

แนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต

Guidelines for the Development of Quality Standard Factors of Cultural Tourism Attractions in Phuket Province

ธิบดี แซซัง^{1*} ไพฑูรย์ มนต์พานทอง²

Thibdi Zehsaung^{1*} Paithoon Monpanthong²

Corresponding Author's Email: thibdiss@gmail.com

(Received: October 5, 2023; Revised: March 30, 2024; Accepted: April 18, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจแหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต 2) เพื่อประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ 4) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต โดยวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม มีกลุ่มตัวอย่างเป็น 1) กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต และ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยว Generation Y สำหรับวัตถุประสงค์ที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Y จำนวน 400 คน และในวัตถุประสงค์ที่ 4 ได้นำผลการศึกษามาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 - 3 มาวิเคราะห์และอภิปราย รวมทั้งมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้ง สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่าแหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยว 3 ลำดับแรก เป็นแหล่งวัฒนธรรมประเภทโบราณสถานทั้งหมด และเมื่อพิจารณาตามมาตรฐานคุณภาพ พบว่าแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมีมาตรฐานคุณภาพระดับสูง นอกจากนี้ ผลการวิจัยเชิงปริมาณ จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต พบว่าตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 2 ปัจจัย จาก 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และ 2) ปัจจัยศักยภาพและการจัดกิจกรรม ทั้งนี้ได้เสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัย ทั้ง 7 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม 2) ปัจจัยศักยภาพและการจัดกิจกรรม 3) ปัจจัยการจัดการ 4) ปัจจัยการพัฒนาจากปัจจัยภายนอก 5) ปัจจัยการจัดการด้านการอนุรักษ์ 6) ปัจจัยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และ 7) ปัจจัยการสื่อความหมาย

คำสำคัญ: แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มาตรฐานคุณภาพ ความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this research were 1) to explore cultural sites that have the potential to be upgraded to tourist attractions in Phuket. 2) to assess the quality standard of cultural attractions in Phuket 3) to study the factors of the quality standard of cultural attractions that influences the intentions of tourists and 4) to propose a guideline for the development of quality standard factors for cultural tourist attractions in Phuket. Objectives 1 and 2 are qualitative research by focus group activities. The sample groups are 1) a group of people involved in organizing cultural tourism in Phuket province and 2) a group of Generation Y tourists. For the objective 3, it is a quantitative research by using a questionnaire. There were 400 Thai tourists in the Generation Y group. For the objective 4 is the results of the

¹ นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹ Master's Student, Management, Integrated Tourism and Hospitality Management, National Institute of Development Administration

² Lecturer, Management, Integrated Tourism and Hospitality Management, National Institute of Development Administration

study according to objectives 1-3 were analyzed and discussed. The data analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics, including Multiple Regression Analysis.

Qualitative research results found that the top 3 cultural resources that have the potential to be elevated to tourist destinations are all ancient cultural sites. When considering quality standards It was found that the overall tourist attractions have high quality standards. In addition, the quantitative research results of the analysis of the relationship of the quality standard factors of cultural tourist attractions that influence the overall intention of tourists to visit cultural tourist attractions in Phuket Province, It was found that the influential factor variables with statistical significance at the .05 level were 2 factors out of 7 factors. These include 1) factors of artistic and cultural value and 2) factors of potential and organization of activities. In this regard, guidelines for developing seven factors were proposed, consisting of 1) artistic and cultural value factors, 2) potential and activity factors, 3) management factors, 4) development factors from external factors, 5) conservation management factors, 6) factors. development of facilities and 7) communication factors.

Keywords: cultural attractions, quality standards, intention to travel

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวนับเป็นภาคส่วนอุตสาหกรรม ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งส่วนหนึ่งของประเทศไทย ยืนยันได้จากตัวเลขของรายได้ต่อปีจำนวนมหาศาล นับแสนล้านบาทและมีอัตราการขยายตัวของรายได้ อย่างต่อเนื่อง (อนุชิต ไกรวิจิตร, 2562) ซึ่งส่งผลต่อวงจรเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศอย่างกว้างขวางทั้งการผลิตสินค้าและบริการ การคมนาคมขนส่ง รวมถึงการหมุนเวียนเศรษฐกิจในชุมชนท้องถิ่น ที่เป็นฐานรากสำคัญในการพัฒนาประเทศ และเป็นที่ยอมรับกันว่าสถานะการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความเป็นพลวัตไม่หยุดนิ่ง ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งนักท่องเที่ยว ที่หลากหลาย ซับซ้อน มีข้อจำกัด หรือความต้องการ ที่แตกต่างกันจำนวนมาก ประกอบกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในกระแสโลกาภิวัตน์ ที่ทุกประเทศทั่วโลกต่างให้ความสำคัญ ยิ่งทำให้ การท่องเที่ยวทวีความสำคัญในฐานะเครื่องมือหนึ่ง ของการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่แปรผันอันเนื่องจากการแพร่ระบาดของ โรค COVID-19 ย่อมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในภาพรวมลดลงอย่างเห็นได้ชัด (เฉลิมพล จตุพร, 2564)

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีความสำคัญ และมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ นอกจากการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภท ทะเล ภูเขา หรือการบริการรูปแบบต่างๆ ประเทศไทยยังเป็นประเทศที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural capital) ไม่น้อยไปกว่าชาติอื่นในโลก ซึ่ง “ทุนทางวัฒนธรรม” เหล่านี้เป็นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่นด้วย (เทิดชาย ชัยบำรุง, 2552) สามารถดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ที่นอกจากจะมีความต้องการทางร่างกายและจิตใจแล้วยังมีความต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ สังคมใหม่ๆ ในการท่องเที่ยว (วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์, 2561) ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมที่เต็มไปด้วยแหล่งประสบการณ์ใหม่เหล่านี้ ก็ล้วนเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ สอดคล้องกับการศึกษาอัตราการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของโลกในระยะ 10 ปี ซึ่งแสดงมูลค่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในสัดส่วนที่มากที่สุด เป็นตัวเลขถึง 900 ล้านเหรียญสหรัฐ และมีแนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านนี้ถึงร้อยละ 15 ต่อไป (บริษัท เอฟพีนิดี จำกัด, 2559)

แม้ว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ของประเทศไทยจะมีความหลากหลายและกระจายอยู่ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ซึ่งเป็นเอ่งอารยธรรม บรรพกาลในพื้นที่ท้องถิ่นนั้นๆ เช่น เชียงใหม่ พระนครศรีอยุธยา นูร์ริ์มัย เป็นต้น แต่เมื่อก้าวถึงจังหวัดแห่งการท่องเที่ยวของไทย ย่อมมีจังหวัดภูเก็ต เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ด้วยเป็นเมืองที่สามารถสร้างรายได้

ให้แก่ประเทศจำนวนมากกว่าปีละสองแสนล้านบาท (อนุชิต ไกรวิจิตร, 2562) มีทรัพยากรทางสังคมและวัฒนธรรมที่สามารถยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว กลุ่ม Generation Y ได้ ประกอบกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาของไทยได้จัดทำเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ด้วยเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในทุกมิติ เกณฑ์มาตรฐานดังกล่าว จึงมีความสำคัญ ในฐานะเครื่องมือกลางสำหรับพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทั่วประเทศ ซึ่งจังหวัดภูเก็ต ในฐานะจังหวัดที่มีชื่อเสียงโด่งดังระดับโลก และเป็นเมืองหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย (Pakpum Kowisuth, 2015) และจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องบางส่วน พบว่างานศึกษาวิจัย เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ต่างๆ และในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตเอง โดยส่วนมากเป็นการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบ หรือลักษณะการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือการเสนอแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมผ่านเครื่องมือการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหลัก จึงควรมีการศึกษาวิจัย เพื่อพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมว่ามาตรฐานเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างไร ต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่ม Generation Y เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เชื่อมโยงกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ซึ่งนับเป็นเครื่องมือหลักในการบริโภคสินค้าและบริการในปัจจุบัน รวมทั้ง มีการคาดการณ์ว่า ประชากรกลุ่ม Generation Y ทั่วโลก มีการใช้จ่ายรวมกันราว 2 แสนล้านเหรียญสหรัฐต่อปี (นิรชา เอี่ยมชะเออด, 2563) ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มประชากรที่มีกำลังในการบริโภคสินค้าและบริการ ที่มหาศาล จึงเป็นกลุ่มประชากรในการศึกษา ที่สามารถสะท้อนความคิดเห็น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ตได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจแหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ ในการยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยว Generation Y ที่จะมาท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัย ด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่กำหนดในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามระเบียบวิธีวิจัย และตามวัตถุประสงค์ที่ 1 – 3 เพื่อนำมาอภิปรายผลในวัตถุประสงค์ที่ 4 ดังต่อไปนี้

2.1 การศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มประชากรในการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus group) ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมภายในจังหวัดภูเก็ต และ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยว Generation Y ชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ภายในจังหวัดภูเก็ต

2.2 การศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มประชากรเป็นชาวไทย ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2525 ถึง พ.ศ. 2548 หรือที่เรียกว่า Generation Y

สำหรับการกำหนดกลุ่มตัวอย่างนั้น ในเชิงคุณภาพ ได้จัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus group) จำนวน 2 กลุ่ม กำหนดกลุ่มละไม่น้อยกว่า 8 คน (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนทร์ และ ประสพชัย พสุนนท์, 2559) โดยใช้วิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งได้สำรวจช่วงอายุ และประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างก่อนการจัดกิจกรรม และในเชิงปริมาณ กำหนดเครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับผู้ตอบ จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ

Cochran (1963) ซึ่งในแบบสอบถามได้บรรจุข้อคำถามเกี่ยวกับช่วงอายุ และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างตรงตามวัตถุประสงค์

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งประกอบไปด้วย หัวข้อการสนทนา ประกอบด้วย 1) แหล่งท่องเที่ยว ที่น่าสนใจสำหรับผู้เข้าร่วมการสนทนา 2) แหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยว และ 3) ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่น/ จุดด้อย ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และการประเมินมาตรฐานคุณภาพตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในภาพรวม ของจังหวัดภูเก็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 1) ข้อมูลส่วนบุคคล 2) พฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม 3) ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการสนทนาแบบกลุ่ม และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งการลงพื้นที่สำรวจด้วยตนเองแบบตามสะดวก ร่วมกับการจัดส่งแบบสอบถามผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทางสื่อเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Pantip Line เป็นต้น จากนั้นจึงวิเคราะห์และสรุปผลตามขั้นตอนของการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และการอภิปรายข้อมูล สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อสำรวจแหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในจังหวัดภูเก็ต กำหนดรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือการสนทนากลุ่ม (Focus group) มีผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม 2 กลุ่ม กลุ่มละไม่น้อยกว่า 8 คน ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานในการสนทนากลุ่ม สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่กำหนดจำนวนผู้เข้าร่วมการสนทนา ตั้งแต่ 5 – 10 คน (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนทร์ และ ประสพชัย พสุนนท์, 2559) เพื่อการกระตุ้นให้เกิดการแสดงความคิดเห็น ในขนาดวงสนทนาที่ไม่เล็กจนเกินไป สามารถสรุปความเห็นในภาพรวมได้อย่างกระชับ โดยผลการศึกษา กลุ่มที่ 1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมภายในจังหวัดภูเก็ต (Suppliers) มีผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม จำนวน 9 คน และ กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยว Generation Y ชาวไทย (Consumers) มีผู้เข้าร่วม การสนทนากลุ่ม จำนวน 8 คน รวม 17 คน มีผลการสำรวจ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจสำหรับผู้เข้าร่วมการสนทนา และแหล่งวัฒนธรรม ที่มีศักยภาพยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยว (ไม่เรียงลำดับ)

แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	แหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยว
1. ศาลเจ้ากะทู้	1. เมืองเก่ากะทู้
2. เมืองเก่าภูเก็ต และถนนคนเดินลาดใหญ่	2. เรือนคนหบดีในเขตอำเภอเมืองภูเก็ต
3. วัดฉลอง	3. ชุมชนบ้านมอญ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	แหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยว
4. พิพิธภัณฑ์ภูเก็ตไทยหัว	4. ศาลากลางหลังเก่า
5. สยามนิรมิต	5. เขารัง
6. ภูเก็ตแฟนตาซี	6. สำนักสงฆ์ภูหัว
7. ไตรภูมิ	7. โคกกลางชนะศึก

นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมการสนทนายังได้ร่วมกันอภิปรายจุดเด่น/ จุดด้อยต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ของจังหวัดภูเก็ต ในภาพรวม พบว่ามีความเห็นไปในทิศทางที่ตรงกัน กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่ในจังหวัดภูเก็ตมีข้อด้อยในเรื่องมาตรฐานการบริหารจัดการ หรือไม่ได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนเท่าที่ควร เช่น ปัญหาขยะ ปัญหาการจราจร เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวอาจไม่มาเที่ยวซ้ำ

2. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งกำหนดรูปแบบ และเครื่องมือในการวิจัยเช่นเดียวกันกับวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 โดยในการสนทนากลุ่มเพื่อประเมิน ได้ประยุกต์ เอาเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามาใช้เป็นเกณฑ์การประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีความคิดเห็นโดยรวม ดังนี้ 1) องค์ประกอบที่ 1 มาตรฐานคุณภาพด้านศักยภาพในการดึงดูดใจ ด้านการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 12 คน มีความเห็นว่าอยู่ในระดับสูง องค์ประกอบที่ 2 มาตรฐานคุณภาพ ด้านศักยภาพในการรองรับ ด้านการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 8 คนมีความเห็นว่าอยู่ในระดับสูงมาก และองค์ประกอบที่ 3 มาตรฐานคุณภาพด้านการบริหารจัดการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 14 คน มีความเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง

3. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งกำหนดรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแนวทางการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่อไป มีผลการศึกษา ดังนี้

3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา เพศชาย จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 และไม่ประสงค์ให้ข้อมูล จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ช่วงอายุ (Generation Y) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ Generation Y ตอนกลาง (เกิดปี พ.ศ. 2533 - 2540) จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา Generation Y ตอนต้น (เกิดปี พ.ศ. 2525 - 2532) จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 และ Generation Y ตอนปลาย (เกิดปี พ.ศ. 2541 - 2548) จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา พนักงานในหน่วยงานเอกชน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 พนักงานในหน่วยงานของรัฐ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และว่างงาน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

รายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่มีรายได้ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมา รายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 รายได้ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และรายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ภูมิลำเนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.75 รองลงมา ภาคเหนือ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ภาคกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ภาคตะวันออก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ภาคตะวันตก และกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

3.2 พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.75 รองลงมา เพื่อหาประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 เพื่อสัมผัสบรรยากาศย้อนอดีต จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และมีวัตถุประสงค์อื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ประเภทวันหยุดที่เลือกไปท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาวันหยุดตามตารางการทำงานของหน่วยงาน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และอื่นๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางไปกับเพื่อน/ เพื่อนร่วมงาน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา เดินทางไปกับครอบครัว จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 เดินทางไปตามลำพัง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 เดินทางไปเป็นหมู่คณะหรือไปกับบริษัทนำเที่ยว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นิยมไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมประเภทชุมชนท่องเที่ยว จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมา เป็นประเภทอื่นๆ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ประเภทศาสนสถาน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ประเภทโบราณสถาน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และประเภทพิพิธภัณฑ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

แหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หาข้อมูลทางการท่องเที่ยว จากการรับรู้จากสื่อโฆษณาต่างๆ (สื่อสิ่งพิมพ์/ อินเทอร์เน็ต) จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา สืบค้นด้วยตนเอง (สื่อสิ่งพิมพ์/ อินเทอร์เน็ต) จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 และสอบถาม และการแนะนำโดยคนรอบข้าง (ครอบครัว/ เพื่อน/คนรู้จัก) จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ตามลำดับ

3.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ของปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 2 แสดงปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวฯ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	ความตั้งใจโดยรวม				
	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (α)	1.621	0.196		8.266	0.000*
1. ปัจจัยด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม	0.331	0.048	0.345	6.965	0.000*
2. ปัจจัยด้านกายภาพและการจัดกิจกรรม	0.109	.052	0.130	2.097	0.037*
3. ปัจจัยด้านศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน	-0.015	.054	-0.018	-0.280	0.780
4. ปัจจัยด้านศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก	0.084	.052	0.108	1.619	0.106
5. ปัจจัยด้านการจัดการด้านการอนุรักษ์	0.019	0.060	0.024	0.319	0.750
6. ปัจจัยด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว	0.128	0.067	0.140	1.910	.057
7. ปัจจัยด้านการสื่อความหมาย	-0.007	.057	-0.008	-0.123	0.902
R= 0.352, F= 30.435, Sig.= .000, AdjR ² = 0.341					

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ความตั้งใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยด้านกายภาพและการจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในองค์ประกอบที่ 1 ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยอื่นๆ ตามเกณฑ์องค์ประกอบ ไม่พบความสัมพันธ์กับความตั้งใจโดยรวม โดยพบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลสูงกว่าตัวแปรอื่น คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมา คือปัจจัยด้านกายภาพและการจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 13.00

4. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต ได้กำหนดวิธีการศึกษา โดยการนำเอาผลที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-3 มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และอภิปรายข้อมูลต่างๆ เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีจำนวน 2 ปัจจัย จากทั้งหมด 7 ปัจจัย แต่เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนามาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในภาพรวม จึงได้เสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต ครบทั้ง 7 ด้าน ดังนี้ 1) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานคุณภาพด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ควรบูรณาการความร่วมมือในการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น 2) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานคุณภาพด้านศักยภาพและการจัดกิจกรรม ควรคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 3) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานคุณภาพด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว ควรร่วมกันจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อม ในทุกด้านและต้องคำนึงถึงการจัดการที่อยู่ภายใต้ระเบียบ กฎหมาย ไม่ละเมิด หรือสร้างผลกระทบในแง่ลบต่อชุมชน หรือทรัพยากรสาธารณะ 4) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานคุณภาพด้านศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก อันได้แก่ ผู้คน กลุ่ม องค์กร หรือชุมชนท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้อง ในฐานะผู้กำกับดูแล ควรสนับสนุนปัจจัยภายนอกเหล่านี้ เพื่อเสริมแรงแหล่งท่องเที่ยวให้เข้มแข็งพอที่จะรองรับด้านการท่องเที่ยว 5) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานคุณภาพด้านการจัดการด้านการอนุรักษ์ โดยการวางนโยบาย วางแผนปฏิบัติการ หรือจัดให้มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมหรือสภาพภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมให้อยู่ในสภาพเหมาะสมไม่ทรุดโทรม เสียหาย 6) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานคุณภาพ ด้านศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ขั้นพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว ควรสัมพันธ์กับการบริหารจัดการของ

ภาครัฐ ในเรื่องของ การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน และการคำนึงถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวในอนาคต 7) การพัฒนา ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพด้านการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยว ควรจัดให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมอย่าง มีคุณภาพและหลากหลาย โดยการส่งเสริมโครงการ/ กิจกรรมต่างๆ ในชุมชน เช่น การฝึกอบรมมัคคุเทศก์ การสร้างสื่อวีดิทัศน์ การผลิตป้ายประชาสัมพันธ์ หรือสื่อประเภทอื่นๆ ที่สามารถสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในจังหวัดภูเก็ต มี ประเด็นสำคัญที่สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การสำรวจแหล่งวัฒนธรรม ที่มีศักยภาพยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ประเภท แหล่งวัฒนธรรมที่ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มส่วนใหญ่ยกมา 3 ลำดับแรก จัดเป็นแหล่งวัฒนธรรมประเภทโบราณสถานทั้งสิ้น ได้แก่ 1) โคกกลางชนะศึก 2) ศาลากลางจังหวัดภูเก็ตหลังเก่า และ 3) เรือนคนหบดี (อาคารสถาปัตยกรรมชิโน - โคโลเนียล) ในเขต อำเภอเมืองภูเก็ต ซึ่งสะท้อนให้เห็นความรุ่มรวยทางศิลปวัฒนธรรม และคุณค่าทางประวัติศาสตร์พื้นถิ่นที่มีเอกลักษณ์อย่างยิ่ง (อัชจิมา หนูคง และ คนละ, 2559) แม้จะมีลักษณะที่ไม่ได้เก่าแก่ หรือโดดเด่นไปกว่าแหล่งโบราณสถาน ในพื้นที่อื่นๆ ของประเทศไทย แต่ตัวอย่างแหล่งวัฒนธรรมเหล่านี้ สามารถสื่อให้เห็นความสนใจ ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในจังหวัดภูเก็ต รวมทั้งสามารถอธิบาย ความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ได้ว่ายังให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ มรดกประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป สอดคล้องกับผลสำรวจ ของ Expedia Group และ Wakefield Research (THE MODERNIST, 2566) ในประเด็น Sustainable Travel Study จากการสอบถามความเห็นนักท่องเที่ยว Generation Y และ Z ทั่วโลก จำนวน 11,000 คน จาก 11 ประเทศ พบว่า ร้อยละ 65 สนใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและความเป็นชุมชน และอยากไปเยี่ยมชม สถานที่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก

2. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต

2.1 องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพ ในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว พบว่าผู้เข้าร่วม การสนทนากลุ่ม ให้ความเห็น ตรงกันว่าแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยรวมในจังหวัดภูเก็ตทั้ง 4 ประเภท (ศาสนสถาน โบราณสถาน ชุมชนท่องเที่ยว และ พิพิธภัณฑ์) มีมาตรฐานระดับสูง ในทุกปัจจัยมาตรฐานตามองค์ประกอบนี้ โดยเฉพาะในตัวชี้วัดเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ ที่ทำให้เกิดการมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ โฮลดา โจนอินทร์ (2559) เรื่องปัจจัยที่ ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งพบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมด้านการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิต ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

2.2 องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพ ในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ให้ความเห็นโดยรวม ว่ามี มาตรฐานระดับสูง ในทุกปัจจัยมาตรฐานตามองค์ประกอบนี้ โดยเฉพาะปัจจัยมาตรฐาน ด้านศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน อันได้แก่ น้ำ ไฟฟ้า ถนน ที่พัก ฯลฯ เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของจังหวัดภูเก็ต ที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ นัก ทำให้โครงสร้างพื้นฐานเข้าถึงได้ทั่วประเทศ ส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่ในพื้นที่ ที่สามารถพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานได้ด้วย

2.3 องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ให้ความเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้ง 4 ประเภท โดยรวมในจังหวัดภูเก็ตว่ามีระดับมาตรฐานคุณภาพอยู่ในระดับสูง 1 ปัจจัย และควรปรับปรุง 1 ปัจจัย ตามองค์ประกอบ นี้ โดยเฉพาะปัจจัยด้านการจัดการ ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดภูเก็ต มีการอุปโภค บริโภค สินค้าและบริการ ที่หลากหลาย ส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ความสะอาดของสถานที่ความชำรุดเสียหายของวัสดุสิ่งของรวมทั้งการจัดการ ด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ เพราะจังหวัดภูเก็ตมิได้มีการวางผังเมืองที่ดีเท่าที่ควร ทำให้เกิดความแออัด และการใช้พื้นที่ ผิดวัตถุประสงค์ ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบางแห่ง ไม่สามารถจัดการการใช้ประโยชน์พื้นที่ได้ สอดคล้องกับ

การศึกษาเชิงคุณภาพของ สุธาสิณี วิทยาภรณ์, ตูลา ไชยาศิริจันทร์โรจน์ และ รุจิภา สิ้นสมบุญรณทอง (2564) ซึ่งได้สัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า นโยบายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐยังคงพัฒนาได้ไม่ครบถ้วน โดยชาวบ้านในชุมชนย่านเมืองเก่ายังขาดความรู้ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

3. ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัย ทั้ง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2) ด้านการรองรับด้านการท่องเที่ยว และ 3) ด้านบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ล้วนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Crosby (1979) อ้างถึงใน เกตุวดี สมบุญรณทวี, คมกริช ศรีไพรงาม, และลลิตภัทร สร้างถิ่น, 2561) ที่ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพราะคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นตัวบ่งบอกถึงการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สินค้านั้นสร้างความพอใจให้กับลูกค้าได้ จึงเป็นส่วนช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในฐานะสินค้าหรือบริการรูปแบบหนึ่งจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภค ตัดสินใจเลือกซื้อ หรือตั้งใจมาท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกตามองค์ประกอบ พบว่า ปัจจัยที่ทรงอิทธิพลที่สุดคือองค์ประกอบที่ 1 ปัจจัย ด้านการดึงดูดใจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Generation Y คือด้านความน่าสนใจและความสวยงามของสถานที่

สำหรับระดับความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ที่จะมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในจังหวัดภูเก็ต พบว่ามีระดับความตั้งใจโดยรวมในระดับมากที่สุดทุกองค์ประกอบความตั้งใจ คือ 1) การมีเป้าหมาย 2) ความพร้อม 3) สถานการณ์ และ 4) การตอบสนอง โดยองค์ประกอบที่มีระดับความตั้งใจมากที่สุด จากทั้งหมด คือองค์ประกอบด้านความพร้อม ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการวิจัยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561) ที่พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y เป็นกลุ่มที่เรียกว่า Happiness blend ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่คำนึงถึงสุขภาพ เวลา และการทดลองสิ่งแปลกใหม่ จึงมีความตั้งใจด้านความพร้อมที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในระดับที่สูงมาก

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ของปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่าเป็น ปัจจัยด้านคุณค่า ทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัย ด้านกายภาพและการจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งล้วนอยู่ในองค์ประกอบที่ 1 ด้านการดึงดูดใจ ด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทั้งสิ้น โดยเฉพาะปัจจัยด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นความมีเอกลักษณ์ ความต่อเนื่องยาวนานของประเพณี ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม ล้วนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุกด้าน ทั้งด้านการมีเป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ และการตอบสนอง สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว คือการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ไม่ว่าจะเป็นเอกลักษณ์ ความงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์วิถีชีวิตของกลุ่มชนต่างๆ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของพัทธรณ ภมรานนท์ (2562) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งพบว่า ความสวยงาม และความเป็นที่นิยมของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมด้วย

สรุปผลการวิจัย

แหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต 3 ลำดับแรก เป็นแหล่งวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน ได้แก่ 1) โคกกลางชนะศึก 2) ศาลากลางจังหวัดภูเก็ตหลังเก่า และ 3) เรือนคนหบดี ในเขตอำเภอเมืองภูเก็ตโดยมีการให้ความเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พบว่าด้านศักยภาพในการดึงดูดใจมีมาตรฐานภาพรวมในระดับสูง ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีมาตรฐานภาพรวมในระดับสูงมากและด้านการบริหารจัดการมีมาตรฐานภาพรวมในระดับปานกลาง

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ Generation Y ตอนกลาง (เกิดปี พ.ศ. 2533-2540) มีสถานะเป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยส่วนใหญ่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์กับเพื่อนๆ หรือเพื่อนร่วมงาน และนิยมไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทชุมชนท่องเที่ยว โดยรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อโฆษณาต่างๆ (สื่อสิ่งพิมพ์/ อินเทอร์เน็ต) และพบว่า ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 2 ปัจจัย จากทั้งหมด 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และ 2) ปัจจัยด้านกายภาพ และการจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลวิจัยไปใช้

1. ใช้เป็นแนวทางในการต่อยอดประเด็นการศึกษา หรือใช้เป็นกรณีศึกษาในการจัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวและบริการทางศิลปวัฒนธรรมในอนาคต
2. ใช้เป็นข้อมูลประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของมาตรฐานคุณภาพ และสามารถจัดโครงการ/ กิจกรรม เพื่อพัฒนามาตรฐานคุณภาพด้านต่างๆ ให้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
3. ใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา หรือสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมของบุคลากร/ องค์กร ในการกำกับดูแลการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ตให้เกิดเป็นรูปธรรม และส่งเสริมให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานในทิศทางเดียวกัน ในระดับพื้นที่
4. นำข้อมูลผลการศึกษาระดับการมีอิทธิพลที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติไปใช้ในการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงลึก

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงแนวทางในการพัฒนา และผลักดันให้เกิด ระเบียบ กฎหมาย เพื่อควบคุมมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในระดับมหภาค
2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทธีมปาร์ค (Theme park) ซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้น และมีการประยุกต์เอาศิลปวัฒนธรรมไปเกี่ยวข้อง
3. ควรศึกษาเพิ่มเติม ถึงแนวโน้ม ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต ในช่วงวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
4. ควรศึกษาปัญหา อุปสรรคของทั้งผู้ประกอบการและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนากระบวนการจัดการท่องเที่ยวและการบริการด้านศิลปวัฒนธรรม
5. ควรศึกษาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบเฉพาะเจาะจง ในรายแหล่งท่องเที่ยว หรือรายพื้นที่ที่มีความสำคัญด้านการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). *โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย*. กรุงเทพฯ: บริษัท แบรินด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด.
- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี, คมกริช ศรีไพรงาม, และ ลลิตภัทร สร้างถิ่น. (2561). ปัจจัยด้านคุณภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออรรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่น. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 7(1), 1-8.
- เฉลิมพล จตุพร. (2564). *ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- นิรชา เขียมชะโอด. (2563). *การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค Generation Y ในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- บริษัท เอฟพีเน็ต จำกัด. (2559). *รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) โครงการทิศทางการพัฒนา ท่องเที่ยวของประเทศไทยใน ระยะ 10 ปี*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)*. กรุงเทพฯ: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ และ ประสพชัย พสุนนท์. (2559). *กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับกาวิจัยเชิงคุณภาพ*. *วารสาร ปารีชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 29(2), 31-48.
- พัทธมน ภมรนนท์. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- วนิดา เลิศพัฒนานนท์. (2561). *รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y Thai Gen Y People' Travelling Behavior and Motivation Patterns*. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12, 134-149.
- สุธาสิณี วิทยาภรณ์, ตูลา ไชยาศิริรินทร์โรจน์, และ รุจิภา สิ้นสมบูรณ์ทอง. (2564). *แนวทางพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ ย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต*. *วารสารวิชาการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*, 7(1), 180-188.
- อนุชิต ไกรวิจิตร. (2562). *ภาพรวมรายได้การท่องเที่ยวรายจังหวัด ครึ่งปี 2562*. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/tourism-revenue-2019/>
- อััจฉิมา หนูคง, ไพบุลย์ ดวงจันทร์, ฉันทัส ทองช่วย, และ มัณฑนา นวลเจริญ. (2559). *การจัดการพิพิธภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์เพื่อ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต*. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 10(2), 179-197.
- ไอลดา โคมอินทร์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- Cochran, W. G. (1963). *Sampling Technique*. New York: John Wiley and Sons.
- Pakpum Kowisuth. (2015). *Factors influence hotel selection of tourist travelling with children in Phuket* (Master's Thesis). Prince of Songkhla University, Phuket.
- THE MODERNIST. (2566). *ท่องเที่ยวยั่งยืน เทรนด์ใหม่ของคนเจน Y - Z*. สืบค้นจาก <https://themodernist.in.th/sustainable-tourism-a-new-trend-for-gen-y-z-people/>