

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

The Exploratory Element Analysis of Tourism Potential Tourist Attractions outside Roi Et Province



รุ่งวิทย์ ตรีกุล^{*1}, จรินทร์ พักประไพ²

Rungwit Treekun¹, Charin Phakpraphai²

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University

Corresponding Author, E-mail: rungwit.baac@reru.ac.th*

บทคัดย่อ

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด อันประกอบด้วยพระมหาเจดีย์ชัยมงคล ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด และเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง โดยเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยประยุกต์จากแนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของบูฮาลิส ซึ่งประกอบด้วย 6 ด้าน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 480 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ วิธีการสกัดองค์ประกอบ และการหมุนแกนองค์ประกอบ แบบออร์โธกอนอลด้วยวิธีวาริแมกซ์

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งมีลักษณะของศักยภาพ 3 กลุ่ม หรือแนวทาง P.I.M. ดังนี้ 1. ศักยภาพเป็นที่น่าพอใจ (P=Pleased) 2. การปรับปรุงศักยภาพ (I=Improved) และ 3. การสร้างศักยภาพ (M=Making) โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ด้วยการสกัดองค์ประกอบหลักการหมุนแกนองค์ประกอบแบบมุมฉาก ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่า ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดประกอบด้วย



องค์ประกอบหลัก 5 ด้าน 19 ตัวชี้วัด โดยแต่ละองค์ประกอบอธิบายความแปรปรวนได้ คือ 14.278, 13.373, 11.611, 12.575, 8.667 ตามลำดับ ลดลง 2 ด้าน 5 ตัวชี้วัด องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยพบว่า การทราบศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้แนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ตามรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดที่เรียกว่า TAPU

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ; ศักยภาพการท่องเที่ยว; องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว; แหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง

Abstract

This study aims to analyze the exploratory elements of tourism potential of tourist attractions outside Roi Et Province, including Phra Maha Chedi Chai Mongkol, Roi Et Educational Science and Cultural Center, and Wat Pa Kung Sandstone Pagoda. The data collection is performed by purposive sampling. The research instrument is a questionnaire applied by researchers based on Buhalis's concept of tourism composition which consists of 6 areas (6As). The sample group consists of 480 Thai tourists. The data analysis is based on the exploratory factor analysis (EFA), factor extraction, and rotation of the component by Varimax.

The results show that tourists commented on the tourism potential of tourist attractions outside Roi Et Province which is characterized by three groups of potential or P.I.M guidelines as follows: 1. Pleased Potential (P); 2. Improved Potential (I); and 3. Making Potential (M). These are analyzed by the relationship of data from element analysis through extracting the principle element rotation of right angled element core rotation. The composition analysis shows that the tourist potential of tourist attractions outside Roi Et Province consists of five main elements, 19 indicators. Each composition is described the variance in the followings: 14.278, 13.373, 11.611, 12.575, 8.667 respectively, decreased by two main elements, five indicators. The body of

knowledge gained from the research show that it makes sense of the tourist potential of tourist attractions outside Roi Et Province through taking the approach to develop the tourist attraction potential according to the potential management model of tourist attractions outside of Roi Et province of TAPU.

Keywords: Exploratory Element; Tourism Potential;
Tourism Components; Outdoor Tourism

บทนำ

จากสถิติสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้แก่ประเทศไทยสูงสุดในระหว่างปี พ.ศ. 2560-2562 และมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ในรายงานยังระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเฉลี่ยปีละประมาณ 18,853,923 คน ซึ่งสามารถสร้างรายได้แก่ประเทศไทยประมาณ 918,398 บาท จึงเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ทางรัฐบาลได้ให้ความสำคัญโดยออกนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยตื่นตัวกับการท่องเที่ยวและเดินทางมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นดินแดนแห่งอารยธรรมอันหลากหลายบนพื้นที่กว้างใหญ่ประมาณ 108,854.30 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 1 ใน 3 ของประเทศ ประกอบด้วย 20 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครราชสีมา นครพนม บัณฑิตบุรี บึงกาฬ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย สกลนคร สุรินทร์ ศรีสะเกษ หนองคาย หนองบัวลำภู อุดรธานี อุบลราชธานีและอำนาจเจริญ ปัจจุบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นจากภาครัฐบาลในทุกด้านเพื่อให้เป็นศูนย์กลางความเจริญด้านอุตสาหกรรม เทคโนโลยีและการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นภาคที่มีอาณาเขตกว้างใหญ่ ทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจกระจายอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

สำหรับจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหลายประเภท เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มีอยู่ทั้งในเมืองและนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด แต่ในงานวิจัยนี้จะศึกษาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองที่สำคัญและมี

เอกลักษณ์เฉพาะตัว คือ 1. พระมหาเจดีย์ชัยมงคล เป็นเจดีย์ขนาดใหญ่ที่ก่อสร้างด้วยศิลปกรรมร่วมสมัยระหว่างภาคกลางกับภาคอีสาน คือ พระปฐมเจดีย์และพระธาตุนพนม 2. ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด อันเป็นแหล่งเรียนรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสานที่น่าสนใจ และ 3. เจดีย์วัดประชาคมวนาราม (วัดป่ากุง) เป็นเจดีย์ที่สร้างจากหินทรายสีขาวที่จำลองแบบบุโรพุทโธ ประเทศอินโดนีเซีย แหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองทั้ง 3 แห่งนี้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้านศิลปกรรมที่รอการมาเยือนของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการตั้งอยู่ในทำเลนอกเมืองที่มีความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนากิจการท่องเที่ยว การบริการ การค้า การผลิตและการลงทุน ทั้งนี้เพื่อให้จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยว การค้า การลงทุนและเป็นเมืองที่น่าอยู่ของทุกคน (ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด, ม.ป.ป.) และเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นในจังหวัดร้อยเอ็ดต่อไป

ด้วยเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อให้ทราบถึงภาพรวมของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด และสามารถนำไปเขียนโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตามแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (P.I.M.) ในจังหวัดร้อยเอ็ดในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีขั้นตอนในการศึกษา ดังนี้

1. รูปแบบวิธีการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่ พระมหาเจดีย์ชัยมงคล ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด และเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง โดยคำนวณจากสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1967: 886) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดประชากร

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

เพราะฉะนั้น จะได้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง 480 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

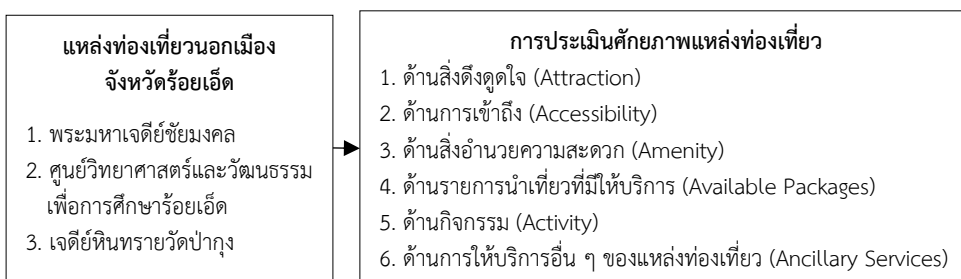
2. พื้นที่การวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภายในพื้นที่พระมหาเจดีย์ชัยมงคล ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด และเจดีย์หินทรายวัดป่ากุง จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยววนอกเมืองร้อยเอ็ด

3. เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่อศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้แนวคิดทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6As (Buhalis, 2000) ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และผู้วิจัยได้เสนอแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ได้ตรวจสอบโดยวิธีทดสอบความตรง (Test of Validity) ที่มีค่าความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามและมีค่าความเชื่อมั่นจากการนำไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 30 ตัวอย่าง แล้ววิเคราะห์และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับ 0.91 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไปถือว่า ข้อคำถามนั้นมีความเชื่อมั่นยอมรับได้ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขคุณภาพเพื่อทำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีการประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวที่กำหนดในการทำวิจัยครั้งนี้ โดยวางแผนการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ได้กำหนดโควตาไว้แล้วในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ จะเก็บข้อมูลในวันหยุด สัปดาห์ละ 30-40 ตัวอย่าง เริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการประเมินองค์ประกอบท่องเที่ยว คือ การสร้างเมตริกสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การสกัด

องค์ประกอบ (Factor Extraction) การหมุนแกนองค์ประกอบ แบบอโรคอนอลด้วยวิธีวาริแม็กซ์ (Varimax) การเลือกค่า Factor Loading และการตั้งชื่อองค์ประกอบหลักตามลำดับ โดยใช้เกณฑ์ตัดสินการเลือกตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบต้องมีค่าตั้งแต่ .50 ขึ้นไป และองค์ประกอบนั้นควรมีค่าไอเกนเท่ากับหรือมากกว่า 1 (Kline, 2016)



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยววนนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด จากกลุ่มตัวอย่าง 480 คน ซึ่งมากกว่าจำนวนตัวแปร 20 เท่า แสดงว่า มีจำนวนข้อมูลที่มากพอจะวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (ยูธธ์ ไกรวรรณ, 2557) ดังนี้

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Kaiser-Meyer-Olkin; KMO) และค่า Bartlett's Test พบว่า ค่า KMO=0.758 ค่า Bartlett's Test มีการแจกแจงโดยประมาณ Chi-Square=4863.848 ได้ค่า Significance=.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ตัวแปรต่าง ๆ ในแบบสอบถามทั้ง 24 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์ Factor Analysis ได้ดังตาราง 1

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling and Adequacy		.758
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4863.848
	df	276
	Sig.	.000

ตาราง 1 แสดงค่า KMO and Bartlett's Test

2. การหาค่าร่วมกัน (Communalities) เมื่อค่าความร่วมกันเป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหนึ่งกับอีกตัวแปรอื่น ๆ ที่เหลือทั้งหมด มีค่าอยู่ระหว่าง 0 กับ 1 ของตัวแปร ($0 < \text{Communality} < 1$) ถ้าค่า $\text{Communality}=0$ แสดงว่า องค์ประกอบหรือตัวแปรนั้น ๆ สามารถอธิบายค่าความผันแปรของตัวแปรได้ทั้งหมดพบว่า ค่าการสกัดความร่วมกัน (Extraction Communality) มากกว่า 0.05 โดยตัวแปรที่มีค่า ค่าการสกัดความร่วมกันน้อยที่สุด คือ ตัวแปรชื่อ มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก เท่ากับ 0.508 ซึ่งยังไม่ต่ำมากที่จะตัดออก ส่วนตัวแปรที่มีค่าการสกัดความร่วมกันมากที่สุด คือ ตัวแปรชื่อ มีอัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม เท่ากับ 0.915

3. การหาค่าความแปรปรวน (Total Variance Explained) จากการวิเคราะห์สามารถจำแนกตัวแปร (Variable) เป็น 7 องค์ประกอบ โดยทุกองค์ประกอบมีค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Eigenvalues) มากกว่า 1 ร้อยละความแปรปรวนสะสมเท่ากับ 73.206 และเมื่อใช้วิธีการหมุนแกนแบบอโรโคโนลด้วยวิธีวารีแมกซ์ (Varimax) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเทียบกับค่า Factor Loading ก่อนการหมุนแกนดังตาราง 2

Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
7.096	29.566	29.566	7.096	29.566	29.566	3.427	14.278	14.278
2.700	11.248	40.815	2.700	11.248	40.815	3.209	13.373	27.651
2.114	8.810	49.625	2.114	8.810	49.625	3.018	12.575	40.226
1.923	8.013	57.638	1.923	8.013	57.638	2.787	11.611	51.837
1.406	5.857	63.495	1.406	5.857	63.495	2.080	8.667	60.504
1.250	5.210	68.705	1.250	5.210	68.705	1.797	7.488	67.992
1.080	4.501	73.206	1.080	4.501	73.206	1.251	5.214	73.206

ตาราง 2 แสดงค่าสถิติสำหรับแต่ละองค์ประกอบ

ทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด

จากการตารางแสดงค่าสถิติสำหรับแต่ละองค์ประกอบ ทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ ดังนี้

1. โดยอาศัยการกำหนดว่า ต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.5 จะสกัดได้ 7 องค์ประกอบ รวมทั้งหมด 23 ตัวแปร

2. ค่าความแปรปรวนของตัวแปร (Initial Eigenvalues) ค่าความแปรปรวนทั้งหมดในตัวแปรเดิมที่สามารถอธิบายได้โดยองค์ประกอบทั้งหมดพบว่ามีองค์ประกอบที่ 1 มีความแปรปรวนมากที่สุดเท่ากับ 29.566% องค์ประกอบที่ 2 มีความแปรปรวนเท่ากับ 11.248% องค์ประกอบที่ 3 มีความแปรปรวนเท่ากับ 8.810% องค์ประกอบที่ 4 มีความแปรปรวนเท่ากับ 8.013% องค์ประกอบที่ 5 มีความแปรปรวนเท่ากับ 5.857% องค์ประกอบที่ 6 มีความแปรปรวนเท่ากับ 5.210% และองค์ประกอบที่ 7 มีความแปรปรวนเท่ากับ 4.501%

3. การหมุนแกนองค์ประกอบ โดยผู้วิจัยเลือกวิธีหมุนแกนองค์ประกอบแบบอโรทอนอลด้วยวิธีวาริแมกซ์พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเปลี่ยนแปลงไปเมื่อเทียบกับค่าน้ำหนักองค์ประกอบก่อนการหมุนแกน

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดพบว่า ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมด 24 ตัวแปร สามารถแบ่งออกเป็น 7 องค์ประกอบ โดยแต่ละองค์ประกอบมีค่าไอเกน (Eigenvalue) มากกว่า 1 และสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันของข้อมูลได้ร้อยละ 73.206 ทั้งนี้ มีตัวแปรที่ถูกคัดออก เนื่องจากค่าการเกาะกลุ่มของตัวแปรไม่ครบ 3 กลุ่ม และหลังจากที่ผู้วิจัยได้พิจารณาตัวแปรต่าง ๆ ในองค์ประกอบร่วมสามารถแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ และพิจารณาการตั้งชื่อองค์ประกอบจากกลุ่มตัวแปรที่พบส่วนใหญ่เป็นหลัก ดังนี้ 1. การท่องเที่ยว 2. สิ่งอำนวยความสะดวก 3. รายการนำเที่ยว 4. บุคลากร 5. เอกลักษณ์

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 5 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ มีความหลากหลายในกิจกรรม กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน ป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน ระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ และการบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์ ทั้ง 5 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 14.278

องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ โรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้ธนาคารกดเงินสด และร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ทั้ง 4 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 13.373

องค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ อัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม การให้รายละเอียดความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม และรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม ทั้ง 3 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 12.575

องค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรีจิต การให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชมสถานที่ และที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน ทั้ง 3 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 11.611

องค์ประกอบที่ 5 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 4 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 8.667

องค์ประกอบที่ 6 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ การเดินทางเข้า-ออกที่สะดวกของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด และถนนมีสภาพดี ทั้ง 2 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 7.488

องค์ประกอบที่ 7 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร เรียงลำดับชื่อตัวแปรและค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยให้บริการ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้ง 2 ตัวแปร อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 5.214

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด หลังการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้ตัดองค์ประกอบที่ 6 และองค์ประกอบที่ 7 ออกไป เนื่องจากในองค์ประกอบทั้ง 2 นี้มีรายการกลุ่มย่อยองค์ประกอบละ 2 ตัวแปร ซึ่งไม่เป็นไปตามทฤษฎีการจัดองค์ประกอบที่ต้องมีรายด้านย่อย 3 ตัวขึ้นไป (ยุทธิ ไกรวรรณ, 2557) และเมื่อจัด

องค์ประกอบใหม่ จะเหลือองค์ประกอบทั้งหมด 5 องค์ประกอบ รวม 19 ตัวแปรดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านการท่องเที่ยว (Travel) ตัวแปรประกอบด้วย ไม่มีป้ายบอกทางเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นระยะและชัดเจน ไม่มีระบบขนส่งสาธารณะให้บริการ ไม่มีบริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์ ไม่มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน และมีความหลากหลายของกิจกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของคัชพล จันเพชร (2564) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง*การพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย* พบว่า ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางยังมีความลำบาก เนื่องจากรถโดยสารสาธารณะยังมีจำนวนไม่เพียงพอ และจำนวนรอบการให้บริการยังน้อยเกินไป รวมถึงสภาพการจราจรไม่คล่องตัวทำให้ใช้ระยะเวลามากในการเดินทาง ดังนั้น ด้านการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรเพิ่มระบบการขนส่งสาธารณะหรือรถเช่าของคนในพื้นที่เพื่อให้บริการและรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวอย่างเพียงพอ และสอดคล้องกับแนวคิดของลิตเทรลและคณะ (Littrell, et al., 2004) ที่ได้ศึกษาเรื่อง*นักเดินทางอาวุโส: กิจกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรม การซื้อของ* พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้อาวุโสที่สำคัญที่สุด คือ ปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทาง

องค์ประกอบที่ 2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ตัวแปรประกอบด้วย ไม่มีโรงแรมที่พักโดยรอบที่เพียงพอ ไม่มีร้านอาหารและห้องสุขาที่สะอาด เหมาะสมและเพียงพอ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้านสะดวกซื้อ ตู้ธนาคารกดเงินสด และไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาสุญาพร สือตระกูล และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล (2556) ซึ่งศึกษาเรื่อง*แนวทางการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตำบลสองแพรก จังหวัดพังงา* พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของชุมชนที่ควรได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ร้านอาหารที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยเน้นความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก รวมถึงโรงแรมที่พัก ห้องสุขา เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง*การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร* พบว่า ปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีหลายด้าน เช่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านราคา สินค้าและบริการ ด้านทรัพยากรและ

สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ด้านสถานที่และการเข้าถึงแหล่ง และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

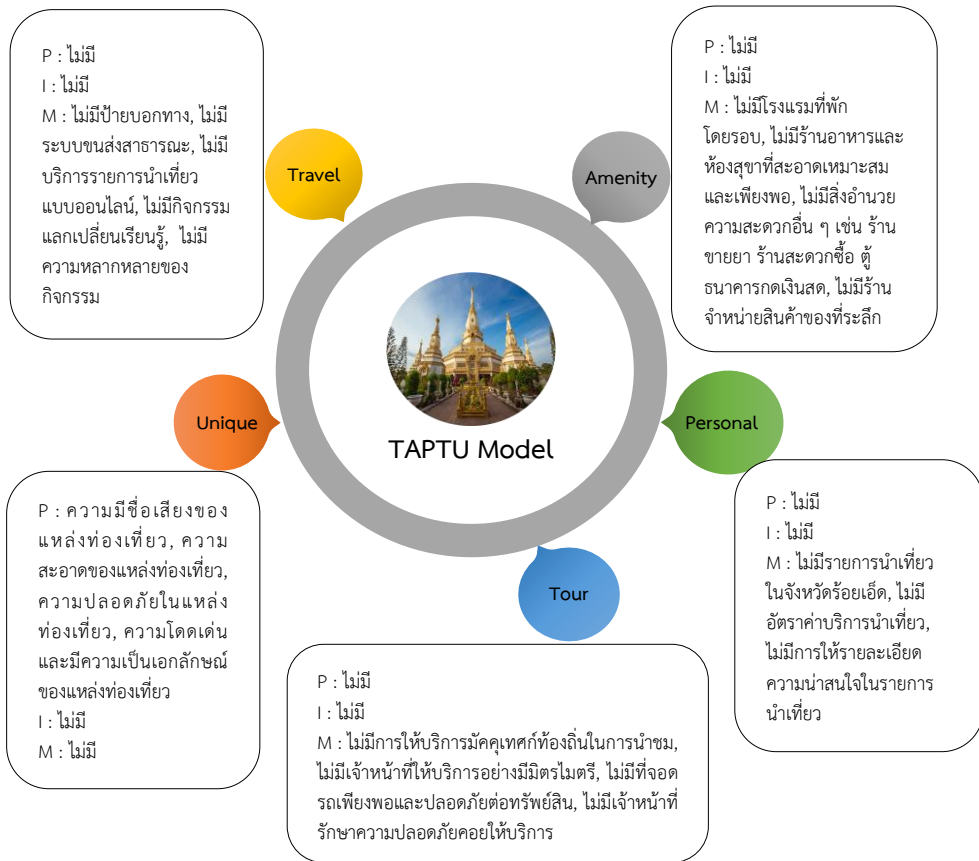
องค์ประกอบที่ 3 ด้านบุคลากร (Personal) ตัวแปรประกอบด้วย ไม่มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี ไม่มีที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สิน และไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจจิมา หนูคง และคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการพิพิธภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต โดยระบุว่า หากพิพิธภัณฑ์พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถและทัศนคติที่ดีต่องานของตน จะทำให้เกิดคุณภาพการบริการอันเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว และอาจส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวในครั้งต่อไป ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรหาจัดหามัคคุเทศก์ประจำท้องถิ่นในการนำชมและจัดฝึกอบรมการบริการการนำชมให้แก่บุคลากร เพื่อสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และสอดคล้องกับอานาภาพ จิรัฐติกาล (2551) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบด้านบุคลากร คือ พนักงานในร้านอาหารมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี

องค์ประกอบที่ 4 ด้านรายการนำเที่ยว (Tour) ตัวแปรประกอบด้วย ไม่มีรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม ไม่มีอัตราค่าบริการรายการนำเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความเหมาะสม และไม่มีการให้รายละเอียด ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในรายการนำเที่ยวมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับไพค์ (Pike, 2008) ได้ศึกษาเรื่องการตลาดปลายทาง: แนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พบว่า คุณลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยว คือ การผสมผสานระหว่างประสบการณ์ ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว และการนำเสนอทรัพยากรที่ไม่สามารถจับต้องได้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสามารถในการเขียนรายการนำเที่ยว ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น บริษัทนำเที่ยว ควรจัดรายการนำเที่ยวที่มีความเหมาะสม เมื่อนักท่องเที่ยวอ่านรายการนำเที่ยวแล้วรับรู้ข้อมูลบางส่วนเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่จะไป แต่เห็นต่างจากอีโนฟ (Enoch, 1996) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องเนื้อหาของแพ็คเกจทัวร์ พบว่า นักท่องเที่ยวบางส่วนไม่พึงพอใจกับรายการนำเที่ยวเพราะรายการนำเที่ยวส่วนใหญ่จะขายเป็นแบบแพ็คเกจเหมารวมทุกรายการ

องค์ประกอบที่ 5 ด้านเอกลักษณ์ (Unique) ตัวแปรประกอบด้วยความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของอาทิตย์ แซ่อย่าง (2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย พบว่า การที่นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพราะสถานที่ท่องเที่ยวได้แสดงศิลปวัฒนธรรมอันงดงามของท้องถิ่น และศิริรักษ์ ยาวีราช และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่สายป่าเมี่ยง ตำบลโหล่งขอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นมิตร ซึ่งถือเป็นจุดขายที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งงานวิจัยที่นำมาสนับสนุนนี้มีความสอดคล้องในเรื่องความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรรักษาอัตลักษณ์นี้ไว้และหาตัวแทนในการอนุรักษ์ไว้ให้ยั่งยืนต่อไป

องค์ความรู้จากการวิจัย

งานวิจัยนี้ส่งผลให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ทราบถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้แนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ตามรูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด “TAPTU” มาใช้ โดยนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันกับจังหวัดใกล้เคียง และร่วมกันอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนและกลับมาเที่ยวซ้ำ รายละเอียดดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 2 รูปแบบการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด “TAPTU”

สรุป

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองจังหวัดร้อยเอ็ดทั้ง 3 แหล่งที่ได้ศึกษารั้งนี้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในเรื่องความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เหมาะสมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด แต่ควรมีการพัฒนาเพิ่มเติมศักยภาพในบางจุดเพื่อเพิ่มจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ควรมีระบบขนส่งสาธารณะผ่านแหล่งท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกในการเดินทางมาเที่ยว มีมัคคุเทศก์ประจำแหล่งท่องเที่ยวในการบรรยายนำชม จัดหาร้านอาหารและสถานที่พักให้เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังพบองค์ความรู้ที่เป็นองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ตาม

แนวทางพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบ P.I.M. ดังนี้ 1) ด้านความพอใจใน ศักยภาพ (P) ประกอบด้วยควมมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่ง ท่องเที่ยว ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงความโดดเด่นและความเป็น เอกลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านการปรับปรุงศักยภาพ (I) ไม่มี 3) ด้านการสร้าง ศักยภาพ (M) ประกอบด้วยการไม่มีป้ายบอกทาง ไม่มีระบบขนส่งสาธารณะ ไม่มี บริการรายการนำเที่ยวแบบออนไลน์ ไม่มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ไม่มีความ หลากหลายของกิจกรรม ไม่มีโรงแรมที่พักโดยรอบ ไม่มีร้านอาหารและห้องสุขาที่ สะอาดเหมาะสมและเพียงพอ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านขายยา ร้าน สะดวกซื้อ ตู้ธนาคารกดเงินสด ไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ไม่มีรายการนำเที่ยว ในจังหวัดร้อยเอ็ด ไม่มีอัตราค่าบริการนำเที่ยว ไม่มีการให้รายละเอียด ความน่าสนใจ ในรายการนำเที่ยว ไม่มีการให้บริการมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำชม ไม่มีเจ้าหน้าที่ ให้บริการอย่างมีมิตรไมตรี ไม่มีที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยต่อทรัพย์สินและไม่มี เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยให้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *รายงานประจำปี 2562 กระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬา*. นนทบุรี: ภาพพิมพ์
- คัชพล จันเพชร. (2564). การพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สุโขทัย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*. 10 (2), 11-24.
- ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด. (ม.ป.ป.). *ร้อยเอ็ด 1000 อวด*. ร้อยเอ็ด: สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด.
- พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2555). *การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว ตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ยุทธ ไกรวรรณ. (2557). *วิเคราะห์สถิติหลายตัวแปร*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย และศูนย์วิจัยกสิกรไทย.
- ศิริรักษ์ ยาวีราช และคณะ. (2561). แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด บริการ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่สายป่า เมือง ตำบลโหล่งขอด อำเภอพร้าวก จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิจัยราชภัฏ เชียงใหม่*. 19 (2), 126-135.

- สุญาพร สัอตระกุล และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล. (2556). แนวทางการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตำบลสองแพรก จังหวัดพังงา. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*. 14 (3), 156-171.
- อัจจิมา หนูคง และคณะ. (2559). การจัดการพิพิธภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยทักษิณ*. 10 (2), 179-197.
- อาทิตย์ แซ่ย่าง. (2553). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสเทป-ปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. *วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- อานุภาพ จิรัฐติกาล. (2551). ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี*. 2 (1), 29-30.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*. 21 (1), 97-116. DOI:10.1016/S0261-51177 (99)00095-3
- Enoch, Y. (1996). Contents of Tour Packages: A Cross-culture Comparision. *Annals Tourism Research*. 23 (3), 599-616. DOI:10.1016/0160-7389(96)00001-1
- Kline, R. B. (2016). *Methodology in the Social Sciences*, 4th ed. New York: Guilford Press.
- Littrell, M. A., et al. (2004). Senior Traveller: Tourism Activities and Shopping Behaviours. *Journal of Vacation Marketing*. 10 (4), 348-362.
- Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. Burlington; MA: Butterworth-Heinmann.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. 2nd ed. New York: Harper and Row.