

ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของจังหวัด นโยบายของจังหวัดต่างๆ ในการสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโอกาส และรายได้ให้กับ ชุมชนต่างๆ ของจังหวัดรวมถึงสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวิถีชีวิต วัฒนธรรม โบราณสถาน และสินค้าท้องถิ่น ดังนั้น การจัดสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อจังหวัดนั้นๆ วิทยานิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยศึกษาจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดง และ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม เป็นกรณีศึกษา

วิธีการศึกษา อาศัยข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถามและการ จัดสัมมนาเชิงวิชาการ เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรคและข้อจำกัดในการ ดำเนินงาน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการคือ บริการจำหน่ายอาหารที่มี ชื่อเสียงของจังหวัด สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และบริการร้านสะดวกซื้อ ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องพบว่า การสร้างและบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพควร ประกอบด้วย ระเบียบราชการควรเอื้อให้มีความคล่องตัวในการบริหาร นโยบายและวัตถุประสงค์ในการบริหาร ต้องมีความต่อเนื่องในการนำไปปฏิบัติ และองค์กรทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหาร

ผลการวิจัยสรุปรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ศูนย์บริการ นักท่องเที่ยวควรประสานกับภาคเอกชนที่มีศักยภาพ และความคล่องตัวในการบริหารงาน เข้ามามีส่วนร่วมหรือ ประกอบกิจการแทน และผลประโยชน์ในการดำเนินการควรมีการตั้งคณะกรรมการเพื่อบริหารจัดการ นอกเหนือจากนี้ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการบริหารจัดการ ได้แก่ จัดเตรียมที่ตั้ง และลักษณะทางกายภาพให้มีความพร้อม จัดหาสินค้าและบริการที่มีชื่อเสียงที่มีการพัฒนาคุณภาพสินค้า ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย น่าสนใจ และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเข้ามาจัดจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ การประสานงาน และกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ และการบริหารจัดการที่ได้รับความ ร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

Tourist Information Center is important to the nation economic and local economic, especially in each Province. Tourist Information Center is aimed to create opportunity and income in the community. It creates value added to life style, coulter tourist action and local goods and service. This research is objected propos tourist information administration model using tourist information center at Nakohnpathom Province.

File study and review have been conducted by using questionnaire, meeting and seminar. The data was analyzed in terms of the needs of the tourists who visited the center, the factors to gain efficient administration strategy, problems obstacles and limitations in its operation. The useful findings were expected to be used for creating guidelines on potential administration.

It is found that the influence factors in tourist information center are famous food, one Tumbon one product (OTOP) products and convenient store service. The Experts advice that the success information center must have clear policy and objective, adaptive rules and regulation, local and nation cooperation of involved stakeholders.

In conclusion, the successful administration model should consist of adequate location, complete needed facilities, good quality and famous goods, unique service, well plan advertising of marking strategy, and finally the corporation of stakeholders.