

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยว
กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี
An Assessment of Potential's Tourist Attraction
towards Tourist's Perspective: A Case Study
of Waterfall's Tourist Area in Saraburi Province

กัลยา สว่างคง¹
Kanlaya Swangkong

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยว โดยเลือกประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกที่สำคัญทั้ง 4 แห่งในจังหวัดสระบุรี ได้แก่ น้ำตกเจ็ดสาวน้อย น้ำตกมวกเหล็ก ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคด-โป่งก้อนเส้า (น้ำตกเจ็ดคด) และน้ำตกดงพญาเย็น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 200 คน เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 6 ด้าน

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมน้ำตกเจ็ดสาวน้อยมีคะแนนเฉลี่ยศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมาคือ น้ำตกเจ็ดคด น้ำตกมวกเหล็ก และน้ำตกดงพญาเย็น ตามลำดับโดยเมื่อพิจารณาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเป็นรายด้านพบว่า น้ำตกเจ็ดสาวน้อยและน้ำตกเจ็ดคดมีศักยภาพเด่นในด้านเดียวกันคือด้านคุณค่าและความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ในขณะที่น้ำตกมวกเหล็กมีศักยภาพเด่นในด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และน้ำตกดงพญาเย็นมีศักยภาพเด่นในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น

สำหรับข้อเสนอแนะในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีในมุมมองของนักท่องเที่ยวนั้น ในภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่งควรเน้นในด้านการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกุ่มต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

คำสำคัญ: การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การจัดการแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

¹รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Abstract

The purpose of this research was aimed to survey and assess the tourist attraction potential of 4 waterfalls in Saraburi province consisting of Jed Sao Noi Waterfall, MuakLek Waterfall, Jedkod-Pongkonsao Naural and Ecotourism Study Center (Jed Kod Waterfall) and Dong Phayayen Waterfall among tourists. Assessment questionnaire are used for 200 tourists to obtain information of 6 key attraction characteristics.

It has been found that Jed Sao Noi Waterfall had the highest potential followed by Jed Kod Waterfall, MuakLek Waterfall and Dong Phayayen Waterfall respectively. Major Strengths of Jed Sao Noi Waterfall and Jed Kod Waterfall were their values and attractiveness. While MuakLek Waterfall and Dong Phayayen Waterfall demonstrated potential in accessibility and collaboration from local people.

The results from this study can be used as a guideline to develop the tourist attraction potential in order to enhance the sites and promote them to wider tourism markets.

Keywords: Tourist attraction potential, Potential assessment, Tourist attraction management, Tourist attraction development

บทนำ

การท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อประชากรโลกทั้งในแง่ของการพักผ่อนหย่อนใจและในแง่ของการเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศและชุมชนรวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง สำหรับประเทศไทยนั้นก็มีข้อมูลจากงานวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2556 ที่แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียนว่ามีอัตราการขยายตัวมากถึงร้อยละ 18 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากรายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย โดยกรมการท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวตั้งแต่ช่วงปี 2552 – 2556 โดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 18 ต่อปี

รวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมเยือนประเทศไทยซึ่งมีจำนวนมากถึงประมาณ 21 ล้านคน ตัวเลขเหล่านี้ส่วนหนึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยว่าสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมได้เป็นจำนวนมากทุกปี (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นจำนวนมากในทุกภาคส่วนของประเทศ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแต่ละประเภทก็มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป งานวิจัยนี้ได้เลือกศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี หนึ่งในจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีความได้เปรียบในเรื่องของการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีที่ตั้งที่อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง 107 กิโลเมตร มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก สามารถเลือกการเดินทางได้ทั้งทางรถส่วนตัว รถประจำทาง และรถไฟ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกให้เลือกท่องเที่ยวอยู่หลายแห่ง เช่น น้ำตกเจ็ดสาวน้อย น้ำตกสามหลั่น น้ำตกมวกเหล็ก น้ำตกดงพญาเย็น น้ำตกตายาย น้ำตกเจ็ดคด น้ำตก เหว่น้อย น้ำตกโกรกอ๊ก เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

เมื่อพิจารณาจำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่มีร่วมกับระยะทางที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก ทำให้แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีน่าจะเป็นทางเลือกที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อสัมผัสธรรมชาติและใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวไม่มากนัก อย่างไรก็ตามนอกจากจังหวัดสระบุรีแล้ว ยังมีจังหวัดอื่นๆ เช่น จังหวัดกาญจนบุรีและจังหวัดนครนายก ที่เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกค่อนข้างมากและมีทำเลที่ตั้งที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ เช่นกัน ดังนั้นความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ แต่ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในด้านต่างๆ จะมีส่วนอย่างมากในการทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจว่าจะไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวใด (ไว ไทย เชียง, พัชรภรณ์ ก้อนสิน, วัฒนาชัย มาลัย และนันทพร สุทธิประภา, 2555)

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาต่อยอดจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ของผู้วิจัยที่ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีมาแล้ว แต่เป็นการศึกษาในแง่มุมของการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาอาชีพต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (กัลยา สว่างคง, 2558) เพราะนักท่องเที่ยวคือบุคคลสำคัญในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีในมุมมองของนักท่องเที่ยว โดยเป็นการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีในด้านต่างๆ 6 ด้าน คือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งการประเมินในครั้งนี้ได้นำผลที่ได้มาจัดทำเป็นแนวทาง

ในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทั้งต่อนักท่องเที่ยวและต่อชุมชนในการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างเต็มประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทน้ำตกที่สำคัญในจังหวัดสระบุรีในมุมมองของนักท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548) ได้กล่าวถึงความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ว่าหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจเป็นไปในทั้งในทางบวกหรือทางลบ นอกจากนี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยังสามารถอธิบายโดยใช้ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับคือ 1) ความต้องการด้านร่างกาย 2) ความต้องการความปลอดภัย 3) ความต้องการความรักและการเป็นเจ้าของ 4) ความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น และ 5) ความต้องการความเป็นตัวตนที่แท้จริงของตนเอง ทั้งนี้สิริอร วิชชาวุธ (2544) ได้พูดถึงทฤษฎีของมาสโลว์ว่าตั้งอยู่บนแนวคิดที่ว่า การตอบสนองต่อแรงขับเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของพฤติกรรมมนุษย์โดยมีหลักการสำคัญที่แรงจูงใจ ทั้งนี้จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อน้ำตกเอราวัณของ วิชาน จีนาภักดิ์ (2555) พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ มีความพึงพอใจต่อน้ำตกเอราวัณในด้านต่างๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามงานวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมน้ำตกคลองพลูของบุปผชาติ มัธยม (2551) พบว่าพฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวทำมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ การชมธรรมชาติ การถ่ายรูปและการเล่นน้ำ ส่วนพฤติกรรมซึ่งเป็นข้อห้ามของอุทยานที่นักท่องเที่ยวทำมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ การส่งเสียงดัง กระโดดน้ำและทิ้งขยะ ประกอบศิริ ภักดีพินิจ (2551: 37) ได้กล่าวว่านักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกันไปตามสังคม วัฒนธรรมและบุคลิกภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาความต้องการที่แตกต่างกันเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้สร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้

2. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ศิริจรรยา ประพฤติกิจ (2553) ได้ให้ความหมายของคำว่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติว่าหมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ลำธาร ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะแก่ง น้ำพุร้อนบ่อน้ำร้อน บ่อน้ำแร่ เขตสงวนพันธุ์สัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกชชาติ พื้นที่ชุ่มน้ำ ปะการัง ธรรมชาติใต้ทะเล และซากสัตว์ดึกดำบรรพ์ ฯลฯ ที่เปิดให้สาธารณชนเข้าใช้สถานที่เพื่อการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 60-69) ได้ให้ความหมายของคำว่า ศักยภาพของการท่องเที่ยวว่า หมายถึงความพร้อมในด้านคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยี่ยมเยือน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งควรมีคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ 1) ความน่าดึงดูดใจของสถานที่ 2) ความสะดวกในการเข้าถึง 3) ความประทับใจ และ 4) องค์กรประกอบของการบริการ ทั้งนี้ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2550อ้างถึงใน ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ ตรีภูฏ และพัชรินทร์ เสริมการดี, 2556) ได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญของลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิต

2. ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว

3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้าประปา โทรศัพท์และการรักษาความปลอดภัย

4. สภาพแวดล้อม ได้แก่สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านบริการสาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของ จารุจน์ กลิ่นดีปาลี (อ้างใน วิภา ศรีระทุ, 2551) ที่ต้องครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะ หรือมีความเป็นเอกลักษณ์

2. องค์ประกอบด้านการจัดการคือ ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง การจัดการควบคุมกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรม และกระบวนการ คือ การพิจารณาเรื่องความหลากหลาย

ของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ โอกาสในการสร้างจิตสำนึก และการให้การศึกษา ด้านสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่า องค์กรและประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง หรือสนใจที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือไม่

3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Swarbrooke (1999: 99) กล่าวถึงลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า ต้องมีลักษณะของความยุติธรรมทางสังคมสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนในขณะที่ World Tourism Organization (UNWTO, 2001) ได้มีการให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า “เป็นการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนของเจ้าบ้านที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือน ในขณะเดียวกันก็มีการปกป้องและเสริมสร้างโอกาสในคนรุ่นต่อไป การท่องเที่ยวแบบนี้จะนำไปสู่การจัดการทรัพยากรในลักษณะที่ตอบสนองต่อความต้องการทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสุนทรียภาพ และยังทำให้เกิดการดำรงรักษา วัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาและความหลากหลายทางชีวภาพต่างๆ” ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤกษ์รัตน์ ปักกันต์ธร (2547) ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าชมน้ำตกเจ็ดสาวน้อย หากได้รับการฝึกอบรม หรือได้รับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจากคนในชุมชน

นอกจากนี้ Chris Cooper *et al.* (2005: 264) อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล (2553) ได้กล่าวว่า “คำจำกัดความของคำว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มีอยู่เป็นจำนวนมากมีความเกี่ยวพันกันทั้งสิ้น” โดยประเด็นหลักที่มีการอภิปรายถกเถียงกันมากที่สุดจะเป็นประเด็นของความเจริญทางด้านเศรษฐกิจในระยะยาว ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืนทางด้านสังคม วัฒนธรรมและการเมืองของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนและการที่จะบรรลุถึงเป้าหมายดังกล่าวในระยะยาวจำเป็นที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกกลุ่มทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการของการท่องเที่ยว

โดยสรุปแล้วการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงเป็นการพัฒนาที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมน้อยที่สุด รวมทั้งยังต้องมีความเชื่อมโยงสอดคล้องกันทั้งทางด้านการพัฒนาและด้านการตลาด ในการที่จะนำนักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสม่ำเสมอส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจที่ตอบสนองต่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างต่อเนื่อง (อารยา อินคชสาร, 2554)

ดังนั้นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีให้ตอบสนองทั้งนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนเพื่อความยั่งยืนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จึงควรเป็นความร่วมมือจากทุกภาคส่วนโดยนำความคิดเห็นที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวไปเป็นข้อมูลในการวางแผนการพัฒนาเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ขั้นตอนในการทำวิจัย

ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยมีวิธีในการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนแรกเป็นการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดสระบุรีโดยหลังจากการรวบรวมข้อมูลและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้วิจัยได้เลือกสำรวจและประเมินแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกที่สำคัญในจังหวัดสระบุรี โดยทำการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกที่ได้รับความนิยมของจังหวัดสระบุรี รวมทั้งยังได้นำตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาประกอบการศึกษาได้แหล่งท่องเที่ยว 4 แหล่งประกอบไปด้วย อุทยานแห่งชาติน้ำตกเจ็ดสาวน้อย น้ำตกมวกเหล็ก น้ำตกพญาเย็น และศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคด-โป่งก้อนเส้า (น้ำตกเจ็ดคด)

ขั้นตอนที่สองจัดทำแบบสอบถามนักท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว มีคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีคำถามทั้งหมด 9 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยว การเลือกแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย และเวลาที่ใช้ในแหล่งท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่ง 6 ด้านคือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น โดยกำหนดเกณฑ์ไว้เป็นระดับคือ 1 ถึง 5 ซึ่งหมายถึงต้องปรับปรุง ถึง ดีมาก และแต่ละข้อมีคำถามปลายเปิดสำหรับแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

ตอนที่ 4 แนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะด้านอื่นๆ สำหรับคำถามในตอนนี้เป็นลักษณะของคำถามปลายเปิดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างเปิดกว้าง

ขั้นตอนที่สามอบรมผู้เก็บแบบสอบถามเพื่ออธิบายรายละเอียดในแบบสอบถามให้ผู้เก็บแบบสอบถามทุกคนเข้าใจตรงกันก่อนนำผู้เก็บแบบสอบถามลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวโดยกำหนดให้ผู้เก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายไม่มีการเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมเพราะไม่มีการขายบัตรหรือเก็บค่าเข้าชม จึงต้องประมาณค่าจำนวนประชากรสำหรับนำมาใช้อ้างอิงเพื่อคำนวณกลุ่มตัวอย่างด้วยการสอบถามเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง ให้

ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่อปีของแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย ซึ่งพบว่ามียุทธศาสตร์ 100,000 คน และใช้สูตรการคำนวณตัวอย่างของ Rea and Parker (1997) ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องจัดเก็บในการศึกษารั้งนี้จึงเท่ากับ 200 คน โดยแต่ละแหล่งเก็บตัวอย่างแหล่งละ 50 คน

ขั้นตอนที่สำเนาผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน โดยคำถามในส่วนของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นการสอบถามเพื่อประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ทั้งนี้คำถามในส่วนนี้จะเป็นการสอบถามแบบเลือกตอบที่มีมาตราวัดแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนนเป็น 1 ถึง 5 ซึ่งหมายถึง ต้องปรับปรุงถึงดีมากตามลำดับ นอกจากนี้แบบสอบถามในส่วนนี้ยังมีส่วนของคำถามปลายเปิดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ให้ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะหรือข้อเสนอนั้นๆ ที่จะป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป ทั้งนี้ได้มีการให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาทำการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามและได้ทำการแก้ไขแบบสอบถามตามผู้เชี่ยวชาญแนะนำ

สำหรับค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมีเกณฑ์ประเมินผลและความหมายของระดับคะแนนดังนี้ คือ 1.00 – 1.50 หมายถึง ต่ำ 1.51 – 2.50 หมายถึงค่อนข้างต่ำ 2.51 – 3.50 หมายถึงปานกลาง 3.51 – 4.50 หมายถึงค่อนข้างสูง และ 4.51 – 5.00 หมายถึงสูง

ผลการศึกษา

จากการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีทั้ง 4 แหล่ง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม การวิเคราะห์แบบประเมินและการสังเกตของผู้วิจัย ได้ผลการศึกษาดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายด้วยอัตราส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก คิดเป็นร้อยละ 51.9 และ 48.1 ตามลำดับ ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่พบมากที่สุดคือ 21 – 25 ปี ซึ่งสอดคล้องกับอาชีพของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ นักเรียน/นักศึกษา โดย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดอยู่ที่ 118 คน นักท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้มาจากจังหวัด มหาสารคาม กรุงเทพมหานคร และสระบุรี โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน เป็นการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวเป็นหลักและเคยได้ยินหรือรู้จักแหล่งท่องเที่ยวมาก่อน โดยเป็นการรู้จักจากคนแนะนำมากที่สุดที่ 94 คนรองลงไปคือ อินเทอร์เน็ต/โซเชียลมีเดีย และ สื่อโทรทัศน์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพิ่งมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก นิยมเดินทางมาเองกับครอบครัวและเพื่อนด้วยรถส่วนตัว ไม่นิยมพักค้างคืน และใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวประมาณ 1 – 3 ชั่วโมง โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ที่ 2,300 บาท เป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากที่สุด ทั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่อยู่ใกล้เคียง

2. ข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวประเภท น้ำตกทั้ง 4 แห่งในจังหวัดสระบุรีอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยน้ำตกเจ็ดสาวน้อยมีค่าเฉลี่ยรวมในทุกด้านสูงที่สุดอยู่ที่ 4.07 น้ำตกเจ็ดคด น้ำตกมวกเหล็ก และน้ำตกดงพญาเย็น ได้รับความประทับใจมากที่สุดที่ 3.90 3.73 และ 3.58 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวแต่ละน้ำตกพบว่า น้ำตกเจ็ดสาวน้อยได้ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมากกว่า 4.00 ในทุกด้าน โดยด้านคุณค่าและความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้รับค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 4.22 ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นและด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวได้ค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.15 และ 4.05 ตามลำดับ

น้ำตกเจ็ดคดได้ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านคุณค่าและความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวสูงที่สุดคือ 4.22 โดยด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวได้ค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.08 และ 3.99 ตามลำดับ

น้ำตกมวกเหล็กและน้ำตกดงพญาเย็นได้ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่ำกว่า 4.00 ในทุกด้าน โดยน้ำตกมวกเหล็กได้ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านความสะดวกในการเข้าถึงสูงที่สุดคือ 3.98 ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นได้ค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 3.82 และ 3.80 ตามลำดับ ในขณะที่น้ำตกดงพญาเย็นได้ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นสูงที่สุดคือ 3.98 ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและด้านคุณค่าและความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้ค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 3.94 และ 3.67 ตามลำดับ

สำหรับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดพบว่าทั้ง 3 น้ำตกคือ น้ำตกดงพญาเย็น น้ำตกเจ็ดคด และน้ำตกมวกเหล็กมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่น้อย

ที่สุดในด้านเดียวกันคือด้านการบริหารจัดการ โดยได้ค่าเฉลี่ยคือ 3.08 3.52 และ 3.53 ตามลำดับ ส่วนน้ำตกเจ็ดสาวน้อยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวน้อยที่สุดในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยได้ค่าเฉลี่ยคือ 4.00

ข้อมูลแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะ

จากจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 206 คน มีนักท่องเที่ยวจำนวน 196 ที่ให้ข้อมูลว่าจะกลับมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอีก ด้วยเหตุผลที่ว่า แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ บรรยากาศดี ใกล้กรุงเทพฯ เดินทางสะดวก จัดบริเวณพื้นที่ได้อย่างสวยงามและมีความปลอดภัยในขณะที่นักท่องเที่ยวจำนวน 10 คนให้ข้อมูลว่าจะไม่กลับมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วยเหตุผลว่า ทางเข้าออกไม่สะดวก ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาเรื่องความสะอาดของพื้นที่/ห้องน้ำและความปลอดภัยของที่จอดรถ

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้ให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาหรือปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวดังนี้ 1) ควรมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 2) ควรปรับปรุงการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ควรจัดให้มีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว มีบริเวณที่พักผ่อน มีป้ายชี้ทางและแนะนำนักท่องเที่ยว และควรจัดให้มีถังขยะที่เพียงพอ 3) ควรเพิ่มการดูแลรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว 4) ควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ลานจอดรถ 5) ควรจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว 6) ควรจัดให้มีร้านจำหน่ายของที่ระลึก 7) ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ 8) ควรจัดให้มีเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำได้ง่าย

สำหรับรายละเอียดผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่งในภาพรวมและด้านต่างๆ สรุปได้ดังตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและความหมายของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี

ศักยภาพ	น้ำตกเจ็ดสาวน้อย		น้ำตกตงพญาเย็น		น้ำตกเจ็ดคด		น้ำตกมวกเหล็ก	
	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	4.03	ค่อนข้างสูง	3.59	ค่อนข้างสูง	3.71	ค่อนข้างสูง	3.98	ค่อนข้างสูง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและความหมายของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี (ต่อ)

ศักยภาพ	น้ำตกเจ็ดสาวน้อย		น้ำตกดงพญาเย็น		น้ำตกเจ็ดคด		น้ำตกมวกเหล็ก	
	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	4.00	ค่อนข้างสูง	3.26	ปานกลาง	3.99	ค่อนข้างสูง	3.56	ค่อนข้างสูง
3.ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	4.22	ค่อนข้างสูง	3.67	ค่อนข้างสูง	4.22	ค่อนข้างสูง	3.69	ค่อนข้างสูง
4.ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	4.05	ค่อนข้างสูง	3.94	ค่อนข้างสูง	4.08	ค่อนข้างสูง	3.82	ค่อนข้างสูง
5.ด้านการบริหารจัดการ	4.01	ค่อนข้างสูง	3.08	ปานกลาง	3.52	ค่อนข้างสูง	3.53	ค่อนข้างสูง
6.ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น	4.15	ค่อนข้างสูง	3.98	ค่อนข้างสูง	3.88	ค่อนข้างสูง	3.80	ค่อนข้างสูง
ภาพรวม	4.07	ค่อนข้างสูง	3.58	ค่อนข้างสูง	3.9	ค่อนข้างสูง	3.73	ค่อนข้างสูง

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้างต้นทำให้พบประเด็นที่น่าสนใจว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวให้ค่าเฉลี่ยในเกือบทุกด้านของน้ำตกทั้ง 4 แห่งในระดับค่อนข้างสูง แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวยังคงมีความพึงพอใจกับแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง ถึงแม้บางแหล่งท่องเที่ยวอาจได้ค่าเฉลี่ยในบางด้านเช่น ด้านการบริหารจัดการ และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว และการสังเกตของผู้วิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าการให้ความสำคัญกับสิ่งอื่นๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Dodds & Butler (2010) ที่ว่านักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับความเป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าอย่างอื่นดังนั้นแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจึงควรรักษาสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้ยังคงความสวยงามตามธรรมชาติเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีการบอกต่อและมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในจำนวนที่เพิ่มขึ้น

สำหรับการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรีในรายด้าน สามารถแยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แหล่งได้ค่าเฉลี่ยในด้านนี้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ทั้งนี้เนื่องจากสภาพถนนในการเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพดี มีป้ายบอกทาง/ชี้ทางค่อนข้างสมบูรณ์ สามารถใช้ยานพาหนะประเภทต่างๆ ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ ทำให้การเดินทางเป็นไปได้อย่างสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของณัฐฤกษ์ชัย เอกวรรณัง (2553) ที่ว่าหากนักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกและรวดเร็วก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอารมณ์ในการท่องเที่ยวอย่างมาก อย่างไรก็ตาม น้ำตกดงพญาเย็นได้ค่าเฉลี่ยในด้านนี้น้อยที่สุดทั้งนี้เพราะระยะทางจากถนนสายหลักถึงตัวน้ำตกค่อนข้างไกล

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แหล่งคือ น้ำตกเจ็ดสาวน้อย ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคด-โป่งก้อนเส้า (น้ำตกเจ็ดคด) และน้ำตกมวกเหล็กได้ค่าเฉลี่ยในด้านนี้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ทั้งนี้เนื่องจากในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มีสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างครบครันไม่ว่าจะเป็นลานจอดรถ ร้านอาหารของที่ระลึก ร้านอาหาร ห้องน้ำและห้องอาบน้ำ รวมทั้งการรักษาความปลอดภัย ซึ่งตรงกับแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้อธิบายไว้ว่าแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งควรมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายอย่างเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมมากขึ้น อย่างไรก็ตามในส่วนของน้ำตกดงพญาเย็นได้ค่าเฉลี่ยในด้านนี้อยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากการมีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งเที่ยวน้อย มีเพียงร้านอาหารและห้องน้ำไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวเท่านั้น อย่างไรก็ตามจากค่าเฉลี่ยที่ได้ทำให้สันนิษฐานได้ว่า กิจกรรมหลักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือการพักผ่อนและเล่นน้ำในแหล่งท่องเที่ยวทำให้ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ในแหล่งท่องเที่ยวยังคงไม่สูงนัก

ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แหล่งได้ค่าเฉลี่ยในด้านนี้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ยังสามารถคงความสวยงามตามธรรมชาติเอาไว้ได้เป็นอย่างดี และแสดงให้เห็นถึงว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสิ่งนี้ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวจึงควรต้องมีการเพิ่มมาตรการในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้คงความสวยงามในขณะที่เดียวกันก็ควรเพิ่มกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ด้วย

ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แหล่งได้ค่าเฉลี่ยในด้านนี้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากการที่แหล่งท่องเที่ยวยังมีลักษณะทางธรรมชาติที่ค่อนข้าง

ข้างสมบูรณ์/สภาพแวดล้อมที่สมบูรณ์ การไม่มีมลภาวะในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นจุดแข็งทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Naidoo, Ramseook-Munhurrun, Seegoolam, 2011; Mehmetoglu, 2007&Priskin, 2001)

ด้านการบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แหล่งคือ น้ำตกเจ็ดสาวน้อย ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคด-โป่งก้อนเส้า (น้ำตกเจ็ดคด) และน้ำตกมวกเหล็กได้ค่าเฉลี่ยในด้านนี้อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ทั้งนี้เนื่องจากในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มีการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีป้าย/สัญลักษณ์สื่อความหมาย มีเจ้าหน้าที่คอยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ/จุดชมวิวมักมีการบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมและมีกฎระเบียบในแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับที่ Yuksel&Yuksel (2002) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการต่างๆ ทางการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเยี่ยมชมแหล่งเที่ยวนั้นๆ อย่างไรก็ตามในส่วนของน้ำตกดงพญาเย็นได้ค่าเฉลี่ยในด้านนี้อยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากการไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ไม่มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลนักท่องเที่ยวและไม่มีกฎระเบียบใดๆ ในแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แหล่งได้ค่าเฉลี่ยในด้านนี้อยู่ในระดับค่อนข้างสูงเนื่องจากการจ้างงานคนในท้องถิ่นมีการจัดให้คนท้องถิ่นมีรายได้จากการขายสินค้า/บริการทางการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ สิ่งเหล่านี้คนท้องถิ่นเต็มใจต้อนรับนักท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจอยากกลับไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอีก สอดคล้องกับแนวคิดของ อรรถนุช โภทศ และ โชคชัย สุทธาเวศ(2557) ที่ว่าการสร้างสมดุลระหว่างการรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่และการได้รับประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวของคนในชุมชน จะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

เนื่องจากค่าเฉลี่ยในภาพรวมแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แหล่งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในอันดับที่ 5 (3.7) และด้านการบริหารจัดการอยู่ในอันดับสุดท้ายคืออันดับที่ 6 (3.53) ดังนั้นจึงควรเพิ่มการบริหารจัดการโดยการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าของที่ระลึก จุดพักผ่อน การบริการข้อมูลทางการ

ท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น รวมทั้งควรจัดให้มีการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร หรือที่พักที่อยู่ใกล้เคียงเพื่อเพิ่มทางเลือกและความหลากหลายในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว

ในส่วนของนักท่องเที่ยวควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่มากขึ้นเพื่อรองรับการเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม หรือการแนะนำที่พักแรม ศาลาที่พัก ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ จุดรับประทานอาหารในบริเวณน้ำตกและการรักษาความปลอดภัยในบริเวณที่จอดรถ

สำหรับศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคด-โป่งก้อนเส้า (น้ำตกเจ็ดคด) น้ำตกมวกเหล็กและน้ำตกดงพญาเย็น ควรเน้นเรื่องการปรับปรุงในด้านการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่คอยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว จัดให้มีป้ายหรือสัญลักษณ์สื่อความหมายหรือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ในส่วนของน้ำตกมวกเหล็กและน้ำตกดงพญาเย็นควรเพิ่มเติมในเรื่องของการบำรุงรักษาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม รวมทั้งควรมีกฎระเบียบหรือข้อควรปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนกว่าที่เป็นอยู่

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวกรกฎาคม 2557**. สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2558, จาก http://www.msociety.go.th/article_attach/12133/16378.pdf
- กัลยา สว่างคง. (2558, มีนาคม). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี. **วารสารสุทธิปริทัศน์**, 29(89): 179 – 194.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). **ข้อมูลจังหวัดสระบุรี**. สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2558, จาก <http://thai.tourismthailand.org/ข้อมูลจังหวัดสระบุรี>
- งานวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). **สถานการณ์การท่องเที่ยว ปี 2556 และแนวโน้มปี 2557**. สืบค้นเมื่อ 21 เมษายน 2558, จาก <http://marketingdatabase.tat.or.th/download/article/MarketProfilebyCountry2012/Q3>
- ณัฐฤกษ์กุล เอกวรรณง. (2553). **การพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- บุปผชาติ มัชฌม. (2551). การพัฒนาดัชนีวัดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวหน้าตก
กรณีศึกษา : น้ำตกคลองพลู อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง. วิทยานิพนธ์
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร
- ประกอบศิริ ภักดีพินิจ. (2551, เมษายน). การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการ
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบริเวณกว๊านพะเยา. **วารสารนเรศวรพะเยา**. 1(1): 43 - 51.
- ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี. (2556, กันยายน).
การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้าน
ทุ่งมะปราง อำเภอกวนโดนและบ้านโตนป่าหนั้น อำเภอกวนกาหลง จังหวัดสตูล.
วารสารสุทธิปริทัศน์, 27(83): 97-112.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ:
บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- ฤกษ์รัตน์ ปักกันต์ธ. (2548). การศึกษาความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมของนักท่องเที่ยว
ที่ไปเยือนแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติ: กรณีศึกษา วนอุทยานน้ำตก
เจ็ดสาวน้อย จังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2556). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิธาน จินาภักดี. (2555). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติ**
น้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
(การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- วิภา ศรีระทุ. (2551). **ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัด**
เพชรบูรณ์. สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การวางแผนและการจัดการ
การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- โว ไทย เชื่อง , พัชรภรณ์ ก้อนสิน, วัฒนาชัย มาลัย และนันทพร สุทธิประภา. (2555).
การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเครือข่าย
สามพันโบก. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 122-129.
- ศิริจรรยา ประพุดติกิจ. (2553). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง
จังหวัดตราด เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์
มหาบัณฑิต(สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์
สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ.
ถ่ายเอกสาร.

- สิริอร วิชชาวุธ. (2544). **จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรระนุช โกศล และ โชคชัย สุทธาเวช. (2557, กุมภาพันธ์). การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. **วารสารการเมืองการปกครอง**. 4(1): 220 – 232.
- อารยา อินคชสาร. (2554). **การประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. ถ่ายเอกสาร
- Dodds, R. & Butler, R. (2010). Barriers to implementing sustainable tourism policy in mass tourism destinations. **Tourismos**. 5(1): 35-44.
- Mehmetoglu, M. (2007). Typologising nature-based tourists by activity-theoretical and practical implications. **Tourism Management**. 28: 651 – 660.
- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrin, P. & Seegoolam, P. (2011). An Assessment of visitor satisfaction with nature-based tourism attractions. **International Journal of Management and Marketing Research**. 4(1): 87 - 98
- Priskin, J. (2001). Assessment of natural resources for nature-based tourism: the case of the Central Coast Region of Western Australia. **Tourism Management**. 22: 637 – 648
- 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.