

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความภักดี
ต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (เล่งเน่ยยี 2)

จังหวัดนนทบุรี

เฉลิมชัย วัฒนศักดิ์ศิริ

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

THE CULTURAL TOURIST DESTINATION STANDANDS WHICH INFLUENCE
TOURIST'S LOYALTY AT BOROM RACHA KANCHANA PISEK ANUSORN TEMPLE
(LENG NOEI YI II) NONTHABURI

Chalermchai Wattanasaksiri

School of Business Administration, Suvarnabhumi Institute of Technology, Thailand

E-mail: chalermchai.w@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเรื่อง มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (เล่งเน่ยยี2) จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (2) เพื่อศึกษาความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ (3) เพื่อศึกษาความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ จำแนกตามปัจจัยลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว (4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย 1. ด้านศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2. ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว 3. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ(Quantitative Analysis) สรุปผลในการศึกษาได้ดังนี้

ผลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นด้านสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มาเป็นอันดับแรก รองลงมาด้านรองรับด้านการท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ส่วนปัจจัยลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05 ผลจากการศึกษาความมื่ออิทธิพลพบว่า มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม 45.3 เปอร์เซ็น

คำสำคัญ : ความรักดีต่อจุดหมายปลายทาง มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ

Abstract

This research examined the Cultural Tourist Destination Standards which Influence Tourist's Loyalty at Borom Racha Kanchana phisek Anusorn Temple (Leng Nei Yi II). The purposes of the research were (1) to study the opinions of tourists toward The Cultural Tourist Destination Standards at Borom Racha Kanchana phisek Anusorn Temple; (2) to study the level of Tourist's Loyalty of Borom Racha Kanchana phisek Anusorn Temple ; (3) to study the level of Loyalty classified by demographic of the respondents; and (4) to study the influence of the three Cultural Tourist Destination Standards upon Tourist's Loyalty at Borom Racha Kanchana phisek Anusorn Temple. The research was a survey research. The researcher collected quantitative data by questionnaire survey.

The results revealed that tourists with different gender, age, status, occupation, education, income, travel starting point, donation amount (making merit) and methods of suggesting this tourist destination to other people had different levels loyalty to the destination at the statistical significance level of .05. The results of Multiple Regression Analysis revealed that Cultural Tourist Destination Standards affected Tourist's Loyalty to Borom Racha Kanchana phisek Anusorn Temple at the statistical significance level of .01 The dimension of Tourism Management could explain variance of Loyalty by 45.3 percent.

Keywords: Tourist's Destination Loyalty, The Cultural Tourist Standands Borom Racha Kanchana phisek Anusorn Temple.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากรายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวได้สำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวไทยที่มีการเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรมถึง 53 เปอร์เซ็นต์ ร่วมถึงการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย มีปัจจัยทางวัฒนธรรมไทยและศาสนา ถึง 39 เปอร์เซ็นต์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและศาสนา มีอัตราความนิยมสูงขึ้น ด้วยเพราะประเทศเดียวที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประเพณี สถาปัตยกรรม และเชื้อชาติ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีบทบาททับซ้อนระหว่างการเป็นพื้นที่ประกอบพิธีกรรมของคนในพื้นที่ ขณะเดียวกันวัดและสถานที่ทางศาสนาก็มีความโดดเด่นในความสวยงามของสถาปัตยกรรมจึงดึงดูดให้คนเข้าเยี่ยมชมจนกลายเป็น

แหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้เดินทางมาเติมเต็มด้านจิตใจอันระลึกถึงคุณค่าและความยิ่งใหญ่ของศาสนา และความหลากหลายทางศิลปสถาปัตยกรรม ส่งผลให้ศาสนาสถาน มีการปรับปรุงสถานที่ให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว อย่างมีมาตรฐานในระดับสากล (ชนัญ วงษ์วิภาค, 2552)

จากการสำรวจสถานภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 2,154 แห่ง ของกรมการท่องเที่ยวในปี 2552 โดยจำแนกตามมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมที่ต้องเร่งพัฒนางถึง 138 แห่ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และสุดท้ายแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีความสวยงามเกิดความยั่งยืน และเกิดความต้องการอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมา ยังไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยสาเหตุหนึ่ง คือ การขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของผู้รับผิดชอบดูแลและการบริหารแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ การจัดทำและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้การพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยสอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกที่เปลี่ยนแปลง ประกอบกับหลายประเทศได้มีการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวจึงได้พัฒนามาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ให้มีองค์ประกอบและเกณฑ์ที่เหมาะสมต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเทียบเคียงกับนานาชาติ โดยจัดทำเอกสาร แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2552) ซึ่งมีรายละเอียดแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2558 กรมการท่องเที่ยวได้มีการจัดทำคู่มือการประเมินคุณภาพมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (กรมการท่องเที่ยว, 2558) ซึ่งเกณฑ์การประเมินประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ทั้งนี้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวคือหัวใจสำคัญของการกำหนดการใช้เครื่องมือการท่องเที่ยว เพื่อเอื้อประโยชน์ให้ไปไปตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ให้ก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่แหล่งท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทั้งนี้

เพื่อต่อยอดจากการดำเนินการตามมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่กล่าวมานั้น และยังเป็นการประเมินพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว นำมาปรับปรุงพัฒนาเกณฑ์การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพื้นที่ที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สุด ซึ่งยังสามารถยื่นขอรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย (THAILAND TOURISM STANDARD) เพื่อการันตีในมาตรฐานและคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว

วัดบรมราชากาญจนานิกะกอนุสรณ์ หรือที่รู้จักกันในชื่อ วัดเล่งเน่ยยี่2 วัดแห่งนี้เดิมเป็นโรงเจเก่าแก่ในอำเภอบางบัวทอง เป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของคนไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่ ต่อมาพระอาจารย์เหมี่ยวแส (妙性) ได้ละสังขารลง คณะสงฆ์จีนนิกายได้รับช่วงต่อการดูแล จึงได้มีมติให้พัฒนาพื้นที่นี้จัดสร้างเป็นวัดเพื่อ

เฉลิมพระเกียรติพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ในหลวงรัชกาลที่ 9 เมื่อครั้งฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี เพื่อความสมในพระเกียรติคุณอันยิ่งใหญ่ขององค์พระศาสดูปฐมกษัตริย์มาเป็นเวลานาน อีกทั้งคุณคุณอันยิ่งใหญ่ของพระองค์ ผู้ดำเนินการก่อสร้าง พระคณาจารย์จีนธรรมปัญญาจริยาภรณ์ (เย็นเขียวมหาเถระ) จึงใช้รูปแบบการก่อสร้างตามแบบวัดหรือพระราชวังจีนโบราณ ช่วงยุคสมัยหมิง-ชิง (หนังสืออนุสรณ์สมโภชเปิดวัดบรมราชากาญจนานิกะกอนุสรณ์ คณะสงฆ์จีนนิกายรังสรรค์. 2552) เมื่อการก่อสร้างแล้วเสร็จ พุทธศาสนิกชนต่างให้ความสนใจเดินทางมาสักการะ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ของพระเทพเจ้าพระโพธิ์สัตว์เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน สงกรานต์ และวันหยุดยาวตามวาระต่าง ๆ

ปัจจุบันวัดได้มีการดำเนินงานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดกิจกรรมให้ความรู้ในรูปแบบนิทรรศการตามเทศกาลต่าง ๆ จัดให้มีพระวิทยากรให้ความรู้แก่กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และคณะทัศนศึกษาตามความประสงค์ของแต่ละคณะ โดยรวมไปถึงการปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา มิได้มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาตรฐานที่ถูกต้อง และการบริหารจัดการนี้จัดได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ผู้จัดทำจึงได้ศึกษาข้อมูลและดำเนินการจัดทำงานวิจัยศึกษามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนานิกะกอนุสรณ์ (เล่มแนยี่ 2) จังหวัดนนทบุรี เพื่อให้ทราบถึงสภาพและแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และปรับปรุงพัฒนาให้ได้รับมาตรฐานตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เกิดเป็นความพึงพอใจและกลับมาเที่ยวซ้ำอีก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
2. เพื่อศึกษาความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนานิกะกอนุสรณ์ฯ
3. เพื่อศึกษาความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนานิกะกอนุสรณ์ฯ จำแนกตามปัจจัยลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนานิกะกอนุสรณ์ฯ

สมมติฐานของงานวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยลักษณะทั่วไป แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนานิกะกอนุสรณ์ แตกต่างกัน
2. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง วัดบรมราชากาญจนานิกะกอนุสรณ์ฯ

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา : วัดบรมราชากาญจนภิเษกอนุสรณ์ฯ (เล่งเน่ยยี่ 2) จังหวัดนนทบุรี
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ปัจจัยลักษณะทั่วไป ของ กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ (2556) มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ของ สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว (2552) ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพการรองรับด้านการท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ส่วน ความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง (Loyalty Destination) ของ กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ (2556) ประกอบด้วย ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และการแนะนำต่อคนอื่น
3. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยววัดบรมราชากาญจนภิเษกอนุสรณ์ฯ จากการสัมภาษณ์ พระภาณุวัฒน์ เสียดก ผู้ช่วยรักษาการเจ้าอาวาส พบว่า นักท่องเที่ยวของวัดบรมราชากาญจนภิเษกอนุสรณ์ฯ มีประมาณ 52,500 คนต่อปี กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยพิจารณาจากตาราง Krejcie and Morgan (1970) จะได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในวัดบรมราชากาญจนภิเษกอนุสรณ์ จำนวน 384 คน เกือบจริง จำนวน 400 คน เพื่อสำรวจหาการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์

กรอบแนวคิดงานวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยววัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ จากการสัมภาษณ์ พระภาณุวัฒน์ เสียสกล ผู้ช่วยรักษาการเจ้าอาวาส เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ.2561 พบว่านักท่องเที่ยวของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ โดยประมาณ 52,500 คน ต่อปี กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยซึ่งเมื่อนำจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อปี มาพิจารณาจากตาราง Krejci and Morgan (1970) จะได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ จำนวน 384 คน เก็บจริง จำนวน 400 คน เพื่อสำรวจหาการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง โดยตั้งโต๊ะขอความอนุเคราะห์นักท่องเที่ยวที่มาสักการะในวัด ซึ่งสามารถเลือกทำได้ทั้งแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) โดยใช้โทรศัพท์สแกน QR Code และแบบสอบถามแบบเอกสาร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตาม วัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวในวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 9 ข้อ โดยพัฒนามาจากงานวิจัยของกันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ (2558)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ จำนวน 25 ข้อ พัฒนามาจาก คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2552)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความภักดีต่อจุดหมายปลายทางของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยพัฒนามาจากงานวิจัย กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ (2558) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ (เล่มแนวยี่2) จังหวัดนนทบุรี

3. การสร้างเครื่องมือแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาให้ครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย แล้วนำมาทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยผลการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา(Content Validity) มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.785 แปลผลได้ความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ดีมากและนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบใช้ (Try - out) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการภายในวัด จำนวน 30 ชุด นำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)ซึ่งมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก โดยมีระดับความเชื่อมั่นระหว่าง .880 - .918

4. การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวม ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการทางสถิติโดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่ รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคุมการบรรยาย และสรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความภักดีต่อจุดหมายปลายทางของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคุมการบรรยายและสรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแต่ละองค์ประกอบ ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ โดยใช้ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ ในแต่ละด้านตามระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะปัจจัยลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า มีช่วงอายุน้อยกว่า 25 ปี ซึ่งมีสถานภาพโสด และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ในระดับชั้นปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท มีจุดเริ่มต้นการเดินทางจากภาคกลาง ซึ่งส่วนใหญ่มียอดเงินบริจาค (ทำบุญ) น้อยกว่า 500 บาท และมีวิธีการแนะนำบอกต่อถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นี้แก่ผู้ที่รู้จักด้วยวิธีการแชร์ประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่าน Social media เช่น Facebook, Instagram, YouTube เป็นต้น

จากการศึกษาข้อมูลความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความภักดีต่อจุดหมายปลายทางโดยรวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญในด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำกลุ่มอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านการแนะนำบอกต่อ

จากการศึกษาข้อมูลมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ ให้ความสำคัญในด้านศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มาเป็นอันดับแรก รองลงมาด้านศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และน้อยที่สุดด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ค่าอิทธิพลของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ ส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางของวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ ได้ค่า $R^2 = .453$ หมายความว่าองค์ประกอบมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้ง 3 องค์ประกอบ สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ ได้ 45.3 % โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอย และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย ผลการวิเคราะห์ พบว่า มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ($\beta = .617$) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .673 และสามารถนำมาแทนค่าในสมการการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Y}_T = 1.6 + .567 (X_3)$$

เมื่อ $\hat{Y}_T$ = มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

X_1 = องค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

X_2 = องค์ประกอบด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว

X_3 = องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยววัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล ซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

จากสมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านเพศแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับต่ำกว่า .01 เป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ แสดงว่า ตัวแปรเพศเป็นปัจจัยส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษก อนุสรณ์ฯ สอดคล้องกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2548) ที่กล่าวว่า โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน โดยเพศชายเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่าเพศหญิง เนื่องจากสามารถเดินทางได้โดยลำพังและเป็นกลุ่ม มักกระจายตัวไปแทบทุกแหล่งท่องเที่ยวในขณะเดียวกันก็สามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆได้หลากหลายมากกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความคล่องตัวน้อยกว่ามักเดินทางมากับเพื่อนหรือบริษัท

นำเที่ยว โดยจะพิถีพิถันในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งพิจารณาจาก ความปลอดภัย ความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นต้น ทั้งนี้ผลวิจัยที่ได้แตกต่างกันออกไปอาจเป็นผลมาจากกลุ่มตัวอย่าง ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ทำการศึกษารวมไปถึงวิธีการดำเนินงานวิจัย

จากสมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชาภาณุงานาภิเชกอนุสรณ์ฯ แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านอายุแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมาก ที่ระดับต่ำกว่า .001 ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ แสดงว่า ตัวแปรปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านอายุเป็นปัจจัยส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชาภาณุงานาภิเชกอนุสรณ์ฯ ซึ่งสอดคล้องกับ ปณิศา ถัณยานนท์ (2548) กล่าวว่า บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันนั้นหมายถึงช่วงวัยที่แตกต่างกันซึ่งแน่นอนว่า ความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน อีกทั้งความชอบรวมไปถึงรสนิยมของแต่ละบุคคลก็จะเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามช่วงวัยที่เปลี่ยนไป ซึ่งจะเห็นได้ว่าในแต่ละช่วงวัย จะมีช่วงอายุที่แตกต่างกัน

จากสมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชาภาณุงานาภิเชกอนุสรณ์ฯ แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านสถานภาพแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ แสดงว่า ตัวแปรปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านสถานภาพเป็นปัจจัยส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชาภาณุงานาภิเชกอนุสรณ์ฯ ไม่สอดคล้องกับ อหิตยา บัวศรี (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด แต่ความคิดเห็นที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีไม่แตกต่างกัน ซึ่งอธิบายได้ว่า สถานภาพเป็นเพียงลักษณะพื้นฐานทางสังคมไม่ได้ส่งผลต่อความคิดและความรู้สึก

จากสมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชาภาณุงานาภิเชกอนุสรณ์ฯ แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านอาชีพแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับต่ำกว่า .001 ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ แสดงว่า ตัวแปรปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านอาชีพเป็นปัจจัยส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชาภาณุงานาภิเชกอนุสรณ์ฯ สอดคล้องกับ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2553) กล่าวว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีภาระหน้าที่การงานแตกต่างกันมีโอกาสในการเดินทางแตกต่างกัน โดยกลุ่มอาชีพระดับสูง จะมีโอกาสในการเดินทางสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ เพราะทุนทรัพย์มากกว่า อีกทั้ง ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละอาชีพมีส่วนกำหนดให้ต้องออกเดินทาง เช่นการเดินทางไปติดต่อกิจการ จากกลุ่มอาชีพบริหาร และกลุ่มอาชีพตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น

จากสมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยลักษณะทั่วไปด้าน

ระดับการศึกษาแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า .001 ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ แสดงว่า ตัวแปรปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านระดับการศึกษาเป็นปัจจัยส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ สอดคล้องกับมหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช (2548) กล่าวว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมักจะมีอาชีพที่และรายได้ที่ดี ส่งผลให้เดินทางได้บ่อยครั้งมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า

จากสมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า .001 ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ แสดงว่า ตัวแปรปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านรายได้ต่อเดือนเป็นปัจจัยส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ สอดคล้องกับ อติทยา บัวศรี (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน

จากสมมติฐานที่ 1.7 นักท่องเที่ยวมีจุดเริ่มต้น การเดินทางแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยลักษณะทั่วไปด้าน

จุดเริ่มต้นการเดินทางแตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับต่ำกว่า .001 ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ แสดงว่า ตัวแปรปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านรายได้ต่อเดือนเป็นปัจจัยส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ ไม่สอดคล้องกับ จุฬารักษ์ ทองเพ็ง (2554) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งพบว่า จุดเริ่มต้นการเดินทางต่างก็มีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหารไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า ระยะการเดินทางเป็นเพียงปัจจัยภายนอกไม่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นหรือมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

จากสมมติฐานที่ 1.8 ที่ว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเงินบริจาค (ทำบุญ) แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านจำนวนเงินบริจาค (ทำบุญ) แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับต่ำกว่า .001 ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ แสดงว่า ตัวแปรปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านจำนวนเงินบริจาคเป็นปัจจัยส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ สอดคล้องกับ อมรินทร์ ดันติเมธ (2548) ศึกษาเรื่อง

เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา การตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทยของชาวต่างชาติ กล่าวว่า สินค้าที่มีนั้นไม่สามารถแทนกันได้สมบูรณ์ เนื่องจากสินค้าในที่นี้คือ สถานที่ท่องเที่ยว โดยปกติแล้วย่อมแตกต่างกันซึ่งกล่าวได้นั้นคือเอกลักษณ์รวมไปถึงสิ่งศิลปะในการก่อสร้าง ซึ่งแต่ละที่จะถูกหล่อหลอมด้วยวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม สภาพสังคม และหมายรวมถึงประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นก็เป็นไปได้ยากที่จะเหมือนกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าเงินบริจาคเปรียบได้กับค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวเต็มใจและยินดี ซึ่งจะเห็นได้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวและจำนวนเงินค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไป

จากสมมติฐานที่ 1.9 ที่ว่า นักท่องเที่ยวที่มีวิธีการแนะนำต่อผู้อื่นให้รู้จักที่นี้แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านวิธีการแนะนำต่อผู้อื่นให้รู้จักที่นี้ แตกต่างกันส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับต่ำกว่า .001 ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ แสดงว่า ตัวแปรปัจจัยลักษณะทั่วไปด้านวิธีการแนะนำต่อผู้อื่นให้รู้จักที่นี้เป็นปัจจัยส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ

จากสมมติฐานที่ 2 ที่ว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษก อนุสรณ์

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ไม่ส่งผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ ได้แก่ ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว และด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีผลต่อความภักดีต่อจุดหมายปลายทางวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ฯ สอดคล้องกับ ธนยุทธ บุตรขวัญ (2544) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของเจ้าหน้าที่สำนักงานส่วนพระมหากษัตริย์ พบว่า องค์กรสามารถสร้างแรงจูงใจและความผูกพันกับพนักงานได้ จะมีแนวโน้มในการบริหารงานองค์กรประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เพื่อสร้างความผูกพันให้กับพนักงานมีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร จะเห็นได้ว่าทัศนคติเชิงบวกที่เกิดขึ้นจากกระบวนการบริหารจัดการ ทัศนคติเชิงบวกเกิดจากความรู้สึกพึงพอใจและจะเกิดเป็นความภักดีได้ในอนาคต เป็นไปในทิศทางเดียวกับ วิวัฒน์ จันทร์กึ่งทอง (2556) ศึกษาตัวแบบโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติทางบกในภาคใต้ของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าที่ได้รับจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการร้องเรียนของนักท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ประกอบเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้ทั้งนี้ควรศึกษาบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาจากระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพทั้ง 3 ด้านจะพบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นด้านที่ต้องให้ความสำคัญและปรับปรุงพัฒนาในอันดับแรก ส่วนรองลงมาคือ ด้านการรองรับด้านการท่องเที่ยว และ สุดท้ายคือด้านสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การพัฒนาและปรับปรุงบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแน่นอนว่า การรักษาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว การบริการด้านอื่นๆ การให้ความรู้การสร้างจิตสำนึกที่ดีให้นักท่องเที่ยว สิ่งต่างๆเหล่านี้ ควรพิจารณาปรับปรุงและพัฒนาตามแนวทางมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวยังมีมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวในระดับสากลอีกด้วย

ด้านการรับรองด้านการท่องเที่ยว ในด้านนี้จากผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามจะเห็นว่า ในหัวข้อแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มีสถานที่พักผ่อน เช่น ม้านั่ง ศาลา เป็นต้น ซึ่งหมายรวมถึง ด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น อาหาร เครื่องดื่มที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกและความเหมาะสมของนักท่องเที่ยวและผู้พิการ ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างให้ความสำคัญในระดับเดียวกัน

ด้านสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีความงดงามทางศิลปวัฒนธรรมเป็นที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว หมายความว่า ควรปรับปรุงและมันพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ ในหัวข้ออื่นๆ ก็ควรให้ความสำคัญเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ความปลอดภัยความสะดวกสบายในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว การจัดภูมิทัศน์ และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560*. ได้จาก www.mots.go.th
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *รายงานสภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว TOURISM ECONOMIC REVIEW ฉบับที่ 6. ครั้งที่พิมพ์ 1*. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด.
- กฤษฎา ตั้งชัยศักดิ์. (2559). *วิธีการวิจัยทางธุรกิจ Business Research Methodology*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : แดเน็กซ์ อินเทอร์เน็ตปอเรชั่น.
- กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ. (2556). *ความสัมพันธ์และผลกระทบของแรงจูงใจที่มีต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำของการท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว*. วิทยานิพนธ์. ดุษฎีบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- คณะกรรมการและคณะสงฆ์วัดบรมราชา. (2550). *อนุสรณ์สมโภชเปิดวัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ คณะสงฆ์จีนนิกายรังสรรค์*. ครั้งที่พิมพ์ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท คอมมาดีไซน์แอนด์พรินท์ จำกัด.
- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ. (2554). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา*. (ปัญหาพิเศษ). มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชนัญ วงษ์วิภาคและคณะ. (2554). *การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธณูท บุตรขวัญ. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของเจ้าหน้าที่สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์*. (การค้นคว้าอิสระ). มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี : เพรินซ์ข้าหลวง.
- ปณิศา ลัญจนาพันธ์. (2548). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ธรรมสาร
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2553). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (2552). *แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว*.
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (2557). *แนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม*.

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. (2558). *คู่มือประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. ครั้งที่พิมพ์ 2.

อติตยา บัวศรี. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 6(1), 114-123.

อมรินทร์ ตันติเมธ. (2548). *เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา การตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทยของชาวต่างชาติ*. (โครงการวิจัย). คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.