

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยด้วยแนวคิดพิพิธภัณฑ์  
จุดหมายปลายทาง

PROMOTING OF MUSEUM TOURISM IN THAILAND WITH THE CONCEPT  
OF DESTINATION MUSEUM

ฐาปกรณ์ ทองคำนุช<sup>1</sup> เกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์<sup>2</sup> และอรวรรณ สิริสวัสดิ์ อภิขยกุล<sup>3</sup>  
Thapakorn Thongkamnush<sup>1</sup> Ketwadee Buddhahumbhitak<sup>2</sup> and Orawan Sirisawat Apichayakul<sup>3</sup>

<sup>1</sup>นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร  
จังหวัดพิษณุโลก

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

<sup>3</sup>อาจารย์ประจำ ภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

<sup>1</sup>Doctor of Philosophy Program in Tourism Management Naresuan University, Phitsanulok

<sup>2</sup>Lecturer, Doctor of Philosophy Program in Tourism Management Naresuan University, Phitsanulok

<sup>3</sup>Lecturer, Department of Communication Arts, Naresuan University, Phitsanulok

E-mail Thaprakorn\_5@hotmail.com, ketwadeebu@nu.ac.th, orawana@nu.ac.th

Received:	May 5, 2020
Revised:	June 22, 2020
Accepted:	June 25, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง 2) ศึกษาบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง และ 3) เพื่อเสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยด้วยแนวคิดพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ จำนวน 74 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง พบว่า นิยามของพิพิธภัณฑ์ในฝั่งอุปทานนั้นเน้นไปที่การส่งมอบประสบการณ์การเรียนรู้ และรวบรวมอนุรักษ์ทรัพยากรมรดกวัฒนธรรม ในขณะที่นักท่องเที่ยวนิยามเพิ่มเติมว่าพิพิธภัณฑ์เป็นพื้นที่การเรียนรู้คู่กับการพักผ่อน และการวิเคราะห์จากกรอบแนวคิดระบบการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์พบองค์ประกอบเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ 8 ประเด็น ดังนี้การจัดนิทรรศการภายในพิพิธภัณฑ์ นวัตกรรมเทคโนโลยี กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในพิพิธภัณฑ์ การจัดการระบบโลจิสติกส์และการคมนาคม ร้านขายของที่ระลึก มีคคุเทศก์หรือนักสื่อความหมาย และ ธุรกิจที่พกแรมรอบ ๆ พิพิธภัณฑ์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นการท่องเที่ยว 2) ศึกษาบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง พบว่า การปฏิสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากทั้งฝั่งพิพิธภัณฑ์และฝั่งการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์

และ 3) เสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยด้วยแนวคิดพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง พบว่า อิมเนจทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ ได้แก่ (1) การออกแบบกิจกรรมที่เน้นสร้างความสนุกสนาน (2) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ (3) การออกแบบภูมิทัศน์บริการและการส่งมอบบริการแก่นักท่องเที่ยว (4) การสร้างอัตลักษณ์และการจัดการวัฒนธรรม และ (5) การส่งมอบประสบการณ์การเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับชีวิตปัจจุบัน

### คำสำคัญ

การท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง ระบบการท่องเที่ยว

### ABSTRACT

This research aimed to 1) study the components of tourism focusing on destination museums, 2) examine the roles and responsibilities of the stakeholders for museum tourism, and 3) suggest guidelines to promote museum-based tourism under the destination museum concept. The qualitative research employed an in-depth interview with 74 participants who were involved in museum tourism.

The results to showed that 1) Study the elements of museum tourism destination results were the definition of a museum from the supply part focused on museums offering learning experiences, which included the conservation of cultural heritage. In tourists 'viewpoints, an additional definition was that a museum was a place of learning and recreation. The results from the analysis based on the framework of museum tourism found that there were eight components to enhance museum tourism. These comprised exhibitions organized at a museum, technological innovations, museum tourism activities, facilities and services provided by the museum. Logistics and transport system management, souvenir shops, guides or interpreters, and accommodation businesses around a museum as a part of the tourism promotion. 2) Study the roles and responsibilities of stakeholders museum tourism destination results were interaction and collaborative work among the stakeholders of museums and tourism were essential to construct the network of museum tourism. and 3) Guidelines for promoting museum tourism in Thailand with the concept of museum destination results were presented five themes of guidelines for museum tourism promotion: 1) Designing activities at a museum by emphasizing fun, 2) Effective human resource management, 3) Designing the landscape on services and providing tourists with services at the museum, 4) Identifying the construction and cultural management for the museum, and 5) conveying learning experiences that could connect to the present lifestyle.

**Keywords**

Museum Tourism, Destination Museum, Tourism Systems

**ความสำคัญและปัญหา**

พิพิธภัณฑ์ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ และเป็นส่วนหนึ่งของจุดดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม อีกทั้งพิพิธภัณฑ์ยังยกระดับประเทศหรือเมืองที่พิพิธภัณฑ์นั้นตั้งอยู่ ให้มีฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ และเป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจที่กระตุ้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้กับประเทศนั้น ๆ (Silberberg, 1995) สถานการณ์พิพิธภัณฑ์ทั่วโลก โดยสภาพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติ (International Council of Museum หรือ ICOM) ได้ระบุว่า มีพิพิธภัณฑ์มากกว่า 55,000 พิพิธภัณฑ์ใน 202 ประเทศ โดยพิพิธภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ระดับโลก เช่น พิพิธภัณฑ์ลูฟร์ในปารีส ประเทศฝรั่งเศส ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ถึง 10.2 ล้านคนต่อปี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติของจีน ในกรุงปักกิ่งมีจำนวนผู้เข้าชมสูงสุดเป็นอันดับสอง ด้วยจำนวน 8.61 ล้านคน ต่อปี ในขณะที่พิพิธภัณฑ์ศิลปะเมโทรโพลิแทนของนครนิวยอร์กเป็นอันดับสามด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวเยี่ยมชม 7.36 ล้านคน ต่อปี จะเห็นได้ว่า พิพิธภัณฑ์นั้นจะเป็นจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยว ในรูปแบบที่ตอบโจทย์ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษทางมรดกวัฒนธรรม (Daskalaki, 2020) พิพิธภัณฑ์มีแนวโน้มจะถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จากข้อมูลของ ICOM ได้กล่าวถึง แนวโน้มการสร้างพิพิธภัณฑ์ใหม่ ๆ ในหลายประเทศทั่วโลกสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงมรดกและวัฒนธรรม (Heritage and Cultural Tourism) (Prentice, 2001) ดังเช่น National Museum of Qatar ที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ในปี ค.ศ. 2019 โดยมีนโยบายเพื่อสร้างให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหลักของประเทศกาตาร์

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรม ประเทศไทยมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย อาทิ โบราณสถาน หอศิลป์ ชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะ พิพิธภัณฑ์ ที่ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม (Richards, 2006; Lambert & Henderson, 2011) พิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยนั้นมีจำนวนทั้งสิ้น 1,552 พิพิธภัณฑ์ ซึ่งกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ โดยมีการบริหารจัดการที่มีรูปแบบการทำงานแตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจากหน่วยงานภาครัฐที่ขึ้นต้นกับกระทรวงวัฒนธรรม การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์โดยชุมชน สถาบันการศึกษา เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือแม้กระทั่งมูลนิธิไม่แสวงหากำไร โดยมีหน่วยงานที่เรียกว่า สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ ที่เป็นหน่วยงานในการสร้างเครือข่ายกับพิพิธภัณฑ์อื่นทั่วประเทศ เพื่อร่วมสร้างมาตรฐานกระบวนการเรียนรู้และการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ให้มีคุณภาพ และมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่สนับสนุนทางการตลาดทางการท่องเที่ยว ซึ่งจากการสำรวจวรรณกรรมเบื้องต้น ประเทศไทยยังไม่มีแผนเชิงปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ที่บูรณาการการทำงานหลากองค์ประกอบเป็นรูปธรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น แนวคิดพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทางได้ประยุกต์มาจากการสังเคราะห์วรรณกรรมจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่ศึกษาแนวคิดระบบการท่องเที่ยว (Prosser & Hunt, 2000; Leiper, 1999; Mill & Morrison, 2002) และแนวคิดของ Erving Goffman ที่กล่าวถึงบทบาทของตัวตนในชีวิต (Goffman, 2002) ได้ถูกนำมาประยุกต์เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ ค้นหาช่องว่างเพื่อศึกษาองค์ประกอบของระบบการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ และเพื่อนำไปเป็นส่วนช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย

จากเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพื่อค้นหาองค์ประกอบปัจจัยที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบพิพิธภัณฑ์และมรดกวัฒนธรรมท่ามกลางความหลากหลายขององค์กรที่บริหารงานพิพิธภัณฑ์ จากมุมมองของทั้งฝั่งอุปสงค์และอุปทานด้านการท่องเที่ยวและพิพิธภัณฑ์ ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะได้ แผนการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้วางแผนพัฒนาพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานภาครัฐเอกชนต่อไป

### โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

แนวทางการส่งเสริมพิพิธภัณฑ์ของไทยให้ทัดเทียมพิพิธภัณฑ์ระดับโลกควรเป็นอย่างไรจึงจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ท่ามกลางความหลากหลายขององค์กรที่บริหารงานพิพิธภัณฑ์และการท่องเที่ยวในประเทศไทยและในสภาวะที่ยังไม่มีแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์อย่างเป็นรูปธรรมที่แน่ชัด

### วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง
2. เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง
3. เพื่อเสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยด้วยแนวคิดพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวและพิพิธภัณฑ์แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากฝั่งการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ฉากหน้า (Museum Tourism Front Stage) และฝั่งการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ฉากหลัง (Museum Tourism Back Stage) จำนวน 26 คน 2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็น Audience คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหรือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะเป็น นักท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ (Museum Tourists) จำนวน 38 คน 3. ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 74 คน ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการสุ่ม

กรณีหลากหลาย (maximum variation sampling) ของ Mile & Huberman (1994) โดยใช้เทคนิคการสุ่มกรณีหลากหลายซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนไม่มากแต่เป็นผู้ให้สัมภาษณ์สำคัญ (Key Performer)

การสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) นอกจากนี้ งานวิจัยยังใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาจากข้อมูลสนทนาระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้คัดสรรมานั้นมาจากพื้นที่ในการวิจัย โดยการเลือกจากพิพิธภัณฑ์ที่เป็นพิพิธภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมทั้งหมด 18 แห่ง ที่ได้รับความนิยมและมีจำนวนผู้เข้าชมอยู่ในระดับต้นของประเทศไทย โดยมาจากข้อมูลอ้างอิงใน [www.museumthailand.com](http://www.museumthailand.com) สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ ได้แก่ 1. องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ จังหวัดปทุมธานี 2. พิพิธภัณฑ์แมลงโลกและสิ่งมีชีวิตจรรยธรรมชาติ จังหวัดเชียงใหม่ 3. สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต 4. พิพิธภัณฑ์แพทย์ศิริราช กรุงเทพมหานคร 5. หอศิลป์ร่วมสมัยราชดำเนิน กรุงเทพมหานคร 6. พิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย กรุงเทพมหานคร 7. นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร 8. หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร 9. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร กรุงเทพมหานคร 10. มิวเซียมสยาม กรุงเทพมหานคร 11. พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ จังหวัดสมุทรปราการ 12. พิพิธภัณฑ์เจ้าสามพระยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13. พิพิธภัณฑ์บางลำพู กรุงเทพมหานคร 14. พิพิธภัณฑ์เหมืองแร่ภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต 15. พิพิธภัณฑ์จิมทอมสัน กรุงเทพมหานคร 16. บ้านฮอลันดา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 17. พิพิธภัณฑ์ลานของเล่นเกริกยูนพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 18. พิพิธภัณฑ์เรือไทย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โดยมีกรอบประเด็นในการสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้ นิยามพิพิธภัณฑ์ ระบบการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ ศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดแสดงในพื้นที่จัดแสดงวัตถุ การสร้างความประทับใจ การสร้างแรงจูงใจ และบทบาทของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ การวางแผนนโยบายในการพัฒนาและการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ การสร้างความร่วมมือ โดยหลังจากสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหาจากข้อมูลสนทนาระหว่างผู้สัมภาษณ์จากผู้ถูกสัมภาษณ์ 18 พิพิธภัณฑ์ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยวิธีการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis)

## ผลการวิจัย

ในส่วนผลการวิจัยนี้ ได้แบ่งนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ (1) องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง (2) บทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง และ (3) แนวทางการส่งเสริมแนวคิดพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง

ในการวิเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง (Museum Tourism Destination) ด้วยแนวคิดระบบการท่องเที่ยวที่ประยุกต์แนวคิดของ Prosser & Hunt (2000) Leiper (1999) และ Mill & Morrison (2002) ทำให้เห็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกันกับอุปสงค์และอุปทานทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนทางการท่องเที่ยวและการจัดการพิพิธภัณฑ์ไปพร้อมกัน ซึ่งที่ผ่านมาในประเทศไทยพิพิธภัณฑ์ยังมิได้ถูกพิจารณาหรือจัดการ

ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของระบบทางการท่องเที่ยวอีกทั้งยังไม่เคยนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์อย่างจริงจัง ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาถึง “ความเป็นจุดหมายปลายทาง” ของพิพิธภัณฑ์ ในการพัฒนาประเด็นแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง (Museum Tourism Destination) นั้นให้เป็นกฎแห่งความสำเร็จของพิพิธภัณฑ์ในการขับเคลื่อนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาสู่จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์

ผลการวิจัยพบว่าในฝั่งอุปทานทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์นั้น มีองค์ประกอบ 8 ประเด็น โดยสามารถแบ่งออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มประเด็นหลัก และกลุ่มประเด็นรอง ดังนี้ กลุ่มประเด็นหลักเป็นประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึงมากที่สุด โดยเป็นการทำงานของฝั่งอุปทานทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ที่ต้องเน้นสิ่งประกอบสำคัญดังกล่าวเป็นสิ่งสำคัญเพื่อตอบโจทย์และกระตุ้นทางฝั่งอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ให้เดินทางมาท่องเที่ยว มีจำนวน 4 ประเด็นด้วยกัน ได้แก่ ประเด็นที่ 1 การจัดนิทรรศการภายในพิพิธภัณฑ์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญมากที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาเรียนรู้ ประสบการณ์ การจัดแสดงวัตถุโบราณ เรื่องเล่า ประวัติศาสตร์ของชุมชน ประเด็นที่ 2 นวัตกรรมเทคโนโลยี ในการนำเสนอเรื่องราว วัตถุต่าง ๆ ภายในพิพิธภัณฑ์ ประเด็นที่ 3 กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ ที่สามารถเข้าถึงการมีส่วนร่วมให้มากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าชมได้เกิดกระบวนการเรียนรู้ การแสวงหาความรู้ได้อย่างเพลิดเพลิน ประเด็นที่ 4 สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในพิพิธภัณฑ์ เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้การบริการในด้านทางการเป็นพื้นที่พักผ่อน ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด อาทิ ระบบการคมนาคมขนส่ง ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจจัดนิทรรศการ ธุรกิจจัดเลี้ยงภายในพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

ส่วนถัดมาคือ กลุ่มประเด็นรองนั้น ได้แก่ ประเด็นที่ 5 การจัดการระบบโลจิสติกส์ และการคมนาคม ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งในระบบการท่องเที่ยว ประเด็นการเดินทางเป็นสิ่งสำคัญมากประเด็นหนึ่งในการเดินทาง พิพิธภัณฑ์ถ้ามีระบบการขนส่งที่เข้าถึงได้ง่ายก็จะช่วยกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ประเด็นที่ 6 ร้านขายของที่ระลึกมีบทบาทในการขับเคลื่อนเน้นด้านอัตลักษณ์วัฒนธรรมของพิพิธภัณฑ์นอกจากนี้สินค้าของที่ระลึกยังเป็นสินค้าในการสร้างความหมายความทรงจำของการท่องเที่ยวอีกด้วย ประเด็นที่ 7 มัคคุเทศก์หรือนักสื่อความหมาย โดยเป็นบุคลากรที่จะช่วยดำเนินงานกิจกรรมภายในพิพิธภัณฑ์ การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าชม การสร้างความเพลิดเพลิน การนำเสนอข้อมูลสู่คนทุกกลุ่มแทนการจัดแสดงวัตถุที่ไม่สามารถนำนวัตกรรมเทคโนโลยีมาใช้ได้ และประเด็นที่ 8 การเชื่อมโยงธุรกิจที่พักแรมรอบ ๆ พิพิธภัณฑ์ โดยการบูรณาการบริการในโรงแรม ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์พักผ่อนที่เชื่อมโยงกับโอกาสในการเรียนรู้พิพิธภัณฑ์

สำหรับอีกด้านหนึ่ง คือ ในฝั่งอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์นั้น เป็นพวกฝั่งที่จะแสดงให้เห็นฝั่งอุปทานทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์พื้นที่จุดหมายปลายทางได้เห็นถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ ทำให้พัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ได้ตอบโจทย์สูงสุด เกิดการเตรียมความพร้อมด้านการบริการภายในพิพิธภัณฑ์ ผลวิจัยพบประเภทนักท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จำนวน 5 ประเภท ดังนี้ ประเภทแรก คือนักท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ที่มุ่งเน้นคุณค่าด้านอารมณ์และความรู้สึก การโหยหาอดีต (Nostalgia Museum Tourist) ประเภทที่ 2 คือ

นักท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ที่มุ่งเน้นด้านวัฒนธรรม (Cultural Museum Tourist) ประเภทที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ที่มุ่งเน้นในการพัฒนาตนเอง (Development Museum Tourist) ประเภทที่ 4 นักท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ที่มุ่งเน้นแรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal motivation Museum Tourist) และประเภทที่ 5 คือ นักท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ที่มุ่งเน้นคุณค่าเชิงกายภาพเป็นแรงจูงใจ (physical values Museum Tourist) นักท่องเที่ยวรูปแบบนี้สนใจพิพิธภัณฑ์ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งทางด้านกิจกรรมและต้องการการพักผ่อน ใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย

ในพหุปัจจัยอุปสงค์และอุปทานตามที่นำเสนอข้างต้นนั้น กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักของทั้งสองกลุ่มของการวิจัย ได้ร่วมสะท้อนนิยามของพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง โดยในมุมมองของฝั่งอุปทานพบประเด็นที่กล่าวถึงนิยามของ ‘พิพิธภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว’ ในยุคปัจจุบัน โดยมีใจความสำคัญสี่ประการ ดังนี้ (1) การอนุรักษ์และการสะสม (2) แหล่งรวบรวมภูมิปัญญา (3) การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และ (4) การสร้างประสบการณ์ทางการเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ความรู้เกี่ยวกับพลวัตระดับโลก ประสบการณ์ทางด้านอัตลักษณ์วัฒนธรรมและประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์ของชาติ ในส่วนของมุมมองของฝั่งอุปสงค์พบประเด็นที่กล่าวถึงนิยามจากทัศนะของนักท่องเที่ยวที่สำคัญเพื่อเป็นพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทางจำนวน 6 ประการ ดังนี้ (1) ศูนย์การเรียนรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ (2) แหล่งสะสมวัตถุจัดแสดงทางประวัติศาสตร์ (3) การเล่าเรื่องราว (4) การนำเสนอภูมิปัญญา (5) ค้นหาคำตอบความรู้ใหม่ (6) พื้นที่พักผ่อนพร้อมกับการเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางความคิด ซึ่งประเด็นที่กลุ่มนักท่องเที่ยวได้ให้ความเห็นเน้นหนักไปทางด้านบทบาทของพิพิธภัณฑ์ที่ต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมบูรณาการกับพื้นที่การพักผ่อน

**การบริหารจัดการระบบการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ที่มีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่หลากหลาย**

หน่วยงานหรือองค์กรที่จัดการพิพิธภัณฑ์กับการท่องเที่ยวที่ ‘แยกส่วน’ ออกจากกันดังที่กล่าวในเนื้อหาส่วนความสำคัญและปัญหานั้น ประเด็นดังกล่าวนี้ก่อเกิดปัญหาด้านนโยบาย วิสัยทัศน์ที่มิได้สอดคล้องกันอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์เป็นไปได้ยากเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิจัยจึงได้ศึกษาบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง ผ่านกรอบคิดจากผลงานของเขาเรื่อง The Presentation of Self in Everyday Life ที่กล่าวถึงการนำเสนอตัวโดยนำมาประยุกต์กับแง่มุมด้านการท่องเที่ยว คือ องค์ประกอบเรื่องเวที (Stage) ซึ่งเป็นพื้นที่การปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว โดยมีฉากหน้า (front stage) เป็นการทำงานสร้างการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์และมีฉากหลัง (Backstage) เป็นผู้วางนโยบายจากระดับบนสู่ระดับล่าง และการวางแผนปฏิบัติงานในพิพิธภัณฑ์ ทั้งนี้ผลวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

บทบาทการทำงานของจัดการพิพิธภัณฑ์ พบว่า **หน้าที่ส่วนแรก** คือ การร่วมวางแผนจัดเตรียมการแสดง นิทรรศการวัตถุจัดแสดง แผนการดำเนินการสรรสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์และวางแผนโครงสร้างองค์กรของพิพิธภัณฑ์ให้เหมาะสม บทบาทในการทำงานร่วมกับฝ่ายการตลาดและการสื่อสารองค์กรของพิพิธภัณฑ์เพื่อกำหนดนโยบายประชาสัมพันธ์ บทบาทหน้าที่ในการกำหนดกระบวนการสำหรับการปฏิบัติงานวางแผนการสร้างมอบประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ที่ให้ประสบการณ์การเรียนรู้ จากการศึกษา สิ่งที่ยังขาดไปในระบบการทำงาน

โดยผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มเติมว่า ยังมีบทบาทการทำงานของการจัดการ พิพิธภัณฑที่อาจจะสร้างพันธมิตรร่วมกับบริษัทธุรกิจนำเที่ยวโดยมีการจัดให้มีเส้นทางท่องเที่ยว การจัดการของที่ระลึก การประสานการทำงานร่วมกับนักสื่อความหมายของชุมชนท้องถิ่น และประเด็นสำคัญ คือ การวางแผนร่วมดำเนินการสร้างพื้นที่พักผ่อนแห่งการเรียนรู้ร่วมกันระหว่าง ผู้ที่เป็นฝ่ายทำงานส่วนหน้าและส่วนหลัง

ส่วนที่สอง คือ บทบาทการทำงานของการจัดการการท่องเที่ยวในเชิงนโยบาย มีหน้าที่ดูแล ด้านยุทธศาสตร์ทางด้านการตลาดการท่องเที่ยว การโฆษณาการท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ มีการประสานบริษัทธุรกิจทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นตัวเลือกให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น มีการพัฒนา บุคลากรที่เน้นด้านการสื่อความหมายทางการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์เข้าถึงนักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าชม แต่สิ่งที่ยังขาดไปในระบบการทำงานผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มเติมว่า การสร้างจุด ร่วมตั้งศูนย์การบูรณาการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมเน้นพิพิธภัณฑชูโรงกับนโยบาย เพื่อทำงานเชิงบูรณาการร่วมกันเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างมีรูปธรรม ได้แก่ สำนักพิพิธภัณฑสถาน แห่งชาติ กรมศิลปากร เป็นต้น

และส่วนสุดท้าย คือ ในส่วนของการทำงานในพื้นที่ที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าชมหรือ นักท่องเที่ยว โดยเน้นมีคฤหะศก ปราศัญชวบ้านทำงานด้านการสื่อความหมายร่วมกับมีคฤหะศก ภายใพิพิธภัณฑ เพื่อร่วมกันถ่ายทอดองค์ความรู้ของชุมชนให้สืบทอดความรู้ให้กับนักท่องเที่ยว เชิงพิพิธภัณฑ และบทบาทพิพิธภัณฑกับการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

จากผลการวิจัยยังพบเพิ่มเติมว่าพิพิธภัณฑนอกจากการทำงานประสานงานหลักภายใน หน่วยงานแล้ว คำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มเติมว่าพิพิธภัณฑจะต้องเป็นผู้จัดเตรียมการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกที่จะเป็นหัวใจสำคัญของการบริการภายในพิพิธภัณฑเพิ่มมูลค่าสูง โดยการ ร่วมปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานรัฐ เช่น กรมขนส่ง กระทรวงคมนาคม การสร้างการปฏิสัมพันธ์ในการ ประสานงานสถานศึกษา การร่วมมือและการประสานการนำความรู้จากหน่วยงานภาครัฐบาลใน ประเทศอื่น การสร้างเครือข่ายพิพิธภัณฑเพื่อร่วมสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ การสร้าง ความร่วมมือกับพิพิธภัณฑหรือหน่วยงานในระดับนานาชาติ พิพิธภัณฑกับองค์กรระดับท้องถิ่น การ สร้างความร่วมมือกับชุมชน การสร้างความร่วมมือของพิพิธภัณฑกับอุตสาหกรรมบริการ

#### แนวทางในการส่งเสริมแนวคิดพิพิธภัณฑจุดหมายปลายทาง

การประมวลผลผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยว เชิงพิพิธภัณฑ นำไปสู่การส่งเสริมแนวคิดพิพิธภัณฑจุดหมายปลายทางจากสองส่วนที่ตอบ วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ข้างต้นนั้น ได้รับการนำมาเชื่อมโยงเพื่อหาสาระสำคัญต่อ การพัฒนาและสร้างแนวทางเชิงปฏิบัติการ ทิศทางการดำเนินงานดำเนินงานที่สะท้อนภาพ เชิงนโยบายมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการวางแผน เพื่อก่อเกิดผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสำหรับการเป็นพิพิธภัณฑแหล่งเรียนรู้ที่มอบความรู้และความเพลิดเพลิน แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าชมอย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรมสู่จุดหมายปลายทางนานาชาติ ทั้งนี้ ผลการวิจัยได้สะท้อนองค์ประกอบสำคัญที่แท้จริงต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑจำนวน 5 ประการได้แก่



1. การออกแบบกิจกรรมในพิพิธภัณฑ์เน้นการสร้างประสบการณ์
2. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ
3. การออกแบบภูมิทัศน์บริการและการส่งมอบบริการในพิพิธภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยว
4. การสร้างอัตลักษณ์และการจัดการวัฒนธรรมให้กับพิพิธภัณฑ์
5. การส่งมอบประสบการณ์การเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับชีวิตปัจจุบัน

### อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้ว่า ในอดีตพิพิธภัณฑ์ถูกรับรู้ในสายตาของนักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปโดยความเชื่อที่ว่าเป็น สถานที่เก็บของเก่าของสะสมเพียงเท่านั้น แต่ในปัจจุบันพิพิธภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Krakowiak, 2013) ผลการศึกษาได้ค้นพบความหมายของพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทางที่ต้องนำเสนอประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่เหนือขึ้นไปกว่าประสบการณ์เรียนรู้แบบเดิม ให้ความเพลิดเพลินและแรงบันดาลใจ และต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้สึกและสัมผัสได้ถึงความเป็นส่วนหนึ่งของของพิพิธภัณฑ์แห่งนั้น (Sense of Belonging) โดยสรุปนิยามของพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง คือ การอนุรักษ์และการสะสมวัตถุโบราณ ศูนย์กลางแห่งการรวบรวมภูมิปัญญา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการ อาทิ Plaza (2000) Dallen & Stephen (2003) Park (2013) การเสริมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ การสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการหลายท่าน เช่น Bryant (1988) Hein (2002) Hausmann (2012) โดยผู้วิจัยพบประเด็นสำคัญ คือ การพัฒนาต้นแบบการนำวิทยาศาสตร์มาปรับใช้กับการอนุรักษ์ภายในพิพิธภัณฑ์ โดยพิพิธภัณฑ์ต้องมีองค์ความรู้ด้านนี้ซึ่งเป็นสิ่งที่ในปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ในหลาย ๆ แห่งยังขาดองค์ความรู้ด้านนี้อยู่

ประเด็นเพิ่มเติมในนิยามพิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทางซึ่งมาจากฝั่งอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ เห็นว่า พิพิธภัณฑ์เป็นพื้นที่พักผ่อนพร้อมกับการเรียนรู้ เพื่อสร้างความผ่อนคลาย เป็นพื้นที่การเรียนรู้ที่รื่นรมย์และรู้สึกได้พักผ่อนหย่อนใจผ่านการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ โดยสรุปมุมมองของนักท่องเที่ยวมักจะมองในประเด็นพิพิธภัณฑ์ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นความสะดวกสบาย และการสร้างความรู้ในการพัฒนาองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวและผู้เข้าชมได้เป็นอย่างดี รูปแบบของนักท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จะเป็นลักษณะนักท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ที่มุ่งเน้นคุณค่าเชิงกายภาพ ซึ่งแสวงหาความสนใจพิเศษในพิพิธภัณฑ์ต้องการใช้เวลาหลายๆในการอยู่ในพิพิธภัณฑ์ แต่ก็ยังมุ่งเน้นในเรื่องของการพักผ่อนในการใช้บริการ ร้านอาหาร จุดพักผ่อน ร้านอาหาร เป็นต้น

การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ที่เข้าให้ระบบการท่องเที่ยวนั้นจะสร้างแรงกระตุ้นในฝั่งอุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ (Museum Tourism Demand) ให้เกิดการเคลื่อนที่ไปมายังฝั่งอุปทานการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ (Museum Tourism Supply) โดยองค์ประกอบจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ (Components of Museum Tourism Destination) ที่ได้ค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้เผยให้เห็น องค์ประกอบสำคัญแปดด้านสำหรับการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ การจัดนิทรรศการภายในพิพิธภัณฑ์และนวัตกรรมเทคโนโลยี เป็นสององค์ประกอบที่ควรคำนึงถึงเป็นอย่าง

ยิ่งในระบบการทำงานของพิพิธภัณฑ์ฉากหน้า (Museum Front Stage) ที่จะนำความเพลิดเพลินบันเทิงในการเรียนรู้ที่เป็นการสร้างการเรียนรู้ที่รู้สึกผ่อนคลาย เช่น การใช้ Audio VDO โขว์วัตถุโบราณ, การนำเทคโนโลยี 3D ในการจำลองวัตถุจัดแสดงเพื่อสร้างเป็นแหล่งเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ เป็นต้นซึ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ing (1999) Atraksa (2015) Hume (2015) ที่กล่าวว่าการสร้างสรรค์สื่อกลางทางวัฒนธรรมในการเผยแพร่ความรู้ โดยนำเทคโนโลยีมาใช้จะสามารถการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมใหม่ๆของพิพิธภัณฑ์ได้ แต่ในบางครั้งหากการจัดนิทรรศการอาจไม่สามารถใช้เทคโนโลยีได้ภัณฑารักษ์หรือนักสื่อความหมายที่มีหน้าที่ในการนำชมถือได้ว่ามีส่วนสำคัญไม่แพ้กันเป็นผู้ดำเนินเรื่องราวการนำเสนอ ในส่วนของผู้เกี่ยวข้องทางวิชาการจะเน้นบทบาทของนักสื่อความหมายที่มีความจำเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Haas (2003) Proctor (2010) ที่ได้กล่าวถึงบทบาทของภัณฑารักษ์ในบริบทต่าง ๆ ด้วย ไม่ว่าจะเป็นหน้าที่และเป้าหมายที่สร้างความผูกพันในการดึงดูดผู้เข้าชมประเภทต่าง ๆ และมีบทบาทในการออกแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ ที่เน้นการมีส่วนร่วม (Nowacki, 2005; Falk & Dier king, 2013; Nechita, 2014) ดังเช่น การแจกของที่ระลึก หรือการเข้าไปในพิพิธภัณฑ์เพื่อเก็บแสตมป์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมการตอบคำถามเพื่อชิงรางวัล เป็นต้น และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Richards & Wilson (2006) การสร้างกิจกรรมจะมีส่วนช่วยให้เกิดแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นการบริการสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ ที่พิพิธภัณฑ์ในฐานะเป็นผู้ให้บริการต้องพึงใส่ใจเป็นพิเศษ เช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ ห้องน้ำคนพิการ ทางลาดสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ อาหารและเครื่องดื่ม พื้นที่นั่งทำงาน (Co-working space museum area) เป็นต้น นอกเหนือจากบทบาทในการจัดนิทรรศการเพื่อการเรียนรู้ ประเด็นนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Bryant (1988) ที่ได้เสนอแนะเพิ่มเติมพิพิธภัณฑ์มีหน้าที่บทบาทในการสร้างความบันเทิง ร้านขายของที่ระลึกเป็นการบริการขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์ที่จะมีส่วนในการสร้างความทรงจำทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ได้ ซึ่งถ้าการออกแบบของที่ระลึกที่เข้ากับอัตลักษณ์และเชื่อมโยงกับรูปแบบจัดนิทรรศการหรือแม้กระทั่งสินค้าของที่ระลึกที่มีทั้งลักษณะร่วมสมัยและมีอัตลักษณ์ความเป็นไทยซึ่งจะช่วยส่งเสริมรายได้ให้กับพิพิธภัณฑ์ โดยการพัฒนาของที่ระลึกภายในพิพิธภัณฑ์ต้องเป็นของที่มีความเดิมแท้ (Authenticity) โดยองค์ประกอบทั้งทงองค์ประกอบข้างต้น เป็นส่วนหนึ่งของระบบการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ พื้นที่พิพิธภัณฑ์จุดหมายปลายทาง (Museum Destination Region) ตามแนวคิดประยุกต์ของ Prosser & Hunt (2000) Leiper (1999) Mill & Morrison (2002)

นอกจากนี้ องค์ประกอบด้าน ระบบโลจิสติกส์และการคมนาคม การพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก การพัฒนาขยายเส้นทางรถไฟฟ้าใต้ดิน รถไฟฟ้าที่สามารถขยายไปยังพิพิธภัณฑ์ หรือผ่านเส้นทางพิพิธภัณฑ์ก็จะช่วยให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ได้มากยิ่งขึ้น (Nukong, 2016) และผู้ทรงคุณวุฒิกล่าวเพิ่มเติมถึง ธุรกิจที่พักแรม โดยองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์เพิ่มประสิทธิภาพ ในส่วนของประเทศไทยได้มีธุรกิจโรงแรมที่นำแนวคิดพิพิธภัณฑ์มาตกแต่งในห้องพักส่งเสริมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ซึ่งอาจมีส่วนในการกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ หรือสามารถสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ในอีกมิติหนึ่งอีกด้วย โดยระบบโลจิสติกส์และการคมนาคมและธุรกิจที่พักแรมเป็นส่วนพื้นที่รองรับการเดินทาง (Museum Transit Route) ที่อยู่ในระบบการท่องเที่ยวเชิง

พิพิธภัณฑ์ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความสามารถทางการแข่งขัน และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์

ในทางกลับกันการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์จะไม่สามารถเกิดการขับเคลื่อนได้ด้วยตัวพิพิธภัณฑ์เองเพียงอย่างเดียว ยังมีความจำเป็นที่ต้องพึ่งพาหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีบทบาทหน้าที่ในการขับเคลื่อนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์เพื่อให้เป็นไปอย่างราบรื่นและเกิดประโยชน์กับนักท่องเที่ยวและพันธกิจของพิพิธภัณฑ์ได้โดยองค์ประกอบ Erving Goffman's The Presentation of Self in Everyday Life ในประเด็นบทบาทที่แตกต่าง (Discrepant Roles) ได้อธิบายว่าพิพิธภัณฑ์มีการนำเสนอบทบาทในการทำงาน ที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละพื้นที่เช่นกัน ทั้งนี้ทั้งนั้น รวมไปถึงหน่วยงานต่าง ๆ มีบทบาทและมีส่วนในการขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์ การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยการทำงานระหว่าง หน่วยงานพหุภาคีต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรชุมชน โดยในการกำหนดแนวทางในการวางแผนและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ในพิพิธภัณฑ์ (WTO, 1993; Swarbrooke, 1999; Bramwell & Sharman, 1999) ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยได้ถูกปรับเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น โดยการสร้างการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมและเป็นไปตามหลักการ โดยเฉพาะการสร้างเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยโดยเริ่มการทำงานผ่านระบบนโยบายหน่วยงานรัฐบาล แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน เช่น ในประเทศไทยเริ่มการสร้างเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยผ่านระบบสำรองบัตรเข้าชมที่เรียกว่า MUSE PASS เข้าพิพิธภัณฑ์และแหล่งการเรียนรู้ได้ฟรี 63 แห่ง เพื่อร่วมมือสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ (Leiper, 1999; MacCannell, 1989; Mendiratta Anita, 2010) ในปัจจุบันประเทศไทยมีพิพิธภัณฑ์เป็นจำนวนมาก หากสร้างเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ได้ทั้งหมด สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ร่วมกันจะเกิดการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้นระหว่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Bramwell & Sharman (1999) จากผลวิจัยในประเด็นรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ นอกจากนี้ หน่วยงานต่าง ๆ ที่ต้องร่วมพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมศิลปากร หน่วยงานกรมการปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีบทบาทในการเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในฉากหลัง (Back Stage) ซึ่ง Goffman (1959) เรียกว่า Performer สมาชิกที่บริหารจัดการนโยบายพิพิธภัณฑ์และนโยบายการท่องเที่ยวจะเป็นหน้าที่ตามแนวคิดของ Goffman เป็นบทบาทหน้าที่ในฉากหลัง (Museum Back Stage) ซึ่งจากผลวิจัยให้เห็นว่าหน่วยงานดังกล่าวมีบทบาทอย่างสูงในการขับเคลื่อนและไม่อาจจะขาดหน่วยงานใด ๆ หน่วยงานหนึ่งได้เลย หากขาดการเชื่อมโยงจะทำให้ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์มีประสิทธิภาพในการบริการลดลง

ดังที่กล่าวในองค์ประกอบจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ (Components of Museum Tourism Destination) ทำให้เห็นถึงความสำคัญขององค์ประกอบ บทบาท หน้าที่ หน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนในการขับเคลื่อนพิพิธภัณฑ์สู่การเป็นการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์นานาชาติ โดยสกัดเป็นแก่นสาระหลัก วางแผนนโยบายและการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ ซึ่งมีนโยบายหลักอันเป็นประเด็นสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ประการแรก การออกแบบกิจกรรมในพิพิธภัณฑ์เน้นการสร้างความสุขสนาน โดยเน้นการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แลกเปลี่ยนร่วมกันเชิงสร้างสรรค์ สร้างการพักผ่อนหย่อนใจให้กับนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ประการที่ 2 การจัดการ

ทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ โดยการพัฒนาเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการจะต้องมีทัศนคติ จิตบริการที่ดี และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าชมได้อย่างทันท่วงทีและมีมิติบริการที่สูง โดยส่วนในการพัฒนาตลาดพืชรักบี้ให้เกิดรูปแบบใหม่ อีกทั้งเป็นการเพิ่มมูลค่าแก่กระบวนการในการให้บริการ จากภาพลักษณ์ในการบริการพืชรักบี้ ประการที่ 3 การออกแบบภูมิทัศน์บริการและการส่งมอบบริการในพืชรักบี้สำหรับนักท่องเที่ยว เน้นความสะดวกสบาย การพักผ่อนหย่อนใจ อาหารและเครื่องดื่ม ร้านของที่ระลึก เทคโนโลยี พื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวที่พิการทุกรูปแบบ ประการที่ 4 การสร้างอัตลักษณ์และการจัดการวัฒนธรรมให้กับพืชรักบี้รูปแบบอาคาร รูปแบบชุดความรู้ในการสื่อความหมายที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะพืชรักบี้ และประการที่ 5 การส่งมอบประสบการณ์การเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับชีวิตปัจจุบัน องค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ประชาคมโลกในปัจจุบัน ทันกับเหตุการณ์ในปัจจุบันสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

#### 1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การวิจัยได้สะท้อนนิยามของ ‘พืชรักบี้จุดหมายปลายทาง’ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงพืชรักบี้ หมายถึง พืชรักบี้ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวและบริการโดยเน้นการสื่อความหมายในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีบทบาทในการเสริมสร้างมิติใหม่ ๆ ทางการเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้คุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ คุณค่าทางด้านอัตลักษณ์ภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่น และพลวัตประเด็นหลักของโลก เป็นพื้นที่ที่จะช่วยรังสรรค์ความคิด การสร้างแรงบันดาลใจ ขับเคลื่อนร่วมแก้ไขปัญหาทางสังคมผ่านการจัดการนิทรรศการ รวมถึงเป็นพื้นที่พักผ่อนทั้งกายและใจควบคู่ไปกับการเรียนรู้” ซึ่งจากคานิยามของพืชรักบี้จุดหมายปลายทาง สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพของการบริการ สร้างภาพลักษณ์ในระบบการท่องเที่ยวเชิงพืชรักบี้ให้มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จระดับโลก และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวเชิงพืชรักบี้ก็นำนิยามเพื่อสร้างสรรคบริการพื้นที่และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงพืชรักบี้

#### 2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การออกแบบนโยบายผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงพืชรักบี้ องค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างกลยุทธ์การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงพืชรักบี้เชิงสร้างสรรค์

2.1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวเชิงพืชรักบี้จากหลัง ที่เป็นผู้วางนโยบายภายในพืชรักบี้ที่ต้องเตรียมบุคลากรที่พร้อมจะมอบบริการทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหนือความคาดหวัง

2.2 หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ร่วมกันในด้านการบริหาร จัดอบรมการให้บริการอย่างมืออาชีพซึ่งเป็นการเปลี่ยนภาพลักษณ์การบริการที่น่าเบื่อภายในพืชรักบี้ พัฒนาทักษะจิตบริการให้กับเจ้าหน้าที่ในพืชรักบี้ให้มากขึ้น

2.3 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงพืชรักบี้ เช่น ภัณฑารักษ์ นักสื่อความหมาย ควรให้ความสำคัญด้านรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น

รูปแบบทางการเรียนรู้ที่สร้างการมีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันละกัน และพัฒนาปัจจัยด้านการได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ วัฒนธรรม วิถีชีวิต วัตถุประสงค์แสดงที่มีคุณค่า

### 3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

งานวิจัยในอนาคต อาจศึกษาเรื่องการสร้างแบบแผนมาตรฐาน ตัวชี้วัดของคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ เพื่อพัฒนาเป็นคู่มือต้นแบบการสร้างจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์นานาชาติ และการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการค้นหาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย

### กิตติกรรมประกาศ

บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว ภาควิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ งบประมาณปี พ.ศ. 2561

### References

- Atraksa, I. (2015). *kānphatthana rūpbæp phiphitthaphan theknōloyī khōmphiutōē samūān čing* [A Development of a Virtual Museum Model on Computer Technology]. *Journal of Humanities and Social Sciences, Srinakharinwirot University*. 8(2), 275-284.
- Bryant, J. (1988). *The Principles of Marketing, a Guide for Museums*, Chichester: Association of Independent Museums Guideline 16.
- Bramwell, B. & Sharman, A. (1999). Collaboration in local tourism policymaking. *Annals of tourism research*. 26(2), 392-415.
- Dallen, J. T. & Stephen, W. B. (2003). *Heritage Tourism*. London: Prentice Hall.
- Daskalaki, V. V., Voutsas, M. C., Boutsouki, C. & Hatzithomas, L. (2020). Service quality, visitor satisfaction and future behavior in the museum sector. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*. 6(1), 3-8.
- Dolak, J. (2017). Some remarks toward the ICOM museum definition. *Museum*. (6), 6.
- Falk, J. H. & Dierking, L. D. (2013). *The museum experience revisited*. Walnut Creek.
- Gilmore, A. & Rentschler, R. (2002). Changes in museum management. *Journal of management development*. 21(10), 745-760.
- Goffman, E. (2002). *The presentation of self in everyday life*. 1959. Garden City, NY.
- Haas, J. (2003). The changing role of the curator. *Fieldiana. Anthropology*. (36), 237-242.
- Hausmann, A. (2012). The importance of word of mouth for museums: An analytical framework. *International Journal of Arts Management*. 14(3), 32.
- Hein, G. E. (2002). *Learning in the Museum*. routledge.

- Hovinen, G. R. (2002). Revisiting the destination lifecycle model. *Annals of tourism research*. 29(1), 209-230.
- Hume, M. (2015). To technovate or not to technovate? Examining the inter-relationship of consumer technology, museum service quality, museum value, and repurchase intent. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*. 27(2), 155-182.
- Ing, D. S. (1999). Innovations in a technology museum. *IEEE Micro*. 19(6), 44-52.
- Krakowiak, B. (2013). Museums in cultural tourism in Poland. *Turyzm*. 23(2), 23-32.
- Lambert, S. & Henderson, J. (2011). The carbon footprint of museum loans: a pilot study at Amgueddfa Cymru–National Museum Wales. *Museum Management and Curatorship*. 26(3), 209-235.
- Leiper, N. (1999). Visitor management. *Annals of Tourism Research*. 26(3), 731-733.
- MacCannell, D. (1989). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology*. 79(3), 589-603.
- McCarthy. (2019). *These are the world's most-visited museums*. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2019/05/the-worlds-most-visited-museums>
- Mendiratta, A. (2010). PPP– Partnering for tourism growth, *COMPASS – Insights into Tourism Branding*, 1-7.
- Miles, M. B. & Huberman, M. A., (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2nd ed.)*, Sage Publications Inc., Thousand Oaks, CA.
- Mill, R. C. & Morrison, A. M. (2002). *The Tourism System*. Kendall. Hunt, Dubuque, Iowa.
- Nechita, F. (2014). The new concepts shaping the marketing communication strategies of museums. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series VII: Social Sciences and Law*. (1), 269-278.
- Nowacki, M. M. (2005). Evaluating a museum as a tourist product using the servqual method. *Museum Management and Curatorship*. 20(3), 235-250.
- Nukong, A. (2016). *kānchatkān phiphitthaphan yāng sāngsan phuā kānthōṅghīeo thāng wathanatham nai chāngwat Phuket [Creative Museums Management for Cultural Tourism in Phuket Province]*. *Inthaninthaksin Journal, Thaksin University*. 10(2), 179-197.
- Park, H. Y. (2013). *Heritage tourism*. Routledge.
- Plaza, B. (2000). Evaluating the influence of a large cultural artifact in the attraction of tourism: the Guggenheim Museum Bilbao Case Study. *Urban Affairs Review*. 36(2), 264-274.

- Prentice, R. (2001). Experiential cultural tourism: Museums & the marketing of the new romanticism of evoked authenticity. **Museum Management and curatorship**. 19(1), 5-26.
- Proctor, N. (2010). Digital: Museum as platform, curator as champion, in the age of social media. **Curator: The Museum Journal**. 53(1), 35-43.
- Prosser, G. & Hunt, S. (2000). Regional Tourism Research: a scoping study. **Centre for Regional Tourism Research**.
- Richards, G. & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture. **Tourism management**. 27(6), 1209-1223.
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. **Tourism management**. 16(5), 361-365.
- Swarbrooke, J. (1999). **Sustainable Tourism Management**. Oxford: CABI.
- World Tourism Organization. (1993). **Sustainable Tourism Development: Lessons for Planners** WTO, Madrid.