การรับรู้ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์

The Foreign Tourists' Perception of Potential Tourist Attractions and Quality Services of Cultural Tourist Attractions in Rattanakosin Island

- นพปฎล ธาระวานิช

  นิสิตปริญญาเอก สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

  Noppadol Dharawanij

  Ph.D. Candidate, Tourism and Hotel Management, College of Management University of Phayao, E-mail: dharawanij@gmail.com

- ชวลีย์ ณ ถลาง

  รองศาสตราจารย์ วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

  Chawalee Na Thalang

  Associate Professor, College of Management University of Phayao

  E-mail: ajarnchawalee@gmail.com

Received: *April 7, 2021;* ***Revised:*** *May 19, 2021;* ***Accepted:*** *July 21, 2021*

Abstract

This research was conducted to achieve the following objectives: 1) to study the potential of cultural tourism sites in both inner and outer area of Rattanakosin Island based on tourists' behavior, 2) to study the perception of foreign tourists on tourism sites in Rattanakosin Island, and 3) to study service quality in the cultural tourism sites within Rattanakosin Island provided by entrepreneurs based on tourist's satisfaction. The data required were gathered via questionnaires participated by 400 accidental samples of foreign tourists who travelled to Thailand. After acquiring all the data, the researcher then proceeded with statistical analysis, consisting of frequency distribution, average, and percentage, and standard deviation before finally ran hypothesis testing via One Sample t-test and One-Way Anova.

In conclusion, the research found that the potential of cultural tourist attractions in Rattanakosin Island highly corresponded to tourists' behavior; tourists' perception on

cultural tourist attractions in the 3 aspects were in high level; foreign tourists' satisfaction towards service quality in cultural tourist attractions also attained high level.

Keywords: Cultural Tourist Attractions, Rattanakosin Island, The Perception of Cultural Tourist Attractions

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ทั้งชั้นในและชั้นนอก 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์ และ 3) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม หลังจากได้รับข้อมูลครบถ้วนแล้วใช้สถิติในการวิเคราะห์ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอนุมาน One Sample t-test และ One-Way Anova

ผลการวิจัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์มีศักยภาพตรงกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในระดับมาก พฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3 ด้านอยู่ในระดับมากและคุณภาพการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับมาก

คำสำคัญ: แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกาะรัตนโกสินทร์ การรับรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บทนำ

กรุงรัตนโกสินทร์ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก (รัชกาลที่ 1) โปรดเกล้าฯ ให้ตั้งเมืองบริเวณเมืองบางกอกและสถาปนาขึ้นเป็นเมืองหลวงเมื่อวันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2325 และโปรดเกล้าฯ ให้ย้ายพระราชวังจากฝั่งตะวันตกมาทางฝั่งตะวันออก (Chantawimol., 2013) และทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ขุดคลองรอบกรุง เพื่อขยายพระนครให้กว้างขวางออกไป และเป็นการอำนวยความสะดวกในการใช้เป็นเส้นทางคมนาคมเชื่อมต่อกับแม่น้ำเจ้าพระยา พระราชทานนามว่า "คลองรอบกรุง" คลองนี้ทำให้กรุงรัตนโกสินทร์กลายเป็นเมืองที่มีลำน้ำล้อมรอบ และเรียกกันว่า "เกาะรัตนโกสินทร์" (Klamsom., 2006) เกาะรัตนโกสินทร์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกรุงเทพมหานครได้แก่ พื้นที่ที่มีแม่น้ำและคลองล้อมรอบประกอบด้วยพื้นที่ 2 ชั้นได้แก่ เกาะรัตนโกสินทร์ชั้นในคือ บริเวณที่ล้อมรอบด้วยแม่น้ำเจ้าพระยาและคลองหลอด (คลองคูเมืองเดิม) มีเนื้อที่ 1,125 ไร่ (ประมาณ 1.8 ตารางกิโลเมตร) และเกาะรัตนโกสินทร์

ชั้นนอก คือ บริเวณที่มีแม่น้ำเจ้าพระยาทิศเหนือ คลองหลอด (คลองคูเมืองเดิม) คลองบางลำพู คลองโอ่งอ่าง และแม่น้ำเจ้าพระยาด้านทิศใต้ มีเนื้อที่ 1,438 ไร่ (2.3 ตารางกิโลเมตร) รวมเนื้อที่ทั้งสิ้น 2,563 ไร่ (ประมาณ 4.1 ตารางกิโลเมตร) (Bangkok Information Center, 2019) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมเข้ามาท่องเที่ยวแขวงพระบรมมหาราชวังมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายอีกมากมาย (Committee of Architectural Art Conservation., 2004) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน (Bangkok Information Center., 2017) และวัดจำนวนมาก (Fine Art Department., 1995)

ผู้วิจัยจึงได้สนใจศึกษาการรับรู้ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์ เพื่อให้ทราบว่า พื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์มีศักยภาพตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 ที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ได้อย่างไรสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวอย่างไร ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวด้านรูปธรรมของนักท่องเที่ยวหรือไม่อย่างไร และผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการที่ดี สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือไม่ อย่างไรสอดคล้องกับการให้บริการและการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือไม่

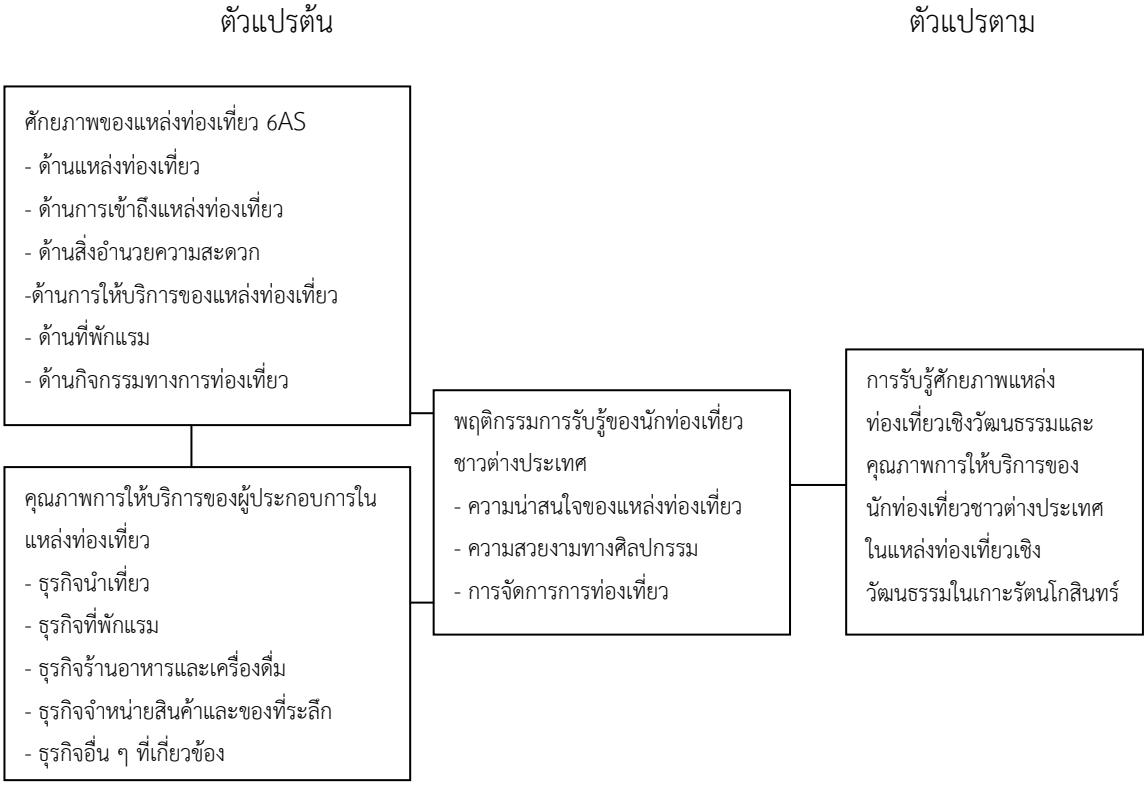
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ทั้งชั้นในและชั้นนอก
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานของการวิจัย

1. ศักยภาพขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 6 (6As) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์มีความโดดเด่นสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
3. คุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวครบตามองค์ประกอบทั้ง 6 สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
2. ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเป็นปัจจัยดึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยว
3. คุณภาพการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ เฉพาะเขตพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ ประกอบด้วย 9 แขวงในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร มีเนื้อที่ทั้งสิ้น 2,563 ไร่ (ประมาณ 4.1 ตารางกิโลเมตร)
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ตามสูตร Yamane (Yamane, 1973)
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่
   3.1 ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์
   3.2 ศึกษาพฤติกรรมการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์

3.3 ศึกษาคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์

4. ขอบเขตด้านเวลา ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย 6 เดือน ระหว่างเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563

การทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่อื่นใด ด้วยความสมัครใจ โดยไม่ได้เดินทางไปเพื่อจุดประสงค์ในการทำงาน การหารายได้หรือการรับค่าจ้าง แต่ต้องเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเรียนรู้ หรือเพื่อจุดประสงค์อื่น ๆ ในสถานที่ท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งจะมีสภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป หรือตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยต้องมีระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี (Jutaporn and Charoensuksai., 2003) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นจุดประสงค์หนึ่งของการท่องเที่ยว เพื่อชื่นชมเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนอื่น โดยให้ความเคารพในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจ และความซาบซึ้งในวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ (Samabhudhi., 1997) แหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ 6 ประการ (6 As) ดังนี้คือ 1) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) 2) การเข้าถึง (Accessibilities) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) ได้แก่ โรงพยาบาล ธนาคาร ที่ทำการไปรษณีย์และโทรคมนาคม 5) ที่พักแรม (Accommodation) และ 6) กิจกรรม (Activities) (Buhalis., 2000) (Pelasol., 2012) การประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวจะประเมินโดยใช้องค์ประกอบหลักของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ความน่าประทับใจและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว 2) อุปสงค์การท่องเที่ยว 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) จินตภาพของ แหล่งท่องเที่ยว (Sankam., 2002) นำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว (Nuanlaong., 2004) ทั้งยังต้องศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวเพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง (Uttayan., 2009) และการรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลตีความและรับรู้ข้อมูลประกอบด้วยปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวซึ่งขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัยหลักได้แก่ อวัยวะรับความรู้สึก และสิ่งเร้า (Noppaget, 1997) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวคือกระบวนการเลือก รวบรวมและตีความสิ่งเร้าทางการตลาดและสภาพแวดล้อมให้เป็นภาพรวมผ่านประสาทสัมผัสเพื่อรับรู้ถึงการบริการและข้อมูลข่าวสารระดับต่าง ๆ จากทางผู้ให้บริการ (Morison, 1996) การรับรู้ในลักษณะรูปธรรมสามารถแยกออกมาได้ 2 รูปแบบ คือ การรับรู้ด้วยสายตาและการรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของวัตถุและสภาพแวดล้อมโดยรอบ โดยความงามที่มนุษย์รับรู้ได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ ความงามของวัตถุ ความงามจากรูปแบบรูปทรงและความงามจากความเด่นชัด (KhamKhieo, 2000) ซึ่งความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์สร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามาชมความโดดเด่น 3 ประการหลัก ได้แก่ ความน่าสนใจ ความสวยงามและการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพการให้บริการที่หมายถึงการให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งคุณภาพการให้บริการมี 5 มิติ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990) ได้แก่ มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และมิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการสอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ต้องการการบริการที่รวดเร็วทันต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอและการให้บริการอย่างต่อเนื่องและสร้างความรู้สึกทางบวกแก่ผู้รับบริการ (Shelly, 1975) สอดคล้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมคือ 1) ผู้นำด้านการสร้างแรงบันดาลใจ 2) ผู้นำด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์จะต้องเป็นผู้ที่มีศีลธรรมและจริยธรรมสูง เสียสละประโยชน์ส่วนตนเพื่อส่วนรวม และ 3) ควรมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสนับสนุนให้สมาชิกมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง (RuangKalapawong., 2016) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: การทบทวนการวิจัยและแนวโน้มล่าสุด (Cultural Tourism: A review of recent research and trends) ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับการยืนยันจากองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ให้เป็นแก่นของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศโดยคำนวณจากนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีมากถึงร้อยละ 39 (Richards., 2018) และการจัดการการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอก ในเกาะรัตนโกสินทร์ที่พบว่า ทรัพยากรทางวัฒนธรรมในพระอารามหลวงชั้นเอกทุกวัดมีศักยภาพโดดเด่น ภาครัฐพร้อมให้การสนับสนุน ภาคเอกชนมีความสนใจร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวปลาบปลื้มในความงดงามของวัด (Chanmuang., 2010)

ระเบียบวิธีการวิจัย

ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยได้แบ่งขั้นตอนในการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ทำการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ตำราทางวิชาการ รายงานวิจัย และวิทยานิพนธ์ เป็นต้น
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Work) โดยใช้การทำแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 คน กำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ตามสูตรของ Yamane (Yamane, 1973) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศต่าง ๆ และเข้ามาท่องเที่ยวใน

แหล่งท่องเที่ยวพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานครด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามมี 1 ชุด สำหรับสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ช่วงอายุ สถานภาพการทำงาน ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (US$) อาชีพ มีลักษณะข้อคำถามแบบปลายปิด

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบทั้ง 6 (6As) ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักแรมและด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ข้อคำถามเป็นคำถามแบบมาตรประเมินค่า (Evaluated Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ด (Likert Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีตัวเลือกให้เลือกในแต่ละข้อคำถาม 4 ตัวเลือก

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ข้อคำถามเป็นคำถามแบบมาตรประเมินค่า (Evaluated Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ด (Likert Scale) 5 ระดับ

การหาคุณภาพเครื่องมือ

การหาคุณภาพของแบบสอบถามในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการ 2 ขั้นตอน คือ การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างจากกรอบแนวคิดการวิจัย ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของประเด็นแบบสอบถามโดยอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมก่อนที่จะนำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นต่อไป

2. การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง และนำผลไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient) ของ Cronbach ซึ่งประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น 0.907

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเก็บทั้งทางออนไลน์และเก็บจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ โดยการนำมาลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์หาค่าสถิติในเดือนพฤศจิกายนจนถึงเดือนธันวาคม 2563

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างแต่ละราย ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยการจำแนกความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์หาการกระจายของกลุ่มประชากร จำแนกตามลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ สถานภาพการทำงาน ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (US$) และอาชีพ

ตอนที่ 2 ข้อมูลที่ใช้วัดระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบทั้ง 6 (6As) มาวิเคราะห์สถิติพรรณนาตามมาตรวัดแบบ Likert Scale จากนั้นทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean หรือ $\bar{X}$) ในส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอ้างอิงคือ One Sample t-test และใช้สถิติอนุมาน One-Way Anova (Levene's Test) ทดสอบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ข้อมูลที่ใช้วัดระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 400 ตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวมาวิเคราะห์สถิติพรรณนา โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale จากนั้นทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean หรือ $\bar{X}$) ในส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอ้างอิงคือ One Sample t-test และใช้สถิติอนุมาน One-Way Anova (Levene's Test) ทดสอบความโดดเด่น 3 ด้านของแหล่งท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ข้อมูลที่ใช้วัดระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์สถิติพรรณนา ซึ่งการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแต่ละข้อใช้เกณฑ์คะแนน สำหรับมาตรวัดแบบ Likert Scale ในส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอ้างอิงคือ One Sample t-test และใช้สถิติอนุมาน One-Way Anova (Levene's Test) ทดสอบความสัมพันธ์คุณภาพการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจำนวน 195 คน (ร้อยละ 48.75) เพศหญิงจำนวน 193 คน (ร้อยละ 48.25) และเพศทางเลือกจำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.00) ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุด จำนวน 114 คน (ร้อยละ 28.50) และอันดับสุดท้าย ช่วงอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไป จำนวน 24 คน (ร้อยละ 6.00) สถานภาพการทำงาน

ลูกจ้างเต็มเวลามากที่สุด จำนวน 107 คน (ร้อยละ 26.80) และอันดับสุดท้ายลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 29 คน (ร้อยละ 7.20) ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 256 คน (ร้อยละ 64.00) และอันดับสุดท้ายประถมศึกษา จำนวน 11 คน (ร้อยละ 2.80) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 มากที่สุด จำนวน 158 คน (ร้อยละ 39.50) และอันดับสุดท้ายมากกว่า 40,001 จำนวน 19 คน (ร้อยละ 4.80) ประกอบอาชีพส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 95 คน (ร้อยละ 23.75) และอันดับสุดท้ายไม่มีอาชีพและข้าราชการ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 0.50) และเดินทางมาจากประเทศอินเดียมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 จีนเป็นอันดับที่ 2 กัมพูชาอันดับที่ 3 สหรัฐอเมริกาอันดับที่ 4 และเวียดนามเป็นอันดับที่ 5

ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์ทั้ง 6 (6As) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 (6As) ตามลำดับ

ลำดับที่	องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	No.	$\bar{X}$	SD.	แปลผล
1	แหล่งท่องเที่ยว	400	3.93	1.75	มาก
2	การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	400	3.78	0.79	มาก
3	สถานที่พักแรม	400	3.78	0.75	มาก
4	การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว	400	3.77	0.79	มาก
5	กิจกรรมทางการท่องเที่ยว	400	3.72	0.82	มาก
6	สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	400	3.64	0.80	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์ตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 (6As) มีดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวลำดับที่ 1 ($\bar{X}$ = 3.93) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่พักแรมลำดับที่ 2 ($\bar{X}$ = 3.78) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวลำดับที่ 4 ($\bar{X}$ = 3.77) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวลำดับที่ 5 ($\bar{X}$ = 3.72) และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในลำดับสุดท้าย ($\bar{X}$ = 3.64)

ตารางที่ 2 แสดงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ (Levene' Test)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
แหล่งท่องเที่ยว	4.53	3	396	0.00
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	0.69	3	396	0.55
สถานที่พักแรม	0.98	3	396	0.39
การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว	1.80	3	396	0.14
กิจกรรมทางการท่องเที่ยว	0.41	3	396	0.74
สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	0.47	3	396	0.69

จากตารางที่ 2 แสดงว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามองค์ประกอบทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักแรม การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์พร้อมสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์เนื่องจากนักท่องเที่ยวสะดวกในการเข้ามาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ มีกิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและมีการให้บริการที่ดีในการเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว

ลำดับที่	ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว	No.	$\bar{X}$	SD.	แปลผล
1	ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	400	4.03	0.75	มาก
2	ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	400	3.95	0.82	มาก
3	การจัดการการท่องเที่ยว	400	3.80	3.80	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงว่า ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวด้านความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดลำดับที่ 1 ($\bar{X}$ = 4.03) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวลำดับที่ 2 ($\bar{X}$ = 3.95) และการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวลำดับสุดท้าย ($\bar{X}$ = 3.80)

ตารางที่ 4 ความโดดเด่น 3 ด้านของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (Levene's Test)

แหล่งท่องเที่ยว	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความน่าสนใจ	3.89	3	396	0.00
ความสวยงาม	0.35	3	396	0.78
การจัดการการท่องเที่ยว	5.46	3	396	0.00

จากตารางที่ 4 แสดงว่า ความโดดเด่นของ 3 ด้านของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้แก่ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่รับรู้แหล่งท่องเที่ยวในด้านรูปธรรมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความน่าสนใจ ความสวยงามและการจัดการการท่องเที่ยวตามสมมติฐานที่ 2

ผลการวิจัย การให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอยู่ในระดับมากตามลำดับดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ลำดับที่	การให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	No.	$\bar{X}$	SD.	แปลผล
1	ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม	400	3.87	0.79	มาก
2	ธุรกิจที่พักแรม	400	3.86	0.73	มาก
3	ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	400	3.78	0.78	มาก
4	ธุรกิจนำเที่ยว	400	3.76	0.73	มาก
5	ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	400	3.73	0.71	มาก

จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการที่ดีและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอยู่ในระดับมากดังนี้ ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มลำดับที่ 1 ($\bar{X}$ = 3.87) ธุรกิจที่พักแรมลำดับที่ 2 ($\bar{X}$ = 3.86) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกเป็นลำดับที่ 3 ($\bar{X}$ = 3.78) ธุรกิจนำเที่ยวลำดับที่ 4 ($\bar{X}$ = 3.76) และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องลำดับที่ 5 ($\bar{X}$ = 3.73)

ตารางที่ 6 คุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์ (Levene's Test)

การให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม	42.32	4	395	0.00
ธุรกิจที่พักแรม	22.13	4	395	0.00
ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	18.01	4	395	0.00
ธุรกิจนำเที่ยว	20.11	4	395	0.00
ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	30.37	4	395	0.00

จากตารางที่ 6 แสดงว่า คุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวทุกธุรกิจมีการบริการที่ดีสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในระดับมากมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตามสมมติฐานที่ 3

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ทั้ง 6 ด้าน (6As) ตรงตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านของ RuangKalapawong S. and A. (2016), Buhalis, D. (2000), Pelasol, J. (2012) และ Chanmuang, P. (2010) ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สวยงามจำนวนมาก การเดินทางเข้าถึงสะดวกสบาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีการบริการที่ดี มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีสถานที่พักแรมหลายระดับให้เลือกพักได้อย่างสะดวกสบาย พฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตรงตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สอดคล้องกับ Uttayan C., (2009) Noppaget, (1997) KhamKhieo, (2000) และ Morison, (1996) ที่ว่า การรับรู้ในลักษณะรูปธรรมสามารถแยกออกมาได้ 2 รูปแบบคือ การรับรู้ด้วยสายตาและการรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของวัตถุและสภาพแวดล้อมโดยรอบ โดยความงามที่มนุษย์รับรู้ได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ ความงามของวัตถุ ความงามจากรูปแบบ รูปทรงและความงามจากความเด่นชัด เกาะรัตนโกสินทร์สร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามาชมความโดดเด่น 3 ประการหลักได้แก่ ความน่าสนใจ ความสวยงามและการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวตรงตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจสอดคล้องกับคุณภาพการให้บริการที่มี 5 มิติ Parasuraman, Zeithaml & Berry, (1990) Shelly, (1975) และ Richards, G. (2018) ได้แก่ มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และมิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการสอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ต้องการการบริการที่รวดเร็วทันต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอและการให้บริการอย่างต่อเนื่องและสร้างความรู้สึกทางบวกแก่ผู้รับบริการ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวคือกระบวนการเลือก รวบรวมและตีความสิ่งเร้าทางการตลาดและสภาพแวดล้อมให้เป็นภาพรวมผ่านประสาทสัมผัสเพื่อรับรู้ถึงการบริการและข้อมูลข่าวสารระดับต่าง ๆ จากทางผู้ให้บริการ

สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์มีศักยภาพขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 (6As) ในระดับดีดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชม พฤติกรรมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความโดดเด่น 3 ด้านของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะรัตนโกสินทร์อยู่ในระดับดีตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 (6As) อยู่ในระดับดี ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์มีการรับรู้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความโดดเด่น 3 ด้านได้แก่ ความน่าสนใจ ความสวยงามและการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว
3. การให้บริการของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่ดีตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรทำการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเกาะรัตนโกสินทร์
2. ควรทำการศึกษาในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบใหม่ (New normal) หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 บรรเทาเบาบางหรือหมดไปแล้ว เพื่อจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพทางกายภาพของพื้นที่และมีความเหมาะสมกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่
3. ควรทำการศึกษาผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อรักษาระดับการให้บริการและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการที่จะสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้มากที่สุด

References

Bangkok Information Center. (25 March 2019). Bangkok Development 20 years Plan. Retrieved from http://203.155.220.230/bmainfo/docs/plans/1plan%20development%2012%20 year %20 (%202552-2563).pdf

Bangkok Information Center. (25 March 2019). Typology of Bangkok Administration Management of Bangkok. Retrieved from http:// 203.155.220.230/m.info/bma_k/knw5htm

Bangkok Information Center. (18 March 2019). The History of Rattanakosin Island. Retrieved from http://www.thapra.lib.su.ac.th/ratanagosin/location.htm

Buhalis, Dimitrios. (2000). Marketing the Competitive Destination in the Future. Tourism Management, 21(1).

Chanmuang, Phramaha Boonphichet (2010). The Tourism Management at the Royal First-Class Temple in Rattanakosin Island. Journal of Research and Development Srinakarinwiroj Humanity and social Sciences no. 2.

Chantawimol, Atorn. (2013). The History of Thailand. Bangkok: Se-Ed Eucation Press.

Committee of Architectural Art Conservation. (2002-2004). (2004). 174 Architectural Heritages of Thailand. Bangkok: Siam Architect Association.

Fine Art Department. (1995). The Report of Exploring Ancient Monuments in Rattanakosin. Bangkok: Office of Archaeology, Fine Art Department.

Juthaporn, Suwat and Charoensuksai, Charinya. (2003). The Concept of Tourism (Introduction to Tourism Industry Unit 2). Bangkok: STOU.

KhamKhieo, Wanida. (2000). Aesthetics. Bangkok: Prannok Printing.

Klamsom, Pranee. (2006). Old Areas in Bangkok (number 2). Bangkok: Muang Boran Press.

Morison, A. M. (1996). The new Leaders: Leadership Diversity in America. San Francisco: Jossey Bass.

Noppaget, Ratcharee. (1997). Psychology: Perception. Bangkok: Samlada.

Nuanlaong, Thanya. (2004). The Ways to Develop Art and Culture Tourism. Pathumthani Province. Master-Degree. Bangkok: Chulalongkorn University.

Parasuraman, A, Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. Journal of Retailing, 64(1).

Pelasol, Rhona J. (2012). Igcabugao: A Potential Tourist Destination in the Southern Part of Iloilo, Philippines International JPAIR Multidisciplinary Research is being Certified for QMS ISO 9001-2008 by the Anglo Japanese American Registrars of the UK.

Richards, Greg (2018). Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. Journal of Hospitality and Tourism Management.

RuangKalapawong, Sarawan and Ruangkalapawong, Annop (2016). The Cultural Management with Community's participation at Koh Kret, Pakkret District, Nonthaburi province. Rajchabhat Suan Dusit University.

Samabhudhi, Kulthida. (1997). Cultural Tourism: New Way Choice of Travelling. Bangkok.

Sankam, Walika (2002). The Development of Cultural Tourism at Ban Pieng Luang, Wienghaeng District, Chiang Mai Province. Master-Degree. Chiang Mai.

Shelly, Maynard W. (1975). Responding to Social Chang. Pennsylvania: Dowder, Hutchison. Press. Wallerstein, Harvey. (1971).

Uttayan, Chawalnut. (2009). Tourist Behavior. Bangkok: RMUTK.

Yamane, Taro. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. 3rd edition New York: Harper & Row Publisher Inc.

Assistant Professor, Noppadol Dharawanij, Ph.D., Candidate, Tourism and Hotel Management, College of Management University of Phayao.

Associate Professor, Chawalee Na Thalang, College of Management University of Phayao.