บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการอธิบาย รูปแบบการบริหารจัดการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระพุทธชินราช พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวี พิพิธภัณฑ์ผ้า มหาวิทยาลัยนเรศวร และพิพิธภัณฑ์เมืองพิษณุโลก มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ว่าปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการเพื่อให้พิพิธภัณฑ์สามารถสนับสนุนการเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและแหล่งเรียนรู้ของประชาชนทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพคืออะไรบ้าง เนื่องด้วยพิพิธภัณฑ์ทั้ง 4 แห่ง ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองพิษณุโลก ซึ่งกำลังได้รับการฟื้นฟูอนุรักษ์ทรัพยากรวัฒนธรรมครั้งสำคัญดังที่กล่าวมาแล้วไม่ว่าจะเป็นโครงการก่อสร้างศูนย์ศิลปวัฒนธรรมภาคเหนือตอนล่างและโครงการจัดตั้งศูนย์ประวัติศาสตร์เมืองพิษณุโลกและพระราชวังจันทน์

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณนั้น มีการนำแบบสอบถามไปทดสอบความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างประชากรก่อนนำมาปรับปรุงคำถาม คำตอบ รวมทั้งลงพื้นที่สังเกตแบบมีส่วนร่วมในทุกพิพิธภัณฑ์เพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ อันนำไปสู่กระบวนทัศน์การวิจัย (Research paradigm) ที่ช่วยเชื่อมโยงโลกทัศน์ (World view) และ มโนทัศน์ (Concept) ให้กับผู้วิจัยในการสร้างการรับรู้ (Perception) ต่อปรากฏการณ์และความเป็นจริงที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยววัฒนธรรม

ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลโดยแบ่ง เป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.1.1 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลส่วนบุคคล

5.1.2 สรุปและอภิปรายผลพฤติกรรมความสนใจเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์

โดยการสรุปและอภิปรายผลมีรายละเอียดดังนี้

5.1.1 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้วิจัยใช้แบบสำรวจจำนวน 400 ชุด และรวบรวมได้ทั้งหมด 400 ชุดจากพื้นที่ที่ทำการศึกษาวิจัย 4 แห่ง โดยสำรวจในช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จำนวนมากคือเสาร์และอาทิตย์ ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายมีจำนวนใกล้เคียงกับเพศหญิงคือเป็นชาย 209 ราย หญิง 191 ราย ซึ่งกลุ่มอายุผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ 4 แห่งมีความแตกต่างกันชัดเจนคือกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวีมากที่สุดมีอายุระหว่าง 36-45 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระพุทธชินราชมากที่สุดมีอายุ

ระหว่าง 26- 35 ปีโดยกลุ่มตัวอย่างที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์ผ้า มหาวิทยาลัยนเรศวรมากที่สุดมีอายุระหว่าง 21 – 25 และที่พิพิธภัณฑ์เมืองพิษณุโลก มีอายุระหว่าง 21- 25 จำนวนมากที่สุดเช่นกัน

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงานและเหตุที่มีจำนวนเพศชายมากกว่าเพศหญิงส่วนหนึ่งเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเยือนพิพิธภัณฑ์จ่าทวีมาโดยรถยนต์ส่วนตัวและคนขับรถส่วนใหญ่เป็นเพศชายซึ่งมีความสนใจเรื่องราวในอดีตที่อาจเคยสัมผัสในวัยเด็กมาก่อนหรือเคยมีประสบการณ์การใช้เครื่องมือพื้นบ้านมาก่อนตามที่ชนัญ วงษ์วิภาค (2551,น. 52) เสนอไว้เกี่ยวกับผลผลิตการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่ดึงดูดความสนใจและมีการเล่าเรื่องราวน่าสนใจทำให้มรดกวัฒนธรรมนั้นมีชีวิต สอดคล้องกับบทสรุปในกฎบัตรนานาชาติว่าด้วยการท่องเที่ยววัฒนธรรมว่าเป็นการแสวงหาประสบการณ์ของปัจเจกชนที่มีชีวิตร่วมสมัยและต้องการปาประสบการณ์เพิ่มเติม (ICOMOS,1999) เช่นเดียวกับที่ วศิน ปัญญาวุธตระกูล สรุปจากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนพิษณุโลกส่วนใหญ่มาพักผ่อน และเลือกที่จะเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์มากที่สุด (วศิน ปัญญาวุธตระกูล ,2551,น. 120) ส่วนกลุ่มอายุผู้ที่เข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระพุทธชินราชที่อยู่ในวัยเริ่มมีประสบการณ์ทำงานระยะหนึ่งแล้วสามารถเดินทางแสวงหาประสบการณ์ใหม่หรือมีความชื่นชมศรัทธาในพุทธศิลปะพระพุทธชินราชรวมทั้งเริ่มให้ความสนใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์บ้างแล้วจึงเลือกเที่ยวชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระพุทธชินราชไปพร้อมกันโดยในจำนวนนั้นมีไม่น้อยทีเดียวที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เพิ่งมีประสบการณ์ใหม่ในการเยือนพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ สำหรับกลุ่มอายุผู้เข้าชมพพิธภัณฑ์ผ้า มหาวิทยาลัยนเรศวรและพิพิธภัณฑ์เมืองพิษณุโลก มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามที่มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี เป็นจำนวนมากที่สุดนั้น จากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัยพบว่าในจำนวนเหล่านั้นเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่มาเป็นกลุ่ม 3 คนขึ้นไปและ 2 คน ทั้งเพื่อหาความรู้และเก็บข้อมูลเพื่อทำรายงาน

สำหรับข้อมูลอาชีพกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 พิพิธภัณฑ์มีความใกล้เคียงกันระหว่างพิพิธภัณฑ์ 2 แห่งคือพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระพุทธชินราชซึ่งผู้เข้าชมมีอาชีพรับราชการหรือทำงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากการเก็บข้อมูลงานวิจัยนี้ตรงกับวันเสาร์ – อาทิตย์ ซึ่งเป็นวันหยุดของข้าราชการ รัฐวิสาหกิจและพนักงานเอกชนนั่นเอง แต่อาชีพก็เป็นสิ่งที่สามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีกำลังซื้อและมีความตั้งใจเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ผู้วิจัยข้อสังเกตว่าผู้ประกอบอาชีพอิสระมีตัวเลขเข้าชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวีมากกว่าพิพิธภัณฑ์อื่นทั้งนี้เนื่องจากชื่อเสียงของพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวีเป็นที่รับรู้อย่างกว้างขวางอยู่แล้ว

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์ผ้าและพิพิธภัณฑ์เมืองเป็นนักเรียน นักศึกษามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มอายุที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์ทั้ง 2 แห่ง

ขณะที่รายได้ของกลุ่มตัวอย่างประชากรทั้ง 4 พิพิธภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับอายุและอาชีพ นั่นคือกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์ผ้าและพิพิธภัณฑ์เมืองมีจำนวนมากที่สุด ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 – 19,999 บาทเข้าชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระพุทธชินราชมากที่สุด

ข้อมูลด้านการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยมีทิศทางเดียวกัน คือระดับการศึกษาตั้งแต่อนุปริญญา ถึงปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุดในทุกพิพิธภัณฑ์เฉลี่ยร้อยละ 66.5 จากประชากรตัวอย่าง 400 ราย ทั้งนี้ McKercher and du Cros (2002,p. 80) ได้ให้ความเห็นไว้ในบทที่ 2 แล้วว่าตลาดการท่องเที่ยววัฒนธรรมเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับระดับการศึกษาของประชากรที่ดีขึ้นด้วย ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้มีความสนใจด้านมรดกวัฒนธรรมมากขึ้น

5.1.2 สรุปและอภิปรายผลพฤติกรรมความสนใจเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ในเขตเมืองพิษณุโลก

แบบสำรวจพฤติกรรมความสนใจเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ในเขตเมืองพิษณุโลกมีความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจและไม่ตั้งใจเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ซึ่งพบว่ามีปัจจัยสำคัญมาจากกลุ่มตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวรู้จักหรือเคยได้ยินชื่อพิพิธภัณฑ์แห่งนั้นมาก่อนดังเช่นกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระพุทธชินราช 268 รายจาก 400 ราย มีความตั้งใจเข้าชมสูงถึง 252 รายจาก 400 ราย ขณะที่กลุ่มตัวอย่าง 248 รายจาก 400 ราย รู้จักพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวีและมีความตั้งใจเข้าชมพิพิธภัณฑ์แห่งนี้จำนวน 204 ราย ส่วนกลุ่มประชากรที่รู้จักพิพิธภัณฑ์ผ้า 172 ราย ตั้งใจเข้าชม 134 ราย แต่ข้อสังเกตก็คือกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักพิพิธภัณฑ์เมืองพิษณุโลก 183 รายกลับตั้งใจเข้าพิพิธภัณฑ์แห่งนี้เพียง 100 ราย โดยช่องทางที่ทำให้รู้จักพิพิธภัณฑ์ทั้ง 4 แห่งมากที่สุดคือสื่อสารมวลชน ซึ่งในที่นี้หมายถึงวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์และเว็บไซต์

ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัยมีข้อมูลแต่ละพิพิธภัณฑ์อยู่แล้วก่อนตัดสินใจไปเยือน ยกเว้นพิพิธภัณฑ์เมืองพิษณุโลก มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย เนื่องจากเริ่มเปิดดำเนินการเมื่อกลางปี 2552 ทำให้ตัวเลขผู้ตั้งใจเข้าชมมีเพียง 100 รายเท่านั้นจากจำนวนตัวอย่างประชากรกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย แต่ข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างระบุไว้คือช่องทางที่ทำให้รู้จักพิพิธภัณฑ์เมืองพิษณุโลกนั้นมาจากการติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เช่นสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น กรณีดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าอิทธิพล

ของสื่อสารมวลชนมีผลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ ดังนั้นสิ่งที่พิพิธภัณฑ์จะสามารถรักษากลุ่มนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางสื่อต่างๆ รวมถึงเว็บไซต์

กลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลหลักในการเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์คือการหาความรู้ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดคือ 224 รายจาก 400 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 56 และเหตุผลรองคือการพักผ่อนหย่อนใจมีจำนวน 114 รายหรือร้อยละ 25.50 โดยมีตัวเลขความถี่ที่น่าสนใจก็คือกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 36 หรือ 144 รายจาก 400 รายเคยเข้าชมพิพิธภัณฑ์แห่งหนึ่งแห่งใดในเขตเมืองพิษณุโลกมาแล้วมากกว่า 2 ครั้ง ขณะที่ร้อยละ 33.5 หรือ 134 รายเคยเข้าชมมาแล้ว 1 ครั้ง ร้อยละ 27 หรือ 108 รายเคยเข้าชมมาแล้ว 2 ครั้ง และเมื่อให้ระบุพิพิธภัณฑ์ที่เคยเข้าชมปรากฏว่าร้อยละ 49.75 หรือ 199 รายจาก 400 ราย เคยเข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระพุทธชินราช ร้อยละ 22.50 หรือ 90 รายเคยเข้าชมพิพิธภัณฑ์ผ้า ซึ่งกลุ่มตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสนใจและประทับใจพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระพุทธชินราชมากที่สุดร้อยละ 37.50 รองลงมาคือพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวีร้อยละ 37.25 และพิพิธภัณฑ์เมืองพิษณุโลกร้อยละ 31.25 สุดท้ายคือพิพิธภัณฑ์ผ้า มหาวิทยาลัยนเรศวรร้อยละ 23.25

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจหรือประทับใจการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ในเขตเมืองพิษณุโลกสูงที่สุดคือร้อยละ 70.75 สนใจประวัติศาสตร์เมืองพิษณุโลก ร้อยละ 52 สนใจหรือประทับใจพระพุทธชินราช พระพุทธชินสีห์จำลอง และพระศรีศาสดาจำลอง และที่น่าสนใจก็คือกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 74.75 หรือ 299 รายจาก 400 รายให้ข้อมูลว่าจะกลับมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์อีก และที่ยังไม่แน่ใจคือร้อยละ 16.75 หรือ 67 รายจาก 400 ราย สุดท้ายคือร้อยละ 6.75 หรือ 27 รายจาก 400 รายยืนยันว่าไม่กลับมาชมอีก

ข้อสังเกตจากกรณีศึกษาเรื่องความสนใจหรือประทับใจการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ทั้ง 4 แห่งโดยให้กลุ่มตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาเลือกว่าสนใจหรือประทับใจอะไร คำตอบจากกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจ ในแต่ละพิพิธภัณฑ์คือประทับใจพระพุทธชินราชซึ่งสอดคล้องสัมพันธ์กับพระราชนิพนธ์ “เที่ยวเมืองพระร่วง” ว่า แม้ในเมืองพิษณุโลกจะไม่มีชิ้นอะไรเหลืออยู่อีกเลย ขอให้มีแต่พระพุทธชินราชเหลืออยู่แล้วยังคงจะอวดได้เสมอว่ามีของดีควรดูควรชมอย่างยิ่ง (มงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวฯ, พระบาทสมเด็จพระ, 2520, น. 86) และนี่คือจุดแข็งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมในเมืองพิษณุโลกได้รับประโยชน์โดยตรงมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งที่เพิ่งมาเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์แต่ละแห่งเป็นครั้งแรกและที่มาแล้วหลายครั้งให้คำตอบว่าจะกลับมาอีก ซึ่งสะท้อนให้เห็นความสนใจและประทับใจ แต่สิ่งที่พิพิธภัณฑ์ต้องใส่ใจ

คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาหรือไม่ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ระบุว่าจะไม่กลับมาอีก เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจพบความบกพร่องและการนำเสนอที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากที่เคยชมมาแล้ว ทำให้เกิดความรู้สึกว่าไม่จำเป็นต้องกลับมาอีกเพราะพิพิธภัณฑ์ไม่ให้ประสบการณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยวได้มากเท่าที่ควรนั่นเอง

จากสรุปผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวรู้จักและตั้งใจเข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระพุทธชินราชมีปัจจัยสำคัญจากการที่พระพุทธชินราชเป็นพระพุทธรูปสำคัญที่ประดิษฐานภายในวิหารพระพุทธชินราช ซึ่งภายในมีศิลปโบราณวัตถุ จิตรกรรมฝาผนังและบานประตูไม้ประดับมุขเป็นศิลปกรรมชิ้นเอก ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จัก ศรัทธาและพากันมากราบไหว้อยู่เสมอ แต่การเดินทางเข้าไปนมัสการต้องผ่านประตูวิหารพระพุทธชินสีห์จำลองด้านทิศเหนือนั้นมีผลให้นักท่องเที่ยวต้องแวะนมัสการพระพุทธชินสีห์และเยี่ยมชมศิลปโบราณวัตถุที่จัดแสดงไปด้วย

2. ช่องทางที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างประชากรรู้จักพิพิธภัณฑ์ทั้ง 4 แห่งมากที่สุดร้อยละ 45.25 หรือ 181 รายจาก 400 รายคือรู้จักจากสื่อสารมวลชนโดยในงานวิจัยนี้หมายถึงวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลทุติยภูมิที่ผู้วิจัยค้นคว้าจากเอกสาร เว็บไซต์และรายการวิทยุโทรทัศน์เนื่องจากพิพิธภัณฑ์ทั้ง 4 แห่งได้รับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านรายการโทรทัศน์ทั้งส่วนกลางและท้องถิ่นมีการตีพิมพ์ข่าวในสื่อสิ่งพิมพ์และมีเว็บไซต์ที่สามารถเข้าชมรายละเอียดได้แต่ความถี่ที่รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่าง 108 รายจาก 400 รายหรือร้อยละ 27 ที่รู้จักพิพิธภัณฑ์ทั้ง 4 แห่งจากคำบอกเล่าหรือการบอกต่อๆ กัน ซึ่งเป็นข้อมูลที่พิพิธภัณฑ์นำไปใช้ประโยชน์ได้โดยตรงเนื่องจากมีลักษณะเป็นการตลาดปากต่อปาก (Words of mouth) ซึ่งมีคุณค่าสูง(High value) มีต้นทุนต่ำ (Low cost) แต่การตลาดแบบปากต่อปากจะเกิดขึ้นได้ต้องขึ้นอยู่กับคนที่เป็นศูนย์กลาง (Hub) ในการอธิบายหรือโน้มน้าวให้คนรอบข้างยอมรับและเชื่อถือ รวมทั้งขึ้นอยู่กับการบริการ และประสบการณ์ความประทับใจที่ได้รับจากพิพิธภัณฑ์ด้วยเช่นกัน

3. ข้อมูลความสนใจและความประทับใจที่มีต่อเรื่องราวการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์คือเรื่องราวประวัติศาสตร์เมืองพิษณุโลกและพระพุทธรูปสำคัญ มีปัจจัยมาจากภาพลักษณ์และชื่อเสียงของเมืองพิษณุโลกซึ่งเป็นอดีตราชธานีทั้งในสมัยสุโขทัยและกรุงศรีอยุธยา เป็นที่รับรู้ว่าเป็นเมืองที่ประสูติของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช และยังมีพระพุทธรูปที่ได้รับการยกย่องว่ามีพุทธศิลปะที่งดงามนั่นคือพระพุทธชินราช รวมทั้งยังเป็นแหล่งพระเครื่องที่มีชื่อเสียงคือพระนางพญา

ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงรู้จักชื่อเสียงของพิษณุโลกในมิติทางประวัติศาสตร์ มากกว่ามิติอื่นๆ ทำให้ข้อมูลความสนใจเรื่องดังกล่าวมีความถี่สูง

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยเชิงปริมาณ

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่ากลุ่มตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยทั่วไปที่สำรวจพบในพื้นที่ที่ทำการศึกษาวิจัย 4 แห่ง คือพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวี พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระพุทธชินราช พิพิธภัณฑ์ผ้า มหาวิทยาลัยนเรศวร และพิพิธภัณฑ์เมืองพิษณุโลก มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำนวน 400 ตัวอย่างมีทั้งที่มีประสบการณ์การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์และกลุ่มที่เพิ่งมีประสบการณ์ครั้งแรก แต่จากการสรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณและการอภิปรายสรุปผลสามารถสรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พบในแต่ละพิพิธภัณฑ์ไม่ได้คาดหวังว่าพิพิธภัณฑ์ทั้ง 4 แห่งจะต้องให้บริการที่ดีที่สุด ให้ประสบการณ์ใหม่หรือต้องให้ความรู้ความเพลิดเพลินอย่างเต็มที่ รวมทั้งไม่ได้คาดหวังว่าจะได้ชมเทคโนโลยีทันสมัยในพิพิธภัณฑ์ แต่ต้องการเพียงการให้ข้อมูลที่เข้าใจง่ายและไม่น้อยเกินไปรวมทั้งการอธิบายหรือนำชมบ้างตามสถานการณ์ ดังนั้นพิพิธภัณฑ์อาจจะปรับปรุงเรื่องข้อมูลที่อธิบายประกอบการจัดแสดง และสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่ามีความสนใจเรื่องราวในพิพิธภัณฑ์มากน้อยอย่างไร ต้องการความช่วยเหลือหรือต้องการทำความเข้าใจเรื่องใดเป็นพิเศษหรือไม่รวมทั้งสามารถสอบถามความสนใจเฉพาะเรื่องก่อนการนำชมพิพิธภัณฑ์ก็ได้เช่นกัน

2. ความสะอาดเป็นหัวใจสำคัญอันดับต้นๆ ของทุกพิพิธภัณฑ์ ซึ่งผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกันทุกพิพิธภัณฑ์ เพราะนอกจากลักษณะอาคารสิ่งปลูกสร้างแล้วสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้คือความสะอาด ซึ่งจะก่อให้เกิดความสบายตา ความสุขและความเพลิดเพลินในการชมพิพิธภัณฑ์ได้ยาวนานขึ้น อย่างไรก็ดีพิพิธภัณฑ์ที่ทำการศึกษาส่วนใหญ่สามารถตอบสนองความรู้สึกดีๆ เหล่านี้ได้ดี

3. เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน ที่สามารถตัดสินใจได้ด้วยตัวเอง เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและมีโอกาสกลับมาเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์อีกหลายครั้ง จำเป็นต้องอย่างยิ่งที่พิพิธภัณฑ์จะต้องสร้างความประทับใจ ความทรงจำที่ดีและควรสื่อสารด้วยวิธีการต่างๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมกลับมาชมพิพิธภัณฑ์และเป็นการสร้างนักท่องเที่ยวประจำไปพร้อมกัน

4.นักท่องเที่ยวไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกจากพิพิธภัณฑ์มากนัก จึงไม่จำเป็นที่พิพิธภัณฑ์จะต้องสิ้นเปลืองงบประมาณในการให้บริการ เช่นการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ การเปิดเครื่องปรับอากาศในขณะที่มีนักท่องเที่ยวไม่กี่คน หรือเปิดไฟที่มีแรงเทียนสูงตลอดเวลา ซึ่งในบางห้องจัดแสดงสามารถให้แสงธรรมชาติสาดส่องเข้ามาทำให้เกิดมิติและมุมมองที่ดีขึ้นได้

5. พิพิธภัณฑ์ทั้ง 4 แห่งควรเชื่อมโยงองค์ความรู้หรือจัดกิจกรรมพิเศษร่วมกันเพื่อสร้างความเคลื่อนไหวและกระตุ้นความสนใจของคนในท้องถิ่นให้เห็นคุณค่าและร่วมกันเรียนรู้ความเป็นมาของท้องถิ่นผ่านพิพิธภัณฑ์มากกว่าที่จะไปเรียนรู้ในแหล่งเรียนรู้ที่ไกลตัว

6. พิพิธภัณฑ์ควรสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายสำคัญคือสถานศึกษาในท้องถิ่นที่มีหลายร้อยแห่งด้วยการให้ข้อมูลและจุดเด่นของพิพิธภัณฑ์มากพอที่ครูหรือผู้บริหารสถานศึกษาจะตัดสินใจพานักเรียนเรียนรู้นอกห้องได้มากขึ้น

7. พิพิธภัณฑ์ควรมีการปรับเปลี่ยนการจัดการแสดงในลักษณะหมุนเวียนและเน้นเรื่องหนึ่งเรื่องใดเป็นพิเศษเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงและเข้าใจในเรื่องนั้นๆ อย่างลึกซึ้ง และส่วนที่เหลือก็สามารถเรียนรู้ผ่านข้อมูลทั่วไปหรือการนำชมสั้นๆ

8. นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเข้าชมพิพิธภัณฑ์คือบุคคลสำคัญ ที่พิพิธภัณฑ์ต้องตระหนักเสมอและต้องสร้างกิจกรรมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในพิพิธภัณฑ์ให้นานขึ้น เพราะจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมงซึ่งถือว่าน้อยมากสำหรับการชมพิพิธภัณฑ์

9. พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ควรมีจิตใจที่พร้อมให้บริการ (Service mind) อยู่เสมอ มีความสดชื่นแจ่มใสและกระตือรือร้นที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกมีชีวิตชีวาไปด้วย

10. พิพิธภัณฑ์ต้องสร้างการรับรู้หรือทัศนคติใหม่แก่นักท่องเที่ยวที่มีฐานคิดเดิมว่าในพิพิธภัณฑ์มีแต่ของเก่าไร้ชีวิต ด้วยการสร้างกิจกรรมพิเศษในพื้นที่ว่าง ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและสัมผัสสิ่งของเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่มีอยู่ในพิพิธภัณฑ์

5.2.2 **ข้อเสนอแนะจากการวิจัยเชิงคุณภาพ**

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) กับพิพิธภัณฑ์และการท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นปัญหาหลายด้านที่ควรมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดแนวทางและแนวการปฏิบัติให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริงที่เป็นปัญหาดังนี้

1. ผู้ว่าราชการจังหวัดควรเป็นเจ้าภาพจัดประชุมแลกเปลี่ยนความคิด ความรู้และให้การสนับสนุนอย่างชัดเจนทั้งผ่านนโยบายที่ต้องปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันรวมทั้งกำหนดจุดยืนให้ชัดเจนว่าพิษณุโลกจะใช้ทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นตัวขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อื่นๆ ได้หรือไม่

2. ตัวแทนภาครัฐเช่นวัฒนธรรมจังหวัดและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพิษณุโลก ที่มีบทบาทสนับสนุนทั้งการฟื้นฟูอนุรักษ์และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับวัฒนธรรม ซึ่งมีพิพิธภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งได้เป็นรูปธรรมอย่างไรพร้อมจัดทำแผนปฏิบัติการฉบับเดียว

3. ผู้บริหารพิพิธภัณฑ์ทั้ง 4 แห่งมีศักยภาพในการจัดการพิพิธภัณฑ์อย่างมีคุณภาพแต่ยังอยู่แบบเดี่ยวๆ (Stand alone) ขาดการเชื่อมโยงองค์ความรู้และความเคลื่อนไหวต่างๆ เพื่อสร้างวาระการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ให้มีความหมายและมีความสำคัญมากขึ้น

4. พิพิธภัณฑ์ต้องแสวงหาความร่วมมือหรือการสนับสนุนจากองค์กรที่ทำธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อให้เป็นผู้อุปถัมภ์หลัก (Founding sponsor) ภายใต้ข้อตกลงที่ชัดเจนว่าจะไม่ครอบงำหรือแทรกแซงการบริหารจัดการหรือมีวาระซ่อนเร้นในการให้พิพิธภัณฑ์เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้า

5. พิพิธภัณฑ์ทั้ง 4 แห่งต้องสร้างทีมงานหรือสร้างความร่วมมือกับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการเขียนโครงการของบประมาณจากหน่วยงานต่างๆ เพื่อทำกิจกรรมทั้งในหรือนอกพิพิธภัณฑ์รวมทั้งเป็นการระดมทุนทางตรงและทางอ้อม

6. ผู้บริหารพิพิธภัณฑ์ต้องเปิดกว้างด้วยการเข้าหาหรือเชิญชวนชุมชนท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของพิพิธภัณฑ์ มีความรักพิพิธภัณฑ์และเกิดจิตอาสาในการช่วยเหลือกิจกรรมของพิพิธภัณฑ์ต่อไป

7. พิพิธภัณฑ์ต้องสร้างกระบวนการและวิธีการเรียนรู้หลายระดับกับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีภูมิหลังที่แตกต่างกันเพื่อรับมือกับหลายปัญหาที่จะเกิดขึ้นและเป็นการลดความเสียหายให้กับสิ่งของที่จัดแสดง

8. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและพิพิธภัณฑ์ควรวางแผนร่วมกันเพื่อสร้างปรากฏการณ์ใหม่ในการเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ด้วยรูปแบบพิเศษเช่นการเที่ยว 4 พิพิธภัณฑ์ใน 1 วัน พร้อมกับพาชมวิถีชีวิตชุมชน ชิมอาหารขึ้นชื่อและซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

9. พิพิธภัณฑ์ควรมีการสำรวจวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยแบบฟอร์มที่เข้าใจง่ายเพื่อประเมินสถานการณ์ความเป็นจริงในแต่ละสัปดาห์หรือรายเดือน รายสามเดือน

10. ผู้บริหารพิพิธภัณฑ์ต้องตระหนักเสมอว่านักท่องเที่ยวทุกคนต้องการความสุขความเพลิดเพลินไม่น้อยไปกว่าความรู้ ดังนั้นนักท่องเที่ยวคือผู้แสวงหาประสบการณ์ไม่ใช่ผู้รองรับปัญหาต่างๆ ของพิพิธภัณฑ์

5.2.3 **ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป**

เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมที่มีศักยภาพ มีส่วนแบ่งในตลาดการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รวมทั้งให้พิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ตอบสนองการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชนทุกคนและทุกระดับทั้งในท้องถิ่นและทั่วประเทศ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดพิษณุโลก
2. ศึกษาแนวทางการสร้างองค์ความรู้ร่วมกันระหว่างพิพิธภัณฑ์ที่มีอยู่ในเขตเมืองพิษณุโลก