีความ น่าสนใจ	+1	0	+1	0	0	2	0.40	ไม่ สอดคล้อง
2. การมีส่วนร่วมกับหน่วยงาน ภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation)								
2.1 การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	+1	0	+1	0	0	2	0.40	ไม่ สอดคล้อง
2.2 การกำหนดโครงสร้าง การทำงานของทุกภาคส่วน ด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน	+1	0	0	0	0	1	0.20	ไม่ สอดคล้อง
2.3 พัฒนาและกำหนดบทบาท ของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละ พื้นที่ให้มีความเด่นชัด และ เชื่อมโยงกันและกันให้เอื้อต่อ การพัฒนาในเชิงบูรณาการ ส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	0	+1	4	0.80	สอดคล้อง

ตาราง 4-28 ผลการทดสอบการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ การจัดการนวัตกรรมของอุทยาน ประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5			
2.4 สนับสนุนความร่วมมือ ระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ ด้วยกันกับชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่	+1	+1	+1	0	+1	4	0.80	สอดคล้อง
2.5 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ ด้วยกัน	0	+1	0	+1	0	2	0.40	ไม่ สอดคล้อง
3. การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum)								
3.1 การสนับสนุนบุคลากรภายใน องค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และเห็นความสำคัญของ การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
3.2 สนับสนุนทุนการศึกษาให้ บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจ ด้านประวัติศาสตร์เพื่อสร้าง บุคลากรรุ่นใหม่	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	สอดคล้อง
4. การจัดการภายนอก พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum)								
4.1 การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้ บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
4.2 บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	สอดคล้อง

ตาราง 4-28 ผลการทดสอบการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ การจัดการนวัตกรรมของอุทยาน ประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5			
5. การจัดการข้อมูล ประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations)								
5.1 การสร้างความรู้ความเข้าใจ ให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง	+1	0	+1	+1	0	3	0.60	สอดคล้อง
5.2 สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของ พื้นที่	+1	0	0	+1	0	2	0.40	ไม่ สอดคล้อง
5.3 การสร้างความโดดเด่นด้วย เอกลักษณ์ของพื้นที่ของอุทยาน ประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	สอดคล้อง
5.4 การทำการตลาดกับ กลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่อง และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
5.5 สร้างชีวิตชีวาเอื้อต่อการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับ อุทยานประวัติศาสตร์ด้วยแสง สี เสียงและเทคโนโลยีสมัยใหม่ 3D	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	สอดคล้อง
ปัจจัยคุณภาพบริการ								
1. การให้บริการที่เป็นรูปธรรม								
1.1 การให้บริการที่เป็นรูปธรรมที่ มีความทันสมัยและน่าสนใจด้วย เนื้อหา เทคโนโลยี	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
1.2 นิทรรศการน่าสนใจ	+1	0	+1	0	0	2	0.40	ไม่ สอดคล้อง

ตาราง 4-28 ผลการทดสอบการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ การจัดการนวัตกรรมของอุทยาน ประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5			
1.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ ครั้น เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ส่วนตัวและรถนักท่องเที่ยวได้ สะดวก Wi-Fi เป็นต้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
1.4 พนักงานแต่งตัวดี มี เอกลักษณ์สะดุดตาโดดเด่นชวน สร้าง การบอกต่อ เช่น ชุดไทย สมัยยุคต่างๆ ของประวัติศาสตร์ ของอุทยานประวัติศาสตร์นั้นๆ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
2. ความเชื่อถือได้								
2.1 การให้บริการที่รวดเร็ว ทันการณ์	+1	0	0	0	0	4	0.20	ไม่ สอดคล้อง
2.2 มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการ เกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	สอดคล้อง
3. การตอบสนอง								
3.1 ผู้ใช้บริการได้รับบริการ รวดเร็ว	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	สอดคล้อง
3.2 พนักงานเต็มใจช่วยเหลือ ผู้ให้บริการ	+1	+1	0	0	0	2	0.40	ไม่ สอดคล้อง
4. การให้ความมั่นใจ								
4.1 ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยและ ไว้วางใจในการใช้บริการ	0	+1	+1	+1	0	3	0.60	สอดคล้อง
4.2 พนักงานพร้อมจะตอบข้อ สงสัยหรือคำถามได้ตลอดเวลา	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
4.3 มีการจัดบันทึกอย่างถูกต้อง	+1	0	+1	+1	+1	4	0.80	สอดคล้อง
5. การเอาใจใส่ของพนักงาน								
5.1 พนักงานให้บริการผู้บริการ อย่างเป็นรายบุคคล	0	+1	+1	+1	0	3	0.60	สอดคล้อง

ตาราง 4-28 ผลการทดสอบการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ การจัดการนวัตกรรมของอุทยาน ประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5			
5.2 พนักงานรู้ความต้องการของ ผู้เข้าใช้บริการตลอดเวลา	+1	+1	0	+1	+1	4	0.80	สอดคล้อง
6. การเอาใจใส่ของหน่วยงาน								
6.1 พิพิธภัณฑอุทยาน ประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจ ของผู้ใช้บริการ	+1	+1	0	0	0	2	0.40	ไม่ สอดคล้อง
6.2 เวลาเปิด-ปิดทำการมี ความเหมาะสม สมเหตุสมผล	0	0	0	0	+1	1	0.20	ไม่ สอดคล้อง
6.3 เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
6.4 เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งาน และนิทรรศการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
ปัจจัยความสำเร็จ								
1. พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ รวมถึงรู้ข้อมูลให้บริการดี	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
2. พร้อมให้บริการอย่าง ทันการณ์และรวดเร็ว	+1	+1	+1	+1	0	4	0.80	สอดคล้อง
3. พนักงานมีความรู้ในข้อมูล เป็น อย่างดี	+1	+1	0	0	0	2	0.40	ไม่ สอดคล้อง
4. ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
5. เวลาเปิดทำการที่สะดวก	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
6. ให้ข้อมูลที่เพียงพอและ เข้าใจง่าย	0	0	+1	+1	0	2	0.40	ไม่ สอดคล้อง
7. เนื้อหาของงานแสดง นิทรรศการและการแสดง	+1	0	0	0	+1	2	0.40	ไม่ สอดคล้อง
8. ความดึงดูดใจของเนื้อหาของ นิทรรศการและการแสดง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง

ตาราง 4-28 ผลการทดสอบการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ การจัดการนวัตกรรมของอุทยาน ประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5			
9. การจัดแสดงนิทรรศการและ การแสดงที่ตีสร้างการมี ส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
10. การเยี่ยมชมที่น่าสนใจ อันเป็นผลมาจากเทคโนโลยี ที่ทันสมัย อาทิ 3D, 4D Multimedia Virtual Reality	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
11. คู่มือการท่องเที่ยว ระดับมืออาชีพ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
12. คำแนะนำง่ายต่อการ ปฏิบัติตาม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
13. ความน่าสนใจของ อาคารพิพิธภัณฑ์	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
14. การบริการข้อมูลที่ดี	+1	0	0	0	0	1	0.20	ไม่ สอดคล้อง
15. ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	สอดคล้อง
16. มีที่จอดรถเพียงพอ	0	0	+1	+1	0	2	0.40	ไม่ สอดคล้อง
17. ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้าน ขายของที่ระลึก	0	+1	+1	+1	0	3	0.60	สอดคล้อง
รวม							0.717	สอดคล้อง

จากตาราง 4-28 แสดงให้เห็นผลการทดสอบการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ผลการทดสอบ พบว่า มีค่า IOC เท่ากับ 0.717 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในระดับดี เนื่องจากค่า IOC เกินกว่า 0.5 ขึ้นไป ภายหลังจากดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลมาสร้างแบบสอบถามและนำไปเก็บกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาวิเคราะห์การทดสอบความสัมพันธ์เชิงทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยการวิเคราะห์จำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis) เพื่อตรวจสอบและสรุปรูปแบบ การจัดการนวัตกรรมของ

อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ซึ่งมีความเป็นไปได้ในทางใช้ประโยชน์จริงมีการอภิปรายผลใน บทที่ 5 ต่อไป

อย่างไรก็ตาม ได้รับคำแนะนำจากท่านผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมดว่า ในการนำไปทำการวิจัยเชิงปริมาณแล้ววิเคราะห์จำแนกพหุนั้น ควรที่จะใช้ปัจจัยความสำเร็จเป็นหลักในการสร้างรูปแบบเพราะในส่วนของปัจจัยที่ดูว่าเป็นรูปธรรมก็ส่วนนี้ ส่วนอื่นๆ นั้นยังมีความเป็นนามธรรมอยู่และบางปัจจัยย่อยก็คล้ายๆ กัน หรือซ้ำกับปัจจัยความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมกว่า ดังนั้นควรจะใช้ปัจจัยความสำเร็จและปัจจัยอื่นเพียงเสริมแล้วแต่เห็นควรหรือเพียงนำไปอภิปรายเสริมก็จะเป็นการดี โดยให้พิจารณาจากค่า IOC ที่ให้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการคุณภาพบริการงานพิพิธภัณฑ์ เพื่อเพิ่มการอภิปรายให้เข้ากับปัจจัยย่อยที่ปรากฏในปัจจัยแต่ละส่วนของรูปแบบจากงานวิจัยนี้

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้สถิติ (Multiple Classification Analysis : MCA) ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อตรวจสอบรูปแบบด้วยการหาความสัมพันธ์พหุระหว่างทัศนคตินักท่องเที่ยวกับความสำเร็จของการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวที่นี่ มีรายละเอียดดังตาราง 4-29 ต่อไปนี้

ตาราง 4-29 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	206	51.5
หญิง	194	48.5
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	88	22.0
31-40 ปี	105	26.3
41-50 ปี	61	15.3
51-60 ปี	69	17.3
60 ปีขึ้นไป	77	19.3
อาชีพ		
รับจ้างทั่วไป/เกษตรกร/แม่บ้าน	24	6.0
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	69	17.3
พนักงานบริษัทเอกชน	137	34.3
นักเรียน/นักศึกษา	31	7.8
เกษียณอายุ	64	16.0
ธุรกิจส่วนตัว	75	18.8
การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	154	38.5
ปริญญาตรี	197	49.3
สูงกว่าปริญญาตรี	49	12.3
รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	66	16.5
10,001-20,000 บาท	149	37.3
20,001-30,000 บาท	133	33.3
30,001-40,000 บาท	35	8.8
40,000 บาทขึ้นไป	17	4.3

ตาราง 4-29 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นี้		
ครั้งแรก	133	33.3
2 ครั้ง	148	37.0
3 ครั้ง	98	24.5
4 ครั้ง	13	3.3
5 ครั้งขึ้นไป	8	2.0

จากตาราง 4-29 สามารถอธิบายข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวได้ดังนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 มีรายได้ 10,0001-20,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นี้ มาเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านกลยุทธ์

ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์ พบว่าค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-30 ต่อไปนี้

ตาราง 4-30 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว ด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชน ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยาน ประวัติศาสตร์และนอกพื้นที่อุทยาน ประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	368 (92)	10 (2.5)	22 (5.5)	-	-	4.86	.47	มากที่สุด

ตาราง 4-30 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ปัจจัยด้านกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2. พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม	256 (64)	133 (33.3)	11 (2.8)	-	-	4.61	.54	มากที่สุด
3. พัฒนาและกำหนดบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกันให้เอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว	346 (86.5)	15 (3.8)	39 (9.8)	-	-	4.76	.61	มากที่สุด
4. สนับสนุนความร่วมมือระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกันกับชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่	309 (77.3)	73 (18.3)	18 (4.5)	-	-	4.72	.53	มากที่สุด
5. สนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และเห็นความสำคัญของการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	371 (92.8)	14 (3.5)	15 (3.8)	-	-	4.89	.41	มากที่สุด
6. สนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์เพื่อสร้างบุคลากรรุ่นใหม่	254 (63.5)	133 (33.3)	13 (3.3)	-	-	4.60	.55	มากที่สุด
7. การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ	340 (85)	47 (11.8)	13 (3.3)	-	-	4.81	.46	มากที่สุด
8. บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์	295 (73.8)	90 (22.5)	15 (3.8)	-	-	4.70	.53	มากที่สุด
9. การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง	362 (90.5)	7 (1.8)	31 (7.8)	-	-	4.82	.54	มากที่สุด
10. การสร้างความโดดเด่นด้วยเอกลักษณ์ของพื้นที่ของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	262 (65.5)	118 (29.5)	20 (5)	-	-	4.60	.58	มากที่สุด

ตาราง 4-30 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ปัจจัยด้านกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
11. การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	372 (3.3)	15 (3.8)	13 (3.3)	-	-	4.89	.39	มากที่สุด
12. สร้างชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยแสง สี เสียงและเทคโนโลยีสมัยใหม่ 3D, 4D	272 (10.5)	86 (21.5)	42 (10.5)	-	-	4.57	.67	มากที่สุด
รวม						4.74	.35	มากที่สุด

จากตาราง 4-30 ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อปัจจัยด้านกลยุทธ์ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า ประเด็นการทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และเห็นความสำคัญของการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.89$) รองลงมาคือ พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชน ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์และนอกพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.86$) และประเด็นที่มีความคิดเห็นต่ำที่สุดคือ สร้างชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยแสง สี เสียงและเทคโนโลยีสมัยใหม่ 3D, 4D กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยคุณภาพบริการ

ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านปัจจัยคุณภาพบริการ พบว่าค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-31 ต่อไปนี้

ตาราง 4-31 จำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยคุณภาพบริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การให้บริการที่เป็นรูปธรรมที่มีความทันสมัยและน่าสนใจด้วยเนื้อหาเทคโนโลยี	369 (92.3)	11 (2.8)	20 (5.0)	-	-	4.87	.46	มากที่สุด
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถส่วนตัวและรถนักท่องเที่ยวได้สะดวก WiFi เป็นต้น	249 (62.3)	131 (32.8)	20 (5.0)	-	-	4.57	.58	มากที่สุด
3. พนักงานแต่งตัวดี มีเอกลักษณ์สะดุดตาโดดเด่นชวนสร้าง การบอกต่อ เช่น ชุดไทยสมัยยุคต่างๆ ของประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์นั้นๆ	308 (77)	54 (13.5)	38 (9.5)	-	-	4.67	.64	มากที่สุด
4. มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ	245 (61.3)	131 (32.8)	24 (6.0)	-	-	4.55	.60	มากที่สุด
5. ผู้ใช้บริการได้รับบริการรวดเร็ว	318 (79.5)	52 (13)	30 (7.5)	-	-	4.72	.59	มากที่สุด
6. ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยและไว้วางใจในการใช้บริการ	185 (46.3)	178 (44.5)	37 (9.3)	-	-	4.37	.64	มากที่สุด
7. พนักงานพร้อมจะตอบข้อสงสัยหรือคำถามได้ตลอดเวลา	305 (76.3)	58 (14.5)	37 (9.3)	-	-	4.67	.63	มากที่สุด
8. มีการจัดบันทึกอย่างถูกต้อง	226 (56.5)	141 (35.3)	33 (8.3)	-	-	4.48	.64	มากที่สุด
9. พนักงานให้บริการผู้บริการอย่างเป็นรายบุคคล	288 (72)	58 (14.5)	54 (13.5)	-	-	4.58	.71	มากที่สุด
10. พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการตลอดเวลา	197 (49.3)	170 (42.5)	33 (8.3)	-	-	4.41	.63	มากที่สุด
11. เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ	330 (82.5)	50 (12.5)	20 (5)	-	-	4.77	.52	มากที่สุด
12. เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานและนิทรรศการ	236 (59)	144 (36)	20 (5)	-	-	4.54	.59	มากที่สุด
รวม						4.60	.45	มากที่สุด

จากตาราง 4-31 ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อปัจจัยคุณภาพบริการในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า ประเด็นการให้บริการที่เป็นรูปธรรมที่มีความทันสมัยและน่าสนใจด้วยเนื้อหา เทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.87$) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$) และประเด็นที่มีความคิดเห็นต่ำที่สุดคือ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยและไว้วางใจในการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.86$)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยความสำเร็จ

ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลไปดำเนินการประมวลผลทางสถิติด้านปัจจัยความสำเร็จ พบว่า ค่าสถิติ มีรายละเอียดดังตาราง 4-32 ต่อไปนี้

ตาราง 4-32 จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. พนักงานเป็นมิตรและสุภาพรวมถึงรู้ข้อมูลให้บริการดี	348 (87)	52 (13)	-	-	-	4.87	.33	มากที่สุด
2. พร้อมให้บริการอย่างทันการณ์และรวดเร็ว	211 (52.8)	189 (47.3)	-	-	-	4.52	.49	มากที่สุด
3. ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)	331 (82.8)	56 (14)	13 (3.3)	-	-	4.79	.47	มากที่สุด
4. เวลาเปิดทำการที่สะดวก	271 (67.8)	129 (32.3)	-	-	-	4.67	.46	มากที่สุด
5. ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการและการแสดง	348 (87)	52 (13)	-	-	-	4.87	.33	มากที่สุด
6. การจัดแสดงนิทรรศการและการแสดงที่ดีสร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว	207 (51.8)	193 (48.2)	-	-	-	4.51	.50	มากที่สุด
7. การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย อาทิ 3D, 4D Multimedia Virtual Venality	320 (80)	54 (13.5)	26 (6.5)	-	-	4.73	.57	มากที่สุด
8. คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ	250 (62.5)	150 (37.5)	-	-	-	4.62	.48	มากที่สุด

ตาราง 4-32 จำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ปัจจัยความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
9. คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม	334 (83.5)	56 (14)	10 (2.5)	-	-	4.81	.45	มากที่สุด
10. ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์	221 (53.3)	179 (48.2)	-	-	-	4.55	.49	มากที่สุด
11. ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)	354 (88.5)	46 (11.5)	-	-	-	4.88	.31	มากที่สุด
12. ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้านขายของที่ระลึก	268 (67)	132 (33)	-	-	-	4.67	.47	มากที่สุด
รวม						4.71	.22	มากที่สุด

จากตาราง 4-32 ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อปัจจัยความสำเร็จในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า ประเด็นความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.88$) รองลงมาคือ ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการและการแสดง และพนักงานเป็นมิตรและสุภาพรวมถึงรู้ข้อมูลให้บริการดีกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.87$) และประเด็นที่มีความคิดเห็นต่ำที่สุดคือ การจัดแสดงนิทรรศการและการแสดงที่ดีสร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$)

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ และปัจจัยคุณภาพบริการ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อรูปแบบการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย

เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ จำนวนครั้งในการมาเที่ยวที่นี้ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ

ปัจจัยคุณภาพบริการ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ

สำหรับการทดสอบสมมติฐานนั้น ด้วยการวิเคราะห์จำแนกหมู่ (Multiple Classification Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานมีรายละเอียดดังตาราง 4-33 ต่อไปนี้

ตาราง 4-33 การวิเคราะห์การผันแปรของตัวแปรปัจจัยข้อมูลทั่วไปที่มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ

ตัวแปร	ตัวแบบการวิเคราะห์แบบเชิงชั้น				
	ผลรวมกำลังสอง	DF	ค่าเฉลี่ยผลรวมกำลังสอง	F	ระดับนัยสำคัญ
ตัวแปรอิสระ	12.681	20	.634	30.318**	.000
เพศ	8.594	1	8.594	410.927**	.000
อายุ	1.180	4	.295	14.101**	.000
อาชีพ	1.257	5	.251	12.020**	.000
การศึกษา	.038	2	.019	.920	.400
รายได้	1.335	4	.334	15.964**	.000
ประสบการณ์	.277	4	.069	3.308*	.011
การผันแปรที่อธิบายได้	12.681	20	.634	30.318	.000
การผันแปรที่เหลือ	7.926	379	.021		
การผันแปรทั้งหมด	20.608	399	.052		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4-33 พบว่าค่า ตัวแปรอิสระที่ทดสอบทั้งหมด ตัวแปรที่มีผลต่อทัศนคติปัจจัยความสำเร็จ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00 และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว มีระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.011 ตามลำดับ

1. เพศ จากการศึกษพบว่า เพศชาย ($\text{adj. } \bar{X} = 4.75$) มีทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ การจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย สูงกว่าเพศหญิง ($\text{adj. } \bar{X} = 4.66$)

2. อายุ จากการศึกษพบว่า อายุต่ำกว่า 30 ปี มีทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการ นวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขต ภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย สูงที่สุด ($\text{adj. } \bar{X} = 4.74$)

3. อาชีพ มีจากการศึกษพบว่า อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ การจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขต ภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย มากที่สุด ($\text{adj. } \bar{X} = 4.80$)

4. การศึกษา จากการศึกษพบว่า การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีทัศนคติด้านปัจจัย ความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย มากที่สุด ($\text{adj. } \bar{X} = 4.74$)

5. รายได้ จากการศึกษพบว่า รายได้ 10,000-20,000 บาท มีทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ การจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย มากที่สุด ($\text{adj. } \bar{X} = 4.84$)

6. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่ จากการศึกษพบว่า จำนวนครั้งที่เดินทางมา ท่องเที่ยว จำนวน 4 ครั้ง มีทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ มากที่สุด ($\text{adj. } \bar{X} = 4.81$)

ตาราง 4-34 การวิเคราะห์จำแนกพหุของนักท่องเที่ยวต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ

ตัวแปรอิสระและกลุ่มย่อย	จำนวน ตัวอย่าง	ยังไม่ได้ปรับ		ค่าที่ปรับแล้ว	
		ค่าเฉลี่ย	Eta	ค่าเฉลี่ย	Beta
เพศ	400		.646		.187
ชาย	206	4.84		4.75	
หญิง	194	4.55		4.66	
อายุ	400		.396		.136
ต่ำกว่า 30 ปี	88	4.68		4.74	
31-40 ปี	105	4.80		4.71	
41-50 ปี	61	4.66		4.69	
51-60 ปี	69	4.50		4.68	
60 ปีขึ้นไป	77	4.75		4.63	

ตาราง 4-34 การวิเคราะห์จำแนกพหุของนักท่องเที่ยวต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ (ต่อ)

ตัวแปรอิสระและกลุ่มย่อย	จำนวน ตัวอย่าง	ยังไม่ได้ปรับ		ค่าที่ปรับแล้ว	
		ค่าเฉลี่ย	Eta	ค่าเฉลี่ย	Beta
อาชีพ	400		.570		.169
รับจ้างทั่วไป/ เกษตรกร/แม่บ้าน	24	4.77		4.64	
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	69	4.50		4.67	
พนักงานบริษัทเอกชน	137	4.72		4.71	
นักเรียน/นักศึกษา	31	4.75		4.72	
เกษียณอายุ	64	4.59		4.67	
ธุรกิจส่วนตัว	75	5.00		4.80	
การศึกษา	400		.486		.070
ต่ำกว่าปริญญาตรี	154	4.85		4.69	
ปริญญาตรี	197	4.63		4.71	
สูงกว่าปริญญาตรี	49	4.60		4.74	
รายได้	400		.748		.598
ต่ำกว่า 10,000 บาท	66	4.76		4.82	
10,001-20,000 บาท	149	4.90		4.84	
20,001-30,000 บาท	133	4.51		4.54	
30,001-40,000 บาท	35	4.62		4.64	
40,000 บาทขึ้นไป	17	4.53		4.58	
จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่	400		.158		.160
ครั้งแรก	133	4.71		4.71	
2 ครั้ง	148	4.72		4.72	
3 ครั้ง	98	4.68		4.68	
4 ครั้ง	13	4.81		4.81	
5 ครั้งขึ้นไป	8	4.53		4.53	
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง (R^2) = 0.784					
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = 0.615					

จากตาราง 4-34 เมื่อพิจารณาระดับอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวข้างต้นต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย พบว่า ตัวแปรรายได้มีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการ

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ มีผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบการจัดการ
นวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขต
ภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

สำหรับการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้การวิเคราะห์จำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis)
ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตาราง 4-35 การวิเคราะห์การผันแปรของนักท่องเที่ยวต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ

ตัวแปร	ตัวแบบการวิเคราะห์แบบเชิงชั้น				
	ผลรวม กำลังสอง	DF	ค่าเฉลี่ยผลรวมกำลัง สอง	F	ระดับ นัยสำคัญ
ตัวแปรอิสระ	7.516	10	.752	22.334**	.000
การบริหารจัดการโครงสร้าง	4.213	2	2.106	62.590**	.000
การมีส่วนร่วมกับหน่วยงาน ภาครัฐและชุมชนท้องถิ่น ในพื้นที่	1.407	2	.704	20.907**	.000
การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์	.201	2	.101	2.990	.051
การจัดการภายนอก พิพิธภัณฑ์อุทยาน ประวัติศาสตร์	1.369	2	.684	20.332**	.000
การจัดการข้อมูล ประชาสัมพันธ์	.327	2	.163	4.851**	.008
การผันแปรที่อธิบายได้	7.516	10	.752	22.334**	.000
การผันแปรที่เหลือ	13.091	389	.034		
การผันแปรทั้งหมด	20.608	399	.052		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4-35 พบว่า ค่าตัวแปรอิสระที่ทดสอบทั้งหมด ตัวแปรที่มีผลต่อทัศนคติปัจจัย
ความสำเร็จ ได้แก่ การบริหารจัดการโครงสร้าง การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่น
ในพื้นที่ ภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์การ
จัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .00 ตามลำดับ

ตาราง 4-36 การวิเคราะห์จำแนกพหุของนักท่องเที่ยวต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ

ตัวแปรอิสระและกลุ่มย่อย	จำนวน ตัวอย่าง	ยังไม่ได้ปรับ		ค่าที่ปรับแล้ว	
		ค่าเฉลี่ย	Eta	ค่าเฉลี่ย	Beta
การบริหารจัดการโครงสร้าง	22	4.5758	.452	4.5541	.373
	129	4.5801		4.6123	
	249	4.7912		4.7764	
การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่	17	4.6471	.495	4.6687	.184
	104	4.5272		4.6449	
	279	4.7838		4.7386	
การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์	12	4.7083	.427	4.2862	.450
	148	4.5861		4.7113	
	240	4.7885		4.6824	
การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์	8	4.5000	.510	4.3071	.384
	128	4.5534		4.6246	
	264	4.7942		4.7655	
การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์	13	4.5833	.381	4.5321	.212
	166	4.6180		4.7584	
	221	4.7888		4.6864	
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง (R^2) = .365					
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = .604					

จากตาราง 4-36 พบว่า

1. การบริหารจัดการโครงสร้าง จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ การจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยมากที่สุด ($\text{adj. } \bar{X} = 4.77$)

2. การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ มีทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย มากที่สุด ($\text{adj. } \bar{X} = 4.73$)

3. การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ มีจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยมากที่สุด (adj. \bar{X} = 4.71)

4. การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ จากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย มากที่สุด (adj. \bar{X} = 4.76)

5. การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย มากที่สุด (adj. \bar{X} = 4.75)

เมื่อพิจารณาระดับอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวข้างต้นต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย พบว่า ตัวแปรการจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ มีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย มากที่สุด (Beta = .450) รองลงมาได้แก่ การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ มีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (Beta = .384) และน้อยที่สุดได้แก่ การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Beta = .184)

ดังนั้น จึงสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ได้แก่ การบริหารจัดการโครงสร้าง การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์และการจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

การบริหารจัดการโครงสร้าง มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย เป็นไปตามสมมติฐาน

การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย เป็นไปตามสมมติฐาน

การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย เป็นไปตามสมมติฐาน

การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย เป็นไปตามสมมติฐาน

ปัจจัยคุณภาพบริการ มีผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบการจัดการนวัตกรรมการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

สำหรับการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้การวิเคราะห์จำแนกหมู่ (Multiple Classification Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ตาราง 4-37 การวิเคราะห์การผันแปรของนักท่องเที่ยวต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ

ตัวแปร	ตัวแบบการวิเคราะห์แบบเชิงชั้น				
	ผลรวมกำลังสอง	DF	ค่าเฉลี่ยผลรวมกำลังสอง	F	ระดับนัยสำคัญ
ตัวแปรอิสระ ปัจจัยคุณภาพบริการ	11.023	2	5.512	228.293**	.000
การผันแปรที่อธิบายได้	11.023	2	5.512	228.293**	.000
การผันแปรที่เหลือ	9.585	397	.024		
การผันแปรทั้งหมด	20.608	399	.052		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4-37 พบว่า ค่าตัวแปรอิสระที่ทดสอบทั้งหมด ตัวแปรมีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .00

ตาราง 4-38 การวิเคราะห์จำแนกพหุของนักท่องเที่ยวต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จ

ตัวแปรอิสระและกลุ่มย่อย	จำนวน ตัวอย่าง	ยังไม่ได้ปรับ		ค่าที่ปรับแล้ว	
		ค่าเฉลี่ย	Eta	ค่าเฉลี่ย	Beta
ปัจจัยคุณภาพบริการ	27	4.5586	.731	4.5586	.731
	249	4.6048		4.6048	
	124	4.9583		4.9583	
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง (R^2) = .535					
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) = .731					

จากตาราง 4-38 พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการจากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยมากที่สุด ($adj. \bar{X} = 4.95$)

เมื่อพิจารณาระดับอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวข้างต้นต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย พบว่า ตัวแปรปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย มากที่สุด ($Beta = .731$) ดังนั้น จึงสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยคุณภาพบริการมีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 4-39 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อสมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษารายได้ และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	-

ตาราง 4-39 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ข้อสมมติฐาน	ผลการทดสอบ
เพศ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	เป็นไปตามสมมติฐาน
อายุ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	เป็นไปตามสมมติฐาน
อาชีพ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	เป็นไปตามสมมติฐาน
การศึกษา มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
รายได้ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	เป็นไปตามสมมติฐาน
จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	เป็นไปตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ได้แก่ การบริหารจัดการโครงสร้างการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์และการจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	-
การบริหารจัดการโครงสร้าง มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 4-39 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ข้อสมมติฐาน	ผลการทดสอบ
การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ที่มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	เป็นไปตามสมมติฐาน
การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	เป็นไปตามสมมติฐาน
การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์มีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	เป็นไปตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยคุณภาพบริการมีผลต่อทัศนคติด้านปัจจัยความสำเร็จการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย	เป็นไปตามสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษา “รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันที่มีต่อรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย และ 2) สร้างและตรวจสอบรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย การวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิจัยอนาคต (Future Research) หรืออนาคตศาสตร์ (Futurism) ด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) และการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการวิเคราะห์จำแนกหมู่ (Multiple Classification Analysis : MCA)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

เทคนิคเดลฟายมี 3 ขั้นตอนดังนี้

1. การเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้าอุทยานประวัติศาสตร์ ผู้อำนวยการอุทยานประวัติศาสตร์ ประธานสภาวัฒนธรรม และประธานกลุ่มท่องเที่ยว เป็นต้น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 3 รอบ ในรอบที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นตามมุมมองอย่างอิสระเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ระดับคือ 1) ระดับปัจจัยกลยุทธ์ 2) ปัจจัยคุณภาพการบริการ 3) ปัจจัยความสำเร็จ

3. จากนั้นนำความคิดเห็นที่รวบรวมมาได้จากการตอบแบบสอบถามปลายเปิดรอบ 1 มาวิเคราะห์และสร้างแบบสอบถามปลายเปิดรอบที่ 2 และรอบที่ 3 เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราประเมินค่า 5 ระดับ และนำคำตอบจากแบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ตรวจสอบค่า IOC เพื่อทำการเลือกแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นหรือมีความเป็นไปได้มากขึ้นไปและมีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ แนวโน้มที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันทั้งโดยมีค่ามัธยฐาน ≥ 3.21 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ≤ 1.00 และค่าความแตกต่างระหว่างค่าฐานนิยมกับค่ามัธยฐาน ≤ 1.00 และค่า IOC มากกว่า 0.5 ซึ่งได้ค่า IOC เท่ากับ 0.717 โดยสรุป ได้จำนวนทั้งสิ้น 36 ข้อ ดังปรากฏในแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเพื่อทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการจำแนกพหุ Multiple Classification Analysis (MCA)

2. ทำการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการจำแนกพหุ Multiple Classification Analysis (MCA) มาสรุปเป็นความคิดเห็นซึ่งในบทนี้จะทำการนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับ ประกอบไปด้วย การสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 การอภิปรายผล

5.3 รูปแบบ HISTOQUAL-Satisfaction-Service Quality Model

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคเดลฟาย

ผลการวิเคราะห์มุมมองของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย จากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่จะนำไปสู่การเป็นรูปแบบเชิงวิสัยทัศน์ไปได้ต่อไปในรอบที่ 2 และรอบที่ 3 จากการตอบแบบสอบถามและฉันทามติพร้อมนำมาพิจารณาเกี่ยวกับการทบทวนวรรณกรรมสรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ พบว่า ประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้

1.1 ควรมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.2 ควรมีการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์

เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง

1.3 ควรมีการพัฒนาาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม

2. การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้

2.1 พัฒนาและกำหนดบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัดและเชื่อมโยงกันและกันให้เอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว

2.2 สนับสนุนความร่วมมือระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกันกับชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่

3. การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้

3.1 การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และเห็นความสำคัญของการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.2 สนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์เพื่อสร้างบุคลากรรุ่นใหม่

4. การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้

4.1 ควรมีการจัดการเส้นทางรอบๆ เพื่อความสะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ

4.2 ควรมีการบรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์

5. การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations)

5.1 ควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน

5.2 การสร้างความโดดเด่นด้วยเอกลักษณ์ของพื้นที่ของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.3 ควรมีการทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

5.4 สร้างชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยแสง สี เสียงและเทคโนโลยีสมัยใหม่ 3D, 4D

ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ พบว่า ประกอบด้วย ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การให้บริการที่เป็นรูปธรรม

1.1 ควรมีความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ

- 1.2 ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก
- 1.3 ควรมีพนักงานแต่งตัวดี
2. ความเชื่อถือได้
 - 2.1 มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ
3. การตอบสนอง
 - 3.1 ควรมีผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว
4. การให้ความมั่นใจ
 - 4.1 ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยและไว้วางใจในการใช้บริการ
 - 4.2 พนักงานพร้อมจะตอบข้อสงสัยหรือคำถามได้ตลอดเวลา
 - 4.3 มีการจัดบันทึกอย่างถูกต้อง
5. การเอาใจใส่ของพนักงาน
 - 5.1 พนักงานให้บริการผู้ใช้บริการอย่างเป็นรายบุคคล
 - 5.2 พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการตลอดเวลา
6. การเอาใจใส่ของหน่วยงาน
 - 6.1 พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ
 - 6.2 ควรจัดเวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล
 - 6.3 เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ
 - 6.4 เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานและนิทรรศการ

ปัจจัยความสำเร็จ พบว่า

1. พนักงานเป็นมิตรและสุภาพรวมถึงรู้ข้อมูลให้บริการดี
2. พร้อมให้บริการอย่างทันการณ์และรวดเร็ว
3. ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)
4. ควรจัดเวลาเปิดทำการที่สะดวก
5. ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการและการแสดง
6. การจัดแสดงนิทรรศการและการแสดงที่ดีสร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว
7. การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย อาทิ 3D, 4D

Multimedia Virtual Reality

8. คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ
9. คำแนะนำต่อการปฏิบัติตาม
10. ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ

11. ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)

12. ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้านขายของที่ระลึก

ผลการวิเคราะห์มุมมองของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบการจัดการนวัตกรรมการอนุรักษ์ประวัตินามธรรมเมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ในรอบที่ 2 และฉันทามติ หรือยืนยันคำตอบในรอบที่ 3 จากการตอบแบบสอบถามและฉันทามติสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยกลยุทธ์ พบว่า ประกอบด้วย ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) ประกอบด้วย องค์ประกอบดังนี้

1.1 ควรมีการบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่

1.2 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.3 ควรการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง

1.4 ควรมีการพัฒนากระบวนข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม

1.5 ควรมีการส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพและมีความน่าสนใจ

2. การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) ประกอบด้วย องค์ประกอบดังนี้

2.1 ควรมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2.2 ควรมีการพัฒนาบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัดและเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว

2.3 ควรมีการสนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว

2.4 ควรมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน

3. การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) ประกอบด้วย องค์ประกอบดังนี้

3.1 ควรมีการสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

3.2 ควรมีการส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง

4. การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) ประกอบด้วย องค์ประกอบดังนี้

4.1 ควรมีการจัดการเส้นทางโดยรอบๆ เพื่อความสะดวก และโอกาสในการเข้าใช้ บริการ

4.2 ควรมีการบรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์

5. การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations)

5.1 ควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน

5.2 ควรมีการสร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่

5.3 ควรมีการสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.4 ควรมีการทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

5.5 ควรมีพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ปัจจัยคุณภาพบริการ พบว่า ประกอบด้วย ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การให้บริการที่เป็นรูปธรรม

1.1 ควรมีความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ

1.2 ควรมีนิทรรศการน่าสนใจ

1.3 ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก

1.4 ควรมีพนักงานแต่งตัวดี

2. ความเชื่อถือได้

2.1 ควรมีการให้บริการที่รวดเร็ว

3. การตอบสนอง
 - 3.1 ควรให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว
 - 3.2 ควรมีพนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ใช้บริการ
4. การให้ความมั่นใจ
 - 4.1 ควรให้ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ
 - 4.2 ควรให้มีพนักงานบริการตลอดเวลา
 - 4.3 ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์
5. การเอาใจใส่ของพนักงาน
 - 5.1 ควรมีพนักงานให้บริการผู้ใช้บริการที่เป็นรายบุคคล
 - 5.2 ควรให้พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ
6. การเอาใจใส่ของหน่วยงาน
 - 6.1 ควรให้พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ
 - 6.2 เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล
 - 6.3 เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ
 - 6.4 เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ

ปัจจัยความสำเร็จ ประกอบด้วย

1. พนักงานเป็นมิตรและสุภาพรวมถึงรู้ข้อมูลให้บริการดี
2. พร้อมให้บริการอย่างทันการณ์และรวดเร็ว
3. ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)
4. ควรจัดเวลาเปิดทำการที่สะดวก
5. ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการและการแสดง
6. การจัดแสดงนิทรรศการและการแสดงที่ดีสร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว
7. การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย อาทิ 3D, 4D
Multimedia Virtual Reality
8. คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ
9. คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม
10. ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์
11. ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)
12. ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้านขายของที่ระลึก

จากผลการวิจัยดังกล่าวเห็นได้ว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพบริการในประเด็นความเชื่อถือได้ในข้อที่ควรมีการให้บริการที่รวดเร็ว และในปัจจัยด้านความสำเร็จในประเด็นพนักงานเป็นมิตรและสุภาพ ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม ควรมีพนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี), ควรจัดเวลาเปิดทำการที่สะดวก ควรมีเนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ ควรสร้างความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ ควรการจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่ ควรมีคู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ ควรมีคำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์, ควรมีบริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน) ควรมีความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก) ซึ่งสรุปได้ให้ความสำคัญที่ภาคผู้ผลิต คือ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านการสร้างคุณภาพบริการและปัจจัยด้านความสำเร็จ ภาคผู้บริโภค คือ ภาพรวมคุณภาพการบริการทั้งหมดและภาพรวมความพึงพอใจทั้งหมด

5.2 การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย มีประเด็นสำคัญนำมาอภิปราย ซึ่งสามารถนำมาสรุปในเรื่องที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความสำคัญ พิจารณาร่วมกับแนวคิดของประยุกต์จาก De Fleur, Kearney, Plax & De Fleur (2014) ในเรื่องของปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยคุณภาพการบริการ และปัจจัยความสำเร็จ ดังนี้

1. ภาคผู้ผลิต คือ การสร้างปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและปัจจัยด้านความสำเร็จ
2. ภาคผู้บริโภค คือ ให้ความสนใจในเรื่องของภาพรวมคุณภาพการบริการทั้งหมดและภาพรวมความพึงพอใจทั้งหมด
3. ภาคการจัดการ คือ การจัดการในระดับผู้บริโภค และ HISTOQUAL-Satisfaction-Service Quality Model รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

ซึ่งจาก 3 ส่วนข้างต้น นำไปสู่การสังเคราะห์ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัยเป็นรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งสามารถสร้างรูปแบบเชิงวิสัยทัศน์ที่สอดคล้องกับเทคนิคเดลฟายตามแนวคิดของ Linstone & Turoff (2016) เพื่อรวบรวม

แนวคิดที่ได้ไปทำการตรวจสอบรูปแบบด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และขออภิปรายผลการวิจัยตามการสังเคราะห์เพื่อได้รูปแบบดังนี้

1. ภาคการผลิต คือ การเป็นพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นไปตามแนวคิดของ George Brown Googe (1897, pp. 33-37) ซึ่งได้ให้แนวคิดในการบริการจัดการพิพิธภัณฑ์ หน้าที่ของเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลและแบ่งประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่สามารถนำมาบูรณาการได้ทั้งหมด อาทิ แบ่งตามลักษณะเนื้อหา และวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้ ประเภทที่ 1 แบ่งตามลักษณะเนื้อหา ประกอบด้วย 1. พิพิธภัณฑ์ศิลปะ 2. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ 3. พิพิธภัณฑ์มานุษยวิทยา 4. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ธรรมชาติ 5. พิพิธภัณฑ์เทคโนโลยี/อุตสาหกรรม 6. พิพิธภัณฑ์เชิงพาณิชย์ ประเภทที่ 2 ประกอบด้วย 1. พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ 2. พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นจังหวัดหรือเมือง 3. วิทยาลัยและโรงเรียนพิพิธภัณฑ์ 4. พิพิธภัณฑ์ระดับมืออาชีพหรือชั้นเรียน 5. พิพิธภัณฑ์เอกชน (George Brown Googe, 1897, p. 36) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจารีย์ จรัสตัวง (2552) ที่ได้ศึกษาการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร ซึ่งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ยังไม่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากนัก ขาดการเชื่อมโยงกันกับการสร้างเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. ภาคการจัดการ (คุณภาพบริการ) คือ การจัดการในระดับผู้บริโภค และ HISTOQUAL-Satisfaction-Service Quality Model รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ซึ่งต้องมีทั้งปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยคุณภาพบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Yoo D. K. & Park J.A. (2009) พบว่าคุณภาพของการบริการที่ได้รับของลูกค้าขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการบุคลากรของผู้ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และยังสอดคล้องกับแนวคิด Yingsheng Du & Youchun Tang (2014) ที่ให้แนวคิดว่าความจงรักภักดีและคุณภาพการบริการก็ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถนำมาประยุกต์กับธุรกิจบริการ ซึ่งจะประสบความสำเร็จได้ก็ต้องอาศัยการตอบสนองความคาดหวังและประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการรับบริการจากการท่องเที่ยวและเพื่อให้เกิดความประทับใจ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และนำไปสู่การสร้างความรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

ดังนั้นในการอภิปรายผลนั้นจะผสมผสานกับการบริการโดยประยุกต์จากแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยกลยุทธ์และการให้บริการ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของทั้ง 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านกลยุทธ์และการให้บริการ ซึ่งได้นำแนวคิดของ (George Brown Googe, 1897, p. 35) มาประยุกต์ใช้ดังนี้

1. ความเป็นองค์กรที่มีเสถียรภาพและมีการสนับสนุนที่ได้อย่างเพียงพอ
2. มีแผนงานที่ชัดเจน มีกรอบที่สามารถปรับได้ตามโอกาสของสถาบันและความต้องการของชุมชนเพื่อประโยชน์ของสถาบัน
3. วัสดุ อาคารที่ใช้ในการเก็บรวบรวมจะต้องมีความสะดวกในการเคลื่อนย้าย
4. พนักงานผู้ดูแลรักษาควรมีอำนาจ
5. สถานที่ทำงาน อาคารที่เหมาะสม
6. เครื่องมือที่ใช้ในการทำงานมีความเหมาะสม

ซึ่งในแนวคิดของ George Brown Goode และยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับนวัตกรรม Drucker (1985-1993) ใช้ในการสร้างศักยภาพการแข่งขันในเชิงธุรกิจและความมั่งคั่งโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่หรือจากการสร้างขึ้นใหม่ รวมทั้งเป็นการพัฒนาขึ้นจากความรู้ใหม่ Tushman & Nadler (1986) เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์บริการหรือกระบวนการที่เป็นของใหม่อีกทั้งยัง Smits (2002) นำนวัตกรรมมาใช้เพื่อสร้างความสำเร็จของการเชื่อมโยงในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์และความคิดใหม่ให้เป็นประโยชน์ในเชิงสังคม และเศรษฐกิจต่อไป เช่น การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม

3. ภาคผู้บริโภค คือ ให้ความสนใจในเรื่องของภาพรวมคุณภาพการบริการทั้งหมดและภาพรวมความพึงพอใจทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Prakash V. (1984, pp. 63-76) ที่สามารถนำมาประยุกต์ได้ว่ามาตรฐานของความคาดหวังเป็นการดำเนินการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด และแนวคิดของ Gronroos C. (1990) ที่พบว่า การรับรู้ คุณภาพการบริการมี 2 ลักษณะคือ ลักษณะทางด้านเทคนิคหรือผลที่ได้และลักษณะตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของ กระบวนการ ในขณะที่ Parasuraman, et al. (1990) การวัดของความคาดหวังในด้านการบริการเป็นการวัดถึงมาตรฐานของความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Carman J.M. (1990, pp. 33-55) ที่พบว่า ความคาดหวัง ในด้านคุณภาพการให้บริการจะเกี่ยวข้องกับมาตรฐานและพื้นฐานของมาตรฐานจะมาจากประสบการณ์ในอดีตและยังสอดคล้องกับแนวคิด Kotler P. (2000, pp. 9-26) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าคือ การที่กลับมาซื้อซ้ำ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสินค้าหรือบริการที่ดีมี คุณภาพและเป็นการแนะนำไปสู่สินค้าหรือบริการอื่นๆ และความไม่พึงพอใจของลูกค้าจะแสดงออกโดยลดปริมาณการซื้อซ้ำหรือคืนสินค้าและไม่กลับมาใช้อีก และอีกหลายท่านที่ได้ชี้ให้เห็นว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพนำไปสู่คุณภาพของการบริการทั้งหมดนั้น จะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทั้งหมดซึ่ง

จะทำให้เกิดความพึงพอใจในที่ได้รับจากการให้บริการส่งผลต่อการมาท่องเที่ยวซ้ำหรือการบอกต่อและความภักดีให้การท่องเที่ยว ถือเป็นโอกาสและหัวใจสำคัญของกลยุทธ์การบริหารจัดการและนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้เกิดความสำเร็จต่อไป และ Hansemark O. C. & Albinson M. (2004) ยังพบอีกว่าความพึงพอใจก็คือทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อผู้ให้บริการหรือการตอบสนองระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ลูกค้าได้รับขึ้นอยู่กับความต้องการ เป้าหมายและความปรารถนาของลูกค้าที่ได้รับการผู้ให้บริการ

ทั้ง 3 กลุ่มดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องกับคุณภาพการตลาดบริการและคุณภาพโดยรวม ซึ่งล้วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยกลยุทธ์ที่นำไปสู่การทำงานได้อย่างสมบูรณ์ ทั้งภาครัฐและการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวสามารถประยุกต์ใช้ให้เข้ากับอุทยานประวัติศาสตร์ให้มีความทันสมัยโดยนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง Betje (1998), Tushman & Nadler (1986) ทำให้เกิดกระบวนการให้บริการที่ใหม่ๆ ที่เกิดจากการจัดการนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการบริการหรือกระบวนการทำงานเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาสัมผัสและสอดคล้องกับลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Cardon et al. (2009, pp. 511-532) ได้มีการศึกษาการสร้างความประทับใจหรือของผู้ประกอบการ ซึ่งในงานวิจัยนี้สามารถประยุกต์ได้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของผู้ให้บริการที่เป็นเสมือนผู้ประกอบการในที่นี้ คือ อุทยานประวัติศาสตร์แหล่งมรดกโลก รวมไปถึงพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ได้นำแนวคิดการใช้นวัตกรรมมาสร้างความประทับใจโดยให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวทำให้เกิดความผูกพันและภักดีกับทั้งพนักงานและกับผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้า (Baum & Locke, 2004, pp. 292-303, Shane et al., 2003, pp. 257-279) การสร้างจิตวิญญาณในการให้บริการเพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้กับพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์แหล่งมรดกโลก (Bird, 1989) ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจจากการให้บริการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของการให้บริการหรือแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสามารถสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยวและในการจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Fiona McLean (1997) ให้แนวคิดว่าการจัดการนวัตกรรมเป็นหน้าที่เชิงกระบวนการในการสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างองค์กรคือ พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์และนักท่องเที่ยวในฐานะผู้เข้าเยี่ยมชมเพื่อตอบสนองความต้องการของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์หรือต้องการที่จะเพิ่มจำนวนผู้เข้าชม ฯลฯ โดยมีพื้นฐานเบื้องต้นของการทำงานคือ การสร้างนวัตกรรม การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์และนักท่องเที่ยวในฐานะผู้เข้าเยี่ยมชม หากพิจารณาด้านการท่องเที่ยวมาใช้อธิบายนักท่องเที่ยวการนำแนวคิด/ทฤษฎีการจัดการนวัตกรรมมาใช้กับพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยประยุกต์แนวคิดของ Karmowska, J. (2012, pp. 93-111), Morgan, N., Pritchard, A. & Pride R. (2003), Swarbrooke, J. (2002) ในการนำปัจจัยในการจัดการนวัตกรรมมาประยุกต์ร่วมกับแนวคิดสู่ความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ที่เป็นมรดกการท่องเที่ยว (Heritage Tourism) กับการสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวและกระตุ้น

ให้ต้องการศึกษาเรื่องราวที่ได้จากการเยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์เพิ่มเติม นำไปสู่การสร้างความภักดีต่ออุทยานประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์เปรียบเสมือนสินค้าและสร้างแบรนด์ไปในตัว อีกทั้งทำให้รายได้ที่เกิดขึ้นก็นำมาหมุนเวียนจัดกิจกรรม ทำการแสดง จัดนิทรรศการ และจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ร้านอาหาร หนังสือ หรือของจำลองต่างๆ ได้อีกมากมาย เป็นต้นทุนในการพัฒนาอุทยานประวัติศาสตร์เพิ่มเติมและเป็นการสร้างความรับรู้ถึงคุณค่าของอุทยานประวัติศาสตร์ให้เพิ่มขึ้นต่อไป

ตาราง 5-1 การประยุกต์สังเคราะห์ผลการวิจัยสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

การประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัยนำมา อภิปรายผล	ประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจาก
<p>ภาคการผลิต คือ การเป็นพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นไปตามแนวคิดของ George Brown Googe (1897, pp. 33-37) ซึ่งได้ให้แนวคิดในการบริการจัดการพิพิธภัณฑ์ หน้าที่ของเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลและแบ่งประเภทของพิพิธภัณฑ์ ที่สามารถนำมาบูรณาการได้ทั้งหมด อาทิ แบ่งได้ตามลักษณะ เนื้อหา และวัตถุประสงค์</p> <p>ได้ดังนี้ ประเภทที่ 1 แบ่งตามลักษณะเนื้อหา ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พิพิธภัณฑ์ศิลปะ 2. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ 	<p>ประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายและปรากฏในส่วนของปัจจัยกลยุทธ์และคุณภาพการบริการ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) ประกอบด้วย องค์ประกอบดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1.1 ควรมีการบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่ 1.2 ควรมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 1.3 ควรมีการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง 1.4 ควรมีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม 1.5 ควรมีการส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพและมีความน่าสนใจ 2. การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) ประกอบด้วย องค์ประกอบดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 2.1 ควรมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ตาราง 5-1 การประยุกต์สังเคราะห์ผลการวิจัยสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (ต่อ)

การประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัยนำมา อภิปรายผล	ประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจาก
<p>3. พิพิธภัณฑ์มานุษยวิทยา 4. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ 5. พิพิธภัณฑ์ เทคโนโลยี/อุตสาหกรรม 6. พิพิธภัณฑ์เชิงพาณิชย์ ประเภทที่ 2 ประกอบด้วย</p> <p>1. พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ 2. พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นจังหวัด หรือเมือง 3. วิทยาลัยและ โรงเรียนพิพิธภัณฑ์</p> <p>4. พิพิธภัณฑ์ระดับมืออาชีพ หรือชั้นเรียน 5. พิพิธภัณฑ์ เอกชน (George Brown Goode, 1897, pp. 36) และ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจารีย์ จรัสด้วง (2552) ที่ได้ ศึกษาการบริหารจัดการ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น กรุงเทพมหานคร ซึ่งพิพิธภัณฑ์ ท้องถิ่นที่มีอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ยังไม่มีประสิทธิภาพใน การดำเนินงานมากนัก ขาดการเชื่อมโยงกันกับ การสร้างเอกลักษณ์ของ ท้องถิ่นและประสิทธิภาพ ในการดำเนินงานที่ส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p>	<p>2.2 ควรมีการกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยว ที่ชัดเจน</p> <p>2.3 ควรมีการพัฒนาบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มี ความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนา ในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว</p> <p>2.4 ควรมีการสนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการ การท่องเที่ยว</p> <p>2.5 ควรมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน</p> <p>3. การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้</p> <p>3.1 ควรมีการสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์</p> <p>3.2 ควรมีการส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้าง องค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง</p> <p>4. การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้</p> <p>4.1 ควรมีการจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ</p> <p>4.2 ควรมีการบรรยายภาคภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์</p> <p>5. การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations)</p> <p>5.1 ควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน</p> <p>5.2 ควรมีการสร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่</p> <p>5.3 ควรมีการสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยง กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p> <p>5.4 ควรมีการทำตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย</p>

ตาราง 5-1 การประยุกต์สังเคราะห์ผลการวิจัยสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (ต่อ)

การประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัยนำมา อภิปรายผล	ประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจาก
	<p>5.5 ควรมีพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p> <p>ปัจจัยด้านการสร้างคุณภาพบริการ พบว่า ประกอบด้วย ปัจจัยดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การให้บริการที่เป็นรูปธรรม <ol style="list-style-type: none"> 1.1 ควรมีความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ 1.2 ควรมีนิทรรศการน่าสนใจ 1.3 ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก 1.4 ควรมีพนักงานแต่งตัวดี 2. ความเชื่อถือได้ <ol style="list-style-type: none"> 2.1 ควรมีการให้บริการที่รวดเร็ว 3. การตอบสนอง <ol style="list-style-type: none"> 3.1 ควรให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว 3.2 ควรมีพนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ใช้บริการ 4. การให้ความมั่นใจ <ol style="list-style-type: none"> 4.1 ควรให้ผู้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ 4.2 ควรให้มีพนักงานบริการตลอดเวลา 4.3 ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑสถานอุทยานประวัติศาสตร์ 5. การเอาใจใส่ของพนักงาน <ol style="list-style-type: none"> 5.1 ควรมีพนักงานให้บริการผู้ใช้บริการที่เป็นรายบุคคล 5.2 ควรให้พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ 6. การเอาใจใส่ของหน่วยงาน <ol style="list-style-type: none"> 6.1 ควรให้พิพิธภัณฑสถานอุทยานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ 6.2 ควรจัดเวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล 6.3 ควรจัดเจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ 6.4 ควรจัดเจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ <p>เป็นไปตามแนวคิดของ George Brown Googe (1897, pp. 33-37) ซึ่งได้ให้แนวคิดในการบริการจัดการพิพิธภัณฑสถาน หน้าที่ของเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลและแบ่งประเภทของพิพิธภัณฑสถาน ที่สามารถนำมาบูรณาการได้ทั้งหมด อาทิ แบ่งได้ตามลักษณะ เนื้อหาและ</p>

ตาราง 5-1 การประยุกต์สังเคราะห์ผลการวิจัยสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (ต่อ)

การประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัยนำมา อภิปรายผล	ประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจาก
	<p>วัตถุประสงค์ ได้ดังนี้ ประเภทที่ 1 แบ่งตามลักษณะเนื้อหา ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พิพิธภัณฑสถานศิลปะ 2. พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ 3. พิพิธภัณฑสถานชุมชน 4. พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ธรรมชาติ 5. พิพิธภัณฑสถานเทคโนโลยี/อุตสาหกรรม 6. พิพิธภัณฑสถานเชิงพาณิชย์ <p>ประเภทที่ 2 ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ 2. พิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นจังหวัดหรือเมือง 3. วิทยาลัยและโรงเรียนพิพิธภัณฑสถาน 4. พิพิธภัณฑสถานระดับมืออาชีพหรือชั้นเรียน 5. พิพิธภัณฑสถานเอกชน (George Brown Googe, 1897, p. 36) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจารีย์ จรัสดวง (2552) ที่ได้ศึกษาการบริหารจัดการพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร ซึ่งพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นที่มีอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ยังไม่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากนัก ขาดการเชื่อมโยงกันกับการสร้างเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีส่วนเกี่ยวข้องกับคุณภาพการตลาดบริการและคุณภาพโดยรวมทั้งสิ้น ซึ่งล้วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยกลยุทธ์ที่นำไปสู่การทำงานได้อย่างสมบูรณ์ทั้งภาครัฐและ การสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวสามารถประยุกต์ใช้ให้เข้ากับอุทยานประวัติศาสตร์ให้มีความทันสมัย โดยนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง Betje (1998), Tushman & Nadler (1986) ทำให้เกิดกระบวนการให้บริการที่ใหม่ๆ ที่เกิดจากการจัดการนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการบริการหรือกระบวนการทำงาน เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาสัมผัสและสอดคล้องกับลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Cardon et al. (2009, pp. 511-532) ได้มีการศึกษาการสร้างความสำเร็จหรือของผู้ประกอบการ ซึ่งในงานวิจัยนี้สามารถประยุกต์ได้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของผู้ให้บริการที่เป็นเสมือนผู้ประกอบการในที่นี้ คือ อุทยานประวัติศาสตร์แหล่งมรดกโลก รวมไปถึงพิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ได้นำแนวคิดการใช้นวัตกรรมมาสร้างความประทับใจและให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวทำให้เกิดความผูกพันการสร้าง ความรักดีได้ทั้งพนักงานและผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้า (Baum & Locke, 2004, pp. 292-303, Shane et al., 2003, pp. 257-279)

ตาราง 5-1 การประยุกต์สังเคราะห์ผลการวิจัยสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (ต่อ)

การประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัยนำมา อภิปรายผล	ประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจาก
	<p>การสร้างจิตวิญญาณในการให้บริการเพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้กับพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์แหล่งมรดกโลก (Bird, 1989) ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจจากการให้บริการ เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของการให้บริการหรือแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสามารถสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยวและในการจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Fiona McLean (1997) ให้แนวคิดว่าการจัดการนวัตกรรมเป็นหน้าที่เชิงกระบวนการในการสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างองค์กรคือ พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์และนักท่องเที่ยวในฐานะผู้เข้าเยี่ยมชมเพื่อตอบสนองความต้องการของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์หรือต้องการที่จะเพิ่มจำนวนผู้เข้าชม ฯลฯ โดยมีพื้นฐานเบื้องต้นของการทำงานคือ การสร้างนวัตกรรม สร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์และนักท่องเที่ยวในฐานะผู้เข้าเยี่ยมชม หากพิจารณาด้านการท่องเที่ยวมาใช้อธิบายนักท่องเที่ยว การนำแนวคิด/ทฤษฎีการจัดการนวัตกรรมมาใช้กับพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยประยุกต์แนวคิดของ Karmowska, J. (2012, pp. 93-111), Morgan, N., Pritchard, A. & Pride R. (2003), Swarbrooke, J. (2002) ในการนำปัจจัยในการจัดการนวัตกรรมมาประยุกต์ร่วมกับแนวคิดสู่ความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ที่เป็นมรดกการท่องเที่ยว (Heritage Tourism) กับการสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวและกระตุ้นให้ต้องการศึกษาเรื่องราวที่ได้จากการเยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์เพิ่มเติม นำไปสู่การสร้างความรักดีต่ออุทยานประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ เปรียบเสมือนสินค้าและสร้างแบรนด์ไปในตัว อีกทั้งทำให้รายได้ที่เกิดขึ้นก็นำมาหมุนเวียนจัดกิจกรรม ทำการแสดงจัดนิทรรศการ และจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ร้านอาหาร หนังสือ หรือของจำลองต่างๆ ได้อีกมากมายเป็นต้นทุนในการพัฒนาอุทยานประวัติศาสตร์เพิ่มเติมและเป็นการสร้างความรับรู้ถึงคุณค่าของอุทยานประวัติศาสตร์ให้เพิ่มขึ้นต่อไปประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายและปรากฏในส่วนของปัจจัยกลยุทธ์และคุณภาพการบริการ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure) ประกอบด้วย องค์ประกอบดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1.1 ควรมีการบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่

ตาราง 5-1 การประยุกต์สังเคราะห์ผลการวิจัยสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (ต่อ)

การประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัยนำมา อภิปรายผล	ประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจาก
<p>ภาคการจัดการ (คุณภาพบริการ) คือ การจัดการในระดับผู้บริหารและ HISTOQUAL-Satisfaction-Service Quality Model รูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งต้องมีทั้งปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยการสร้างคุณภาพบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Yoo D. K. & Park J.A. (2009) พบว่า คุณภาพของการบริการที่ได้รับของลูกค้า ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการบุคลากรของผู้ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและยังสอดคล้องกับแนวคิด Yingsheng Du & Youchun Tang (2014) ที่ให้แนวคิดว่า ความจงรักภักดีและคุณภาพการบริการก็ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถนำมาประยุกต์กับธุรกิจบริการ ซึ่งจะประสบความสำเร็จได้ก็ต้องอาศัยการตอบสนองความคาดหวังและประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับ</p>	<p>1.2 ควรมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p> <p>1.3 ควรมีการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่เพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง</p> <p>1.4 ควรมีการพัฒนากระบวนข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม</p> <p>1.5 ควรมีการส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพและมีความน่าสนใจ</p> <p>2. การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation) ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้</p> <p>2.1 ควรมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p> <p>2.2 ควรมีการกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน</p> <p>2.3 ควรมีการพัฒนาบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว</p> <p>2.4 ควรมีการสนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว</p> <p>2.5 ควรมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน</p> <p>3. การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum) ประกอบด้วย องค์ประกอบดังนี้</p> <p>3.1 ควรมีการสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์</p>

ตาราง 5-1 การประยุกต์สังเคราะห์ผลการวิจัยสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (ต่อ)

การประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัยนำมา อภิปรายผล	ประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจาก
<p>จากการรับบริการจากการท่องเที่ยวและเพื่อให้เกิดความประทับใจ กลับมาใช้บริการซ้ำ และนำไปสู่การสร้าง ความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) ดังนั้นในการอภิปรายนั้นจะผสมผสานกับการบริการโดยประยุกต์จากแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยกลยุทธ์และการให้บริการ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของทั้งสองปัจจัยคือปัจจัยกลยุทธ์ และการให้บริการ ซึ่งได้นำแนวคิดของ (George Brown Google, 1897, p. 35) มาประยุกต์ใช้ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความเป็นองค์กรที่มีเสถียรภาพและมีการสนับสนุนที่ได้อย่างเพียงพอ 2. มีแผนงานที่ชัดเจน มีกรอบที่สามารถปรับได้ตามโอกาสของสถาบันและความต้องการของชุมชนเพื่อประโยชน์ของสถาบัน 3. วัสดุ อาคารที่ใช้ในการเก็บรวบรวมจะต้องมีความสะดวกในการเคลื่อนย้าย 	<p>3.2 ควรจะมีการส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง</p> <p>4. การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum) ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 4.1 ควรจะมีการจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ 4.2 ควรจะมีการบรรยายภาคภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ <p>5. การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public relations)</p> <ol style="list-style-type: none"> 5.1 ควรจะมีการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน 5.2 ควรจะมีการสร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่ 5.3 ควรจะมีการสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 5.4 ควรจะมีการทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 5.5 ควรจะมีพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ <p>ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ พบว่า ประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การให้บริการที่เป็นรูปธรรม <ol style="list-style-type: none"> 1.1 ควรมีความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ 1.2 ควรมีนิทรรศการน่าสนใจ 1.3 ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก 1.4 ควรมีพนักงานแต่งตัวดี 2. ความเชื่อถือได้ <ol style="list-style-type: none"> 2.1 ควรมีการให้บริการที่รวดเร็ว

ตาราง 5-1 การประยุกต์สังเคราะห์ผลการวิจัยสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมการอนุรักษ์มรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (ต่อ)

การประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัยนำมา อภิปรายผล	ประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจาก
<p>4. พนักงานผู้ดูแลรักษากรณีอำนาจ</p> <p>5. สถานที่ทำงานอาคารที่เหมาะสม</p> <p>6. เครื่องมือที่ใช้ในการทำงานมีความเหมาะสม</p> <p>ซึ่งในแนวคิดของ George Brown Googe และยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับนวัตกรรม Drucker (1985-1993) ใช้ในการสร้างศักยภาพการแข่งขันในเชิงธุรกิจและความมั่นคงโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่หรือจากการสร้างขึ้นใหม่ รวมทั้งเป็นการพัฒนาขึ้นจากความรู้ใหม่ Tushman & Nadler (1986) เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์บริการหรือกระบวนการที่เป็นของใหม่อีกทั้งยัง Smits (2002) นำนวัตกรรมมาใช้เพื่อสร้างความสำเร็จของการผสมเชื่อมโยงในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์และความคิดใหม่ให้เป็นประโยชน์ในเชิงสังคมและเศรษฐกิจต่อไป เช่น การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</p>	<p>และในการจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Fiona McLean (1997) ให้แนวคิดว่าการจัดการนวัตกรรมการเป็นหน้าที่เชิงกระบวนการในการสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างองค์กรคือ พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์และนักท่องเที่ยวในฐานะผู้เข้าเยี่ยมชมเพื่อตอบสนองความต้องการของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์หรือต้องการที่จะเพิ่มจำนวนผู้เข้าชม ฯลฯ โดยมีพื้นฐานเบื้องต้นของการทำงานคือการสร้างนวัตกรรม สร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์และนักท่องเที่ยวในฐานะผู้เข้าเยี่ยมชม หากพิจารณาด้านการท่องเที่ยวมาใช้อธิบายนักท่องเที่ยว การนำแนวคิด/ทฤษฎีการจัดการนวัตกรรมมาใช้กับพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยประยุกต์แนวคิดของ Karmowska, J. (2012, pp. 93-111), Morgan, N., Pritchard, A. & Pride R. (2003), Swarbrooke, J. (2002) ในการนำไปวิจัยในการจัดการนวัตกรรมการมาประยุกต์ร่วมกับแนวคิดสู่ความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ที่เป็นมรดกการท่องเที่ยว (Heritage Tourism) กับการสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวและกระตุ้นให้ต้องการศึกษาเรื่องราวที่ได้จากการเยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์เพิ่มเติม นำไปสู่การสร้างความรักดีต่ออุทยานประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์เปรียบเสมือนสินค้าและสร้างแบรนด์ไปในตัว อีกทั้งทำให้รายได้ที่เกิดขึ้นก็นำมาหมุนเวียนจัดกิจกรรม ทำการแสดง จัดนิทรรศการ และจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ร้านอาหาร หนังสือ หรือของจำลองต่างๆ ได้อีกมากมายเป็นต้นทุนในการพัฒนาอุทยานประวัติศาสตร์เพิ่มเติมและเป็นการสร้างความรับรู้ถึงคุณค่าของอุทยานประวัติศาสตร์ให้เพิ่มขึ้นต่อไป</p>

ตาราง 5-1 การประยุกต์สังเคราะห์ผลการวิจัยสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (ต่อ)

การประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัยนำมา อภิปรายผล	ประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจาก
<p>การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว ด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อ สร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมี เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการ เชื่อมโยงการพัฒนากระบวนข้อมูล สารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและ ประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและ เข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม</p>	<p>และในการจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Fiona McLean (1997) ให้แนวคิดว่าการจัดการนวัตกรรมเป็นหน้าที่เชิง กระบวนการในการสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่าง องค์กรคือ พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์และนักท่องเที่ยวในฐานะผู้เข้าเยี่ยมชม ชมเพื่อตอบสนองความต้องการของพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์หรือ ต้องการที่จะเพิ่มจำนวนผู้เข้าชม ฯลฯ โดยมีพื้นฐานเบื้องต้นของการทำงานคือ การสร้างนวัตกรรม สร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์และ นักท่องเที่ยวในฐานะผู้เข้าเยี่ยมชม หากพิจารณาด้านการท่องเที่ยวมาใช้ อธิบายนักท่องเที่ยว การนำแนวคิด/ทฤษฎีการจัดการนวัตกรรมมาใช้กับ พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยประยุกต์แนวคิดของ Karmowska, J. (2012, pp. 93-111), Morgan, N., Pritchard, A. & Pride R. (2003), Swarbrooke, J. (2002) ในการนำปัจจัยในการจัดการนวัตกรรมมาประยุกต์ ร่วมกับแนวคิดสู่ความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองของพิพิธภัณฑ์อุทยาน ประวัติศาสตร์ที่เป็นมรดกการท่องเที่ยว (Heritage Tourism) กับการสร้าง ความรู้ความเข้าใจ สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวและกระตุ้นให้ต้องการ ศึกษาเรื่องราวที่ได้จากการเยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์เพิ่มเติม นำไปสู่การ สร้างความภาคภูมิใจต่ออุทยานประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์เปรียบเสมือน สินค้าและสร้างแบรนด์ไปในตัว อีกทั้งทำให้รายได้ที่เกิดขึ้นก็นำมาหมุนเวียน จัดกิจกรรม ทำการแสดง จัดนิทรรศการ และจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ร้านอาหาร หนังสือ หรือของจำลองต่างๆ ได้อีกมากมายเป็นต้นทุนในการ พัฒนาอุทยานประวัติศาสตร์เพิ่มเติมและเป็นการสร้างความรับรู้ถึงคุณค่าของ อุทยานประวัติศาสตร์ให้เพิ่มขึ้นต่อไป</p>

ตาราง 5-1 การประยุกต์สังเคราะห์ผลการวิจัยสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (ต่อ)

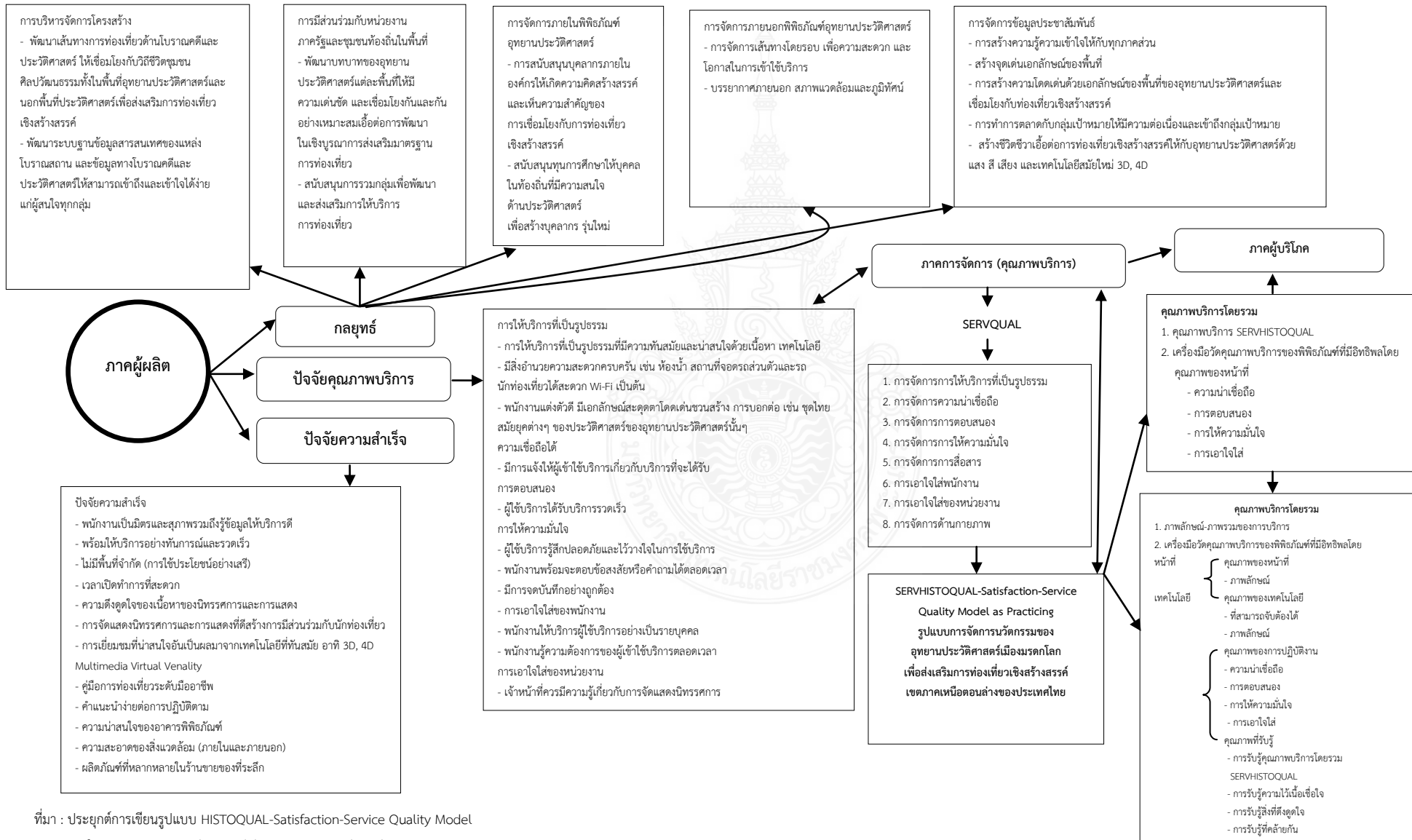
การประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัยนำมา อภิปรายผล	ประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจาก
<p>ภาคผู้บริโภค คือ ให้ความสนใจในเรื่องของภาพรวมคุณภาพการบริการทั้งหมดและภาพรวมความพึงพอใจทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Prakash V. (1984, pp. 63-76) ที่สามารถนำมาประยุกต์ได้ว่ามาตรฐานของความคาดหวังเป็นการดำเนินการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดและแนวคิดของ Gronroos C. (1990) ที่พบว่า การรับรู้ คุณภาพการบริการมี 2 ลักษณะคือ ลักษณะทางด้านเทคนิคหรือผลที่ได้และลักษณะตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของ กระบวนการ ในขณะที่ Parasuraman, et al. (1990) การวัดของความคาดหวังในด้านการบริการเป็นการวัดถึงมาตรฐานของความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Carman J.M. (1990, pp. 33-55) ที่พบว่า ความคาดหวัง ในด้านคุณภาพการให้บริการจะเกี่ยวข้องกับมาตรฐานและพื้นฐานของมาตรฐานจะมาจากประสบการณ์ในอดีตและยังสอดคล้องกับแนวคิด</p>	<p>ประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายและปรากฏในส่วนของปัจจัยที่ผลต่อความสำเร็จ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คุณภาพการให้บริการ <ol style="list-style-type: none"> 1.1 พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ 1.2 ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม 1.3 ควรมีพนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี 1.4 ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี) 1.5 ควรจัดเวลาเปิดทำการที่สะดวก 1.6 ควรมีเนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ 1.7 ควรสร้างความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ 1.8 ควรการจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี 1.9 การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่ 1.10 ควรมีคู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ 1.11 ควรมีคำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม 1.12 ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์ 1.13 ควรมีบริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน) 1.14 ควรมีความสะดวกของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก) <p>ซึ่งล้วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จที่นำไปสู่การทำงานได้อย่างสมบูรณ์ ทั้งภาครัฐและการสร้างความพึงพอใจของผู้เข้าใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวสามารถประยุกต์ใช้ให้เข้ากับอุทยานประวัติศาสตร์ให้มีความทันสมัยโดยนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเองและเหมาะสมสอดคล้องกับการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และผู้ที่สนใจไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการอื่นอีกด้วย อย่างไรก็ตามเพื่อให้นำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น คุณภาพบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ความปรารถนาและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาคุณภาพพิพิธภัณฑ์อย่างยั่งยืน</p>

ตาราง 5-1 การประยุกต์สังเคราะห์ผลการวิจัยสร้างรูปแบบการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย (ต่อ)

การประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัยนำมา อภิปรายผล	ประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจาก
<p>Kotler P. (2000, pp. 9-26) ซึ่งพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าคือ การที่กลับมาซื้อซ้ำซึ่งแสดงให้เห็นถึงสินค้าหรือบริการที่ดีมีคุณภาพและเป็นการแนะนำไปสู่สินค้าหรือบริการอื่นๆ และความไม่พึงพอใจของลูกค้าจะแสดงออกโดยลดปริมาณการซื้อซ้ำ หรือคืนสินค้าและไม่กลับมาใช้อีก และอีกหลายท่านที่ได้ชี้ให้เห็นว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพนำไปสู่คุณภาพของการบริการทั้งหมดนั้นจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทั้งหมดซึ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจในที่ได้รับจากการให้บริการส่งผลต่อการมาท่องเที่ยวซ้ำหรือการบอกต่อและความภักดีให้กับการท่องเที่ยว ถือเป็นโอกาสและหัวใจสำคัญของกลยุทธ์การบริหารจัดการและนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้เกิดความสำเร็จต่อไป และ</p> <p>Hansemark O. C. & Albinson M. (2004) ยังพบอีกว่า ความพึงพอใจก็คือทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อผู้ให้บริการหรือการตอบสนอง</p>	<p>เรื่องนี้ผู้วิจัยขอนำแนวคิดของ (Jackson, 1988), (Negri et. al, 2009) L. Parasuraman A. Zeitham V.A. & Berry L. (1988, pp. 12-40) พบว่าความคาดหวังเป็นความต้องการส่วนบุคคล ที่มีมาจากประสบการณ์ในอดีต หมายความว่าธุรกิจจะต้องจะนำเสนออะไรให้แก่ลูกค้า ที่มีความคาดหวังที่แตกต่างกันไป Carman J.M.(1990, pp. 33-55) มาตราวัดของความคาดหวัง ในด้านการบริการเป็นการวัดถึงมาตรฐานของความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Carman J.M.(1990, p.33-55) ที่พบว่า ความคาดหวัง ในด้านคุณภาพการ ให้บริการจะเกี่ยวข้องกับมาตรฐาน และพื้นฐานของมาตรฐานจะมาจากประสบการณ์ในอดีตและ Betje (1998), Tushman & Nadler (1986) ทำให้เกิดกระบวนการให้บริการที่ใหม่ๆ ที่เกิดจากการจัดการ นวัตกรรมเข้ามาช่วยในการบริการหรือกระบวนการทำงานเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาสัมผัสและสอดคล้องกับลักษณะของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Cardon et al. (2009, pp. 511-532) ได้มีการศึกษาการสร้างความประทับใจของผู้ประกอบการ ซึ่งในงานวิจัยนี้ สามารถประยุกต์ได้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของผู้ให้บริการที่เป็นเสมือนผู้ประกอบการในที่นี้ คือ อุทยานประวัติศาสตร์แหล่งมรดกโลก รวมไปถึงพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ได้นำแนวคิดการใช้นวัตกรรมมาสร้างความประทับใจและให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวทำให้เกิดความผูกพันและภักดีได้ทั้งพนักงานและผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้า (Baum & Locke, 2004, pp. 292-303, Shane et al., 2003, pp. 257-279) การสร้างจิตวิญญาณในการให้บริการเพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้กับพิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์แหล่งมรดกโลก (Bird, 1989) ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจจากการให้บริการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของการให้บริการหรือแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสามารถสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยวและในการจัดการอุทยานประวัติศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>นอกจากนี้ Fiona McLean (1997) ให้แนวคิดว่าการจัดการนวัตกรรม เป็นหน้าที่เชิงกระบวนการในการสร้างความประทับใจและความสัมพันธ์ร่วมกัน</p>

จัดการโครงสร้าง การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ การจัดการภายใน พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ การจัดการข้อมูล ประชาสัมพันธ์ ซึ่งทั้ง 5 องค์ประกอบหลักๆ ก็เป็นกลยุทธ์ที่ยอมรับจากผู้เชี่ยวชาญว่ามีความสำคัญ และใช้กันทั้งในธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือนักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยวซ้ำและสร้างความประทับใจในการท่องเที่ยว 2) ปัจจัยด้านคุณภาพบริการจะมีปัจจัยหลักดังนี้ ปัจจัยด้านการให้บริการที่เป็นรูปธรรม 1. ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ 2. นิทรรศการ น่าสนใจ 3. มีสิ่งอำนวยความสะดวก 4. พนักงานแต่งตัวดี ปัจจัยด้านความเชื่อถือได้ ปัจจัยด้านการตอบสนอง ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจ ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ พนักงานสุภาพ ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของ พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ ปัจจัยด้านการเอาใจใส่ของพนักงาน พนักงานให้บริการผู้บริการที่เป็นรายบุคคล พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ และปัจจัยด้านการเอาใจใส่ของหน่วยงาน พิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งาน นิทรรศการ 3) ปัจจัยความสำเร็จ ประกอบด้วย ด้านคุณภาพการให้บริการ พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี) เวลาเปิดทำการที่สะดวก เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ ความดึงดูดใจของเนื้อหา ของนิทรรศการ การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยี ที่ทันสมัยและใหม่ คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม ความน่าสนใจของ อาคารพิพิธภัณฑ์ บริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน)

ภาพ 5-1 HISTOQUAL-Satisfaction-Service Quality Model



ที่มา : ประยุกต์การเขียนรูปแบบ HISTOQUAL-Satisfaction-Service Quality Model จาก Satisfaction-Service Quality Model ของ Spreng and Mackoy, 1996, p. 925.

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ การบริหารจัดการโครงสร้างเชิงบริหารหรือจัดการ

1. ควรสร้างนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นนโยบายชัดเจน สร้างความตระหนักและความร่วมมือให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เห็นความสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้กับแหล่งเมืองมรดกโลกและรายได้ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดและประเทศจนถึงเผยแพร่เกียรติภูมิของประเทศ

2. ควรพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชน ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์และนอกพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในเชิงแนวคิดการท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ยุคสุโขทัยเมืองแรกเริ่มการสร้างชาติไทย เมืองมรดกโลกทำนองเดียวกับที่ทางภาครัฐกำลังส่งเสริมที่จังหวัดลพบุรี จากกระแสละครโทรทัศน์เรื่องบุพเพสันนิวาส ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม

3. ควรสร้างการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนในพื้นที่ ด้วยการ 1) พัฒนาและกำหนดบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัดและสร้างสรรค์ และให้เอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการ การส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว 2) ควรมีการสนับสนุนความร่วมมือระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกันกับชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่

4. การจัดการภายในอุทยานประวัติศาสตร์ 1) ควรมีการสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และเห็นความสำคัญของการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง 2) ควรสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์เพื่อสร้างบุคลากรรุ่นใหม่ โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นตัวเองและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาทำงานในท้องถิ่นตนเอง

5. การจัดการภายนอกอุทยานประวัติศาสตร์ 1) ควรมีการจัดการเส้นทางรอบๆ ให้มีความสะดวกและมีความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการ โดยเฉพาะสตรี มีครรภ์ เด็ก และผู้สูงอายุ 2) ควรสร้างบรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ให้สวยงามร่มรื่น และรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับการประหยัดพลังงาน

6. การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ 1) ควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องด้วยข้อมูลที่ทันสมัยตลอดเวลาเพื่อการบริการอย่างทันการณ์ของพนักงานที่ปฏิบัติงาน 2) ควรประชาสัมพันธ์ความโดดเด่นด้วยเอกลักษณ์ของพื้นที่ของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งการท่องเที่ยวภายในประเทศ (In Bound) และภายนอกประเทศ (Out Bound)

รวมถึงผู้ที่พำนักและทำงานในประเทศไทยที่เป็นชาวต่างประเทศ 3) ควรทำการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

7. ควรพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกให้มีชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยแสง สี เสียงและเทคโนโลยีสมัยใหม่ 3D, 4D, Virtual Reality, Artificial Intelligence Robot เพื่อดึงดูดและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวให้เกิดการบอกต่อ

8. ควรใช้เกมดิจิทัลสร้างกระแสกับนักท่องเที่ยวเพศหญิงและวัยรุ่น เยาวชนให้หันมาสนใจโดยใช้เกมเป็นแรงจูงใจและเผยแพร่ข้อมูลลงในประเทศญี่ปุ่นใช้เกม Anima สร้างการเรียนรู้

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

1. ควรมีความทันสมัยและน่าสนใจด้วยเนื้อหา เทคโนโลยีที่ทันสมัย ที่เชื่อมโยงกับการแสดงภายในอุทยานประวัติศาสตร์

2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถนักท่องเที่ยวได้สะดวก มี Wi-Fi ให้บริการ เป็นต้น

3. ควรมีการอบรมสร้างจิตสำนึกในการให้บริการและความเป็นเจ้าภาพที่ดีของพนักงานผู้ให้บริการทุกจุดบริการและตอบคำถามที่สงสัยของนักท่องเที่ยวได้ทันการณ์อย่างคล่องแคล่วฉะฉาน

4. ใช้ชุดการแต่งกายแบบไทยในสมัยยุคต่างๆ ของเมืองมรดกโลก ให้เป็นทั้งการเรียนรู้สร้างความดึงดูดใจให้เกิดการบอก การร่วมกิจกรรมถ่ายภาพเป็นที่ระลึก

5. มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกทิศทางไปยังแหล่งให้บริการอย่างชัดเจนและมีพนักงานคอยให้บริการเพื่อสร้างความสะดวกและความปลอดภัยแก่สตรีมีครรภ์ เด็กและผู้สูงอายุ

6. ควรมีจุดให้บริการด้านภาษาต่างประเทศแก่นักท่องเที่ยวให้เพียงพอ

7. ควรมีคู่มือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่อ่านและเข้าใจง่ายต่อการปฏิบัติตาม

5.4.2 ข้อเสนอแนะทางด้านวิชาการสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรนำแนวทางที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ทั้ง 3 ปัจจัย คือ ระดับกลยุทธ์ ระดับคุณภาพการบริการ และปัจจัยความสำเร็จที่มีต่อการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ตลอดจนภาคผู้ผลิตคือ ตัวอุทยานประวัติศาสตร์ ภาคการจัดการ และภาคผู้บริโภค เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในเชิงตราสินค้าหรือสร้างสมรรถนะทางการแข่งขันในการศึกษาต่อยอดตามแนวทางรูปแบบที่ได้จากผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ต่อไป

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพเพื่อประเมินความสามารถของการได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกระหว่างประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มอาเซียน เป็นต้น

3. ควรมีการศึกษาเพื่อสร้างรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกบูรณาการกับการท่องเที่ยวแบบทันสมัยยิ่งขึ้นในปัจจุบัน คือ พิพิธภัณฑ์ไร้กำแพง (Museum without Wall) ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาทัศนียภาพของสิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวและจิตสำนึกการรักษาโบราณวัตถุ รวมถึงการเรียนรู้รับพิบัติภัยของผู้สร้างอุทยานประวัติศาสตร์ในยุคโบราณเริ่มแรกตลอดจนสร้างความใฝ่รู้ในประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว

4. ควรมีการศึกษาด้านการบริหารจัดการระดับการให้บริการ ความสัมพันธ์กับการสร้างชื่อเสียงให้กับเมืองมรดกโลกและต่อยอดถึงระดับประเทศในการสร้างตราสินค้าเมือง (Country Brand) หรือตราสินค้าประเทศ (Nation Brand) โดยศึกษาในเชิงลึกขึ้นที่สามารถนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาอย่างเหมาะสมเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. ควรมีการศึกษาร่วมกับภาคเอกชนที่มีส่วนช่วยสนับสนุนจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อปลูกเร้าให้เกิดความตระหนักในภาครัฐที่จะผนวกเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของอุทยานประวัติศาสตร์ที่ภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณจำนวนหนึ่งเพื่อประโยชน์และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไปของแหล่งเมืองมรดกโลกในอื่นๆ ต่อไปไม่เฉพาะแค่สุโขทัยและกำแพงเพชร

6. ควรมีการศึกษาเพื่อให้เกิดการตระหนักถึงความจำเป็นของการเรียนรู้ด้านภัยพิบัติทางธรรมชาติอย่างเป็นระบบที่มีผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกและอุทยานประวัติศาสตร์ ดำเนินการตามประเทศญี่ปุ่นที่มีศูนย์ภัยพิบัติ เพื่อการจัดการพิพิธภัณฑ์ขึ้นแล้วหลังจากเกิดเหตุสึนามิที่ผ่านมา เป็นต้น โดยเปรียบเทียบการรักษาพิบัติภัยในยุคโบราณกาลเป็นต้นแบบและนำมาประยุกต์ใช้ในปัจจุบัน หรือการรักษาสิ่งแวดล้อมจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เรียนรู้วิถีชีวิต ที่ร่วมอยู่กับอุทยานประวัติศาสตร์ดังกล่าวตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และการเตรียมความพร้อมในอนาคตในด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชนขนบธรรมเนียมประเพณีภูมิปัญญาไทยในการรับมือกับปัญหาตลอดจนความร่วมมือกับนักท่องเที่ยว

5.4.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากข้อเสนอแนะที่กล่าวมาทั้งหมดเพื่อสร้างความเป็นรูปธรรมของการนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ จึงได้จัดทำคู่มือเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของทั้ง 2 อุทยานประวัติศาสตร์ขึ้น เพื่อเป็นการเผยแพร่เกียรติคุณและเกียรติภูมิของหลักสูตร คณะ ตลอดจนมหาวิทยาลัยได้ ดังที่แนบมา ประกอบเหตุผลที่นำมาแสดงให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์ไว้ใน ภาคผนวก ก

บรรณานุกรม

- กิริติ ยศยิ่งยง. (2552). องค์การแห่งนวัตกรรม แนวคิดและกระบวนการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2548). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์.
- เกรียงไกร สัมปชชิต. (2551). การบริหารจัดการมรดกทางวัฒนธรรม: แนวคิดนานาชาติ. ปาฐกถาพิเศษในการประชุมสัมมนาวิชาการ ด้านการบริหารจัดการมรดกทางศิลปวัฒนธรรม แนวคิดนานาชาติ ณ โรงแรมอิมพีเรียล ควินส์ปาร์ค วันพุธที่ 6 สิงหาคม 2551. เอกสารการประชุมสัมมนาวิชาการนานาชาติ (เย็บเล่ม).
- คมสัน ขจรชีพพันธุ์งาม. (2555). The Innovator's Toolkit: คัมภีร์นักนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท. หน้า 22.
- ชนิตา รักษ์พลเมือง. (2528). การวิจัยแบบเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technigue), วารสารวิจัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (มกราคม-มีนาคม 2528), หน้า 89-101.
- _____. (2531). การวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย ในการวิเคราะห์นโยบายทางการศึกษา. ม.ป.ท. ภัยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศร. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. วารสารสุนารี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุนารี. (มิถุนายน 2555), หน้า 91-109.
- ภาณุ ลิ้มมานนท์. (2549). กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ภาาริณาส.
- เพียรฉาย กิรินนท์. (2537). การวิจัยอนาคต. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- _____. (2544). สังคมศาสตร์วิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรณี สวนเพลง. (2552). เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น. หน้า 56-57.
- มหาวิทยาลัยนเรศวร. (2548). โครงการแผนแม่บทบูรณาการการบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศุภย์มานุษยวิทยาสิรินธร. (2544). พิพิธภัณฑ์ไทยในศตวรรษใหม่. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สมิหรา จิตตลาการ. (2551). การจัดการทางการสื่อสาร: การเทียบเคียงระหว่างองค์การราชการ กับองค์การรัฐวิสาหกิจ. กรุงเทพฯ: ประสทิธิภัณฑ์แอนด์พริ้นติ้ง.
- สวรรณค์ ตั้งตรงสิทธิกุล. (2540). การเสนอโครงการออกแบบพิพิธภัณฑ์กรุงเทพมหานคร. งานวิจัยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- เสาวลักษณ์ เปรมจิตต์. (2554). โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์การโฆษณาแห่งประเทศไทย.
- วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสถียร เขยประทับ. (2525). การสื่อสารงานนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุจารีย์ จรัสด้วง. (2552). การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และกรรณิการ์ สุขเกษม. (2547). วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ:
การวิจัยปัญหาปัจจุบันและการวิจัยอนาคตกาล. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- _____. (2551). วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ: การวิจัยปัญหาปัจจุบันและการวิจัยอนาคต
กาล. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สำนักงานจังหวัดกำแพงเพชร. (2557-2560). แผนพัฒนาจังหวัดกำแพงเพชร พ.ศ. 2557-2560
(ฉบับทบทวน). กำแพงเพชร: กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐบาลจังหวัด.
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง. (2557-2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่ม
จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง. สำนักงานนโยบายและแผน.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2553). การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ:
สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ. หน้า 42.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ. (2533). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อ
การเป็นผู้ประกอบการ. วารสารบริหารธุรกิจ.ปีที่ 33 ฉบับที่ 128 ตุลาคม-ธันวาคม
2533.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2552). การท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์. [Online]. Available: [http://www.dasta.or.th/th/
Sustain/Sub_sustain.phs?SystemModuleKey=Create&Active=Create_Guide](http://www.dasta.or.th/th/Sustain/Sub_sustain.phs?SystemModuleKey=Create&Active=Create_Guide).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Allden, A. & Ellis A. (1990). Management: The Flavor of the Month, Museum Development. November: pp. 35-39.
- Allen, T. Harrell. (1978). New Methods in Social Science Research. New York: Prager.
- Andrew, F. M., Morgan, J. N. Sonquist, J. A. & Klem. L. (1973). Multiple Classification Analysis (2nd ed.). Ann Arbor, Institute for Social Research, The University of Michigan.
- Angel, C., Vele, C. L., Toader, R., Radulescu, C., & Toader, D. C. (2014). The Implementation of a Strategy for Local Sustainable Development. The Proceedings of International Conference Managerial Challenges of the Contemporary Society 7(1): p. 160.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A Model of Destination Image Formation. Annals of Tourism Research 26(4): pp. 868-897.
- Baron, R.A. (2008). The Role of Affect in the Entrepreneurial Process. Academy of Management Review, Vol.33 No.2, pp. 328-400.
- Baum, J.R. & Locke, E.A. (2004). The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth. Journal of Applied Psychology, Vol.89 No.4, pp. 587-598.
- Baum, J.R., Locke, E.A. & Smith, K.G. (2001). A Multidimensional Model of Venture Growth. Academy of Management Journal, Vol.44 No.2, pp. 292-303.
- Bebko, C. P. (2000). Service Intangibility and its Impact on Consumer Expectations of Service Quality. Journal of Service Marketing 14(1): pp. 9-26.
- Bierly, P.E., Kessler, E.H. & Christensen, E.W. (2001). Organizational Learning Knowledge and Wisdom. Journal of Organizational Chang Management, Vol.13 No.6, pp. 595-618.
- Bird, B. (1992). The Operation of Intentions in Time: The Emergence of the New Venture. Entrepreneurship Theory and Practice, 17 (Fall), pp. 11-20.
- Bird, B.J. (1989). Entrepreneurial Behavior. Scott Foresman, Glenview,IL.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Boyatzis, R. D. (1982). *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*. New York, NY: Wiley.
- Brannback, M., Carsrud, A., Elfving, J. & Krueger, N.K. (2006). Sex, [drugs], and Entrepreneurial Passion? An Exploratory Study. Paper Presented at the Babson College Entrepreneurship Research Conference, Bloomington, IN.
- Brown, W. B. & Moberg, D. J. (1980). *Organization Theory and Management: A Macro Approach*. New York: John Wiley.
- Brundage. (2005). *Writing History from the Margins: African Americans and the Quest for Freedom*. New York.
- Cardon, M., Wincent, J., Singh, J. & Drnovsek, M. (2009). The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion. *Academy of Management Review*, Vol.54 No.3, pp. 511-532.
- Cardon, M.S., Zietsma, C., Saporito, P., Matherne, B. & Davis, C. (2005). A Tale of Passion: New Insights Into Entrepreneurship from a Parenthood Metaphor. *Journal of Business Venturing*, Vol.20 No.1, pp. 23-45.
- Charles Handy. (1995). *The Age of Unreason* Business Books. Arrow Business Book.
- Chen, C. & Shi, H. (2008). A Study of Service Quality and Satisfaction for Museums: Taking the National Museum of Prehistory as an Example. *The Journal of Human Resource and Adult Learning* 4(1): June, pp. 159-170.
- Chen, X-P., Yao, X. & Kotha, S. (2009). Entrepreneur Passion and Preparedness in Business Plan Presentation: A Persuasion Analysis of Venture Capitalists' Funding Decisions. *Academy of Management Journal*, Vol.52 No.1, pp. 199-214.
- CIMEC. (2015). Lista Muzeelor Acreditate Pana La Data De 07.10.2015. Retrieved April 9, 2016, From <http://ghidulmuzeelor.cimec.ro/Muzee-acreditate-reacreditate-07-10-2015.pdf>.
- Coats, Peggy. (1990). Survey of Historic House Museum. *History News*, Vol.45 No.1, pp. 26-28.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Coats, Warren, L., & Enhancing, Jr. (1990). Enhancing the Attractiveness of the SDR. *World Development*, 18 (July 1990), pp. 88-97.
- Costtello, P. J. M. (2003). *Action Research*. New York: Continuum.
- Craig, R. T. (2006). Communication as a Practice. In G. J. Shepherd, J. St. John, and I Striphass (eds.) *Communication as. Perspective on Theory*. Thousand Oaks: CA: Sage. pp. 38-47.
- Craig, R. T. & Tracy, K. (1995). Grounded Practical Theory: The Case of Intellectual Discussion. *Communication Theory*, No.5, pp. 248-272.
- Cresswell, J. W. (2003). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (2nd ed.). Thousand Oaks, California: Sage Publication, Inc.
- Cronin, J. J. & Jr; Taylor, Steven, A. (1992). Measuring Service Quality: A Re-Examination and Extension. *Journal of Marketing*. 56: pp. 55-68.
- Crosby, P. B. (1979). *Quality is Free: The Art of Making Quality Certain*. New York: New American Library.
- Dabholkar, P., Thorpe, D. I. & Rentz, J. O. (1996). A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation. *Journal of The Academy of Marketing Science* 24(1): pp. 2-16.
- De Fleur, Margaret H., Kearney, Patricia, Plax, Timothy G. & De Fleur, Melvin L. (2014). *Fundamentals of Human Communication*. (Fourth Edition). New York: McGraw-Hill.
- Dotchin, J. A. & Oakland, J. S. (1994). Total Quality Management in Services. *International Journal of Quality & Reliability Management* 11(3): pp. 27-42.
- Douglas A. Allen. (1960). *From the Other Side of the Century. A New American Poetry 1960-1990*.
- Eisner, E.W. (1991). *The Enlightened Eye: Qualitative Inquiry and the Enhancement of Educational Practice*. New York: Macmillan Publishing Company.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Elling Son, S.W. (2003). Characterization of some L-band Signals Visible at Arecibo, Tech. Rep.743467-2, Electrol Sci. Lab, Ohio State Univ., Columbus.
- Estevez, E. & Janowski, T. (2013). Landscaping Government Chief Information Officer Education. Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS) 46th. pp. 1684-1693.
- Everett M. Rogers. (1968). Diffusion of Innovations. London: The Free Press.
- Feb. Fiona Mclean. (1997). Marketing the Museum. London and New York: Routledge.
- Fiona McLean. (1997). Marketing the Museum. New York: Routledge.
- Forcese, D.P. & Richer, S. (1973). Social Research Methods. Englewood Cliffs New Jersey: Prentice-Hall.
- Freeman, C. (1982). The Economic of Industrial Innovation. (2nd ed.). London: Frances Printer.
- Freeman, T. (1999). Assessing the Innovation Capacity of the Consortium: An Evaluation of the CAM-I Cost Management Systems Program. Journal of Knowledge Management. 3 (1), pp. 61-65.
- Frijda, N.H., Mesquita, B., Sonnemans, J. & Van Goozen, S. (1991). The Duration of Affective Phenomena or Emotions, Sentiments and Passions. In Strongman, K.T. (ed.) International Review of Studies on Emotion, Vol.1, Wiley, New York: pp. 187-225.
- Frochot, I. & Hughes, H. (2000). HISTOQUAL: The Development of a Historic Houses Assessment Scale. Journal of Tourism Management 21(2): pp. 157-167.
- Frost, F. A. & Kumar, M. (2000). INTSERVQUAL-An Internal Adaptation of the GAP Model in a Large Service Organization. Journal of Services Marketing 14(5): pp. 358-377.
- Garvin, D. A. (1984). What does Product Quality Really Mean. Sloan Management Review 26(1): pp. 25-43.
- Gary, Edson & David, Dean. (1996). The Handbook for Museums. London and New York: Psychology Press.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- George Lakoff. (1990). *Women fire and Dangerous Things*. Chicago: University of Chicago Press.
- Good, Carter V. (1973). *Dictionary & Education*. (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Goulding, C. (2000). The Museum Environment and the Visitor Experience. *European Journal of Marketing* 34(3/4): pp. 261-278.
- Greger, V., Wolf, P. & Krmar, H. (2017). Performance Management of IT in Public Administrations: A Literature Review on Driving Forces, Barriers and Influencing Factors. International Conference on Electronic Government (EGOV) Sep 2013. Koblenz,, Germany: Springer, Lecture Notes in Computer Science LNCS-8074, pp. 163-174.
- Gronroos, C. (2001). The Perceived Service Quality Concept-A Mistake?. *Managing Service Quality* 11(3): pp. 150-152.
- Haywood-Farmer, J. (1988). A Conceptual Model of Service Quality. *International Journal of Operations & Production Management* 8(6): pp. 19-29.
- Highmore, Ben. (2009). *The Design Culture Reader*. Abingdon: Routledge.
- Hosany, S. & Witham, M. (2010). Dimensions of Cruisers' Experiences, Satisfaction and Intention to Recommend. *Journal of Travel Research* 49(3): pp. 351-364.
- Hou, Y., Han, X. & Radder, L. (2009). An Integrated Evaluation of the Heritage Museum Visit: A Disconfirmation Approach. *International Journal of Management Cases*: pp. 315-326.
- Hsiao, C. H. & Yao, M. H. (2012). System Dynamics Approach to Visitors' Long-Term Satisfaction with Museum: A Case Study of The National Museum of Natural Science. *International Journal of Electronic Business Management* 10(2): pp. 113-121.
- Hulsmann, M., & Pfeffermann, N. (2011). *Strategies and Communications: An Integrated Management view for Companies and Networks*. NY: Springer.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- International Council of Museums. (2010). ICOM Missions. <http://icom.museum/>
- Jackson, R. 1988. A Museum Cost Function. *Journal of Cultural Economics* 12(1): pp. 41-50.
- John, W. & Sons. (2016). *Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases*. New York: Mc Graw-Hill.
- Jelincic, D.A. (2009). Splintering of Tourism Market: New Appearing Forms of Cultural Tourism as a Consequence of Change in Everyday Live. In *Collegium Antropologicum*, p.33, pp. 259-266.
- Johnson, D. (2001). What is Innovation and Entrepreneurship. *Lessons for Large Organizations*. *Industrial and Commercial Training*. Vol. 33, No. 4, pp. 135-140.
- Johnson, P. & Thomas, B. (1992). *Tourism, Museums and the Local Economy: The Economic Impact of the North of England Open Air Museum at Beamish*, Aldershot: Edward. Elgar.
- Kaewsanga, P. & Chamnongsri, N. (2012). Creative Tourism: A New Choice of Thai Tourism. *Suranaree Journal of Social Science*, Vol. 6 No. 1, July 2012, pp. 93-111.
- Kaid, L. L. (2005). *Handbook of Political Communication*. Research. Kaid Mahwah. N. J. Erlbaum 26.
- Kaplan, A. (1964). *The Conduct of Inquiry: Methodology for Behavioral Science*. San Francisco: Chandler Publishing.
- Kimberly, J.R. (1981). Managerial Innovation. in Nystrom, P.C. and Starbuck, W.H.
- Kimberly, J.R. & Evanisko, M.J. (1981). Organizational Innovation: The Influence of Individual, Organizational and Contextual Factors on Hospital Adoption of Technological and Administrative Innovations. *The Academy of Management Journal*. Vol. 24, no. 4, pp. 689-713.
- (Eds), *Hand Book of Organization Design*, Oxford University Press, Oxford.
- Kittleman, J. 1976. Museum Mismanagement. *Museum News*. March/April: pp. 44-46.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kotler, N. & Kotler, P. (2008). Museum Strategy and Marketing Designing Missions. Building Audiences. Generating Revenue and Resources.
- Kotler, P. K. & Keller, L. (2012). Marketing Management (14th ed.). Prentice-Hall Inc.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (16th ed.). Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall.
- Lakoff. (1990). The Invariance Hypothesis: is Abstract Reason Based on Image-Schemas. Journal Cognitive Linguistics, Vol.1 No.1, pp. 39-74.
- Lehtinen, U. & Lehtinen, J. R. (1982). Service Quality: A Study of Quality Dimensions. Helsinki: Service Management Institute, Unpublished Working Paper, Finland OY.
- Lewis, P. (1994). Museums and marketing, in Museum Management. Kevin Moore, (ed.), Routledge, London: pp. 216-231.
- Lewis, P. (1988). Marketing to the Local Community. Museums Journal. 88(3): pp. 147-149.
- Linstone, H. & Turoff M. (ed.) (1975). The Delphi Method: Techniques and Applications. Reading Mass: Addison-Wiley.
- Linstone, H. A. & Turoff, M. (ed.). (2002). The Delphi Method: Techniques and Applications. American Statistical Association.
- Lipsehomb, Z. (2010). Historical Authenticity and Interpretative Strategy at Hampton Court Palace. The Public Historian, Vol. 32 No.3, August, pp. 98-119
- Lovelock, C. (1994). Product Plus. New York: McGraw Hill.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011). Service Marketing. New Jersey: Pearson.
- Lovelock, C.H. & Wright, L. (2002). Principles of Service Marketing and Management. New Jersey: Pearson Education.
- Macdonald, S. (2003). Museum National Post National and Transcultural Identities. Museum and Society, Vol.1 No.1, pp.1-16.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Macdonald, S. & Fyfe, G. (ed.). (1996). *Theorizing Museums*. Oxford: Basil Blackwell.
- Macmillan, Thomas, T. (1971). *The Delphi Technique*. Paper Presented at the Annual Meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development. Ca: Monterey, May 3-5, 1971.
- Maher, J. K., Clark, J. & Motley, D. G. (2011). *Measuring Museum Service Quality in Relationship to Visitor Membership: The Case of a Children's Museum*. *International Journal of Arts Management* 13(2): pp. 29-42.
- Markovic, S., Raspor, S. & Komsic, J. (2013). *Museum Service Quality Measurement Using the Histoqual Model*. *Tourism in Southern and Eastern Europe*: pp. 201-216.
- Mckinney, Mitchells. (2014). *Alice Nation: The Divider Conquer Election 2012*. (Frontier in Political Communication) Dianne G. Bystorm & Mary C. Banward (ed.). August 12.
- Mclean, F. (1997). *Marketing the Museum*. New York: Rontelege.
- McNulty, Y., De Cieri, H., & Hutchings, K. (2009). *Do Global Firms Measure Expatriate Return on Investment? An Empirical Examination of Measures, Barriers and Variables Influencing Global Staffing Practices*. *International Journal of Human Resource Management*, Vol.20 No.6, pp.130-132.
- Michael, E. Porter. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for the Nation Brand*. *Place Branding*, Vol. 2 No.3, pp. 229-247
- Michael, E. Porter, & Claas van der Linde. (1995). *Toward a New Conception of the Environment Competitiveness Relationship*. *The Journal of Economic Perspectives*, pp. 97-118.
- Miller, J. A. (1977). *Studying Satisfaction, Modifying Models, Eliciting Expectations, Posing Problem and Making Meaningful Measurements in Conceptualization and Measurement of Consumer*. Cambridge, MA: Marketing Science Institute.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Millet, J. D. (1954). *Management in the Public Service: The Quest for Effective Performance*. New York: McGraw Hill Book.
- Misiura, S. (2006). *Heritage Marketing*. Butterworth Heinemann. Oxford.
- Moore, K. (2006). *Museum Management*. London and New York: Routledge.
- Morgan, N., Pritchard, A. & Pride R. (2003). *Destination Branding*. Wiley, London.
- Morton, J. A. (1971). *Organization for Innovation: A Systems Approach to Technological Management*. New York: Mcgraw-Hill.
- Narayanan, V.K. (2001). *Manage Technology and Innovation for Competitive Advantage*. Prentice Hall: Upper Saddle River, New Jersey.
- Negri, M., Niccolucci, F. & Sani, M. (2009). *Quality in Museums*. Budapest: Archaeolingua. Harvard (18th ed.)
- Nora, A. (2002). A Theoretical and Practical View of Student Adjustment and Academic Achievement. In W.G. Tierney & L.S. Hagedorn (ed.), *In Creasing Access to College: Extending Possibilities for all Students*. Albany: State University of New York: Press.
- Nord, W. & Tucker, S. (1987). *Implementing Routine and Radical Innovations*. Lexington Books, Lexington, MA.
- Northcott, D. & Tanlapapa, T. M. (2012). Using the Balanced Scorecard to Manage Performance in Public Sector Organizations: Issues and Challenges. *International Journal of Public Sector Management* 25(3): pp. 166-191.
- Ohridska-Olson, R. (2009). Country Branding From A Global Cultural Tourism Perspective. *Cultural Realms-Rossitza Ohridska-Olson's Blog about the Business of Cultural Tourism*.
- Ohridska-Olson, R. & Ivanov, S. (2010). *Creative Tourism Business Model and Its Application in Bulgaria*. Dobrich, Bulgaria: International University College.
- Oliver, R. L. (1993). A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction: Compatible Goals, Different Concepts. In Swartz, T. A., Bowen, D. E. & Brown, S. W. (Eds), *Advances in Service Marketing and Management: Research and Practice*, JAI Press, Greenwich, CT: pp. 65-85.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Perceived Service Quality as Customer-Based Performance Measure: An Empirical Examination of Organization Barriers Using an Extended Service Quality Model. *Human Resource Management*, 30(3): pp. 335-364.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *American Marketing Association. The Journal of Marketing* 49(4): pp. 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithmal, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *New York University Journal of Retailing* 64(1): pp. 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithmal, V. A., & Berry, L. L. (1994). Alternative Scale for Measuring Service Quality: A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria. *New York University Journal of Retailing* 70(3): pp. 201-230.
- Parasuraman, A., Zeithmal, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *American Marketing Association Journal of Marketing* 58(1): pp. 111-124.
- Pavapanunkul, S., Cherdchookitkul, K. & Jirawatmonkol, S. (2016). Significance of Paradigm Shift Model for Bangkok Metropolitan City Museum from Desired Factors of Management to Communication Management Affecting Creative Tourism Success. *International Research Conference 2016. Kuala Lumpur Malaysia*, pp. 30-38.
- Pfeffermann, N., Minshall, T. & Mortara, L. (2013). *Strategy and Communication for Innovation*. (2nd ed.). NY: Springer.
- Plessis, M.D. (2007). The Role of Knowledge Management in Innovation. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 11 No. 4, pp. 20-29.
- Poliakoff, E., Spence, C., O'Boyle, DJ., McGlone FP., & Cody, FWJ. (2002). Tactile Inhibition of Return: Non-Ocular Response Inhibition and Model of Response. *Exp Brain Res* 2002a; 146: pp. 9-54.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Poliakoff, E., Spence, C., O'Boyle, DJ., Moore, AP., McGlone, FP., & Cody, FWJ.,
Tactile Inhibition of Return in Patients with Parkinson's Disease (Abstract).
J Cogn Neurosci 2002b; 14 Suppl: p. 44.
- Pop, I. L. & Borza, A. (2016). Factors Influencing Museum Sustainability and
Indicators for Museum Sustainability Measurement. Sustainability 8(1): p. 101.
- Porter, M. E. (1998). On Competition. MA: Harvard Business School Publishing.
Publishing Corporation, pp. 21-45.
- Porter, R. (2006). Madmen. A Social History of Madhouses, Mad-Doctors and
Lunatics. Stroud: Tempus.
- Preuss, L. (2011). Innovative CSR, A Framework for Anchoring Corporate Social
Responsibility in the Innovation literature. Journal of Corporate Citizenship.
42: pp. 17-33.
- Putra, F. (2016). Implementation of HISTORICAL Model to Measure Visitors'
Expectations and Perceptions in Museum Geology Bandung . Asia Tourism
Forum-The 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in
Asia. Bundung Indonesia.
- Radder, L. & Han, X. (2013). Perceived Quality, Visitor Satisfaction and Conative Loyalty
in South African Heritage Museums. International Business & Economics
Research Journal 12(10): pp. 1261-1272.
- Raymond, C. (2007). Creative Tourism New Zealand: The Practical Challenges of
Developing Creative Tourism. In Richards, G, and Wilson, J, (eds.).
Tourism, Creativity and Development. London: Routledge, pp.145-158.
- Raymond, C. (2009). The Practical Challenges of Developing Creative Tourism. In
R. Wurzbürger, T. Aegeson, A. Pattakos, & S. Pratt (Eds.), Creative Tourism.
A global conversation. Santa Fe: Sunstone Press. pp. 63-69.
- Raymond, C (2010). What in a Name, The Origins of the Term Creative Tourism in
R. Wurzbürger, Rebecca, et al. Creative Tourism: A Global Conversation:
How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide. Santa
Fe: Sunstone Press. pp. 43-44.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Rea, C. G., Volland, N. (2015). *Cultural Entrepreneurs in China & Southeast Asia 1960*. Vancouver: UBC Press.
- Reason, P., & Bradbury, H. (eds.). (2008). *SAGE Handbook of Action Research. Participative Inquiry and Practice (2nd end)*. London: SAGE.
- Richard, G. (2010b). *Creative Tourism and Cultural Events*. [Online]. Available: <http://www.docstoc.com/docs/68264727/Creative-tourism-and-cultural-events>.
- Richard, G. (2011). *Creative and Tourism the State of the Art*. *Annals of Tourism Research*, pp. 4, 38, 1225-1253.
- Richard, G. & Wilson, J. (2016). *Developing Creativity in Tourist Experience: A Solution to the Serial Reproduction of Culture*. *Tourism Management*, No.27 pp. 1209-1223.
- Robert, T., Craig, & Karen T. (1995). *Communication Theory, Grounded Practical Theory: The Case of Intellectual Discussion*, Vol.5 Issue 3, August 1995, pp. 248-272.
- S, Bagwell, S. & Karmowska, J. (2004). *Ethnoscapes as Spectacle: Maging Multicultural Districts as New Destinations for Leisure and Tourism*.
- Sasser, W. E., Olsen, R. P. & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of Service Operations: Text, Cases, and Readings*. Boston: Allyn & Bacon.
- Schumpeter, J.A. (1912/2002). *The Economy as a Whole, Seventh Chapter of the Theory of Economic Development Printed in Industry and Innovation*, 9, pp. 93-145.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and The Business Cycle*. Harvard University Press, Cambridge Mass.
- Schumpeter, J.A. (1942). *Capitalism Socialism and Democracy*. New York.
- S., Locke, E.A. & Collins, C.J. (2003). "Entrepreneurial Motivation", *Human Resource Management Review*, Vol. 13 No. 2, pp. 257-279.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Sheng, C. W. & Chen, M. C. (2011). A Study of Experience Expectations of Museum Visitors. *Tourism Management* 33 (2012): pp. 53-60.
- Sherene, S. (2004). *Leading with Passion : Change Management in the 21st- Century Museum*. Altamira Press A Division of Rowman & Littlefield Publisher, Inc 4501 Forbes Boulevard, Suite 200 Lanham MD.
- Smilor, R.W. (1997). Entrepreneurship: Reflections on a Subversive Activity. *Journal of Business Venturing*, Vol. 12 No. 2, pp. 257-279.
- Smith, R.H. (1980). *Management: Making Organizations Perform*. New York: Macmillan.
- Spano, S. (2001). *Public Dialogue and Participatory Democracy: The Cupertino Community Project*. Cresskill, N. J.: Hampton Press.
- Spano, S. (2006). Theory, Practice and Public Dialogue: A Case Study in Facilitating Community Transformation. In L. R. Frey (eds.), *Facilitating Group Community in Contest: Innovations and Applications with Natural Group: Vol.1 Facilitating Group Creation, Conflict, and Conversation*. Cresskill, N. J.: Hampton Press. pp. 271-298
- Spreng, R. A. & Mackoy, R. D. (1996). An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction. *Journal of Retailing* 72: pp. 201-214.
- Stokes, E. (1995). Through the Eyes of the Guest: How Guest Services Can Influence the Visitors Studies Agenda. *Visitor Studies: Theory, Research and Practice* 7: pp. 3-6.
- Stringer, E.T. (2007). *Action Research*. (3rd eds.). Thousand Oaks, C.A.: Sage.
- Stufflebeam, D. L. (1969). Evaluation as Enlightenment for Decision Making. In Walcott, A. Beaty (ed.) *Improving Educational Assessment and an Inventory of Measures of Affective Behavior*. Washington, D.C.: Assoc. for Supervision and Curriculum Development.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Stufflebeam, D. L. (1971). The Relevance of the CIPP Evaluation Model for Educational Accountability. *Journal of Research and Development in Education*. pp. 117-141.
- Susilo, W. H., & S, L. (2015). Analysis Hybrid Model: An Influencing Marketing 3.0 to Purchasing on Post Graduate Program Institutions in Jakarta. *International Journal of Economics and Financial Issues (Special Issue)*, pp. 175-181.
- Swarbrooke, J. (2002). *The Development and Management of Visitor Attraction*. Butterworth Heinemann, Oxford.
- Teas, K. R. (1993). Expectations, Performance Evaluation, and Consumers' Perceptions of Quality. *Journal of Marketing* 57: pp. 18-34.
- The Canadian Museum of History and the Canadian War Museum. (2003). *Research Strategy*. July 15.
- Thompson, A., Margaret, Jr., Margaret, A., Peteraf, John, E., Gamble, A.J., Strickland, Tidd, J., & Bessant, J. (2009). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. (4th ed.). UK.
- Turoff, M. (1972). An Alternative Approach to Cross Impact Analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 3 No. 3, pp. 309-339.
- UNESCO. (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. UNESCO. Paris.
- UNESCO. (2006). *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism*. Discussion Report of the Planning Meeting for 2008. International Conference on Creative Tourism. Santa Fe, New Mexico, USA., October pp. 25-27. <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811e.pdf>.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies* (2nd ed.). London: Sage.
- Urry, J. & Larson. (2011). *The Tourist Gaze 3.0* London: SAGE Publications, LTD.

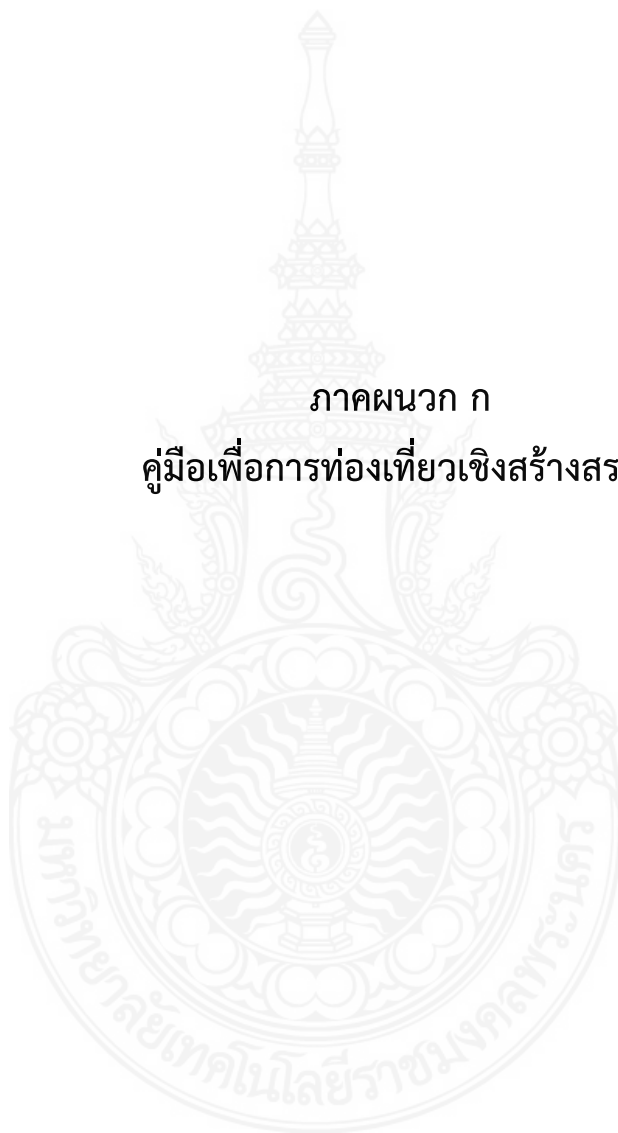
บรรณานุกรม (ต่อ)

- Valerie, L. V. & Deborah Y. Cohn. (2011). The Evolution of Business Models and Marketing Strategies. *The International Journal on Media Management*, 6(1,2), pp. 46-58.
- Vela, J de San Eugenio, Cavia, Fernandez, J. & Morales, M. (2013). Characteristics and Functions, A Delphi Method. *Revista Latina de Communication Social*. pp. 656-675.
- Victor, I. (2007). Museum and Quality and the Consumer. *Studia Universitatis "Vasile Goldis" Arad, Seria Stiinte Economice*, 20, Part III: pp. 56-63.
- West, M.A. & Anderson, N.R. (1996). Innovation in top management teams. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 81, pp. 680-693.
- Willer, D. (1968). *Scientific Sociology: Theory and Method*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Wilmschurst, J. (1984). *The Fundamentals and Practice of Marketing*. Heinemann, London.
- Wong, A., Tjosvold, D. & Liu, C. (2008). Innovation by Teams in Shanghai, China: Cooperative Goals for Group Confidence and Persistence. *British Journal of Management*, available at: www3.interscience.wiley.com/cgi-in/fulltext/120123993/HTMLSTART accessed August 15, 2008).
- Yarimoglu, E. K. (2014). Review on Dimensions of Service Quality Models. *Journal of Marketing Management* June 2(2): pp. 79-93.
- Yuhl, Stephanie, E. (2005). *A Golden Haze of Memory: The Making of Historic Charleston*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
<https://www.expedia.co.th/Minnesota-History-Center-Minneapolis-St-paul.d501820.Place-To-Visit?rfr=TG.Destinations.POI.Explore.1.4> London: Harper & Brothers Publishers.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
คู่มือเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์





อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

Kamphaeng Phet Historical Park

จังหวัดกำแพงเพชร เป็นเมืองเก่าที่นับว่ามีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยทวารวดี เป็นที่ตั้งของเมืองโบราณหลายเมือง เช่น เมืองชากังราว นครชุม ไตรตรังษ์ เทพนคร และคณฑี นอกจากนี้เมืองกำแพงเพชรยังเป็นเมืองที่สองที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้ครองเมือง มีบรรดาศักดิ์เป็น “พระยา วชิรปราการ” ต่อมาในปี พ.ศ.2459 ได้เปลี่ยนเมืองกำแพงเพชรเป็นจังหวัดกำแพงเพชร

กำแพงเพชรเป็นเมืองหน้าด่านของสุโขทัยมีฐานะเป็นเมืองลูกหลวงเดิมเรียกชื่อว่า “เมืองชากังราว” และมีเมืองบริวารรายล้อมอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น เมืองไตรตรังษ์ เมืองเทพนคร ฯลฯ การที่กำแพงเพชรเป็นเมืองหน้าด่าน รับผิดชอบสงครามในอดีตอยู่เสมอ จึงเป็นเมืองยุทธศาสตร์มีหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์มากมาย เช่น กำแพงเมือง

คูเมือง ป้อมปราการ วัดโบราณ มีหลักฐานให้สันนิษฐานว่าเดิมเคยเป็นที่ตั้งของเมือง 2 เมือง คือ เมืองซากังราวและเมืองนครชุม โดยเมืองซากังราวสร้างขึ้นก่อนตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของแม่น้ำปิง พระเจ้าเลอไท กษัตริย์องค์ที่ 2 แห่งราชวงศ์สุโขทัยเป็นผู้สร้างขึ้น ต่อมาสมัยพระเจ้าลิไทกษัตริย์องค์ที่ 5 แห่งราชวงศ์สุโขทัยได้สร้างเมืองใหม่ขึ้นทางฝั่งตะวันตกของลำน้ำปิง คือ “เมืองนครชุม” สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพได้ทรงบันทึกเรื่องกำแพงเมืองไว้ว่า “เป็นกำแพงเมืองที่เก่าแก่ มั่นคง ยังมีความสมบูรณ์มาก และเชื่อว่าสวยงามที่สุดในประเทศไทย”



อุทยานประวัติศาสตร์

กำแพงเพชร ถูกจัดตั้งเป็น โบราณสถานของชาติ เมื่อปี พ.ศ.2538 ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำปิง มีพื้นที่ประมาณ 3.4 ตารางกิโลเมตร แบ่งออกเป็น 2 เขต คือ เขตภายในกำแพงเมือง พื้นที่ 503 ไร่ และเขตนอกกำแพงเมืองภายในเขตเมืองและนอกเมืองหรือที่เรียกกันว่าเขต อรัญญิก พื้นที่ 1,161 ไร่

กำแพงเพชรมีซากโบราณสถาน ใหญ่น้อยเป็นจำนวนมาก เกือบทั้งหมด เป็นศาสนสถานเนื่องในพระพุทธศาสนา ลัทธิเถรวาทแบบลังกาวงศ์ กลางเมืองมี วัดพระแก้ว วัดพระธาตุเป็นศูนย์กลาง เป็นลักษณะวัดหลวงที่มีเฉพาะเขต พุทธาวาส ไม่มีพระภิกษุจำพรรษา ทางด้านทิศเหนือของวัดพระแก้วเป็น บริเวณที่เรียกว่าสระมน (เชื่อกันว่าเป็น บริเวณวังโบราณ) และเทวสถานศาล พระอิศวรซึ่งสร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยา



บริเวณนอกเมืองทางด้านทิศเหนือ มีกลุ่มวัดโบราณขนาดใหญ่่น้อยประมาณ 40 แห่ง สร้างอยู่บนเนินเขา ลูกทรงขนาดย่อม จัดเป็นเขตอรัญญิกของเมืองกำแพงเพชร โบราณสถานสำคัญ ได้แก่ วัดพระนอน วัดป่ามืด วัดพระสี่อิริยาบถ วัดฆ้องชัย วัดนาคเจ็ดเศียร วัดสิงห์ วัดกำแพงงาม วัดเตาหม้อ วัดช้างรอบ และวัดอวาสุใหญ่ กลุ่มโบราณสถานเขตอรัญญิกนับเป็นงานสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของเมืองกำแพงเพชร ด้วยโบราณสถานสร้างรวมกลุ่มหนาแน่นในบริเวณพื้นที่ติดต่อกันเป็นผืนเดียวกันโบราณสถานมีขนาดใหญ่โตอลังการใช้ศิลาแลงเป็นวัสดุหลักในการก่อสร้าง และมีความงดงามทางศิลปกรรมของสกุลช่างเมืองกำแพงเพชรควบคู่กันไปบริเวณฝั่งตะวันตกของแม่น้ำปิงหรือฝั่งตรงข้ามกับเมืองกำแพงเพชร เป็นที่ตั้งของเมืองโบราณอีกเมืองหนึ่ง เรียกว่า เมืองนครชุม ลักษณะตัวเมืองเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าอยู่ตรงปากคลองสวนหมาก กำแพงเมืองเป็นลักษณะคันดินสามชั้น ซึ่งในปัจจุบันถูกทำลายไปมาก ทั้งการกัดเซาะของแม่น้ำปิง และการขยายตัวของชุมชนปัจจุบันกลุ่มโบราณสถานสำคัญของเมืองนครชุม

ตั้งอยู่นอกเมืองทางด้านทิศใต้ ห่างจากแนวกำแพงเมืองประมาณ 500 เมตร เป็นกลุ่มวัดเขตอรัญญิกของ เมืองนครชุม วัดสำคัญได้แก่ วัดเจดีย์กลางทุ่ง วัดหนองพิกุล วัดขุ่มกอ และวัดหนองลังกา

การเดินทาง

โดยรถยนต์ ใช้ทางหลวงหมายเลข 32 ผ่านจังหวัด อุทัยธานี อ่างทอง สิงห์บุรี นครสวรรค์ เข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 1 ถึงจังหวัดกำแพงเพชร ระยะทาง 358 กิโลเมตร โดยรถโดยสารประจำทาง จากสถานีขนส่งสายเหนือ สายกรุงเทพฯ กำแพงเพชร

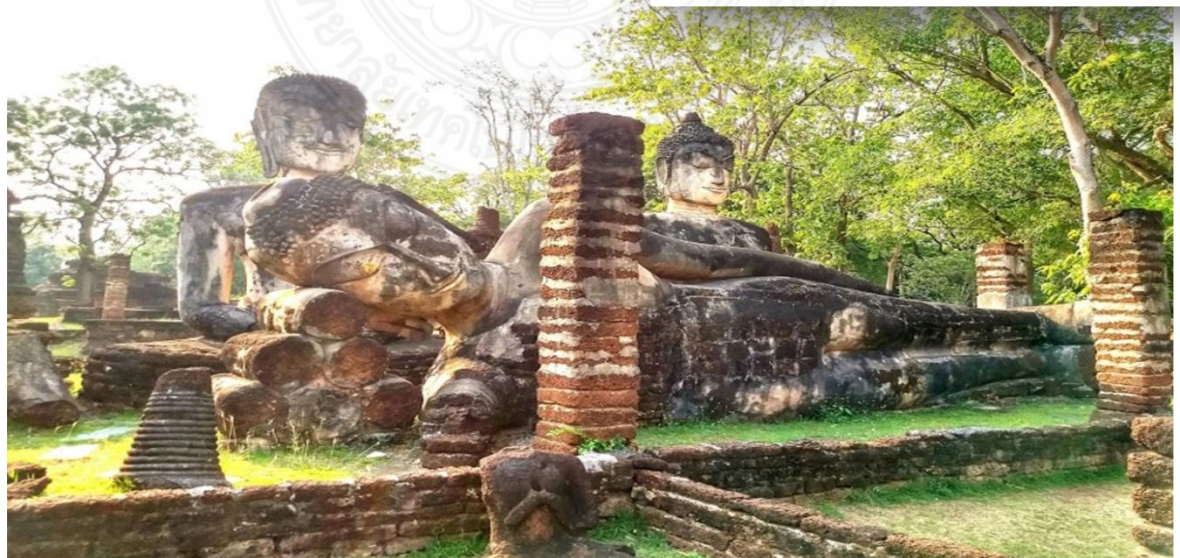
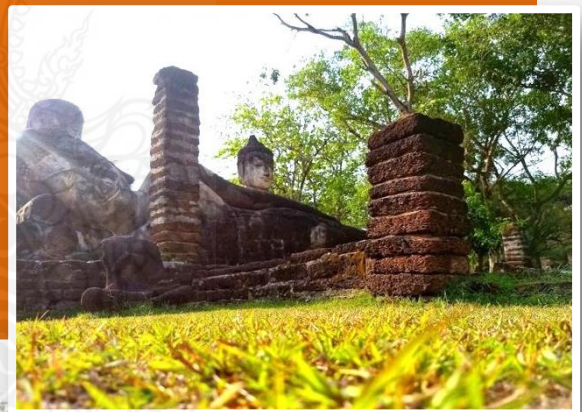


โบราณสถานสำคัญภายในเขตกำแพงเมือง

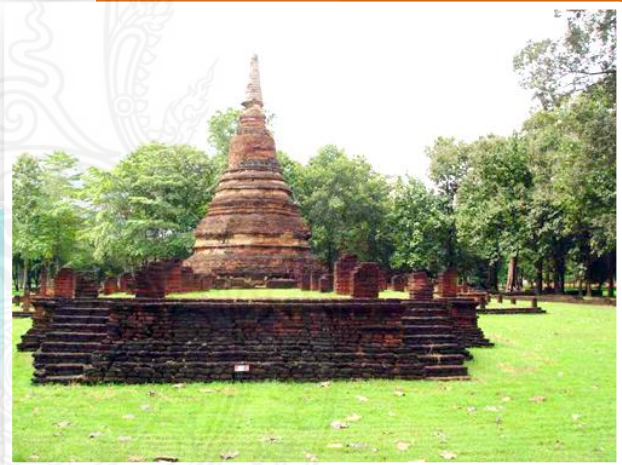
โบราณสถานจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่อยู่ภายในกำแพงเมือง และส่วนที่อยู่นอกกำแพงเมือง ส่วนที่อยู่ในกำแพงเมืองจะอยู่ติดกับศาลหลักเมืองของจังหวัดกำแพงเพชร เมื่อเดินทางเข้าไปภายในอุทยานฯ แล้วสิ่งแรกที่จะได้เห็น คือ พระเจดีย์ที่คงเหลือไว้เพียงฐาน เนื่องจากถูกทำลายลงจากการรุกรานของพม่า โดยพระเจดีย์มีรูปปั้นช้างค้ำไว้โดยรอบ



วัดพระแก้ว อยู่ถัดจากพระเจดีย์ ซึ่งเป็นพระอารามหลวงที่มีขนาดใหญ่ ตั้งอยู่กลางเมือง ซึ่งเป็นวัดที่มีเฉพาะเขต พุทธาวาสไม่มีพระภิกษุจำพรรษา สิ่งก่อสร้างภายในวัดเรียงเป็น แนวยาว ขนานกับกำแพงเมืองทางทิศใต้ บริเวณ วิหารประดิษฐานพระพุทธรูป 3 องค์ ที่นี้ถือเป็นจุดเด่นของจังหวัดกำแพง เพชรเนื่องจากตามตำนานโบราณ กล่าวถึงพระแก้วมรกตและพระพุทธรูป สี่หิ้งค์ว่าได้เคยประดิษฐานที่เมือง กำแพงเพชรซึ่งน่าจะประดิษฐานที่วัด พระแก้วแห่งนี้ ซึ่งมีพระพุทธรูป 3 องค์ เป็นสัญลักษณ์



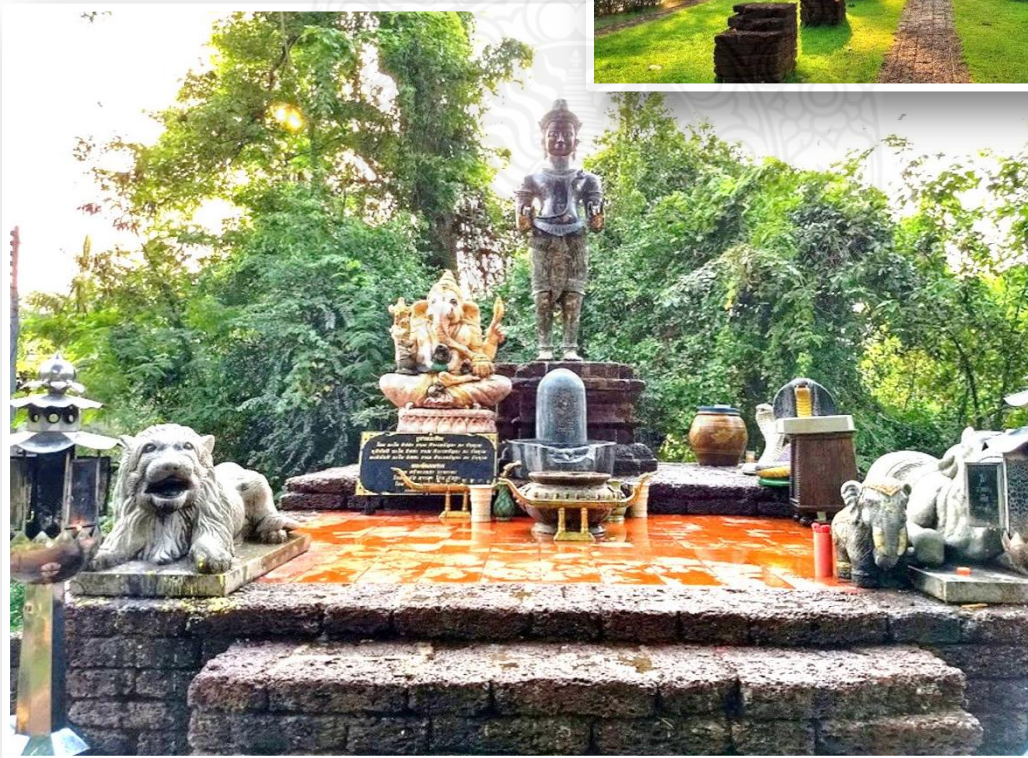
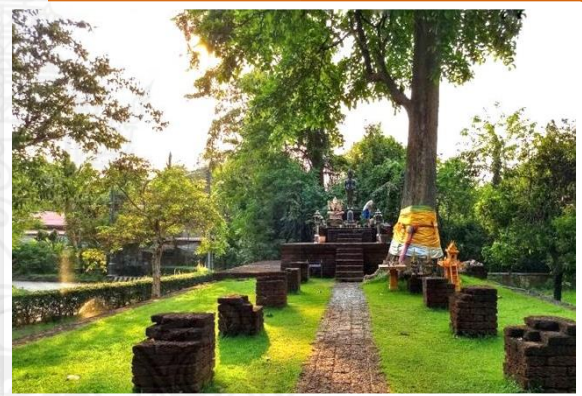
วัดพระธาตุ ตั้งอยู่ทางด้านหน้าของ
 วัดพระแก้วเจดีย์ภายในวัดเป็นแบบทรง
 กลมหรือ ทรงระฆังสูงใหญ่ก่อด้วยอิฐ
 หลายชั้นองค์เจดีย์ตั้งอยู่บนฐานแปด
 เหลี่ยมที่ซ้อนลดหลั่น กันหลายชั้น
 ด้านหน้าเจดีย์จะเป็นฐานวิหารศิลาแลง
 และมีเจดีย์รายอยู่บริเวณด้านหน้า
 วิหารข้างละองค์ รอบนอกจะมีพระ
 พุทธรูปตั้งอยู่โดยทั่วไป ปัจจุบันจะเห็น
 ได้เพียงโครง ของพระพุทธรูปเท่านั้น



สระมู อยู่ทางทิศเหนือของวัดพระ
แก้ว มีคันดินรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าล้อมรอบ
ตอนกลาง ของพื้นมีสระน้ำรูปสี่เหลี่ยม
ซึ่งจากการขุดค้นทางโบราณคดี พบฐาน
อาคาร เศษกระเบื้อง มุงหลังคา เศษ
ภาชนะดินเผา และหลักฐานที่เป็น
สิ่งของเครื่องใช้อีกจำนวนมาก มีการ สัน
นิฐานว่าน่าจะเป็นบริเวณพระราชวัง



ศาลพระอิศวร เป็นเทวาลัยในศาสนาฮินดูเพียงแห่งเดียวในเมืองกำแพงเพชร เหลือเฉพาะฐานของอาคารเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าก่อด้วยศิลาแลง เดิมเป็นเทวรูปพระอิศวร สำริดซึ่งมีจารึกที่ฐานว่า เจ้าพระยาศรีธรรมมาโคกราชได้สร้างเทวรูปนี้เมื่อปี พ.ศ. 2043 ตรงกับสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 แห่งกรุงศรีอยุธยา โดยจารึกยังได้กล่าวถึงการซ่อมแซมถนน คลองส่งน้ำ และการซ่อมแซมพระธาตุทั้งในเมืองและนอกเมือง



โบราณสถานสำคัญนอกเขตกำแพงเมือง

วัดพระนอน

เป็นวัดขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่นอกเมืองทางด้านทิศเหนือหรือบริเวณที่เรียกว่า อรัญญิก สิ่งก่อสร้างภายในวัดใช้ศิลาแลงทั้งหมด หน้าวัดมีบ่อน้ำ หองอาบน้ำ และศาลาพัก ภายในวัดตอนหน้าสุดเป็นฐานอุโบสถเสาแปดเหลี่ยม ถัดไปเป็นวิหารซึ่งเดิมประดิษฐานพระนอนเป็นประธาน เสาวิหารใช้ศิลาแลงแท่งเดียวตลอดที่มีขนาดสูงใหญ่ปักเรียงรายอยู่ภายในอาคาร โครงหลังคาเดิมเป็นเครื่องไม้ สังกะสีได้จากช่องสี่เหลี่ยมตามหัวเสา สำหรับสอดหัวซื่อ

หัวคาน ผนังวิหารเรียงศิลาแลงเป็นผนังช่องลูกกรง หรือช่องลม ถัดจากสิ่งก่อสร้างต่างๆข้างต้นแล้ว ยังมีสิ่งก่อสร้างอีกจำนวนมาก ภายในวัดแห่งนี้ หลักฐานทางประติมากรรม ที่พบคือ ใบเสมารูปเทพพนมพาลีกับทศพีสันนิษฐานว่าสลักขึ้นในสมัยอยุธยา



วัดพระสี่อิริยาบถ

อยู่ทางเหนือของวัดพระนอนถัดขึ้นไปประมาณ 100 เมตร หน้าวัดมีบ่อน้ำ ห้องอาบน้ำ และศาลาพักผ่อนเดียวกับวัดพระนอน สิ่งก่อสร้างสำคัญภายในวัด คือ วิหารที่สร้างบนฐานทักษิณขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ตอนหน้าวัด ด้านหลังวิหารสร้างเป็นมณฑปทำหน้าที่เป็นประธานของวัด ลักษณะมณฑปแบบจัตุรมุข กึ่งกลางผนังแต่ละด้านของแท่งสี่เหลี่ยมก่อเว้าเข้าไป และประดิษฐาน พระพุทธรูปแตกต่างกันออกไปในแต่ละด้าน คือ เดิน นอน นั่ง ยืน



วัดพระสิงห์

ถัดจากวัดพระสี่อิริยาบถไปทางทิศเหนือประมาณ 100 เมตร สันนิษฐานว่าใช้เวลาสร้างถึง 2 สมัย คือ สมัยสุโขทัยและสมัยอยุธยา ผังรวมของวัดแบ่งเขตพุทธาวาสให้อยู่ในกลุ่มกลางล้อมรอบด้วยเขตสังฆาวาสหรือกุฏิสงฆ์ โดยมีพระเจดีย์ฐานสี่เหลี่ยม มีซุ้มทั้ง 4 ด้านเป็นประธาน ด้านหน้าเป็น พระอุโบสถขนาดใหญ่ ยกฐานประทักษิณสูงบนฐานประทักษิณนี้ประดิษฐานพัทธสีมาไว้ทั้งแปดทิศ มุขด้านหน้าของฐานประทักษิณ มีรูปสิงห์ รูปนาค ประดับ



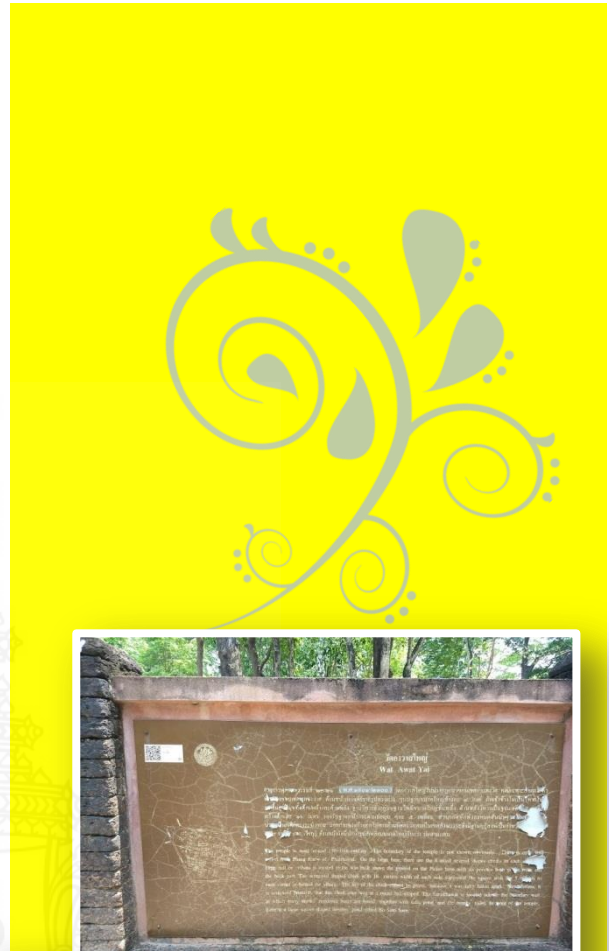
วัดข้าวรอบ

ตั้งอยู่บนยอดเนินสูงสุดของ
เขตรัญญิก สิ่งสำคัญของวัดแห่งนี้คือ
เจดีย์ประธานทรงระฆัง ขนาดใหญ่ มี
บันได อยู่กึ่งกลางด้านทั้งสี่ เพื่อขึ้นไปถึง
ลานด้านบนหรือลานประทักษิณ ฐาน
ล่างประดับข้างปูนปั้นครึ่งตัวจำนวน 68
เชือก ตัวข้างทำลายปูนปั้นที่แผงคอ โดย
ฐานแปดเหลี่ยมและหน้ากระดาน
กลมซึ่งพบหลักฐานว่ามีการประดับลาย
ปูนปั้นเล่า เรื่องพุทธประวัติ และประดับ
เทวดา นางฟ้า กิณรี กิณรี และหงส์
ด้านหน้าเจดีย์ประธาน มีฐานวิหาร
ขนาดใหญ่และถัดไปเป็นสระน้ำขุดลงไป
ในชั้นศิลาแลง



วัดอวาสใหญ่

เป็นวัดที่ก่อสร้างใหญ่โต มีเจดีย์และวิหารมาก อยู่ริมถนนไปอำเภอพรานกระต่าย ห่างจากประตูโคมไฟไปทางเหนือประมาณ 3 กิโลเมตร กำแพงวัด เป็นศิลาแลง กลางวัด มีฐานพระเจดีย์แปดเหลี่ยมใหญ่กว้างด้านละ 16 เมตร ด้านหน้าวัดอวาสใหญ่ ริมถนน มีบ่อสี่เหลี่ยมใหญ่ ขุดลงไปในพื้นที่ศิลาแลง กว้าง 9 เมตร ยาว 17 เมตร ลึก 7-8 เมตร เรียกว่า “บ่อสามแสน” และตรงด้านหน้าเจดีย์ประธานด้านทิศเหนือ มีบ่อศิลาแลง ขนาดใหญ่เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีฐานวิหารทั้งใหญ่และเล็ก รวม 10 วิหาร ฐานเจดีย์รวม 9 ฐาน



วัดกุสุมาลย์

สิ่งก่อสร้างส่วนใหญ่ภายในวัด
ใช้สิ่งก่อสร้างเป็นศิลาแลง ส่วนที่สำคัญ
ภายในวัด ได้แก่ วิหาร 3 หลัง บ่อน้ำ 5
บ่อ บ่อศิลาแลง 2 บ่อ



วัดเพการาม

วัดแห่งนี้ประกอบด้วยโบราณสถาน 2 กลุ่ม แต่ละกลุ่มจะมีกำแพงล้อมรอบ กลุ่มด้านหน้าเป็นเจดีย์รายจำนวน 5 องค์ ก่อสร้างเรียงเป็นแถวเดียวกัน ลักษณะเป็นเจดีย์ทรงระฆังกลมบนฐานสี่เหลี่ยม ทางด้านหลังก่อสร้างด้วยศิลาแลงยกพื้นสูง



วัดมะเกลือ

วิหารเป็นอาคารรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าสร้างยกสูงขึ้นไปด้านหน้าวิหาร ก่อเป็นชานชาลา มีพื้นที่ต่างระดับยื่นห่างออกไปจากตัวฐานวิหาร มีบันไดทางขึ้นลง ด้านหน้า 2 แห่ง ด้านหลัง 2 แห่ง เจดีย์ประธานตั้งอยู่บนฐานบัวลูกแก้ว ออกไก่ มีการต่อซุ้มพระออกมาจากฐานเจดีย์ประธาน ตรงบริเวณของฐานด้านหน้า และด้านหลังของฐานมีซุ้มพระ 2 แห่ง ไม่ปรากฏร่องรอยพระพุทธรูป



วัดกำแพงงาม

แผนผังวัดเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า หันหน้าไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ล้อมรอบด้วยกำแพงศิลาแลงแท้ สี่เหลี่ยมผืนผ้า มีทับหลังศิลาแลงรูปหกเหลี่ยมวางพาด อีกชั้นหนึ่ง เดินกำแพง วัดแห่งนี้มีสภาพสมบูรณ์ จึงได้ชื่อว่าวัดกำแพงงาม โบราณสถานภายในวัด ประกอบด้วยวิหารขนาดใหญ่ มีมุขทั้งด้านหน้าและด้านหลัง สองฟากของมุขมีบันไดขึ้นลง ถัดจากวิหารเจดีย์ ประธาน เป็นลักษณะเจดีย์ทรงระฆัง ฐานสี่เหลี่ยม ฐานเจดีย์ราย 6 องค์ บริเวณสังฆวาสน

อยู่ถัดจากกำแพงแก้ว มาทางด้านทิศตะวันตก ประกอบด้วยฐานศาลา ฐานกุฏิสงฆ์ บ่อน้ำ ห้องอาบน้ำ และเว็จกุฏิ อุโบสถเป็นอาคารขนาดเล็กอยู่นอกกำแพงวัดทางด้านทิศตะวันออกเฉียง



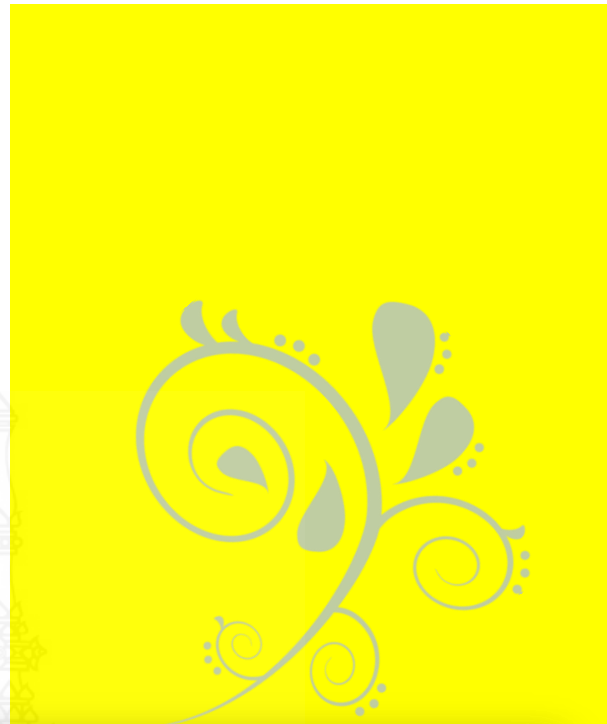
วัดริมหาง

เป็นวัดที่อยู่ทางด้านเหนือของ
เขตอรัญญิกในเมืองกำแพงเพชร
โบราณสถาน ที่เป็นของวัด คือ วิหารก่อ
ศิลาแลง ล้อมรอบด้วยกำแพงวัด ซึ่งใช้
ศิลาแลงแท่งสี่เหลี่ยม ปักเรียงต่อกันไป
นอกจากนี้ยังมีฐานศาลา ฐานกุฏิสงฆ์
บ่อน้ำ และที่อาบน้ำด้วย



สำนักข่าวและศูนย์ข้อมูล

ภายในอุทยานมีสำนักงานที่ให้ข้อมูลของอุทยานประวัติศาสตร์ เช่น แผนที่ภายใน อุทยานประวัติศาสตร์ คู่มือแนะนำเที่ยว และมีการจัดแสดงโบราณวัตถุต่างๆอีกจำนวนมาก ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ที่มาเยือนได้เป็นอย่างมาก



การสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว

วัฒนธรรมชุมชน

ตลาดย้อนยุคนครชุม



การสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว

แต่งกายย้อนยุค



การสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว

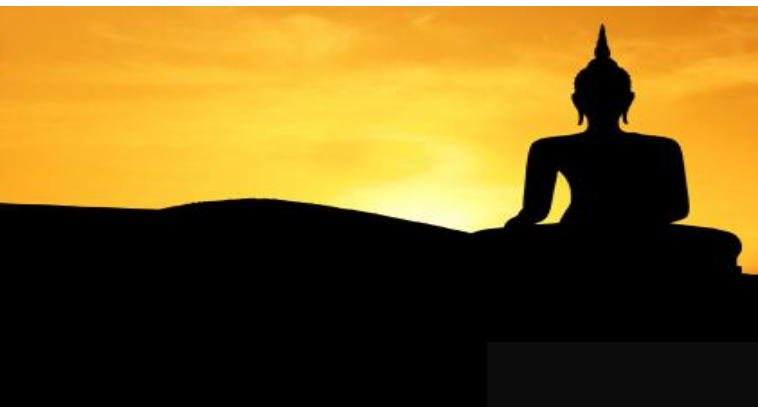
การแสดง



การสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว

นิทรรศการ





บทนำ

เขตภาคเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย 9 จังหวัด ซึ่งมีเพียง 2 จังหวัด ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจาก UNESCO คือ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดกำแพงเพชร

สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร ซึ่งเป็นเมืองโบราณที่ปรากฏร่องรอยหลักฐานของอารยธรรมอันรุ่งเรืองในอดีตเป็นราชธานีแห่งแรกของไทย เป็นเมืองศูนย์กลางการปกครอง ศาสนา เศรษฐกิจ และมีความเจริญรุ่งเรืองด้านอารยธรรม นับจากเริ่มต้นกำเนิดของประวัติศาสตร์ชาติไทย ที่ได้พัฒนาเป็นรัฐสำคัญของภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ในระหว่างพุทธศตวรรษที่ 18-

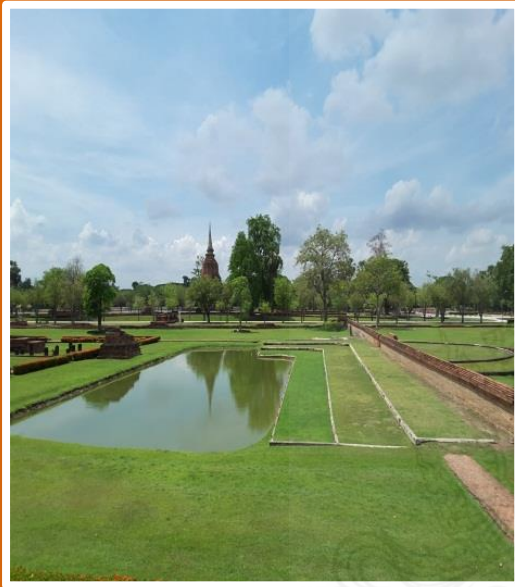
20 จนได้รับการขนานนามว่าเป็นแผ่นดิน “รุ่งอรุณแห่งความสุข” และคงอยู่ยาวนานเป็นเวลากว่า 200 ปี อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร โดยได้ประกาศขึ้นทะเบียนบริเวณเมืองเก่าสุโขทัยเป็นเขตโบราณสถาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 และต่อมาได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกเมื่อปี พ.ศ. 2534 เป็นที่ตั้งอาณาจักรแรกของชนชาติไทยเมื่อ 700 ปีที่แล้ว เป็นจุดกำเนิดลายสีไทย และวรรณคดีเล่มแรกของไทยคือ “ไตรภูมิพระร่วง” เป็นแหล่ง กำเนิดอุตสาหกรรมขึ้นแรกคือ “ซามสังคโลก”





วิสัยทัศน์

สุโขทัย – กำแพงเพชร เมืองแห่งมรดกโลก ท่องเที่ยวประทับใจไม่รู้ลืม
 สืบสานตำนานสุโขทัย – กำแพงเพชร สร้างชาติแต่ครั้งบรรพกาล
 นานแสนนานก็กลับมาเที่ยวมิรู้เบื่อ



พันธกิจ

สร้างอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย – กำแพงเพชร เป็นแหล่งเรียนรู้ตำนาน
 เมืองสุโขทัย – กำแพงเพชร สร้างชาติ ในครั้งบรรพกาลแก่นักท่องเที่ยว
 สร้างให้เป็นศูนย์กลางแหล่งมรดกโลก เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ
 ภาคเหนือตอนล่างอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์

1. ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และแก้ไขปัญหาความยากจน
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน
3. ส่งเสริมตำนานเมืองเก่าสุโขทัย – กำแพงเพชร สร้างชาติไทยในบรรพกาล ให้ก้าวไกล
4. ส่งเสริมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย – กำแพงเพชร ให้อยู่ในความประทับใจ และจดจำของผู้มาเยือนและกลับมาเยือนอีกมิรู้เบื่อ





ปัจจัยเพื่อสร้างสัมฤทธิ์ผลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ปัจจัยด้านกลยุทธ์

การบริหารจัดการโครงสร้าง

1. การบริหารจัดการบุคลากร, ความรู้, งบประมาณ, สถานที่
2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว ด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงกับพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีเรื่อง

ราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง

4. พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถานและข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ให้สามารถเข้าถึง และเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม
5. ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัยมีคุณภาพและมีความน่าสนใจ

การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่

1. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. การกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน
3. พัฒนาบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกันอย่างเหมาะสม เอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว
4. สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว
5. การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน



การจัดการภายในอุทยานประวัติศาสตร์

1. การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์
2. ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงานในท้องถิ่นของตนเอง



การจัดการภายนอกอุทยาน

ประวัติศาสตร์

1. จัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ
2. บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์

การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์

1. การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน
2. สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่
3. การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
4. การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
5. มีการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการอุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ปัจจัยด้านการสร้างคุณภาพ

SERVQUAL

การให้บริการที่เป็นรูปธรรม

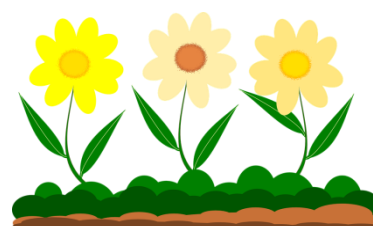
1. ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ
2. นิทรรศการน่าสนใจ
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวก
4. พนักงานแต่งตัวดี

ความเชื่อถือได้

1. การให้บริการที่รวดเร็ว
2. ได้มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ

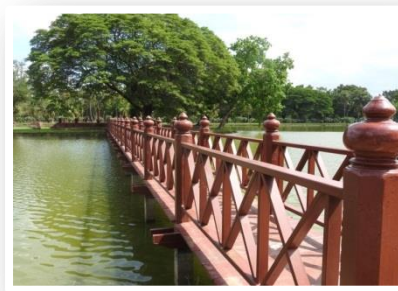
การตอบสนอง

1. ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว
2. พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ให้บริการ



การให้ความมั่นใจ

1. ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัย
ขณะเข้าใช้บริการ
2. พนักงานสุภาพ
3. ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงาน
ของพิพิธภัณฑสถานอุทยานประวัติศาสตร์



ปัจจัยความสำเร็จ

HISTOQUAL

การเอาใจใส่ของพนักงาน

1. พนักงานให้บริการผู้บริการ
ที่เป็นรายบุคคล
2. พนักงานรู้ความต้องการของ
ผู้เข้าใช้บริการ

การเอาใจใส่ของหน่วยงาน

1. พิพิธภัณฑสถานอุทยานประวัติ-
ศาสตร์อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ
2. เวลาเปิด - ปิดทำการมีความ
เหมาะสม สมเหตุสมผล
3. เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยว
กับการจัดแสดงนิทรรศการ
4. เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งาน
นิทรรศการ

คุณภาพการให้บริการ

1. พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ
2. ไม่มีการจำกัดพื้นที่ (การใช้
ประโยชน์อย่างเสรี)
3. เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศศ
การ
4. ความดึงดูดใจของเนื้อหาของ
นิทรรศการ
5. คู่มือการท่องเที่ยวระดับมือ
อาชีพ
6. ความน่าสนใจของอาคาร
พิพิธภัณฑ
7. ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม
(ภายในและภายนอก)
8. ความพร้อมในการใช้เวลากับ
ผู้เข้าชม

9. พนักงานทุกคนมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี

10. เวลาเปิดทำการที่สะดวก

11. การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี

12. ความน่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่

13. คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม

14. มีการให้บริการด้านข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน)





อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

Sukhothai Historical Park

จังหวัดสุโขทัยเป็นที่ตั้งอาณาจักรแรกของชนชาติไทยเมื่อ 700 ปี คำว่า “สุโขทัย” มาจากสองคำ คือ “สุข+อุทัย” หมายความว่า “รุ่งอรุณแห่งความสุข” รอยอดีตแห่งความรุ่งเรืองเห็นได้จากอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและศรีสัชนาลัย ซึ่งเป็นที่รู้จักของชาวไทยและชาวต่างประเทศ

สุโขทัยเริ่มปี พ.ศ. 1800 เมื่อพระยาศรีนาวนัมถมพระบิดาพ่อขุนผาเมืองได้ปกครองเมืองสุโขทัยเรื่อยมาจนสิ้นพระชนม์ ขอมสมาดโฆลญล้าพงข้าหลวงจากราชอาณาจักรขอมได้เข้ายึดครองเมืองขุนบางกลางหาวและพ่อขุนผาเมืองจ้าวเมืองรัตได้ยึดเมืองคืนและสร้างเมืองสุโขทัยขึ้นเป็นราชธานี มี

ขุนบางกลางหาวพระนามใหม่ว่าพ่อขุน
ศรีอินทราทิตย์เป็นปฐมกษัตริย์ปกครอง
เมืองสุโขทัยอาณาจักรแห่งแรกของ
ประเทศไทย ในสมัยพ่อขุนรามคำแหง
มหาราชโอรสของพ่อขุนศรีอินทราทิตย์
ได้แผ่อาณาจักรออกไปกว้างขวางคลุม
เขตประเทศไทยเกือบหมด บ้านเมือง
เจริญทุกด้าน ไม่ว่าจะด้านประวัติศาสตร์
ยุทธศาสตร์ กฎหมาย การปกครอง
เศรษฐกิจ ศาสนา และวัฒนธรรม
ประเพณี เฉพาะอย่างยิ่งทรงประดิษฐ์
อักษรไทยขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 1826
อักษรไทยที่ทรงประดิษฐ์นี้ได้จารึกไว้ใน

แผ่นศิลามากมายศิลาจารึกเหล่านี้เป็น
หลักฐานสำคัญให้รู้เรื่องเมืองสุโขทัย
มากขึ้นในศิลาจารึกบอกถึงความรุ่งเรือง
ของอาณาจักรสุโขทัยสมัยพ่อขุน
รามคำแหงมหาราชว่ามีอาณาเขต
กว้างขวางมาก ทิศเหนือจรดเมืองแพร่
น่าน และหลวงพระบาง ทิศใต้จรด
นครศรีธรรมราช ทิศตะวันออกจรด
เมืองเวียงจันทน์ และทิศตะวันตกจรด
เมืองหงสาวดี การปกครองบ้านเมือง
เป็นระบบ “พ่อปกครองลูก” ประชาชน
มีความเป็นอยู่ดีมีสิทธิเสรีภาพตั้งคำ
จารึกว่า “ไพร่ฟ้าหน้าใสในน้ำมีปลา



ในนามข้าว เพื่อนจงว่วไปค้าขีม้าไป
 ขาย ใครจักใครค้าช่างค้า ใครจักใครค้า
 ม้าค้า”สมัยนั้นชาวสุโขทัยทำเกษตร
 กรรมเป็นหลัก อาศัยน้ำที่มีอยู่บริบูรณ์
 ทำนา ทำสวน ทำไร่ มีการสร้างเขื่อน
 เก็บกักน้ำไว้ใช้หน้าแล้ง เรียกว่า
 “ทำนบพระร่วง”ซึ่งนักโบราณคดีได้
 ศึกษา พบถึง 7 แห่ง เมืองสุโขทัยเป็น
 ศูนย์กลางค้า และการผลิตเครื่องถ้วย
 ชาม ที่เรียกว่า “สังคโลก”ส่งขายยังต่าง
 ประเทศ เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และ
 บอร์เนียว นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์
 การค้าสินค้าจากจีน เช่น ถ้วยชามและ
 ผ้าไหม เพื่อขายในประเทศและส่งต่อ
 ต่างประเทศด้วยหลักฐานที่สะท้อนให้
 เห็นความเจริญมั่งคั่งทางเศรษฐกิจของ
 สุโขทัย ได้แก่ สมบัติทางวัฒนธรรมที่
 ได้รับการบูรณะขึ้นเป็นอุทยานประวัติ
 ศาสตร์สุโขทัย และมรดกโลกในปัจจุบัน



อุทยานประวัติศาสตร์

สุโขทัย ตั้งอยู่ที่ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย มีลักษณะผังเมืองเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีกำแพงเมืองสลับกับคูน้ำล้อมรอบ 3 ชั้น กรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียนโบราณสถานเมืองเก่าสุโขทัยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2478 ต่อมาในปี พ.ศ. 2502 ได้ประกาศเขตโบราณสถานเนื้อที่ 2,050 ไร่ ต่อมาในปี พ.ศ. 2518 ได้ประกาศเขตเพิ่มเติมเป็นเนื้อที่ทั้งสิ้น 43.75 ไร่หรือประมาณ 70 ตารางกิโลเมตร มีโบราณสถานกว่า 200 แห่ง



พระบรมราชานุสาวรีย์

พ่อขุนรามคำแหงมหาราช สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2518 ตั้งอยู่ริมถนนจรดวิถีถ่อง ทางทิศเหนือของวัดมหาธาตุ ลักษณะพระบรมรูปพ่อขุนรามคำแหงมหาราชเป็นพระบรมรูปหล่อด้วยโลหะทองเหลืองผสมทองแดงรมดำ ขนาด 2 เท่าขององค์จริง สูง 3 เมตร ประทับนั่งห้อยพระบาทบนแท่นมณีคศิลาบาตร พระหัตถ์ขวาถือคัมภีร์ พระหัตถ์ซ้ายอยู่ในท่าทรงสั่งสอนประชาชน แท่นด้านซ้ายมีพานวางพระขรรค์ไว้ข้างๆ ลักษณะพระพักตร์เหมือนอย่างพระพุทธรูปสมัยสุโขทัยตอนต้น ที่ถ่ายทอดความรู้สึกว่า พ่อขุนรามคำแหงมหาราชมีน้ำพระทัยเมตตากรุณา ยุติธรรม มีความเด็ดขาดในการปกครองแบบพ่อปกครองลูก ที่ด้านข้างมีภาพแผ่นจำหลักจารึกเหตุการณ์เกี่ยวกับพระราชกรณียกิจของพระองค์ตามที่อ้างถึงในจารึกสุโขทัย



วัดมหาธาตุ ตั้งอยู่กลางเมือง เป็นวัดใหญ่ และวัดสำคัญของกรุงสุโขทัย มีพระเจดีย์มหาธาตุทรงดอกบัวตูม หรือทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ เป็นศิลปะแบบสุโขทัยแท้ ตั้งเป็นเจดีย์ประธาน ล้อมรอบด้วยเจดีย์ 8 องค์ บนฐานเดียวกัน คือ ปรากฏศิลาแลงตั้งอยู่ที่ทิศทั้ง 4 และเจดีย์ทรงปราสาทก่อด้วยอิฐที่ได้รับอิทธิพลมาจากล้านนา จากการสำรวจ พบว่าบริเวณวัดมหาธาตุมีเจดีย์แบบต่าง ๆ มากถึง 200 องค์ วิหาร 10 แห่ง ชุ่มพระ (มณฑป) 8 ชุ่ม พระอุโบสถ 1 แห่ง ตระพัง 4 แห่ง ด้านตะวันออกบนเจดีย์ประธานมีวิหารขนาดใหญ่ก่อด้วยศิลาแลง มีแท่นซึ่งเคยเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปสำริดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย คือ พระศรีศากยมุนี ปัจจุบันได้รับการเคลื่อนย้ายไปอยู่ที่วัดสุทัศน์ฯ กรุงเทพมหานคร ที่ด้านเหนือ และด้านใต้ของเจดีย์มหาธาตุมีพระพุทธรูปยืนภายในชุ่มพระ เรียกว่า "พระอัฐารศ"



วัดชนะสงคราม ตั้งอยู่

ทางด้านเหนือของวัดมหาธาตุ ใกล้กับ
โบราณสถานที่เรียกว่าหลักเมือง เดิม
เรียกว่า วัดราชบูรณะ มีลักษณะเด่นคือ
เจดีย์ทรงระฆังกลมขนาดใหญ่ เป็นเจดีย์
ประธาน และมีวิหาร โบสถ์ เจดีย์ราย
ต่างๆ



เนินปราสาทพระร่วง หรือ เขตพระราชวังในสมัยสุโขทัย

ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกติดกับวัดมหาธาตุ มีโบราณสถานแห่งหนึ่งเรียกว่า เนินปราสาท พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวสันนิษฐานว่าบริเวณนี้เคยเป็นฐานปราสาทราชวังของกษัตริย์เมืองสุโขทัย กรมศิลปากรได้ขุดแต่งบูรณะ เมื่อปี พ.ศ. 2526 พบฐานอาคารแบบฐานบัวค้ำ บัวหงาย มีลักษณะเป็นฐานสูงรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาด 27.50X51.50 เมตร มีบันไดที่ด้านหน้า และด้านหลัง



วัดระพีภิเษก (คำว่า

“ตระพัง” หมายถึง สระน้ำ หรือหนองน้ำ) เป็นโบราณสถานสำคัญ ตั้งอยู่บริเวณขอบตระพังเงินด้านทิศตะวันตกของวัดมหาธาตุ ห่างจากวัดมหาธาตุ 300 เมตร โบราณสถานนี้ไม่มีกำแพงแก้ว ประกอบด้วยเจดีย์ทรงดอกบัวตูมเป็นประธาน ลักษณะเด่นของเจดีย์ทรงดอกบัวตูม คือ มีจระนำที่เรือนธาตุทั้งสี่ด้านประดิษฐานพระพุทธรูปยืน และพระพุทธรูปปางลีลา (จระนำ หมายถึง ชื่อซุ้มท้ายวิหาร หรือท้ายโบสถ์ มักเป็นช่องตัน) วิหารประกอบอยู่ด้านหน้าและทางด้านตะวันออกของเจดีย์เป็นเกาะมีโบสถ์ตั้งอยู่กลางน้ำ



วัดสระศรี เป็นวัดที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของวัดมหาธาตุ เป็นโบราณสถานสำคัญอยู่บริเวณกลางสระน้ำที่มีขนาดใหญ่ ชื่อว่าตระพังตระกวน และสิ่งสำคัญของวัดประกอบด้วยเจดีย์ประธานทรงลังกา ด้านหน้าวิหารขนาดใหญ่ประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้นปางมารวิชัย มีเจดีย์ขนาดเล็ก ศิลปะศรีวิชัยผสมลังกา ตั้งอยู่ทางด้านทิศใต้ มีซุ้มพระพุทธรูป 4 ทิศ ด้านหน้ามีเกาะกลางน้ำขนาดย่อมเป็นที่ตั้งของพระอุโบสถขนาดเล็ก วัดแห่งนี้ได้ชื่อว่าเป็นจุดที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม



วัดศรีสวาย ตั้งอยู่ทางตอน

ใต้ของวัดมหาธาตุ ห่างออกไปประมาณ 350 เมตร โบราณสถานที่สำคัญตั้งอยู่ในกำแพงแก้ว ประกอบด้วยปราสาท 3 องค์ รูปแบบศิลปะลพบุรี ลักษณะของปราสาทค่อนข้างเพรียว ตั้งอยู่บนฐานเตี้ย ลวดลายปูนปั้นบางส่วนเหมือนลายบนเครื่องถ้วยจีน สมัยราชวงศ์หยวน ได้พบทับหลังสลักเป็นรูปนารายณ์บรรทมสินธุ์ ชิ้นส่วนของเทวรูป และศิวลึงค์ที่แสดงให้เห็นว่าเคยเป็นเทวสถานในศาสนาฮินดูมาก่อน แล้วแปลงเป็นพุทธสถาน โดยต่อเติมวิหารขึ้นที่ด้านหน้า แล้วเป็นวัดในพุทธศาสนาภายหลัง



แหล่งโบราณคดีเครื่องปั้น

ดินเผาสุโขทัย (เตาทุเรียน) อยู่ใกล้
วัดพระพายหลวง บริเวณแนวคูเมืองเก่า
ที่เรียกว่า “แม่โจน” เป็นเตาเผาถ้วยชาม
สมัยสุโขทัย มีอายุราวพุทธศตวรรษที่
18 ค้นพบเตาโดยรอบ 49 เตา ซึ่งส่วน
ใหญ่อยู่บริเวณคันคูแม่น้ำโจนด้านทิศ
เหนือ 37 เตา ด้านทิศใต้ข้างกำแพงเมือง
9 เตา และด้านทิศตะวันออก 3 เตา
เตาเผาเครื่องสังคโลกมีลักษณะคล้าย
ประทุนเกวียนขนาดกว้าง เครื่องปั้นดิน
เผาที่พบบริเวณนี้ส่วนใหญ่เป็นประเภท
ถ้วยชาม มีขนาดใหญ่ น้ำยาเคลือบขุ่น
สีเทาแกมเหลือง มีลายเขียนสีดำ ส่วน
ใหญ่ทำเป็นรูปดอกไม้ ปลา และจักร



ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

เป็นอาคารทรงไทยสถาปัตยกรรมแบบสุโขทัย อยู่ใกล้วัดพระพายหลวง ภายในอาคารเป็นศูนย์ให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย รวมทั้งจัดแสดงแบบจำลองของโบราณสถานต่างๆ ในเขตเมืองเก่าสุโขทัย นักท่องเที่ยวควรเริ่มต้นชมอุทยานฯ จากจุดนี้เพื่อจะได้เห็นภาพรวมของสุโขทัยในอดีต



การสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว

วัฒนธรรมชุมชน

ตลาด 800 ปี กรุงสุโขทัย



การสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว

แต่งกายย้อนยุค



การสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว



การสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยว

พิพิธภัณฑ์



ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์ รอบที่ 1



แบบสัมภาษณ์ รอบที่ 1

ปัจจัยด้านการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

ส่วนที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์ปัจจุบันของการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. กรอบแนวคิดและนโยบายการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับโมเดลไทยแลนด์ 4.0 ควรเป็นอย่างไร

คำตอบ.....

2. การกำหนดโครงสร้างขององค์การภายในอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรเป็นอย่างไร

คำตอบ.....

3. งบประมาณที่ใช้สนับสนุนในการดำเนินงานของอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรมีแนวทางที่แตกต่างจากปัจจุบันอย่างไร

คำตอบ.....

4. การสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่นในพื้นที่เขตอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรเป็นกลุ่มใดบ้าง (จัดลำดับความสำคัญ)

คำตอบ.....

จัดลำดับความสำคัญ

1.

2.

ส่วนที่ 2 การบริการที่สามารถพัฒนาเป็นแนวทางในการจัดการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. การพัฒนาเพื่อสร้างความเหมาะสมของสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมในการรองรับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรเป็นอย่างไร

คำตอบ.....

2. รูปแบบการจัดแสดงภายในอุทยานประวัติศาสตร์ ที่อยู่ในอาคาร/กลางแจ้ง/หรือสัญญาณนอกสถานที่ ควรเป็นอย่างไร

คำตอบ.....

3. ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเปิด-ปิดบริการของอุทยานประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรเป็นอย่างไร

คำตอบ.....

4. อัตราค่าเข้าชมที่เหมาะสมในการใช้บริการอุทยานประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ ควรเป็นอย่างไร

คำตอบ.....

5. การสร้างภาคีเครือข่ายระหว่างหน่วยงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรเป็นภาคีเครือข่ายอะไรบ้าง จัดลำดับความสำคัญ

1.

2.

6. การสร้างภาคีเครือข่ายระหว่างหน่วยงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรสร้างความสัมพันธ์ด้านใดบ้าง จัดลำดับความสำคัญ

1.

2.

7. การเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา ในการสร้างและขยายองค์ความรู้อุทยานประวัติศาสตร์
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรเป็นอย่างไร จัดลำดับความสำคัญ

1.

2.

8. การเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา ในการสร้างและขยายองค์ความรู้อุทยานประวัติศาสตร์
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรเป็นด้านใดบ้าง จัดลำดับความสำคัญ

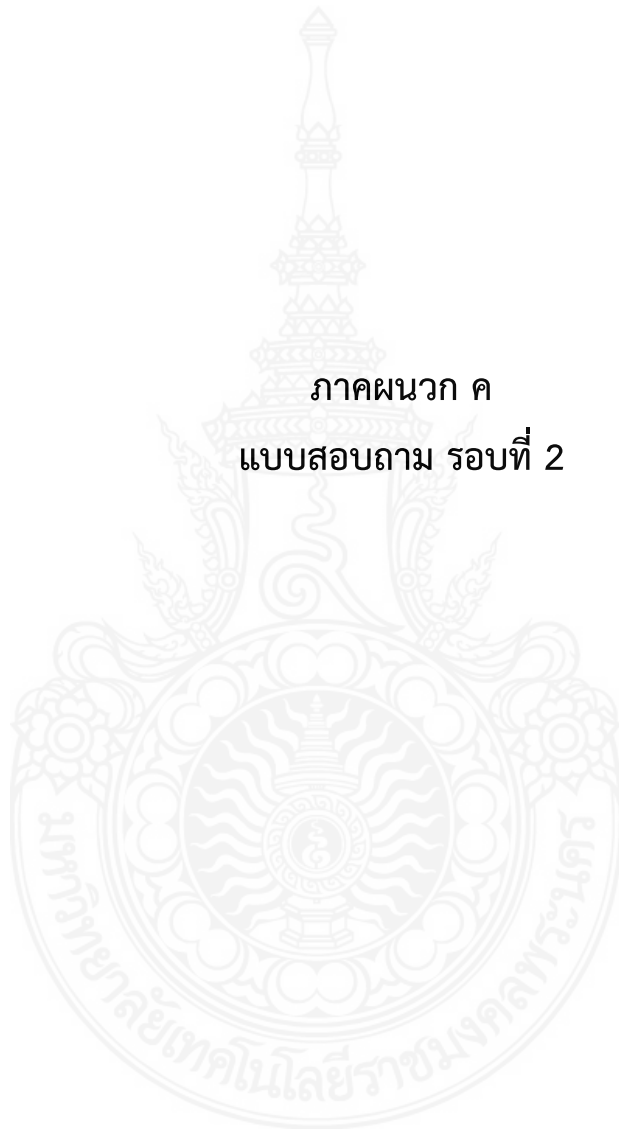
1.

2.

ส่วนที่ 3 แนวทางในการจัดการการตลาดบริการที่สร้างความพึงพอใจของอุทยานประวัติศาสตร์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Satisfactory Service) ประยุกต์จาก Millet (1954), Verma, (1986), Kotler and Kotler (1998)

1. การจัดการเพื่อให้เกิดความเสมอภาคในการให้บริการ ควรเป็นอย่างไร (Equitable Service)
คำตอบ.....
2. การจัดการเพื่อการให้บริการอย่างทันการณ์ ควรเป็นอย่างไร (Timely Service)
คำตอบ.....
3. การจัดการเพื่อความเพียงพอของการให้บริการ ควรเป็นอย่างไร (Ample Service)
คำตอบ.....
4. การจัดการเพื่อสร้างความต่อเนื่องในการให้บริการ ควรเป็นอย่างไร (Continuous Service)
คำตอบ.....
5. การจัดการเพื่อการบริการอย่างก้าวหน้าให้เกิดความประทับใจ ควรเป็นอย่างไร (Satisfy Progressive Service)
คำตอบ.....
6. การจัดการจราจรภาพเพื่อสร้างการจัดการความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งบริการ ควรเป็นอย่างไร (Traffic Convenient Service)
คำตอบ.....
7. การจัดการความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของอุทยานประวัติศาสตร์ ควรเป็นอย่างไร (Convenient and Facility Service)
คำตอบ.....
8. การจัดการความสามารถในการรับภาระค่าใช้จ่ายของผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการ ควรเป็นอย่างไร (Ability of the Recipient to get hold of the Service)
คำตอบ.....
9. การจัดการเพื่อให้เกิดการยอมรับคุณภาพการบริการ ควรเป็นอย่างไร (Acceptability of Service from Recipient)
คำตอบ.....

ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม รอบที่ 2



แบบสอบถาม รอบที่ 2

ส่วนที่ 1 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อความ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
<u>ปัจจัยด้านกลยุทธ์</u>					
1. การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure)					
1.1 การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่					
1.2 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
1.3 พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและ ประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและ พื้นที่ใกล้เคียง เพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยว เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราว ทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง					
1.4 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของ แหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและ ประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม					
1.5 ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูล โบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มี ความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละ พื้นที่โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่าง พื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพ และมีความน่าสนใจ					

ส่วนที่ 1 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (ต่อ)

ข้อความ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
2. การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation)					
2.1 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
2.2 การกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วน ด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน					
2.3 พัฒนาบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์ แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกัน อย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการ ส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว					
2.4 สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและ ส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว					
2.5 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่าง อุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน					
3. การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์					
3.1 การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กร ให้เกิดความคิดสร้างสรรค์					
3.2 ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคล ในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และ เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงาน ในท้องถิ่นของตนเอง					

ส่วนที่ 1 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (ต่อ)

ข้อความ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
4. การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์					
4.1 การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาส ในการเข้าใช้บริการ					
4.2 บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์					
5. การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์					
5.1 การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน					
5.2 สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่					
5.3 การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์ และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
5.4 การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมาย ให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย					
5.5 พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวา เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อความ	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านการสร้างคุณภาพบริการ					
1. การให้บริการที่เป็นรูปธรรม					
1.1 ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ					
1.2 นิทรรศการน่าสนใจ					
1.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวก					
1.4 พนักงานแต่งตัวดี					
2. ความเชื่อถือได้					
2.1 การให้บริการที่รวดเร็ว					
2.2 มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ					
3. การตอบสนอง					
3.1 ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว					
3.2 พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ให้บริการ					
4. การให้ความมั่นใจ					
4.1 ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ					
4.2 พนักงานสุภาพ					
4.3 ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์					
5. การเอาใจใส่ของพนักงาน					
5.1 พนักงานให้บริการผู้บริการที่เป็นรายบุคคล					
5.2 พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ					

ส่วนที่ 2 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (ต่อ)

ข้อความ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
6. การเอาใจใส่ของหน่วยงาน					
6.1 พิพิธภัณฑสถานอุทยานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจ ของผู้ใช้บริการ					
6.2 เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล					
6.3 เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ					
6.4 เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ					

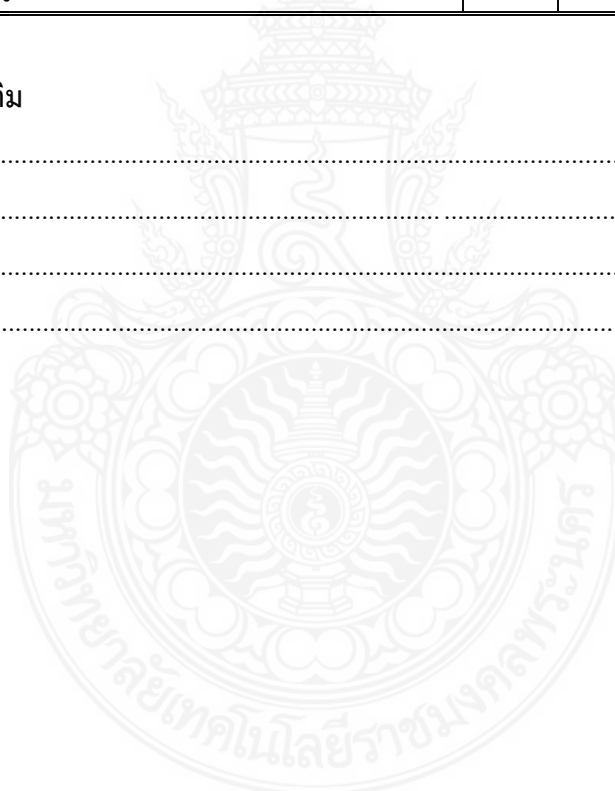
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....



ส่วนที่ 3 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อความ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
<u>ปัจจัยที่ผลต่อความสำเร็จ</u>					
1. คุณภาพการให้บริการ					
1.1 พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ					
1.2 ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม					
1.3 พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี					
1.4 ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)					
1.5 เวลาเปิดทำการที่สะดวก					
1.6 ให้ข้อมูลที่เพียงพอ					
1.7 เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ					
1.8 ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ					
1.9 การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี					
1.10 การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่					
1.11 คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ					
1.12 คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม					
1.13 ความสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์					
1.14 การบริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน)					
1.15 ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)					
1.16 มีที่จอดรถเพียงพอ					
1.17 ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้านขายของที่ระลึก					

ภาคผนวก ง
แบบสอบถาม รอบที่ 3



แบบสอบถาม รอบที่ 3

ส่วนที่ 1 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อคำถาม	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
<u>ปัจจัยด้านกลยุทธ์</u>					
1. การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure)					
1.1 การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่					
1.2 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
1.3 พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เชื่อมโยงและพื้นที่เพื่อสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในการเชื่อมโยง					
1.4 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม					
1.5 ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วยการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพ และมีความน่าสนใจ					

ส่วนที่ 1 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (ต่อ)

ข้อความ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
2. การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation)					
2.1 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
2.2 พัฒนาศักยภาพของอุทยานประวัติศาสตร์ แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกัน อย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการ ส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว					
2.3 สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนา ส่งเสริมการให้บริการการท่องเที่ยว					
2.4 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่าง อุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกัน					
3. การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์					
3.1 การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กร ให้เกิดความคิดสร้างสรรค์					
3.2 ส่งเสริมการสร้างบุคลากรด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยสนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลใน ท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้มีโอกาสเข้าเรียนด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี โดยเน้นสร้างองค์ความรู้จากท้องถิ่นของตนเอง และ เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาทำงาน ในท้องถิ่นของตนเอง					

ส่วนที่ 1 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (ต่อ)

ข้อความ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
4. การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum)					
4.1 การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาส ในการเข้าใช้บริการ					
4.2 บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์					
5. การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations)					
5.1 การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน					
5.2 สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่					
5.3 การสร้างความโดดเด่นของอุทยานประวัติศาสตร์ และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
5.4 การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มี ความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย					
5.5 พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการ อุทยานประวัติศาสตร์เมืองมรดกโลกที่มีชีวิตชีวา เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อความ	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
ปัจจัยด้านการสร้างคุณภาพบริการ					
1. การให้บริการที่เป็นรูปธรรม					
1.1 ความทันสมัยปัจจุบันการจัดแสดงนิทรรศการ					
1.2 นิทรรศการน่าสนใจ					
1.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวก					
1.4 พนักงานแต่งตัวดี					
2. ความเชื่อถือได้					
2.1 การให้บริการที่รวดเร็ว					
3. การตอบสนอง					
3.1 ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว					
3.2 พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ใช้บริการ					
4. การให้ความมั่นใจ					
4.1 ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยขณะเข้าใช้บริการ					
4.2 พนักงานสุภาพ					
4.3 ผู้ใช้บริการเชื่อใจพนักงานของพิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์					
5. การเอาใจใส่ของพนักงาน					
5.1 พนักงานให้บริการผู้ใช้บริการที่เป็นรายบุคคล					
5.2 พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ					

ส่วนที่ 2 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (ต่อ)

ข้อความ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
6. การเอาใจใส่ของหน่วยงาน					
6.1 พิพิธภัณฑสถานอุทยานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจ ของผู้ใช้บริการ					
6.2 เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล					
6.3 เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ					
6.4 เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานนิทรรศการ					

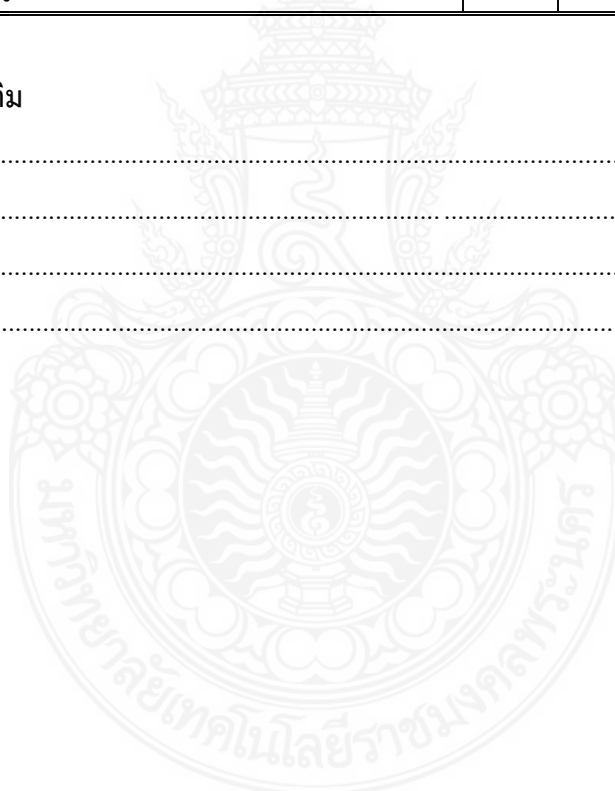
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....



ส่วนที่ 3 คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อความ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
<u>ปัจจัยที่ผลต่อความสำเร็จ</u>					
1. คุณภาพการให้บริการ					
1.1 พนักงานเป็นมิตรและสุภาพ					
1.2 ความพร้อมในการใช้เวลากับผู้เข้าชม					
1.3 พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี					
1.4 ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)					
1.5 เวลาเปิดทำการที่สะดวก					
1.6 เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการ					
1.7 ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการ					
1.8 การจัดแสดงนิทรรศการที่อธิบายได้ดี					
1.9 การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและใหม่					
1.10 คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ					
1.11 คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม					
1.12 ความสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์					
1.13 การบริการข้อมูลที่ดี (ข้อมูลสำนักงาน)					
1.14 ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก จ
แบบสอบถามวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC



คำชี้แจง ใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่าน

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ	ความคิดเห็น			
	เหมาะสม 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่ เหมาะสม -1	ข้อเสนอ แนะ
<u>ปัจจัยด้านกลยุทธ์</u>				
1. การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure)				
1.1 การบริหารจัดการบุคลากร ความรู้ งบประมาณ สถานที่				
1.2 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์				
1.3 พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชน ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์และนอกพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์				
1.4 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม				
1.5 ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้ข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม ทั้งการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในบทบาทที่มีความสำคัญแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ด้วย การสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัย มีคุณภาพ และมีความน่าสนใจ				

คำชี้แจง ใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่าน (ต่อ)

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ	ความคิดเห็น			
	เหมาะสม 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่ เหมาะสม -1	ข้อเสนอ แนะ
2. การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ (Participation)				
2.1 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์				
2.2 การกำหนดโครงสร้างการทำงานของทุกภาคส่วน ด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน				
2.3 พัฒนาศักยภาพของอุทยานประวัติศาสตร์ แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกัน อย่างเหมาะสมเอื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการ ส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว				
2.4 สนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและส่งเสริม การให้บริการการท่องเที่ยว				
2.5 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอุทยาน ประวัติศาสตร์ด้วยกัน				
3. การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (Internal Museum)				
3.1 การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์และเห็นความสำคัญของ การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์				
3.2 สนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มี ความสนใจด้านประวัติศาสตร์เพื่อสร้างบุคลากรรุ่นใหม่				

คำชี้แจง ใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่าน (ต่อ)

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ	ความคิดเห็น			
	เหมาะสม 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่ เหมาะสม -1	ข้อเสนอ แนะ
4. การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์ (External Museum)				
4.1 การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาส ในการเข้าใช้บริการ				
4.2 บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์				
5. การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Information Public Relations)				
5.1 การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วน				
5.2 สร้างจุดเด่นเอกลักษณ์ของพื้นที่				
5.3 การสร้างความโดดเด่นด้วยเอกลักษณ์ของ พื้นที่ของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์				
5.4 การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมาย ให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย				
5.5 สร้างชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้กับอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยแสง สี เสียง และ เทคโนโลยีสมัยใหม่ 3D, 4D				

คำชี้แจง ใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่าน

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ	ความคิดเห็น			
	เหมาะสม 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่ เหมาะสม -1	ข้อเสนอ แนะ
<u>ปัจจัยด้านการสร้างคุณภาพบริการ</u>				
1. การให้บริการที่เป็นรูปธรรม				
1.1 การให้บริการที่เป็นรูปธรรมที่มีความทันสมัย และน่าสนใจด้วยเนื้อหา เทคโนโลยี				
1.2 นิทรรศการน่าสนใจ				
1.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถส่วนตัวและรถนักท่องเที่ยวได้สะดวก Wi-Fi เป็นต้น				
1.4 พนักงานแต่งตัวดี มีเอกลักษณ์สะดุดตาโดดเด่น ชวนสร้าง การบอกต่อ เช่น ชุดไทยสมัยยุคต่างๆ ของประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์นั้นๆ				
2. ความเชื่อถือได้				
2.1 การให้บริการที่รวดเร็วทันการณ์				
2.2 มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการ ที่จะได้รับ				
3. การตอบสนอง				
3.1 ผู้ใช้บริการได้รับบริการรวดเร็ว				
3.2 พนักงานเต็มใจช่วยเหลือผู้ให้บริการ				
4. การให้ความมั่นใจ				
4.1 ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยและไว้วางใจ ในการใช้บริการ				
4.2 พนักงานพร้อมจะตอบข้อสงสัยหรือ คำถามได้ตลอดเวลา				
4.3 มีการจัดบันทึกอย่างถูกต้อง				

คำชี้แจง ใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่าน (ต่อ)

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ	ความคิดเห็น			
	เหมาะสม 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่ เหมาะสม -1	ข้อเสนอ แนะ
5. การเอาใจใส่ของพนักงาน				
5.1 พนักงานให้บริการผู้ใช้บริการอย่างเป็นรายบุคคล				
5.2 พนักงานรู้ความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ ตลอดเวลา				
6. การเอาใจใส่ของหน่วยงาน				
6.1 พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์อยู่ในความสนใจ ของผู้ใช้บริการ				
6.2 เวลาเปิด-ปิดทำการมีความเหมาะสม สมเหตุสมผล				
6.3 เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดง นิทรรศการ				
6.4 เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานและนิทรรศการ				

คำชี้แจง ใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่าน

ข้อคำถามตรวจสอบรูปแบบ	ความคิดเห็น			
	เหมาะสม 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่ เหมาะสม -1	ข้อเสนอ แนะ
ปัจจัยความสำเร็จ				
1. คุณภาพการให้บริการ				
1.1 พนักงานเป็นมิตรและสุภาพรวมถึงรู้ข้อมูลให้บริการดี				
1.2 พร้อมให้บริการอย่างทันการณ์และรวดเร็ว				
1.3 พนักงานมีความรู้ในข้อมูลเป็นอย่างดี				
1.4 ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)				
1.5 เวลาเปิดทำการที่สะดวก				
1.6 ให้ข้อมูลที่เพียงพอและเข้าใจง่าย				
1.7 เนื้อหาของงานแสดงนิทรรศการและการแสดง				
1.8 ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการและการแสดง				
1.9 การจัดแสดงนิทรรศการและการแสดงที่ดี สร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว				
1.10 การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยี ที่ทันสมัย อาทิ 3D, 4D Multimedia, Virtual Venuity				
1.11 คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ				
1.12 คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม				
1.13 ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์				
1.14 การบริการข้อมูลที่ดี				
1.15 ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)				
1.16 มีที่จอดรถเพียงพอ				
1.17 ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้านขายของที่ระลึก				

ภาคผนวก ฉ
แบบสอบถาม



ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุของท่าน

1. ต่ำกว่า 30 ปี 2. 31-40 ปี 3. 41-50 ปี
 4. 50-60 ปี 5. 60 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

1. รับจ้างทั่วไป/เกษตรกร/แม่บ้าน 2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. นักเรียน/นักศึกษา
 5. เกษียณอายุ 6. ธุรกิจส่วนตัว

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท 2. 10,000-20,000 บาท
 3. 20,001-30,000 บาท 4. 30,001-40,000 บาท
 5. 40,001-50,000 บาทขึ้นไป

6. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่

1. ครั้งแรก 2. 2 ครั้ง 3. 3 ครั้ง
 4. 4 ครั้ง 5. 5 ครั้ง 6. มากกว่า 5 ครั้ง

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อความแนวทางในการจัดการการนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประวัติศาสตร์มรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
ปัจจัยด้านกลยุทธ์					
การบริหารจัดการโครงสร้าง (Structure)					
1. พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชน ศิลปวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์และนอกพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
2. พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศของแหล่งโบราณสถาน และข้อมูลทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้สนใจทุกกลุ่ม					
การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่					
1. พัฒนาและกำหนดบทบาทของอุทยานประวัติศาสตร์แต่ละพื้นที่ให้มีความเด่นชัด และเชื่อมโยงกันและกันให้อื้อต่อการพัฒนาในเชิงบูรณาการส่งเสริมมาตรฐานการท่องเที่ยว					
2. สนับสนุนความร่วมมือระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยกันกับชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่					
การจัดการภายในพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์					
1. การสนับสนุนบุคลากรภายในองค์กรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และเห็นความสำคัญของการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
2. สนับสนุนทุนการศึกษาให้บุคคลในท้องถิ่นที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์เพื่อสร้างบุคลากรรุ่นใหม่					
การจัดการภายนอกพิพิธภัณฑ์อุทยานประวัติศาสตร์					
1. การจัดการเส้นทางรอบๆ สะดวกและโอกาสในการเข้าใช้บริการ					
2. บรรยากาศภายนอก สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์					
การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์					
1. การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง					
2. การสร้างความโดดเด่นด้วยเอกลักษณ์ของพื้นที่ของอุทยานประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (ต่อ)

ข้อความคำถามแนวทางการจัดการการนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
3. การทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายให้มีความต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย					
4. สร้างชีวิตชีวาเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยแสง สี เสียงและเทคโนโลยีสมัยใหม่ 3D, 4D					
ปัจจัยคุณภาพบริการ					
การให้บริการที่เป็นรูปธรรม					
1. การให้บริการที่เป็นรูปธรรมที่มีความทันสมัยและน่าสนใจด้วยเนื้อหา เทคโนโลยี					
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ส่วนตัวและรถนักท่องเที่ยวได้สะดวก Wi-Fi เป็นต้น					
3. พนักงานแต่งตัวดี มีเอกลักษณ์สะดุดตาโดดเด่นชวนสร้างการบอกต่อ เช่น ชุดไทยสมัยยุคต่างๆ ของประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์นั้นๆ					
ความเชื่อถือได้					
1. มีการแจ้งให้ผู้เข้าใช้บริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ					
การตอบสนอง					
1. ผู้ใช้บริการได้รับบริการรวดเร็ว					
การให้ความมั่นใจ					
1. ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยและไว้วางใจในการใช้บริการ					
2. พนักงานพร้อมจะตอบข้อสงสัยหรือคำถามได้ตลอดเวลา					
3. มีการจัดบันทึกอย่างถูกต้อง					
การเอาใจใส่ของพนักงาน					
1. พนักงานให้บริการผู้บริการอย่างเป็นรายบุคคล					
2. พนักงานรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการตลอดเวลา					
การเอาใจใส่ของหน่วยงาน					
1. เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงนิทรรศการ					
2. เจ้าหน้าที่ควรรู้วิธีการใช้งานและนิทรรศการ					

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (ต่อ)

ข้อความแนวทางในการจัดการการนวัตกรรมการของอุทยานประวัติศาสตร์มรดกโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
<u>ปัจจัยความสำเร็จ</u>					
1. พนักงานเป็นมิตรและสุภาพรวมถึงรู้ข้อมูลให้บริการดี					
2. พร้อมให้บริการอย่างทันการณ์และรวดเร็ว					
3. ไม่มีพื้นที่จำกัด (การใช้ประโยชน์อย่างเสรี)					
4. เวลาเปิดทำการที่สะดวก					
5. ความดึงดูดใจของเนื้อหาของนิทรรศการและการแสดง					
6. การจัดแสดงนิทรรศการและการแสดงที่ดี สร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว					
7. การเยี่ยมชมที่น่าสนใจอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย อาทิ 3D, 4D Multimedia Virtual Venality					
8. คู่มือการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ					
9. คำแนะนำง่ายต่อการปฏิบัติตาม					
10. ความน่าสนใจของอาคารพิพิธภัณฑ์					
11. ความสะอาดของสิ่งแวดล้อม (ภายในและภายนอก)					
12. ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในร้านขายของที่ระลึก					

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	นางสาวคุณัญญา เบญจวรรณ		
วัน เดือน ปีเกิด	11 มีนาคม 2523		
ภูมิลำเนา	สกลนคร		
ประวัติการศึกษา			
2561	ปริญญาเอก	บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (บธ.ด.)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
2551	ปริญญาโท	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.)	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)
2546	ปริญญาตรี	บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.)	สถาบันราชภัฏนครปฐม

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

อาจารย์ โพรแกรมนิเทศศาสตร์และการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ที่อยู่ 69 หมู่ 1 ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ผลงานวิจัย

- 1 A Conceptual Framework on Green Supply Chain Management Practices.
- 2 Human Resource Management (HRM) : Discussed Research Areas Applied to Hospitality and Tourism Careers-A Literature Review.
- 3 การศึกษาเพื่อวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและทางการแพทย์ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเมืองพญา อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย
- 4 การสร้างตราสินค้าของสินค้าในพื้นที่อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
- 5 แนวทางการพัฒนามาตรฐานแพที่พักแรมในประเทศไทย
- 6 แนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวบริเวณเขื่อนในประเทศไทย
กรณีศึกษา : เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี และเขื่อนศรีนครินทร์ อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ผลงานวิจัย (ต่อ)

- 7 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลก กรณีศึกษา : อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร
- 8 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน ตำบลท่าไม้ อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร
- 9 ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจป่าชุมชนบ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
- 10 การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของป่าชุมชนแบบมีส่วนร่วม : บ้านเขาวังเยี่ยม ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
- 11 การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อองค์การบริหารส่วนตำบลไตรตรึงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
- 12 การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อองค์การบริหารส่วนตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
- 13 การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อองค์การบริหารส่วนตำบลท่าไม้ อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร
- 14 การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเทศบาลส่วนตำบลคลองพิไกร อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร
- 15 การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเทศบาลส่วนตำบลทุ่งเสลี่ยม อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย
- 16 การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อเทศบาลส่วนตำบลเนินปอ อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร