บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่องมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการจัดทำแผนที่วัฒนธรรม เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเสนอแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเพื่อนำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่อง การศึกษาวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยคณะผู้วิจัยใช้ แบบสอบถามความพึงพอใจในการทดสอบเส้นทางการท่องเที่ยว เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ในลักษณะเชิงสำรวจ การสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่องซึ่ง มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและศักยภาพจำนวน 47 แห่ง ผู้วิจัยจึงมีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสร้างแผนที่ข้อมูล ได้แก่ข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ รูปแบบวัฒนธรรม และกิจกรรมของพื้นที่ โดยในส่วนของเรื่องราว ความเป็นมาและความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ได้นำมาลำดับเป็นแผนภาพข้อมูลแผนที่เชิงวัฒนธรรม โดยมีแนวทางการเพิ่มศักยภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่อง ในด้านการเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว พัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยว พัฒนาศักภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยว ทางด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมและการเชื่อมโยงระบบขนส่ง การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และมีแนวทางการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่องโดยการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ตามหลักการของ STP คือการแบ่งส่วนการตลาด การกำหนดเป้าหมาย และกำหนดจุดยืนของการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยว มีแนวทางการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ต่อเนื่อง ประกอบด้วยกลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และสร้างประสบการณ์ที่ดีระหว่างการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 2 การเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ กลยุทธ์ที่ 3 ารนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการท่องเที่ยวอย่างครบวงจรและการสร้างสรรค์ทางด้านการตลาด กลยุทธ์ที่ 4 การจัดการความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และนำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่สวนดุสิตและพื้นที่ โดยวิเคราะห์ผ่านการประเมินจุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่ จนสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวจำนวน 2 เส้นทางคือธีมเส้นทางสวนดุสิต “สยามใหม่”ธีมเส้นทาง “ศิลปะดนตรี วิถีชนชาติ”

ดังนั้นกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชน ดังนั้นเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวในพื้นที่จึงควรมุ่งเน้นผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการฟื้นฟู รักษา และส่งต่อ คุณค่าทางวัฒนธรรมไทยให้แก่คนรุ่นต่อไป ตลอดจนสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว จนทำให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การบริหารจัดการ ศักยภาพการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พื้นที่สวนดุสิต

ABSTRACT

The Research on Guidelines for Cultural-Based Tourism Management and Potentials Development in Suan Dusit areas and connected areas has its main objectives including 1) to collect data for cultural map provision; 2) to propose guidelines for cultural-based tourism potentials development; 3) to propose guidelines for tourism-based marketing management; 4) to propose guidelines of management for tourism-based tourism potentials development; and 5) to propose cultural-based tourism routes in Suan Dusit areas and connected areas. This Research was a quantitative research. The Researchers used tourism route satisfaction test questionnaires to collect quantitative data together with qualitative researches, structural interviews and group conversation to collect qualitative data.

According to the research result, it was found that there were 47 valuable and potential cultural-based tourist attractions in Suan Dusit areas and connected areas. The Researchers used in-depth interviews to create data maps including historical data, cultural patterns, and activities of areas, backgrounds and historical significance and to create sequences of diagrams of cultural-based data map with guidelines for increase of potentials of cultural-based tourist attractions in terms of the added value, improvement of physical environment, development of tourism activities, development of potentials on tourism support, provision of information and knowledge to tourists, and guidelines for tourism-based marketing management, and determined marketing strategies as per STP Principles, i.e., market sharing, determination of goals and marketing standpoints for tourists, as well as guidelines of management for tourism-based tourism potentials development consisting of 1st Strategy: “The development as a creative tourism for well experienced travelling”; 2nd Strategy: “The preparation to support traveler and linkage establishment among localize community, entrepreneur and government agencies”; 3rd Strategy: “Implement the digital technology into the entired travelling and creativity marketing”; 4th Strategy: “The management for the basic facilities in travelling”, and also

proposed cultural-based tourism routes, and analyzed them through evaluation of strengths and weakness of areas, and created 2 tourism routes, including theme of “Neo Siam” of Suan Dusit Route and theme of “Art, Music and Ways of Races” Route.

Therefore, cultural-based tourism strategies have been involved with several sectors, particularly communities. Marketing strategies for area-based tourism should emphasize economic benefits concurrently with restoration, conservation and passing of Thai cultural values onto younger generations, as well as creation of recognition among tourists for creation of sustainable economic value.

Keywords: Management, Tourism Potentials, Cultural-Based Tourism, Suan Dusit Areas