

การจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล Tourism Management of the Tourism Business to Enhance the Level to International Standards

สมใจ ตุงกู¹ และ มณีกัญญา นากามัทลี²

Somjai Tungkoo¹ and Maneekanya Nagamatsu²

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Business Administration, Southeast Asia University, Thailand

Corresponding Author, Email: tungkoonaf@gmail.com¹

Received: 2024-3-21; Revised: 2024-3-28; Accepted: 2024-3-29

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว 6 ด้าน เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต และ 2) แนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตทั้งในประเทศ และผู้เดินทางมาจากต่างประเทศจำนวน 8 โรงแรม ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน สูตรที่ใช้ในการคำนวณ Cochran จำนวน 399 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน การทดสอบค่า t-test และ F-test และสมการถดถอยพหุคูณ การวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน จัดการสนทนากลุ่ม 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 มี 5 ท่านและกลุ่มที่ 2 มี 7 ท่าน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ ที่พักอาศัย รองลงมาอาหาร การสื่อสาร ความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ และบริการของภาครัฐ ตามลำดับ และ 2) แนวทางการส่งเสริมกิจกรรมโดยสรุปภาครัฐและทุกภาคส่วนจะต้องร่วมกันดำเนินการจัดทำโครงการและแผนงานโดยมอบหมายให้ภาครัฐเป็นเจ้าภาพ ในการขับเคลื่อนให้ภูเก็ตเป็นเมืองอัจฉริยะทั้ง 14 ด้าน คือ (1) การคมนาคม ทางบก เรือ อากาศ อัจฉริยะ (2) การบริการภาครัฐอัจฉริยะ (3) ความมั่นคงและความปลอดภัยอัจฉริยะ (4) เทคโนโลยีอัจฉริยะ (5) การจัดผังเมืองอัจฉริยะ (6) การสาธารณสุขและสาธารณสุขการอัจฉริยะ (7) ศูนย์การศึกษาอัจฉริยะ (8) ศูนย์สุขภาพอัจฉริยะ (9) การรักษาทรัพยากรธรรมชาติอัจฉริยะ (10) ศูนย์อาหารนานาชาติและอาหารท้องถิ่นอัจฉริยะ (11) ที่พักอาศัยอัจฉริยะในการให้บริการนักท่องเที่ยว (12) บุคลากรทุกสายอาชีพอัจฉริยะ (13) สิ่งแวดล้อมอัจฉริยะ และ (14) การดำรงชีพอัจฉริยะ

คำสำคัญ: ธุรกิจท่องเที่ยว, โครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต, มาตรฐานสากล

Abstract

This research has the following objectives to study: 1) tourism business management factors in 6 areas to raise the level to international standards, Phuket Province prototype project. 2) to study guidelines for promoting tourism management activities of tourism businesses to raise the level to international standards, Phuket Province prototype project. It is integrative research. Quantitative research the sample population consisted of tourists

staying at hotels in Phuket both domestically and those traveling from abroad, totaling 8 hotels. The exact number is unknown. The formula used to calculate W.G. Cochran was 399 people. The tool used to collect the data was a questionnaire. The statistics used to analyze the data were percentages, means, and standard deviations. Inferential statistics, t-test and F-test, and multiple regression equations. Five experts organized two group discussions, group 1 with 5 people and group 2 with 7 people. Data were analyzed using content analysis and descriptive presentation

It was found that 1) the overall 6 tourism business management factors had a high average level when considering each aspect. It was found that the areas with the highest average values were shelter, followed by food, communication, safety, public relations, government services respectively; and 2) guidelines for promoting activities. In summary, the government sector and all sectors must work together to create projects and plans by assigning the government sector to be the host. In driving Phuket to be a smart city in all 14 aspects, namely (1) intelligent land, sea, and air transportation, (2) smart government services, (3) smart security and safety, (4) smart technology, (5) smart city planning, (6) public utilities. and intelligent public facilities, (7) intelligent education centers, (8) intelligent health centers, (9) intelligent conservation of natural resources, (10) intelligent international and local food centers, (11) intelligent accommodations for providing tourist services, (12) intelligent personnel in all professions, (13) intelligent environmental, and (14) intelligent living

Keywords: Tourism Business, Phuket Prototype Project, International Standards

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2563 ถึงปี พ.ศ. 2565 จากสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เนื่องจากประเทศไทยได้พึ่งพิงตลาดการท่องเที่ยวจากต่างประเทศในระดับสูง หากย้อนไปดูข้อมูลการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2562 รายได้ประมาณ 2 ใน 3 ของประเทศ มาจากตลาดต่างประเทศ และ ประเทศไทยได้มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย ประมาณ 39.8 ล้านคน มีการสร้างรายได้ประมาณ 3.02 ล้านล้านบาท ในส่วนของนักท่องเที่ยวไทย ที่เดินทางมีประมาณ 172 ล้านคนหรือครึ่ง สร้างรายได้ให้กับประเทศประมาณ 1 ล้านล้านบาท ต่อมาหลังจากเข้าสู่ช่วงยุคโควิด-19 ทำให้คนไทยที่ต้องอยู่บ้านงดการเดินทาง หยุดเชื้อเพื่อชาติ และในส่วนของนักท่องเที่ยวจากต่างชาติไม่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ส่งผลให้ในปี พ.ศ. 2563 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยทั้งสิ้นเพียง 6.8 ล้านคนเท่านั้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเที่ยวในประเทศโดยประมาณ 95-100 ล้านคนหรือครึ่ง ส่งผลทำให้รายได้รวมจากธุรกิจการท่องเที่ยวหดตัวลงเหลือเพียงแค่ 7.5 แสนล้านบาท ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปีพ.ศ. 2563 ลดลงร้อยละ 70 เหลือเพียง 9.1 แสนล้านบาท จากปี พ.ศ. 2562 ที่ 3.02 ล้านล้านบาท ส่วนปีพ.ศ. 2564 เพิ่มขึ้นเป็น 1.24 ล้านล้านบาท แต่ยังคงตัวร้อยละ 59 จากปีพ.ศ.2562 ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัว (bangkokbiznews.com, 2563)



ภาพที่ 1 รูปภาพแสดงรายได้ในธุรกิจการท่องเที่ยวลดลง จากปี พ.ศ. 2562
ที่มา: bangkokbiznews.com (2563)

ในการนี้จึงเป็นโอกาสที่ดีที่จะต้องมีการวางแผนพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบในทุก ๆ จังหวัดเพื่อต้อนรับการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งในขณะนี้รัฐบาลได้ให้การสนับสนุนจังหวัดภูเก็ตเป็นโครงการนำร่องในการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ตเนื่องจากจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีเศรษฐกิจระดับต้น ๆ ของประเทศซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก ความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจมาจากธุรกิจการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง การระบาดของโควิด-19 มีผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตเป็นอย่างมาก จึงมีแผนการพัฒนาก่อให้เกิดภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) ขึ้นโดยทางจังหวัดภูเก็ตช่วยกันลดความเสี่ยงของการระบาด โดยยึดแนวทางมาตรการป้องกันควบคุมโรคติดเชื้อโควิด-19 (D-M-H-T-T-A) อย่างเคร่งครัด เพื่อไม่ให้เกิดระบาดรุนแรงจนนักท่องเที่ยวไม่กล้าที่จะเดินทางมา ในขณะนี้จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีอัตราการฉีดวัคซีนโควิด-19 สูงที่สุดในประเทศไทย ซึ่งเป็นโครงการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนครบโดส แล้วสามารถเข้าประเทศไทยได้โดยไม่ต้องกักตัวในห้องพักและสามารถเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้อย่างอิสระเสรี ภูเก็ตเป็นจังหวัดแรกในประเทศไทยที่มีการดำเนินการตามแผนของโครงการ "แซนด์บ็อกซ์" และมีความคาดหวังให้โครงการ "ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์" สามารถช่วยให้เศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตกลับมาฟื้นตัวได้ คาดกันว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประมาณ 129,000 คน และทำรายได้เข้าประเทศมากกว่า 11,400 ล้านบาท เหนือสิ่งอื่นใด โครงการ "แซนด์บ็อกซ์" ที่ภูเก็ตจะเป็นจังหวัดต้นแบบตามแผนแม่บทให้แก่สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้นำไปเป็นแนวปฏิบัติในไตรมาสต่อไป (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนสิงหาคม, 2564) ผลสรุปจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 จนถึง 14 กันยายน พ.ศ. 2564 มีจำนวนนักท่องเที่ยวสะสม 32,005 คน ยอดการจองห้องพัก จำนวนคืนผู้เข้าพักในโรงแรมมาตรฐาน (SHA PLUS) จำนวน 524,221 คืน และนับตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2564 เป็นต้นไป โครงการ "ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์" ได้ปรับมาตรการโดยมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนวันกักตัว สำหรับผู้เดินทางเข้าประเทศ ซึ่งมีผลทำให้ผู้ที่เดินทางเข้าภูเก็ตต้องอยู่ในพื้นที่เพียง 7 วันก่อนเดินทางไปยังจังหวัดอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีการลดจำนวนการตรวจหาเชื้อโควิด-19 เหลือเพียง 2 ครั้ง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจ



ในการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดอื่น ๆ ได้ง่ายและมีจำนวนมากขึ้นตามลำดับ (thansettakij.com, 2564)



ภาพที่ 2 รูปภาพแสดงรายละเอียดการเดินทางเข้าภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ที่มา: เว็บไซต์ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (2564)
ที่มา: The Bangkok Insight.com (2564)

การปรับตัวของผู้นำในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ภายหลังจากการผ่อนคลายมาตรการของโควิด-19 และหลังจากการแถลงการณ์นายกรัฐมนตรี “เปิดรับนักท่องเที่ยวเข้าประเทศโดยไม่ต้องกักตัว” ในวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 จึงเป็นสิ่งสำคัญและน่าสนใจที่จะเตรียมพร้อมเพื่อการฟื้นตัวในระยะต่อไปว่าจะยั่งยืนและขีดความสามารถการรองรับความผันผวนได้มากน้อยแค่ไหนนั้นขึ้นอยู่กับทางเลือกทางเดินที่จะออกจากวิกฤตครั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วโลกได้เปลี่ยนไป เพื่อสร้างความพร้อมให้รายรับจากการท่องเที่ยวมีเสถียรภาพมากขึ้นและช่วยรองรับความเสี่ยงในอนาคต อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาต่อยอดเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวตลอดจนปรับปรุงแผนการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของฐานรากเศรษฐกิจและการปรับตัวเพื่อรับมือและเป็นการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตให้มีความเป็นมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากลต่อไป จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยองค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยว 6 ด้านได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การบริการของภาครัฐ ที่พักอาศัย อาหาร ความปลอดภัยและการสื่อสาร เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต

2. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล
2. ปัจจัยด้านการบริการของภาครัฐส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล
3. ปัจจัยด้านที่พักอาศัยส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล
4. ปัจจัยด้านอาหารส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล
5. ปัจจัยด้านความปลอดภัยส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล
6. ปัจจัยด้านการสื่อสารส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล

การทบทวนวรรณกรรม

องค์การสหประชาชาติได้มีการจัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำจำกัดความหมายของ การท่องเที่ยวไว้ หมายถึง การเดินทาง (Travel) โดยมีเงื่อนไขอยู่ 3 ประการ คือ

- 1) การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางใด ๆ ที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อค่าสินจ้าง โดยได้มีการวางแผนการเดินทางไว้ก่อน จากสถานที่แห่งหนึ่งไปยังอีกสถานที่แห่งหนึ่ง และมีการใช้ยานพาหนะเพื่อการเดินทางไปเป็นระยะทางที่ไกลหรือระยะทางไกลก็ได้
- 2) จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง การมีจุดหมายปลายทางที่จะไปพักอาศัยอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วจะต้องเดินทางกลับไปในที่อยู่เดิมหรือตามภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไป เยือนและใช้เวลาหนึ่ง ณ.สถานที่นั้น ซึ่ง ณ.สถานที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวผู้ที่มาเยือน
- 3) ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง การมีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือการหารายได้ โดยมีจุดหมายในการเดินทางอยู่หลายประการด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งจุดหมายก็ได้

ความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยว

ทางเศรษฐกิจ ได้แก่ 1) เป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศ 2) ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ 3) ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน 4) ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ 5) ช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตทางเศรษฐกิจ

ทางสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ 1) ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น 2) ช่วยสร้างสรรค์ความเจริญให้แก่สังคม 3) ช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 4) ช่วยก่อให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษา 5) ช่วยลดปัญหาความแออัดในเมืองหลวง 6) ช่วยให้เกิดการนำทรัพยากรที่ไร้ค่าในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่า

ทางด้านการเมืองได้แก่ 1) ช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี 2) ช่วยส่งเสริมความมั่นคงและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ (ปรีชา ตรีสุวรรณ, 2557)

“ธุรกิจการท่องเที่ยว” ที่จำกัดความไว้ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 มาตรา 4 ให้ความหมาย “ธุรกิจท่องเที่ยว” ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง

1) ธุรกิจนำเที่ยว 2) ธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว 3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว 4) ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว 5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว และ 6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน โฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว ในส่วนของสภาพที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ให้ความหมายความหมาย ว่า “การท่องเที่ยว” หมายความว่า ผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ภาครัฐ องค์กรเอกชน ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว อันถูกผนวกอยู่ในกิจกรรม หรือกระบวนการในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

Middleton (1994) ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ประกอบด้วย องค์ประกอบที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ มีด้วยกัน 3 องค์ประกอบ คือ

1) สิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น สิ่งก่อสร้าง สถานที่ประวัติศาสตร์ สนามกอล์ฟ เป็นต้น รวมถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

2) สิ่งอำนวยความสะดวก(amenities) เช่นโรงแรมร้านอาหารธุรกิจบริการและ

3) ความสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (accessibility of the destination) เช่น การบริการขนส่ง ถนนหนทาง การเดินทางเข้า ออกประเทศ ซึ่งใน 3 องค์ประกอบนี้ ความเห็นว่า องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นปัจจัย หลักที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

Dickman (1996) ได้จัด องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว เป็น องค์ประกอบ 5A คือ 1) สิ่งดึงดูดใจ (attraction) 2) การเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว (access) 3) การบริการที่พัก (accommodation) 4) กิจกรรมนันทนาการ (activities) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (destination amenities) ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านขายของ บริษัทบริการ ท่องเที่ยวร้านของที่ระลึก เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการองค์กร

การพัฒนาองค์กร (Organization Development หรือ OD) นิยามการพัฒนาองค์กร หมายถึง การทำแผนเพื่อใช้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงองค์การให้เกิดความมีประสิทธิภาพ และให้ความสำคัญด้านความเป็นมนุษย์มากยิ่งขึ้น (More effective and more human) จะเห็นว่ากระบวนการทัศน์ของการพัฒนาองค์กร (OD paradigm) คือการให้ความสำคัญต่อคุณค่าของมนุษย์และความก้าวหน้า ขององค์การควบคู่กันไป เน้นความร่วมมือและกระบวนการมีส่วนร่วม ตลอดจนการมีจิตวิญญาณของการแสวงหา (Spirit of inquiry) กล่าวโดยสรุป ค่านิยมที่ถือเป็นสาระสำคัญเชิงปรัชญาของการพัฒนาองค์กรการบริหารจัดการในฐานะที่เป็นกระบวนการ หรือกระบวนการบริหารจัดการ เกิดได้จากหลายแนวคิด เช่น โพสคอร์ด (POSDCORB) เกิดจากแนวคิดของ ลูเทอร์ กุลลิก (Luther Gulick) และ ลินดอล เออร์วิค (Lyndall Urwick) ประกอบด้วย ขั้นตอนการบริหารจัดการ 7 ประการ ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดการคน (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting)

การพัฒนาและมีการปรับปรุงพัฒนาเครื่องมือการวัดการรับรู้คุณภาพการบริการและทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) พบว่า SERVQUAL สามารถรวมบาง มิติเข้าไว้ด้วยกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ Zeithaml (1986) หลักดังนี้

มิติที่ 1 รูปธรรมการบริการ (Tangibility) หมายถึงลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่นสถานที่เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ วัสดุบุคลากรสัญลักษณ์และเอกสารที่ใช้ในการ ติดต่อสื่อสารรวมทั้งสภาพแวดล้อม ที่ผู้ให้บริการตั้งใจนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมเพื่อให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงบริการนั้นได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึงความสามารถให้บริการได้ตรง ตามที่ได้แจ้งไว้กับผู้รับบริการ โดยบริการที่ได้รับมีความถูกต้อง เหมาะสม และบริการมีความเสมอต้น เสมอปลายทุกครั้งที่ได้รับบริการซึ่งความสม่ำเสมอนี้ก่อให้เกิดความเชื่อถือและความไว้วางใจจากลูกค้า

มิติที่ 3 การสนองตอบต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึงความพร้อมและความเต็มใจ ให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ทำให้ลูกค้า ได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการ ให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและให้ความเชื่อมั่นว่า ผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึงความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการแต่ละคน

โดยการวัดทั้ง 5 มิติ นี้ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะเป็นผู้ประเมินและตัดสินคุณภาพการบริการ โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และบริการที่ได้รับรู้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mix Method) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศจำนวน 8 โรงแรมได้แก่ 1. โรงแรมโฮมา ภูเก็ต 2. โรงแรมทวินปาล์ม ภูเก็ต 3. โรงแรมแนปปาตอง 4. โรงแรมดุสิต ลาгуน่า ภูเก็ต 5. โรงแรมโฟโต้ ภูเก็ต 6. โรงแรมเดอะซีส กะตะ ภูเก็ต 7. โรงแรมดีวานา พลาซ่าปาดอง และ 8. โรงแรมอลีน ตรู ภูเก็ต

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและที่เดินทางมาจากต่างประเทศที่เข้าพักโรงแรม จำนวน 8 โรงแรม ในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรที่ไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1953) กำหนดให้ยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย และสอดคล้องกับแนวคิดในการวิจัย โดยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า มีจำนวน 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้สุทธิต่อเดือนเป็นคำถามลักษณะปลายปิดโดยแต่ละข้อให้เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยว 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการประชาสัมพันธ์ 2) ด้านบริการของภาครัฐ 3) ด้านที่พักอาศัย 4) ด้านอาหาร 5) ด้านความปลอดภัยและ 6) ด้านการสื่อสาร จำนวน 24 ข้อ และส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการการยกระดับสู่มาตรฐานสากล โครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 2) ความยั่งยืนของเศรษฐกิจ ลักษณะของแบบสอบถามผู้วิจัยใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) เลือกตอบตามความคิดเห็นในข้อคำถามซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ

การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย และสอดคล้องกับแนวคิดในการวิจัย โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญแบ่งเป็น 2 ส่วนคือสัมภาษณ์เป็นรายท่าน จำนวน 5 ท่าน จัดสนทนากลุ่มคณะกรรมการ จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ คณะกรรมการสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ จำนวน 5 ท่าน และคณะกรรมการสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จำนวน 7 ท่าน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและที่เดินทางมาจากต่างประเทศจำนวน 8 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมโฮมาภูเก็ต โรงแรมทวินปาล์มส์ ภูเก็ต โรงแรมเนป ป่าตอง โรงแรมดุสิต ลาгуน่า ภูเก็ต โรงแรมโฟโต้ ภูเก็ต โรงแรมเดอะซิสส์กะตะ โรงแรมดีวาน่า พลาซ่าป่าตอง โรงแรมอลันตรา ภูเก็ต จำนวนโรงแรมละ 50 ชุด

1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อขออนุญาตเข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม 400 ฉบับ จากนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและที่เดินทางมาจากต่างประเทศทั้งที่ดำเนินการด้วยตนเองและใช้กูเกิ้ลฟอร์ม (Google Form) และนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติต่อไป

การวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้เชี่ยวชาญและการสนทนากลุ่ม 2 กลุ่ม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อขออนุญาตเข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งผู้เชี่ยวชาญรายบุคคล 5 ท่านและการจัดกลุ่มสนทนา 2 กลุ่ม

2) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยดำเนินการด้วยตนเอง และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ 1.1) ค่าความถี่ และค่าร้อยละ (Frequency and Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 1.2) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายการกระจายของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว 6 ด้านและส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล 1.3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายการกระจายของข้อมูลที่ได้จาก

แบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว 6 ด้าน และส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล

2. สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ (2.1) การทดสอบที (T-test) ใช้ทดสอบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรสองกลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ ร้อยละ 95 (2.2) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ค่า F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร ตั้งแต่สามกลุ่มขึ้นไป กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้สูตรตามวิธีของ LSD (Least Significant Difference) และ (2.3) วิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 9

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ทั้งที่เป็นรายบุคคล 5 ท่านและสนทนากลุ่มที่ทำการบันทึกไว้เกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการพัฒนารูปแบบการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต นำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสังเคราะห์ นำเสนอผลการวิจัยเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 241 คน ร้อยละ 60.25 เพศหญิง 159 คน ร้อยละ 39.75 อายุต่ำกว่า 20 ปี 194 คน ร้อยละ 48.50 รองลงมาอายุ 31-40 ปี 91 คน ร้อยละ 22.75 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 214 คน ร้อยละ 53.50 รองลงมาปริญญาตรี 170 คน ร้อยละ 42.50 สถานภาพสมรส โสดจำนวน 348 คน ร้อยละ 87.00 รองลงมาสมรส 47 คน ร้อยละ 11.75 อาชีพอิสระจำนวน 208 คน ร้อยละ 52.00 รองลงมาพนักงานเอกชน 166 คน ร้อยละ 41.50 รายได้สุทธิต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท จำนวน 32 คน ร้อยละ 58.00 รองลงมา 30,001-50,000 บาท จำนวน 126 คน ร้อยละ 31.50

1. ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว 6 ด้าน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การบริการของภาครัฐ ที่พักอาศัย อาหาร ความปลอดภัยและการสื่อสาร เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว ในภาพรวม

n=399				
ปัจจัยองค์กรในธุรกิจท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ภาพรวมปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว	4.00	0.60	มาก	-
การประชาสัมพันธ์	3.89	0.50	มาก	5
บริการของภาครัฐ	3.80	0.79	มาก	6
ที่พักอาศัย	4.22	0.63	มากที่สุด	1
อาหาร	4.19	0.64	มาก	2
ความปลอดภัย	3.89	0.74	มาก	4
การสื่อสาร	4.03	0.58	มาก	3

จากตารางที่ 1 ภาพรวมปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อยพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ที่พักอาศัย ($\bar{X}$ =4.22) รองลงมาได้แก่อาหารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.19) การสื่อสารมีค่าเฉลี่ยในระดับ

($\bar{X}$ =4.03) ความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.89) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ บริการของภาครัฐมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.80) ภาพรวมปัจจัยองค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.15)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว 6 ด้าน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การบริการของภาครัฐ ที่พักอาศัย อาหาร ความปลอดภัยและการสื่อสาร ส่งผลต่อปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการบริการของภาครัฐส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านที่พักอาศัยส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านอาหารส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านความปลอดภัยส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านการสื่อสารส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล	ยอมรับสมมติฐาน

2. แนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต สรุปผลการวิจัย ดังนี้

การจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวให้จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองอัจฉริยะเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล โดยจะต้องร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ภาคธุรกิจ ภาคเอกชนและภาคประชาชนทั่วทั้งจังหวัด มีวิสัยทัศน์เพื่อพัฒนาจังหวัดภูเก็ตให้เป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวอัจฉริยะเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล จังหวัดภูเก็ตจะต้องจัดการกระบวนการทัศน์ให้เป็นศูนย์กลางแหล่งท่องเที่ยวอัจฉริยะทุกรูปแบบ ได้แก่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น โดยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ให้เป็นจังหวัดภูเก็ตอัจฉริยะเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (1) ด้านการคมนาคม ทางบก เรือ อากาศ อัจฉริยะ (2) ด้านการบริการภาครัฐอัจฉริยะ (3) ด้านความมั่นคงและความปลอดภัยอัจฉริยะ (4) ด้านเทคโนโลยีอัจฉริยะ (5) ด้านการจัดผังเมืองอัจฉริยะ (6) ด้านการสาธารณสุขโรคและสาธารณสุขการอัจฉริยะ (7) ด้านศูนย์การศึกษาอัจฉริยะ (8) ด้านศูนย์สุขภาพอัจฉริยะ (9) ด้านการรักษาทรัพยากรธรรมชาติอัจฉริยะ (10) ด้านศูนย์อาหารนานาชาติและอาหารท้องถิ่นอัจฉริยะ (11) ด้านที่พักอาศัยอัจฉริยะในการให้บริการนักท่องเที่ยว (12) ด้านบุคลากรทุกสายอาชีพอัจฉริยะ (13) ด้านสิ่งแวดล้อมอัจฉริยะ และ (14) ด้านการดำรงชีพอัจฉริยะ

โดยนำกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นมาจัดทำเป็นโครงการและแผนการดำเนินงาน ซึ่งภาครัฐจะต้องทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพหลักในการส่งเสริมพัฒนาจังหวัดภูเก็ต ให้เป็นจังหวัดภูเก็ตอัจฉริยะเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลและสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว รวมทั้งภาครัฐต้องส่งเสริมพัฒนาศักยภาพธุรกิจและเสริมสร้างองค์ความรู้ทุกด้าน ด้านงบประมาณจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อการพัฒนาทุกรูปแบบและทุกขั้นตอนอย่างต่อเนื่องและเต็มศักยภาพ ทั้งส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจในการรู้จักใช้และวิธีการที่ถูกต้องในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีคุณค่าเพื่อให้งดงามและเป็นธรรมชาติที่งดงาม และไม่ให้มีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นอยู่โดยไม่ปรับ หรือทำการสร้างในสิ่งที่จะทำลายหรือกระทบทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เดิมให้เกิดความเสียหาย เพราะธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนสูงที่สุดในการลงทุนเนื่องจากทุกอย่างเป็นการสร้างสรรค์จากธรรมชาติ เพียงรู้จักรักษาดังที่ธรรมชาติสร้างสรรค์มาให้เพียงเท่านี้จะสามารถนำรายได้ทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาลให้กับประเทศและคนในท้องถิ่นได้อย่างง่ายดาย

อภิปรายผล

1. ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว 6 ด้าน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การบริการของภาครัฐ ที่พักอาศัย อาหาร ความปลอดภัยและการสื่อสาร เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต ภาพรวมปัจจัยองค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยว 6 ด้าน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เมื่อพิจารณาเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 2) รองลงมาอาหาร มีค่าเฉลี่ยระดับมาก 3) การสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยระดับมาก 4) ความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยระดับมาก 5) การประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก 6) บริการภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และ 6) ด้านที่มีค่าน้อยที่สุดได้แก่ บริการภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ปัจจัยทั้ง 6 ด้าน เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kotler & Keller (2010) ได้ศึกษาถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ การรับรู้คุณค่าในด้านราคา เวลาที่เสียไปและประโยชน์ที่ได้รับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวและมีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว ความพึงพอใจ ความจงรักภักดีและการแนะนำบอกต่อ องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้กำหนดมาตรฐานบริการสำหรับนักท่องเที่ยวไว้ 6 ประการ คือ ความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย (Safe and Security) สุขอนามัย (Hygiene) การเข้าถึง (Accessibility) ความโปร่งใส (Transparency) ความถูกต้อง (Authenticity) และความสามัคคี (Harmony) และสอดคล้องกับ Zeithaml, Bitner and Gremler (2009) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย ปัจจัย 5 ประการ คุณภาพ การบริการ คุณภาพสินค้า ราคา ปัจจัยส่วนบุคคล มีผลสำคัญอย่างยิ่ง

2. แนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต จะบรรลุเป้าหมายได้ต่อเมื่อภาครัฐจะต้องให้การสนับสนุนในทุกรูปแบบตามข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้น สืบเนื่องจากจังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับหนึ่ง หากได้รับการจัดการจากภาครัฐอย่างเต็มรูปแบบ จังหวัดภูเก็ตจะสามารถนำรายได้เข้าสู่ภาครัฐได้เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ภาครัฐจะยังสามารถบริหารจัดการให้จังหวัดภูเก็ตไปใช้ในจังหวัดอื่นได้ ที่อาจมีการปรับเปลี่ยนบ้างตามความเหมาะสมของแต่ละจังหวัด ซึ่งแต่ละจังหวัดในประเทศไทยล้วนมีทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมประเพณีที่แตกต่างกัน ซึ่งจังหวัดต่าง ๆ สามารถนำเอกลักษณ์ของจังหวัดมาจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและผู้ที่เดินทางมาจากต่างประเทศ แต่หากยังไม่มีกรริเริ่มโครงการต้นแบบเป็นตัวอย่างในการดำเนินการอาจทำให้ประเทศเสียโอกาสในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจนไม่สามารถมีศักยภาพที่แข่งขันกับนานาประเทศได้ ซึ่งจะทำให้ประเทศสูญเสียรายได้จำนวนมาก แต่ลงทุนน้อยจากการเป็นศูนย์กลางแหล่ง

ท่องเที่ยวที่ใช้แต่ทรัพยากรที่ธรรมชาติสร้างสรรค์มาให้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤๅษี และธีรังกูร วรบำรุงกุล (2559) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับความรื่นเริงของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องการบทบาทของ 5 ส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน นักท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษา ซึ่งจะช่วยกันสร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยว ด้านการดูแลสถานที่ท่องเที่ยว สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ล้วนต้องการผู้บริหารและคนจากทุกฝ่ายส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การลงทุนในการปรับปรุงระบบการขนส่ง เช่น สนามบิน ถนน การขนส่งสาธารณะ และสาธารณูปโภค เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตและความก้าวหน้าของจังหวัดภูเก็ตและทุกภูมิภาค โดยทั้งภาครัฐและเอกชน ควรให้ความสำคัญดังนี้

1.1) เพื่อการท่องเที่ยว ภูเก็ตเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทย เพื่รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น สิ่งนี้จะช่วยให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่น และช่วยรักษาชื่อเสียงของภูเก็ตในฐานะสถานที่ท่องเที่ยวชั้นนำ

1.2) เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ เครือข่ายการขนส่งที่ได้รับการปรับปรุง รวมถึงถนนและท่าเรือ สามารถอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ ส่งเสริมการค้าและการพาณิชย์ในภูมิภาค นอกจากนี้ เขตธุรกิจและเขตธุรกิจที่มีอุปกรณ์ครบครันสามารถดึงดูดการลงทุน สร้างโอกาสในการทำงาน และมีส่วนช่วยต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น

1.3) เพื่อการเชื่อมต่อ การเสริมสร้างการเชื่อมต่อภายในจังหวัดภูเก็ตและส่วนอื่น ๆ ของประเทศไทยถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาโดยรวม ระบบการคมนาคมที่ได้รับการอัปเดต สามารถลดเวลาการเดินทางสำหรับผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยือนได้ ช่วยส่งเสริมความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนระหว่างภูมิภาคต่าง ๆ โดยส่งเสริมการบูรณาการทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ

1.4) เพื่อคุณภาพชีวิต การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในจังหวัดภูเก็ต การเข้าถึงสาธารณูปโภคที่เชื่อถือได้ เช่น น้ำสะอาด ไฟฟ้า และบริการสุขภาพ ถือเป็นพื้นฐานของสภาพแวดล้อมการอยู่อาศัยที่สะดวกสบาย นอกจากนี้ โครงสร้างพื้นฐานที่มีการวางแผนอย่างดีสามารถปรับปรุงพื้นที่สาธารณะ พื้นที่สันทนาการ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการดูแลสุขภาพ ซึ่งมีส่วนทำให้ความเป็นอยู่โดยรวมของชุมชนดีขึ้น

2. ควรนำแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาใช้ เพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น ซึ่งอาจรวมถึงโปรแกรมการจัดการขยะ โครงการริเริ่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของชุมชน

3. ความร่วมมือส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ คณะกรรมการการท่องเที่ยว ธุรกิจภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยสร้างแนวทางที่เป็นหนึ่งเดียวในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวและรับประกันความสำเร็จในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อเป็นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในครั้งต่อไป ควรทำการวิจัยหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ศึกษาผลกระทบการวางผังเมือง และวิธีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน วิเคราะห์ว่าภูเก็ตสามารถยกระดับระบบขนส่ง สาธารณูปโภค และพื้นที่สาธารณะเพื่อเพิ่มความเป็นอยู่และดึงดูดการลงทุนได้อย่างไร
2. สำรวจข้อมูลในการดึงดูดธุรกิจระดับโลกและกระจายความหลากหลายทางเศรษฐกิจไปไกลกว่าการท่องเที่ยวได้อย่างไร สำรวจธุรกิจที่มีศักยภาพที่ภูเก็ตสามารถพัฒนาหรือขยายได้ เช่น เทคโนโลยี การเงิน การศึกษา หรือการดูแลสุขภาพ
3. ตรวจสอบความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ความคิดริเริ่มสีเขียวและแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนรวมถึงการจัดการขยะ และประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ระบุวิธีที่ภูเก็ตสามารถเข้ามาตรึงที่คล้ายกันเพื่อรักษาความงามตามธรรมชาติ ปกป้องสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
4. สำรวจการนำเทคโนโลยีเมืองอัจฉริยะมาใช้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล และโซลูชัน IoT ตรวจสอบว่าภูเก็ตสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ ปรับปรุงบริการสาธารณะ และสร้างเมืองที่เชื่อมต่อกันและยั่งยืนได้อย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนสิงหาคม 2564*. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2564, จาก <https://www.mots.go.th/news/category/639>
- นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤๅษี และ อธิษฐ์ วรบำรุงกุล. (2559). รูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ไร้ความริบเร่งของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการทหารคำไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 36(2), 1-19.
- ปรีชา ตรีสุวรรณ. (2557). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คืออะไร สำคัญอย่างไร*. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2567, จาก <https://www.facebook.com/487643448028956/posts/573996916060275/>
- รัฐพล วงศาโรจน์. (2566). *8 เทคโนโลยีตอบโจทย์รูปแบบการท่องเที่ยวยุคใหม่*. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2567, จาก <https://www.nia.or.th/8-Travel-Technologies>
- Bangkokbiznews.com. (2563). *โควิดฉุดรายได้ ‘ท่องเที่ยว’ ดิ่ง ‘กรุงเทพฯ’ เน้นธุรกิจเร่งปรับตัว*. 12 มกราคม 2567, จาก https://www.bangkokbiznews.com/business/897355#google_vignette
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Dickman S. (1996). *Tourism: An Introductory text* (2nd ed.). Australia: Hodder Education.
- Kotler, P. & Keller, K. I. (2010). *Marketing Management*. (12th Ed.). New Delhi: Dorling Kindersley Pvt. Ltd.
- Middleton, V. T. C. (1994). *Marketing in Travel Tourism*. Oxford: Butterworth Heineman.
- Thansettakij.com. (2564). *เปิดโมเดล ‘ภูเก็ต แซนด์บ็อกซ์’ ต่างชาติเที่ยวไม่ต้องกักตัว 1 ก.ค.นี้*. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2564, จาก https://www.thansettakij.com/business/474304#google_vignette
- Thebangkokinsight.com. (2564). *ที่เดียวครบ! คู่มือนักท่องเที่ยว ‘ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์’ ขึ้นตอนเข้า-พัก-ออก จากภูเก็ต*. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2564 จาก <https://www.thebangkokinsight.com/news/business/662007/>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1998). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Managing Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Marketing*, 18(45), 437–449.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. & Gremler, D. D. (2009). *Service marketing: integrating customer focus across the firm*. (5th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.