

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ  
กรณีศึกษา น้ำตกโตนงาช้าง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Tourists' expectations of natural tourist attractions:

A case study of Ton-Nga-Chang Waterfall, Hat Yai District, Songkhla Province.

จักรพันธ์ แก้วสว่าง<sup>1</sup> ชัญญานุช แกล้วทนงค์<sup>2</sup> พงศ์พัฒน์ จุลมณีโชติ<sup>3</sup> พรธิตา เพ็ชเส้ง<sup>4</sup> พลอยชมพู โมสิกรัตน์<sup>5</sup>  
สิรภัทร กำแพง<sup>6\*</sup> และจารุวรรณ ทองเนื้อแข็ง<sup>7</sup>

Jakrapan Keawsawang<sup>1</sup> Chanyanuch Klaewtanong<sup>2</sup> Phongphat Julmaneechot<sup>3</sup> Ponthita Phetseng<sup>4</sup>  
Ploichomphu Mosikkarat<sup>5</sup> Siraphat Kumkang<sup>6\*</sup> and Jaruwan Thongnuekaeng<sup>7</sup>

<sup>123456\*</sup> สาขาวิชาการจัดการสมัยใหม่ วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

<sup>7</sup> วิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

<sup>123456\*</sup> Modern management Program, Management for Development College, Thaksin University, Songkla Campus

<sup>7</sup> Management for Development College, Thaksin University, Songkla Campus

\*Corresponding author E-mail: 651101043@tsu.ac.th

Received: August 1<sup>st</sup>, 2024; Revised: September 16<sup>th</sup>, 2024; Accepted: October 23<sup>rd</sup>, 2024

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกรณีศึกษาน้ำตกโตนงาช้างและ (2) เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กรณีศึกษาน้ำตกโตนงาช้าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว น้ำตกโตนงาช้าง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 120 คน งานวิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวน้ำตกโตนงาช้าง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับสูง โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับสูงสุด รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงและการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวตามลำดับ

**คำสำคัญ:** ความคาดหวัง นักท่องเที่ยว น้ำตกโตนงาช้าง

#### Abstract

This research aimed to (1) study the behavior of tourists towards natural tourist attractions, a case study of Ton-Nga-Chang Waterfall and (2) study the level of tourists' expectations towards natural tourist attractions, a case study of Ton-Nga-Chang Waterfall. The sample group used in the research was 120 Thai tourists who traveled to Ton-Nga-Chang Waterfall, Hat Yai District, Songkhla Province. The research used a convenient sampling method. The data collection tool was a questionnaire. The statistical analysis included frequency, percentage, mean, and standard

deviation. The results of the research found that the level of expectations of tourists who traveled to Ton-Nga-Chang Waterfall, Hat Yai District, Songkhla Province was at a high level. When considering each aspect, it was found that tourists' expectations in terms of attractions were at the highest level, followed by tourist activities, accessibility, and services of tourist attractions, respectively.

**Keywords:** Expectations, Tourists, Ton-Nga-Chang Waterfall

## บทนำ

การท่องเที่ยวมีความสำคัญระดับโลก เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขยายตัวทางเศรษฐกิจมากขึ้น ทำให้แนวโน้มการท่องเที่ยวไทยพัฒนาและเติบโต ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนกว่า 8 แสนล้านบาท ซึ่งมาจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญอันดับสองของไทย รองจากอุตสาหกรรมรถยนต์ นอกจากนี้ยังมีบทบาทสำคัญในการจ้างงาน โดยไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2566 มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น 660,000 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2565) การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เน้นการสัมผัสธรรมชาติ เรียนรู้ และเพลิดเพลินกับทัศนียภาพ ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น ตามแผนพัฒนาจังหวัดสงขลาระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) เน้นการค้าและเศรษฐกิจภายใต้แผนพัฒนาเขตเศรษฐกิจ 3 ฝ่าย (IMTGT) ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทำให้มีสายการบินต่างประเทศเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ สงขลาเป็นประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับมาเลเซีย ซึ่งเป็นแหล่งการค้าชายแดนที่มีมูลค่าสูงสุดของประเทศ สงขลาเป็นศูนย์กลางการค้า การเงิน การลงทุน และบริการของภาคใต้ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และความเป็นพหุวัฒนธรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างความพึงพอใจ และส่งเสริมการท่องเที่ยวซ้ำและการบอกต่อ

จังหวัดสงขลาเป็นเมืองท่าและเมืองชายทะเลที่เก่าแก่และมีอารยธรรมเจริญรุ่งเรือง เป็นสังคมพหุวัฒนธรรมระหว่างไทยพุทธ ไทยจีน และไทยมุสลิม มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น ภูเขาน้อย ป้อมเมืองเก่าสงขลา เขาแดง และโรงสีแดงหรือหับโห้หั้น จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคใต้ มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายและทันสมัย อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการคมนาคม มีเส้นทางหลักทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางเครื่องบิน เชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียงและประเทศมาเลเซีย ที่พักในจังหวัดสงขลาหลายรูปแบบสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี หลายคนรู้จักจังหวัดสงขลาในชื่อของเมืองสองทะเลและสะพานติณสูลานนท์ซึ่งเป็นสะพานที่ยาวที่สุดในประเทศไทย จังหวัดสงขลา มีทะเลสองฝั่งคือทะเลสาบและทะเลอ่าวไทย นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว เช่น หาดสมิหลาซึ่งมีรูปปั้นนางเงือกและเกาะหนูเกาะแมว (ซอปปิมเที่ยวสงขลา, 2562) น้ำตกโตนงาช้างเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่นในจังหวัดสงขลา อยู่ในพื้นที่ของผืนป่าโตนงาช้างและมีเขตแดนติดกับประเทศมาเลเซีย น้ำตกโตนงาช้างมี 7 ชั้น โดยชั้นที่ 3 มีความสวยงามที่สุดและเป็นจุดชมวิว กิจกรรมที่น่าสนใจที่น้ำตกโตนงาช้างได้แก่การเดินป่าในเส้นทางศึกษาธรรมชาติ การเล่นน้ำ การชมน้ำตก และการถ่ายภาพ น้ำตกโตนงาช้างและวนอุทยานป่าโตนงาช้างตั้งอยู่ที่ทุ่งตำเสา อำเภอหาดใหญ่ และอยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าโตนงาช้าง นอกจากนี้จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังมีการสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนโดยการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามาค้าขายหรือสินค้าที่ระลึกให้แก่ นักท่องเที่ยว (สุพัตรา เพ็งเกลี้ยง อัมรินทร์ สันตินิยมภักดี และธมลชนก คงขวัญ, 2559)

น้ำตกโดนงาข้างในจังหวัดสงขลาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ ปัจจุบันจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การปรับปรุงทางเข้า-ออก และห้องน้ำที่สะอาด เป็นสิ่งสำคัญเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ในส่วนของน้ำตกโดนงาข้างนั้นยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญถึงการคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้ำตกโดนงาข้างจังหวัดสงขลา จึงนำมาสู่คำถามการวิจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติว่าเป็นอย่างไรรวมทั้งความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติควรเป็นอย่างไร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดสงขลาต่อไป

### บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารสำคัญที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

#### แนวคิดทฤษฎีความคาดหวัง

ความคาดหวังหมายถึง ทำที่ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตนเอง โดยมีความต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติตามที่ตนต้องการ รวมถึงการประเมินค่าบุคคลหรือตนเองในด้านจิตใต้สำนึก และใช้ความคาดหวังนั้นเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมที่จะมีต่อบุคคลอื่น ความคาดหวังของบุคคลแตกต่างกัน เพราะแต่ละคนมีความคิดและความต้องการต่างกัน ซึ่งพฤติกรรมทางสังคมถูกกำหนดจากความคาดหวังของบุคคลอื่นและความต้องการส่วนตัวของตนเอง (สมศรี นวรัตน์, 2555)

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรมมนุษย์เป็นผลมาจากการประสานงานของหลายองค์ประกอบ พฤติกรรมมนุษย์ไม่ใช่แค่ผลลัพธ์ของการกระทำโดยบังเอิญ แต่เป็นผลมาจากการประสานงานของปัจจัยหลายอย่าง เช่น เป้าหมายที่ตั้ง ความพร้อมสถานการณ์ที่เกิดขึ้น การวิเคราะห์และตัดสินใจ การตอบสนอง ผลที่เกิดขึ้น และการปรับปรุงต่อไปตามสถานการณ์ และผลที่ได้รับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) และ ชลิตา เฉลิมรักชาติ (2560) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ว่า การที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาโดยตรงต่อการใช้จ่ายและใช้บริการในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล รวมถึงกระบวนการการตัดสินใจด้วย

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลกได้กำหนดความหมายการท่องเที่ยว คือการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นด้วยความสมัครใจ และไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้จากสถานที่นั้น ๆ (tourismatbuu, 2554) Collier and Harraway (1997) ได้ระบุว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ (3A) ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) อันเกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) โดยสถานที่อาจเกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น ส่วนเหตุการณ์ที่สร้างความประทับใจมักเกิดจากการจัดกิจกรรมโดยมนุษย์ 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง พื้นที่และโครงสร้างที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับผู้มาเยือน เช่น ระบบขนส่งสาธารณะ การสื่อสารโทรคมนาคม และสาธารณูปโภค ซึ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวและช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว และ 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง การมีระบบขนส่งที่มีเส้นทางยานพาหนะ และผู้ประกอบการขนส่ง เพื่อพาบุคคลและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทางที่ตั้งใจจะเดินทางไป ข้อมูลเหล่านี้สอดคล้องกับ Cooper and Boniface (1998) ที่อธิบายว่า แหล่งท่องเที่ยวอันเป็นสถานที่สำคัญจะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้จะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน (4A) คือ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวควรมีจุดสำคัญในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนใจ

มีเส้นเฉพาะตัว 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกจะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ทำให้มีการเดินทางมาเยือนหลากหลายและต่อเนื่อง 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ในแหล่งท่องเที่ยวควรมีจุดสำคัญที่ช่วยก่อให้เกิดความสะดวกสบาย นำมาซึ่งความประทับใจ สุขใจ ในระหว่างการท่องเที่ยว และ 4) บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นจัดหา คือ บริการด้านต่าง ๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวควรมี เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคธุรกิจการท่องเที่ยวต้องมีส่วนร่วมในการจัดสรรบริการเหล่านี้ อีกทั้งยังสอดคล้องทฤษฎี 5A ซึ่ง เท็ดชาย ช่วยบำรุง (2551) และ ปิยวรรณ คงประเสริฐ (2551) อธิบายว่า 5A ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ประการ ดังนี้ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวผ่านการคมนาคม เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่มีถนนคอนกรีตหรือถนนลาดยางที่อยู่ในสภาพดีและเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกสบาย นอกจากนี้ยังอาจรวมถึงการเดินทางโดยวิธีอื่น ๆ ด้วย 2) กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมที่มีในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ เช่น การเดินป่า การปั่นจักรยาน การศึกษาธรรมชาติ การพายเรือ การถ่ายรูป เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้ช่วยทำให้การท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกที่แหล่งท่องเที่ยวเตรียมไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น สาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ได้แก่ น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ รวมถึงการอยู่ใกล้สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก จุดบริการนักท่องเที่ยว สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า และการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยว 4) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ และ 5) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) หมายถึง ที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เป็นต้น ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักไว้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกและการขยายระยะเวลาในการท่องเที่ยว

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกรณีศึกษาน้ำตกโตนงาช้าง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกรณีศึกษาน้ำตกโตนงาช้าง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

### กรอบแนวคิดการวิจัย

| พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว                                                                                                                                                                                      | ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• วัตถุประสงค์ของการเดินทาง</li> <li>• รูปแบบการท่องเที่ยว</li> <li>• จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว</li> <li>• ช่องทางการรับรู้</li> <li>• ช่วงเวลาเดินทาง</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ด้านการเข้าถึง</li> <li>• ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</li> <li>• ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</li> <li>• ด้านสิ่งดึงดูดใจ</li> <li>• ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว</li> </ul> |

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนน้ำตกโตนงาช้างในจังหวัดสงขลา โดยใช้ข้อมูลประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาในปี 2565 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 1,826,154 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Taro Yamane (1967) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 90% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 10% ส่งผลให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้คือ 100 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 120 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อน้ำตกโตนงาช้าง และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยมีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และดำเนินการแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ก่อนนำมา Try out test จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach's alpha coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561) การประเมินความเที่ยงตรงด้วยค่า IOC (Item-objective congruence) ของทุกข้อคำถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.65-1.00 ถือได้ว่า แบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหาและเหมาะสมที่จะนำไปใช้ได้ (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014) สำหรับการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่นำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟาเท่ากับ 0.823 จากค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการทดสอบแสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงเนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่ายอมรับได้ (Nunnally, 1978)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่น้ำตกโตนงาช้าง โดยเลือกใช้การสุ่มแบบตามความสะดวก และได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 120 ชุด เมื่อตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหาของแบบสอบถามที่ได้กลับคืนแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

### การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การศึกษาวเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อน้ำตกโตนงาช้าง

## ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกรณีศึกษาน้ำตกโตนงาช้าง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| คุณลักษณะ            | จำนวน (คน) | ร้อยละ (%) |
|----------------------|------------|------------|
| <b>เพศ</b>           |            |            |
| ชาย                  | 64         | 53.3       |
| หญิง                 | 56         | 46.7       |
| <b>อายุ</b>          |            |            |
| ต่ำกว่า 20 ปี        | 42         | 35.0       |
| 21-30 ปี             | 48         | 40.0       |
| 31-40 ปี             | 19         | 15.8       |
| 41 ปีขึ้นไป          | 11         | 9.2        |
| <b>ระดับการศึกษา</b> |            |            |
| มัธยมศึกษา           | 67         | 55.8       |
| ปริญญาตรี            | 47         | 39.2       |
| สูงกว่าปริญญาตรี     | 6          | 5.0        |
| <b>สถานภาพ</b>       |            |            |
| โสด                  | 82         | 68.3       |
| สมรส                 | 32         | 26.7       |
| หย่าร้าง             | 6          | 5.0        |

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชายและมีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาและมีสถานภาพโสด

ตารางที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

| พฤติกรรม                              | จำนวน (คน) | ร้อยละ (%) |
|---------------------------------------|------------|------------|
| <b>วัตถุประสงค์ของการเดินทาง</b>      |            |            |
| เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ                   | 77         | 64.2       |
| เพื่อสร้างความสัมพันธ์ครอบครัว/เพื่อน | 37         | 30.8       |
| เพื่อศึกษาความรู้ธรรมชาติ             | 6          | 5.0        |
| <b>รูปแบบการท่องเที่ยว</b>            |            |            |
| เดินทางเป็นหมู่คณะ/กลุ่มเพื่อน        | 61         | 50.8       |
| เดินทางกับครอบครัว/ญาติ               | 51         | 42.5       |
| เดินทางคนเดียว                        | 8          | 6.7        |
| <b>จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว</b> |            |            |
| ครั้งแรก                              | 73         | 60.8       |
| เดินทางซ้ำ                            | 47         | 39.2       |

| พฤติกรรม                      | จำนวน (คน) | ร้อยละ (%) |
|-------------------------------|------------|------------|
| <b>ช่องทางการรับรู้</b>       |            |            |
| บอกต่อปากต่อปาก               | 56         | 46.7       |
| สื่อสังคมออนไลน์              | 46         | 38.3       |
| ผ่านป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว | 10         | 8.3        |
| ไม่ระบุ                       | 8          | 6.7        |
| <b>ช่วงเวลาเดินทาง</b>        |            |            |
| วันเสาร์-อาทิตย์              | 51         | 42.5       |
| วันหยุดนักขัตฤกษ์             | 45         | 37.5       |
| วันจันทร์-ศุกร์               | 21         | 17.5       |
| ไม่ระบุ                       | 3          | 2.5        |

**ตารางที่ 3** ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

| องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว      | ค่าเฉลี่ย   | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความคาดหวัง |
|--------------------------------|-------------|----------------------|------------------|
| ด้านสิ่งดึงดูดใจ               | 4.43        | 1.68                 | มากที่สุด        |
| ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว       | 4.18        | 0.63                 | มาก              |
| ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก         | 3.95        | 1.48                 | มาก              |
| การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว | 3.59        | 0.95                 | มาก              |
| ด้านการเข้าถึง                 | 3.99        | 0.67                 | มาก              |
| <b>รวม</b>                     | <b>3.59</b> | <b>0.95</b>          | <b>มาก</b>       |

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความสมบูรณ์ทางพืชพันธุ์ไม้ รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนด้านการเข้าถึงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ สภาพของถนนทางเข้ามีความสะดวกและเข้าถึงง่าย ถัดมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความเพียงพอของที่จอดรถ และสุดท้ายคือ ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การให้บริการที่แพรวพราว

### อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดสงขลา โดยผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีแนวโน้มส่วนใหญ่ในปัจจุบัน คือ จังหวัดสงขลา และมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด เนื่องจากผู้คนที่ต้องการที่จะใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนสร้างประโยชน์ และรูปแบบ

ของการเดินทางผู้คนมักจะมากันเป็นหมู่คณะหรือกลุ่มเพื่อนที่ต้องการมาสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กระชับมิตร ความรัก ความเข้าใจกันมากขึ้น และเพื่อศึกษาความรู้เส้นทางธรรมชาติของน้ำตกแต่ละชั้นดูความสวยงามของน้ำตก ที่ธรรมชาติได้สร้างสรรค์ให้ได้พันธุ์ไม้นานาชนิดเกิดขึ้นตามแหล่งธรรมชาติในน้ำตกที่มีความหลากหลาย และในการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นครั้งแรกในการมาท่องเที่ยว น้ำตกโดนงาช้าง ซึ่งรู้จักจากการบอกกล่าวกันปากต่อปาก ของนักท่องเที่ยวที่มาหลายครั้งหรือชาวบ้านในพื้นที่บริเวณใกล้น้ำตก ซึ่งนักท่องเที่ยวจะนิยมมาท่องเที่ยวกันในช่วงของวันเสาร์-อาทิตย์ เพราะเป็นวันหยุดสุดสัปดาห์ของนักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลธรรมดาที่ต้องการพา ลูกหลานไปเล่นน้ำตก และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเล่นน้ำชั้นแรก คือ โตนบ้า โดยบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ มาเดินทางมาท่องเที่ยวคือ ครอบครัว ส่วนผลการศึกษาอีกประเด็นพบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้ำตกโดนงาช้าง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความคาดหวังมากที่สุดทางด้านสิ่งดึงดูดใจ เนื่องจากในพื้นที่น้ำตกโดนงาช้างมีความหลากหลายของพืชพันธุ์ไม้และมีความสมบูรณ์ของพันธุ์ไม้เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนและสัมผัสกับธรรมชาติโดยแท้จริง ส่วนของด้านของกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคาดหวังในเรื่องของการเล่นน้ำตก ในชั้นต่างๆของน้ำตกโดนงาช้าง ซึ่งผู้คนส่วนมากมักจะเล่นในชั้นที่ต่ำ เช่น ชั้น 1-3 ในชั้น 4-7 นั้นมีความอันตรายหากไม่ได้รับดูแลของเจ้าหน้าที่ อีกทั้งด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในเรื่องของที่จอดรถที่มีปัญหาในเรื่องที่จอดรถไม่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาเล่นน้ำตกโดน และ ความคาดหวังในด้านสุดท้ายคือ ด้านการเข้าถึง ในเรื่องสภาพของถนนทางเข้าให้มีความสะดวก/เข้าถึงง่าย ในการเดินทางมาเล่นน้ำตกโดนงาช้าง ร่องรอยยานพาหนะของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ อย่างเช่น รถจักรยานยนต์ และรถยนต์ สอดคล้องกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 ด้านที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวต่อไป โดยมุ่งเน้นที่น้ำตกโดนงาช้าง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยด้านที่ 1 คือ การเข้าถึง การมีความสามารถในการเข้าถึงที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย เช่น ถนนคอนกรีตที่ดีและเส้นทางการเดินทางเข้าน้ำตกที่สะดวกตามยานพาหนะของนักท่องเที่ยว ด้านที่ 2 คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น เดินป่า ปีนเขา ปั่นจักรยาน และกิจกรรมทางธรรมชาติอื่นๆ ที่เหมาะสมสำหรับกับสถานที่ ด้านที่ 3 คือ สิ่งอำนวยความสะดวก การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น สาธารณูปโภค เส้นทางการเดินทาง เป็นต้น ด้านที่ 4 คือ สิ่งดึงดูดใจ การมีสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติที่น่าสนใจ คือ พืชพันธุ์ของไม้ภายในน้ำตก และชั้นที่มีความหลากหลาย และด้านที่ 5 คือ ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับต่าง ๆ ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ Collier and Harraway (1997) ที่ระบุว่า สิ่งดึงดูดใจเป็นองค์ประกอบหลักที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพ นักท่องเที่ยวต้องการชมวิวยามเย็นและประทับใจจากการเข้าชมน้ำตก ซึ่งยืนยันความสำคัญของการรักษาคุณภาพทรัพยากรธรรมชาติให้ยังคงความสวยงามและดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวแสดงความคาดหวังสูงในกิจกรรมที่ทำให้พวกเขามีส่วนร่วมและได้รับประสบการณ์ที่สมบูรณ์ เช่น การเดินป่าเพื่อศึกษาธรรมชาติท้องถิ่น และการชมพันธุ์ไม้ในป่า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Cooper and Boniface (1998) ที่เน้นความสำคัญของกิจกรรมที่หลากหลายและน่าสนใจเพื่อเพิ่มประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การพัฒนาโปรแกรมที่ตอบสนองความต้องการนี้จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในด้านด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าที่พักและบริการอื่น ๆ เช่น WiFi และจุดชาร์จแบตเตอรี่จะเพียงพอและสะดวกสบาย การตอบสนองความคาดหวังนี้สอดคล้องกับทฤษฎี 5A ของ เท็ดชาย ช่วยบำรุง (2551) ที่ระบุว่า สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีคุณภาพและ

ตอบโจทย์ความต้องการจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ ส่วนในด้านการให้บริการแหล่งท่องเที่ยว นั้น นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงในการให้บริการที่สะดวกสบายและปลอดภัย เช่น การมีแหล่งรับฝากของ และระบบการเตือนภัยฉุกเฉิน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี 5A ที่เน้นการให้บริการที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความมั่นใจและความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว การปรับปรุงบริการในด้านนี้จะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ด้านการเข้าถึง นักท่องเที่ยวต้องการการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกและง่ายดาย เช่น มีทางเดินที่สะดวกสบายและป้ายบอกทางที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ 5A เช่นกัน โดยพบว่า การเข้าถึงที่ดีเป็นองค์ประกอบที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น การพัฒนาระบบการคมนาคมและการจัดทำป้ายบอกทางอย่างเหมาะสมจะช่วยเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงและส่งเสริมการท่องเที่ยว การศึกษาที่สรุปได้ว่าแต่ละองค์ประกอบของทฤษฎี 5A มีบทบาทสำคัญต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติน้ำตกโดนงาช้างควรให้ความสำคัญกับการรักษาสีเขียว การพัฒนากิจกรรมที่หลากหลายและน่าสนใจ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการที่มีคุณภาพ และการเข้าถึงที่สะดวกสบาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าโดนงาช้าง ควรรักษาทัศนียภาพและความสมบูรณ์ ของพืชพรรณและพันธุ์ไม้ รวมถึงเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว เพื่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการนั้น ผู้วิจัยเสนอแนะว่า ร้านค้าควรจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม และเข้าถึงง่าย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรจัดให้มีร้านค้าที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว เพื่อรองรับความต้องการได้อย่างทั่วถึงและไม่เกิดความแออัด และเพิ่มการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนมาวางขายในน้ำตกโดนงาช้าง สำหรับข้อเสนอแนะด้านการขนส่งสาธารณะนั้น ควรเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งรถประจำทางและรถขนส่งสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยว น้ำตกโดนงาช้างเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเข้าถึงน้ำตกโดนงาช้างได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาให้มีรายละเอียดที่ลึกซึ้งมากขึ้นที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดสงขลา เช่น การศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นต้น และควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม

#### กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ดร.จรรวณ ทองเนื้อแข็ง อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ที่ได้สละเวลาในการให้คำปรึกษา แนะนำ และติดตามเพื่อให้การทำวิจัยบรรลุความสำเร็จ และขอขอบพระคุณ อาจารย์เสรี บุญรัตน์ อาจารย์ณวัฒน์ สิริสุข และอาจารย์อรอนงค์ อ่ำภา ที่กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำการดำเนินการวิจัยครั้งนี้

### เอกสารอ้างอิง

- กรมการจัดหางาน. (2565). ศูนย์บริหารข้อมูลตลาดแรงงานภาคกลาง. สืบค้น 1 ธันวาคม 2566, จาก [https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/lmia\\_th/](https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/lmia_th/)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. สืบค้น 1 ธันวาคม 2566, จาก <https://secretary.mots.go.th/policy/>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลิตา เฉลิมรักษาติ. (2560). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุน จังหวัดเชียงราย (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ข้อปชมิเที่ยวสงขลา. (2562). เมืองเสน่ห์แห่งสงขลา. สืบค้น 1 ธันวาคม 2566, จาก <https://www.museumthailand.com/th>
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมอันดามัน : จุดเปลี่ยนอันดามันสู่ความยั่งยืน. กรุงเทพฯ : สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการผู้แทนราษฎร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : แอนด์ ดีไซน์.
- ปิยวรรณ คงประเสริฐ. (2551). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 11, 20-34.
- สมศรี นวรัตน์. (2555). ความหมายของความคาดหวัง. สืบค้น 1 ธันวาคม 2566, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/465582>
- สุพัตรา เพ็งเกลี้ยง อัมรินทร์ สันตินิยมภักดี และธมลชนก คงขวัญ. (2559). ความเป็นไปได้ในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้สู่ประชาคมอาเซียนของ อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา (รายงานการวิจัย). สงขลา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- Collier, A, & Harraway, S. (1997). *Principle of tourism*. Auckland : Longman.
- Cooper, C., & Boniface, B. G. (1998). *Geography of travel and tourism*. UK : Butterworth Heinemann.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7<sup>th</sup> ed.). Harow, Essex: Pearson.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York : McGraw-Hill.
- tourismatbuu. (2554). *Tourism of world*. สืบค้น 1 ธันวาคม 2566, จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com/อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว/ความหมายและความสำคัญขอ/>