

วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม–ธันวาคม 2559)

**การพัฒนา รูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน
The Development of Tourism Type and
Tourism Product in Phitsanulok Province
for Carrying Thai and ASEAN Tourists**

บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข* และ วสิน ปัญญาวุทธระกุล**
(Boonyasarit Aneksuk and Wasin Panyavuttrakul)

*/** อาจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

Aneksuk, B. and Panyavuttrakul, W. (2016). 12 (2): 217-243

Copyright © 2016 by Journal of Social Sciences, Naresuan University:
JSSNU
All rights reserved

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพัฒนาการของการพัฒนารูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลกระหว่างปี พ.ศ. 2553-2556, 2) เพื่อศึกษารูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถสนองตอบความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนได้อย่างเหมาะสมในช่วงเวลาดังกล่าว และ 3) เสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในจังหวัดพิษณุโลก โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวอาเซียน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า 1) นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกนับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมาถูกจำกัดให้อยู่ภายใต้เครือข่ายของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2) รูปแบบและผลิตภัณฑ์ที่สนองตอบความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ 2.1) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.2) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2.3) รูปแบบและผลิตภัณฑ์ที่สนองตอบความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนคือรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการคมนาคมขนส่ง บริษัทนำเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกตามลำดับ 3) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 3.1) ยุทธศาสตร์เชิงรุก 3.2) ยุทธศาสตร์เสริมความมั่นคง 3.3) ยุทธศาสตร์การคงสภาพ และ 3.4) ยุทธศาสตร์การหยุดยั้ง

คำสำคัญ

รูปแบบการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวอาเซียน จังหวัดพิษณุโลก

*บทความนี้สรุปจากโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน” สนับสนุนงบประมาณโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และมหาวิทยาลัยนเรศวร

Abstract

The purpose of this study composes of the following issues: 1) to investigate the development of tourism types and products in Phitsanulok province during 2010 to 2013, 2) to study the tourism types and products that appropriately meet Thai and ASEAN Tourists' demands—during the stated period and 3) to propose policies and strategic plans for the preparation on tourism types and products ideally suited to Phitsanulok province. The research data is collected from Thai tourists, ASEAN tourists and related authorities.

The results revealed the following substantial issues: 1) to the tourism policies in Phitsanulok since 2008, the province was confined as under the Lower Northern Cluster, 2) the tourism types and products mostly responded to Thai tourists' demands were: 2.1) cultural tourism, 2.2.) eco-tourism, 2.3) for the ASEAN tourists, the cultural tourism was ideally the most popular tourism type. Considerably, the tourism products to be developed were: travel agencies, accommodation, restaurants, and souvenir shops respectively, 3) the suggested policies and strategies were: 3.1) a penetration strategy, 3.2) a strengthening strategy, 3.3) a holding strategy and 3.4) a terminating strategy.

Keywords

Tourism Type, Tourism Product, Thai Tourist, ASEAN Tourist, Phitsanulok province

1. บทนำ

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศอย่างน้อยสองประการ กล่าวคือในระดับจุลภาคการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ขณะที่ในระดับมหภาคการท่องเที่ยวยังช่วยสร้างความเจริญทั้งด้านสาธารณูปโภคและการผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทยที่เพิ่มสูงมากขึ้นทุกปี โดยณเดชนับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2550 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 14,464,228 คน เพิ่มขึ้นเป็น 15,936,400 คน และ 19,098,323 คนในปี พ.ศ. 2553 และ 2554 ตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555, เว็บไซต์) แม้ว่า จะเกิดวิกฤติการณ์ต่างๆ อาทิ ภัยพิบัติทางการเมืองภายในประเทศ การแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ ภัยพิบัติจากอุทกภัยและวาตภัย ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาการก่อการร้ายใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559, 2554: 2) อันเนื่องมาจากความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักในทวีปเอเชียรองจากประเทศจีน ญี่ปุ่น และอินเดีย (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559, 2554: 15) โดยนัยนี้ ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559, 2554: 17) จึงมีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยิ่ง

เมื่อพิจารณาการการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง พบว่าจังหวัดพิษณุโลกซึ่งประกาศวิสัยทัศน์ในแผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2558-2561) ให้เป็น "พิษณุโลก: เมืองบริการเศรษฐกิจและสังคมสีเขียว" สะท้อนให้เห็นเป้าหมายทางการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศและภูมิภาคอาเซียนที่ชัดเจนของจังหวัด (กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดพิษณุโลก, 2553: 4) โดยในแผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2558-2561) ได้วางแผนจัดโครงการต่างๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียน อาทิ โครงการพัฒนาบุคลากรภาครัฐเพื่อทำความเข้าใจกฎบัตรอาเซียน โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเตรียมความพร้อมรับ AEC (ASEAN Economic Community) ตลอดจนการวางแผน "พิษณุโลก 2020" เพื่อให้เป็นศูนย์แสดงสินค้า หอประชุมนานาชาติ และศูนย์โลจิสติกส์อาเซียนตามเส้นทางแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor) และระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East West Economic Corridor) อันสะท้อนถึงการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงมุ่งตอบสนองนักท่องเที่ยวในประเทศเท่านั้น แต่ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวซึ่งกำลังจะเกิดขึ้นภายหลังการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) อีกด้วย

สอดคล้องกับข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553-2555) ซึ่งได้สำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวอาเซียนที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดพิษณุโลกนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 จนถึงไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2555 พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่ได้แก่นักท่องเที่ยวภายในประเทศ รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทวีปยุโรป โดยมีนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอาเซียนมาเป็นอันดับสาม ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2555 จังหวัดพิษณุโลกมีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 902,209 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 794,389 คน (ร้อยละ 88.05) และนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน 1,501 คน (ร้อยละ 0.17) ปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 1,173,673 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 1,073,832 คน (ร้อยละ 91.49) และนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน 1,264 คน (ร้อยละ 0.11) ปี พ.ศ. 2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 1,120,563 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 1,026,093 คน

(ร้อยละ 91.57) นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน 1,244 คน (ร้อยละ 0.11) ขณะที่ไตรมาสแรก ของปี พ.ศ. 2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 318,230 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 276,559 คน (ร้อยละ 86.91) แต่จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด เป็นจำนวนถึง 1,057 คน (ร้อยละ 0.33) โดยนับเป็นการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน จึงควรให้ความสำคัญ โดยเฉพาะนับตั้งแต่การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเมื่อปีพ.ศ. 2558

พลวัตความเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวอาจสะท้อนภาพที่เป็นจริงของการท่องเที่ยว ในจังหวัดพิษณุโลก ในด้านรูปแบบการท่องเที่ยวกิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในเชิงปริมาณได้ ขณะที่ในเชิงคุณภาพแล้วพบว่าจังหวัดพิษณุโลกยังเกิดปัญหาในด้าน รูปแบบการท่องเที่ยวกิจกรรมการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในจังหวัดพิษณุโลก เช่น พนักงานมีพฤติกรรมไม่เหมาะสม มีมิชชันที่พบบริเวณลานจอดรถถึงขยะไม่เพียงพอ ไม่มีข้อมูล ภาษาอังกฤษ ไม่มีมีคอกุศุภ์ประจำแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ (สำนักวิจัยเศรษฐกิจและประเมินผล บริษัทเอ็กเซลเลนที่มีสเนลแมนเจมน์ที่จำกัด, 2554 : 10-41) ซึ่งสะท้อนปัญหาเชิงโครงสร้างที่ อาจส่งผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก ในอนาคตอีกด้วย

เมื่อพิจารณางานวิจัยที่กล่าวถึงรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในจังหวัดพิษณุโลก พบว่ายังคงเป็นเพียงการนำเสนอแนวทางการพัฒนาเพื่อตอบสนอง นักท่องเที่ยวแบบแยกส่วนระหว่างกิจกรรมของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับกิจกรรมของ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเท่านั้น เห็นได้จากงานวิจัยของศิน ปัญญาจรตระกูล (2550) ที่พบว่าอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีจำนวนการเดินทางกลับเข้ามาเป็นครั้งที่ 2 และ 3 เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเข้ามาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งรูปแบบที่เกิดขึ้นก็คือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ต่างๆที่ เรียกว่า "ดินแดนตำนาน แหล่งวิถีชีวิตและคนกล้า" พร้อมกับการนำเสนอกิจกรรมตามเส้นทางการท่องเที่ยวซึ่งได้เสนอใหม่เป็นจำนวน 51 เส้นทาง โดยแบ่งเป็นกลุ่มตำนาน 11 เส้นทาง กลุ่มประวัติศาสตร์ 21 เส้นทาง กลุ่มวัฒนธรรม 19 เส้นทาง และเส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบ Village Based Tourism ที่บ้านนาคันจัน อำเภอศรีสังขันธ์ จังหวัดสุโขทัย รวมถึงงานวิจัยของรัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ (2552) ที่ศึกษาความสามารถในการรองรับทางสังคมในพื้นที่ ลำน้ำเข็กซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมทั้งการมีกิจกรรมที่หลากหลาย การเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดพิษณุโลก การที่ธุรกิจการท่องเที่ยวให้ความสนใจ และการมีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวสูง แต่ส่งผลกระทบต่อคนในชุมชน เช่น ความแออัด ขยะ น้ำเสีย ยานพาหนะเข้ามารบกวนคนในชุมชน ฯลฯ ด้วยเหตุนี้จึงมีความจำเป็นต้องวางแผนจัดการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยจากการท่องเที่ยวล่องแก่งลำน้ำเข็กเพิ่มมากขึ้น และงานวิจัยของเพชรศรี นนทศิริ (2556) ซึ่งศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านใหม่ร่องกล้า ก็ยังคงให้ความสำคัญต่อแนวทางการพัฒนาบทบาทของผู้นำชุมชน ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการบูรณาการรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม

ขณะเดียวกัน งานวิจัยของพีรช บุญรัตพันธ์และคณะ (2553) ที่เสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในรูปแบบแผนที่นำทาง (Roadmap) ประกอบด้วยจุดหมาย (Destination) ในรูปแบบวิสัยทัศน์คือ "พิษณุโลกเป็นศูนย์กลางเมืองบริการเพื่อการพักผ่อน และส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุที่มีคุณภาพในภาคเหนือตอนล่างภายในปี พ.ศ. 2562" และเส้นทาง (Path) ในรูปแบบข้อเสนอทางเลือกของนโยบาย 4 ด้าน ได้แก่ การเพิ่มขีดความสามารถในการบริการให้ตอบสนองความต้องการอย่างมีมาตรฐาน การเสริมสร้างปัจจัยเกื้อหนุนด้านเศรษฐกิจและสังคมเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง การจัดวางสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อรองรับการขยายตัวของกลุ่มเป้าหมาย และการพัฒนาระบบการบริหารจัดการเพื่อเร่งการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนงานวิจัยของธัมมะทีนนา ศรีสุพรรณ และคณะ (2554) ที่

ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกใช้นานพาทนะได้แก่รถยนต์ส่วนตัว ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศนิยมใช้รถโดยสารประจำทางในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวนิยมเข้าพักโรงแรมโดยนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมใช้เวลาพำนักเฉลี่ยประมาณ 2-3 วัน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมนำนักเฉลี่ยมากกว่า 4 วัน ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม แต่พบว่ายังมีข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวอาเซียนด้วยเช่นกัน

เห็นได้ว่างานวิจัยด้านการท่องเที่ยว ซึ่งปรากฏในจังหวัดพิษณุโลกแม้จะนำเสนอรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน แต่มีความคล้ายคลึงกันในประเด็นการมองรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ไม่สามารถตอบได้ว่ารูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใดมีความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนเพื่อครั้งจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ให้ลดลงตลอดจนเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนให้มีจำนวนมากขึ้น

คุณูปการของการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความสนใจของผู้วิจัยที่ต้องการทำความเข้าใจรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก โดยคำถามที่เกิดขึ้นก็คือเราจะพยากรณ์ได้หรือไม่ว่าเมื่อจังหวัดพิษณุโลกจะต้องเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 รูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถสนองตอบความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนได้อย่างเหมาะสมเพื่อยกระดับมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกกับทั้งเตรียมความพร้อมด้านรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องคือความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน อันจะนำไปสู่การครั้งจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนในอนาคต

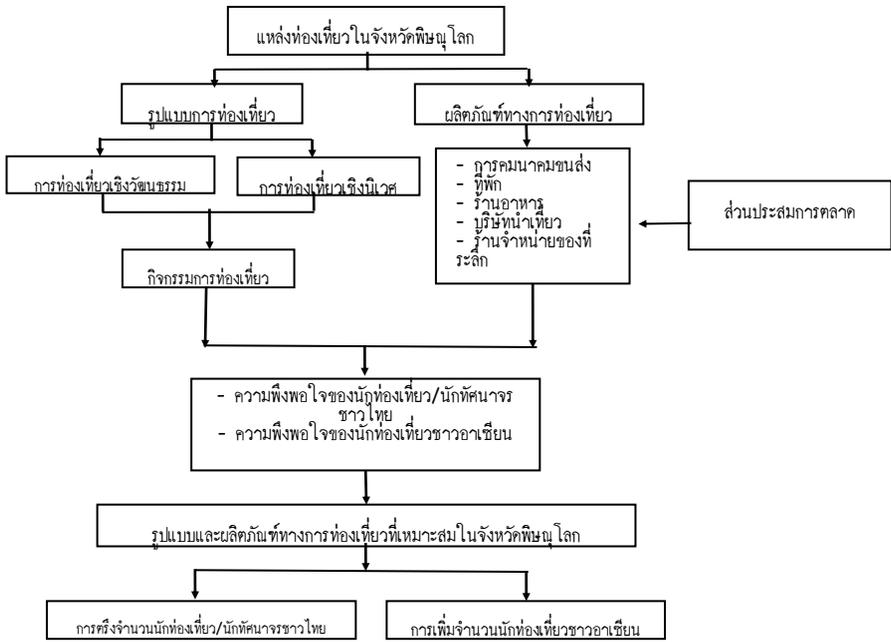
ทั้งนี้ งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ประกอบด้วย

1) เพื่อศึกษาพัฒนาการของการพัฒนา รูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลกระหว่างปี พ.ศ. 2553-2556

2) เพื่อศึกษา รูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถสนองตอบความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนได้อย่างเหมาะสมในระหว่างปี พ.ศ. 2553-2556

3) เพื่อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในจังหวัดพิษณุโลกแบบมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องผ่านการถอดบทเรียนของพัฒนาการที่เกิดขึ้นอันนำไปสู่การครั้งจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน ภายหลังจากเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558

งานวิจัยนี้เป็นการตั้งคำถามต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกถึงข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในจังหวัดพิษณุโลกแบบมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องผ่านการถอดบทเรียนของพัฒนาการที่เกิดขึ้นโดยพิจารณากรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้



แผนภูมิ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งประกอบไปด้วย

2.1 การสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Formal Interview) สำหรับผู้แทนจากหน่วยงานราชการ หน่วยงานภาคเอกชน ขณะที่ใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) สำหรับผู้แทนขององค์กรชุมชน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถสนองต่อความสนใจและมีความเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 จนถึงปัจจุบัน เช่น พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและอาเซียนที่มาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก นักท่องเที่ยวชาวไทยและอาเซียนชอบที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว การคมนาคมขนส่งของพิษณุโลกแบบใด เป็นต้น โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) กลุ่มละ 5 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2.2 การสังเกตการณ์ เป็นการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non Participant Observation) เพื่อสัมผัสบรรยากาศ และบริบทแวดล้อมจริงในพื้นที่วิจัย อันนำไปสู่การวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงรูปแบบ กิจกรรม และผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนที่สุด เช่น การนำเที่ยว นักท่องเที่ยว การคมนาคม ร้านอาหาร ที่พัก ฯลฯ

2.3 แบบสอบถาม เป็นการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน โดยแบ่งออกเป็นแบบสอบถามภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อสอบถามศักยภาพของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ด้านราคา ด้าน

ช่องทางทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ของธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจที่พักอาศัย ธุรกิจคมนาคม ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจของทีระลิก ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประกอบด้วยกิจกรรม อาทิ การเที่ยวชมวัดวาอารามและศาสนสถาน การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ และการเที่ยวชมเทศกาล ประเพณี วิถีชีวิตของจังหวัดพิษณุโลก รวมถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประกอบด้วยกิจกรรม อาทิ การเที่ยวชมธรรมชาติหรืออุทยานแห่งชาติ การเที่ยวชมนาตก การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เป็นต้น ตลอดจนโอกาสในการกลับมาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจากค่าเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยไตรมาสแรก (เดือนมกราคม-มีนาคม) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552-2555 มีจำนวน 250,034.375 คนและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนจำนวน 514.8 คนเมื่อคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตารางของเครจจิชีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970 อ้างใน ชีวีวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 และระดับความมั่นใจที่ร้อยละ 95 จะได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน แบ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 200 คน และรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 200 คน และนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียนจำนวน 226 คน ซึ่งมาท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพียงอย่างเดียว เนื่องจากพบว่า ไม่มีนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเหล่านี้ไปท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้วยเหตุผล เช่น มีเวลาจำกัด ต้องเดินทางต่อไปยังสถานที่อื่น ตลอดจนเป็นคณะทัศนศึกษาคุณภาพ ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นหลัก ขณะที่การแจกแจงสอบถามจะใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ทั้งนี้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ ในการประมวลผลข้อมูล โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิด Likert Scale

3. ผลการวิจัย

3.1 พัฒนาการของการพัฒนา รูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Type and Tourism Product) ในจังหวัดพิษณุโลกระหว่างปี พ.ศ. 2553-2556

3.1.1 พัฒนาการเชิงนโยบาย ได้แก่ การที่รัฐบาลกำหนดให้จังหวัดพิษณุโลกเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551-2554 (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดอุ้งทอง, 2556) และถูกเปลี่ยนแปลงให้เป็นเพียงจังหวัดหนึ่งในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่างซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในปี พ.ศ. 2555-2559 (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554) ขณะที่นโยบายระดับจังหวัดได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ทางการท่องเที่ยว พ.ศ.2553 ไว้ว่า เป็น “เมืองบริการสี่แยกอินโดจีน โดดเด่นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติที่สวยงาม” (สำนักงานจังหวัดพิษณุโลก, 2558) ด้วยเหตุนี้ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกจึงถูกกำหนดให้มีเพียงรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามที่จะให้ความสำคัญต่อการรวมกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวรองให้สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในภูมิภาคมากกว่าจะยกระดับให้จังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดที่ได้รับการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวเพียงจังหวัดเดียว

3.1.2 พัฒนาการเชิงสถิติ พบว่า สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกในปี พ.ศ. 2553 มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 1,318,732 คน เพิ่มขึ้น 1,659,333 คน ในปี พ.ศ. 2556 หรือคิดเป็นร้อยละ 25.83 ในจำนวนดังกล่าวนักท่องเที่ยวชาวไทยยังมีสัดส่วนมากกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 91.31 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2533 ร้อยละ 92.65 ในปี พ.ศ. 2554 ร้อยละ 88.81 ในปี พ.ศ. 2555 และร้อยละ 91.18 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ในปีพ.ศ. 2556 ขณะเดียวกันในปี พ.ศ. 2553 มีนักท่องเที่ยวอาเซียนที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกจากจำนวน 1,408 คน เป็น 3,129 คน ในปี พ.ศ. 2556 คิดเป็นร้อยละ 122.23 แต่ยังคงเป็นสัดส่วนที่น้อยในระดับต่ำกว่าร้อยละ 0.3 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ทั้งนี้นักท่องเที่ยวสิงคโปร์มีอัตราการขยายตัวสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 389.92 รองลงมาได้แก่ประเทศเวียดนามมีอัตราการขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 355.37 และประเทศอินโดนีเซียร้อยละ 58.62 (กรมการท่องเที่ยว, 2558, เว็บไซต์)

3.2 รูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถสนองตอบความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน

3.2.1 รูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถสนองตอบความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3.2.1.1. ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเดินทางท่องเที่ยวยังจังหวัดพิษณุโลก นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 จำนวน 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 ขณะที่นักท่องเที่ยวเพศชายจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ทั้งนี้เมื่อจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวแล้วพบว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงเดินทางมาท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 64 แต่ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 53

ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวทั้งหมดนิยมเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก ในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จนถึง 30 ปี ทั้งในภาพรวมทุกรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 67.5 ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ร้อยละ 64 และรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 71 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปร้อยละ 64.25 ของจำนวนนักท่องเที่ยวรวม และร้อยละ 75.5 ของนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขณะที่นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาจนถึงมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 47

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลกทุกกลุ่มส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาที่จังหวัดพิษณุโลกเอง เห็นได้จากนักท่องเที่ยวในภาพรวมคิดเป็นร้อยละ 62.25 นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ร้อยละ 75 และนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 49.5 ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดส่วนใหญ่ยังคงเดินทางมาจากจังหวัดในกลุ่มภาคเหนือตอนล่างเป็นหลัก โดยนักท่องเที่ยวในภาพรวมคิดเป็นร้อยละ 19 นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ร้อยละ 17 และนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 21.5

ทั้งนี้อาจพิจารณาได้จากตารางที่ 1 (ในหน้าถัดไป)

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มา โดยผู้เขียน

ประเด็น	นักท่องเที่ยวรวมทุก รูปแบบ		นักท่องเที่ยวรูปแบบ การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวรูปแบบ การท่องเที่ยวเชิง นิเวศ	
	จำนวน ผู้ตอบ (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)	จำนวน ผู้ตอบ (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)	จำนวน ผู้ตอบ (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)
1.1) เพศ						
ชาย	178	44.5	72	36	106	53
หญิง	222	55.5	128	64	94	47
รวม	400	100	200	100	200	100
1.2) อายุ						
ต่ำกว่า 20 - 30 ปี	270	67.5	128	64	142	71
31-50 ปี	104	26	66	33	38	19
51-60 ปีขึ้นไป	26	6.5	6	3	20	10
รวม	400	100	200	100	200	100
1.3) การศึกษา						
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา - มัธยมศึกษา	143	37.75	94	47	49	24.5
ปริญญาตรีขึ้นไป	257	64.25	106	33	151	75.5
รวม	400	100	200	100	200	100
1.4) ที่อยู่ปัจจุบัน						
จากจังหวัดพิษณุโลก	249	62.25	150	75	99	49.5
จากภาคกลางและภาค ตะวันออก (กรุงเทพฯ ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี ชลบุรี ระยอง)	39	9.75	11	5.5	28	14
จากภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่ น่าน แพร่)	12	3	3	1.5	9	4.5
จากภาคเหนือตอนล่าง (กำแพงเพชร ตาก นครสวรรค์ พิจิตร เพชรบูรณ์สุโขทัย อุตรดิตถ์)	76	19	34	17	42	21.5
จากภาคอีสาน (บึงกาฬ ร้อยเอ็ด เลย อุดรธานี หนองคาย)	24	6	2	1	22	11
รวม	400	100	200	100	200	100

3.2.1.2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดพิษณุโลกร้อยละ 90 ขึ้นไปของทุกกลุ่มเดินทางมา
ด้วยตนเอง อีกทั้งส่วนใหญ่เป็นการเดินทางมาจังหวัดพิษณุโลกมากกว่า 1 ครั้ง กล่าวคือ
นักท่องเที่ยวทุกรูปแบบเดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก คิดเป็นร้อยละ 74.25 ขณะที่
นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลกมากกว่า 1 ครั้งคิดเป็น
ร้อยละ 84 และนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คิดเป็นร้อยละ 64.5 ตามลำดับ

เช่นเดียวกับช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก
นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเลือกเดินทางมาในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม โดยนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ
ทุกรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 39 ขณะที่นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เดินทางมา
ในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 30 และนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศ คิดเป็นร้อยละ 54 โดยทั้งหมดเลือกเดินทางมาในวันเสาร์หรืออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 69.8
ของนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ และร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม และร้อยละ 69.8 ของนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่มา โดยผู้เขียน

ประเด็น	นักท่องเที่ยวรวมทุกรูปแบบ		นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	
	จำนวนผู้ตอบ (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)	จำนวนผู้ตอบ (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)	จำนวนผู้ตอบ (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)
2.1) การเดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก						
มาด้วยตนเอง	384	96	199	99.5	185	92.5
ชื่อไปรษณีย์หรือทัวร์	16	4	1	0.5	15	7.5
รวม	400	100	200	100	200	100
2.2) จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก						
มาครั้งแรก	103	25.75	32	16	71	35.5
มากกว่า 1 ครั้ง	297	74.25	168	84	129	64.5
รวม	400	100	200	100	200	100
2.3) เดือนที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก						
มกราคม-มีนาคม	281	25	207	29	74	18
เมษายน-มิถุนายน	230	20	176	25	54	13
กรกฎาคม-กันยายน	180	16	118	16	62	15
ตุลาคม-ธันวาคม	443	39	219	30	224	54
รวม	1,134	100	720	100	414	100
2.4) วันที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก						
จันทร์-ศุกร์	46	11.5	28	14	18	9
เสาร์-อาทิตย์	279	69.8	140	70	139	69.5
วันหยุดนักขัตฤกษ์	75	18.8	32	16	43	21.5
รวม	400	100	200	100	200	100

3.2.1.3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
 3.2.1.3ก. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยว
 นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจต่อรูปแบบการท่องเที่ยวโดยรวมในด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น สถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์ ธรรมชาติ ฯลฯ ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.27 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.34 โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.18 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยว
ที่มา โดยผู้เขียน

ความพึงพอใจด้าน	นักท่องเที่ยวรวมทุกรูปแบบ			นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม			นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ		
	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับพึงพอใจ
1. กายภาพและสิ่งแวดล้อม	4.27	0.70	มากที่สุด	4.18	0.75	มาก	4.34	0.69	มากที่สุด
2. โครงสร้างพื้นฐาน	3.77	0.84	มาก	3.72	0.94	มาก	3.77	0.86	มาก
3. สวัสดิภาพและความปลอดภัย	3.79	0.78	มาก	3.77	0.77	มาก	3.83	0.75	มาก
4. ความสามารถของผู้นำเที่ยว	3.87	0.80	มาก	4.00	0.78	มาก	3.84	0.80	มาก
5. การบริหารจัดการ	3.81	0.80	มาก	3.87	0.78	มาก	3.76	0.80	มาก
รวมทั้งหมด	3.90	0.78	มาก	3.90	0.80	มาก	3.90	0.78	มาก

3.2.1.3ข. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจกิจกรรมในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับมากที่สุด ได้แก่การชมการจัดแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น การแต่งกาย การชิมอาหาร การชมการเล่นท้องถิ่น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.28 ขณะที่มีความพึงพอใจกิจกรรมทัศนศึกษาตามกลุ่มอาชีพในท้องถิ่นและการรับฟังการนำเสนอและ/หรือชมวิถีทัศน์ทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.38 ทั้งสองกิจกรรม

ขณะที่แก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะมีความพึงพอใจกิจกรรมการเที่ยวชมน้ำตกในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.27 แต่กลับมีความพึงพอใจกิจกรรมปั่นเขาหรือปั่นหน้าผาของจังหวัดพิษณุโลกในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.44 เช่นกัน เห็นได้จากตารางที่ 4 (4.1. และ 4.2.) (ที่มา—โดยผู้เขียน)

ตารางที่ 4.1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. การเที่ยวชมวิถีการดำเนินชีวิต (คักบาตร ประกอบอาหารท้องถิ่น การร่วมกิจกรรมทางกรเกษตร)	4.11	0.86	มาก
2. การร่วมประเพณีหรือเทศกาลในท้องถิ่น	3.82	0.80	มาก
3. การเที่ยวชม โบราณสถาน	3.80	0.85	มาก
4. การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา	3.74	1.01	มาก
5. การชมความงามของ ศาสนวัตถุหรือศาสนสถาน	3.56	1.03	มาก
6. การฟังคำบอกเล่าหรือเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น	3.61	1.13	มาก
7. การสนทนาธรรมหรือการปฏิบัติธรรม	3.55	1.11	มาก
8. ทัศนศึกษาตามกลุ่มอาชีพในท้องถิ่น	3.38	1.08	ปานกลาง
9. การเลี้ยงอาหารสัตว์บริเวณศาสนสถาน (อุทยานปลา สุนัข แมว ฯลฯ)	3.55	1.11	มาก
10. การรับฟังการนำเสนอและ/หรือชมวิถีทัศน์ทางวัฒนธรรม	3.38	1.09	ปานกลาง
11. การชมและ/หรือชิมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร	3.77	1.08	มาก
12. การชมการจัดแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (การแต่งกาย อาหาร การละเล่นท้องถิ่น)	4.28	0.92	มากที่สุด
13. การเที่ยวชมการแสดงแสง เสียง	3.77	1.08	มาก
14. การร่วมกิจกรรมพิเศษอื่นๆ ภายในงาน (เกมชิงรางวัล การตอบคำถาม)	3.75	0.98	มาก
รวม	3.71	1.00	มาก

ตารางที่ 4.2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. การเดินป่าศึกษาธรรมชาติเกี่ยวกับป่าและระบบนิเวศ	3.84	1.19	มาก
2. การดูนก ส่องสัตว์	3.53	1.22	มาก
3. การล่องแพหรือเรือยาง	3.70	1.15	มาก
4. การปั่นเขา หน้าผา	1.44	0.50	น้อยที่สุด
5. การกางแรมนอนป่า	3.76	1.19	มาก
6. การฟังคำบอกเล่าหรือเรื่องเล่าเกี่ยวกับระบบนิเวศในท้องถิ่น	3.83	1.10	มาก
7. การร่วมกิจกรรมกับชาวบ้านในท้องถิ่น	3.90	0.96	มาก
8. ทักทายกลุ่มอาชีพในท้องถิ่น	4.14	0.89	มาก
9. การเยี่ยมชมน้ำตก	4.27	0.77	มากที่สุด
รวม	3.60	0.99	มาก

3.2.1.3ค. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว อันได้แก่ ร้านอาหาร ที่พักอาศัย การคมนาคมขนส่ง บริษัทนำเที่ยว และธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม ค่าเฉลี่ยสูงสุดของนักท่องเที่ยวรวมทุกกลุ่มมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกมีค่าเฉลี่ย 3.89 ขณะที่นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวร้านอาหารมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.76 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มา โดยผู้เขียน

ประเด็น	นักท่องเที่ยวรวมทุกรูปแบบ			นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม			นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ		
	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. ร้านอาหาร	3.70	0.83	มาก	3.76	0.78	มาก	3.65	0.88	มาก
2. ที่พักอาศัย	3.75	0.78	มาก	3.72	0.64	มาก	3.79	0.79	มาก
3. การคมนาคมขนส่ง	3.72	0.79	มาก	3.65	0.77	มาก	3.78	0.80	มาก
4. บริษัทนำเที่ยว	3.63	0.89	มาก	3.40	0.91	ปานกลาง	3.85	0.77	มาก
5. ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	3.80	0.77	มาก	3.70	0.74	มาก	3.89	0.78	มาก

3.2.1.4. ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการกลับมาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกครั้งต่อไป นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการกลับมาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกอีกครั้งเป็นจำนวนมาก โดยในภาพรวมมีความต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้งถึงร้อยละ 84 โดยนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะกลับมาเที่ยวอีกครั้งร้อยละ 68 และนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะกลับมาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกอีกครั้งถึงร้อยละ 100 ทั้งนี้เมื่อนักท่องเที่ยวกลับมาอีกครั้ง ทุกกลุ่มมีความสนใจจะกลับมาท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวรวมทุกกลุ่มให้ความสนใจร้อยละ 69 นักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความสนใจร้อยละ 64 และนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ความสนใจร้อยละ 60

เหตุผลในการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งส่วนใหญ่พบว่ามีสาเหตุมาจากการมีที่พักอาศัยหรือมีญาติอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก การมาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกยังไม่ครบจำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ การที่จังหวัดพิษณุโลกมีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ การตั้งใจจะกลับมาสักการะพระพุทธรชินราช จังหวัดพิษณุโลกมีบรรยากาศสงบเหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ และบุคลากรประจำสถานที่ท่องเที่ยวมีอัธยาศัยดี คังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการกลับมาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกครั้งต่อไป
ที่มา โดยผู้เขียน

ประเด็น	นักท่องเที่ยวรวมทุก รูปแบบ		นักท่องเที่ยวรูปแบบ การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวแบบ การท่องเที่ยวเชิง นิเวศ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4.1) ความต้องการกลับมาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกในครั้งต่อไป						
กลับมา	336	84	136	68	200	100
ไม่กลับมา	64	16	64	32	0	0
รวม	400	100	200	100	200	100
4.2) รูปแบบการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกที่ต้องการมาเที่ยวในครั้งต่อไป						
รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	303	69	103	64	120	60
รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	138	31	58	36	80	40
รวม	441	100	161	100	200	100

3.2.1.5. ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทย
 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าควรให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยด้านทรัพย์สิน เพราะเกิดเหตุถูกลักทรัพย์ในห้องพักแต่จับขโมยไม่ได้ อีกทั้งยังมีปัญหาการจราจรและการคมนาคมขนส่ง ซึ่งถนนมีสภาพชำรุด และขาดป้ายบอกทาง ตลอดจนค่าบริการของระบบขนส่งสาธารณะ โดยเฉพาะค่าบริการรถแท็กซี่มีราคาสูง

ด้านรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าปัญหาความสะดวกของร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็น อีกทั้งร้านอาหารยังมีจำนวนไม่เพียงพอและมีราคาแพง โดยประเด็นด้านที่พักที่ยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ รวมถึงลานกางเต็นท์มีจำนวนน้อย ทั้งนี้ประเด็นเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการมีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอยังคงเป็นสิ่งที่ควรปรับปรุงอีกด้วย

3.2.1.6. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
 พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมน่าจะมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด ทั้งนี้ปัญหาสำคัญของการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลกได้แก่ การขาดประชาสัมพันธ์

อีกทั้งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวบางส่วนยังไม่ค่อยมีคุณภาพหรือมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว อีกทั้งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ ตลอดจนยังขาดการวางแผนทางการท่องเที่ยวที่ีอื่อีกด้วย

ทางแก้ปัญหาด้านการท่องเที่ยวจึงควร ได้แก่ การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น การสร้างหมู่บ้านของกลุ่มชาติพันธุ์การสร้างสะพานเชื่อม โยงระหว่างวัดพระศรีรัตนมหาธาตุกับพระราชวังจันทน์ การอนุรักษ์วิถีชีวิตชาวเรือนแพ การชิมร้านอาหารข้างทาง (Street Food) การเน้นการตลาดท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลด แลก แจก แถม และการสร้างเรื่องราว (Story) เพื่อสร้างความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวเวลาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น

ทางอยู่รอดของการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในฐานของกลุ่มจังหวัด เช่น เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับจังหวัดสุโขทัย หรือเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับจังหวัดเพชรบูรณ์ การทำให้จังหวัดพิษณุโลกเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ เป็นต้น

3.2.2 รูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถสนองตอบความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน

3.2.2.1. ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน

นักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางท่องเที่ยวยังจังหวัดพิษณุโลกนับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 จำนวน 226 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 ขณะที่นักท่องเที่ยวเพศชายจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 โดยช่วงอายุของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนนิยมเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จนถึง 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 65.4 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 69.9

นักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลกส่วนใหญ่เดินทางมาจากประเทศฟิลิปปินส์ คิดเป็นร้อยละ 23 รองลงมาได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย คิดเป็นร้อยละ 21.7 และประเทศสิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน ที่มา โดยผู้เขียน

ประเด็น	จำนวนผู้ตอบ (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)
1.1) เพศ		
ชาย	107	47.3
หญิง	119	52.7
รวม	226	100
1.2) อายุ		
ต่ำกว่า 20 - 30 ปี	148	65.4
31-50 ปี	74	32.7
51-60 ปีขึ้นไป	4	1.8
รวม	226	100
1.3) การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา - มัธยมศึกษา	68	30.1
ปริญญาตรีขึ้นไป	158	69.9
รวม	226	100
1.4) ประเทศภูมิลำเนา		
กัมพูชา	8	3.5
บรูไน	10	4.4
ฟิลิปปินส์	52	23
มาเลเซีย	11	4.9
เมียนมาร์	34	15
ลาว	9	4
เวียดนาม	8	3.5
สิงคโปร์	43	19
อินโดนีเซีย	49	21.7
รวม	226	100

3.2.2.2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน

นักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางมายังจังหวัดพิษณุโลกร้อยละ 79.6 เดินทางมาด้วยตนเอง โดยมีอัตราการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกและเดินทางมามากกว่า 1 ครั้งในสัดส่วนใกล้เคียงกัน กล่าวคือนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลกมากกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.4 ขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 49.6 โดยนิยมเดินทางในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน คิดเป็นร้อยละ 49.1 และนิยมเดินทางในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์กับวันหยุดนักขัตฤกษ์มีจำนวนใกล้เคียงกัน ได้แก่ นิยมเดินทางในวันเสาร์หรือวันอาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 38.9 และนิยมเดินทางในวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 37.2 เห็นได้จากตารางที่ 8 (ที่มา—โดยผู้เขียน)

ตารางที่ 8 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน

ประเด็น	จำนวนผู้ตอบ (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)
2.1) การเดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก		
มาด้วยตนเอง	180	79.6
ซื้อโปรแกรมทัวร์มา	46	20.4
รวม	226	100
2.2) จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก		
มาครั้งแรก	112	49.6
มากกว่า 1 ครั้ง	114	50.4
รวม	226	100
2.3) เดือนที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก		
มกราคม-มีนาคม	98	24.8
เมษายน-มิถุนายน	47	11.9
กรกฎาคม-กันยายน	193	49.1
ตุลาคม-ธันวาคม	56	14.2
รวม	394	100
2.4) วันที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก		
จันทร์-ศุกร์	54	23.9
เสาร์-อาทิตย์	88	38.9
วันหยุดนักขัตฤกษ์	84	37.2
รวม	226	100

3.2.2.3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่มีต่อรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

3.2.2.3ก. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับมากใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยสูงสุด จะพบว่านักท่องเที่ยวความพึงพอใจต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในค่านิสวัสดิภาพและความปลอดภัยกับด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ใกล้เคียงกัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.02 และ 4.01 ตามลำดับ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยว
ที่มา โดยผู้เขียน

ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. กายภาพและสิ่งแวดล้อม	4.01	0.61	มาก
2. โครงสร้างพื้นฐาน	3.83	0.73	มาก
3. สวัสดิภาพและความปลอดภัย	4.02	0.65	มาก
4. ความสามารถของผู้นำเที่ยว	3.97	0.70	มาก
5. การบริหารจัดการ	3.88	0.72	มาก
รวมทั้งหมด	3.94	0.68	มาก

3.2.2.3ข. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนมีความพึงพอใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับมากที่สุด ในหลายกิจกรรม เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ การชมการจัดแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (การแต่งกาย อาหาร การละเล่นท้องถิ่น) ที่มีค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมาได้แก่ การร่วมกิจกรรมพิเศษอื่นๆ ภายในงาน เช่น เกมชิงรางวัล การตอบคำถาม และการเยี่ยมชมโบราณสถาน ค่าเฉลี่ย 4.38 การร่วมประเพณีหรือเทศกาลในท้องถิ่น 4.37 การเยี่ยมชมการแสดงแสง เสียง ค่าเฉลี่ย 4.32 การรับฟังการนำเสนอและ/หรือชมวีดิทัศน์ทางวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ย 4.30 โดยมีกิจกรรมการร่วมปลูกป่า ดูแลรักษา และการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ 4.24 ขณะที่การฟังคำบอกเล่าเกี่ยวกับนิทานพื้นบ้าน การร่วมกิจกรรมป่าชุมชน (การเดินป่าเพื่อศึกษาเรียนรู้ป่าชุมชน) การชมความงามของศาสนวัตถุหรือศาสนสถาน และการบริจาคทาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมากที่สุดคือ 4.23 ตามลำดับ เห็นได้จากตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
ที่มา โดยผู้เขียน

ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (x)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. การเยี่ยมชมวิถีการดำเนินชีวิต (ตักบาตร ประกอบอาหารท้องถิ่น การร่วมกิจกรรมทางการเกษตร)	4.19	0.77	มาก
2. การร่วมกิจกรรมในท้องถิ่น	4.29	0.69	มากที่สุด
3. การร่วมประเพณีหรือเทศกาลในท้องถิ่น	4.37	0.71	มากที่สุด
4. การเยี่ยมชม โบราณสถาน	4.38	0.77	มากที่สุด
5. การฟังคำบอกเล่าหรือเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น	4.23	0.81	มากที่สุด
6. การร่วมกิจกรรมป่าชุมชน (การเดินป่าเพื่อศึกษาเรียนรู้ป่าชุมชน)	4.23	0.83	มากที่สุด
7. ทัศนศึกษาตามกลุ่มอาชีพในท้องถิ่น	4.20	0.81	มาก
8. การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา	4.17	0.83	มาก
9. การร่วมกิจกรรมทางศาสนาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมชนบทรอบน้อมและประเพณี	4.16	0.81	มาก
10. การสนทนาธรรมหรือการปฏิบัติธรรม	4.22	0.78	มากที่สุด
11. การชมความงามของศาสนวัตถุหรือศาสนสถาน	4.23	0.77	มากที่สุด
12. การฟังคำบอกเล่าหรือเรื่องเล่าเกี่ยวกับนิทานพื้นบ้านทางศาสนา	4.20	0.75	มาก
13. การบริจาคทาน	4.23	0.83	มากที่สุด
14. การเลี้ยงอาหารสัตว์บริเวณศาสนสถาน (อุทยานปลา สุนัขแมว ฯลฯ)	4.22	0.81	มากที่สุด
15. การรับฟังการนำเสนอและ/หรือชมวีดิทัศน์ทางวัฒนธรรม	4.30	0.76	มากที่สุด
16. การร่วมปลูกป่า ดูแลรักษา และการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร	4.24	0.77	มากที่สุด

ตารางที่ 10 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
17. การชมและ/หรือชิมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร	4.19	0.81	มาก
18. การเที่ยวชมการแสดง แสง เสียง	4.32	0.77	มากที่สุด
19. การร่วมกิจกรรมพิเศษอื่นๆ ภายในงาน (เกมชิงรางวัล การตอบคำถาม)	4.38	0.69	มากที่สุด
20. การชมการจัดแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (การแต่งกาย อาหาร การละเล่นท้องถิ่น)	4.45	0.70	มากที่สุด
รวมความพึงพอใจกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก	4.26	0.77	มากที่สุด

3.2.2.3ค. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอาเซียนมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ที่พักอาศัย การคมนาคมขนส่ง บริษัทนำเที่ยว และธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ในระดับมากเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างไรก็ตามค่าเฉลี่ยสูงสุดของนักท่องเที่ยวรวมทุกกลุ่มมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวร้านอาหารและธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.87รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวบริษัทนำเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 3.85 ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มา โดยผู้เขียน

ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. ร้านอาหาร	3.87	0.67	มาก
2. ที่พักอาศัย	3.82	0.69	มาก
3. การคมนาคมขนส่ง	3.81	0.69	มาก
4. บริษัทนำเที่ยว	3.85	0.68	มาก
5. ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก	3.87	0.68	มาก

3.2.2.4 ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน ในการกลับมาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกครั้งต่อไป นักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนมีความต้องการกลับมาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกอีกครั้งเป็นจำนวนมาก โดยในภาพรวมมีความต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้งถึงร้อยละ 99.56 ขณะที่หากกลับมาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกอีกครั้งยังคงมาท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุดถึงร้อยละ 77 ดังตาราง 12 โดยมีเหตุผลได้แก่การมีสภาพอากาศบริสุทธิ์ที่สุดชื่นและมีความสวยงาม การเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ ชาวพิษณุโลกเป็นเมืองที่มีมิตรและบริการ ชื่นชอบอาหารจังหวัดพิษณุโลก และการมาเยี่ยมเพื่อนที่จังหวัดพิษณุโลก เป็นต้น

ตารางที่ 12 ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการกลับมาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกครั้งต่อไป
ที่มา โดยผู้เขียน

ประเด็น	จำนวนผู้ตอบ (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)
1) ความต้องการกลับมาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกในครั้งต่อไป		
ต้องการกลับมา	225	99.56
ไม่ต้องการกลับมา	1	0.44
รวม	226	100
2) รูปแบบการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกที่ต้องการมาเที่ยวในครั้งต่อไป		
รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	174	77
รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	52	23
รวม	226	100

3.2.2.5. ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน

ปัญหาคำภาษาอังกฤษเพื่อการบริการทางการท่องเที่ยวในจังหวัด ทั้งความสามารถในการสนทนาภาษาอังกฤษได้น้อย (Less English speaking) โดยเฉพาะการบริการขนส่งสาธารณะ ตลอดจนการขาดป้ายแนะนำสถานที่ตามข้างทางเป็นภาษาอังกฤษ (English place along the street) นอกจากนี้ยังขาดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับบริการนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourist) เห็น ได้จากการสะท้อนว่ามีร้านขายอาหารมังสวิรัต (Vegetarian Restaurants) สำหรับนักท่องเที่ยวน้อยเกินไปในจังหวัดพิษณุโลก อีกทั้งจังหวัดพิษณุโลกยังไม่มีกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์อย่างแท้จริง (Real Identity) เพื่อสร้างความทรงจำที่ดี (Create Memorable Presences) แก่นักท่องเที่ยว

3.2.2.6. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

เนื่องจากสถิติของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ยังคงมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทย และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มทัศนศึกษา ศึกษางาน ดังนั้นหากจะพัฒนาให้พิษณุโลกเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม น่าจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดมากกว่า

ปัญหาทางการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกที่สัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน ได้แก่ การขาดจุดเด่นซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พำนักในจังหวัดพิษณุโลกได้เป็นระยะเวลาอันยาวนาน อีกทั้งนักท่องเที่ยวไม่ทราบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวใดน่าสนใจ ตลอดจนการขาดการนำเสนอเรื่องราว (Story) ที่สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวชาวอาเซียนสนใจ

นอกจากนี้ แม้อังกฤษจะเป็นปัญหาที่สำคัญในการท่องเที่ยว แต่ได้มีความพยายามแก้ไขด้วยการสนับสนุนหน่วยงานภาคการศึกษาในการจ้างครูสอนภาษาอังกฤษแก่นักศึกษาระดับมัธยมศึกษา และเยาวชนในจังหวัดพิษณุโลกเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเข้าเป็นประชาคมอาเซียนแล้ว และในส่วนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นตรงกันว่า ล้วนตกเป็นของฝากที่มีศักยภาพมากที่สุด เนื่องจากปัจจุบันมีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนเป็นจำนวนมากในแต่ละปีอีกด้วย

3.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในจังหวัดพิษณุโลก

จากข้อมูลที่ได้รับจาก 3.1 และ 3.2 เมื่อการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT)

การท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก จะพบว่าจังหวัดพิษณุโลกมีข้อได้เปรียบ (Strengths) ข้อเสียเปรียบ (Weakness) โอกาสในการดำเนินการ (Opportunities) และข้อจำกัดที่ส่งผลต่อการดำเนินการ (Threats) ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก
ที่มา โดยผู้เขียน

<p>ข้อได้เปรียบ (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> - การคมนาคมขนส่งภายในจังหวัดมีความพร้อม - มีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลาย - บุคลากรการมีความพร้อมในการให้บริการ - มีที่พักหลากหลายและเพียงพอ - มีเส้นทางเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัด - มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ตอบสนองนักท่องเที่ยววัยรุ่น วัยทำงาน และวัยหลังเกษียณ - มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ - หน่วยงานภาครัฐเห็นความสำคัญ 	<p>ข้อเสียเปรียบ (Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขาดความคิดริเริ่มของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง - ขาดบุคลากรที่มีทักษะภาษาต่างประเทศ - ขาดความชัดเจนในการจัดวางตำแหน่ง (Positioning) การท่องเที่ยว - ขาดศูนย์การประชาสัมพันธ์ที่มีเอกภาพ - ข้อจำกัดด้านการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก - ขาดความหลากหลายของธุรกิจร้านอาหาร - ไม่มีห้องละหมาดในแหล่งท่องเที่ยว - ธุรกิจที่หักส่วนใหญ่ไม่ได้จดทะเบียนอย่างถูกต้อง - ขาดกลยุทธ์การนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยว - ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไม่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มระดับบน (High End) - ขาดการจัดการณ์ทัศน์ - ขาดแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้พิการ เด็ก และเยาวชน - ขาดจิตสำนึกของการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี - ไม่สามารถนำผลการวิจัยด้านการท่องเที่ยวมาปฏิบัติได้จริง - ขาดการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว - ถูกผูกขาดการจัดกิจกรรมโดยผู้จัดงานเพียงกลุ่มเดียว
<p>โอกาสในการดำเนินการ (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นศูนย์กลางของหน่วยงานราชการ - เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวโดยไม่ต้องประชาสัมพันธ์ - รัฐบาลมีนโยบาย 1 ตำบล 1 แหล่งท่องเที่ยว - มีเส้นทางคมนาคมเชื่อมต่อภาคเหนือตอนบน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกรุงเทพฯ - การเป็นเมืองผ่านไปยังจังหวัดต่างๆ ทำให้ผู้เดินทางต้องแวะพักโดยไม่ต้องบังคับ 	<p>ข้อจำกัดที่ส่งผลการดำเนินการ (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขาดความต่อเนื่องในการบริหารงาน - กฎระเบียบต่างๆ ไม่เอื้อต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว - ขาดแหล่งเงินทุนหรืองบประมาณ - การจัดวางตำแหน่งของบุคลากรทางการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐที่ไม่เหมาะสมกับหน้าที่ - สถานการณ์ความไม่สงบทางการเมือง - ภัยพิบัติทางธรรมชาติ - การแทรกแซงของกลุ่มนายทุนเอกชนภายนอก - จังหวัดใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน - ขาดความคิดสร้างสรรค์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

เมื่อนำข้อมูลที่ได้ผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix นำไปสู่การเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

* **วิสัยทัศน์** ได้แก่ "จังหวัดพิษณุโลกจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน ให้มากขึ้น"

* **เป้าประสงค์** ได้แก่

- นักทัศนอาจรและนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะภาคเหนือตอนล่างเดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก ในจำนวนที่ไม่ลดลงไปกว่าเดิม
- นักท่องเที่ยวชาวอาเซียน โดยเฉพาะจากประเทศฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และเมียนมาร์ ตอนล่างเดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก ในจำนวนเพิ่มมากขึ้น

*** ยุทธศาสตร์ ได้แก่**

ยุทธศาสตร์เชิงรุก (Penetration Strategies) ทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนา รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อตึงจำนวนนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวไทย มีดังนี้
 - 1.1 การพัฒนาพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้สร้างสรรค์ (Creative Discovery Museum)
 - 1.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)
 - 1.3 การพัฒนา รูปแบบการสื่อความหมาย (Interpretation) ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก
 - 1.4 การเชื่อมโยงพื้นที่ใกล้เคียงทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงนิเวศ โดยมีจังหวัดพิษณุโลกเป็นศูนย์กลาง
 - 1.5 การเป็นนครแห่ง MICE ในภาคเหนือตอนล่างที่มีมาตรฐานสากล
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนา รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน มีดังนี้
 - 2.1 การพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวช้อปปิ้ง (Shopping Tourism)
 - 2.2 การพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบทิวทัศน์
 - 2.3 การพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับชาวมุสลิม (Muslim Tourism)
 - 2.4 การพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนุกสนานสำหรับทุกคน ในครอบครัว
 - 2.5 การพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเทศกาลและประเพณีประจำจังหวัดพิษณุโลก
 - 2.6 การพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการรักษาพยาบาล (Health and Medical Tourism)

ยุทธศาสตร์เสริมความมั่นคง (Strengthening Strategies) ทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ (Niche Tourists) มีดังนี้
 - 1.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มสตรี (Women Tourism)
 - 1.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับ Gen Y
 - 1.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Tourism) และอารยสถาปัตยกรรม (Universal Design)
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ มีดังนี้
 - 2.1 การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคีการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก
 - 2.2 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการพัฒนาระบบจัดการความรู้ทางการท่องเที่ยว
 - 2.3 การบูรณาการเส้นทางเชื่อมโยงรูปแบบ กิจกรรม ตลอดจนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก
3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว มีดังนี้
 - 3.1 การพัฒนาภาษาต่างประเทศและการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว
 - 3.2 การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ
4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการแวะพัก มีดังนี้
 - 4.1 การสร้างความหลากหลายของร้านอาหาร
 - 4.2 การยกระดับมาตรฐานธุรกิจที่พักอาศัยในจังหวัดพิษณุโลก

ยุทธศาสตร์การคงสภาพ (Holding Strategies) ทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

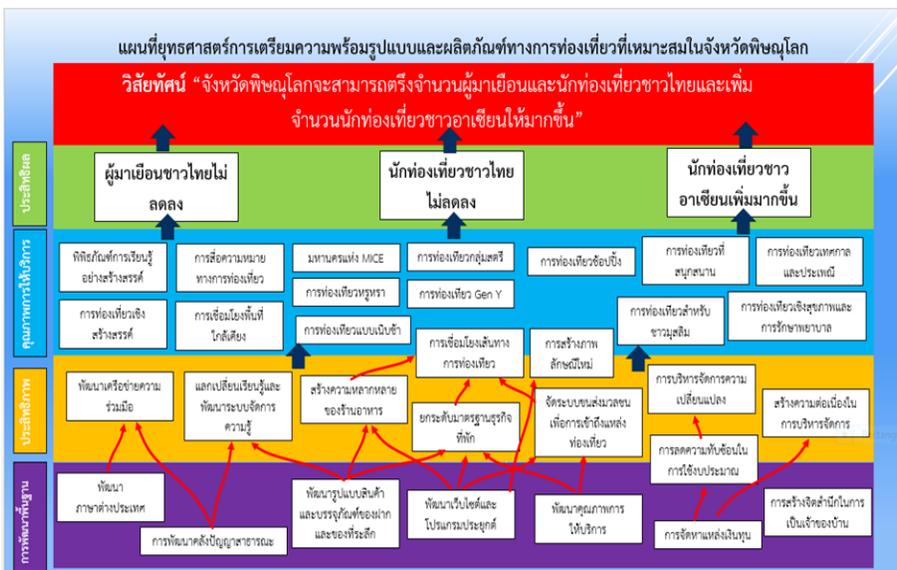
1. ยุทธศาสตร์ที่ต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก มีดังนี้
 - 1.1 การพัฒนารูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก
 - 1.2 การจัดระบบขนส่งมวลชนเพื่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพทั้งภายในและระหว่างจังหวัด และยกระดับสนามบินนานาชาติ
2. ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อจัดการความเปลี่ยนแปลงที่อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว มีดังนี้
 - 2.1 การบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลงต้นทุนทางการท่องเที่ยว
 - 2.2 การสร้างความต่อเนื่องในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การหยุดยั้ง (Terminating Strategies) ทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. ยุทธศาสตร์การนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกมีดังนี้
 - 1.1 การพัฒนาเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์ (Application) เชื่อมโยงข้อมูลการท่องเที่ยวและธุรกิจออนไลน์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก
 - 1.2 การสร้างภาพลักษณ์ใหม่ทางการท่องเที่ยว
 - 1.3 การสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี
2. ยุทธศาสตร์การจัดตั้งสหกรณ์การท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก มีดังนี้
 - 2.1 การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
 - 2.2 การลดความทับซ้อนในการใช้งบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (Tourism Public Intellectuals) ได้แก่ การจัดตั้งหน่วยสังเคราะห์งานวิจัยและบริหารจัดการองค์ความรู้จาก

การวิจัยทางการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกอย่างบูรณาการสหสาขาวิชา (Interdisciplinary) ทั้งนี้สามารถกำหนดเป็นแผนที่ยุทธศาสตร์ผังแผนภูมิที่ 2 แผนภูมิที่ 2 แผนที่ยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมรูปแบบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มา โดยชูเชยน์



4. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อมูลจากการวิจัย ก่อให้เกิดการตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับกฎารวางแผนและการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก ดังต่อไปนี้

4.1 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นคนในพื้นที่ทั้งต่างอำเภอและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งเดินทางมาจังหวัดพิษณุโลกด้วยตนเอง จึงไม่จำเป็นต้องใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเท่าใดนัก ขณะเดียวกันช่วงเวลาในการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวทั้งเชิงวัฒนธรรมและเชิงนิเวศสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ควรให้ความสำคัญนับตั้งแต่เดือนตุลาคมจนถึงเดือนมีนาคมในปีถัดไป อันเป็นช่วงรอยต่อปลายปีถึงต้นปี เนื่องจากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวช่วงปีใหม่ ตลอดจนคาบเกี่ยวกับช่วงเวลาการปิดภาคการศึกษาของนักท่องเที่ยวในวัยเรียนอีกด้วย โดยเฉพาะควรส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทการท่องเที่ยวนาคกซึ่งมีความเหมาะสมกับวัยดังกล่าว

4.2 เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาเองจึงไม่จำเป็นต้องใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้เพื่อตึงนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มากที่สุด จึงควรพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในร้านอาหารและธุรกิจของที่ระลึก ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อีกทั้งควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะด้านการคมนาคมขนส่งและด้านที่พักให้ดียิ่งขึ้น

4.3 ช่วงเวลาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอาเซียนมีความสัมพันธ์กับการปิดภาคเรียนของประเทศนั้นๆ เห็นได้จากประเทศฟิลิปปินส์จะปิดภาคเรียนช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนมีนาคม ประเทศอินโดนีเซียปิดภาคเรียนช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนมิถุนายน และประเทศสิงคโปร์ปิดภาคเรียนช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนมิถุนายน (สุพจน์ ธิยกุลบุตร, 2558, ออนไลน์) สอดคล้องกับข้อมูลจากแบบสอบถามที่นักท่องเที่ยวทั้งสามประเทศเดินทางเข้ามามากที่สุด ด้วยช่วงอายุต่ำกว่า 20 - 30 ปี อยู่ในหารศึกษาระดับปริญญาตรี และมาด้วยตนเอง อันเป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ด้วยเหตุนี้หากต้องเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวอาเซียนจึงต้องคำนึงถึงช่วงเวลาหยุดของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

4.4 กิจกรรมที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าชองบ้าน (Hosts) กับผู้มาเยือน (Guests) เป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวอาเซียนมากที่สุด อย่างไรก็ตามกิจกรรมดังกล่าวกลับถูกตั้งคำถามจากนักท่องเที่ยวเช่นกันถึงการสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่แท้จริงของจังหวัดพิษณุโลก สอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่พบว่าจังหวัดพิษณุโลกยังขาดจุดเด่นที่จะนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

โดยนัยนี้การนำเสนอกิจกรรมที่สะท้อนความเป็นจังหวัดพิษณุโลกที่แท้ (Authenticity) ผ่านการนำเสนอเรื่องราว (Story) ต่างๆ จึงไม่เพียงเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลกเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวอาเซียนเท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนสำคัญในการตึงนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มาเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกได้อีกทางหนึ่ง

4.5 ข้อควรพิจารณาในการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวได้แก่ ควรจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับเพศและช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสอดคล้องกันนับตั้งแต่การเป็นเพศหญิงที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 20ปี จนถึงอายุ 30 ปี ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ไม่แปลกนักหากกิจกรรมที่ตอบสนองความสนใจของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะได้แก่การร่วมกิจกรรมกับชาวจังหวัดพิษณุโลก เนื่องจากเป็นการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ทั้งทางวัฒนธรรมและการเรียนรู้ระบบนิเวศที่แตกต่างจากบ้านของตนเอง อีกทั้งในบางกิจกรรมยังสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานของจังหวัดพิษณุโลกอยู่แล้ว เช่น การอนุรักษ์ชีวิตชาวเรือแพ และการชิมร้านอาหารข้างทาง (Street Food) เป็นต้น

4.6 อธิบายภัยและความเปราะบางของชาวพินนุ โลกยังคงเป็นเส้นทางที่สามารถตริ่งนักท่องเที่ยวชาวไทย และเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียนเดินทางมาเที่ยวจังหวัดพินนุ โลกมากกว่าหนึ่งครั้งได้ อย่างไรก็ตามก็ยังมีปัญหาสำคัญที่ควรแก้ไข ได้แก่ ปัญหาค่านิยมความปลอดภัยของทรัพย์สินนักท่องเที่ยวและการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน

รายการอ้างอิง

เอกสารภาษาไทย

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2554 และแนวโน้มปี 2555*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดอ่างทอง. (2556). (ร่าง) รายงานการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของประเทศ (เอกสารประกอบการประชุม VDO Conference). สืบค้นวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2558 จาก <http://www.angthong.go.th/2554/component/search/?searchword=รายงานส่วนที่&ordering=newest&searchphrase=all>
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐบาลจังหวัด สำนักงานจังหวัดพินนุ โลก. (2557). *แผนพัฒนาจังหวัดพินนุ โลก พ.ศ. 2558 - 2561*. พินนุ โลก: สำนักงานจังหวัดพินนุ โลก.
- ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ และคณะ. 2554. *การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการพื้นฐานในเขตเทศบาลนครเมืองพินนุ โลก อำเภอเมือง จังหวัดพินนุ โลก*. พินนุ โลก: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ธีรวิฑู อเอกกุล. (2547). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤกษศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559. (2554). *ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 128 ตอนพิเศษ 67ง (17 มิถุนายน 2554)*.
- พีรช บุญรัตน์พันธุ์และคณะ. (2553). *แนวทางการพัฒนาจังหวัดพินนุ โลกสู่การเป็นเมืองเพื่อการพักผ่อนและส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ*. พินนุ โลก: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เพชรศรี นนทศิริ. 2556. *รูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง*. พินนุ โลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์. 2552. *ความยั่งยืนและความสามารถในการรองรับทางสังคมของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวล่องแก่งลำน้ำเข็ก จังหวัดพินนุ โลก*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรุษบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาศาสตร์สังคม มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วศิน บุญญาวศระกุล. (2550). *การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมบนพื้นที่ระเบียบวัฒนธรรม (กำแพงเพชร สุโขทัย พินนุ โลก เพชรบูรณ์)*. พินนุ โลก: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจและประเมินผลบริษัทเอ็กเซลเลนซ์บิสเนสแมนเนจเม้นท์จำกัด.(2554). *รายงานสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ประจำปี พ.ศ. 2554 (ภาคเหนือ)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สุพจน์ เอียงกฤษ. (2558). *มหาลัสมหาหลอกปิดเปิดเทอมตามอาเซียน??*. *มติชนออนไลน์*. สืบค้นวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2558 จาก http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1443530432.

สัมภาษณ์

ขจรเกียรติ แพงศรี, ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2558.

จิราวัฒน์ มิ่งามู, ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพิษณุโลก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2558.

ณัฐกร โชจีนคามณี, ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2558.

ณัฐวัฒน์ วัฒนาประสิทธิ์, เจ้าของกิจการเรนฟอเรส รีสอร์ท พิษณุโลก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557.

นพรัตน์ ทองประกอบ, หัวหน้าสำนักงานจังหวัดพิษณุโลก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2558.

บุญทรง แทนธานี, นายกเทศมนตรีเทศบาลนครพิษณุโลก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2558.

บุญทรัพย์ เลิศรุจิกุล, นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวพิษณุโลกและประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พิษณุโลก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2558.

ป้อ วิชรวงศ์วรกุล, ประธานชมรมท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเนินเพิ่มอำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 มกราคม พ.ศ. 2559.

เปรมฤดี ชามพูนท, ประธานสภาวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก อดีตนายกเทศมนตรีเทศบาลนครพิษณุโลก และอดีตผู้บริหารโรงแรมอมรินทร์นคร, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2558.

พิทักษ์ สุกจันทร์, ประธานศูนย์บริการท่องเที่ยวชุมชนบ้านรักไทย, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557.

มนต์ชัย วิวัฒน์ธนาชัย, นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557.

วาสนา คงสวัสดิ์, ผู้จัดการทั่วไปโรงแรมภัทธารา รีสอร์ท แอนด์สปา, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557.

สุทธิชัย สุขเกิด, ประธานชมรมมัคคุเทศก์อาชีพพิษณุโลก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม พ.ศ. 2558.

Translated Thai References

Documents

Akakul, T. (2004). *Research Methodology in Behavioural Sciences and Social Sciences*. Ubon Ratchathani: Ubon Ratchathani Rajabhat Institute.

Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sport. (2012). *Situation International Tourists on 2011 and Trends to 2012*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sport.

Excellent Business Management Co.,Ltd. (2011). *Tourism statistics reported in Thailand 2011 Northern*. Bangkok: Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports.

- Iangkoonchorn, S. (2015). mahalai mahalok pit poet thoem tam ASEAN??. *Maticchon Online*. Retrieved 2nd December 2015 from http://www.maticchon.co.th/news_detail.php?newsid=1443530432.
- Nonsiri, P. (2013). *Community Based Tourism in the Lower Northern Part of Thailand*. Phitsanulok: Naresuan University.
- Pampasit, R. (2009). *Sustainability and The Social Carrying Capacity of Adventure Tourism : The case Study of Rafting tourism at Keg River, Phitsanulok*. Ph.D. Dissertation in Social Development, Naresuan University, Thailand.
- Provincial Development and Strategy Group, Phitsanulok Provincial Governor's Office. (2014). *Phitsanulok Provincial Plan 2015-2018*. Phitsanulok: Phitsanulok Provincial Governor's Office.
- Punyaratabandhu, P. et al. (2010). *Development Program for Aging Health Promotion City in Phitsanulok*. Phitsanulok: Thailand Research Fund (TRF).
- Punyavuttrakul, W. (2007). *Development of Decision support System for Historical and Cultural Tourism in Corridor Area: which is in Kamphangphet, Sukhotai ,Phitsanulok and Phetchaboon*. Phitsanulok: Thailand Research Fund (TRF).
- Srisuphan, T. et al. (2011). *The study on tourism's satisfaction to use basic service provide Phitsanulok Municipality*. Phitsanulok: Pibulsongkram Rajabhat University.
- The Data, Information technology, and Communication Division, Angthong Provincial Office. (2013). (Draft) *The report to development of potential tourism destination of Thailand. (Meeting documents VDO Conference)* Retrieved 24th March 2015 from <http://www.angthong.go.th/2554/component/search/?searchword=รายงานส่วนที่&ordering=newest &searchphrase=all>
- The National Tourism Development Plan (2012-2016). (2011). Government Gazette (Ratchakitchanubeksa) Volume 128 Special editions 67D. (17th June 2011).

Interviews

- Boonsong Tantanee, Mayor of Phitsanulok Municipality, interview on 23rd July 2015.
- Boonsub Lertrujikul, Managing Director of Chaosuaphatheaw and Chairman of Phitsanulok, Tourism Council of Thailand, interview on 1st Octoberber 2015.
- Charmpoonod, Premruadee, Chairman of Phitsanulok Cultural Council, interview on 22nd September 2015.
- Jirarat Meengam, Director for TAT Phitsanulok Office, interview on 20th July 2015.
- Khachonkiet Phaengsi, Phitsanulok Provincial Tourism and Sports Officer, interview on 20th July 2015.
- Nattakorn Sojindamane, Chairman of Phitsanulok and Nearby Chapter, The Federation of Thai Industries, interview on 21st September 2015.
- Nattawat Watanaprasit, Rain Forest resort Phitsanulok, interview on 11st November 2014.
- Noppharat Thongprakob, Chief of Phitsanulok Governor's Office, interview on 24th July 2015.
- Phithak Sudchan, Head of Baan Rak Thai's Community-based Tourism Service Center, interview on 25th November 2014.
- Por Wachirawongworakoon, Chief of Tambom Noen Phoem's Community-based Tourism Club, Nakhon Thai district, Phitsanulok, interview on 7th January 2016.
- Sittichai Sukgerd, Chief of Phitsanulok Professional Tourist Guide Club, interview on 25th July 2015.
- Wassana Kongsawat, Managing Director, Pattara Resort & Spa, interview on 9th November 2014.
- Monchai Wiwattanart, Chief executive of Phitsanulok Provincial Administration Organization, interview on 12nd November 2014.