

ขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยา  
แหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำลาด ตำบลบ้านทำเนียบ  
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

The Psychological Carrying Capacity of Tourism in Ban  
Namrad Water-Source Forest, Bann Tumneab Sub District,  
Surat Thani Province

|                                   |                    |
|-----------------------------------|--------------------|
| ศันสนีย์ วงศ์สวัสดิ์ <sup>1</sup> | Sunsanee Wongsawat |
| กนกวรรณ แก้วอุไทย <sup>2</sup>    | Kanokwan Keawuthai |
| นิศารัตน์ ไทยทอง <sup>3</sup>     | Nisarath Thaitong  |
| มณฑานันท์ ขุนฤทธิ <sup>4</sup>    | Mantanant Khunrit  |
| จรรย์ พรหมณะ <sup>5</sup>         | Jaree Phromana     |

Received: 1 กรกฎาคม 2563

Revised : 20 กันยายน 2563

Accepted : 5 ตุลาคม 2563

---

<sup>1</sup>อาจารย์ วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Lecturer in International School of Tourism, Suratthani Rajabhat University

<sup>2</sup>อาจารย์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Lecturer in Faculty of Agricultural Technology, Phuket Rajabhat University

<sup>3</sup>อาจารย์ วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Lecturer in International School of Tourism, Suratthani Rajabhat University

<sup>4</sup>อาจารย์ วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Lecturer in International School of Tourism, Suratthani Rajabhat University

<sup>5</sup>อาจารย์ วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Lecturer in International School of Tourism, Suratthani Rajabhat University

### บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้นำเสนอผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด และขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ตำบลบ้านทำเนียบ อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษา พบว่า ด้านประสบการณ์และความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ไม่เคยมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด กิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวทำคือ กิจกรรมเล่นน้ำ วายน้ำ ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ได้เรียนรู้ศึกษาธรรมชาติ ผลการศึกษาด้านความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด พบว่า นักท่องเที่ยวพบเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นในขณะนี้นักท่องเที่ยวประกอบกิจกรรม จำนวน 1-20 คนมากที่สุด โดยต้องการให้นักท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดขณะที่ตนเองประกอบกิจกรรมอยู่ เป็นจำนวนกี่คนก็ได้ไม่เห็นว่าเป็นปัญหาสำหรับการประกอบกิจกรรม ด้านระดับความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่ออุปสรรคหรือผลเสียต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ด้านความรู้สึกแออัด นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกแออัดในระดับปานกลาง พึงพอใจต่อกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว พึงพอใจต่อความปลอดภัยต่อทรัพย์สิน และพึงพอใจสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการกลับมาเยือนซ้ำ และมีความพึงพอใจต่อการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก

**คำสำคัญ :** ขีดความสามารถในการรองรับทางการจิตวิทยา ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด  
จิตวิทยาของนักท่องเที่ยว

## Abstract

This paper presents results of the research on tourist behavior of the Ban Namrad Water-source Forest Attraction together with the psychological carrying capacity of Ban Namrad Water-source Forest Attraction, Bann Tumneab sub district, Khiri Rat Nikhom District, Surat Thani Province. A total of 400 questionnaires were used with a sample of tourists. Data were analyzed using descriptive statistics. The statistics used were frequency, percentage and mean. The study's result of tourists experience and expectations found that most of them never visited Ban Namrad Water-source Forest Attraction. The main activity that tourists do is playing in the water and swimming while most of them aim to learn nature in the forest. A study on the psychological carrying capacity of Ban Namrad Water-source Forest Attraction found that the tourists saw others around 1-20 other people while they engaged in its activities with any number of tourists they want to have in that forest. Too many people is not a problem for their activities. The tourist's perception level to the number of tourists in Ban Namrad Water-source Forest Attraction has a moderate negative impact on the tourist experience. Average congestion level is moderate. The satisfaction of tourism regulations showed that the tourists had high satisfaction. Regarding the perception on safety, tourists feel highly secure, and the average of tourists perception on its environment is at a high level. When analyzing the factors affecting tourist psychology on a return visit and the satisfaction with the site, it was found that most of them were willing to return to visit Ban Namrad Water-source Forest Attraction again. The average visitor satisfaction was at a high level.

**Keywords :** Psychology Carrying Capacity, Bann Namrad water-source forest attraction, Tourist psychology

## บทนำ

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 เน้นยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการท่องเที่ยว ให้มีการคำนึงถึงความสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน สามารถสร้างความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมวิถีชีวิต ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่นเดียวกับกับแผนการพัฒนาจังหวัดสุราษฎร์ธานีด้านการท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการศักยภาพทางการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนสอดคล้องกระแสโลกพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวอันเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวหลักให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ตำบลบ้านท่าเนียบ อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นพื้นที่ราบสูงทางทิศใต้ ห้อมล้อมไปด้วยภูเขาหินปูน มีลักษณะที่โดดเด่นทางด้านภูมิศาสตร์เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ตำบลบ้านท่าเนียบเป็นแหล่งน้ำใสสะอาดเกิดจากโพรงน้ำไหลมาจากผืนป่าชุมชนจำนวนกว่า 2,000 ไร่ ชาวบ้านช่วยกันอนุรักษ์ไว้เป็นแหล่งน้ำใช้ในยามฤดูแล้งจุดน้ำผุดดังกล่าวก่อให้เกิดเป็นลำน้ำขนาดเล็กเป็นระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร ไหลเป็นลำธารสวยงามซ่อนตัวอยู่ท่ามกลางธรรมชาติกลายเป็นแหล่งที่มีระบบนิเวศที่สวยงามของชุมชน ก่อนที่จะไหลไปเป็นลำคลองชื่อว่าคลองมะเลาะลำน้ำที่สำคัญของตำบลบ้านท่าเนียบ

ด้วยความสวยงามของป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดความใสของน้ำและท้องน้ำเป็นทิวเขา จึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดเริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 และเป็นที่ยู่งักมากยิ่งขึ้นในปี พ.ศ. 2559 ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เก็บอย่างเป็นระบบตั้งแต่เดือน มีนาคม-กันยายน

พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 30,178 คน เดินทางไปเยือนอย่างต่อเนื่อง(นายสุจินต์ นาคบำรุง, 2560) เป็นเหตุให้ชาวบ้านชุมชนในบริเวณดังกล่าวร่วมกันสร้างจุดบริการ ห้องน้ำ และพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้าเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะเดียวกันจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมากมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อกระบวนการจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จนทำให้มีข้อร้องเรียนเกี่ยวข้องกับการบริการจากนักท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด



ภาพที่ 1 ลำธารที่เกิดจากน้ำผุดบริเวณป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด

ผู้นำชุมชนตำบลบ้านท่าเนียบพร้อมกับชาวบ้านได้มีความพยายามในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดโดยคำนึงถึงแนวทางเพื่ออนุรักษ์ ด้วยเข้าใจว่าแหล่งน้ำผุดดังกล่าวเป็นต้นน้ำสำคัญของชุมชน การออกกฎระเบียบข้อปฏิบัติและระบบการจัดการจากชุมชนจึงได้ถูกกำหนดมาใช้ในการบริหารจัดการพื้นที่ แต่ทั้งนี้ด้วยกระแสของสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ความสวยงามของป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดเป็นที่รู้จักในวงกว้างอย่างรวดเร็ว การเข้ามาของนักท่องเที่ยวจากทุกสารทิศจึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่จะนำไปสู่ปัญหาความหนาแน่น

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจแล้วยังให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

นักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความต้องการ (Demand) ที่ทำให้คนในแหล่งท่องเที่ยวและกลุ่มนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวต้องตอบสนอง ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยว และก่อผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม การศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวจะช่วยให้เจ้าของพื้นที่มีทิศทางในการบริหารจัดการมากขึ้น เครื่องมือวัดความรู้สึกนักท่องเที่ยวจึงควรนำมาใช้



ภาพที่ 2 กฎระเบียบข้อปฏิบัติที่กำหนดมาใช้ในการบริหารจัดการพื้นที่

การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity) เป็นการศึกษาที่จะนำไปสู่การบริหารจัดการและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (ดรชนี เอมพันธุ์, 2546) จากปัญหาที่พบในพื้นที่เกี่ยวกับข้อร้องเรียนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นปัจจัยสำคัญที่พื้นที่ควรเร่งสำรวจระดับความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อหาแนวทางในการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวภายใต้การบริหารจัดการพื้นที่ นอกจากนี้การศึกษารองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยว จะเป็นแนวทางสำคัญในการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity) ในด้านอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านนิเวศวิทยา ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจต่อไป ซึ่งกระบวนการศึกษาดังกล่าวจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาและงบประมาณที่เพียงพอในการศึกษารวบรวมข้อมูล

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด
2. เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด

## ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่องขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ตำบลบ้านท่าเียนบ จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

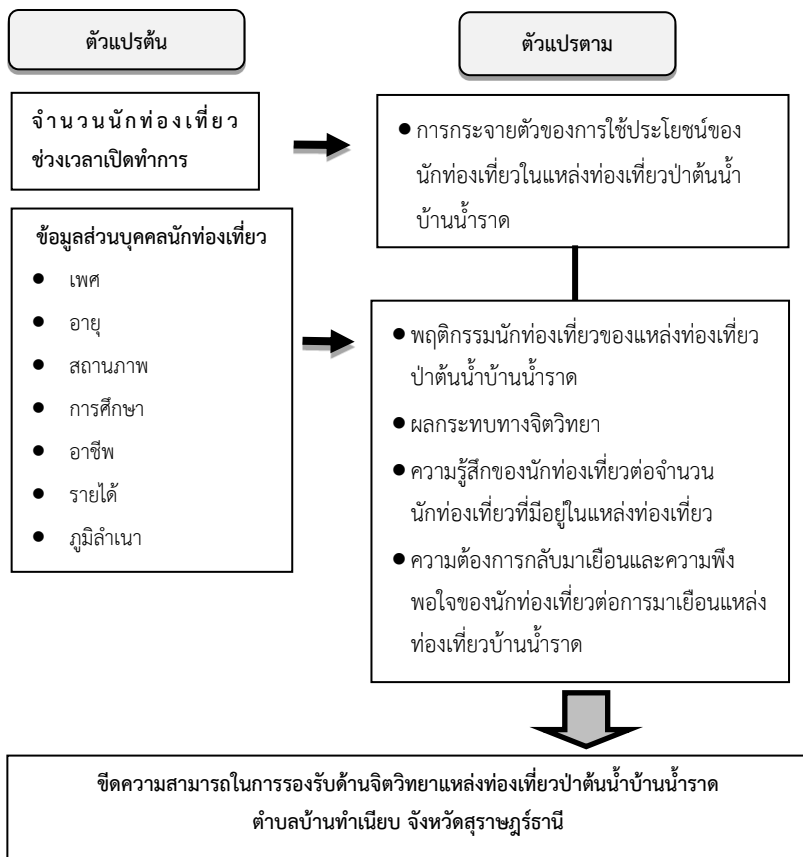
**ขอบเขตด้านพื้นที่** การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ตำบลบ้านท่าเียนบ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เท่านั้น

**ขอบเขตด้านเนื้อหา** การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาเพียงเท่านั้น โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้ตัวชี้วัด 3 ด้านประกอบด้วย

1. ด้านผลกระทบทางจิตวิทยา ประกอบด้วย จำนวนที่นักท่องเที่ยวพบเห็นในขณะที่ประกอบกิจกรรมจริง จำนวนที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีในบริเวณที่ประกอบกิจกรรม และ จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็นมากหรือน้อยกว่าที่คาดหวัง
2. ด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นอุปสรรคและส่งผลเสียต่อประสบการณ์ความรู้สึกแออัดต่อแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว ความรู้สึกปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความรู้สึกต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอื่นๆ ความรู้สึกต่อสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อจำนวนนักท่องเที่ยว

3. ด้านความต้องการกลับมาเยือนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ประกอบด้วย ความต้องการกลับมาเยือน และความพึงพอใจต่อการมาเยือน

**ขอบเขตด้านประชากร** การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ตำบลบ้านท่าเนียน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เท่านั้น



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย



## ทบทวนวรรณกรรม

### การกระจายตัวของการใช้ประโยชน์ในแหล่งท่องเที่ยว

Wagar (1964) และ ดรรชนี เอมพันธุ์ (2546) ซึ่งกล่าวถึงความหมายของแนวคิดขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านการท่องเที่ยว Tourism Carrying Capacity – TCC ว่า เป็นระดับของการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการ ซึ่งพื้นที่สามารถรองรับได้ ทั้งยังสามารถให้ประสบการณ์ และคุณภาพของ นันทนาการที่ยั่งยืน โดยระดับของการใช้ประโยชน์ด้าน นันทนาการสูงสุดที่ก่อให้เกิดผลกระทบไม่เกินค่ามาตรฐาน ที่กำหนดไว้ ส่วนขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านการท่องเที่ยว คำนึงถึงองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ (1) ด้านชีวกายภาพ (2) ด้านสังคมวัฒนธรรม (3) ด้านสังคมจิตวิทยา (4) ด้านการจัดการ ว่าแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ สามารถรองรับ กิจกรรมได้มากน้อยเพียงใด

มาตรฐานและตัวชี้วัดขีดความสามารถในการรองรับฯ ระดับขีดความสามารถในการรองรับฯ ของแหล่งท่องเที่ยว นั้น คือ ระดับที่เหมาะสมของ การขยายตัวของ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง ๆ ซึ่งในทางปฏิบัติอาจนับเมื่อผลทางลบเริ่มแสดงผล แต่การกำหนดเกณฑ์การวัด (Criteria) นั้นไม่แน่นอน แตกต่างกันตามชนิดของแหล่งท่องเที่ยวสภาพ ท้องถิ่น ประเภทของนักท่องเที่ยวและปัจจัยที่ใช้ชี้วัด ซึ่งเกณฑ์วัดนั้นมีอยู่ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่วัดค่าได้ทางสถิติ (Measurable Statistically) เช่น ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก หรือท่าเรือทางเศรษฐกิจ ส่วนอีกกลุ่ม คือ กลุ่มที่วัดค่าแน่นอนไม่ได้ เช่น ผลกระทบต่อประเพณีวัฒนธรรม ผลทางจิตวิทยาต่อนักท่องเที่ยว เป็นต้น เกณฑ์การวัดนั้นสามารถวัดได้เป็นเวลา ที่เว้นว่าง และอัตราการใช้สอยของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ การวัดด้วยระยะเวลา (Time) โดยนับจำนวนผู้คนที่ใช้ประโยชน์ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ คือ อาจวัดในช่วงความสูงสุด (Peak Capacity) โดยวัดต่อวันต่อสัปดาห์หรือต่อปี ซึ่งการวัดขีดความสามารถในการรองรับฯ ในช่วงฤดูท่องเที่ยวจะให้ผลต่อการจัดการและวางแผนมาก การวัดต่อพื้นที่เว้นว่าง (Space) คือ วัดเป็นหน่วยพื้นที่หรือความยาว แต่โดยทั่วไปอาจมีวิธีการที่ต่างออกไป เช่น จำนวนคนต่อหน่วยบริการ (คนต่อห้องพัก คนต่อ

ยานพาหนะ) พื้นที่หน่วยบริการต่อจำนวนนักท่องเที่ยว (เช่น พื้นที่ 10 ตารางเมตรต่อคน) และความหนาแน่น (คนต่อหน่วยพื้นที่) ซึ่งการวัดขีดความสามารถในการรองรับฯ ของแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดจะเท่ากับคนต่อหน่วยพื้นที่คูณด้วยพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด เป็นต้น เกณฑ์การวัดนั้นสามารถพิจารณาได้ตามเงื่อนไขต่าง ๆ แต่อาจสรุปได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวกับพื้นที่บริการ หรือความสามารถในการให้บริการของปัจจัยต่าง ๆ เป็นเกณฑ์ที่นำมาพิจารณามากที่สุด โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับนำไปตัดสินใจ ขนาด ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (โดยนับจำนวนนักท่องเที่ยว) เกณฑ์การวัดดังกล่าว ในบางกรณี ยากต่อการหาขนาดที่เหมาะสม แต่ในช่วงระยะเวลาของการศึกษานี้ จำเป็นต้องใช้มาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ กันโดยทั่วไป เช่น มาตรฐานความหนาแน่นของพื้นที่ พื้นที่อาคารต่อขนาดที่ดิน พื้นที่อาคารปกคลุมดิน มาตรฐานทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม บรรทัดฐานการยอมรับของสังคม เป็นต้น (นราวดี บัวขวัญ และคณะ, 2559)

### พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2550) ได้สรุปพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ว่า นักท่องเที่ยวเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องค้นหาหรือวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมการซื้อก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยสามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม คำถาม 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภคประกอบด้วย (6 Ws และ 1 H) 6 Ws คือ Who, Whom, What, Why, When, Where และ 1 H คือ How โดยในการที่จะแสวงหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเลือกกลยุทธ์การตลาดนั้นเป็นสิ่งจำเป็นที่เราจะต้องเลือกวิธีการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่หลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มนิยมแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ที่ไม่เหมือนกัน ในทางวิชาการเศรษฐศาสตร์มีทฤษฎีที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการชนิดต่าง ๆ ว่าเหตุใดจึงมีความประสงค์จะบริโภคสินค้าหรือบริการชนิดนั้นและบริโภคเป็นปริมาณ

เท่าไร ตามทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคและจะบริโภค เป็นปริมาณมากน้อยเท่าไรนั้น ประกอบด้วย ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ราคาของสินค้าหรือบริการที่ใช้บริโภคพร้อมกับสินค้าหรือบริการชนิดนั้น หรือเป็นคู่แข่งของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น รายได้ของผู้บริโภค และ รสนิยมของผู้บริโภคอยู่ภายใต้ อิทธิพลของปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม คือ อายุ เพศ อาชีพ เชื้อชาติ และภูมิหลังทาง วัฒนธรรม ทั้งนี้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ เป็นบทบาทของนักท่องเที่ยวที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเที่ยวมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ริเริ่ม (Initiator) เป็นผู้เสนอ หรือแนะนำความคิดในการท่องเที่ยวเป็นคนแรก ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นผู้กระตุ้น หรือชักจูงว่าควรซื้อ หรือไม่ควรซื้อบริการ ด้านการท่องเที่ยว ผู้ตัดสินใจซื้อ (Decider) เป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อ หรือไม่ซื้อสินค้าและ บริการด้านการท่องเที่ยว ผู้ใช้ (User) เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว นั้น ๆ ทั้งนี้กระบวนการซื้อ ของผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอนในการตัดสินใจ เริ่มต้นด้วยการรับรู้ความต้องการ (Need Awareness) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) ซึ่งการรับรู้ดังกล่าว เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน และภายนอก ซึ่งสิ่งกระตุ้นภายใน ได้แก่ ความต้องการทาง ร่างกายและจิตใจ และการรับรู้ความ ต้องการของตน ฯลฯ สิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ ความต้องการทางสังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ โดยจะมีแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ประกอบด้วย แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน ญาติ คนรู้จัก แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทน จำหน่าย การแสดงสินค้าการท่องเที่ยว แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์การคุ้มครองผู้บริโภค แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ สำนักงาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และ หน่วยวิจัยภาวะตลาดของ ผลิตภัณฑ์ หลังจากขั้นตอนการรับรู้ความต้องการต่อไปคือ การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นพฤติกรรมประเมินผลโดย ให้ ความสนใจลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าและบริการ ตามด้วย การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากความรับรู้ความต้องการได้ข้อมูลที่ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ต่าง ๆ ตลอดจนเวลา และวิธีการชำระเงินแล้วก็ตัดสินใจซื้อ ตามด้วย พฤติกรรมภายหลัง การซื้อ (Post Purchase Behavior) เป็นความรู้สึกล้มใจหรือ พอใจหลังการซื้อความ พอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ กระบวนการซื้อของผู้บริโภคมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ การกระตุ้น และตอบสนองของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว

### ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาแหล่งท่องเที่ยว

ขีดความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยา (Psychological Carrying Capacity, PsCC) เป็นกระบวนการศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดในแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงสภาพให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว ไม่ได้ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกแออัด ปัจจัยที่ส่งผลต่อขีดความสามารถด้านจิตวิทยา ได้แก่ จำนวน คนที่พบเห็น การรับรู้ถึงความแออัด ประเภทหรือลักษณะ พฤติกรรมของของนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่พบเห็นและ บริเวณที่พบเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิม (ดรรชนี เอมพันธุ์, 2546)

ขีดความสามารถในการรองรับทางจิตวิทยามีความสำคัญอย่างมากเพราะจะเป็นส่วนที่ทำหน้าที่ประเมินการบรรลุเป้าหมายของการจัดการพื้นที่นันทนาการไปในตัวว่าสามารถจัดการเพื่อสนองตอบต่อความรื่นรมย์ของประชาชนผู้เข้าไปใช้ประโยชน์ได้มากน้อยเพียงใด โดยการสะท้อนความรู้สึกของผู้มาเยือนดังกล่าว ก็จะเป็นการประเมินคุณภาพทางนันทนาการของพื้นที่นันทนาการนั้น ๆ ไปด้วย การบ่งชี้ขีดความสามารถในการรองรับทางด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยว ยังคงต้องอาศัยการศึกษาวิจัย เช่นเดียวกับการบ่งชี้ขีดความสามารถในการรองรับทางด้านชีวกายภาพ หากแต่มีความแตกต่างในวิธีการวิจัย การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับทางจิตวิทยาจะต้องอาศัยการวัดการรับรู้และความรู้สึกของนักท่องเที่ยว (นภวรรณ ฐานะกาญจน์, 2542)

การศึกษาเรื่องขีดความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยาในการรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวบริเวณชายหาดของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา (มยุรี นาสา, 2554) ใช้การศึกษาระดับความรู้สึกแออัดที่มีต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและต่อสิ่งก่อสร้างในพื้นที่ ผลของการประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านจิตวิทยาในปัจจุบันนั้น เมื่อนำค่าเฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยวที่ประกอบกิจกรรมบริเวณชายหาดมาพิจารณาพบว่า

ชายหาดเกาะเมียง (เกาะสี่) และเกาะสิมิลัน (เกาะแปด) อยู่ในช่วงเกินขีดความสามารถที่ยอมรับได้ (Exceed CC) ทั้งในช่วงที่จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดและจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ย ได้เสนอแนะให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกำหนดมาตรการในการจัดการเพื่อลดความแออัดของนักท่องเที่ยวที่มาประกอบกิจกรรมบริเวณชายหาดทั้งสอง ทั้งนี้ ควรได้มีการนำตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยว 70 คนต่อช่วงเวลา สำหรับชายหาดเกาะเมียงและ 83 คนต่อช่วงเวลาสำหรับชายหาดเกาะสิมิลัน ไปนำเสนอเป็นมาตรการเพื่อแจ้งให้กับทางบริษัทเรือทัวร์ที่นำนักท่องเที่ยวมาเยือนชายหาดทั้ง 2 แห่งระบุช่วงเวลาเข้าออกบริเวณชายหาดที่สลับช่วงเวลากันเพื่อลดทอนความแออัดลง นอกจากนี้ในการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการของอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง (บรรลือศักดิ์ วงษ์ภักดี, 2552) ใช้วิธีการประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านวิทยา ใช้ปัจจัยตัวชี้วัดด้านทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวจากแบบสอบถามเพื่อทำการประเมินจากระดับความรุนแรงเปรียบเทียบเป็นอัตราส่วนร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยว กำหนดให้ถ้าความพึงพอใจที่มีต่ออุทยานแห่งชาติของนักท่องเที่ยวมีน้อย มีผู้ตอบจำนวนมากกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่าง จัดว่าเกินขีดความสามารถในการรองรับได้

ผลการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ด้านจิตวิทยา โดยพิจารณาความรู้สึกแออัด ประเภทหรือลักษณะพฤติกรรมของคนที่พบเห็น และบริเวณที่พบเห็นคนกลุ่มอื่น พบว่ายังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าขีดความสามารถในการรองรับได้ (Below CC) ของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปประกอบกิจกรรม โดยมีความต้องการให้มีนักท่องเที่ยวในบริเวณดังกล่าวไม่เกิน 100 คน และการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) การท่องเที่ยวโดยชุมชนของเกาะพิทักษ์ จังหวัดชุมพร ระยะที่ 2 (เบญจมาศ ณ ทองแก้ว, 2557) ผลการศึกษาด้านสังคมจิตวิทยาพบว่ามีการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะพิทักษ์อยู่ในระดับปานกลางของขีดความสามารถในการรองรับได้ และน้ำเพื่อการอุปโภคมีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับใกล้เคียงขีดความสามารถในการรองรับได้ (Exceeding CC)

### เทคนิคการประเมินขีดความสามารถในการรองรับทางด้านจิตวิทยา

ขีดความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยา คือ จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดในพื้นที่ท่องเที่ยวในช่วงเวลาหนึ่ง ที่ยังคงให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวได้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อขีดความสามารถด้านนี้ ได้แก่ จำนวนคนที่พบเห็น ความรู้สึกแออัด ประเภทหรือลักษณะพฤติกรรมของคนที่ยกพบเห็น และบริเวณที่พบเห็นคนกลุ่มอื่น การวัดขีดความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยาในโครงการวิจัยนี้จะดำเนินการโดยการวัดความรู้สึกต่อความหนาแน่นของจำนวนคนต่อพื้นที่บริเวณใดบริเวณหนึ่ง และความรู้สึกมีต่อความหนาแน่นของสิ่งก่อสร้างในจุดท่องเที่ยวต่อพื้นที่บริเวณใดบริเวณหนึ่ง โดยวัดในเชิงคุณภาพโดยให้ค่าความรู้สึกแออัดตั้งแต่ 0 ถึง 9 โดยนำมาแบ่งเป็น 3 ระดับเพื่อระบุระดับความแออัดจากสูตรการแบ่งช่วงชั้น

0.00 – 3.00 = ความแออัดต่ำ

3.01 – 6.00 = ความแออัดปานกลาง

6.01 – 9.00 = ความแออัดมาก

จากการแบ่ง โดย 0 หมายถึง ระดับไม่แออัด และ 9 หมายถึงระดับความแออัดสูงสุด และกำหนดให้การรับรู้ถึงความรู้สึกแออัดระดับ 6 เป็นต้นไป ซึ่งเป็นระดับที่อยู่ในช่วงชั้นที่มีความแออัดมากเป็นขีดความสามารถสูงสุดด้านจิตวิทยาของ กิจกรรมท่องเที่ยว (มยุรี นาสา, 2554)

ตารางที่ 1 เกณฑ์ระดับผลกระทบและขีดความสามารถรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยา

| ระดับผลกระทบและขีดความสามารถในการรองรับ<br>ได้ (Levels of Impact and Capacity Levels)                               | ผลกระทบทางจิตวิทยา                        |
|---|---|
|   | ความรู้สึกแออัดต่อจำนวน<br>นักท่องเที่ยว  |
| ผลกระทบน้อย ถึง ไม่มีผลกระทบหรือต่ำกว่าขีด<br>ความสามารถรองรับฯ<br>(No to Low impact or Below Carrying<br>Capacity) | 0.0 - 3.0<br>ไม่แออัด-แออัดน้อย           |
| ผลกระทบปานกลาง หรือ เกือบถึงขีดความสามารถ<br>รองรับฯ (Medium impact /At and Approaching<br>Carrying Capacity)       | 3.1 - 6.0<br>แออัดปานกลาง-<br>ค่อนข้างมาก |
| ผลกระทบสูง หรือ เกินขีดความสามารถรองรับฯ<br>(High impact or Exceeding Carrying Capacity)                            | >6.0<br>แออัดมาก                          |

อุปกรณ์การศึกษา ประกอบด้วย แบบสอบถามเพื่อสอบถามนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยคำถามระดับความรู้สึกแออัดที่มีต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและต่อสิ่งก่อสร้างในพื้นที่ เครื่องมือนับจำนวนนักท่องเที่ยว และ แบบฟอร์มบันทึกข้อมูลการกระจายการใช้ประโยชน์ และจำนวนนักท่องเที่ยวที่ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ

ในการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ตำบลบ้านท่าเียน อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้เทคนิคการประเมินขีดความสามารถในการรองรับทางด้านจิตวิทยา เป็นการพิจารณาถึงระดับการใช้ประโยชน์ด้านท่องเที่ยวที่เน้นขนาดเนื้อที่ ซึ่งใช้ในการรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ เป็นหลัก โดยพิจารณาจากขนาดเนื้อที่และค่ามาตรฐานด้านขนาดเนื้อที่ ซึ่งกิจกรรมท่องเที่ยว/นันทนาการแต่ละประเภทต้องการเพื่อ

เอื้อให้การประกอบกิจกรรมนั้นๆ เป็นไปอย่างมีคุณภาพ หน่วยในการวัดของค่ามาตรฐานด้านขนาดเนื้อที่เพื่อรองรับกิจกรรมนันทนาการ (Outdoor Recreation Space Standards) คือ จำนวนเนื้อที่ที่ใช้สำหรับกิจกรรมนันทนาการต่อรายบุคคล หรือหน่วยของอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกหลักสำหรับการประกอบกิจกรรมนั้น ๆ ต่อช่วงเวลาหนึ่ง

### ความพึงพอใจและการกลับมาเที่ยวซ้ำ

Oliver (1980) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการทางอารมณ์โดยรวมที่รับรู้ได้ถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการบริโภค และการรับรู้ผลหลังการบริโภค เช่นเดียวกับที่ Westbrook (1980) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง จิตใจของแต่ละบุคคลในการประเมินผลจากผลลัพธ์ หรือจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า หรือการใช้บริการ นอกจากนี้ Bolton & Drew (1991) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้รับจากการซื้อสินค้า หรือบริการของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคมักจะนำมาเปรียบเทียบกับระหว่างผลตอบแทนที่ได้รับกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายออกไป และ Vroom (1964) สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าเป็นความรู้สึก หรือทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อ สินค้า หรือบริการในทางบวก สอดคล้องกับที่ Kotler (1994) ได้อธิบายเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าไว้ว่าเป็นความรู้สึกยินดี หรือมีความสุขจากการใช้สินค้า หรือบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ

Anderson, Fornell & Lehmann (1994) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าซื้อสินค้า หรือบริการจากผู้ขาย หรือผู้ให้บริการ และได้กระทำการซ้ำอีกครั้งหนึ่งหลังจากใช้บริการไปแล้ว เช่นเดียวกับ Hellier, Geursen, Carr & Rickard (2003) กล่าวว่า การซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำ หมายถึง ความตั้งใจของบุคคล หรือเจตจำนงที่มีความต้องการจะกลับไปซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำจากร้านค้า หรือหน่วยงานเดิมที่เคยซื้อ หรือใช้บริการมาแล้วจากที่ผ่านมา ด้าน Cronin, et al. (2000) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าเคยซื้อสินค้า หรือบริการแล้วเกิดความพึง



พอใจและกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำอีก และมีการบอกเล่าถึง คุณประโยชน์ หรือ ประสพการณ์ดี ๆ เกี่ยวกับสินค้า หรือบริการต่อไปยังผู้อื่น และ Zeithmal, Berry & Parasuraman (1996) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง ปฏิบัติการในการตอบสนองบางอย่างของลูกค้าที่มีความตั้งใจในการที่จะกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำ อีก ในอนาคต

การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ตำบลบ้านท่าเียน อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อการใช้ประโยชน์แหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดอันจะนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถสร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวแล้วกลับมาท่องเที่ยวในระยะยาว

## วิธีดำเนินงานวิจัย

### ประชากรวิจัย

จำนวนประชากรอ้างอิงจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558-2559 ต.บ้านท่าเียน อ.คีรีรัฐนิคม จ.สุราษฎร์ธานี จากสถิตินักท่องเที่ยวที่ทางชุมชนได้เก็บรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนกันยายน 2560 มีจำนวน 740,000 คน

### กลุ่มตัวอย่าง

จากประชากร จำนวน 740,000 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว โดยใช้สูตรยามานะ (Yamane,1967) ในการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 399.78 คน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง

### การสุ่มตัวอย่าง

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและวันหยุดสุดสัปดาห์ตั้งแต่เดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม 2560

### การพัฒนาเครื่องมือวิจัย

ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด และระดับความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สร้างแบบสอบถามโดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับจุดมุ่งหมายในการวิจัย นำแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่านเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย หาค่าความสอดคล้อง หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC : Index of item objective congruence) จากการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม พบว่า ข้อคำถามทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.95 ค่า IOC ทุกตัวชี้วัดมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.50 คือ มีความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ได้ ปรับปรุงข้อคำถามในบางข้อตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจริง จากนั้นหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบประเภทละ 55 ชุด นำข้อมูลในแบบสอบถามทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (สุวิมล ติรกานันท์, 2550) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) เท่ากับ 0.726 ปรับปรุงแก้ไขแล้วจัดทำแบบสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล

## ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

| ประเด็น   | จำนวน<br>ประเด็น | ค่าความเชื่อมั่น<br>( $\alpha$ ) |
|---|------------------|----------------------------------|
| ผลกระทบทางจิตวิทยา  |                  |                                  |
| ด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว และความรู้สึกแออัด                  | 2                | 0.712                            |
| ความพึงพอใจต่อกฎระเบียบข้อบังคับแหล่งท่องเที่ยว ความรู้สึกต่อสภาพแวดล้อม และความรู้สึกปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน | 3                | 0.791                            |
| ด้านความต้องการกลับมาเยือนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวบ้านน้ำราด                    | 2                | 0.830                            |
| <b>รวม</b>  | <b>7</b>         | <b>0.726</b>                     |

**เครื่องมือวิจัย**

ในการศึกษาการกระจายการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวตามช่วงเวลาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ใช้เครื่องมือนับจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อบันทึกจำนวนและข้อมูลการกระจายการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ และแบบบันทึกข้อมูลการกระจายการใช้ประโยชน์ และจำนวนนักท่องเที่ยวที่ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ

ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด และระดับความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ส่วน ตอนที่ 1 พฤติกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยว ตอนที่ 2 ระดับความรู้สึกแออัด ความพึงพอใจ และความต้องการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า

(Rating Scale) ตั้งแต่ 0 ถึง 9 และ ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากนักท่องเที่ยว

### การเก็บข้อมูล

ในการศึกษาการกระจายการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวตามช่วงเวลาของแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยใช้เครื่องมือนับจำนวนนักท่องเที่ยว และบันทึกจำนวนและข้อมูลการกระจายการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวตามช่วงเวลาต่าง ๆ ด้วยตนเอง

ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด และระดับความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ผู้วิจัยเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด แล้วขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยว ในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และรับแบบสอบถามกลับคืนเมื่อนักท่องเที่ยวทำแบบสอบถามเสร็จ

การศึกษาศีตความสามารถในการรองรับด้านจิตวิทยาใช้ปัจจัยระดับการรับรู้ถึงความแออัดของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดให้เป็นระดับของผลกระทบด้านจิตวิทยาจากมาตรวัด 0 ถึง 9 โดยนำมาแบ่งเป็น 3 ระดับเพื่อระบุระดับความแออัดจากสูตรการแบ่งช่วงชั้นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{การแบ่งช่วงชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงชั้น}} \\ &= \frac{9 - 0}{3} = 3 \end{aligned}$$

จากการคำนวณระดับความแออัด มีรายละเอียดดังนี้

$$0.00 - 3.00 = \text{ความแออัดต่ำ}$$

$$3.01 - 6.00 = \text{ความแออัดปานกลาง}$$

$$6.01 - 9.00 = \text{ความแออัดมาก}$$

จากการแบ่ง โดย 0 หมายถึงระดับไม่แออัด และ 9 ระดับความแออัดสูงสุด และกำหนดให้การรับรู้ถึงความรู้สึกแออัดระดับ 6 เป็นต้นไป ซึ่งเป็นระดับที่อยู่ในช่วงชั้น

ที่มีความแออัดมากเป็นขีดความสามารถสูงสุดด้านจิตวิทยาของกิจกรรมท่องเที่ยว (มยุรี นาสา, 2554)

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาการกระจายการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวตามช่วงเวลาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) เป็นการนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบ ใช้การวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น มาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปร่วมกันของเรื่องนั้น ตลอดจนการวิเคราะห์สาเหตุและผล (Cause and Effect Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้อะไรมาวิเคราะห์ให้เห็นว่าจากผลมาจากเหตุ คือ วิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้น

ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด และระดับความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

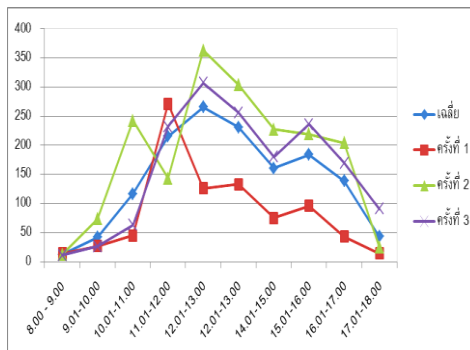
### ผลการวิจัย

#### การกระจายการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวตามช่วงเวลาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด

ผลจากการเก็บข้อมูลการกระจายตัวการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้วิธีการนับจำนวนนักท่องเที่ยวตามช่วงเวลา เปิดทำการช่วงเวลา 08.00 - 18.00 น. จำนวน 3 ครั้งในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ พบว่า ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ประโยชน์มากที่สุดช่วงเวลา 10.01 - 16.00 น. โดยนักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นและค่อย ๆ ลดลงในช่วงเวลาตอนเย็น ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 3 การกระจายการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวตามช่วงเวลา

| ช่วง<br>เวลา | จำนวนนักท่องเที่ยว / ร้อยละ |                   |                   |                 |        |
|--------------|-----------------------------|-------------------|-------------------|-----------------|--------|
|              | ครั้งที่<br>ที่ 1           | ครั้งที่<br>ที่ 2 | ครั้งที่<br>ที่ 3 | จำนวน<br>เฉลี่ย | ร้อยละ |
| 8.00 - 9.00  | 14                          | 12                | 11                | 12.33           | 1.00   |
| 9.01-10.00   | 27                          | 73                | 26                | 42.00           | 2.96   |
| 10.01-11.00  | 45                          | 242               | 63                | 116.67          | 7.56   |
| 11.01-12.00  | 271                         | 143               | 232               | 215.33          | 18.25  |
| 12.01-13.00  | 126                         | 363               | 307               | 265.33          | 17.89  |
| 13.01-14.00  | 133                         | 304               | 256               | 231.00          | 16.27  |
| 14.01-15.00  | 75                          | 227               | 180               | 160.67          | 10.95  |
| 15.01-16.00  | 96                          | 219               | 236               | 183.67          | 12.82  |
| 16.01-17.00  | 43                          | 204               | 169               | 138.67          | 9.35   |
| 17.01-18.00  | 14                          | 25                | 91                | 43.33           | 2.95   |
| รวม          | 844                         | 1,812             | 1,571             | 1,409           | 100.00 |



ภาพที่ 4 แสดงการกระจายการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวตามช่วงเวลา

### ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด

ผลการศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66.60 และ 33.40 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 15-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมา คือ มีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.30 และ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.90 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนโสด คิดเป็นร้อยละ 60.80 รองลงมา คือ สมรสคิดเป็นร้อยละ 38.20 และหม้ายหรือหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายคิดเป็นร้อยละ 19.70 และสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 9.40 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 27.20 รองลงมาคือ มีกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 19.30 และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนคิด เป็นร้อยละ 18.50 มีรายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.70 และมีรายได้ในช่วงระหว่าง 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.90 และไม่มีรายได้คิดเป็นร้อยละ 15.10 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 79.91 รองลงมา คือ ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 18.47 และภาคเหนือคิดเป็นร้อยละ 1.63

จากการศึกษาพฤติกรรมและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ จุดหมายหลัก สื่หรือข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและกลุ่มเดินทาง พบว่า แหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดเป็นจุดหมายปลายทางหลักในการเดินทางท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 85.4 และไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางคิดเป็นร้อยละ 14.60 ส่วนใหญ่จะเป็นทางผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง คือ เขื่อนเชี่ยวหลาน บ้านญาติและอุทยานแห่งชาติเขาสก คิดเป็นร้อยละ 66.70, 22.20 และ 11.10 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวได้รับสื่อ ข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวผ่านทาง การบอกกล่าว จากเพื่อนหรือเพื่อนเป็นคนชวนมา คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมา คือ ตัดสินใจเดินทาง

มาด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 17.70 และได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 16.70 ตามลำดับ โดยกลุ่มเดินทางของนักท่องเที่ยวได้แก่ กลุ่มครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 44.90 รองลงมาคือ เดินทางมากับกลุ่มเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 38.30 และกลุ่มผสมระหว่างเพื่อนและครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 11.70 ตามลำดับ



ภาพที่ 5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาร่วมเป็นกลุ่มครอบครัว

ในขณะที่จำนวนกลุ่มเดินทางส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1-5 คน คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมา คือ 6-10 คน คิดเป็นร้อยละ 37.10 และจำนวน 16-20 คนคิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำลาดประมาณ 0-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 59.10 รองลงมา คือ 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 34.50 และมากกว่า 5 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 6.10 นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 84.50 รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 11.20 และรถเช่า/รถตู้ คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาพักค้าง คิดเป็นร้อยละ 90.10 ส่วนที่พักค้าง คิดเป็นร้อยละ 9.9 กรณีพักค้างส่วนใหญ่จะพักค้างรีสอร์ตเอกชน คิดเป็นร้อยละ 61.30 รองลงมาคือบ้านญาติ บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 22.20 และบ้านพักส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16.70 จำนวนคืนที่พัก 1 คืนคิดเป็นร้อยละ 63.60 รองลงมา คือ 2 คืนและมากกว่า 3 คืนในสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็น ร้อยละ 18.20



จากการศึกษาประสบการณ์และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยประสบการณ์การมาเยือนจำนวนครั้งที่เคยมากิจกรรมที่ทำและประสบการณ์ที่ให้ ความสำคัญมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด คิดเป็นร้อยละ 71.70 เคยมาเยือน คิดเป็นร้อยละ 28.30 จำนวนครั้งที่เคยมาเยือนอยู่ ในช่วงระหว่าง 1-5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 78.64 รองลงมา คือ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.50 และ 11-15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.91 ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกตอบได้ทุกข้อส่วน ใหญ่ ได้แก่ กิจกรรมเล่นน้ำว่ายนํ้า คิดเป็นร้อยละ 74.80 รองลงมา คือ กิจกรรมชมวิว ทิวทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 68.70 และกิจกรรมถ่ายภาพร้อยละ 65.00 ตามลำดับ

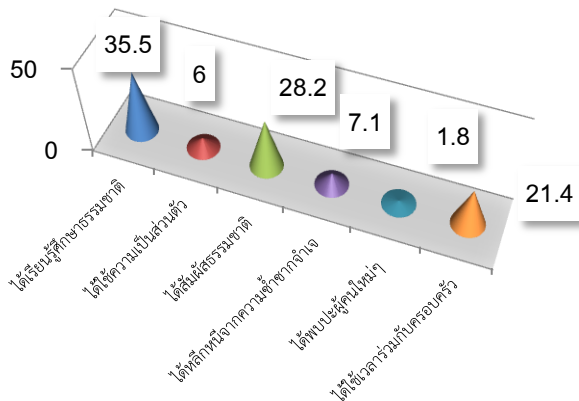


ภาพที่ 6 กิจกรรมเล่นน้ำว่ายนํ้าในพื้นที่ป่าต้นน้ำ



ภาพที่ 7 กิจกรรมพายเรือชมธรรมชาติป่าต้นน้ำ

ด้านประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ได้เรียนรู้ศึกษาธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมา คือ ได้สัมผัสธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 28.20 และได้ใช้เวลาพักผ่อนร่วมกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 21.40 ตามลำดับ ดังภาพที่ 8



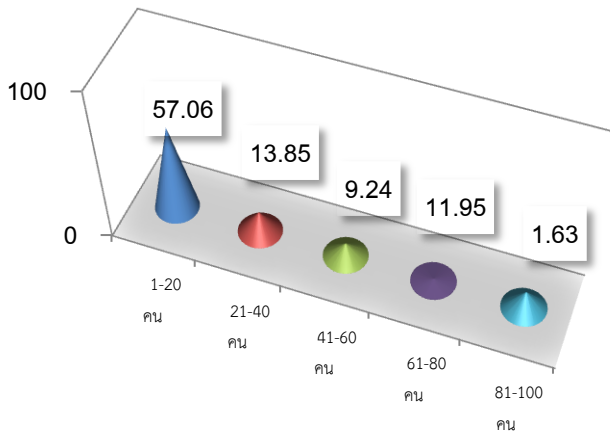
ภาพที่ 8 ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ

### ผลการศึกษาระดับความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด

จากผลการศึกษาด้านผลกระทบทางจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดจำแนกตามตัวชี้วัด 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลกระทบทางจิตวิทยา ด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว และด้านความต้องการกลับมาเยือนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวบ้านน้ำราด ดังนี้

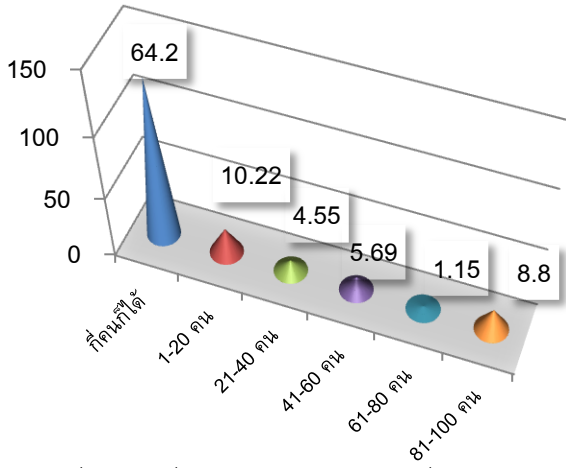
**ด้านผลกระทบทางจิตวิทยา** ประกอบด้วย จำนวนที่นักท่องเที่ยวพบเห็น ในขณะที่ประกอบกิจกรรมจริง จำนวนที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีในบริเวณที่ประกอบกิจกรรม และจำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็นมากหรือน้อยกว่าที่คาดหวัง

จำนวนที่นักท่องเที่ยวพบเห็นในขณะประกอบกิจกรรมจริง นักท่องเที่ยวพบเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นในขณะประกอบกิจกรรมจำนวน 1-20 คนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.06 รองลงมา 21-40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.85 และจำนวน 81-100 คน คิดเป็นร้อยละ 11.95 ตามลำดับดังภาพที่ 9



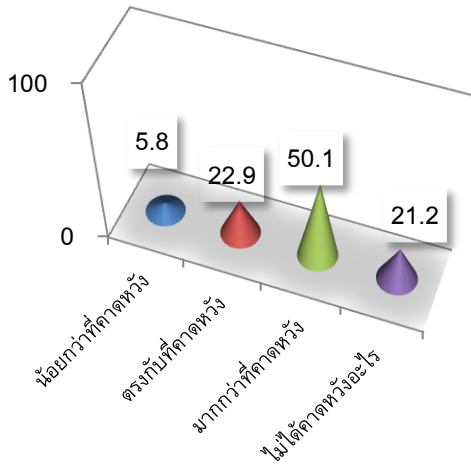
ภาพที่ 9 จำนวนที่นักท่องเที่ยวพบเห็นในขณะประกอบกิจกรรมจริง

ในขณะที่นักท่องเที่ยวประกอบกิจกรรมในพื้นที่ป่าต้นน้ำน้ำราด จำนวนที่นักท่องเที่ยวยอมรับได้ เป็นจำนวนกี่คนก็ได้ ไม่เป็นปัญหาสำหรับการประกอบกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 64.20 รองลงมา คือ ต้องการให้มีนักท่องเที่ยวจำนวน 1-20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.22 และ 81-100 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 ตามลำดับ



ภาพที่ 10 จำนวนที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีในบริเวณที่ประกอบกิจกรรม

จำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็นมากหรือน้อยกว่าที่คาดหวัง พบว่า นักท่องเที่ยวพบเห็นนักท่องเที่ยวอื่นมากกว่าที่คาดหวังไว้ คิดเป็นร้อยละ 50.10 รองลงมา คือ ตรงกับที่คาดหวังไว้ คิดเป็นร้อยละ 22.90 ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับไม่ได้คาดหวังไว้ คิดเป็นร้อยละ 21.20 ตามลำดับ



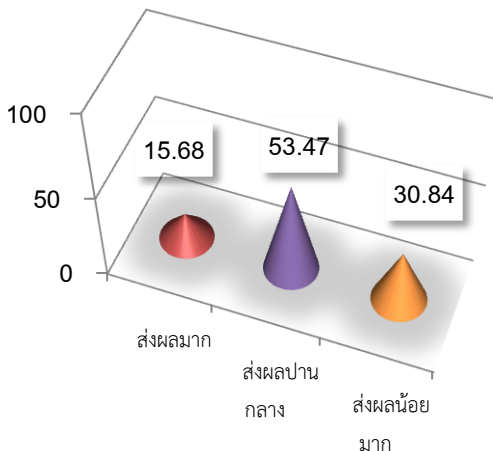
ภาพที่ 11 จำนวนและร้อยละจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็นมากหรือน้อยกว่าที่คาดหวัง

ด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นอุปสรรคและส่งผลเสียต่อประสบการณ์ความรู้สึกแออัดต่อแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว ความรู้สึกปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินความรู้สึกต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอื่นๆ ความรู้สึกต่อสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อจำนวนนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ตามตารางที่ 4

#### ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสามารถด้านจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวต้นน้ำบ้านน้ำราด

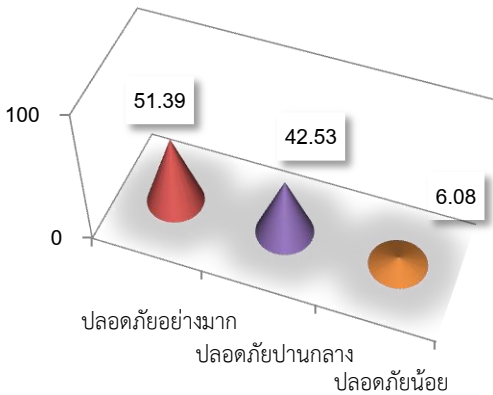
| ปัจจัย   | ค่าเฉลี่ย (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) | ระดับ   |
|--|----------------------------------|---------|
| จำนวนนักท่องเที่ยวส่งผลต่ออุปสรรคหรือผลเสียต่อประสบการณ์ | 4.45 (0.109)                     | ปานกลาง |
| ระดับความรู้สึกแออัด                                     | 4.93 (0.122)                     | ปานกลาง |
| ความพึงพอใจต่อกฎระเบียบ                                  | 6.85 (0.097)                     | ปานกลาง |
| ความรู้สึกลอดภัยต่อทรัพย์สิน                             | 6.39 (0.092)                     | ปานกลาง |
| ความต้องการกลับมาเยือนซ้ำ                                | 6.92 (0.097)                     | ปานกลาง |
| ความพึงพอใจโดยรวม  | 6.84 (0.085)                     | ปานกลาง |

ด้านจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นอุปสรรคและส่งผลเสียต่อประสบการณ์ พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่ออุปสรรคและผลเสียต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 53.47 รองลงมาคือส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 30.84 และส่งผลกระทบมาก คิดเป็นร้อยละ 15.68 ตามลำดับ



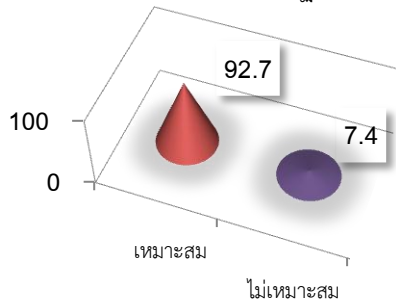
ภาพที่ 12 ความรู้สึกพึงพอใจต่อกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว

ความรู้สึกปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน พบว่า นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยอย่างมาก คิดเป็นร้อยละ 51.39 รองลงมาคือรู้สึกปลอดภัยปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 42.53 และรู้สึกปลอดภัยน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.08



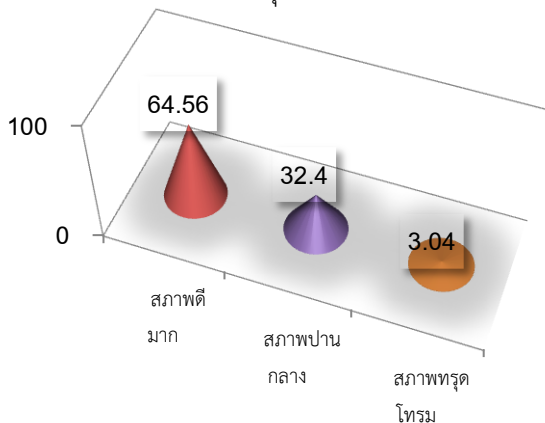
ภาพที่ 13 ความรู้สึกปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ความรู้สึกต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอื่น ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่ นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ในบริเวณที่ประกอบกิจกรรมมีพฤติกรรมที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 92.7 และเห็นว่า มีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมเพียงร้อยละ 7.40 โดยพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่อง ความมีน้ำใจในการใช้พื้นที่ส่วนรวมร่วมกัน นักท่องเที่ยวบางกลุ่มส่งเสียงดังมากเกินไป บางคนไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ



ภาพที่ 14 จำนวนและร้อยละจำแนกความรู้สึกต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอื่น ๆ

ความรู้สึกต่อสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่ามีสภาพแวดล้อมที่ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 64.56 รองลงมา คือ สภาพแวดล้อมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 32.40 และสภาพแวดล้อมทรุดโทรมคิดเป็นร้อยละ 3.04



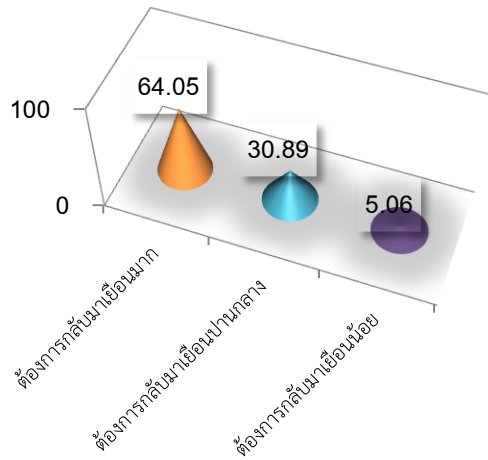
ภาพที่ 15 ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว

ด้านความต้องการกลับมาเยือนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ประกอบด้วย ความต้องการกลับมาเยือน และ ความพึงพอใจต่อการมาเยือน

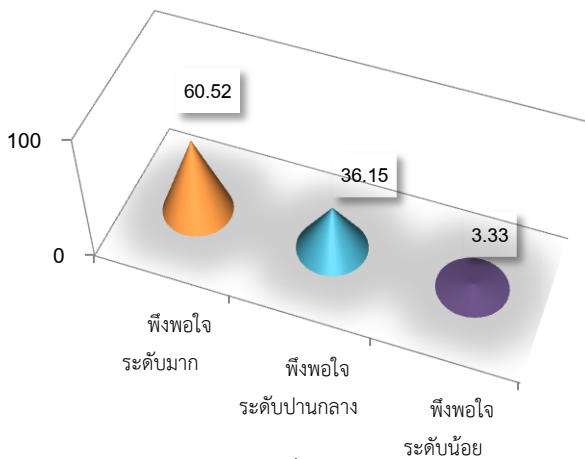
ผลจากการศึกษาความต้องการกลับมาเยือนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวบ้านน้ำราด พบว่าส่วนใหญ่ต้องการกลับมาเยือนซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 64.05 รองลงมาคือ ต้องการกลับมาเยือนในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 30.89 และมีความต้องการกลับมาเยือนน้อย เพียงร้อยละ 5.06 ตามลำดับดังภาพ 16 ด้านความพึงพอใจต่อการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.52 รองลงมา คือ พึงพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.15 และส่วนน้อยที่รู้สึกพึงพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ ดังภาพ 17



ขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยา



ภาพที่ 16 ความต้องการกลับมาเยือน



ภาพที่ 17 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษา พบว่า **ขีดความสามารถในการรองรับทางด้านจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด** เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ระดับผลกระทบและขีดความสามารถรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยา พบว่า มีค่าการรับรู้ความรู้สึกแออัดเฉลี่ย 4.93 อยู่ในระดับปานกลาง ยังไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับและไม่มีผลกระทบทางจิตวิทยา ดังตารางที่ 5

**ตารางที่ 5** ผลการการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการรองรับทางด้านจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด

| จุดท่องเที่ยว       | การรับรู้ความรู้สึกแออัดเฉลี่ย | ผลการวิเคราะห์  |
|---------------------|--------------------------------|---|
| ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด | 4.93                           | Approaching Carrying Capacity                             |
| เฉลี่ยรวม           | 4.93                           | ไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับและไม่มีผลกระทบทางจิตวิทยา |

### บทสรุปและการอภิปรายผล

จากการศึกษา พบว่า ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ประโยชน์มากที่สุดช่วงเวลา 10.01 – 16.00 น. โดยนักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และค่อยๆ ลดลงในเวลาตอนเย็น ผู้นำชุมชนหรือนักบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ ควรสำรวจผลกระทบทั้งด้านระบบนิเวศ พื้นที่ หรือการบริการ จากจำนวนนักท่องเที่ยวช่วงที่แออัดมากที่สุดเพื่อหาแนวทางในการบริหารจัดการที่เหมาะสมให้กับพื้นที่ ในการลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในบางช่วงเวลา สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีอยู่ในการสร้างแจ้งหรือการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อประกอบการพิจารณาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น หรือการทำงานร่วมกับนักวิจัยพัฒนา

เครื่องมือหรือเทคโนโลยีในการสื่อสารระดับความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวสื่อสารให้นักท่องเที่ยวที่กำลังจะเดินทางมา

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานะเป็นนักเรียน นักศึกษา กิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวทำ คือ กิจกรรมเล่นน้ำ ว่ายน้ำ ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ได้เรียนรู้ศึกษาธรรมชาติ ผู้นำชุมชนหรือนักบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำจึงควรอนุรักษ์ความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของระบบนิเวศในแหล่งธรรมชาติในพื้นที่ จัดเพิ่มพื้นที่หรือทางเดินธรรมชาติพร้อมป้ายสื่อความหมายเพื่อศึกษาพันธุ์พืชและธรรมชาติ จัดให้มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องระบบนิเวศและการอนุรักษ์ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมเพิ่มโอกาสในการสร้างจิตสำนึกในการรักษาอนุรักษ์ เห็นคุณค่าและความสำคัญของธรรมชาติ ลดผลกระทบที่อาจเกิดจากการทำกิจกรรมเล่นน้ำ ว่ายน้ำ หรือพายเรือในพื้นที่ โดยสามารถทำงานร่วมกับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านระบบนิเวศวิทยานักวิจัยหรือผู้รู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าหน้าที่กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช หรือนักวิชาการ นักวิจัยด้านนิเวศวิทยา ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดเป็นจุดหมายปลายทางหลักในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่บ้านน้ำราด ดังนั้นผู้นำชุมชนหรือผู้นำท้องถิ่น ควรกำหนดแผนพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวโดยการบูรณาการการทำงานกับภาคท้องถิ่นที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น แผนด้านการเงิน ด้านบุคลากร ด้านการบริหารพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การจัดการความปลอดภัย การบริหารจัดการด้านการตลาด ตลอดจนแผนการจัดการนักท่องเที่ยวของพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ

จากผลการศึกษาด้านผลกระทบทางจิตวิทยา ด้านจำนวนที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีในบริเวณที่ประกอบกิจกรรม พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวขณะที่ตนเองประกอบกิจกรรมอยู่เป็นจำนวนที่คนก็ได้ไม่เป็นปัญหาสำหรับการประกอบกิจกรรม ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่เน้นกิจกรรม เล่นน้ำ ว่ายน้ำ การเดินทางมักเป็นหมู่คณะ ยอมรับการใช้พื้นที่ร่วมกับคนจำนวนมากได้ อย่างไรก็ตามนอกเหนือจากศักยภาพในด้าน การรองรับด้านความจิตวิทยาความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่รับได้กับจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวนมาก ผู้นำชุมชนหรือนักบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำ ควรพิจารณา ผลกระทบด้านอื่น ๆ ควบคู่ไปด้วยไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติสิ่งแวดล้อม หรือการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพจากการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ผลกระทบ ด้านลบต่อพื้นที่ ชุมชน หรือสังคมรายรอบ ปัจจัยอื่น ๆ ควรนำมาใช้ในการพิจารณา ศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

ด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่พบเห็นมากหรือน้อยกว่าที่คาดหวัง ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวพบเห็นนักท่องเที่ยวอื่นมากกว่าที่คาดหวังไว้ แม้ว่านักท่องเที่ยวมี ความคิดเห็นว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้มีนักท่องเที่ยวขณะที่ตนเองประกอบ กิจกรรมอยู่ เป็นจำนวนกี่คนก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีในพื้นที่มี มากกว่าที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ ผู้นำชุมชนหรือนักบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดควรนำประเด็นนี้มาพิจารณาข้อดีข้อเสียกับพื้นที่เพื่อบริหารจัดการ เนื่องจากอาจจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจระยะยาว ด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ด้านจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นอุปสรรคและส่งผลเสียต่อประสบการณ์ พบว่า จำนวน นักท่องเที่ยวในพื้นที่ส่งผลกระทบต่ออุปสรรคและผลเสียต่อประสบการณ์ของ นักท่องเที่ยว และผลการศึกษารับรู้ความรู้สึกแออัดเฉลี่ย 4.93 อยู่ในระดับปานกลาง ยังไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับและไม่มีผลกระทบทางจิตวิทยา อย่างไรก็ตาม ผู้นำชุมชนหรือนักบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำจำเป็นต้องพิจารณาควบคุม บริหารจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ ไม่ให้สูงไปกว่าปัจจุบัน เพราะหากนักท่องเที่ยว มีจำนวนมากขึ้นกว่านี้อาจส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวพึงจะได้รับจาก การมาท่องเที่ยวในพื้นที่และกระทบต่อความพึงพอใจในภาพรวม

จากผลการศึกษาความรู้สึกปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินพบว่า นักท่องเที่ยว รู้สึกปลอดภัยอย่างมาก ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะผู้นำชุมชนหรือนักบริหารจัดการพื้นที่แหล่ง

ท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราดให้ความสำคัญกับการจัดการขยะและความปลอดภัยในพื้นที่ที่มีการกำหนดกฎระเบียบด้านการใช้พื้นที่อย่างเข้มงวด อย่างไรก็ตามภายใต้การดูแลความปลอดภัยที่เข้มงวดดังกล่าวจำเป็นต้องบริหารจัดการบุคลากรที่ดูแลบริการ จากข้อร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวในด้านการบริการ การพัฒนาบุคลากร จิตวิทยาการบริการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องนำมาพิจารณา โดยผู้นำชุมชนจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรทั้งในด้านบุคลิกภาพ การบริการ และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับนักท่องเที่ยว ลดข้อร้องเรียนด้านการบริการที่เกิดขึ้นในพื้นที่

### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวในด้านจิตวิทยาของแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด ตำบลบ้านท่าเียนบ จังหวัดสุราษฎร์ธานีเพียงเท่านั้น สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปเห็นควรศึกษาวิจัยขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในด้านด้านชีววิทยา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านกายภาพ ด้านสังคมวัฒนธรรม ด้านการจัดการ และด้านเศรษฐกิจ

### กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยาแหล่งท่องเที่ยวป่าต้นน้ำบ้านน้ำราด เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการผลกระทบจากการท่องเที่ยว โดยใช้ขีดความสามารถในการรองรับป่าต้นน้ำชุมชนบ้านน้ำราด ตำบลบ้านท่าเียนบ อำเภอคีรีรัฐนิคม จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี (กลุ่มเรื่องนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาพื้นที่ 2560 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย- มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี) นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังได้รับความร่วมมือจากองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านท่าเียนบ และ ผู้นำของชุมชน นายสุจิน นาคบำรุง กำนันตำบลบ้านท่าเียนบเป็นอย่างดี จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560*. [http://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7114](http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114).
- คณะวนศาสตร์. (2549). *การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่*. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จตุรงค์ คงแก้ว ภูวดล บุตรรัตน์ นิพนธ์ พงศ์สุวรรณ และพงศ์ธีระ บัวเพชร. (2556). ขีดความสามารถในการรองรับและมาตรการการจัดการท่องเที่ยวแนวปะการังน้ำตื้นเกาะไข่นอก จังหวัดพังงา. *วารสารสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ*, 11(1), 70-87.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดรรรชนี เอมพันธุ์. (2546). *เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์* [เอกสารไม่ได้ตีพิมพ์]. ภาควิชาอนุรักษวิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นภวรรณ ฐานะกาญจน์. (2542). *การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการใช้ประโยชน์พื้นที่อุทยานแห่งชาติ* [เอกสารไม่ได้ตีพิมพ์]. ภาควิชาอนุรักษวิทยา คณะวนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นราวดี บัวขวัญ และคณะ. (2559). *ขีดความสามารถในการรองรับของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (สตูล สงขลา ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส)*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- บรรลือศักดิ์ วงษ์ภักดี. (2552). ขีดความสามารถในการรองรับการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการของอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง. *Environment and Natural Resources Journal*, 7(1), 94 - 109 .

- เบญจมาศ ณ ทองแก้ว. (2557). ขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) การท่องเที่ยวโดยชุมชนของเกาะพิทักษ์ จังหวัดชุมพร ระยะที่ 2. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 6(4), 79-93.
- มยุรี นาสา (2554). ขีดความสามารถด้านจิตวิทยาในการรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวบริเวณชายหาดของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา. ใน *การประชุมวิชาการ ม.อ.ภูเก็ตวิจัย ครั้งที่ 4 : สหวิทยาการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน*. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต.
- สุวิมล ติรภานนท์. (2550). *การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แนวทางสู่การปฏิบัติ*. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, marketshare, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66.
- Ahmed, I., Shankat, M. Z., Nawaz, M. M., Ahmed, N., & Usman, A. (2011). Determinants of the satisfaction and repurchase intentions of users of short messenger services (SMAS): A study in the telecom sector of pakistan. *International Journal of Management*, 28(3part1), 763-772.
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991a). A longitudinal analysis of the impact of service changes on customer attitudes. *Journal of Marketing*, 55, 1-9.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioural intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.

- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing, 37*(11/12), 1762 – 1800.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management analysis, planning, implementation, and control (8th ed.)*. Prentice-Hall.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGrawHill.
- Shelby, B. and Thomas, A.H. (1986). *Carrying Capacity in Recreation Settings*. Oregon State University.
- Vroom, W. H. (1964). *Working and motivation*. John Wiley & Sons.
- Wagar, J.A. (1964). The Carrying Capacity of Wildlands for Recreation. *Forest Science Monographs, 7*, 1-23.
- Westbrook, R. A. (1980). Intrapersonal affective influences on consumer satisfaction with products. *Journal of Consumer Research, 7*, 49-54.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis, 2nd Edition*. Harper and Row.
- Zeithmal, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing, 60* (2), 31-46.

### บุคลากรกรม

สุจินต์ นาคบำรุง (ผู้ให้สัมภาษณ์). ศันสนีย์ วงศ์สวัสดิ์ และคณะ (ผู้สัมภาษณ์) ที่ ป่าต้นน้ำ บ้านน้ำลาด ตำบลบ้านท่าเียนบ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2560.