



## Cultural Tourism Development Strategies of Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

Parisa Charoensalung

Public and Private Management, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Thailand

E-mail: [parisac2508@gmail.com](mailto:parisac2508@gmail.com), ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-8464-5095>

Received 17/11/2025

Revised 03/12/2025

Accepted 07/01/2026

### Abstract

**Background and Aims:** Phra Nakhon Si Ayutthaya Province has been a UNESCO World Heritage Site since 1991. It boasts a history of over 417 years, distinguished by its ancient ruins, temples, and a blend of architectural styles influenced by various cultures. Currently, it is a renowned cultural tourism destination. Tourism development must focus on conserving cultural and environmental value alongside creating high-quality tourism experiences that meet the needs of modern tourists. This also involves building a cooperation network among the government, private sector, local communities, and international organizations. Therefore, this research aims to achieve the following objectives: (1) To study the state of cultural tourism management in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. (2) To study the factors affecting cultural tourism management in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. (3) To study the strategies for cultural tourism development in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province.

**Methodology:** This research is a qualitative study using individual in-depth interviews and a semi-structured interview guide to analyze problems and obstacles. The defined topics were presented during the interview with 20 stakeholders involved in cultural tourism management in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The condition of tourism management was analyzed using SWOT Analysis. Strategies for tourism management were created using the TOWS Matrix technique, and the qualitative data were analyzed using content analysis.

**Results:** The findings indicate that the cultural tourism development of Phra Nakhon Si Ayutthaya Province focuses on utilizing its World Heritage Site and local way of life as key attractions, blending historical heritage conservation with technology and hands-on activities to create memorable experiences, while also upgrading infrastructure and services to international standards. The ultimate goal is sustainable cultural tourism development. The core development strategy follows the PDCA management cycle: Planning based on cultural capital; Implementation emphasizing community participation and technology; Checking with clear sustainability indicators; and Acting for innovation and scaling up. The overall approach integrates Ayutthaya's cultural capital with digital technology and modern media to attract visitors, promote community collaboration, and achieve simultaneous economic and environmental sustainability.



**Conclusion:** Phra Nakhon Si Ayutthaya Province has the opportunity to develop sustainable cultural tourism by capitalizing on the international tourist demand trend that focuses on 'meaningful experiences' and participation in the local community's way of life (such as cooking, handicrafts, and traditional attire). This is consistent with the idea that modern cultural tourism is driven by the desire for access and participation, rather than superficial consumption.

**Keywords:** Strategies; Development; Cultural Tourism

## กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปรีชา เจริญสูง

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

### บทคัดย่อ

**ภูมิหลังและวัตถุประสงค์:** จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองมรดกโลกของ UNESCO ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 ยาวนานกว่า 417 ปี โดดเด่นด้วยโบราณสถาน วัดวาอาราม และสถาปัตยกรรมแบบผสมผสานจากหลากหลายวัฒนธรรม ปัจจุบันอยุธยาเป็นจังหวัดสำคัญในด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ มีโบราณสถาน วัดวาอาราม และพระราชวังเก่าแก่มากมาย เป็นเสมือนพิพิธภัณฑ์กลางแจ้งที่แสดงถึงความยิ่งใหญ่ในอดีต เป็นแหล่งรายได้หลัก และเป็นตัวขับเคลื่อนภาคเศรษฐกิจอื่นๆ โดยมีตัวเลขนักท่องเที่ยวและรายได้เติบโตต่อเนื่องทั้งตลาดต่างชาติและภายในประเทศ การท่องเที่ยวสร้างผลคูณทางเศรษฐกิจ (Economic Multiplier Effect) กระจายรายได้และกระตุ้นการลงทุน จังหวัดอยุธยากำลังเผชิญกับความท้าทายด้านการจัดการและการอนุรักษ์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและรักษาคุณค่าทางประวัติศาสตร์ไว้ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ (3) เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**ระเบียบวิธีวิจัย:** การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยหลัก 2 แนวทางร่วมกัน คือ ทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory Study) และการวิจัยทางข้อมูลเชิงเล่า (Narrative Research) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและลงพื้นที่จริง โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เป็นรายบุคคล ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) อาศัยการพูดคุยและ ประสพการณ์ตรงของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอนาคต

**ผลการศึกษา:** พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มุ่งเน้นการใช้มรดกโลกและวิถีชีวิตท้องถิ่นมาเป็นจุดเด่น ผสมผสานระหว่างการรักษาอนุรักษ์มรดกทางประวัติศาสตร์เข้ากับการใช้เทคโนโลยีและกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ พร้อมกับการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและบริการให้ได้มาตรฐานสากล โดยมีเป้าหมายสุดท้ายคือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน มีแนวทางการพัฒนาเชิงหลักการบริหารงาน PDCA โดยเน้นการวางแผนที่อิงจากทุนวัฒนธรรม, การปฏิบัติที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและเทคโนโลยี, การตรวจสอบที่มีตัวชี้วัดที่ชัดเจนเพื่อความยั่งยืน และการปรับปรุงที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและการขยายผล มุ่งเน้นการใช้ทุนวัฒนธรรมของอยุธยาเป็นแกนหลัก ผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และสื่อสมัยใหม่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว, พัฒนาความร่วมมือกับ ชุมชน, และสร้างความ ยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน

**สรุปผล:** จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ยั่งยืน โดยอาศัยกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวระดับนานาชาติที่มุ่งเน้น “ประสบการณ์ที่มีความหมาย” และการมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น เช่น การทำอาหาร งานฝีมือ การแต่งกาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยุคใหม่ขับเคลื่อนด้วยความต้องการ เข้าถึงและมีส่วนร่วมมากกว่าการบริโภคแบบผิวเผิน

**คำสำคัญ:** กลยุทธ์; การพัฒนา; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

## บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นทั้งแหล่งรายได้หลักและปัจจัยขับเคลื่อนการเจริญเติบโตของภาคเศรษฐกิจอื่นๆ อาทิ การคมนาคมขนส่ง การบริการ การเกษตร และการผลิตสินค้าหัตถกรรม (World Travel & Tourism Council, 2023) ระบุว่าในปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 38,277,300 คน สร้างรายได้รวมประมาณ 2 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.54 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และคาดการณ์ว่าปีถัดไปจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาระหว่าง 37.18-37.92 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.06-7.15 ซึ่งจะสร้างรายได้รวมประมาณ 2.12-2.16 ล้านล้านบาท (Ministry of Tourism and Sports, 2023)

การท่องเที่ยวไทยถือเป็นเสาหลักทางเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวได้ดี ภาครัฐจึงมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพการปรับตัว และการใช้กลไกส่งเสริมที่หลากหลาย ปัจจัยหลักที่ทำให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมคือ ความเป็นมิตรของผู้คน, ความคุ้มค่า, ความสวยงามทางธรรมชาติ และ บริการเชิงสุขภาพ โดยมี สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางสำคัญในการรับรู้ข้อมูลและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เน้นบทบาทของชุมชน ในฐานะผู้กำหนดทิศทาง และบริหารจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยตนเอง สร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมกับการสร้างรายได้ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน การพัฒนา CBT ที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของคนในชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ภาครัฐควรเปิดโอกาสให้ชุมชนร่วมคิด, ร่วมวางแผน, ร่วมตัดสินใจ, ร่วมดำเนินการ, ร่วมรับผลประโยชน์, และร่วมตรวจสอบ เพื่อสร้างความโปร่งใส, ความไว้วางใจ และความยั่งยืนในระยะยาว

ปัญหาและความท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบขนส่งสาธารณะ, การจัดการขยะ, และป้ายสื่อความหมาย ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ปัญหาการมีส่วนร่วมของชุมชนไม่ครอบคลุมทุกภาคส่วน ซึ่งทำให้การบริหารจัดการขาดความยั่งยืนในระยะยาว ปัญหาเชิงคุณภาพ ได้แก่ การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวหลัก, ปัญหาความปลอดภัย, การขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และการขาดแคลนบุคลากร ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมและศิลปกรรมเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้แหล่งศิลปกรรมถูกทำลาย โดยมีสาเหตุหลัก เช่น ความเสียหายจากอุทกภัย การบุกรุกพื้นที่โบราณสถาน จำนวนนักท่องเที่ยวมาก (Over-tourism) ปัญหาความขัดแย้งของวัตถุประสงค์ระหว่างส่วนราชการที่แตกต่างกัน และปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์คุณค่าทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ต้องสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐ, ภาคเอกชน, ชุมชน และองค์กรระหว่างประเทศ

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### 3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

#### การทบทวนวรรณกรรม

##### 1. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการวางแผนและกำหนดทิศทางอย่างเป็นระบบ เพื่อยกระดับและปรับปรุงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยอาศัยการวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน การคาดการณ์แนวโน้มอนาคต และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ควบคู่กับการรักษาอัตลักษณ์และคุณค่าท้องถิ่น

1.2 ความสำคัญของกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดทิศทางและการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างมีระบบและยั่งยืน การมีแผนกลยุทธ์ที่ชัดเจนช่วยให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวมีเป้าหมายแน่นอนและสามารถบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านเศรษฐกิจ กลยุทธ์ที่เหมาะสมช่วยสร้างรายได้กระจายโอกาสทางเศรษฐกิจ และลดความเหลื่อมล้ำระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยวหลักกับพื้นที่รอง ขณะเดียวกันยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาให้สอดคล้องกับศักยภาพและยึดหลักความยั่งยืน กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน ไปจนถึงการประเมินผล เพื่อให้คนในพื้นที่ได้รับประโยชน์อย่างแท้จริงและมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม โดยนำเสนออัตลักษณ์ของพื้นที่ให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและเสริมสร้างความภาคภูมิใจแก่คนในชุมชน ในยุคดิจิทัลกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องบูรณาการเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น ระบบข้อมูลขนาดใหญ่ ปัญญาประดิษฐ์ หรือเทคโนโลยีเสมือนจริง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังควรคำนึงถึงแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ที่สร้างคุณค่าให้แก่ชุมชนและสิ่งแวดล้อมมากกว่าการรักษาสภาพเดิม รวมถึงการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงแผนให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการที่เปลี่ยนแปลง

##### 1.3 การสร้างกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว

1.3.1 ขั้นตอนแรกของการสร้างกลยุทธ์คือการทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอก (Internal & External Environment) ผ่านเครื่องมือวิเคราะห์ เช่น SWOT, PESTEL โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทหรือเมืองรอง กลยุทธ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของท้องถิ่นสามารถช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนได้อย่างเป็นรูปธรรม (Kaikara, 2020)

1.3.2 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การสร้างกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพไม่สามารถดำเนินการโดยหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเพียงลำพัง แต่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น องค์กรพัฒนาเอกชน และนักท่องเที่ยว (Bramwell & Lane, 2020)

1.3.3 การบูรณาการแนวคิดความยั่งยืนและนวัตกรรม ในยุคดิจิทัล การสร้างกลยุทธ์ไม่สามารถมองข้ามเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้ การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น Big Data, ปัญญาประดิษฐ์ (AI),

ความจริงเสมือน (VR) และระบบ Internet of Things (IoT) สามารถช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยว การคาดการณ์ความต้องการ และการออกแบบประสบการณ์ที่เหมาะสม (Gretzel et al., 2020)

1.3.4 การบูรณาการแนวคิดความยั่งยืนและนวัตกรรม ในยุคดิจิทัล การสร้างกลยุทธ์ไม่สามารถมองข้ามเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้ การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น Big Data, ปัญญาประดิษฐ์ (AI), ความจริงเสมือน (VR) และระบบ Internet of Things (IoT) สามารถช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยว การคาดการณ์ความต้องการ และการออกแบบประสบการณ์ที่เหมาะสม (Gretzel et al., 2020)

1.3.5 การติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงกลยุทธ์ กระบวนการสร้างกลยุทธ์จะไม่สมบูรณ์หากขาดระบบการติดตามและประเมินผล (Monitoring & Evaluation) อย่างเป็นระบบ โดยอาจใช้ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ (เช่น รายได้จากการท่องเที่ยว), ด้านสังคม (เช่น ความพึงพอใจของชุมชน), และด้านสิ่งแวดล้อม (เช่น คุณภาพน้ำและอากาศ) (López-Molina, 2023)

1.3.6 การเชื่อมโยงกับนโยบายและกรอบยุทธศาสตร์ระดับชาติและนานาชาติ การสร้างกลยุทธ์ในระดับท้องถิ่นหรือภูมิภาคควรสอดคล้องกับนโยบายและกรอบยุทธศาสตร์ในระดับชาติและนานาชาติ เช่น นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ (United Nations, 2017)

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นกรอบแนวคิดที่ช่วยในการทำความเข้าใจ การวางแผน และการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและมีคุณค่าต่อนักท่องเที่ยวและชุมชน พบว่ามีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

อารีย์ นัยพินิจ (2551) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการท่องเที่ยว คือ การดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในด้านการวางแผน ด้านการจัดการ การควบคุม การจัดสรรงบประมาณ การประเมินผล และรายงานผล โดยให้แต่ละหน่วยงานมีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

จุฑาภรณ์ ทองเพ็ง (2554) ได้กล่าวถึงหลักการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวที่มีการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ รวมถึงคุณค่าของประวัติศาสตร์ ประวัติความเป็นมา และทรัพยากรทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกหวงแหนวัฒนธรรมท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

2. การท่องเที่ยวที่มีการสร้างหรือส่งเสริมให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของตนเอง และได้รับผลตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นคอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ และการบริการร้านอาหารพื้นเมือง

3. การท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรม พร้อมทั้งกระตุ้นจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

4. เป็นการท่องเที่ยวที่เคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้านหรือของชุมชนอื่น ให้เกียรติทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

อาภาวดี ทับสิริรักษ์ (2555) อธิบายว่า ทุกสังคมต้องมีวัฒนธรรม และวัฒนธรรมของแต่ละสังคมย่อมมีลักษณะเฉพาะที่แสดงออก จนทำให้บางคนใช้ขอบเขตของวัฒนธรรมเป็นเครื่องแบ่งอาณาเขตประเทศชาติ ลักษณะของวัฒนธรรมประกอบด้วย

1. เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสิ่งช่วยในการดำเนินชีวิต ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นล้วนเป็นวัฒนธรรม

2. วัฒนธรรมเป็นผลรวมของหลายสิ่งหลายอย่าง เช่น ความรู้ ความเชื่อ วิธีในการดำเนินชีวิต และสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ

3. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ วัฒนธรรมไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยปราศจากการเรียนรู้มาก่อน ลักษณะข้อนี้ทำให้มนุษย์แตกต่างจากสัตว์ กล่าวคือพฤติกรรมส่วนใหญ่ของสัตว์เกิดจากการเร้าของสัญชาตญาณ ขณะที่มนุษย์มีสมองที่สามารถคิด ถ้อยทอด และเรียนรู้ กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในฐานะสมาชิกของสังคม ดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นลักษณะสำคัญของวัฒนธรรม

4. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นมรดกของสังคม เป็นผลของการถ่ายทอดและการเรียนรู้ เครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการนี้คือการสื่อสารโดยสัญลักษณ์ เช่น ภาษา ซึ่งมีส่วนช่วยให้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นก่อนๆ มาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นวัฒนธรรมจึงมีลักษณะเป็น "มรดกแห่งสังคม"

5. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็น Super Organic หมายถึง สิ่งที่เป็นปรากฏการณ์เดียวกันในทางกายภาพ หรือชีวภาพ อาจเป็นปรากฏการณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละวัฒนธรรม กล่าวคือสิ่งของหนึ่งอาจนำมาใช้ในความหมายที่ต่างกันในแต่ละสังคม แม้จะเป็นสิ่งเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ลิ่นเป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของทุกคน ชาวทิเบตนำมาใช้แสดงความเคารพนับถือด้วยการแลบลิ่น แต่คนไทยกลับถือเป็นการแสดงกิริยาที่ไม่สุภาพ

6. วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิตหรือแบบแผนการดำรงชีวิตของมนุษย์ นอกจากนี้ วัฒนธรรมเป็นแบบอย่างการดำรงชีวิตของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกเรียนรู้และถ่ายทอดไปโดยการสั่งสอนทั้งทางตรงและทางอ้อม

7. วัฒนธรรมเป็นผลจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ และมีการปรับปรุงดัดแปลง สิ่งใดที่ไม่ดีหรือล้าสมัยก็เลิกใช้ไป สิ่งใดที่ดีก็ยังคงใช้ต่อไป เช่น การเพาะปลูก เดิมใช้แรงสัตว์ ต่อมาเปลี่ยนมาใช้เครื่องมือและเครื่องจักร เพราะวิธีเดิมล่าช้าและล้าสมัย ทำให้ได้ผลผลิตมากขึ้น

8. วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงและปรับตัว

9. วัฒนธรรมไม่ใช่ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่เป็นของส่วนรวม สิ่งที่จะถือว่าเป็นวัฒนธรรมได้ต้องเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับและปฏิบัติ ไม่ใช่แค่คนใดคนหนึ่งยอมรับและปฏิบัติเท่านั้น

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

เป็นแนวทางในการวางแผน ดำเนินการ และจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นบวกและมีความยั่งยืน โดยคำนึงถึงมิติทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล นักวิชาการหลายคนได้แสดงความความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งพอจะประมวลได้ดังนี้

3.1 การเชื่อมโยง “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” กับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริมอย่างชัดเจนในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 โดยเฉพาะภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 และยุทธศาสตร์ที่ 5

1. ยกระดับประสบการณ์ทางวัฒนธรรม: เน้นการใช้ Storytelling เพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์และคุณค่าวัฒนธรรม ส่งเสริมกิจกรรมเชิงลึก เช่น การแต่งกายชุดไทย, เวิร์กช็อปหัตถกรรม, การแสดงศิลปะท้องถิ่น เพื่อตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่ต้องการมีส่วนร่วมจริง

2. กระจายรายได้ผ่านทุนวัฒนธรรม (Creative Economy): เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเข้ากับเศรษฐกิจฐานราก และทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น OTOP, โฮมสเตย์, และมัคคุเทศก์ชุมชน เป้าหมายคือการสร้างรายได้, อนุรักษ์ภูมิปัญญา และสร้างความภูมิใจในท้องถิ่น (Local Pride)

3. Smart Cultural Tourism และเทคโนโลยี: สนับสนุนการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล (AR/VR, แอปพลิเคชัน, QR Code) เพื่อถ่ายทอดประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ทำให้การเรียนรู้มีความร่วมสมัย เข้าถึงได้ง่าย และเป็นเส้นทางวัฒนธรรมแบบโต้ตอบ (Interactive Culture Trail)

4. บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: เน้นการประเมิน ชีตความสามารถการรองรับ (Carrying Capacity) ของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น มรดกโลก เพื่อลดผลกระทบเชิงลบ สร้างจิตสำนึกด้านวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชน ผ่านการอบรมและการมีส่วนร่วมของเจ้าบ้าน

5. เชื่อมโยงกับ Soft Power ของประเทศไทย: ใช้วัฒนธรรมเป็นกลไก Soft Power นำเสนอความเป็นไทยสู่สากล เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับภาพยนตร์, อาหาร, แฟชั่น และเทศกาลระดับนานาชาติ เช่น สงกรานต์ เพื่อสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Value Creation) และสร้างเมืองสร้างสรรค์ (Creative City)

### 3.2 พัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มและความยั่งยืน เช่น การเชื่อมโยงกับโครงการ OTOP เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม, ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึง ชีตความสามารถในการรองรับ ของระบบนิเวศ, พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ

2. พัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวตามศักยภาพพื้นที่ เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน, เชิงสุขภาพ, เชิงเกษตร, ทางทะเล, สีเขียว, ศิลปะและวัฒนธรรม, MICE (ประชุม/นิทรรศการ), เชิงกีฬา และกลุ่มมุสลิม

3. ฟื้นฟูและสร้างภาพลักษณ์ ดำเนินงานเพื่อ ฟื้นฟูความเชื่อมั่น และ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทยในระดับโลก

4. กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกและเชิงรับ เน้นการตลาดในตลาดเป้าหมายเดิมและตลาดใหม่ โดยมุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวคุณภาพ เปลี่ยนแนวคิดจาก "คัมค่าเงิน" เป็น "คัมค่าต่อประสบการณ์" ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อลดการพึ่งพิงตลาดต่างประเทศ

5. พัฒนาบุคลากร พัฒนาทักษะฝีมือของบุคลากรในภาคบริการและการท่องเที่ยว จัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ภาษาต่างประเทศ ทั่วประเทศ

6. พัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้มีความเชื่อมโยงกันเป็นโครงข่าย ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

## 4. บริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นของพระนครศรีอยุธยามีความหลากหลายและสืบทอดต่อเนื่องมาจากยุคกรุงศรีอยุธยา เช่น ประเพณีไหว้พระข้าวสารดอกไม้วันเข้าพรรษา งานแห่เทียนพรรษา การแสดงโขนและลิเก อันเป็นศิลปะการแสดงดั้งเดิมที่ยังคงสืบสาน ภูมิปัญญาหัตถกรรม เช่น การทำเครื่องเบญจรงค์ เครื่องจักสาน และการทำ

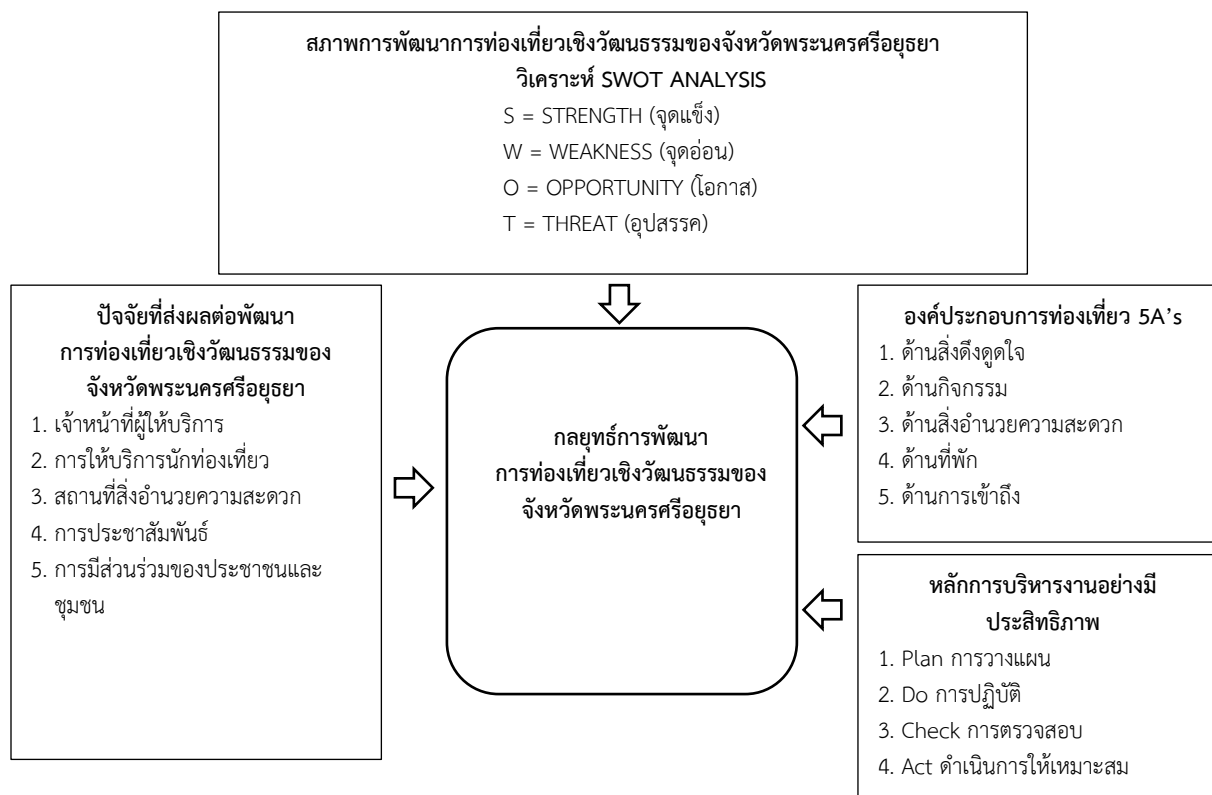
เรือไม้ องค์ประกอบเหล่านี้ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพระนครศรีอยุธยาไม่ได้มีเพียงการชมโบราณสถาน แต่ยังรวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของคนในพื้นที่

พระนครศรีอยุธยามีการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Heritage Tourism) ที่เน้นการเรียนรู้เรื่องราวและบริบทของโบราณสถาน การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรม เช่น การทำอาหารไทยโบราณ การทำเครื่องจักสาน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่ผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมกับนวัตกรรม เช่น งานเทศกาลแสงสีบริเวณโบราณสถาน การท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่เน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างรายได้คืนสู่ชุมชน

บริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นการผสมผสานระหว่างคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น และวิถีชีวิตท้องถิ่นที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิม การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จึงควรเน้นการอนุรักษ์คุณค่าดังกล่าว ควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวใหม่ การยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน และการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน เพื่อให้พระนครศรีอยุธยาเป็นจุดหมายปลายทางเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนทั้งในระดับชาติและนานาชาติ

## กรอบแนวคิดการวิจัย

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ตั้ง



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยที่ผู้วิจัยเลือกการใช้แนวทางการศึกษาในการวิจัยทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory Study) เป็นปฏิบัติการเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบของการรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นหมวด (categories/ themes) และการเชื่อมโยงหมวดต่างๆ เพื่อนำเสนอเป็นทฤษฎี (theory) ที่เป็นกรอบแนวคิดกว้างๆ อธิบายกระบวนการของเหตุการณ์ (events) กิจกรรม (activities) การกระทำ (actions) หรือการมีปฏิสัมพันธ์ (interactions) ในประเด็นที่วิจัยผสมผสานกับกลยุทธ์การวิจัยทางข้อมูลเชิงเล่า (Narrative Research)

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มเจ้าหน้าที่/บุคลากรภาครัฐผู้กำหนดนโยบาย จำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด/รองผู้ว่าฯ, วัฒนธรรมจังหวัด, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพระนครศรีอยุธยา/ผู้แทน, หัวหน้าสำนักงานยุทธศาสตร์จังหวัด/หัวหน้าแผน, ประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัด
2. กลุ่มองค์กรภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน ได้แก่ เป็นบุคคลที่จัดตั้งองค์กร/ธุรกิจเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการองค์การที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีบทบาทในการพัฒนาบริการให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. กลุ่มภาคประชาชน/ผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน ได้แก่ ชาวบ้านหรือประชาชนทั่วไป, นักท่องเที่ยว, มัคคุเทศก์หรือไกด์
4. นักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัย ในช่วงเวลาการเก็บข้อมูล จำนวน 5 ราย

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ในส่วนของประชากรและกลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่บุคลากรของรัฐและองค์กรภาคเอกชน โดยกำหนดประเด็น และคำถามในแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 5 ตอน ดังนี้ คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ, ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, ตอนที่ 4 ข้อมูลกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, ตอนที่ 5 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

### การสร้างเครื่องมือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี ผลงาน การวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความ ตลอดจนเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เมื่อได้ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิและกำหนดขอบเขตเนื้อหาการวิจัยแล้ว จากนั้นนำมาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสร้างแบบสัมภาษณ์

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยและทีมงานเก็บข้อมูลได้ดำเนินการติดต่อและประสานงานผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งหากผู้ให้ข้อมูลสำคัญท่านใดไม่ประสงค์ให้ข้อมูล สามารถปฏิเสธการให้ข้อมูล โดยผู้วิจัยและทีมงานจะไม่นำมาเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้

2. ผู้วิจัยและทีมงานเก็บข้อมูลจะลงพื้นที่ในการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง และนำข้อมูลที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์การวิจัยระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2567-มกราคม 2568

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์แบบจำแนกประเภทข้อมูล (Data Typological Analysis) ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแบบหน่วยบริบท (Contextual Unit) โดยการแบ่งกลยุทธ์ของหัวข้อเรื่อง (Categories)

2. นำผลสรุปการวิเคราะห์กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผลการวิจัยนั้นผู้วิจัยจะนำเสนอในกลยุทธ์เชิงบรรยาย ตามวัตถุประสงค์และทำการอธิบายสรุปเชิงวิเคราะห์

3. การวิเคราะห์ SWOT หรือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ และการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อยกระดับการวางแผนกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความชัดเจน

งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Analytical Induction) เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และใช้เครื่องมือเชิงกลยุทธ์อย่าง SWOT และ TOWS Matrix เพื่อให้ได้มาซึ่งแผนกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจนและนำไปปฏิบัติได้จริง

## ผลการวิจัย

### 1. วิเคราะห์สภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.1 จุดแข็ง (Strengths) โบราณสถาน โบราณวัตถุ และวัดจำนวนมากที่มีความสวยงามและทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจาก UNESCO ซึ่งเป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก มีภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งในฐานะ "เมืองมรดกโลก" และ "เมืองแห่งสันติสุข"

1.2 จุดอ่อน (Weaknesses) ขาดการให้ความรู้เชิงลึก การท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเน้นที่การเยี่ยมชมโบราณสถานและการไหว้พระเพียงอย่างเดียว ขาดการให้ความรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง ขาดงบประมาณในการพัฒนา อนุรักษ์ และก่อสร้างที่คงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิม ภูมิทัศน์โดยรอบบางพื้นที่อาจมีการเสื่อมโทรม มีปัญหาขยะ หรือสิ่งปฏิกูล บางพื้นที่อาจยังมีปัญหาเรื่องความสะดวกสบายของสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น จุดจอดรถ หรือการจัดการจราจร

1.3 โอกาส (Opportunities) มีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ประเพณี สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเลียบบแม่น้ำเจ้าพระยา หรือตลาดชุมชนสามารถเพิ่มคุณค่าด้วยการจัดชุดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกิจกรรมที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา กิจกรรมสร้างสรรค์ มีโอกาสในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และสร้าง มาสคอต หรือเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นทูตทางวัฒนธรรม ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่

1.4 อุปสรรค (Threats) ความขัดแย้งในการใช้พื้นที่ เช่น การปะปนกันของเขตโบราณสถานกับเขตอุตสาหกรรมบางส่วน ปัญหาด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย การบริหารจัดการไม่สามารถทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะคนในชุมชนก็อาจทำให้การอนุรักษ์และการพัฒนาขาดความยั่งยืน

### 2. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.1 เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ การขาดแคลนทั้งปริมาณและคุณภาพ โดยเฉพาะทักษะด้านภาษา ความรู้เชิงลึก และทักษะการถ่ายทอด นอกจากนี้ยังพบปัญหาสำคัญคือ การทำงานแบบแยกส่วน (Siloed Operations) ระหว่างหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

2.2 การให้บริการนักท่องเที่ยว หัวใจของการบริการคือการเปลี่ยน "โบราณสถาน" ให้เป็น "ประสบการณ์โดยรวมที่มีคุณค่าและน่าจดจำ" (Holistic Experience)

2.3 สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการพื้นที่ที่ต้องทำควบคู่กันระหว่างการรักษาความสะอาด และการรักษาอัตลักษณ์/ความกลมกลืน ของเมืองมรดกโลก

2.4 การประชาสัมพันธ์ ต้องเป็นระบบ ต่อเนื่องและใช้ช่องทางที่หลากหลาย เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

2.5 การมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน เป็นหัวใจของการจัดการอย่างยั่งยืน โดยมองว่าชุมชนเป็นเจ้าของวัฒนธรรมและเป็น "เจ้าบ้านที่ดี"

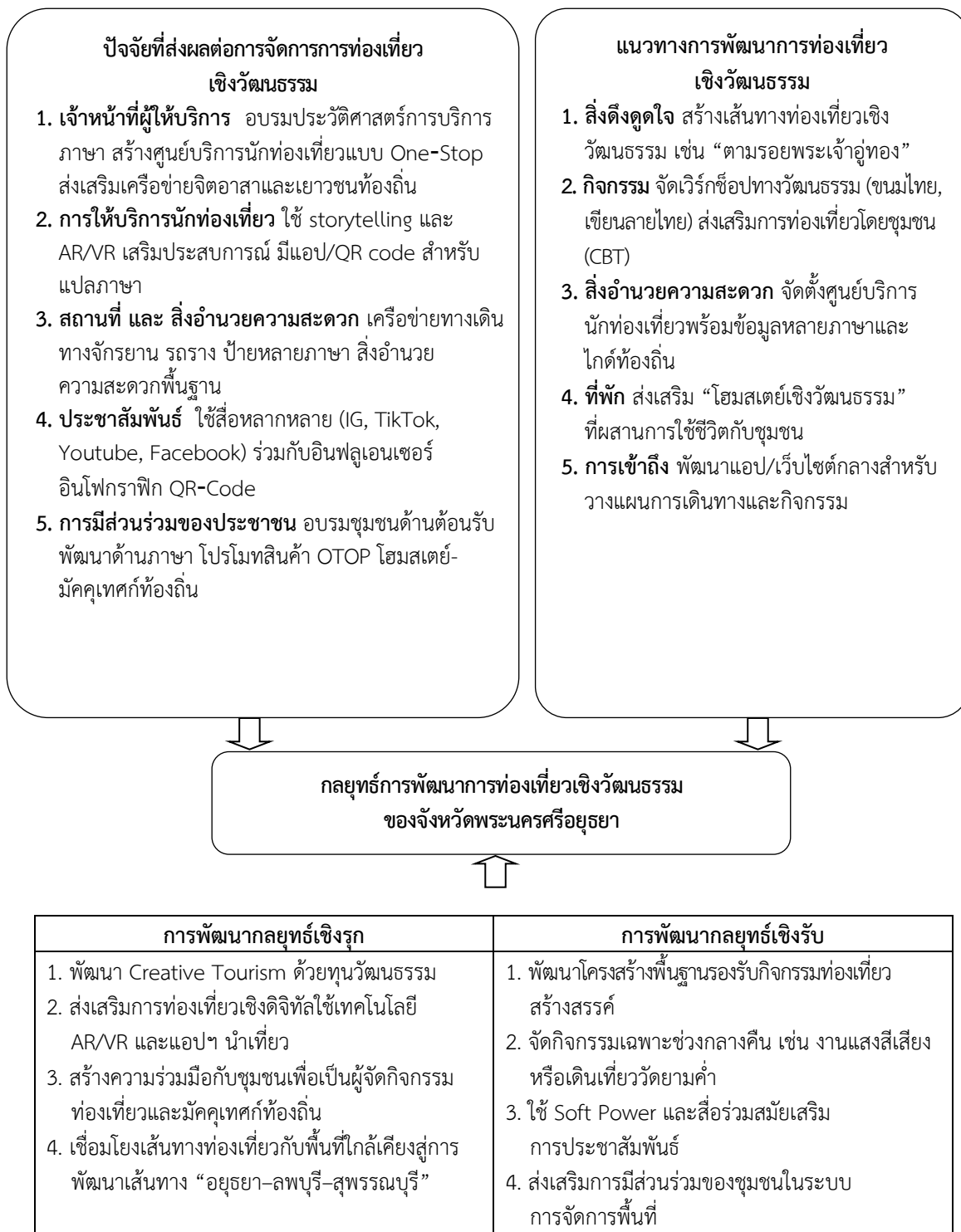
### 3. การสร้างกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.1 กลยุทธ์เชิงรุก คือการใช้จุดแข็งที่โดดเด่นของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเฉพาะความเป็นมรดกโลก มาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ เพื่อคว้าโอกาสที่กำลังเป็นกระแสจากปัจจัยภายนอก เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เติบโตอย่างก้าวกระโดดและสร้างมูลค่าเพิ่ม

3.2 กลยุทธ์เชิงแก้ไข เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการแก้ไขจุดอ่อนที่มีอยู่ภายในจังหวัด โดยใช้โอกาสที่มาจากปัจจัยภายนอก เช่น นโยบายรัฐบาล, เทคโนโลยี, กระแสโลก เพื่อเปลี่ยนข้อจำกัดให้กลายเป็นจุดแข็งและสร้างความก้าวหน้า

3.3 กลยุทธ์เชิงรับ คือการนำจุดแข็งที่อยุธยามีอยู่มาใช้เป็นเกราะป้องกันและเครื่องมือในการลดผลกระทบจากอุปสรรคและภัยคุกคามภายนอกที่ควบคุมได้ยาก เพื่อปกป้องความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันของเมืองมรดกโลก

3.4 กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือการกำหนดแนวทางเพื่อลดผลกระทบจากอุปสรรคและภัยคุกคาม ภายนอกที่ควบคุมได้ยาก โดยการแก้ไขและลดจุดอ่อนที่มีอยู่ภายในจังหวัด กลยุทธ์นี้มีความสำคัญต่อการอยู่รอด ในภาวะวิกฤตและความไม่แน่นอน



แผนภาพที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## อภิปรายผล

จากการศึกษาสภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

1. สภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความโดดเด่นและมีศักยภาพสูงเนื่องจากเป็นเมืองมรดกโลก (UNESCO World Heritage Site) แต่ก็ยังมีความท้าทายหลายประการในการบริหารจัดการและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

1.1 จุดเด่นและศักยภาพในการพัฒนาพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองหลวงเก่าที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานถึง 417 ปี ทำให้มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีโบราณสถาน วัด และพระราชวังเก่าแก่ที่มีความยิ่งใหญ่และสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานระหว่างศิลปะเขมรและสุโขทัย เช่น วัดพระศรีสรรเพชญ์, วัดมหาธาตุ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้จากทั่วโลก นอกจากโบราณสถานแล้ว ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอื่นๆ ที่สามารถพัฒนาได้ เช่น ตลาดน้ำ ตลาดชุมชน การท่องเที่ยวทางน้ำ พิพิธภัณฑ์และอนุสาวรีย์

1.2 ปัญหาและความท้าทายที่มีผลต่อการพัฒนา แม้จะมีศักยภาพสูงแต่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอยุธยายังประสบกับปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไข เช่น โบราณสถานที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำบางส่วนมีความเสี่ยงและได้รับความเสียหายจากปัญหาน้ำท่วม วัดบางแห่งขาดงบประมาณในการบูรณะและพัฒนาศาสนสถาน วัดและแหล่งท่องเที่ยวในเกาะเมืองบางแห่งมีพื้นที่จำกัด ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้

1.3 แนวทางและทิศทางการพัฒนาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอยุธยาให้ยั่งยืนควรเน้นที่การเพิ่มคุณค่าและยกระดับคุณภาพ มากกว่าการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว เช่น จัดระเบียบพื้นที่โดยรอบโบราณสถานและส่งเสริมการอนุรักษ์อาคารบ้านเรือนริมน้ำให้คงสภาพวิถีชีวิตและทัศนียภาพเดิม พัฒนากิจกรรมที่ให้ความรู้และสร้างความเข้าใจในศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ประเพณี และภูมิปัญญาของชุมชน สร้างกลไกการบริหารจัดการที่เข้มแข็ง โดยมีการบูรณาการร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในการวางแผนและปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.1 ปัจจัยด้านทรัพยากรและศักยภาพ การรักษาความแท้จริงของสถานที่ โบราณวัตถุ และการนำเสนอวิถีชีวิต ประเพณี สังคม และศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมอย่างถูกต้องและมีความรู้ความเข้าใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์และคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.2 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการและการพัฒนา การจัดการที่ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีการประสานงานและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาและอนุรักษ์

2.3 ปัจจัยด้านการตลาดและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว การใช้ช่องทางสื่อสารต่างๆ รวมถึงโซเชียลมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยเฉพาะการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) และวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต้องอาศัยการผนวก ทรัพยากรทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าเข้ากับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและการมีส่วนร่วมของชุมชน พร้อมทั้งการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบโจทย์และส่งเสริมการตลาดอย่างยั่งยืนเพื่อคงคุณค่าของมรดกโลกและสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะด้านการนำไปประยุกต์ใช้

#### 1.1 การพัฒนาและยกระดับแหล่งท่องเที่ยว

1.1.1 จัดทำแผนแม่บทการอนุรักษ์ ที่ระบุรายละเอียดการบำรุงรักษาโบราณสถานอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การสแกน 3 มิติ (3D Scanning) เพื่อเก็บบันทึกข้อมูลความเสียหายและช่วยในการบูรณะที่แม่นยำ

1.1.2 กำหนดเขตและบังคับใช้กฎหมายผังเมืองอย่างเคร่งครัด เพื่อควบคุมการก่อสร้างอาคารใหม่ให้อาบบดบังทัศนียภาพหรือทำลายบรรยากาศทางประวัติศาสตร์

1.1.3 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวตามเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ เช่น เส้นทางตามรอยกษัตริย์ เส้นทางอารยธรรมนานาชาติ เพื่อให้เกิดความหลากหลายและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ

1.1.4 ปรับปรุงป้ายสื่อความหมาย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษและภาษาอื่นๆ ให้กระชับ น่าสนใจ และใช้รหัสคิวอาร์ (QR Code) เพื่อเชื่อมโยงไปยังข้อมูลมัลติมีเดีย เช่น วิดีโอ เสียงบรรยาย

#### 1.2 การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยว

1.2.1 จัดกิจกรรมเวิร์คช็อป ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติ เช่น การทำอาหารตำรับอยุธยา การทำเครื่องปั้นดินเผา การร้อยมาลัย หรือการแต่งกายย้อนยุค

1.2.2 พัฒนาแอปพลิเคชันนำเที่ยว ที่ใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality - AR) เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถส่องกล้องไปที่โบราณสถานแล้วเห็นภาพจำลองความสมบูรณ์ในอดีต (Virtual Reconstruction) หรือเห็นตัวละครในประวัติศาสตร์ปรากฏขึ้น

1.2.3 ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ในพื้นที่รอบนอกเมือง เช่น เกาะเรียน บ้านโปรตุเกส หรือหมู่บ้านทำมิดอรัญญิก โดยให้ชุมชนเป็นผู้เล่าเรื่องและขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

#### 1.3 การมีส่วนร่วมและการบริหารจัดการ

1.3.1 จัดตั้งคณะกรรมการร่วม (ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน) เพื่อกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวร่วมกัน และแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

1.3.2 ร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เพื่อวิจัยและพัฒนารูปแบบการนำเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่มีคุณภาพ และจัดหลักสูตรอบรมมัคคุเทศก์เฉพาะทางอยุธยา

1.3.3 จัดอบรมมัคคุเทศก์ ให้มีความรู้ลึกซึ้งทั้งด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี และภาษาต่างประเทศ พร้อมเน้นย้ำถึง จิตสำนึกในการอนุรักษ์ และการบริการที่เป็นเลิศ

1.3.4 กำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น วัดมหาธาตุ และอาจใช้ระบบจองล่วงหน้า เพื่อควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลา และลดผลกระทบต่อโบราณสถาน

#### 1.4 การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์

1.4.1 กำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ให้ชัดเจน เช่น "อยุธยา: ศูนย์กลางอารยธรรมโลกในอดีต" หรือ "อยุธยา: มรดกโลกที่มีชีวิต" และใช้ภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกันในการสื่อสารทุกช่องทาง

1.4.2 สร้างแคมเปญการตลาด ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (เช่น สายประวัติศาสตร์, ผู้รักการถ่ายภาพ, ครอบครัว) ผ่านช่องทาง โซเชียลมีเดีย โดยใช้ภาพและวิดีโอคุณภาพสูงที่ดึงดูดความสนใจ

1.4.3 เข้าร่วมงานแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว ระดับนานาชาติ และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่เน้นคุณค่าของ การเป็นมรดกโลก

## 2. ข้อเสนอการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่น ควรศึกษาระดับความพร้อม ทัศนคติ ทักษะ และความร่วมมือของชุมชนในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อออกแบบแนวทางการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อให้เกิดความเข้าใจในความต้องการ ซึ่งจะช่วยกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและการออกแบบประสบการณ์ ที่ตรงใจนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2.3 การวิจัยแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น AR/VR, แอปพลิเคชันนำเที่ยว, ระบบจองออนไลน์ และมัลติทัชเหมือนจริง ในการยกระดับการท่องเที่ยวให้ทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ เช่น นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่หรือนักท่องเที่ยวต่างชาติ

## เอกสารอ้างอิง

- จุฬารัตน์ ทองเพ็ญ. (2554). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา* [วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา].
- อาภาวดี ทับสิริกซ์. (2555). *การพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวภูษุ่ย อำเภอสกลิด จังหวัดชัยภูมิ* [การศึกษาระดับบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยขอนแก่น].
- อารีย์ นัยพินิจ. (2551). *การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวหมู่บ้านบุไทรโฮมสเตย์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา* [วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น].
- Bramwell, B., & Lane, B. (2020). Sustainable tourism and the evolving roles of government planning. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(10), 1523–1540.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2020). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 30(1), 7–18.
- Kaikara, O. (2020). Tourism development strategy: Creating harmony between organization and environment. *International Journal of Progressive Research in Science and Engineering*, 1(3), 1–8.
- López-Molina, D. (2023). Proposal to measure tourism development: Case study Ecuador. *Sustainability*, 15(4), 3125.
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *Tourism statistics report 2023*. Ministry of Tourism and Sports of Thailand.
- United Nations World Tourism Organization. (2017). *Tourism and the sustainable development goals*. UNWTO.
- World Travel & Tourism Council. (2023). *Economic impact report: Thailand*. World Travel & Tourism Council.