

ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช
ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

The Potential of Cultural Tourism of Wat Phra Mahathat
Woramahawihan, Nakhon Si Thammarat : The Foreign
Tourists' Perspective

ปิ่นฤทัย คงทอง ¹ รุ่งโรจน์ เย็นชัยพลกุล ² วีรยา มีสวัสดิกุล ³	Pinruthai Khongthong Rungroj Yenchaiyapruak Weeraya Meesawatdikul
--	---

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 220 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์สถิติค่าที (t - test) และความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ในด้านสิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง และด้านการอนุรักษ์/ การรักษา ทั้งนี้มีความโดดเด่นเรื่องความมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีเอกลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรม

¹ อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและนันทนาการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

³ อาจารย์คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

แต่ควรพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยควรจัดให้มีห้องน้ำที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและมีการรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ ด้านกิจกรรมควรมีการจัดระเบียบและเพิ่มการอำนวยความสะดวกในการสักการะและบูชาองค์พระบรมธาตุเจดีย์ให้นักท่องเที่ยว และด้านบุคลากรควรพัฒนาเรื่องการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ซึ่งทั้งสามด้านนี้มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช ศักยภาพ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

Abstract

This research aims to study the potential of Wat Phra Mahathat Woramahawihan, Nakhon Si Thammarat. The quantitative research techniques were employed to address the research questions. The data were collected from 220 foreign tourists using an accidental sampling technique. Such data were analyzed and explained via the descriptive and inferential statistics, t - test, and One-way ANOVA.

The finding of the study shows that the potential of Wat Phra Mahathat Woramahawihan was rated high in the aspects of attractions, accessibility and preservation / maintenance. It is outstanding in historical values, uniqueness and cultural diversity. However, the facility in this temple should be improved, that is to say, there should be adequate toilets that must be regularly cleaned for tourists. In the area of religious activities,

it should be well-organized and there should be more facilities for worshipping the Chedi. Moreover, in personnel aspect, temple staff should be developed in foreign language communication. These three mentioned aspects should be improved because they are rated at moderate level. The comparative result between foreign tourists and their opinions on the potential of cultural tourism of Wat Phra Mahathat Woramahawihan indicates that the difference of demographic data of tourists significantly affected the variety of tourist's perspectives.

Keywords : Wat Phra Mahathat Woramahawihan, Nakhon Si Thammarat Potential, Foreign Tourists

บทนำ

การขยายตัวภาคของการท่องเที่ยวเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว สภาการเดินทาง และการท่องเที่ยวโลก (World Travel & Tourism Council) คาดการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวโลกว่าในปี 2026 การท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น 370 ล้านตำแหน่งงานทั่วโลก แต่การเติบโตของภาคการท่องเที่ยวอาจต้องแลกด้วยความเสื่อมโทรม ในหลายๆ ด้าน อาทิ สภาพแวดล้อม เป็นต้น ดังนั้น การบริหารจัดการในภาคการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2560) เมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบหลักของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ ที่พัก การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมการท่องเที่ยว (Dickman, 1996) ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวมีจุดแข็งหลายด้านที่ทำให้นักท่องเที่ยวตระหนักว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า มีการจดจำที่ดี มีความผูกพันและจะรักภักดีอยากกลับมาเยือนอีกครั้งแต่ต้องกำจัดจุดอ่อนที่ยังด้อยกว่าคู่แข่ง อันได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการดูแลด้านความปลอดภัย ทั้งนี้หากเพิกเฉยอาจสูญเสียอันดับและความสามารถในการแข่งขันให้กับคู่แข่งอื่นๆ

ได้ในอนาคต (จิรา บัวทอง, 2557)

โดยเฉพาะการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไทยประสบปัญหาทรัพยากรการท่องเที่ยวเสื่อมโทรมซึ่งเป็นปัญหาที่สะสมมานานจากนโยบายการเร่งส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวแต่ขาดการเตรียมพร้อมรองรับของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลักๆ ของประเทศ ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในแต่ละปีการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในขณะที่การบริหารจัดการและการควบคุมกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐไม่สามารถดำเนินการได้อย่างทั่วถึง ทำให้เกิดปัญหาการบุกรุกพื้นที่ ปัญหาขยะ น้ำเสีย มลพิษ ระบบนิเวศวิทยา ศิลปวัฒนธรรมและโบราณสถานเสี่ยงต่อการถูกทำลาย ซึ่งนับเป็นสาเหตุสำคัญทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวของไทยจึงควรได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสมทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับประเทศและระดับภูมิภาค

จังหวัดนครศรีธรรมราชได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในพันธกิจ กล่าวคือฟื้นฟู พัฒนาศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร ภาคการตลาด ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัด (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2557) โดยเป็นหนึ่งในสิบสองจังหวัดที่ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็น 12 เมืองต้องห้ามพลาตของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ได้แก่ พัฒนา พื้นฟูและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมและที่มนุษย์สร้างขึ้น ยกกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว คงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนของแต่ละพื้นที่ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งผู้มาเยือนมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในส่วนของชาวต่างชาติในปี 2558 เบื้องต้นมีจำนวน 72,384 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2559) และมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากวัดพระมหาธาตุฯ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญและมีชื่อเสียงของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกชั้นวรมหาวิหาร เป็นปูชนียสถานที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของ

ภาคใต้และประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช, 2552) ได้รับการขึ้นบัญชีเบื้องต้นมรดกโลก (Tentative List) อย่างเป็นทางการจากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ในการประชุมครั้งใหญ่ที่ 37 เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2556 ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการนำเสนอเพื่อขึ้นบัญชีมรดกโลก ในเกณฑ์ข้อที่ 2 ข้อที่ 4 และข้อที่ 6 (วิรุจ ถิ่นนคร, 2558)

เนื่องจากเหตุผลดังกล่าวจึงส่งผลให้วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นจุดหมายปลายทางหลักที่นักท่องเที่ยวจะมาเยือน ดังนั้น จึงเป็นช่องว่างนำไปสู่จุดมุ่งหมายของการศึกษารั้งนี้ที่ต้องการศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผลของการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวด้านต่างๆ และสามารถกำหนดการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสมเพื่อไม่ให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช

การทบทวนวรรณกรรม

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว Burkart and Medlik (1974 : 35) ได้ให้ความหมายของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง คุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยววิเคราะหได้จาก สิ่งดึงดูดใจของสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงสถานที่ รวมถึงภาพพจน์

ต่างๆ เช่น ความมีชื่อเสียง ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์เฉพาะ ความสะอาด ความปลอดภัย โอกาสในการเรียนรู้และเพิ่มประสบการณ์ Dickman (1996) กล่าวว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวควรประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบด้วยกัน ซึ่งได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ที่พัก การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษานี้ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดของ Dickman (1996) ตลอดจนการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาเป็นกรอบในการศึกษาศักยภาพของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านบุคลากร และด้านการอนุรักษ์/การรักษา

สิ่งดึงดูดใจ คือสิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว (Prideaux, 2002) สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมต้องมีสิ่งที่ดึงดูดความสนใจที่มากกว่าความเป็นมรดกของชุมชนในท้องถิ่นนั่นก็คือคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ และมีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม (McKercher & So-Ming, 2001) ควรคำนึงถึงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ (Vong & Ung, 2012) มีความสมบูรณ์ งดงามทางสถาปัตยกรรม (Popichit, Anuwichanont, & Chuanchom, 2013) ให้ความรู้สึกของความเป็นดั้งเดิม มีการนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจ (McKercher & du Cros, 2002) อีกทั้งควรสร้างความรู้สึกให้มีความผูกพันกับท้องถิ่น (Zabkar et al., 2010)

การเข้าถึง การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบความสำเร็จมีองค์ประกอบที่จำเป็นคือการเข้าถึง นั่นก็คือโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงความพร้อมของถนนหนทาง ยานพาหนะเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Sheng & Lo, 2010) อีกทั้งจำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่อง ความปลอดภัย ซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญมาก และเป็นหน้าที่ของภาครัฐที่ต้องอำนวยความสะดวกและสร้างความปลอดภัยทั้งร่างกาย ทรัพย์สินและการเดินทางให้แก่ประชาชน (Caber et al., 2012) นอกจากนี้ภายในแหล่งท่องเที่ยวควรมีศูนย์ข้อมูล ข่าวสารหรือโบรชัวร์และมีความพร้อมในการให้บริการแก่ท่องเที่ยว มีการกำหนดกฎระเบียบในการเข้าชมที่เหมาะสม อาทิเช่น การแต่งกาย มารยาท ในการเข้าชมโบราณสถานและใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ ทำให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างชัดเจน (Ben-Dalia et al., 2013)

สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวประกอบด้วยความหลากหลายของการบริการ และเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาเยือนเพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐาน (Lee et al., 2010) รวมถึงการบริการ การต้อนรับ เช่น ร้านอาหาร ร้านอาหารจานด่วน ศูนย์การขายสินค้าที่ระลึก ร้านขายของโบราณ ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงแต่ให้เฉพาะความพอใจแก่นักท่องเที่ยวแต่ต้องมีการเพิ่มคุณค่าและประสบการณ์ในการเดินทางด้วย (Ivanovic et al., 2009) การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ห้องสุขา รวมถึงความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมด้วย (Lopez-Toro et al. (2010) อีกทั้งควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ มาเสริมหรือสนับสนุนเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์สาธารณะ เป็นต้น (Ivanovic et al., 2009)

กิจกรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรม กิจกรรมทั้งหมดที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีผู้มาเยือนสามารถกระทำได้ในระหว่างการเยี่ยมชม (Gaffar, Wetprasit, & Setiyorini, 2011) โดยควรคำนึงถึงความเหมาะสม ความพร้อม และความหลากหลาย (Lacher, Oh, Jodice, & Norman, 2013) เช่น การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยการเที่ยวชมสถานที่ การเรียนรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของสถานที่โบราณและจุดประสงค์ของการสร้าง รวมทั้งภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ของสถานที่เก่าแก่ งานศิลปะ หัตถกรรมท้องถิ่น ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน ผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกท้องถิ่น

บุคลากร คนคือ ทรัพยากรที่สำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว เพราะคนสามารถทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสัมผัสกับความเป็นดั้งเดิมของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้มากขึ้น (Al-Oun & Al-Homoud, 2008) คุณภาพของการท่องเที่ยวสร้างขึ้นได้โดยกระบวนการส่งมอบการบริการ เช่น ความเป็นมิตร มารยาท ความชำนาญ ความน่าเชื่อถือและความสามารถของผู้ให้บริการ และครอบคลุมไปถึงภาพลักษณ์ของบุคลากรที่นักท่องเที่ยวต้องติดต่อด้วย (Zabkar et al., 2010) ส่วนสำคัญซึ่งบุคคลที่ทำหน้าที่ด้านบริการนักท่องเที่ยวจะต้องพิจารณา คือ การจัดสรรบุคคลที่มี

ความละเอียดรอบคอบ มีความผูกพันกับงานที่ทำ มีความรับผิดชอบ ให้ความช่วยเหลือ นักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ มีความจริงใจซื่อสัตย์ ทำงานดี และสามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจเป็นสำคัญ บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวหรือที่เกี่ยวข้องจะส่งผลต่อระดับมาตรฐานการบริการในแหล่งท่องเที่ยว

การอนุรักษ์/การรักษา การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอาจจะดำเนินการตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปโดยชุมชนที่เกี่ยวข้องรวมทั้งความต้องการของทั่วโลก ที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์มากขึ้นด้วย (Arthur & Mensah, 2006) โบราณสถานเป็นสถานที่ที่ควรจะอนุรักษ์ให้ดีและรักษาให้คงอยู่ในสภาพดั้งเดิมให้มากที่สุด (Vong & Ung, 2012) มีหลายวิธีด้วยกันที่จะช่วยเรื่องการอนุรักษ์ เช่น ควรมีการรักษาความปลอดภัยอย่างดีและเหมาะสม โดยการจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ (รัฐจวน ประวัติเมือง, 2554) เพราะการจัดการที่ดีและการป้องกัน การรักษา มรดกทางวัฒนธรรมเป็นการทำเพื่อประโยชน์ของคนในรุ่นอนาคตอันเป็นมรดกของส่วนรวม (McKercher & du Cros, 2002) ดังนั้น การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดีไม่ควรที่จะมองมรดกทางวัฒนธรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวเป็นเพียงแค่สินค้าที่จะนำรายได้เข้าสู่ประเทศ หากแต่ควรมองแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวให้เสมือนมรดกของคนทั้งประเทศที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่ต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัฐจวน ประวัติเมือง (2554) ได้วิจัยเรื่องศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก : กรณีอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและสุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชร ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก โดยรวมยังขาดบุคลากรที่มีองค์ความรู้ ขาดงบประมาณ และความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน โดยรายละเอียดด้านนักท่องเที่ยว พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะคุณค่าของโบราณสถานและกิจกรรมการไหว้พระ ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัว นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้รถประจำทาง และเครื่องบิน สิ่งทีนักท่องเที่ยวอยากให้ผู้รับผิดชอบพัฒนาศักยภาพ คือ การจัดการเกี่ยวกับป้ายบอกถนนหนทางป้ายสื่อความหมาย และ

ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย ส่วนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวถือว่า มีศักยภาพเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจ แต่ยังมีปัญหาเรื่องกรรมสิทธิ์ที่ดินทับซ้อน และขาดความพร้อมในการเข้าถึงแหล่งและการรองรับเรื่องที่พักในพื้นที่ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร ส่วนด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น พบว่า ยังอยู่ในระดับที่ต่ำเพราะขาดความรู้ความเข้าใจการเป็นมรดกโลกและความรู้สึกร่วมในการเป็นเจ้าของ สำหรับมูลค่าเพิ่มที่เป็นตัวเงิน จากการขึ้นทะเบียนมรดกโลกไม่ได้โดดเด่นจากที่เคยเป็นแต่มีผลด้านจิตใจ และการบริหารจัดการพื้นที่ให้มีระเบียบแบบแผนส่งผลต่อการทำงานด้านอื่นอย่างมาก

วงศ์ธีรา สุวรรณิน และคณะ (2557) ได้วิจัยเรื่องศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า วัดส่วนใหญ่มีภูมิทัศน์ที่สวยงามและมีพื้นที่โล่งกว้าง ส่วนทรัพยากรด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณี พบว่า วัดส่วนใหญ่มีโบสถ์และพระพุทธรูปที่สำคัญ ชุมชนจะจัดประเพณีร่วมกับวัด เช่น ตักบาตรทำทานและเวียนเทียนในวันสำคัญทางศาสนา พร้อมทั้งการณรงคให้ประชาชนรักษาศิลปinger ฟังเทศน์ ฟังธรรมในวันพระและวันสำคัญทางศาสนา สำหรับวัดที่มีนักท่องเที่ยวมาวัดจะจัดมัคคุเทศก์หรือบุคลากรพาชมวัด ส่วนที่ต้องปรับปรุงคือ จุดประชาสัมพันธ์ยังมีน้อยทั้งบริเวณนอกวัดและในวัด

สุมาลี นันทศิริพล (2560) ได้วิจัยเรื่องศักยภาพการจัดการบริการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนควรรักษาสถาปัตยกรรมดั้งเดิม สร้างการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมท่องเที่ยว จัดป้ายให้ความรู้แนะนำเส้นทางท่องเที่ยว สร้างความร่มรื่น ดูแลความสะอาด ควบคุมราคาการขนส่งและสินค้า เพิ่มรถประจำทาง จัดระเบียบร้านค้าและส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่น

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้มีพื้นที่ในการวิจัย คือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช และเนื้อหาของการศึกษานี้เป็นการศึกษาความคิดเห็น

ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช และเปรียบเทียบความแตกต่าง ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้ได้ข้อมูลเป็นแนวทาง ในการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวด้านต่างๆ และสามารถกำหนดการบริหารจัดการ ได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ดำเนินการศึกษาและเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม 2558 ถึงเดือนธันวาคม 2558

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช เครื่องมือการวิจัย คือแบบสอบถามภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วนที่สอง ความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร โดยถามระดับความเห็น 6 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม บุคลากร และด้านสุดท้ายคือ การอนุรักษ์/การรักษา การออกแบบสอบถาม ใช้แนวคิดวิธีการออกแบบสอบถามของ Thomas และ Nelson (1996) ซึ่งประกอบด้วย 6 หลักการ เนื่องจากเป็นประโยชน์และนำไปสู่การออกแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ หลักการแรก แบบสอบถามต้องมีข้อมูลที่เหมาะสมเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลักการที่สอง กำหนดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จของงานวิจัย หลักการที่สามการออกแบบสอบถามต้องนำไปสู่การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ชัดเจนและ มีความกระชับ หลักการที่สี่ ลักษณะและการออกแบบแบบสอบถามต้องมีความดึงดูดใจ นักท่องเที่ยว หลักการที่ห้า การทดสอบแบบสอบถาม (Pilot-test) โดยนำไปทดสอบกับ กลุ่มคนที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างการวิจัย เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามแต่ละข้อ สมบูรณ์ครบถ้วนหรือไม่ และสุดท้ายหลักการที่หก นักวิจัยได้ส่งจดหมายถึงผู้ตอบ แบบสอบถามอธิบายถึงจุดประสงค์ของการขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือของการศึกษานี้ เพื่อให้เครื่องมือสามารถวัดได้ตรงและครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจึงให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน พิจารณาโดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) หลังจากนั้นนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องฯ โดยใช้สูตรของ Rovinelli และ Hambleton (1977) ในการคำนวณ มีเกณฑ์การพิจารณาระดับค่าดัชนีความสอดคล้องฯ ของข้อคำถามที่ได้จากการคำนวณจากสูตรที่จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 มีเกณฑ์การพิจารณา คือ ค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป คัดเลือกข้อคำถามข้อนั้นไว้ใช้ได้ แต่ถ้าได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาแก้ไขปรับปรุง ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ปรับปรุงข้อคำถามที่มีค่า IOC ที่ต่ำกว่า 0.5 ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้เครื่องมือวิจัยมีความครอบคลุมตัวแปรที่ต้องการศึกษา และให้ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบอีกครั้งก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายจริง โดยการสุ่มตัวอย่างกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เป้าหมายเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อตรวจสอบถึงการตีความหมายผิด ความคลุมเครือ ตลอดจนการเอนเอียงของคำถาม (Coolican, 2004) แบบสอบถามที่ใช้ทำการทดสอบ มีจำนวน 30 ชุด จากนั้นทำการวัดค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) (Coolican, 2004; Hair, Money, Samouel, & Page, 2007) ทั้งนี้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้เท่ากับ 0.95 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (0.75) แบบสอบถามจึงจะมีระดับความเชื่อมั่นที่สูงมากเพียงพอ (Coolican, 2004)

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 220 คน กำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์โดยใช้ G*Power (Faul, Erdfelder, & Bunchner, 2007) ที่กำหนดว่าการใช้ t-test ในการทดสอบทางสถิติ effect size = 0.5, alpha =, power 0.95 และเลือกตัวอย่างจากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งวิเคราะห์สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยกำหนดเกณฑ์ความคิดเห็น ดังนี้ 1.00 - 1.80 (น้อยที่สุด) 1.81 - 2.60 (น้อย) 2.61 - 3.40 (ปานกลาง) 3.41 - 4.20 (มาก) 4.21 - 5.00 (มากที่สุด) และการวิเคราะห์ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งวิเคราะห์สถิติค่าที (t-test) สำหรับวิเคราะห์ความแตกต่างของประชากร 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ และความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับวิเคราะห์ความแตกต่างของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง (n) ของการศึกษานี้ครั้งนี้มีจำนวน 220 คน จากผลการศึกษาปรากฏว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 59.10 และ 40.90 ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามอายุ อันดับที่ 1 ได้แก่ อายุ 45 - 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.4 กลุ่มที่สองซึ่งไม่แตกต่างมากนักจากกลุ่มแรก ได้แก่ 25 - 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.50 ส่วนกลุ่มที่ 3 ได้แก่ 35 - 44 ปี คิดร้อยละ 22.70 ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามสถานภาพ ผลการศึกษพบว่า มากกว่าครึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ร้อยละ 55.50) มีสถานะสมรสแล้ว รองลงมาคือ กลุ่มที่เป็นโสดแล้ว คิดเป็นร้อยละ 41.40 อันดับ 3 หม้าย/ แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 3.20 ตามลำดับ จำแนกตามระดับการศึกษา อันดับ 1 ได้แก่ ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 76.40 อันดับที่ 2 ได้แก่ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.30 อันดับที่ 3 ได้แก่ ประถมศึกษาที่สัดส่วนเท่ากับ

ระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 4.10 ตามลำดับ จำแนกตามอาชีพ อันดับที่ 1 ได้แก่ ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 42.30 อันดับที่ 2 ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 35.00 อันดับที่ 3 ได้แก่ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตามลำดับ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน อันดับที่ 1 ได้แก่ มากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ อันดับที่ 2 ได้แก่ 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.40 อันดับ 3 ได้แก่ 20,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านบุคลากร และด้านการอนุรักษ์/การรักษา ดังนี้

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.99$, $S.D. = 0.97$) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุดของด้านนี้คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ($\bar{X} = 4.81$, $S.D. = 0.44$) ตามด้วยสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.79$, $S.D. = 0.55$) ถัดมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.69$, $S.D. = 0.70$) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ ($\bar{X} = 3.82$, $S.D. = 1.08$) สถานที่ท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์งดงามทางสถาปัตยกรรม ($\bar{X} = 3.65$, $S.D. = 1.18$) สถานที่ท่องเที่ยวให้ความรู้สึกรู้อย่างลึกซึ้งของความเป็นดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.60$, $S.D. = 1.21$) สถานที่ท่องเที่ยวมีความผูกพันกับท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.57$, $S.D. = 1.21$) สถานที่ท่องเที่ยวมีการนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.57$, $S.D. = 1.15$) และสุดท้ายคือ แต่ละจุดของสถานที่ท่องเที่ยวมีป้ายสื่อความหมาย ที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.45$, $S.D. = 1.25$)

ด้านการเข้าถึง พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของด้านนี้อยู่ในระดับมาก ($M = 3.42$, $S.D. = 0.97$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของแต่ละประเด็นซึ่งมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก ($\bar{X} = 3.66$, $S.D. = 1.13$) รองลงมา ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวกำหนดกฎระเบียบในการเข้าชมและมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.48$, $S.D. = 1.23$) การเดินทางมาสถานที่ท่องเที่ยวมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.47$, $S.D. = 1.12$) ถัดไปคือศูนย์ข้อมูล/ ข่าวสาร/ โบรชัวร์/

มีความพร้อมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยพอๆ กับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 1.25) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางของด้านนี้คือ มีเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลืออำนวยความสะดวกเรื่องสถานที่จอดรถ ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 1.20) และที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอ ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 1.23)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ค่าเฉลี่ยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ($M = 3.33$, S.D. = 1.23) เมื่อพิจารณารายประเด็นจะเห็นได้ว่าทุกประเด็นในด้านนี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอ ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 1.24) มีถังขยะที่เพียงพอสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 1.24) ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดและถูกสุขลักษณะ ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 1.20) สินค้าหัตถกรรมมีความหลากหลายให้เลือก ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 1.25) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันกับบริเวณโดยรอบของสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมมีความสะอาด ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 1.27) สถานที่ท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรศัพท์สาธารณะ ความสว่างโดยรอบบริเวณมีความเพียงพอ ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 1.24) สุดท้ายคือห้องน้ำมีความสะอาด ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 1.15)

ด้านกิจกรรม พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ($M = 3.38$, S.D. = 1.245) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นๆ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากของด้านนี้คือลำดับขั้นตอนในการสักการะและบูชาองค์พระบรมธาตุเจดีย์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 1.04) ตามด้วยมีการจัดเตรียมดอกไม้ ธูปเทียน สำหรับบูชาองค์พระบรมธาตุเจดีย์/สิ่งศักดิ์สิทธิ์เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 1.34) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจกรรมอื่นๆ นอกเหนือจากการสักการะและบูชาองค์พระบรมธาตุเจดีย์มีความน่าสนใจ ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 1.33) การมีโอกาสและความสะดวกในการสักการะและบูชาองค์พระบรมธาตุเจดีย์/สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 1.33) การได้คุณค่าจากกิจกรรมในการสักการะและบูชาองค์พระบรมธาตุเจดีย์/สิ่งศักดิ์สิทธิ์มีความคิดเห็น ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 1.34) สุดท้ายคือ สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณสำหรับจุดรูป เทียน ในการสักการะและบูชาองค์พระบรมธาตุ/สิ่งศักดิ์สิทธิ์มีความพร้อมสำหรับการให้บริการ ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 1.36)

ด้านบุคลากร พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรวมด้านบุคลากรอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ($M = 3.37$, $S.D. = 1.22$) โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากของด้านนี้คือ พนักงานประจำแหล่งท่องเที่ยวมีความเชี่ยวชาญในการให้ความรู้และนำชมสถานที่ ($\bar{X} = 3.47$, $S.D. = 1.19$) รองลงมาพนักงานมีความสุภาพและกระตือรือร้นในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.42$, $S.D. = 1.19$) ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดี ($\bar{X} = 3.30$, $S.D. = 1.27$) และพนักงานมีความสามารถในการตอบคำถาม/ให้ข้อมูลด้วยความรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.29$, $S.D. = 1.22$)

ด้านการอนุรักษ์/ การรักษา พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรวมของด้านนี้อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($M = 3.41$, $S.D. = 1.21$) ทั้งนี้องค์พระบรมธาตุเจดีย์มีการอนุรักษ์รักษาสภาพได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, $S.D. = 1.19$) รองลงมา ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ บริเวณโดยรอบวัดพระมหาธาตุฯ ได้รับการอนุรักษ์ รักษาสภาพได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.40$, $S.D. = 1.19$) ตามด้วยภายในโบราณสถานมีการรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี เช่น มีการติดตั้งกล้องวงจรปิด ($\bar{X} = 3.40$, $S.D. = 1.29$) สุดท้ายคือ โบราณสถานมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 3.25$, $S.D. = 1.27$)

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้กับความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพโดยรวมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช มีรายละเอียดดังนี้

เปรียบเทียบศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อศักยภาพโดยรวมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($t = 3.431$, $\text{sig} = 0.001$)

เปรียบเทียบศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อศักยภาพโดยรวมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน ที่ระดับ

นัยสำคัญ 0.01 ($F = 11.575$, $\text{sig} = 0.001$)

เปรียบเทียบศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อศักยภาพโดยรวมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($F = 7.061$, $\text{sig} = 0.001$)

เปรียบเทียบศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อศักยภาพโดยรวมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($F = 4.731$, $\text{sig} = 0.001$)

เปรียบเทียบศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกตามรายได้ พบว่า รายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อศักยภาพโดยรวมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($F = 2.815$, $\text{sig} = 0.026$)

อภิปรายผล

วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้าน

1. สิ่งดึงดูดใจ โดยมีความโดดเด่นเรื่องความมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และความหลากหลายทางวัฒนธรรม แต่อย่างไรก็ตาม ควรมีการพัฒนาป้ายสื่อความหมายตามจุดต่างๆ ภายในวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ให้มีความชัดเจนมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราνού โสภณ และคณะ (2554) ที่พบว่า สิ่งที่น่าท่องเที่ยวอยากให้ผู้รับผิดชอบพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกคือ ควรมีการสำรวจและปรับปรุงป้ายสื่อความหมายเพื่อรองรับความต้องการนักท่องเที่ยว

2. ด้านการเข้าถึง วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารมีความสะดวกสบายในการเข้าถึง โดยมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน มีการกำหนดกฎระเบียบในการเข้าชมและมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างชัดเจน แต่ควรจัดให้มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ และจัดให้มี

เจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกเรื่องสถานที่จอดรถ ดังที่ Brezovec และ Bruce (2009) and Caber et al. (2012) เสนอแนะว่าการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ต้องรวมถึงความสะดวกของสถานที่จอดรถด้วย

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารควรพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้แก่ จัดให้มีห้องน้ำที่เพียงพอต่อจำนวนของนักท่องเที่ยว และมีการรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น โทรศัพท์สาธารณะ ถังขยะอย่างเพียงพอ และรักษาความสะอาดบริเวณโดยรอบของ สถานที่ ตลอดจนควรมีของที่ระลึก สินค้าหัตถกรรมที่หลากหลาย และการคำนึงถึง ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของร้านอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งสอดคล้องกับ Ivanovic และ คณะ (2009) ได้กล่าวสนับสนุนว่า แหล่งท่องเที่ยวควรมีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว และจัดสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่สำคัญ เช่น น้ำ ไฟฟ้า การกำจัดสิ่งปฏิกูล และการกำจัดขยะ

4. ด้านกิจกรรม มีการจัดลำดับขั้นตอนในการสักการะและบูชาองค์พระบรมธาตุเจดีย์ที่เหมาะสม มีการจัดเตรียมดอกไม้ ธูปเทียน สำหรับบูชาองค์พระบรมธาตุเจดีย์ เป็นอย่างดี แต่ควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณสำหรับจุดธูป เทียนให้มีความพร้อมในการบริการนักท่องเที่ยว และเพิ่มความสะดวกในการเข้าสักการะและบูชา องค์พระบรมธาตุเจดีย์แก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Lacher และคณะ (2013) กล่าวว่า สถานที่ท่องเที่ยวควรคำนึงความพร้อมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ที่มาเยี่ยมชมสถานที่นั้นๆ ด้วย

5. ด้านบุคลากร พนักงานประจำวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร มีความเชี่ยวชาญ ในการให้ความรู้และนำชมสถานที่ภายในวัด มีความกระตือรือร้นในการบริการ แต่ควรพัฒนา เรื่องการสื่อสารภาษาต่างประเทศและความสามารถในการตอบคำถาม การให้ข้อมูลต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว จากผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับ Lopez-Toro และคณะ (2010) กล่าวว่า พนักงานต้องมีความสุภาพ ความกระตือรือร้นในการบริการ มีความรู้และสามารถให้ ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง และสื่อสารภาษาต่างประเทศได้เป็นอย่างดี สุดท้ายคือ

6. ด้านการอนุรักษ์/ การรักษา พบว่า มีการอนุรักษ์รักษาสภาพของ องค์พระบรมธาตุเจดีย์ได้อย่างเหมาะสม แต่ควรมีการรักษาสภาพของโบราณสถาน

โบราณวัตถุ บริเวณโดยรอบวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารอย่างเหมาะสมด้วย และควรจัดให้มีการรักษาความปลอดภัยภายในโบราณสถานเป็นอย่างดี เช่น มีการติดตั้งกล้องวงจรปิด และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ สอดคล้องกับ ราชกิจจานุเบกษา (2554) สนับสนุนว่าหนึ่งในวิธีการอนุรักษ์โบราณสถานคือ ควรมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ

การเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับความความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ พบว่าข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ สอดคล้องกับ ทักษิณีย์ นาคเสนีย์ และเกศรา สุขเพชร (2559) กล่าวว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ภูมิภาคนา ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในระดับที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเจ้าหน้าที่ของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ควรมีการพัฒนาวัดในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรจัดให้มีห้องน้ำที่เพียงพอต่อจำนวนของนักท่องเที่ยวและมีการรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ มีถังขยะอย่างเพียงพอ และรักษาความสะอาดบริเวณโดยรอบของสถานที่ การคำนึงถึงความสะดวกและถูกสุขลักษณะของร้านอาหารและเครื่องดื่ม

2. ด้านกิจกรรม ควรมีการจัดระเบียบและเพิ่มการอำนวยความสะดวกในการสักการะและบูชาของพระบรมธาตุเจดีย์ให้แก่นักท่องเที่ยว

3. ด้านบุคลากร ควรพัฒนาเรื่องการสื่อสารภาษาต่างประเทศให้แก่บุคลากรที่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลและบริการนักท่องเที่ยวตามจุดต่างๆ ภายในวัด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลทั่วไปกับความความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ หลังจากพบว่า ทุกกลุ่มของตัวแปรมีความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญแล้ว ควรนำไปทดสอบรายคู่โดยใช้วิธีเชฟเฟ (Scheffe) เพื่อพิจารณาว่ากลุ่มของตัวแปรตัวไหนมีความแตกต่างกันบ้าง ซึ่งสามารถต่อยอดไปสู่การทำกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารได้กลุ่มลึกขึ้น

3. การศึกษาในครั้งนี้ศึกษาเฉพาะศักยภาพของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ดังนั้น ในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอื่นๆ ด้วยและมีเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดโดยภาพรวม

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2559). **สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศจังหวัดนครศรีธรรมราช** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html>. [25 มีนาคม 2560.]
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย 2558 - 2560** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114. [15 สิงหาคม 2559]

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช. (2552). **เที่ยวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก นครศรีธรรมราช**. กรุงเทพฯ : กองผลิตอุปกรณ์เผยแพร่ ฝ่ายบริการการตลาด.
- จิรา บัวทอง. (2557). Destination Thailand ดัชนีชี้วัดของประเทศไทยในฐานะ จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว. *TAT Tourism Journal*, 3(4), 16 - 25.
- จิราณุ โสภา และคณะ. (2554). ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก ของประเทศไทย กรณีศึกษา : อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชรและอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ทัศนีย์ นาคเสนีย์ และเกศรา สุกเพชร. (2559). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเขตภาคกลางตอนล่างของไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี*, 5(2), 4 - 14.
- รัญจวน ประวัติเมือง. (2554). ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก : กรณีอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและสุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- วงศ์ธิดา สุวรรณิน และคณะ. (2557). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัด ในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 8(3), 63-82.
- วิรุจ ถิ่นนคร. (2558). แนวทางการปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อส่งเสริมคุณค่าและความสำคัญ ด้านมรดกทางวัฒนธรรม วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้การเสนอชื่อเป็นแหล่งมรดกโลก. *วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 64, 155 - 270.
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2560). ปี 2026 การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน เพิ่มขึ้น 370 ล้านตำแหน่งงานทั่วโลก. *Tourism Review*, 3(1), 73.
- สุมาลี นันทศิริพล. (2560). ศักยภาพการจัดการบริการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(1), 138 - 151.

- Al-Oun, S., & Al-Homoud, M. (2008). The potential for developing community-based tourism among the Bedouins in the Badia of Jordan. **Journal of Heritage Tourism**, 3(1), 36 - 54.
- Arthur, S. N. A., & Mensah, J. V. (2006). Urban management and heritage tourism for sustainable development the case of Elmina cultural heritage and management programme in Ghana. **Management of Environmental Quality : An International Journal**, 17(3), 299 - 312.
- Ben-Dalia, S., Collins-Kreiner, N., & Churchman, A. (2013). Evaluation of an urban tourism destination. **Tourism Geographies**, 15(2), 233 - 249.
- Brezovec, T., & Bruce, D. (2009). Tourism development: issues for historic walled towns. **Management**, 4(2), 101 - 114.
- Burkart, A. J., & Medlik, S. (1974). **Tourism - Past, Present, and Future** (2nd ed.). London : Heinemann.
- Caber, M., Albayrak, T., & Matzler, K. (2012). Classification of the destination attributes in the content of competitiveness (by revised importance-performance analysis). **Journal of Vacation Marketing**, 18(1), 43 - 56.
- Coolican, H. (2004). **Research methods and statistics in psychology**. Great Britain : Bookpoint Ltd.
- Dickman, S. (1996). **Tourism : An introductory text** (2nd ed.). Sydney : Hodder Education.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, AG. & Buchner, A. (2007). G*Power 3 : A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. **Behavior Research Methods**, 39, 175 - 191.

- Gaffar, V., Wetprasit, P. H. P., & Setiyorini, D. (2011). Comparative study of tourist characteristics on cultural heritage tourism sites: survey of tourist in Indonesia and Thailand heritage sites. **Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts**, 3(3), 53 - 68.
- Hair, J. F., Money, A. H., Samouel, P., & Page, M. (2007). **Research methods for business**. England : John Wiley & Sons Ltd.
- Ivanovic, M., Khunou, R., Pawson, T., Reynish, N., Tseane, L., & Wassung, N. (2009). **Fresh perspectives : Tourism Development**. Cape Town : Pearson.
- Lacher, R. G., Oh, C. O., Jodice, L. W., & Norman, W. C. (2013). The role of heritage and cultural elements in coastal tourism destination preferences a choice modeling-based analysis. **Journal of Travel Research**, 52(4), 534 - 546.
- Lee, C. F., Huang, H. I., & Yeh, H. R. (2010). Developing an evaluation model for destination attractiveness : sustainable forest recreation tourism in Taiwan. **Journal of Sustainable Tourism**, 18(6), 811 - 828.
- Lopez-Toro, A. A., Diaz-Munoz, R., & Perez-Moreno, S. (2010). An assessment of the quality of a tourist destination : The case of Nerja, Spain. **Total Quality Management**, 21(3), 269 - 289.
- McKercher, B., & So-Ming, B. C. (2001). Cultural distance and participation in cultural tourism Pacific. **Tourism Review**, 5(1), 23 - 32.
- McKercher, B., Ho, P. S. Y., du Cros, H., & So-Ming, B. C. (2002). Activities-based segmentation of the cultural tourism market. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 12(1), 23 - 46.

- Popichit, N., Anuwichanont, J., & Chuanchom, J. (2013). A survey of destination potential, tourism activities and future travelling intention towards tourism along the rivers in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. **International Journal of Business and Social Science**, 4(7), 116 - 122.
- Prideaux, B. (2002). Building visitor attractions in peripheral areas-can uniqueness overcome isolation to produce viability?. **International Journal of Tourism Research**, 4(5), 379 - 389.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion referenced test item validity. **Dutch Journal of Educational Research**, 2(2), 49 - 60.
- Sheng, J., & Lo, A. (2010). Evaluate the tourism potential of public museums in Hangzhou : A supply-side perspective. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 27(3), 287 - 305.
- Thomas, J. R., & Nelson, J. K. (1996). **Research methods in physical activity** (3rd ed.). U.S.A : Human Kienetics.
- Vong, L. T. N., & Ung, A. (2012). Exploring critical factors of Macau's heritage tourism : what heritage tourists are Looking for when visiting the city's Iconic heritage sites. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 17(3), 231 - 245.
- Zabkar, V., Brencic, M. M., & Dmitrovic, T. (2010). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level. **Tourism management**, 31(1), 537 - 546.

