

การศึกษาดัชนีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี*

A Study of index-based evaluation of attraction site: A case study of waterfalls in Saraburi Province

กัลยา สว่างคง (Kanlaya Swangkong)^{**}
ประสพชัย พสุนนท์ (Prasopchai Pasunon)^{***}

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาดัชนีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละด้านของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีโดยเลือกวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกที่สำคัญ 4 แห่งในจังหวัดสระบุรีคือ น้ำตกเจ็ดสาวน้อย น้ำตกมวกเหล็ก ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคด-โป่งก้อนเส้า (น้ำตกเจ็ดคด) และน้ำตกดงพญาเย็น โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 206 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกใน 6 ด้าน

ผลการวิจัยพบว่าในภาพรวมศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี มีค่าดัชนีอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าค่าดัชนีขององค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวและด้านการบริหารจัดการมีค่าดัชนีต่ำที่สุด นำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาและยกระดับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้งสองด้านนี้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ดัชนีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

*เพื่อศึกษาดัชนีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบสำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี
(To study index of waterfall attractions in Saraburi province by Component Analysis)

**อาจารย์ประจำ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Lecturer Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Email: kanlaya.swa@dpu.ac.th

***รองศาสตราจารย์ ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Associate Professor, Faculty of Management Science Silpakorn University, Email: prasopchai@ms.su.ac.th

Abstract

The purpose of this research was aimed to study index-based evaluation of attraction of 4 waterfalls in Saraburi province consisting of Jed Sao Noi Waterfall, Muak Lek Waterfall, Jedkod-Pongkonsao Natural and Ecotourism Study Center (Jed Kod Waterfall) and Dong Phayayen Waterfall. The questionnaires composed of 206 tourists in order to obtain information of 6 key attraction characteristics.

The study found that 4 waterfalls in Saraburi province had index-based evaluation which considered as neutral level and 2 key attraction characteristics which are facilities in the site and management in attraction had index-based evaluation in lowest level compared with others.

The results of this study can be used as a guideline for further collaboration of relevant stakeholders to develop and enhance tourist attraction potential.

Keywords: Attraction Potential, Index-based Evaluation of Attraction, Tourist Attraction Development

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างมากทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างงานและก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) ทั้งนี้องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2001) ได้มีการคาดการณ์ว่าเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้นถึง 1,600 ล้านคน โดยภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดใน 3 ลำดับแรกของโลกคือ ยุโรป เอเชียแปซิฟิก และอเมริกา ในจำนวน 717 ล้านคน 397 ล้านคน และ 282 ล้านคนตามลำดับ จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกมีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 25 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง นอกจากนี้ข้อมูลจากองค์การการท่องเที่ยวโลกยังมีการคาดการณ์อีกว่าประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะกลายมาเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมแห่งใหม่สำหรับ 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกหรือคิดเป็นตัวเลขนักท่องเที่ยวประมาณ 130 ถึง 140 ล้านคน

การแถลงข่าวโดยนางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2558 ได้ระบุถึงสถานการณ์นักท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวถึงร้อยละ 28.50 และรายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัวมากถึงร้อยละ 18.83 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) สอดคล้องกับข้อมูลจาก นายรัชชัย อรัญญิก ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่คาดการณ์ว่าการขยายตัวของนักท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศและนักท่องเที่ยวตลาดในประเทศจะมากถึงร้อยละ 16 และ

ร้อยละ 14 ส่งผลให้มีรายได้สูงถึง 1.35 ล้านบาท และ 8 แสนล้านบาท ตามลำดับ (สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ, 2558)

ข้อมูลนี้นับเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงที่ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้อย่างมากและต่อเนื่องให้กับประเทศไทยและจังหวัดต่างๆ ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) รวมทั้งรัฐบาลไทยเองก็มีการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวโดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2515-2519) ต่อเนื่องถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559)

ดังนั้นจังหวัดใดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักก็จะสามารถใช้แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ รวมทั้งยังเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นของตัวเองอีกด้วย อย่างไรก็ตามทัศนคติของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ก็เป็นเรื่องสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ หากแหล่งท่องเที่ยวใดสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมได้มาก ก็จะทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนและมีการสร้างงานเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งยังช่วยยกระดับมาตรฐานชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ อีกด้วย ดังนั้นทางจังหวัดหรือผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องศึกษาทัศนคติของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อที่จะสามารถปรับปรุงพัฒนาองค์ประกอบต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

จังหวัดสระบุรีเป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เพราะการเดินทางเข้าถึงที่สะดวกด้วยระยะทางเพียง 107 กิโลเมตรจากกรุงเทพมหานคร และมีทางเลือกที่หลากหลายในการเดินทางเข้าถึงจังหวัดสระบุรี เช่น การเดินทางด้วยรถประจำทาง รถไฟ และรถส่วนตัว รวมทั้งการมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก เช่น น้ำตกเจ็ดสาวน้อย น้ำตกมวกเหล็ก น้ำตกสามหลั่น น้ำตกเหวน้อย น้ำตกโกรกอีดก น้ำตกเจ็ดคด น้ำตกดงพญาเย็น น้ำตกตายาย เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) ด้วยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเหล่านี้ทำให้จังหวัดสระบุรีเป็นทางเลือกในอันดับต้นๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเวลาในการเดินทางไม่มากนักและต้องการสัมผัสกับธรรมชาติอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรีกลับยังไม่ขยายตัวมากนัก โดยข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยวในส่วนของสถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศจำแนกตามภูมิภาค ปี 2557 เปรียบเทียบกับปี 2556 ได้แสดงให้เห็นว่าร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสระบุรีมีจำนวนน้อยลงคิดเป็น ร้อยละ 1.73 และ 8.72 ตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว, 2557) แสดงให้เห็นว่าความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายให้เลือกเที่ยวชม คงไม่ใช่เหตุผลที่เพียงพอในการที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ได้ หากแต่ทัศนคติขององค์ประกอบในด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกแต่ละแห่งก็มีส่วนอย่างมากในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ อีกด้วย

ทั้งนี้งานวิจัยที่ศึกษาทัศนคติของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีมาแล้ว แต่เป็นการประเมินทัศนคติแต่ละด้านของแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกต่างๆ ในจังหวัดสระบุรีเท่านั้น (กัลยา สว่างคง, 2558)

และการศึกษาเพื่อประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ (รุจิรา ใหญ่สว่าง, 2552) อย่างไรก็ตามเพื่อให้ได้ผลการวิจัยในเชิงลึกเพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายต่างๆ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาด้านนี้สำหรับประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี ซึ่งการประเมินครั้งนี้จะเป็นการค้นหาคำชี้วัดว่าศักยภาพทางการท่องเที่ยวในแต่ละด้านมีความสำคัญแตกต่างกันอย่างไร เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป เพื่อประโยชน์ทั้งต่อนักท่องเที่ยวและต่อชุมชนในการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างเต็มประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี
2. เพื่อหาแนวทางในการกำหนดนโยบายพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ศิริจรรยา ประพฤติกิจ (2553) ได้กล่าวถึงว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังรวมถึงความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวด้วย ว่ามีมากพอที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวชมหรือไม่ สอดคล้องกับที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 60-69) ได้อธิบายความหมายของคำว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยี่ยมชม ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะสำคัญ 4 ด้านคือ 1) ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านองค์ประกอบของการบริการ ในขณะที่ สุภาภรณ์ หาญทอง (2543) ได้อธิบายศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวว่าเป็นความพร้อมในตัวแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการปรับปรุง พัฒนาหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ และในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีศักยภาพที่แตกต่างกัน การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องพิจารณาถึงความพร้อมของสถานที่ว่ามีมากเพียงใด

จารุณี กลิ่นตปีลี (อ้างใน วิภา ศรีระทุ: 2551) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวไว้คือ 1) ด้านพื้นที่ คือลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม 2) ด้านการจัดการ คือการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และการจัดการควบคุมการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม 4) ด้านการมีส่วนร่วม คือการที่องค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว การที่ประชาชนในท้องถิ่นให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน ทั้งนี้ ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร (2542) ได้แบ่งองค์ประกอบที่นำมาใช้เป็นตัวชี้วัดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวไว้ดังนี้ 1) ปัจจัยจุดใจหลัก ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ด้านคือ ด้านธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์และศาสนา และด้านกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น

2) ปัจจัยประกอบ ได้แก่ สภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน 3) ปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน ได้แก่ ที่พัก อาหาร ร้านขายของที่ระลึก การให้ข้อมูล การประชาสัมพันธ์ 4) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา การกำจัดขยะ การระบายน้ำและระบบการสื่อสาร

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สมยศ นาวิการ (2547) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจว่าหมายถึง ความรู้สึกหรือความคิดเห็นในเชิงบวกของบุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการหรือได้รับสิ่งตอบแทนตามที่คาดหวัง ในขณะที่รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางบวกหรือลบ ทั้งนี้ Muzaffer Uysal & John Willaims (2004) ได้สรุปว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นไปในทางบวกและทางลบ

สิริอร วิษวาท (2547) ได้นำทฤษฎีของมาสโลว์(Maslow's hierarchy of needs)มาอธิบายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวว่าเป็นไปตามลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ซึ่งมี 5 ระดับคือ 1) ความต้องการทางกาย 2) ความต้องการความปลอดภัย 3) ความต้องการความรักและการเป็นเจ้าของ 4) ความต้องการการยอมรับและนับถือจากผู้อื่น และ 5) ความต้องการเป็นตัวตนที่แท้จริงของตัวเอง โดยสรุปว่าแรงขับของพฤติกรรมมนุษย์มีหลักสำคัญอยู่ที่แรงจูงใจ ซึ่งสมยศ นาวิการ (2540) กล่าวว่า แรงจูงใจจะกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง ซึ่งหากปฏิกิริยาตอบสนองได้รับความสำเร็จก็จะเกิดความพึงพอใจต่อไป แต่หากปฏิกิริยาตอบสนองไม่ได้รับความสำเร็จก็จะเปลี่ยนจุดมุ่งหมายใหม่ ซึ่งในเรื่องนี้ เอกพงศ์ ธนพิบูลพงศ์ (2540) กล่าวว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกิดจากการได้รับบริการที่มีคุณภาพตามที่ต้องการ นอกจากนี้ KozakMetin & Alain Decrop (2008) ยังได้พูดถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวว่าเป็นการรับรู้ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนต่อการบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวัง หากนักท่องเที่ยวได้รับบริการตามความคาดหวังก็จะเกิดความประทับใจ แต่หากนักท่องเที่ยวไม่ได้รับบริการตามที่คาดหวังก็อาจไม่พึงพอใจ

โดยสรุป นักท่องเที่ยวแต่ละคนล้วนแต่มีความต้องการและความพึงพอใจที่แตกต่างกันออกไปตามวัฒนธรรม สังคมและบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันนี้สามารถนำมาใช้ในการกำหนดมาตรฐานการบริการที่ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ (ประกอบศิริภักดีพิณิจ, 2551)

การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Swarbrooke (1999) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า ต้องมีความยุติธรรมทางสังคมสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคน ในขณะที่ World Tourism Organization (UNWTO, 2011) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่าจะต้องตอบสนองความต้องการทั้งของนักท่องเที่ยวและชุมชน โดยจะต้องมีการปกป้องและสร้างโอกาสให้คนรุ่นต่อไปด้วย นอกจากนี้ รัศมี ชูทรงเดช (อ้างถึงใน เสาวภา ไพทยวัฒน์ และคณะ: 2555) ได้กล่าวถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประสานจากการมีส่วนร่วมของชุมชนสอดคล้องกับที่ สมุธ ตันติเวชกุล (2549) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามามีความรับผิดชอบว่าจะสำเร็จหรือจะยั่งยืนหรือไม่นั้นก็ขึ้นอยู่กับชุมชนเป็นสำคัญ เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาจะมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องต่างๆ ตามเข้ามาด้วย ซึ่งจะต้องมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับสถานการณ์ต่างๆ ทั้งนี้ สุภารัตน์ แสง

จำนงค์ (2553) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการของการเป็นแหล่งท่องเที่ยว (Five A's of tourism) คือ 1) Attractions สถานที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาเยี่ยมชม ซึ่งควรมีเอกลักษณ์หรือความโดดเด่น 2) Access การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจากถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงระบบขนส่งที่ทำให้การเดินทางเกิดความสะดวกสบาย 3) Accommodation สถานที่พักที่อยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว 4) Amenities การบริการในด้านต่างๆ ที่จัดเตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ห้องน้ำ ร้านขายของที่ระลึก หรือแม้แต่ระบบโทรคมนาคม 5) Awareness การรับรู้ซึ่งครอบคลุมทั้ง 3 ด้านดังนี้ 1) คนในชุมชนต้องมีทัศนคติเป็นบวกต่อการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว 2) คนที่ต้องเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น คนในธุรกิจหรือคนในหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งต้องมีทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยว 3) การรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในสายตาของนักท่องเที่ยว ซึ่งเมธินี วรรณยางกูร (2557) ได้กล่าวถึงการดำเนินการในการพัฒนาการท่องเที่ยวว่าต้องเป็นการดำเนินการที่เน้นการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

อารยา อินคชสาร (2554) ได้สรุปว่าการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องเป็นการพัฒนาที่มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และต้องมีความสอดคล้องกันทั้งทางด้านการพัฒนาและการตลาด เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจที่สามารถตอบสนองต่อการพัฒนาทั้งทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมได้

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีในด้านต่างๆ 6 ด้าน ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและข้อมูลของจังหวัดสระบุรีแล้ว ผู้วิจัยได้เลือกประเมินแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกที่สำคัญในจังหวัดสระบุรี โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกที่ได้รับความนิยมจากฐานข้อมูลออนไลน์และเอกสารของจังหวัดสระบุรี รวมทั้งยังได้นำตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาประกอบการศึกษาโดยได้เลือกแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 4 แห่ง ประกอบไปด้วย อุทยานแห่งชาติน้ำตกเจ็ดสาวน้อย น้ำตกมวกเหล็ก น้ำตกคงพญาเย็น และศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคด-โป่งก้อนเส้า (น้ำตกเจ็ดคด)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่กำหนดทั้ง 4 แห่ง โดยการกำหนดตัวอย่างของนักท่องเที่ยว ใช้สูตรการคำนวณตัวอย่างดังต่อไปนี้ (Rea and Parker, 1997)

$$n = \frac{Nx}{((N-1)E^2 + x)}$$

โดยที่ n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

X = ค่ากำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความผิดพลาดที่ 6.92%

E = ระดับความผิดพลาดที่ยอมรับได้

เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายไม่มีการเก็บสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชม เพราะไม่มีการขายบัตรหรือเก็บค่าเข้าชม จึงต้องประมาณค่าจำนวนประชากรสำหรับนำมาใช้อ้างอิงเพื่อคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการสอบถามเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง ให้ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่อปีของแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย ซึ่งพบว่า มีประมาณ 100,000 คน จากสูตรข้างต้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องจัดเก็บในการศึกษาครั้งนี้จึงเท่ากับ 200 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ครอบคลุมแนวคิดต่างๆ และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเรื่องนี้ได้ โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว มีคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีคำถามทั้งหมด 9 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้แหล่งท่องเที่ยว การเลือกแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายและเวลาที่ใช้ในแหล่งท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบการวิเคราะห์ผลการศึกษา

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยได้แบ่งความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ออกเป็นทั้งหมด 6 ด้านคือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น โดยกำหนดเกณฑ์ไว้เป็น 5 ระดับคือ 1) ต้องปรับปรุง 2) ไม่ดี 3) ปานกลาง 4) ดี 5) ดีมาก และยังมีคำถามปลายเปิดสำหรับกรอกความคิดเห็นเพิ่มเติมในแต่ละข้อคำถามอีกด้วย

ตอนที่ 4 แนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะด้านอื่นๆ สำหรับคำถามในตอนนี้เป็นลักษณะของคำถามปลายเปิดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดให้มีการประชุมผู้เก็บแบบสอบถามเพื่ออธิบายรายละเอียดในแบบสอบถามให้ผู้เก็บแบบสอบถามทุกคนเข้าใจตรงกันก่อนลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวโดยกำหนดให้เก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยว 50 ชุดต่อแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 4 แห่งจะได้แบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 200 ชุด เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 และ 2 มาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย สำหรับข้อมูลในส่วนที่ 3 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม STATA เพื่อหาดัชนีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Principal Component Analysis (PCA) ซึ่งเป็นวิธีการที่ใช้ในการกำหนดน้ำหนักให้กับตัวแปรแต่ละตัว โดยจุดเด่นของวิธีการนี้คือสามารถลดมิติของข้อมูลให้น้อยลงแต่ยังสามารถรักษาโครงสร้างเดิมของข้อมูลเอาไว้และยังช่วยให้สามารถให้น้ำหนักกับองค์ประกอบแต่ละตัวได้ว่ามีความสำคัญในภาพรวมในระดับใด

การคำนวณดัชนีนั้นไม่มีวิธีการอยู่หลายวิธี แต่สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้เลือกวิธีการ Min-Max Normalization ตามแนวทางของ Ebert & Welsh (2004) เพื่อใช้ในการคำนวณข้อมูลความเห็นที่มีช่วงคะแนนตั้งแต่ 1 – 5 ซึ่งสามารถคำนวณได้โดยสูตร

$$I_j = \frac{x_i - \min(x_i)}{\max(x_i) - \min(x_i)}$$

โดยที่ x_i คือ ค่าประมาณค่าที่ i ของดัชนีตัวที่ j
ซึ่งได้มาจากการประมาณค่าด้วยวิธี PCA
 $\min(x_i)$ คือ ค่าประมาณต่ำสุด ของดัชนีตัวที่ j
ซึ่งได้มาจากการประมาณค่าด้วยวิธี PCA
 $\max(x_i)$ คือ ค่าประมาณสูงสุด ของดัชนีตัวที่ j
ซึ่งได้มาจากการประมาณค่าด้วยวิธี PCA

การคำนวณด้วยวิธีนี้จะทำให้ได้ค่าดัชนีอยู่ระหว่าง 0 – 1 โดยค่าที่ใกล้ 1 หมายถึงดัชนีตัวนั้นมีค่าสูง
จุดเด่นของวิธีการนี้คือ สามารถวิเคราะห์ข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันให้มีความชัดเจนมากกว่าการเทียบค่าเฉลี่ย
เพียงอย่างเดียว

ทั้งนี้ในงานวิจัยนี้ได้กำหนดการแปลผลค่าดัชนีไว้ดังนี้

ค่าดัชนีที่ได้	ระดับความสำคัญ
0.01 – 0.20	น้อยที่สุด
0.21 – 0.40	น้อย
0.41 – 0.60	ปานกลาง
0.61 – 0.80	ค่อนข้างสูง
0.81 – 1.00	สูงที่สุด

สำหรับข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 4 นั้น ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นข้อมูลเพิ่มเติมประกอบการวิเคราะห์ค่า
ดัชนีที่ได้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัด
สระบุรีต่อไป

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 206 คน ในแหล่งท่องเที่ยวที่
กำหนดไว้ทั้ง 4 แห่ง ได้ผลการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ
ค่าเฉลี่ย ในการอธิบายข้อมูลในส่วนนี้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายด้วยอัตราส่วนที่ไม่
แตกต่างกันมากนัก คิดเป็นร้อยละ 51.9 และ 48.1 ตามลำดับ โดยช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่พบมากที่สุดคือ
21 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.40 และผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียน นักศึกษามากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 48.10
ทั้งนี้ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดอยู่ที่ ร้อยละ 57.30 และ

นักท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่มาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่กำหนดในงานวิจัยนี้มาจากจังหวัด มหาสารคาม กรุงเทพมหานคร และสระบุรี โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 58.30 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวเป็นหลักและเคยได้ยินหรือรู้จักแหล่งท่องเที่ยวมาก่อนถึงร้อยละ 65.50 โดยเป็นการรู้จักจากคนแนะนำ อินเทอร์เน็ต/โซเชียลมีเดีย และสื่อโทรทัศน์ ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพิ่งมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก นิยมเดินทางมาคนเดียวกับครอบครัวและเพื่อนด้วยรถส่วนตัว ไม่พักค้างคืน และใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวประมาณ 1 – 3 ชั่วโมง โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ที่ 2,300 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากที่สุด ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่กำหนดจึงไม่ได้ไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่อยู่ใกล้เคียง

2. ความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ใช้วิเคราะห์แบบ Principal Component Analysis (PCA) เพื่อหาดัชนีสำหรับประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยมีผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าดัชนีการประเมินศักยภาพของแต่ละองค์ประกอบในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่งและภาพรวม

องค์ประกอบในแหล่งท่องเที่ยว	น้ำตกเจ็ดสาวน้อย		น้ำตกดงพญาเย็น		น้ำตกมวกเหล็ก		น้ำตกเจ็ดคด		ภาพรวม	
	ค่าดัชนี	ความหมาย	ค่าดัชนี	ความหมาย	ค่าดัชนี	ความหมาย	ค่าดัชนี	ความหมาย	ค่าดัชนี	ความหมาย
1.ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	0.55	ปานกลาง	0.40	น้อย	0.56	ปานกลาง	0.59	ปานกลาง	0.53	ปานกลาง
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	0.60	ปานกลาง	0.37	น้อย	0.54	ปานกลาง	0.56	ปานกลาง	0.52	ปานกลาง
3.ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	0.54	ปานกลาง	0.48	ปานกลาง	0.49	ปานกลาง	0.60	ปานกลาง	0.53	ปานกลาง
4.ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	0.57	ปานกลาง	0.67	ค่อนข้างสูง	0.45	ปานกลาง	0.55	ปานกลาง	0.56	ปานกลาง
5.ด้านการบริหารจัดการ	0.51	ปานกลาง	0.49	ปานกลาง	0.59	ปานกลาง	0.50	ปานกลาง	0.52	ปานกลาง
6.ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น	0.52	ปานกลาง	0.48	ปานกลาง	0.60	ปานกลาง	0.67	ค่อนข้างสูง	0.57	ปานกลาง

ภาพรวม	0.55	ปานกลาง	0.48	ปานกลาง	0.54	ปานกลาง	0.58	ปานกลาง	0.54	ปานกลาง
--------	------	---------	------	---------	------	---------	------	---------	------	---------

ตารางที่ 1 เป็นการเปรียบเทียบค่าดัชนีของศักยภาพแต่ละด้านของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งและในภาพรวม ซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

ในภาพรวมค่าดัชนีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่งอยู่ในระดับปานกลางโดยพบว่าดัชนีด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นอยู่ในระดับสูงที่สุดอยู่ที่ 0.57 รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวโดยมีค่าดัชนีอยู่ที่ 0.56 ส่วนด้านที่ได้ค่าดัชนีต่ำที่สุดมีสองด้านคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวและด้านการบริหารจัดการโดยมีค่าดัชนีเท่ากันอยู่ที่ 0.52

โดยเมื่อพิจารณาค่าดัชนีศักยภาพของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวพบว่า น้ำตกเจ็ดสาวน้อยมีค่าดัชนีในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวสูงที่สุดอยู่ที่ 0.60 รองลงมาคือด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยมีค่าดัชนีอยู่ที่ 0.57 และ 0.55 ตามลำดับ ส่วนด้านที่ได้ค่าดัชนีต่ำที่สุดคือด้านการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าดัชนีอยู่ที่ 0.51

น้ำตกดงพญาเย็นมีค่าดัชนีในด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสูงที่สุดอยู่ที่ 0.67 รองลงมาคือด้านการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยวโดยมีค่าดัชนีอยู่ที่ 0.49 ส่วนด้านที่ได้ค่าดัชนีต่ำที่สุดคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าดัชนีอยู่ที่ 0.37 เป็นที่น่าสังเกตว่านอกจากดัชนีในด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ค่าดัชนีค่อนข้างสูงแล้ว ศักยภาพด้านอื่นๆ ของน้ำตกดงพญาเย็นมีค่าดัชนีอยู่ในระดับปานกลาง – น้อยทั้งสิ้น

น้ำตกมวกเหล็กและน้ำตกเจ็ดคตมีค่าดัชนีที่สูงที่สุดเหมือนกันในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น โดยมีค่าดัชนีอยู่ที่ 0.60 และ 0.67 ตามลำดับ แต่น้ำตกมวกเหล็กมีค่าดัชนีที่ต่ำที่สุดในด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่น้ำตกเจ็ดคตมีค่าดัชนีต่ำที่สุดในด้านการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าดัชนีอยู่ที่ 0.45 และ 0.50 ตามลำดับ

3. แนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะ ข้อคำถามในส่วนนี้เป็นลักษณะของคำถามปลายเปิดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นอื่นๆ เพิ่มเติมจากข้อคำถามในส่วนที่ผ่านมา โดยผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลในส่วนนี้ได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่ทำแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 206 คนใน 4 แหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวร้อยละ 95.15 ตอบว่าจะกลับมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ตอบแบบสอบถามอีก โดยให้เหตุผลว่า มีการเดินทางเข้าถึงที่สะดวก แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามตามธรรมชาติ บรรยากาศดีและมีความปลอดภัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวร้อยละ 4.85 ตอบแบบสอบถามว่าจะไม่กลับมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอีก พร้อมทั้งให้เหตุผลว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีน้อย แหล่งท่องเที่ยวมีปัญหาเรื่องของความสะอาด ห้องน้ำไม่เพียงพอและไม่ได้รับความสะดวกในเรื่องที่จอดรถ

นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวบางส่วนให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 3 ด้านหลักๆ ดังนี้ 1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ถึงขยะ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ลานจอดรถ ที่พักแรม ป้ายชี้ทาง ป้ายแนะนำนักท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 2) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ควรจัดให้มีกิจกรรม

ทางการท่องเที่ยวอื่นๆ เพิ่มเติม เพราะกิจกรรมที่มีในปัจจุบันมีเพียงการเล่นน้ำและการพายเรือ 3) ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และควรสร้างจุดเด่นของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้างต้นพบประเด็นที่น่าสนใจว่านักท่องเที่ยวยังคงมีความพึงพอใจกับแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง แต่เมื่อพิจารณาคำดัชนีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละด้านพบว่าค่าดัชนีขององค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการมีค่าต่ำที่สุด สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในตอนต้นที่ 4 ที่เป็นคำถามปลายเปิดในเรื่อง แนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะด้านอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะให้แหล่งท่องเที่ยวมีการปรับปรุงใน 3 ด้านสำคัญคือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งข้อมูลนี้สัมพันธ์กับงานวิจัยของ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และ สุชาติ ฉันทสำราญ (2558) ที่เสนอประเด็นที่ว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในระดับที่มากในด้านการเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ หรือคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับระหว่างการเดินทาง และงานวิจัยของ กรกนก ชูแวงวาปี และ วิโรจน์ เกษภูลักษ์ (2557) ที่พบว่าการประชาสัมพันธ์ส่งผลด้านบวกต่อความไว้วางใจและการบอกต่อของลูกค้า ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวจึงควรวางนโยบายในการพัฒนาและปรับปรุงศักยภาพในทั้ง 2 ด้านนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

สำหรับดัชนีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีแต่ละด้านนั้น สามารถแยกประเด็นเพื่อพิจารณาได้ดังนี้

1) ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวพบว่าแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งได้แก่ น้ำตกเจ็ดสาวน้อย น้ำตกมวกเหล็กและน้ำตกเจ็ดคดได้ดัชนีการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในทั้ง 2 ด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงน้ำตกดงพญาเย็นเพียงน้ำตกเดียวที่ได้ดัชนีการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในทั้ง 2 ด้านนี้อยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งมีการเข้าถึงที่สะดวก มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่ค่อนข้างครบ รวมถึงการมีลานจอดรถที่อำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่ป้ายบอกทางน้ำตกดงพญาเย็นมีขนาดเล็ก ทางเข้าน้ำตกที่ค่อนข้างลาดชัน รวมทั้งการไม่มีลานจอดรถที่เหมาะสมและสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณน้ำตกก็มีเพียงร้านอาหารเท่านั้น ซึ่งประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Littrell et al. (2004) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคือปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางและบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่อธิบายว่าการที่แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายอย่างจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มากขึ้น

2) ด้านคุณค่าและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวและด้านการบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่งได้ดัชนีการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในทั้ง 2 ด้านนี้อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกให้ความสำคัญกับความสวยงามตามธรรมชาติและการ

บริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับที่ Yuksel & Yuksel (2002) ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวก็คือความพึงพอใจต่อการบริการต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว

3) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งได้แก่ น้ำตกเจ็ดสาวน้อย น้ำตกมวกเหล็กและน้ำตกเจ็ดคดได้ดัชนีการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงน้ำตกดงพญาเย็นเพียงน้ำตกเดียวที่ได้ดัชนีการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านนี้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่งยังมีสภาพแวดล้อมและความเป็นธรรมชาติที่ค่อนข้างสมบูรณ์และไม่มีมลภาวะในแหล่งท่องเที่ยว และน้ำตกดงพญาเย็นเป็นเพียงน้ำตกเดียวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ในแหล่งท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสกับความเป็นธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสภาพแวดล้อมที่สมบูรณ์นับเป็นจุดขายที่สำคัญสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Mehmetoglu, 2007)

4) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งได้แก่ น้ำตกเจ็ดสาวน้อย น้ำตกดงพญาเย็นและน้ำตกมวกเหล็กได้ดัชนีการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงน้ำตกเจ็ดคดเพียงน้ำตกเดียวที่ได้ดัชนีการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในด้านนี้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ทั้งนี้เพราะน้ำตกเจ็ดคดมีการจ้างงานคนในท้องถิ่น เช่น เจ้าหน้าที่นำทางในการเดินป่า แม่บ้าน แม่ครัว เป็นต้น และมีการจัดให้คนในท้องถิ่นสามารถนำสินค้าเข้ามาวางขายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวได้จึงทำให้คนในท้องถิ่นมีทัศนคติที่ดีกับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ รัชมี ชูทรงเดช (2551) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้เคยมีงานวิจัยที่ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกทั้ง 4 แห่งในจังหวัดสระบุรี แต่เป็นการศึกษาโดยใช้ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพแต่ละด้านของแหล่งท่องเที่ยว (กัลยา สว่างคง, 2558) โดยมีการกำหนดความหมายของระดับค่าเฉลี่ยไว้ดังนี้คือ 1.00 – 1.50 หมายถึงต่ำ 1.51 – 2.50 หมายถึงค่อนข้างต่ำ 2.51 – 3.50 หมายถึงปานกลาง 3.51 – 4.50 หมายถึงค่อนข้างสูง และ 4.51 – 5.00 หมายถึงสูง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพในภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง โดยใช้ทั้งค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นและค่าดัชนีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวมาประกอบเพื่อให้เห็นความแตกต่าง ซึ่งสามารถแสดงได้ดังตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในสระบุรีในภาพรวม โดยใช้ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและค่าดัชนีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบในแหล่งท่องเที่ยว	ศักยภาพของน้ำตกทั้ง 4 แห่งในภาพรวม		ศักยภาพของน้ำตกทั้ง 4 แห่งในภาพรวม	
	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าดัชนี	ความหมาย
1.ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	3.83	ค่อนข้างสูง	0.53	ปานกลาง
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่ง ท่องเที่ยว	3.70	ค่อนข้างสูง	0.52	ปานกลาง

3.ด้านคุณค่าและความตั้งใจทางการท่องเที่ยว	3.95	ค่อนข้างสูง	0.53	ปานกลาง
4.ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	3.97	ค่อนข้างสูง	0.56	ปานกลาง
5.ด้านการบริหารจัดการ	3.54	ค่อนข้างสูง	0.52	ปานกลาง
6.ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น	3.95	ค่อนข้างสูง	0.57	ปานกลาง
ภาพรวม	3.82	ค่อนข้างสูง	0.54	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 มีข้อค้นพบที่น่าสนใจว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีทั้ง 4 แห่งอยู่ในระดับค่อนข้างสูง แต่เมื่อพิจารณาจากค่าดัชนีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวกลับพบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่งนี้อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น จากข้อมูลนี้ทำให้พบว่าการใช้ดัชนีในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดกว่าการใช้เพียงค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ เนื่องจากการใช้ค่าดัชนีเป็นวิธีการที่ใช้ในการกำหนดน้ำหนักให้กับองค์ประกอบแต่ละด้าน ทำให้สามารถลดมิติของข้อมูลให้น้อยลงแต่รักษาโครงสร้างเดิมของข้อมูลเอาไว้ได้ ช่วยให้สามารถให้น้ำหนักกับองค์ประกอบแต่ละตัวได้ว่ามีความสำคัญต่อผลในภาพรวมอย่างไร ทำให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นและนำไปสู่การกำหนดนโยบายต่างๆ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงศักยภาพการท่องเที่ยวที่ทำได้ตรงประเด็นมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. เนื่องจากในภาพรวมค่าดัชนีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการมีค่าน้อยที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวเอง หรือในส่วนของจังหวัดควรร่วมมือกันในการพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดให้มีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำที่สะอาดและเพียงพอ การมีจุดรับประทานอาหาร จุดถ่ายภาพ สัญญาณไวไฟ การมีร้านขายของที่ระลึก การมีที่พักในแหล่งท่องเที่ยวหรืออยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้การจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เหล่านี้เป็น การเพิ่มจำนวนวันในการพำนักร้อยและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียนของรายได้ในชุมชน ในแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้คงความสวยงามตามธรรมชาติ ปราศจากมลภาวะในด้านต่างๆ มีความหลากหลายทางชีวภาพและมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่น่าสนใจก็ เป็นสิ่งที่ทุกหน่วยงานต้องให้ความสำคัญและกำหนดให้มโนนโยบายที่ชัดเจนในการดูแลเรื่องเหล่านี้ ทั้งนี้อาจจะร่วมกันกำหนดนโยบาย แผนและกิจกรรมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว

2. สำหรับน้ำตกดงพญาเย็นนั้นมีค่าดัชนีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในระดับน้อยในด้านความสะดวกในการเข้าถึงและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นศูนย์ควบคุมไฟป่าซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยวโดยตรงจึงควรประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการเพิ่มเติมป้าย

บอกทาง และปรับปรุงสภาพลานจอดรถ รวมทั้งเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น
ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ตอบว่าจะกลับมาเที่ยว
อีก และกลุ่มที่ตอบว่าจะไม่กลับมาเที่ยวอีก เพื่อนำผลที่ได้มาจัดทำนโยบายในการพัฒนาการจัดการในด้านต่างๆ
ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อทำการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่อไป

2. ควรประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติประเภทอื่นๆ ในจังหวัดสระบุรีเพื่อนำผลที่
ได้มาจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดสระบุรี ให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวต่อไปใน
อนาคต

3. ควรศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถรักษาสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติของ
แหล่งท่องเที่ยวไว้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กรรณก ชูบวงวาปี และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2557). “อิทธิพลความเป็นเลิศของคุณภาพบริการที่มีต่อ

ความไว้วางใจในการใช้บริการและการบอกต่อของผู้ใช้บริการบางจาก กรีนวอช เดอะพีริเมียม

(สาขาวิภาวดีรังสิต-หลักสี่).”วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย สาขา

มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ 7, 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม): 48-6

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2557

จำแนกตามภูมิภาค. เข้าถึงเมื่อ 14 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก

<http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24333>

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). แลงข่าวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา วันที่ 27 พฤษภาคม

2558. เข้าถึงเมื่อ 12 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.mots.go.th/ewt>

[_news.php?nid=6651](http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=6651)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 - 2560. เข้าถึงเมื่อ

30 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114

กัลยา สว่างคง. (2558). “การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษา แหล่ง

ท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี.” วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

18 (มกราคม-ธันวาคม): 10-25.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). ข้อมูลจังหวัดสระบุรี. เข้าถึงเมื่อ 27 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก

<http://thai.tourismthailand.org/ข้อมูลจังหวัดสระบุรี>

ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร. (2542). สรุปผลการสัมมนาการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือ. กรุงเทพฯ:

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ประกอบศิริ ภักดีพินิจ.(2551). “การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบริเวณกว๊านพะเยา.”วารสารนเรศวรพะเยา. 1, 1 (มกราคม – เมษายน): 43 - 51.

เมธิณี วรรณยางกูร. (2557). “กลยุทธ์การสื่อสารการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.” วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ 7, 3 (กันยายน – ธันวาคม): 700-714.

รังสรรค์ ประเสริฐศรี.(2548). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสารจำกัด.

รุจิรา ไหมสว่าง. (2552). “การประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกเจ็ดสาวน้อย จังหวัดสระบุรี.” ปริญญามหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วิภา ศรีระทุ. (2551). “ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์.” สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และสุชาติ ฉันทสำราญ. (2558). “ศักยภาพทางการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคใต้ในมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.” วารสารวิชาการ VeridianE-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ 8, 2(พฤษภาคม – สิงหาคม): 556-570.

ศิริจรรยา ประพุดกิจ.(2553). “การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ.

สมยศ นาวิการ.(2547). **การบริหารพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์ตะวันออกจำกัด.

สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ. (2558). **ท่องเที่ยวปีนี้ต่ำเป้า 1.5 แสนล้าน – เพิ่มคนไทยเที่ยวในประเทศลดเสี่ยง**. เข้าถึงเมื่อ 12 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก
www.domesticthailand.com/show.php?board_id=325

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). **ท่องเที่ยวทั่วไทย สร้างรายได้ทั่วถึง**. เข้าถึงเมื่อ 30 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จากwww.jpp.moi.go.th/media/files/1_09_2558_2.docx

สิริอร วิชชาวุธ. (2544). **จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุดารัตน์ แสงจำนงค์. (2553). “แนวทางการพัฒนารูปแบบแหล่งท่องเที่ยวตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลนคลองโคน จ.สมุทรสงคราม” วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 2 (มกราคม – ธันวาคม): 60-69.

สุภาภรณ์ หาญทอง. (2543). “ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง.” ภาคนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- สุเมธ ตันติเวชกุล. (2549). “รูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของจังหวัดเพชรบุรี.” วารสารราชภัฏเพชรบุรี. มปท.
- เสาวภา ไพทยวัฒน์ และคณะ. (2555). รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อารยา อินทชสาร. (2554). “การประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง นิเวศ.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เอกพงศ์ ธนพิบูลพงศ์. (2540). การบริหารเพื่อความพึงพอใจ. กรุงเทพฯ: บริษัทพิศิษฐ์การพิมพ์.

ภาษาต่างประเทศ

- Ebert, U. & Welsch, H. (2004). “Meaningful environmental indices: a social choice approach.” **Journal of Environmental Economics and Management**, 47, 2 (March): 270-283.
- KozakMetin& Alain Decrop. (2008). **Handbook of Tourist Behavior**. New York: Routledge.
- Mehmetoglu, M.(2007). “Typologising nature-based tourists by activity-theoretical and practical implications.” **Tourism Management**.28, 3 (June): 651 – 660.
- Muzaffer, Uysal& John Wilaims.(2004). **Current Issues and Development in Hospitality and Tourism Satifaction**.New York: Routledge.
- Littrell, M.A., Rosalind C. Paige & Kun Song.(2004). “Senior Travellers: Tourism Activities and Shopping Behaviours.” **Journal of Vacation Marketing**. 10, 4 (October):348-362.
- Rea, L.M. and Parker, R.A. (1997). **Designing and Conducting Survey Research: A Comprehensive Guide**.Jossey-Bass: New York.
- Swarbrooke, J.(1999). **Sustainable Tourism Management**.Oxford: CABI Publishing.
- World Tourism Organization.(2001). **Sustainable Development of Ecotourism A Compilation of Good Practices**.World Tourism Organization.
- Yukel, A. &Yukel, F.(2002). “Measurement of tourist satisfaction with restaurant services: a segment-based approach.” **Journal of Vacation Marketing**.9, 1: 52-68.