

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19

Guidelines for Tourism Development in the World Heritage City and the World Creative City by the Sukhothai Old Town Community in the New Normal Course after the COVID-19 Situation

เฉลิมพล ศรีทอง¹, ธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์²

Chaloempon Sritong¹, Teerapong Teangsompong²

มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี^{1,2}

Kanchanaburi Campus Mahidol University^{1,2}

chaloempons@hotmail.com¹, teerapong.tea@mahidol.ac.th²

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและออกแบบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19 เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลทั้งแบบปฐมภูมิ และทุติยภูมิ มีการสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกรูปแบบตัวอย่างแบบเจาะจงและลูกโซ่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม จำนวน 18 คน และวิจัยเชิงปริมาณ ใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลจากสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นสำรวจศักยภาพการท่องเที่ยวภายในชุมชน ดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย และตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลจากผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยว และผู้นำชุมชน จากนั้นจึงสรุปแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) ปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ 2) มีการสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ 3) มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จุดเช็คอินเพื่ออำนวยความสะดวกและชี้แจงก่อนนำสู่กิจกรรม 4) พัฒนาทักษะ เตรียมความพร้อมให้กับบุคลากร และผู้ประกอบการภายในชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งมาตรฐานการบริการ ภาษา และการบริหารจัดการ 5) สร้างอัตลักษณ์ของสินค้าและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชนที่สื่อให้เห็นถึงเมืองเก่าสุโขทัย และ 6) ปรับปรุงป้ายสื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การพัฒนาการท่องเที่ยว, เมืองมรดกโลก, เมืองสร้างสรรค์โลก, ฐานวิถีชีวิตใหม่, สถานการณ์โควิด 19

Abstract

The aim of this article is to determine tourism potentials and create guidelines for developing tourism in the World Heritage City and the World Creative City by the Sukhothai Old Town community in the new normal life in Post COVID-19 era. The qualitative approach was used to collect both primary and secondary data. The primary data was sampled from an in-depth interview of 18 key informants using purposive and snowball sampling, semi-structured interview questions, and participatory observation. The quantitative approach was used to collect data from the accidental sampling of 400 tourists using questionnaires. Descriptive statistics i.e. percentage, mean, and standard deviation were used for data analysis. The potentials of tourist attractions were assessed from the on-site survey. Then, the draft guidelines were constructed and tested by data triangulation from a focus group interview of tourism government officials, non-government officials, and community leaders. The focus group suggested six potential guidelines: 1) the improvement of package tour based on tourist's behaviors and individual interests 2) the regular campaign among prospective tourists 3) the establishment of the tourist service center and meeting points 4) the improvement and preparation of tourism staff for service standards, languages, and tourism management 5) The creation of identity products from Sukhothai Old Town 6) The improvement of interpretation signs in tourist attractions.

Keywords: Tourism Development, World Heritage City, World Creative City, New Normal, COVID-19 Era

บทนำ

จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี 2562 พบว่า มีจำนวนชาวต่างชาติ 77,409,493 คน/ครั้ง ชาวไทย 227,808,257 คน/ครั้ง (กรมการท่องเที่ยว, 2562) นโยบายการท่องเที่ยวของไทยให้การส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยเพิ่มขึ้น อีกทั้งภาครัฐยังสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเมืองรอง เห็นได้จากการท่องเที่ยวลดหย่อนภาษีเมืองรอง 55 จังหวัด โดยหนึ่งใน 55 จังหวัดที่ได้รับการส่งเสริมคือ จังหวัดสุโขทัยซึ่งเป็นเมืองมรดกโลก มีทั้งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน โดยมีอัตราการเจริญเติบโตเป็นกลุ่มที่ 2 เติบโตร้อยละ 5-10 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) สุโขทัยเป็นจังหวัดหนึ่งซึ่งมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยมีพื้นที่ทิศเหนือติดกับจังหวัดแพร่และอุดรธานี ทิศตะวันออกติดกับพิษณุโลกและอุดรธานี ทิศใต้ติดกับกำแพงเพชรและพิษณุโลก ทิศตะวันตกติดกับตากและลำปาง โดยสุโขทัยและเมืองบริวาร ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร ได้รับการขึ้นทะเบียนจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) และได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก ตั้งแต่วันที่ 12 ธันวาคม 2534 เป็นต้นมา โดยอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยภายในยังคงเหลือร่องรอยของพระราชวังและวัด 26 แห่ง โบราณสถานสำคัญมากกว่า 30 แห่ง มีวัดสำคัญและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวคือวัดมหาธาตุ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2562) นอกจากนี้ยูเนสโก ได้ประกาศให้จังหวัดสุโขทัยเป็นเมืองสร้างสรรค์โลก (Creative Cities Network) สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk Art) เป็น 1 ใน 66 เมืองจากทั่วโลกที่ได้รับการคัดเลือก ในปี พ.ศ. 2562 (ฐานเศรษฐกิจ, 2563)

ที่ผ่านมาภาครัฐให้สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน ภายใต้หลักการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) โดยชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิ์ในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (พจนาน สุวรรณศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ, 2556) ทั้งนี้การท่องเที่ยวถือเป็นเรื่องราวของการส่งเสริมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้มาเยือน รวมถึงการดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆ ของชุมชน โดยการท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) นอกจากนี้การท่องเที่ยวชุมชนยังเป็นเครื่องมือของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิต

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่ม 1 | วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี

ของท้องถิ่น โดยการจัดการท่องเที่ยวอย่างสมดุลส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่างๆ ที่ได้จากการท่องเที่ยวสามารถย้อนกลับคืนมาสู่ชุมชนและท้องถิ่นได้ (ดร.ชนัน เอมพันธุ์, 2550) ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของชุมชน พื้นที่ เศรษฐกิจ สังคม ประชาชนในชุมชนให้มีชีวิตอยู่ดีกินดี และสิ่งแวดล้อมได้รับการอนุรักษ์ รวมถึงการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตอันดีงามของชุมชนสืบทอดรุ่นต่อรุ่น บริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน

ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย เป็นชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์ มีการดำรงชีวิตแบบย้อนรอยอดีตผ่านวิถีดั้งเดิม การท่องเที่ยวนอกจากการเข้าชมร่องรอยของอาณาจักรสุโขทัยผ่านโบราณสถาน นักท่องเที่ยวยังสามารถเรียนรู้ความเป็นมาและวัฒนธรรมเก่าแก่ที่คนท้องถิ่นยังคงอนุรักษ์ไว้ ผ่านการสานสัมพันธ์กับคนในชุมชน ช่วยให้เข้าใจถึงความเป็นมาและภูมิปัญญาของคนโบราณได้อย่างลึกซึ้ง การท่องเที่ยวชุมชนฯ จึงเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ควบคู่กับวัฒนธรรมและวิถีชุมชนโดยเฉพาะการร่วมสืบสานประเพณี อีกทั้งยังเรียนรู้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมผ่านอาหารพื้นเมือง เช่น ขนมแตงก่า ขนมข้าวตอกพระร่วง ซึ่งชุมชนฯ นำมาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว และถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้และมีส่วนร่วม อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ที่ผ่านมามีผลกระทบต่อประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวลดลง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหดตัว ร้อยละ 82.4 และมีแนวโน้มที่จะลดลงต่อเนื่อง สอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกที่หยุดชะงัก และหดตัวร้อยละ 38-45 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) อีกทั้งการประกาศใช้ พ.ร.ก. ฉุกเฉินส่งผลให้ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว จากการใช้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วยความวิตกกังวล และความอ่อนไหวส่วนบุคคล ส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลงและไม่เดินทาง การท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมยังไม่เป็นที่พอใจ อีกทั้งที่ผ่านมายังไม่มีการศึกษาเพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนฯ ในฐานะการเป็นเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก ดังนั้นเพื่อเตรียมความพร้อมและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวชุมชนฯ ในรูปแบบฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ภายหลังจากการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด 19 จึงเห็นควรศึกษาศักยภาพและออกแบบแนวทางทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย ดังกล่าว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19
2. เพื่อออกแบบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19” เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนต้นแบบ 4 ภูมิภาค” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

1. ประชากร

ประชากร หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว รวมจำนวน 18 ราย คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก แบบเฉพาะเจาะจง และแบบสุ่ม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง มีคำถาม 7 ข้อ เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ นโยบาย จุดเด่น จุดด้อย โอกาส อุปสรรค ศักยภาพ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (Dickman, 1996) และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน รองรับนักท่องเที่ยวในสถานการณ์โควิด 19

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสัมภาษณ์รูปแบบการสนทนาแบบไม่เป็นทางการ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังจากตรวจสอบข้อมูลครบถ้วนทุกประเด็นและมีความสมบูรณ์แล้วจึงนำมาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ทำการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล ได้แก่ ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ เอกชนด้านการท่องเที่ยว และผู้นำชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อความสมบูรณ์ จำแนกข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกันกับทุกฝ่ายเพื่อหาข้อสรุปถึงแนวทางการพัฒนา

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

1. ประชากร

นักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ที่ไม่ทราบขนาดประชากร โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่มีความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran (1977 อ้างอิงใน กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549, หน้า 74) และป้องกันการคลาดเคลื่อนจึงได้ตัวอย่างจำนวน 400 คน

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดสุ่ม .50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05)

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{(0.05)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำนวน 9 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของ (Dickman, 1996) มีเกณฑ์การวัดประมาณค่า 5 ระดับของลิเคอร์ท และส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ มีการนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด การจัดการการท่องเที่ยว และสถิติ จำนวน 5 คน ตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ จากนั้นทำการทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่น หรือความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ นำแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นลงรหัสข้อมูลในโปรแกรมสำเร็จรูปเชิงสถิติทางสังคมศาสตร์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนากับค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เมื่อสรุปผลทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณเสร็จสิ้น ทำการตรวจสอบข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง ครบถ้วน และสอดคล้องกันด้วยการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อยืนยันข้อมูลและกำหนดแนวทางการพัฒนา

ผลการวิจัย

ผลของการศึกษาศักยภาพและการออกแบบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19 จากการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ปริมาณ และการอภิปรายกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ศักยภาพภาพการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19

ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง พื้นที่ส่วนใหญ่ เป็นที่ราบเหมาะสำหรับการเกษตรและมีภูเขาสูง-ต่ำ แนวเดียวกับเขาหลวงทางทิศตะวันตก โดยชุมชนตั้งอยู่โดยรอบพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ชาวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยมีฝีมือด้านศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม และจิตกรรม และสถานประกอบการบางแห่งในชุมชนยังเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวชุมชนนักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมร่องรอยของอาณาจักรสุโขทัยผ่านโบราณสถาน พร้อมทั้งเรียนรู้ความเป็นมาและวัฒนธรรมเก่าแก่ที่คนท้องถิ่นยังคงอนุรักษ์ไว้ด้วยการสานสัมพันธ์กับชุมชน ช่วยให้เข้าใจถึงความเป็นมาและภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งนี้ได้ประเมินศักยภาพชุมชนฯ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ศักยภาพภาพแหล่งท่องเที่ยวและสำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนเมืองเก่าและอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

1.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก และศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว และลงพื้นที่เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สามารถจำแนกตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้ดังนี้

1.1.1 สิ่งดึงดูด/แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพจำแนกเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น อาทิ กวนเขาสังคโลก บ้านพระพิมพ์ลัทธิขงจื้อ เป็นต้น ชาวชุมชนมีทัศนคติและอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อการให้บริการการท่องเที่ยวสร้างความผูกพันกับนักท่องเที่ยว จึงทำการตลาดแบบปากต่อปาก (Word of mouth) ทำให้นักท่องเที่ยวหลายคนกลับมาเยือนซ้ำ จากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอยู่ใกล้กับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยช่วยกระตุ้นการรับรู้ อีกทั้งภาครัฐและหน่วยงานภายในจังหวัดมีการจัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยว อาทิ งานเทศกาลประจำปี สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวชุมชนฯ ภายใต้กระแสการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวย้อนอดีตมีแนวโน้มในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รวมทั้งการเป็นเมืองมรดกโลกและแหล่งท่องเที่ยวเมืองสร้างสรรค์โลกประเทศไทยช่วยสร้างโอกาสให้กับการท่องเที่ยวของชุมชนฯ อย่างไรก็ตาม ยังมีจุดด้อยที่ต้องพัฒนา โดยเฉพาะสินค้าและแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่ได้มาตรฐาน อาทิ บรรจุภัณฑ์ ราคา และบริการต่างๆ อีกทั้งบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัดด้านภาษาต่างประเทศ และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ ขาดการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำไปสู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์หรือสร้างมูลค่าเพิ่ม แม้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนจะมีศักยภาพแต่สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 การเมือง และเศรษฐกิจทำให้นักท่องเที่ยวไม่เดินทาง และมีการใช้จ่ายลดลง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้งยังไม่มีกรมการบูรณาการความ

ร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการพัฒนาแผนการท่องเที่ยวชุมชนฯ ตลอดจนการมีกฎ ระเบียบ และ ข้อบังคับมีค่อนข้างมาก ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยิ่ง

1.1.2 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

ชุมชนมีการจัดการโครงสร้างพื้นฐาน เพื่ออำนวยความสะดวก และมีระบบรักษาความปลอดภัย ขั้นพื้นฐานในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ ไฟฟ้า น้ำประปา การนำเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหน้าที่ของชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย จึงมีปราชญ์ชุมชนที่คอยให้ความรู้ และมีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดเรื่องราวของ ชุมชนและอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ภาครัฐให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดโดยกำหนดไว้ใน แผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งแผนการพัฒนาจังหวัดและท้องถิ่น นอกจากนี้จากสถานการณ์โควิด 19 ยังมีการคัดกรอง ตามมาตรการของรัฐกับผู้มาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อาทิ สวมหน้ากากอนามัย ทำความสะอาดบริเวณที่มีการ สัมผัสทุก 2 ชั่วโมง ลงทะเบียนตามแพลตฟอร์มไทยชนะหรือกรอกข้อมูลส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยว อีกทั้ง ชมรมผู้ประกอบการร้านค้าภาคเอกชนมีศักยภาพในการร่วมพัฒนาและสนับสนุนการท่องเที่ยว จากการกระจายตัวของ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนในบริเวณกว้าง พบว่าบางแหล่งขาดป้ายสื่อความหมาย และมีอีกหลายแหล่งที่ข้อมูลไม่ทันสมัย ปัจจุบันชุมชนฯ ยังไม่มีศูนย์ประสานงาน หรือศูนย์ข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว สถานที่รับรอง เพื่อสร้าง ความเข้าใจและเตรียมความพร้อมก่อนนำเข้าสู่โปรแกรมการท่องเที่ยว แม้จะมีปราชญ์และอาสาสมัครนักสื่อความหมายที่ สามารถบรรยายเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวกลับพบว่าไม่เพียงพอ ขาดการประชาสัมพันธ์กิจกรรมชุมชนฯ ข้อมูล ล้าสมัย ด้วยไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ สื่อสังคมออนไลน์ จึงไม่สามารถสื่อสารกิจกรรมให้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการสนับสนุนงบประมาณจากส่วนกลางแต่มีจำกัดโดยเฉพาะป้ายสื่อ ความหมาย อีกทั้งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 สถานการณ์เศรษฐกิจ และการเมือง แม้จังหวัดจะจัดเป็นพื้นที่ ซึ่งมีความเสี่ยงต่ำแต่ภาคธุรกิจในพื้นที่และชุมชนยังไม่เพิ่มการลงทุน หยุตกิจการ หรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบของธุรกิจเพื่อ ประคองตนเอง เช่น จากธุรกิจโรงแรมและธุรกิจนำเที่ยวเปลี่ยนเป็นธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่ ร้านกาแฟ เป็นต้น

1.1.3 ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility)

ชุมชนมีเส้นทางหลักเดินทางได้หลายช่องทาง ซึ่งแต่ละเส้นทางเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอุทยาน ประวัติศาสตร์สุโขทัยได้ ภาครัฐส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก “เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร” โดยมีเส้นทางท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวใน 3 แหล่งของเมืองมรดกโลก คือ อุทยาน ประวัติศาสตร์กำแพงเพชร สุโขทัย และศรีสัชนาลัย การคมนาคมระหว่างจังหวัดหรือข้ามจังหวัดมีการเดินทางที่ หลากหลาย สะดวกทั้งทางบก และทางอากาศ เพิ่มโอกาสในการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในการบริการด้านคมนาคมขนส่ง สาธารณะยังไม่สะดวกต่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน เห็นได้จาก บางแหล่งท่องเที่ยวยังขาดรถโดยสารประจำทาง สาธารณะ หรือ มีการจำกัดเฉพาะรถยนต์ส่วนบุคคล หรือรถเช่าในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อาทิ บ้านมะขวิด เป็นต้น

1.1.4 ที่พัก (Accommodation)

ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักประเภทโรงแรมตั้งแต่ 3-5 ดาวเพียงพอและมีศักยภาพพร้อมรองรับ นักท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ชุมชนฯ อีกทั้งกระจายตัวอยู่ในชุมชนและแหล่ง ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติฯ ที่พักประเภทโรงแรมหลายแห่งได้รับมาตรฐานระดับสากลสามารถรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะ กลุ่ม (Niche Market) หรือนักท่องเที่ยวคุณภาพได้ อย่างไรก็ตาม พบว่า ด้วยความหลากหลายของที่พักส่งผลให้การ ควบคุมด้านมาตรฐานเป็นไปได้ยาก แม้ที่พักในระดับเดียวกันกลับมีการกำหนดมาตรฐานโดยเฉพาะราคาต่างกัน บางครั้ง อาจมีการแย่งลูกค้าโดยเสนอขายในราคาถูกเพื่อตัดราคากันเอง รวมทั้งที่พักประเภทโฮมสเตย์หลายแห่งยังไม่ได้คำนึงถึง มาตรฐานด้านราคา ความสะอาดและปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

1.1.5 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

ชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำนวนมากและหลากหลาย มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์และมีส่วนร่วม เช่น การสอนสานปลาตะเพียน การสอนเขียนลายจานกระเบื้อง การดำน้ำ เป็นต้น อีกทั้งยังมีกิจกรรมที่แสดงถึงวัฒนธรรม ประเพณี และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น การใส่บาตรในยามเช้า “ใส่บาตรสะพานบุญ รับประทานสุโขทัย” ณ วัดตระพังทอง หรือกิจกรรมประดิษฐ์กระทงและนำไปขอขมาต่อพระแม่คงคา เป็นต้น ทุกกิจกรรมมีการสอดแทรกเรื่องราวผ่านการเล่าเรื่อง (story telling) และเรื่องราวดังกล่าวยังสอดคล้องกับประวัติศาสตร์สุโขทัย ภาครัฐให้การสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างต่อเนื่อง อาทิ กิจกรรมถนนคนเดิน เมืองเก่าคราฟท์ในเมืองสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม ในการจัดกิจกรรมต่างๆ พบว่ากิจกรรมที่มีลักษณะเดียวกันมีราคาที่แตกต่างกันส่งผลให้นักท่องเที่ยวพิจารณาถึงความคุ้มค่า และเกิดความเบื่อไม่สนใจในโปรแกรมที่จัด บางกิจกรรมเป็นมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งกำลังสูญหายเนื่องจากขาดผู้สืบทอด เช่น การทำขนมข้าวตอกพระร่วง เป็นต้น อีกทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงจากเดิมมีความต้องการหลากหลายรูปแบบ และมีความชื่นชอบแตกต่างกัน จึงเป็นความท้าทายอย่างยิ่งของชุมชนฯ รวมถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การเมือง และการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด19 ส่งผลต่อความไม่เชื่อมั่นในการเดินทางของนักท่องเที่ยวและหลายกิจกรรมทั้งงานประเพณี และเทศกาลประจำปีถูกยกเลิกในช่วงดังกล่าว

1.2 ผลการสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยว พบว่า เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.7 อายุ 18-30 ปี ร้อยละ 48.8 สถานภาพสมรสและอยู่ด้วยกัน ร้อยละ 55.0 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 71.3 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 52.0 รายได้เฉลี่ย 30,001-40,000 บาท/เดือน ร้อยละ 30.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย ต่ำกว่า 15,000 บาท/คน/ปี ร้อยละ 43.3 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง/ปี ร้อยละ 59.5 และมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุด ร้อยละ 31.5 ทั้งนี้มีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชน ดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. สิ่งดึงดูด/แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)	3.76	0.66	มาก
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	3.28	0.61	ปานกลาง
3. ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility)	3.08	0.52	ปานกลาง
4. ที่พัก (Accommodation)	3.67	0.61	มาก
5. กิจกรรม (Activities)	3.52	0.63	มาก

จากผลสำรวจตารางที่ 1 (องค์ประกอบหลัก 5 ด้าน 28 ปัจจัย) พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก 3 องค์ประกอบ คือ สิ่งดึงดูด เช่น มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งเน้นสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวรวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและน่าประทับใจ ($\bar{X} = 3.76$, $SD = 0.66$) ที่พัก เช่น โรงแรมมีมาตรฐานมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ($\bar{X} = 3.67$, $SD = 0.61$) กิจกรรม เช่น ชุมชนมีกิจกรรมสร้างสรรค์และการสร้างความมีส่วนร่วมอย่างหลากหลาย กิจกรรมของชุมชนมีความสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก ($\bar{X} = 3.52$, $SD = 0.63$) ตามลำดับ โดยมีองค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แหล่งท่องเที่ยวหลายจุดไม่มีสัญญาณโทรศัพท์ ไม่มีที่จอดรถส่วนบุคคล ไม่มีจุดบริการห้องน้ำสาธารณะ ขาดศูนย์บริการข้อมูลที่เป็นของชุมชน ($\bar{X} = 3.28$, $SD = 0.61$) และการเข้าถึง เช่น แหล่งท่องเที่ยวหลายจุดไม่มีรถยนต์สาธารณะ ป้ายสื่อความหมาย/ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน และขาดความทันสมัย ราคาค่าโดยสารยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เฉลี่ย ($\bar{X} = 3.08$, $SD = 0.52$) ตามลำดับ อย่างไรก็ตามพบว่า ยังมีประเด็นที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับปาน

กลาง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวบางแหล่งมีบรรยากาศไม่ปลอดภัย ขาดเจ้าหน้าที่ดูแล ที่พักประเภทโฮมสเตย์มีการบริหารจัดการไม่เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน มีราคาสูง ขาดมาตรฐานด้านความสะอาดและปลอดภัยทั้งนี้บางกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยังไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว อาทิ การศึกษาเส้นทางธรรมชาติซึ่งไม่เหมาะกับผู้สูงอายุ เป็นต้น

จากผลการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณสรุปประเด็นเพื่อหาแนวทางการพัฒนา ดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 สรุปประเด็นข้อมูลตามรายองค์ประกอบเพื่อหาแนวทางการพัฒนาจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ

องค์ประกอบ	รายการ	คุณภาพ	ปริมาณ
1. สิ่งดึงดูด/แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)	- สินค้าและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบางแหล่งยังไม่ได้มาตรฐาน - อาทิ บรรจุภัณฑ์ กระบวนการ ราคา และบริการ	√	
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	- ขาดศูนย์ประสานงานนักท่องเที่ยวหรือศูนย์บริการข้อมูลชุมชน - บุคลากรขาดความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ - ขาดป้ายสื่อความหมาย บางป้ายเกิดการชำรุดและไม่ทันสมัย	√ √ √	√
3. ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility)	- ป้ายสื่อความหมาย/ป้ายบอกทางไม่ชัดเจนและข้อมูลล้าสมัย - ราคาค่าโดยสารรถยนต์สาธารณะยังไม่เป็นมาตรฐาน - บางแหล่งขาดสัญญาณโทรศัพท์ ห้องน้ำและที่จอดรถยนต์		√ √ √
4. ที่พัก (Accommodation)	- โฮมสเตย์ยังไม่ได้มาตรฐาน เช่น ราคา การบริหารจัดการ ความสะดวกและปลอดภัย	√	√
5. กิจกรรม (Activities)	- ยังไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งรูปแบบ และราคา	√	√

2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19

หลังจากการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณจากนั้นจึงเสนอผลและจัดประชุมกลุ่มย่อยประกอบด้วยผู้แทนภาครัฐ เอกชน ผู้นำชุมชน และประชาชนผู้เกี่ยวข้อง ได้ให้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวฯ ดังนี้ (1) ควรปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความสนใจพิเศษ ได้แก่ ปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีระยะสั้น ในราคาประหยัด (2) ควรมีการสื่อสารการตลาด ปรับข้อมูลให้ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เช่น การพัฒนาสื่อออนไลน์ผ่าน Facebook Line Youtube เป็นต้น (3) ควรมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวและอธิบายชี้แจงต่อนักท่องเที่ยวก่อนนำสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน (4) ควรพัฒนาทักษะและเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรและผู้ประกอบการภายในชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งมาตรฐานการบริการ ความปลอดภัย ภาษาต่างประเทศ และการบริหารจัดการ (5) ควรสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สื่อให้เห็นถึงเมืองเก่าสุโขทัย เช่น การสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ให้กับสินค้าหัตถกรรม เป็นต้น และ (6) ควรปรับปรุงป้ายสื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยวให้ครอบคลุมและชัดเจนสืบเนื่องจากหลายแหล่งขาดป้าย หรือบางแหล่งเกิดการชำรุด และมีข้อมูลไม่ทันสมัย

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19 พบว่า ทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย มีความหลากหลายและโดดเด่น ผู้ประกอบการมีอัตราค้าไม่ตรีพร้อมอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของชุมชนโดยเฉพาะงานฝีมือด้านศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม และจิตกรรม สอดคล้องกับผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่ม 1 | วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี

ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งดึงดูด/แหล่งท่องเที่ยว ที่พักและกิจกรรมการท่องเที่ยว ในระดับมาก ซึ่งที่พัก และกิจกรรมมีให้เลือกจำนวนมากและหลากหลายมีส่วนให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกและเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับ (Schofield, 2000; Yoon and Uysal, 2005) กล่าวถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว และ (Loureiro and Gonzalez, 2008) เมื่อแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันและโดดเด่นย่อมเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน สร้างความประทับใจกับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งพบว่าที่ผ่านมากิจกรรมของการท่องเที่ยวยังจัดไม่เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบางกิจกรรมมีความซ้ำซ้อน โปรแกรมที่จัดอัดแน่นไม่น่าสนใจหรือไม่เหมาะสมช่วงวัย แต่ละแหล่งและกิจกรรมยังมีราคาที่ไม่เหมาะสม สอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์และสำรวจที่กล่าวว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด 19 เศรษฐกิจและการเมืองส่งผลให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง โดยการเลือกท่องเที่ยวเฉพาะแหล่งที่สนใจและมีเวลาสั้นไม่พักค้าง มีการเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวจากเดิมเป็นฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ด้วยสถานที่ท่องเที่ยวจำกัดนักท่องเที่ยวในการเดินทางและมีระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) สอดคล้องแนวคิดของ (Dwyer and Kim, 2003) ที่กล่าวถึงสถานการณ์ของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความปลอดภัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่สอดคล้องกันทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณเกี่ยวกับชุมชนยังไม่มีศูนย์ประสานงานเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการสื่อสารสมัยใหม่ ภาษาต่างประเทศ มาตรฐานการบริการและความปลอดภัย โดยเฉพาะที่พักประเภทโฮมสเตย์แม้มีจำนวนมากแต่ยังขาดมาตรฐานด้านการจัดการ การบริการและความปลอดภัย มีการกำหนดราคาที่แตกต่างกัน ชุมชนฯแม้มีสินค้าและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากแต่ยังไม่เป็นอัตลักษณ์ เช่น ของที่ระลึกไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงความเป็นสุโขทัย รวมถึงในหลายแหล่งท่องเที่ยวยังขาดป้ายสื่อความหมายหรือบางป้ายมีความชำรุด ข้อมูลไม่ทันสมัย เป็นอุปสรรคในการเดินทาง

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก และเมืองสร้างสรรค์โลก โดยชุมชนเมืองเก่าสุโขทัย สำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด 19 ควรมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนและร่วมกันแก้ปัญหาสิ่งต่างๆ ได้แก่ “ควรปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความสนใจพิเศษ” โดยสร้างเป็นชุดโปรแกรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจและส่งเสริมให้กลับมาเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2561) กล่าวว่า สถานที่ท่องเที่ยวควรมีการให้บริการเป็นชุด ให้แก่เคจหนึ่งๆ ประกอบไปด้วยการบริการหลายอย่าง เช่น ที่พัก การขนส่ง อาหาร เป็นต้น ซึ่งจะมีค่าบริการถูกกว่าในกรณีที่เคยให้บริการทีละอย่าง โดยสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเห็นความคุ้มค่า ลักษณะของแพ็คเกจนั้นอาจจะมีทั้งแพ็คเกจที่นำเสนอในเมนูตลอดทั้งปี และแพ็คเกจจัดทำเฉพาะช่วง “ควรมีการสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอด้วยสื่อสมัยใหม่” สอดคล้องกับ (Yoo, Lee and Gretzel, 2007) กล่าวว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในรูปแบบสังคมออนไลน์ เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการค้นหาข้อมูลและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ (Xiang and Gretzel, 2010) กล่าวถึง การสื่อสารด้วยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ที่เรียกว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Ewom (Electronic Word of Mouth) เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องด้วยเป็นช่องทางที่ใกล้ชิด และสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่ายที่สุด รวมถึงเป็นช่องทางที่ทันสมัย รวดเร็ว มีรายละเอียดข้อมูลที่ครบ และหลากหลาย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการนำมาสื่อสารให้นักท่องเที่ยวในการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวตลอดจนสามารถสื่อสารการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ชนิดต่างๆ ทั้ง เฟสบุ๊ก และเว็บไซต์ หรือสื่อสารแบบไวรัล (Viral Communication) ซึ่งเป็นเทคนิคการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยม (Shimp, T.A., 2000) กล่าวว่าการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ เป็นการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดร่วมกัน เพื่อสร้างให้เกิดผลกระทบทางการสื่อสารที่มีพลังหรือเป็นการประสานประสานเครื่องมือสื่อสารการตลาดหลายๆ อย่างเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสมเพื่อดำเนินการส่งเสริมการตลาด ซึ่งให้ความสำคัญกับวิธีการสื่อสารเพื่อการจูงใจทุกรูปแบบและแสดงบุคลิกภาพของสินค้านั้นอย่างชัดเจนหรือเป็นกระบวนการของการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องการใช้การสื่อสารเพื่อการจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง “ควรมี

ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และจุดเช็คอินที่มีความชัดเจน” เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ดูแลด้านความปลอดภัยและอธิบายชี้แจงต่อนักท่องเที่ยวก่อนนำสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน “ควรพัฒนาทักษะและเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากร และผู้ประกอบการภายในชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งมาตรฐานการบริการ ภาษาต่างประเทศ และการบริหารจัดการ” โดยครอบคลุมทั้งแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และที่พัก พัฒนาความรู้และมาตรฐานการบริการ ความปลอดภัย สุขอนามัยภายใต้การยึดหลักแนวทางการดำเนินงานและมาตรการป้องกันความเสี่ยงเรื่องไวรัสโควิด 19 ภายใต้โครงการ Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) เพื่อสร้างบรรทัดฐานใหม่ให้กับบริการและการท่องเที่ยวของไทย อย่างไรก็ตามเมื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมยังสามารถพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยว สร้างการสื่อสารผ่านสื่อสมัยใหม่ ตั้งราคาทั้งแหล่งท่องเที่ยวและที่พักให้มีมาตรฐานและสอดคล้องตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งการพัฒนาทักษะบุคลากรในการท่องเที่ยวสอดคล้องกับ (Becker, 1962) ที่กล่าวว่า ควรมีการพัฒนาทักษะบุคลากรเพราะบุคลากรเป็นทรัพย์สิน (Asset) สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ โดยบุคลากรเหล่านี้มีสภาพเป็นทุนมนุษย์ (Human Capital) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างคุณค่า (Value Creation) ให้กับแหล่งท่องเที่ยว “ควรสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สื่อให้เห็นถึงเมืองเก่าสุโขทัย” สอดคล้องกับ (วรรณวิมล ภูนาศ, 2558; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) กล่าวว่า แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน สามารถดำเนินการ ตั้งแต่การรักษาอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งท่องเที่ยว การรักษาสิ่งแวดล้อม การเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การวางแผนการจัดการการท่องเที่ยว และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนอีกทั้งชุมชนฯ ยังขาดการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ไปถึงกลุ่มเป้าหมายส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบกิจกรรม/โปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชนฯ นอกจากนี้ปัจจัยด้านการเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวให้ความเห็นยังไม่พึงพอใจสืบเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวบางจุดเข้าถึงได้ยาก ไม่มีรถโดยสารสาธารณะ ขาดป้ายสื่อความหมาย/ป้ายบอกทาง ซึ่งเป็นความเห็นตรงกับผลวิจัยเชิงคุณภาพว่าแหล่งท่องเที่ยวมีการตั้งอยู่อย่างกระจาย บางแหล่งไม่มีป้ายรวมทั้งบางป้ายชำรุดเสียหายและมีข้อมูลไม่ทันสมัย ทั้งนี้ “ควรปรับปรุงป้ายสื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว” สอดคล้องกับ (Marcouiller, 1998) กล่าวว่าสิ่งอำนวยความสะดวกป้ายสื่อความหมายมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการเติบโตของการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก หรือบริการทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวทำให้ชุมชนและประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะ

ร่วมบูรณาการทุกภาคส่วนของชุมชนเพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวระยะสั้นในราคาประหยัดพร้อมทั้งเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายเพื่อเสนอขายโปรแกรมการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภายนอก อาทิ สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย ปรับปรุงการสื่อสารข้อมูลโดยใช้สื่อสมัยใหม่ที่เป็นดิจิทัลให้เป็นปัจจุบันพร้อมทั้งกระจายให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย อาทิ Facebook Line Youtube เป็นต้น เน้นขายสินค้าประเภทหัตถกรรมชุมชนผ่านออนไลน์ สร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกและชี้แจงก่อนเข้าพื้นที่ พัฒนาทักษะบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนสำหรับผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานทั้งแหล่งท่องเที่ยวและที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต อาทิ การบริการ ความปลอดภัย การบริหารจัดการ และมาตรฐาน (SHA) โดยประสานกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานสาธารณสุขจังหวัด ทั้งควรจัดประชุมกลุ่มเพื่อร่วมกำหนดราคาสินค้าแหล่งท่องเที่ยวและที่พักโดยเฉพาะโฮมสเตย์ให้ มีมาตรฐานราคาเดียวกันและประหยัด ปรับปรุงมาตรฐานด้านความสะอาดและปลอดภัยเน้นสร้างบรรยากาศแบบบ้าน พร้อมทั้งยกระดับให้ได้รับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พัฒนาองค์ความรู้เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าชุมชนผ่านสถาบันการศึกษา สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงชุมชนควรให้ข้อเสนอเชิงนโยบายกับหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นในการเพิ่มและปรับปรุงป้ายสื่อความหมายและ/หรือป้ายบอกทางให้ทั่วถึงและทันสมัย

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2562). *สถิตินักท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2562, จาก <https://www.mots.go.th/Emphandhu>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2562). *รวม 5 แหล่งมรดกโลกในไทยที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์*. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2562, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/recommended/d>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549) *สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2563). *“สุขุขทัย”คว้าเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก*. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.thansettakij.com/content/strategy/418131>
- ดร.ชนันท์ เอมพันธุ์. (2550). *การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). *ผลกระทบวิกฤต COVID-19 กับเศรษฐกิจโลก: This Time is Different*. สืบค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2563, จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/-Pages/Article_18Mar2020.aspx
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พจนาน สวนศรีและสมภาพ ยี่จ้อหอ. (2556). *คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. เชียงใหม่: วนิดาการพิมพ์.
- วรรณวิมล ภู่นาค. (2558). *ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา*. *วารสารวิทยบริการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*. 26(1): 72.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2561). *องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก*. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 11(1): 79-98.
- ศูนย์วิจัยสิทธิกรไทย. (2563). *COVID-19 ยุคการท่องเที่ยวโลกหยุดชะงัก คาด...ทั้งปีหดตัว 38-45%*. สืบค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2563, จาก <https://kasikomresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/COVID-19-World-Tourism.aspx>
- Becker, G. S. (1962). Investment in human capital: A theoretical analysis. *Journal of political economy*, 70 (5, Part 2): 9-49.
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. (2nd ed). Sydney: Hodder Education.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). *Destination competitiveness: Determinants and indicators*. *Current Issues in Tourism*, 6(5): 369-414.
- Loureiro, S. M. C., & Gonzalez, F. J. M. (2008). The importance of quality, satisfaction, trust, and image in relation to rural tourism loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 25(2): 117-136.
- Marcouiller, D. W. (1998). *Environment resources as latent primary factors of production in tourism: the case of forest-based commercial recreation*. *Tourism Economics*, 4(2): 131-145.
- Schofield, P. (2002). Developing a day trip expectation/satisfaction construct: a comparative analysis of scale construction techniques. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 8(3): 101-109.
- Shimp, T.A. (2000). *Advertising, promotion, and supplemental aspects of integrated marketing communication*. 5th ed., Fort Worth, TX: Dryden Pres.

- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2):179-188.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26(1): 45-56.
- Yoo, K. H., Lee, K. S., & Gretzel, U. (2007), The role of Souch Characteristics in Ewom: What makes Online Travel Reviewers Credible and Likeable?, *In Information and Communication Technologies in Tourism 2007*, edited by M. Sigala, L. Mich, J. Murphy and A. Frew. Edinburgh: Axon Imprint: 23-34.

Translated Thai References

- Bangkokbiznews. (2019). A collection of 5 world heritage sites in Thailand that are worth conservation. Retrieved March 14, 2019, from <http://www.bangkokbiznews.com/recommended/d>. (in Thai)
- Bank of Thailand. (2020). The impact of the COVID-19 crisis on the global economy: *This Time is Different*. Retrieved June 29, 2020, from https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications-/articles/Pages/Article_18Mar2020.aspx. (in Thai)
- Choibamroong, Therdchai. (2009). *The role of local government organizations and sustainable tourism development based on the sufficiency economy concept*. Bangkok: Cabinet and Royal Gazette Publishing Office. (in Thai)
- Dabphet, Siripen . (2018). Tourism Attributes and Communication Channels of Tourism Image for Future Tourists: The Case of Phitsanulok. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*. 11(1): 79-98. (in Thai)
- Dachanee. (2007). *Community-Based Tourism development and homestay activities*. Bangkok: Kasetsart University Press. (in Thai)
- Department of Tourism. (2019). *Tourists' Statistics*. Retrieved March 14, 2019, from <https://www.mots.go.th> (in Thai)
- Jittungwattana, Boonlert. (2005). *Sustainable Tourism Development Planning*. Chiang Mai. Faculty of Humanities, Chiang Mai University Press. (in Thai).
- Kasikomthai Research Center. (2563). *COVID-19 Traces the World Tourism Disruption Expected contract year by 38-45%*. Retrieved June 29, 2020, from <https://kasikomresearch.com/th/-analysis/k-social-media/Pages/COVID-19-World-Tourism.aspx> (in Thai)
- Poonak, Wanwimol. (2015). *The Potentials of Amphawa Community in Managing Community-Based Tourism of the Amphawa Floating Market*. Academic Service Journal Prince of Songkha University. 26(1): 72. (in Thai)
- Suansri, Potjana., & Yeejawhaw, Somphop. (2013). *Community standard tourism guide*. Chiangmai: Wanida Printing. (in Thai)
- Thansettakij. (2563). *"Sukhothai" seized the network of creative cities UNESCO*. Retrieved June 30, 2020, from <https://www.thansettakij.com/content/strategy/418131> (in Thai)
- Vanichbuncha, Kanlaya. (2006). *Statistical Analysis for Research*. 2th ed. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. (in Thai)