

## บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวความสนใจพิเศษในเขตอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (สถาปัตยกรรม) มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษในเขตอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (สถาปัตยกรรม) และ 2) เพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจขององค์กรเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (สถาปัตยกรรม) ในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในเขตอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (สถาปัตยกรรม) โดยทำการวิจัยแบบผสานวิธี และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยแบ่งกลุ่มโควตาเป็น 3 กลุ่ม ประกอบไปด้วย 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชาวไทย จำนวน 200 ตัวอย่าง และต่างชาติ 200 ตัวอย่าง 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ ประกอบไปด้วย 2 กลุ่มย่อย ได้แก่ 2.1) กลุ่มบริษัท และองค์กรมหาชน จำนวน 62 ตัวอย่าง และ 2.2) กลุ่มสถาบันการศึกษาในประเทศที่มีหลักสูตรสถาปัตยกรรม จำนวน 42 ตัวอย่าง และสถาบันการศึกษาต่างประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จำนวน 100 ตัวอย่าง 3) กลุ่มสมาคม ชมรม บริษัทนำเที่ยว และเอเจนต์ จำนวน 44 ตัวอย่าง รวมกลุ่มตัวอย่างในการพัฒนาช่องทางการตลาด จำนวน 648 ตัวอย่าง สำหรับการพัฒนาโมเดลธุรกิจขององค์กรเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (สถาปัตยกรรม) ในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจะดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับองค์กรเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (คณะทำงานกลุ่มศูนย์กลางประสานเครือข่ายในปัจจุบัน) ทั้งในจังหวัดลำพูน และจังหวัดแพร่ ผลการวิจัยพบว่า ช่องทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษในเขตอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (สถาปัตยกรรม) นั้น นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรใช้การตลาดผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนนักท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ ในกลุ่มบริษัทมหาชน และกลุ่มสถาบันการศึกษา ตลอดจนกลุ่มบริษัทนำเที่ยว และเอเจนต์ควรใช้การตลาดทางตรงผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ทางโทรศัพท์ และการใช้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลเป็นสำคัญ ทั้งนี้การเชิญเข้าร่วมกิจกรรมแฟมทริปจะสามารถทำให้เกิดโอกาสในการตัดสินใจซื้อกิจกรรม และโปรแกรมการท่องเที่ยวมากขึ้น ด้านโมเดลธุรกิจขององค์กรเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (สถาปัตยกรรม) ในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว นั้น ได้นำเสนอ 4 โมเดลทั้งในจังหวัดลำพูน และจังหวัดแพร่ โดยพบว่าการสร้างคุณค่าของกิจกรรมและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และการมีประสบการณ์ร่วมในการสร้างคุณค่าและผลลัพธ์ทางสังคมนั้นจะเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว หากองค์กรเพื่อการท่องเที่ยวในเขตอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (สถาปัตยกรรม) ของทั้งสองเมือง ลำพูนและแพร่สามารถดำเนินการได้ดีก็จะส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นเป้าหมายหลักขององค์กรต่อไป

## Abstract

The objectives of this research are:: 1) to develop marketing channels that are in line with the needs of special interest tourists in the preserved area of cultural heritages (architecture) and 2) to develop the business model of tourism organization in the preserved area of cultural heritages (architecture) to generate income from tourism. This research uses mixed-method and participatory action research approach. Samples were selected by quota technique including 1) 200 culture-orientated Thai tourists and culture-orientated 200 foreign tourists. 2) Volunteer tourists consisting of 2 sub-groups: 2.1) 62 companies and public organizations, and 2.2) a group of 42 domestic educational institutions that have architectural programs and 100 foreign institutions in the Asia-Pacific 3) 44 tour companies, associations, clubs and bloggers. The total samples are 648 samples. The development of business models for tourism organization in the preserved area of cultural heritages (architecture) to generate income from tourism was conducted by using collaborative research with the destination management organizations (coordinating center at the present) in both Lamphun and Phrae. The results of the research showed that marketing channels that correspond to the needs of special interest tourists were social media. For volunteer tourists in public companies and educational institutions, and travel agencies, the marketing channels should be through direct email, telephone and personal relationships, invitations to participate in the famtrip can create opportunities of purchasing. The business model of the tourism organization in the preserved area of cultural heritages (architecture) (coordinating center at the present) for generating income from tourism proposed 4 business models in both Lamphun and Phrae and showed that the creating value for activities and innovative tourism programs and the shared experiences in creating value and social outcomes will be a selling point. If the organizations in both Lamphun and Phrae can perform well, the result will be sustainability in the preservation of cultural heritage which is the main goal of the organizations.