

การวิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและภาพลักษณ์ การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตาก ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจังหวัดตาก

The comparative analysis of natural attraction image and cultural attraction image of
Tak province from the opinions of Tak province tourists

อัชฌลธิ์ อังกินันธน^{1*}, ประสิทธิ์ อังกินันธน², อัชฌพร อังกินันธน³

Atchasi Ankinandana,^{1*} Prasit Ankinandana,² Atcharporn Ankinandana³

^{1,2,3}นักวิชาการอิสระ

^{1,2,3}Independent Scholar

*Corresponding Author E-mail : Atchasi@gmail.com

วันที่รับบทความ 9 สิงหาคม 2568

วันแก้ไขบทความ 11 มีนาคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ 18 เมษายน 2569

บทคัดย่อ(Abstract)

การวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดตากตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตาก 2) ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตาก 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตากต่อภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดตาก 4) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตากต่อภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตาก การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 26-35 ปีมีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 29,000 บาท สถานภาพโสด เคยเดินทางมาจังหวัดตากกับครอบครัวและรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้ภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสูงกว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X}$ =4.06) สูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ ($\bar{X}$ =4.05) ส่วนนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X}$ =4.20) สูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ =4.12) และนักท่องเที่ยวชาวไทย

ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพและช่องทางการรับรู้ข่าวสารที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดตากต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ และช่องทางการรับรู้ข่าวสารที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5 โดยผลการศึกษารั้งนี้ใช้เป็นแนวทางต่อยอดและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ (Keywords) : ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, นักท่องเที่ยวชาวไทย, จังหวัดตาก

Abstract

This research presents a comparative analysis between the natural tourism image and the cultural tourism image of Tak Province, as perceived by Thai tourists. The objectives of this study were: 1) to examine the natural tourism image of Tak Province; 2) to examine the natural tourism image and the cultural tourism image of Tak Province; 3) to compare the influence of tourists' personal factors on the perceived natural tourism image; and 4) to compare the influence of tourists' personal factors on the perceived cultural tourism image. This study employed a quantitative survey research design. Data were collected via questionnaires from Thai tourists aged 20 years and older using a convenience sampling method. The data analysis revealed that the majority of respondents were single females, aged between 26–35 years, holding a bachelor's degree, employed in the private sector, with an average monthly income of 20,000–29,000 Baht. Most had previously visited Tak Province with their families and received travel information through social media. The results indicated a significant difference in tourists' perceptions between the natural and cultural tourism images of Tak Province, with the perception of the cultural tourism image being higher than that of the natural tourism image. Regarding the natural tourism image, the highest-rated factors were attractions and accommodation (equal mean = 4.06), followed by the quality of services provided (mean = 4.05). For the cultural tourism image, attractions received the highest rating (mean = 4.20), followed by tourism activities (mean = 4.12). Furthermore, the study found that Thai tourists with different demographic characteristics—specifically gender, age, marital status, and information channels—perceived the natural tourism image of Tak Province differently. Meanwhile, tourists with different marital status and information channels showed significant differences in their perceptions of the cultural tourism image at a statistical significance level of 0.05. These findings serve as a guideline for enhancing and promoting the

public relations of Tak's natural and cultural tourism images to effectively reach specific target demographic groups.

Keywords : Nature-based tourism image, Cultural tourism image, Tak Province, Thai tourists

บทนำ (Introduction)

เนื่องจากสภาพภูมิประเทศและสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกัน จึงส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวและมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยแหล่งท่องเที่ยวจะมีทั้งประเภททรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ นันทนาการหรือแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะร่วมกัน (กาญจนา สุคันธสิริกุล , 2560) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักให้ประเทศไทยมาอย่างยาวนาน มีชื่อเสียงติดในระดับโลก ทั้งในด้านความสวยงามทางเลือกของสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ดึงดูด และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม แม้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะนำมา ซึ่งการสร้างรายได้และมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แต่ย่อมส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น หากไม่มีการบริหารจัดการที่ดี จึงได้เกิดมีแนวความคิดในการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องสามารถความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น เป็นการตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคมและความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะเดียวกันจะต้องรักษาและอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศไว้ให้คนรุ่นหลังด้วยการดำเนินการท่องเที่ยว โดยเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและทรัพยากร ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมน้อยที่สุด และจะต้องเกิดการกระจายรายได้และการจ้างงานของคนในชุมชนท้องถิ่นด้วย ให้มีความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน รักษาวัฒนธรรม ระบบนิเวศ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นนั้นโดยเกิดผลกระทบน้อยที่สุดเพื่อที่จะใช้ประโยชน์ได้ในระยะยาว เป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งสร้างพลังให้ชุมชน โดยให้อำนาจแก่ชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้บริหารจัดการ การดำเนินงานนำเสนอประเพณีท้องถิ่น วิถีชีวิต อนุรักษ์ ทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม และส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมและเป็นประโยชน์ร่วมกัน เป็นการให้บริการสินค้าและบริการให้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือน การอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดี จำเป็นต้องสร้างความน่าเชื่อถือ การจดจำคาดหวัง และมีภาพลักษณ์ที่ดีที่ส่งผลต่อความประทับใจ และความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว (วิไลวรรณ สว่างแก้ว, 2561) และดังที่ (ฤดี หลิมไพโรจน์, 2559) กล่าวว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว นั้น

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์ นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เน้นการท่องเที่ยวที่เคารพ ธรรมชาติและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ช่วยรักษาและเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ประวัติศาสตร์และประเพณีของชุมชน การกระจายรายได้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทที่

ทางไกล เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ และกระจายรายได้ จังหวัดตากมีการจัดการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ เน้นการท่องเที่ยว เชิงธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สอดคล้องส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมและเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน พื้นที่สำคัญที่จัด การท่องเที่ยวในจังหวัดตาก ได้แก่ อำเภอแม่สอด เป็นพื้นที่ชายแดนที่มีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการค้าชายแดน ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้และรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภออุ้มผาง มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตกทีลอซู มี การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่เคารพธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเมืองตาก มีการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น วัดพระบรมธาตุ และมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับชุมชนท้องถิ่น มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมเช่นอุทยานแห่งชาติตากสินมหาราช มีการส่งเสริม การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2558) นับเป็น การท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดย ชุมชนอย่างสร้างสรรค์ และเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนก่อให้เกิดการเรียนรู้และเกิดความ ยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจที่ดีที่จะส่งผลต่อการเลือกการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยว ทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตาก โดยการวิจัยครั้งนี้สามารถนำผลการศึกษาไป ใช้เป็นแนวทางต่อยอดและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวในจังหวัด ตาก เพื่อสร้างการรับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดตากได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและสนองต่อความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งยังอาจเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวอีก ต่อไปในอนาคต

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบความโดดเด่นระหว่างการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคิดเห็นระหว่างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว เชิงธรรมชาติและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวใน จังหวัดตากโดยมีความมุ่งหมายของการวิจัยดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การ ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดตากต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากต่างกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย(Research Objectives)

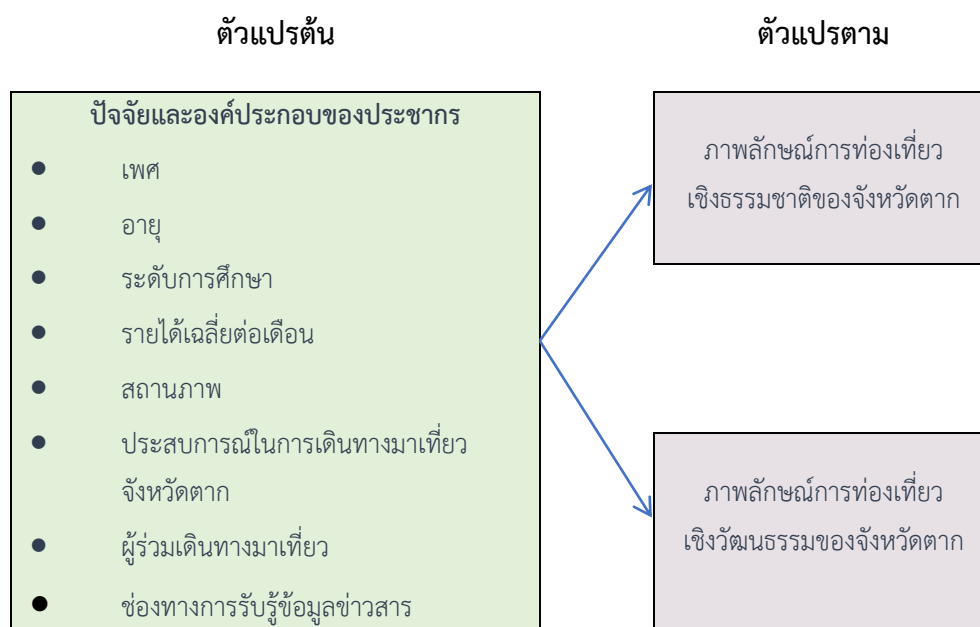
1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดตากตามความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวในจังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด ตากตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตาก

3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตากต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดตาก

4. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตากต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตาก

กรอบแนวคิดในการวิจัย (ถ้ามี)

จากการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Based Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม(Cultural Based Tourism) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดตาก ผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยไว้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ คือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดตาก จำนวน 400 คน ใช้วิธีคำนวณเพื่อหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง(Sample Size) โดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ยามาเน่ (Yamane,1967) รวมกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตาก ตาม ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตาก โดยมีรายละเอียดเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์การมาเที่ยวจังหวัดตาก ผู้ร่วมเดินทาง และช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-end Question) โดยเลือกคำตอบแบบคำตอบเดียว (Multiple Choice Questions)

2.2 ข้อมูลการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดตากของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตากที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดตากใน 2 ลักษณะได้แก่ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตาก เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของ Liker (นงลักษณ์ วิรัชย์, 2553) เพื่อวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์สำหรับวัดระดับความคิดเห็น โดยนำค่าเฉลี่ย (Mean) ของคะแนนเป็นตัวชี้วัด กำหนดเกณฑ์ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2553)

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21-5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41-4.20	เห็นด้วยมาก
2.61-3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81-2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00-1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การตรวจสอบเครื่องมือ นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหา และดำเนินการตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจริงจำนวน 30 คนเพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha) ของครอนบาค (Cronbach)(Cronbach's\alpha Coefficient, 1990 : 202-204) โดยใช้เกณฑ์มากกว่า 0.80

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูลและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิจัยทั้ง 4 ระยะ มีดังนี้

การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดตากตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตาก

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีสัญชาติไทยอายุ 20 ปีขึ้นไปที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดตากและไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดตากจำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ และช่องทางการรับรู้ข่าวสารที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดตากต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ และช่องทางการรับรู้ข่าวสารที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมาเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 31.50 อายุระหว่าง 26-35 ปีมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมาอายุระหว่าง 36-40 ปีมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.25 และอายุระหว่าง 41-45 ปีมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.00 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 24.50 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 12.50 อาชีพพนักงานเอกชนจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมาได้แก่นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.75 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 13.50 และเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 11.25 รายได้เฉลี่ยเดือนละ 20,000 – 29,000 บาทมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมารายได้เฉลี่ยเดือนละ 10,000 – 19,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.25 และรายได้เฉลี่ยเดือนละ 40,000 – 49,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.25 สภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 25.50 และสถานภาพอยู่ร้าง คิดเป็นร้อยละ 9.50 การเดินทางกับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาคือ การเดินทางร่วมกับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และการเดินทางคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 7.25 ช่องทาง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมา คือ สังคมเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 21.75 และโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 16.25

การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตาก

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสูงกว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X}=4.06$) สูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ ($\bar{X}=4.05$) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.96$) ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=3.87$) ด้านอื่นๆ ($\bar{X}=3.87$) และด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.48$)

ส่วนนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X}=4.20$) สูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.12$) ด้านบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ ($\bar{X}=4.08$) ด้านที่พัก ($\bar{X}=4.06$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=4.06$) ด้านอื่นๆ ($\bar{X}=4.00$) และด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.99$)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยว เชิงธรรมชาติ กับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดตากตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ของจังหวัดตาก	การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ			การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความเห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความเห็น
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.06	.856	มาก	4.20	.749	มาก
2. ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว	3.48	.808	มาก	3.99	.787	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.87	.754	มาก	4.06	.773	มาก
4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.96	.806	มาก	4.12	.728	มาก
5. ด้านที่พัก	4.06	.819	มาก	4.06	.720	มาก
6. ด้านบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ	4.05	.809	มาก	4.08	.727	มาก
7. ด้านอื่นๆ	3.87	.911	มาก	4.00	.838	มาก
รวม	4.06	.819	มาก	4.07	.753	มาก

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตากต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว
เชิงธรรมชาติของจังหวัดตาก

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตากต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านที่พักสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ด้านอื่นๆ และด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตากต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่าสูงกว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในทุกด้าน ยกเว้นด้านที่พัก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตากต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตาก

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตากต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากด้านสิ่งดึงดูดใจ สูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก ด้านอื่นๆ ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากสูงกว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในทุกด้าน ยกเว้นด้านที่พัก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

บทสรุป

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษา ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก โดยมุ่งเน้นไปที่ 2 มิติหลัก คือ มิติด้านธรรมชาติ และ มิติด้านวัฒนธรรม โดยมีรายละเอียดสำคัญดังนี้

วัตถุประสงค์หลัก เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทั้ง 2 ด้านเพื่อเปรียบเทียบว่า "ปัจจัยส่วนบุคคล" (เช่น เพศ อายุ อาชีพ ฯลฯ) ส่งผลต่อมุมมองด้านภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไร กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตาก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย (Research Suggestions)

ผู้วิจัยได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในเชิงปฏิบัติและเชิงวิชาการ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ (Practical Implications) การตลาดและการประชาสัมพันธ์ ใช้ข้อมูลที่ได้ไปวางแผนโปรโมทการท่องเที่ยวจังหวัดตากให้ "ตรงจุด" โดยเฉพาะการเลือกสื่อหรือเนื้อหาให้เหมาะสมกับลักษณะประชากร (Demographics) ของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม การวางกลยุทธ์การตลาดให้ใช้ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ทั้งสองด้านมาเป็นแนวทางในการช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น หรือเพื่อสร้างจุดขายที่ชัดเจนให้กับจังหวัด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต (Future Research) ขยายกลุ่มเป้าหมาย (Non-visitors) ควรศึกษาความคาดหวังหรือภาพลักษณ์ในสายตาของคนที่ยังไม่เคยไป จังหวัดตาก เพื่อหาวิธีดึงดูดนักท่องเที่ยวหน้าใหม่ ขยายกลุ่มเป้าหมาย (Foreigners) ควรศึกษาความคิดเห็นของ "นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ" เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับชาวไทย และนำไปสู่การพัฒนาระดับมาตรฐานการบริการที่ตอบโจทย์สากล ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม งานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับ "การรับรู้" (Perception) เป็นหลัก ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างแบรนด์จังหวัด (City Branding) ให้แข็งแกร่ง

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวิจัยเปรียบเทียบภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดตากตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย อันจะส่งผลต่อกาตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตากและเป็นฐานข้อมูลที่จะเผยแพร่สู่หน่วยงานและบุคคลในการจัดการการท่องเที่ยว เป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวในอนาคต จากผลการวิจัยภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสูงกว่าภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา ตรีสวัสดิ์ (2561)

ศึกษาการศึกษาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นึกถึงจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวคืออารยธรรมและวัฒนธรรมที่ยาวนานและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธรและ ฌภัทร ทิพย์ศรี(2559) ได้ศึกษาเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของถนนนครเดินจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดได้ และด้านศิลปะวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวถนนคนเดินอย่างยั่งยืน

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านที่พักสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวนั้น สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ(Natural Attractions) ถือเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ สวยงาม แปลกตา มีผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติผลิตผลจากชุมชนและส่วนใหญ่มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา สุระ (2559) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จังหวัดมีศักยภาพ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในรูปแบบของการเกษตร การเยี่ยมชม ศึกษา เรียนรู้วิถีของเกษตรกร จัดแสดงจำหน่ายสินค้าเกษตร

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านสิ่งดึงดูดใจสูงสุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิตา ตรีสวัสดิ์ (2561) ศึกษาการศึกษาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีสภาพถนนที่ดีในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสากร บุญเลิศ(2556) วิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การที่มีเส้นทางเข้าถึงได้สะดวกส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรปราการ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยยังมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลายทำให้ได้รับองค์ความรู้และการให้คุณค่าทางสังคม ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (กระทรวงวัฒนธรรม, 2555)

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากสูงกว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในทุกด้านเนื่องจากจังหวัดตากมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่มีภูมิทัศน์งดงาม ศิลปกรรม วรรณคดี วิถีชีวิต แหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ประเพณีมีเอกลักษณ์ของตน

และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ และช่องทางการรับรู้ข่าวสารที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดตากต่างกัน นักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ และช่องทางการรับรู้ข่าวสารที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากต่างกันที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แคทรียา ปันทะนะ(2557) ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

การวิจัยการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ดังนี้

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการศึกษาครั้งนี้ใช้เป็นแนวทางต่อยอดและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตากให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผลการศึกษาเปรียบเทียบนี้ใช้เป็นข้อมูลและแนวทางการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวตามภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตาก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางไปเที่ยวจังหวัดตากแต่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดตาก ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปวางแผนการจัดการบริการการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กระทรวงวัฒนธรรม. (2555). ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. [http://www.Creative culture Thailand .com/detail page. php ? su b id= 3833](http://www.CreativecultureThailand.com/detail.php?su_b_id=3833)
- กาญจนา สุคันธสิริกุล. (2560). การพัฒนคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- กาญจนา สุระ. (2559). การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- แคทรียา ปันทะนะ. (2557). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2553). ชุดวิชา 21701 การวิจัยหลักสูตรและการเรียนการสอน หน่วยที่ 10 สถิติวิเคราะห์เชิงปริมาณ : สถิติบรรยายและสถิติพาราเมตริก
- นิศากร บุญเลิศ. (2556). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรปราการ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].

- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธรและ ณภัทร ทิพย์ศรี. (2559). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของถนนคนเดิน จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคม มหาวิทยาลัยธนบุรี*. 10 (21), 80-90.
- ฤดี หลิมไพโรจน์. (2559). อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำที่จังหวัดระนองศรีอยุธยา. *รายงานการประชุมวิชาการ และนำเสนอผลการวิจัยระดับชาติและนานาชาติ กลุ่มระดับชาติด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 6,448-460.
- วนิดา ตรีสวัสดิ์. (2561). *การรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต] มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- วิไลวรรณ สว่างแก้ว.(2561). *อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยว องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองพระองค์เจ้าไชยานุชิต อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ* [กรณีศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2558). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โคคู่น แอนด์ โค.
- Cronbach, Lee. J. (1990). *Essentials of psychological testing*. 5nd Ed. New York : Harper & Row.
- Yamane, T. (1967). *Statistics, an introductory analysis* (2nd Ed.). NewYork : Harper and Row.