

ปัจจัยที่มีอิทธิต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน  
จังหวัดนครนายก



การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

พฤษภาคม 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา



ปัจจัยที่มีอิทธิต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก



พชรพร ชำหรุ่น

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

พฤษภาคม 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

FACTORS INFLUENCING OF THAI TOURISTS BEHAVIOR IN ADVENTURE TOURISM IN  
NAKHON NAYOK PROVINCE



PATCHARAPORN KHUMROON

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment  
of the Requirements for the Master of Arts Degree  
in Tourism and Hotel Management

November 2021

Copyright 2021 by University of Phayao

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

ของ พชรพร ชำหรีน

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง  
(ดร. ผกามาศ ชัยรัตน์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง  
(รองศาสตราจารย์ ชวลีย์ ณ ถลาง)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา  
(ดร. ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชลธิดา เทพหินลับ)



<b>เรื่อง:</b>	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก
<b>ผู้ศึกษาค้นคว้า:</b>	พชรพร ขำหรั่ง, การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง: ศศ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2564
<b>อาจารย์ที่ปรึกษา:</b>	รองศาสตราจารย์ ชวลีชัย ฌ ถलग
<b>คำสำคัญ:</b>	การท่องเที่ยวผจญภัย, ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว, จังหวัดนครนายก

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก 2) เพื่อสำรวจแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก 4) เพื่อประเมินปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก 5) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติ การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Chi-square test T-test One-way Anova or F-test และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe ที่ค่าระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ เคยมาเที่ยวนครนายกครั้งละ 1-2 วัน เดินทางกับเพื่อน 1-3 คน ในช่วงวันหยุดเสาร์ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง น้อยกว่า 3,000 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อความสนุกสนานและบันเทิง เลือกทำกิจกรรมที่โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า และทำกิจกรรมการล่องแก่ง/พายเรือคายัค 2) ด้านแรงจูงใจ (2.1) ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีที่พัก และร้านอาหารที่เพียงพอ และสะอาด ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานที่สะดวกสบาย เหมาะแก่การท่องเที่ยว และ (2.2) ปัจจัยผลึกที่ส่งผลให้มีการเดินทางท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด คือ เพื่อความสนุกสนาน และบันเทิง 3) องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ 5) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย คือ (5.1) ปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทาง ทั้งปัจจัยดึงดูด และปัจจัยผลึก (5.2) ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พัก ด้านกิจกรรม ส่วนองค์ประกอบที่มีอิทธิพลน้อยได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านเส้นทางคมนาคม และ (5.3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านที่มีอิทธิพลน้อยต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการขาย และด้านราคา



**Title:** FACTORS INFLUENCING OF THAI TOURISTS BEHAVIOR IN ADVENTURE TOURISM IN NAKHON NAYOK PROVINCE

**Author:** Patcharaporn Khumroon, Independent Study: M.A. (Tourism and Hotel Management), University of Phayao, 2021

**Advisor:** Associate Professor Chawalee Na thalang

**Keywords:** Adventure Tourism, Factor influencing tourist behavior, Nakhon Nayok Province

### ABSTRACT

The purposes of the research were 1) To study the behavior of Thai tourists who took the adventure tourism in Nakhon Nayok province. 2) To survey the motivation of a sampling group. 3) To analyze the component of tourist sites which influencing of Thai tourists behavior in researched area. 4) To evaluate the Marketing Mix factor which influencing of Thai tourists behavior in Adventure tourism in Nakhon Nayok province 5) To analyze the influencing factor of Thai tourists behavior in adventure tourism in Nakhon Nayok province. The study was a quantitative research with the sampling group of 400 Thai tourists who traveled to Nakhon Nayok province for adventurous activities. The data was collected via a close-ended questionnaire and analyzed via descriptive statistics: frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis was tested using inferential statistics, namely T-test and one-way ANOVA or F-test and for a pairwise comparison test was applied using Scheffe's method at level 0.05.

The results found that 1) Thai tourist mostly traveled for adventurous activities with their 1-3 friends per trip during weekend. The yearly trip frequency was 2 - 3 with trip duration 1-2 days per time. The average travel expenses were less than to 3,000. The purpose of the trip is for fun and entertainment and the most preferred site was Chulachomklao Royal Military Academy for white water rafting and kayaking. 2) The influencing motivation (2.1) Pull factors of adequately clean accommodation and restaurant, service standard and qualified infrastructure. (2.2) Push factors for purpose of travel is for fun and entertainment. 3) The influencing component of tourist sites were attraction, accommodation and tourism activities. 4) The 4 significant marketing mix factors were promotion, product, people and physical evidence. 5) The influencing factor of Thai tourists behavior in adventure tourism in Nakhon Nayok province (5.1) The influencing motivation both Pull factors and Push factors. (5.2) The active influencing component of tourist sites were attraction, accommodation and tourism activities and the non-active ones were .The components of tourists sites and the marketing mix tourists sites The most components of tourist sites as; Attraction, Accommodation, Activities. And the marketing mix tourist sites as; Promotion, Product, People and physical evidence. On the other hand, The less components of tourist sites as: Ancillary service, Amenities, Accessibilities. And the marketing tourist sites as place, process and price

## กิตติกรรมประกาศ

วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ ถลาง ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์เป็นที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ โดยให้การดูแลให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี และกราบขอบพระคุณ ดร.พกามาศ ชัยรัตน์ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์เป็นประธานกรรมการการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ และ ดร.ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร ในฐานะกรรมการจากบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้ช่วยให้คำแนะนำ เพื่อปรับงานวิจัยเล่มนี้ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอขอบคุณเพื่อนนิสิตสาขาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม รหัส 62 ที่ให้การช่วยเหลือ สนับสนุน พร้อมแนะนำด้วยดีเสมอมา เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่เห็นถึงความสำคัญของการศึกษาครั้งนี้ ตลอดจนสนับสนุน ส่งเสริมการศึกษา และให้กำลังใจเป็นอย่างดี

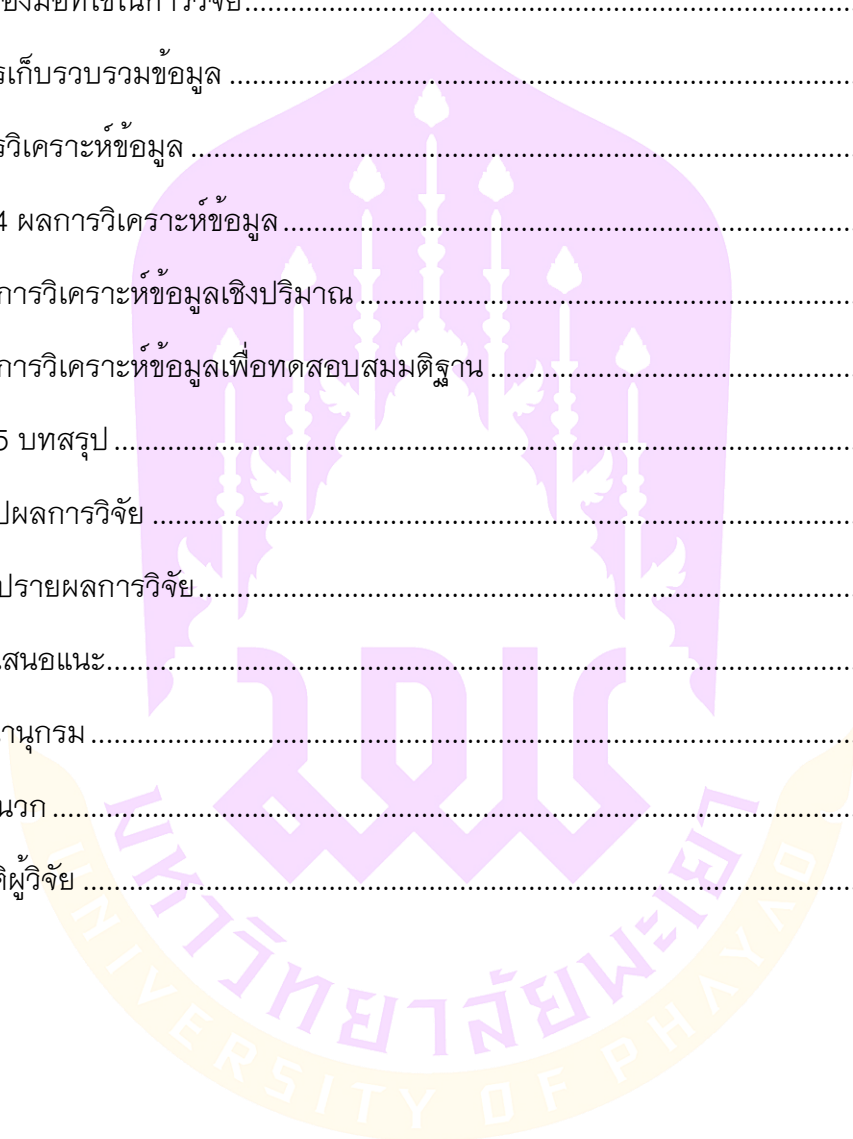
พชรพร ขำอรุณ



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ .....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	5
สมมติฐานของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย .....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวผจญภัย.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ .....	22
แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว .....	24
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว .....	33
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว .....	39
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's).....	43
ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนครนายก .....	54
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	58

กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	68
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	69
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	70
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	71
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	77
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	78
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ .....	80
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน .....	101
บทที่ 5 บทสรุป.....	207
สรุปผลการวิจัย .....	208
อภิปรายผลการวิจัย.....	218
ข้อเสนอแนะ.....	226
บรรณานุกรม .....	228
ภาคผนวก .....	235
ประวัติผู้วิจัย .....	250



## สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1	ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ปี 2562 .....	2
ตาราง 2	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย .....	71
ตาราง 3	แสดงจำนวนและคำร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ .....	81
ตาราง 4	แสดงจำนวนและคำร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวใน .....	83
ตาราง 5	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการ .....	87
ตาราง 6	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว .....	89
ตาราง 7	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด .....	95
ตาราง 8	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวใน .....	101
ตาราง 9	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว .....	107
ตาราง 10	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับพฤติกรรมของ .....	113
ตาราง 11	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมของ .....	118
ตาราง 12	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว .....	124
ตาราง 13	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมของ .....	130
ตาราง 14	ตารางสรุปภาพรวมจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ลักษณะทางประชากรของ ...	136
ตาราง 15	แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว .....	138
ตาราง 16	แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว .....	139
ตาราง 17	แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทาง .....	140
ตาราง 18	แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทาง .....	140
ตาราง 19	แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว .....	141
ตาราง 20	แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทาง .....	142
ตาราง 21	แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทาง .....	143





ตาราง 70 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด....	195
ตาราง 71 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ....	196
ตาราง 72 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด....	197
ตาราง 73 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด....	198
ตาราง 74 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยว .....	199
ตาราง 75 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด....	201
ตาราง 76 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด....	202
ตาราง 77 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด....	203
ตาราง 78 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด .....	204
ตาราง 79 ตารางสรุปภาพรวมจากการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทาง .....	205



## สารบัญภาพ

หน้า

ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	68
-------------------------------	----



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโต จากอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ที่สูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง เช่น อเมริกา อังกฤษ และฝรั่งเศส อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการมีส่วนเฉลี่ยสูงถึง 75% ของ GDP และแรงขับเคลื่อนหลักมาจากธุรกิจบริการสมัยใหม่ (modern service) อาทิ บริการด้าน IT software การเงินรวมถึงการค้นคว้าและวิจัย (R&D) ที่ส่วนใหญ่มีการนำข้อมูลและเทคโนโลยีมาสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ขณะที่กลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ภาคบริการมีส่วนเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 57% ของ GDP และแรงขับเคลื่อนหลักมาจาก Traditional services ประชาชาติธุรกิจ (2563) ดังนั้นประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่โดดเด่น จึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดท่องเที่ยวโลก รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (วิภาวดี เผือกบัวขาว, 2563)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยเช่นกัน โดยสร้างรายได้มากกว่า 1 ล้านล้านบาทต่อปี ธุรกิจท่องเที่ยวจึงเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น ก่อให้เกิดการจ้างแรงงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ World Economic Forum (2019) ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้ที่อันดับ 31 จาก 140 ประเทศ และได้คะแนนอยู่ในอันดับที่ 3 ในกลุ่มประเทศอาเซียนรองจากประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ตาราง 1 ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ปี 2562

ลำดับ ที่	ประเทศ	ปี พ.ศ. 2558	ปี พ.ศ. 2560	ปี พ.ศ. 2562	เปลี่ยนแปลง
1	สิงคโปร์	11	13	17	-4
2	มาเลเซีย	25	26	29	-3
3	ไทย	35	34	31	3
4	อินโดนีเซีย	50	42	40	2
5	เวียดนาม	75	67	63	4
6	บรูไน	-	-	72	-
7	ฟิลิปปินส์	74	79	75	4
8	ลาว	96	94	97	-3
9	กัมพูชา	105	101	98	3
10	เมียนมา	134	-	-	-

ที่มา: Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, World Economic Forum

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงจากโครงสร้างประชากรโลก นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีแนวโน้มใช้ข้อมูลท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อทำการสืบค้นและเปรียบเทียบราคามากขึ้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้สอดคล้องกับกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการเรียนรู้ และต้องการประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมากขึ้น ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ โดยเน้นความคุ้มค่าของเงินมากขึ้น ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ นักท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงหันมาสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษมากขึ้น ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มที่มีความชอบ และสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษจึงมีแนวโน้มขยายตัวมากโดยเฉพาะอย่างยิ่ง แหล่งท่องเที่ยวที่มี

ความสมบูรณ์ของทรัพยากร และกิจกรรมเชิงนิเวศและผจญภัยที่มีมาตรฐาน เป็น การท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่สำคัญต่อการพักผ่อนกับธรรมชาติ และเน้นกิจกรรมที่ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก เป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะ พิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปแล้วได้รับการผ่อนคลาย เพลิดเพลิน ตื่นเต้น ท้าทาย ผจญภัย และ ได้ประสบการณ์แปลกใหม่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

การท่องเที่ยวผจญภัย ถือเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้โอกาสเดินทางหากิจกรรมใหม่ ๆ เช่น กิจกรรมล่องแก่ง กิจกรรมปีนเขา หน้าผา กิจกรรมโรยตัว กิจกรรมการปั่นจักรยาน กิจกรรม การเดินป่าชมธรรมชาติ ดูนก ฯลฯ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษที่เน้นความ สนุกสนานตื่นเต้น และท้าทายความสามารถของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยว ชาวตะวันตก (Thailand Institute of Scientific and Technological Research, 2006) กิจกรรม การท่องเที่ยวผจญภัยได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่มีความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่ กิจกรรมดังกล่าวจึงมีตลาดเฉพาะกลุ่ม ส่วนใหญ่มีรายได้ปานกลาง มีร่างกายแข็งแรงที่ชื่นชอบ การแข่งขัน รักความท้าทาย เรียนรู้ธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งความภาคภูมิใจ ที่ได้เป็นผู้พิชิตและสัมผัสกับประสบการณ์ (วรากร คำปลิว, 2559)

จังหวัดนครนายก ตั้งอยู่ที่ศตวันออกของประเทศไทย อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร สามารถเดินทางเพียง 105 กิโลเมตร จังหวัดนครนายก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติ มีอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ซึ่งเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ ที่สวยงาม และยิ่งใหญ่ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เขื่อนขุนด่านปราการชล อ่างเก็บน้ำต่าง ๆ สิ่งก่อสร้างทางพุทธศาสนาที่งดงาม อุทยานพระพิฆเนศ และเมืองโบราณ ดงละคร แหล่งศึกษาหาความรู้ของเยาวชนศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ บางส่วนอยู่ในพื้นที่เขตทหาร เช่น โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ยุคสงครามโลก ครั้งที่ 2 (สำนักงานจังหวัดนครนายก, 2562)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้เห็นการเติบโตจากการท่องเที่ยว จากนักท่องเที่ยวที่มี จำนวนมากเป็นลำดับที่ 5 จำนวน 2,081,529 คน มีรายได้หมุนเวียนในท้องถิ่น จำนวน 5,591 ล้านบาท (BLT Bangkok, 2563) ด้วยความแข็งแกร่งจากนโยบายภายใต้ยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนา จังหวัดนครนายก ระยะ 4 ปี (พ.ศ.2561-2564) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านบริหาร

การจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ กำหนดโครงการหลัก 4 โครงการ คือ 1.พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยว 2.ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว 3.พัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ SME ภาคบริการและการท่องเที่ยว 4.ส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว (กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด, 2560)

เมื่อวิเคราะห์ความพร้อมของจังหวัดนครนายก พบว่า มีความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง แต่กิจกรรมผจญภัยมีรูปแบบของกิจกรรมผจญภัยเป็นแบบง่าย ๆ ไม่ต้องใช้ความรู้ หรือความชำนาญในการทำกิจกรรมมาก เน้นความบันเทิง และผ่อนคลายเท่านั้น ใช้เวลาในการท่องเที่ยวช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ใช้เวลากับเพื่อนหรือครอบครัวกลุ่มเล็ก ๆ จึงเป็นการท่องเที่ยวเพียงเมืองผ่าน (สรุปผลการวิจัยโครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure ไตรมาสที่ 3/2556 กรกฎาคม-กันยายน ปี 2556) แม้รายได้ในท้องถิ่นไม่มากเท่าที่ควร แต่การท่องเที่ยวผจญภัยหลายแห่งได้รับผลกระทบด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยอมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรในจังหวัด สถานที่ท่องเที่ยวจึงเริ่มมีสภาพเสื่อมโทรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และการบริการท่องเที่ยว จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ และส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอาจไม่ได้รับความสะดวก และไม่เกิดความประทับใจ การท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก จะประสบความสำเร็จได้ต้องมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก โดยศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจที่เลือกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย และส่วนประสมทางการตลาด อันเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดแนวทางสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวผจญภัย และธุรกิจด้านอื่น ๆ ที่อยู่ในพื้นที่ให้ได้ทราบผล และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงกิจกรรมเดิม หรือคิดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ใหม่ ๆ โดยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสามารถนำผลไปปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสอดคล้องเหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก
3. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก
4. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก
2. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (7P's) ต่างกัน

### ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

### ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมผจญภัย ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ น้ำตกสาริกา โรงเรียนนายร้อยพระจุลเจ้าเกล้า เขื่อนขุนด่านปราการชล และศูนย์ผจญภัยเขาหลั่น ซึ่งในอยู่ในเขตอำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผจญภัย ศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก และศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดทางการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่จัดกิจกรรมแบบผจญภัย ในจังหวัดนครนายก จำนวน 400 คน

### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2563 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ให้คำนิยามความหมายของคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ดังนี้

**การท่องเที่ยว** หมายถึง การใช้เวลาเพื่อแสวงหาความสุข ความเพลิดเพลินเพื่อผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้า ปลดปล่อยความเครียด การท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ตลอดเวลาในการเดินทาง ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์

ชีวิตในด้านต่าง ๆ ก่อให้เกิดรายได้ การไหลเวียนของเศรษฐกิจและการจ้างงานในระดับท้องถิ่น ภูมิภาคและประเทศโดยรวม ซึ่งในงานวิจัย หมายถึง การท่องเที่ยวพวงจรมณฑล จังหวัดนครนายก

**นักท่องเที่ยว** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว และทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวพวงจรมณฑลในจังหวัดนครนายก

**การท่องเที่ยวพวงจรมณฑล** หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวพวงจรมณฑล เพื่อทำกิจกรรมพวงจรมณฑล เช่น การล่องแก่ง การพายเรือคายัค กระโดดหอ การปีนหน้าผา การปั่นจักรยาน การยิงปืน การยิงธนู ฯลฯ แล้วได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น หวาดเสียว ทำทนาย และได้ประสบการณ์แปลกใหม่

**ลักษณะประชากรศาสตร์** หมายถึง ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพวงจรมณฑลทางด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว

**พฤติกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกมาในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไป แล้วส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพวงจรมณฑลในจังหวัดนครนายก ได้แก่ ประสบการณ์ในการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่เดินทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยว

**แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว** หมายถึง ปัจจัยหลักที่ส่งผลให้เดินทางท่องเที่ยวแบบพวงจรมณฑล เช่น เพื่อการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และบันเทิง เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์สำหรับท่องเที่ยวพวงจรมณฑลแปลกใหม่ เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด เพื่อศึกษาเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแบบพวงจรมณฑล และปัจจัยดึงดูดให้เดินทางท่องเที่ยวพวงจรมณฑลในจังหวัดนครนายก เช่น แหล่งท่องเที่ยวแบบพวงจรมณฑล มีกิจกรรมที่แปลกใหม่ น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์โดดเด่น แหล่งท่องเที่ยวที่มีที่พัก ร้านอาหารที่เพียงพอและสะอาด มีคมนาคมโครงสร้างพื้นฐานที่สะดวกสบาย เหมาะแก่การท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมท่องเที่ยวหลากหลาย เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย และมีความปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรี และความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว

**องค์ประกอบการท่องเที่ยว (6 A's)** หมายถึง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ผนวกด้วยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยว แบ่งเป็นองค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่

- 1) สิ่งดึงดูดใจเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยว
- 2) เส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
- 4) การบริหารจัดการต่างแหล่งท่องเที่ยว
- 5) ที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว
- 6) กิจกรรมการท่องเที่ยว

**ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)** หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งการเลือกการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ในการท่องเที่ยวผนวกด้วยในจังหวัดนครนายก สินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยว และการบริการเข้าไว้ด้วยกัน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านส่งเสริมการตลาด 5) ด้านกระบวนการขาย 6) ด้านบุคลากร 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

### ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผนวก และนำผลข้อมูลที่ได้ไปใช้สำหรับหน่วยงาน หรือผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวผนวกในจังหวัดไปปรับให้สอดคล้องเหมาะสมกับบริบทของตนเองได้
2. เพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผนวก โดยนำองค์ความรู้ที่ได้ไปเป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวผนวก และปรับปรุงกิจกรรมให้สอดคล้องกับบริบทได้อย่างเหมาะสม
3. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผนวก และนำมาปรับใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการตลาดแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวผจญภัย
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (6A's)
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)
7. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนครนายก
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
9. กรอบแนวคิดงานวิจัย

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวผจญภัย

##### ความหมายการท่องเที่ยว

องค์การท่องเที่ยวโลก ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” ซึ่งจากข้อความนี้สรุปได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ซึ่งต้องไม่มากกว่า 1 ปีติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจติดต่อกันและวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO, 1997) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมของประชาชนที่ได้เดินทางจากสถานที่ของตนไปอีกสถานที่หนึ่งและพักอาศัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อนันทนาการ ธุรกิจ หรือมีวัตถุประสงค์อื่นในการเดินทางที่อยู่น้อยกว่าระยะเวลา 1 ปี (สมบัติ กาญจนกิจ, 2557)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) ได้สรุปความหมายว่า การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง (Travel) ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่สามารถทำการท่องเที่ยวได้ แต่การเดินทางนั้นต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราว และด้วยความสมัครใจ มิใช่การบังคับ หรือเพื่อลี้ภัย แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนาน และความเพลิดเพลิน เพื่อการศึกษา เพื่อพิธีการทางศาสนา เพื่อการกีฬา เพื่อการเยี่ยมญาติมิตร หรือเพื่อติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว ถ้าหากการเดินทางอยู่ในเงื่อนไข 6 ประการดังต่อไปนี้

1. เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งในประเทศที่เดินทางไป
2. เป็นการเดินทางโดยตั้งใจจะไปตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศที่เดินทางไป
3. เป็นการเดินทางเข้าไปประเทศใดประเทศหนึ่งเพื่อปฏิบัติงานด้านการทูต หรือองค์การระหว่างประเทศหรือเอกชนอื่น ๆ โดยได้รับค่าจ้างตอบแทน
4. เป็นการเดินทางเข้าพรมแดนไปทำงานนอกประเทศทุกวันเป็นประจำ
5. เป็นการเดินทางผ่านโดยไม่วะ แม้ว่าการเดินทางจะอยู่ในอาณาเขตของประเทศหนึ่งประเทศใดเป็นเวลานานมากกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม
6. เป็นการเดินทางที่ถูกบังคับให้เดินทาง เช่น การนำกองทหารเคลื่อนย้ายจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เป็นต้น

ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยว (วิคินีย์ มายอร์, 2555) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวนั้นเป็นการเดินทางโดยมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ประกอบพร้อมด้วยระหว่างที่เดินทาง เช่น การเดินทางไปรับประทานอาหาร การเดินทางไปพักผ่อน การเดินทางไปศึกษาหาความรู้ใหม่ ๆ การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติ และครอบครัว การเดินทางไปเพื่อธุรกิจหรือเดินทางไปซื้อสินค้า

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2550) ได้ให้นิยามว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และการพักผ่อนหย่อนใจโดยมีเงื่อนไขครบทั้ง 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ผู้วิจัยขอสรุปความหมายของการท่องเที่ยว คือ การเดินทางที่เป็นการเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งด้วยความสมัครใจ และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน การเยี่ยมญาติ การศึกษา หรือแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ เป็นการชั่วคราว โดยที่การเดินทางนั้น ไม่ได้เพื่อการประกอบอาชีพหรือไปเพื่อรับค่าตอบแทน

### รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย

องค์การการท่องเที่ยวโลก UNWTO (1997) กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่ง (วาริษฐ์ มัชฌมบุรุษ, 2554) กล่าวว่า รูปแบบการท่องเที่ยวนั้นสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อบูรณาการให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น โดยมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษารวมชาติของหิน ดิน แร่ และฟอสซิล เพื่อให้เกิดความรู้ และได้มีประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ สร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงามธรรมชาติ ความสำเร็จของงานเกษตร และผลิตผลในสวนเกษตร เพื่อให้ได้ความรู้มีประสบการณ์ด้านการเกษตรแบบใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีต่อการรักษาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่ และรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

## 2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและผลิตผลในสถานที่ท่องเที่ยว สร้างความรู้และความเข้าใจในประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น พื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม ประเพณีของแต่ละท้องถิ่น ๆ ซึ่งชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นจัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นตาตื่นใจกับสุนทรียศิลป์

เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือการเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจ ต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม และถ่ายทอดวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นของตน ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น โดยสร้างความเข้าใจให้นักท่องเที่ยวเพื่อเกิด สัมผัสสำนึกของความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม มรดกทาง วัฒนธรรม ทั้งนี้ประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมต่อการจัดการในแหล่งท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ พิเศษที่มีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลิน ให้ได้ความรู้ ชมผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญา พื้นบ้าน เข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อ การรักษา มรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม ต่อการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

### 3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest tourism)

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่ง ธรรมชาติ และแหล่งวัฒนธรรม เพื่อการพักผ่อน และเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายสุขภาพใจ ให้ได้รับความเพลิดเพลิน และเกิดสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม ต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งบางแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รูปแบบเพื่อสุขภาพและความงาม (Health Beauty and Spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษา และศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับปรัชญาศาสนา เพื่อหาความรู้ และสัจธรรม เพื่อให้เกิดคุณค่า และพัฒนาคุณภาพชีวิต พัฒนาจิตใจ โดยสำนึกต่อส่วนรวม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความยั่งยืน นักท่องเที่ยวมุ่งเน้นการเรียนรู้วัฒนธรรม และ ภูมิปัญญา เช่น การเรียนรู้ทำอาหารไทย การนวดแผนไทย กิจกรรมมวยไทย การรำไทย งานช่างฝีมือ งานจิตรกรรมและปติมากรรม

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน

วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด ความสนใจในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีนน้ำ เป็นต้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ตื่นเต้น ประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้นหวาดเสียว ทำกิจกรรมผจญภัย สร้างความทรงจำ ที่มีความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับความประสบการณ์ในชีวิตโดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิต คือ การท่องเที่ยวโดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี หรือคราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้น ๆ ตามเป้าหมาย หรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่าง ๆ ที่สามารถ

ขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งถือเป็นการให้รางวัล และจูงใจเที่ยวโดยจะออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรวม และค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง หรือเป็นการจัดรายการพักรวมตั้งแต่ 2-7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=Meeting, I=Incentive, C=Conference, E=Exhibition) เป็นการจูงใจเที่ยวให้แก่ กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุมมีรายการจูงใจเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-Tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-Tour) โดยการจูงใจเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุม โดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามี หรือ ภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยว วันเดียว หรือรายการเที่ยวพักรวม 2-4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของผู้จัดการการท่องเที่ยว คัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2-7 วัน หรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) เป็นต้น

นอกจากนี้การท่องเที่ยวได้พิจารณาจากความต้องการหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดใหม่ขึ้นมา เช่น Green Tourism ที่คนมาท่องเที่ยวจะต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือช่วยลดภาวะโลกร้อน เช่น การท่องเที่ยวในเกาะสมุย หรือ War tourism ที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับอดีตในสมัยสงคราม เช่น การท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรีหรือ Volunteer Tourism ที่นักท่องเที่ยวเป็นอาสาสมัครมาช่วยทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ ในสถานที่และเดินทางท่องเที่ยวต่อ เช่น การที่มีอาสาสมัครมาช่วยงานสึนามิในประเทศไทย เป็นต้น

จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) และการท่องเที่ยวผจญภัย (Adventure Travel) ถือเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ซึ่งการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีหลากหลายขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม ผลของการท่องเที่ยวจะเกิดมิติในแง่บวกหรือลบ ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวว่ามีลักษณะพฤติกรรมอย่างไร

### ความหมายของการท่องเที่ยวผจญภัย

กึ่งกนก เสาวภาวงศ์ (2556) กล่าวว่า การท่องเที่ยวผจญภัย สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ 1) การท่องเที่ยวผจญภัยเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ (Intellectual Adventure) การท่องเที่ยวผจญภัยประเภทนี้เป็นการเดินทางไปยังที่แห่งหนึ่ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนา ประสิทธิภาพความรู้ และพัฒนาตนเอง เช่น การเดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้ การเข้าค่ายพัก แรม การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ หรือไปยังสถานที่ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้และสามารถ นำมาพัฒนาตนเองได้ 2) การท่องเที่ยวผจญภัยเพื่อพัฒนาอารมณ์ (Emotional Adventure) การ ผจญภัยเชิงผจญภัยนี้เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมีจุดมุ่งหมายในการทำให้เกิดอารมณ์สุข ซึ่งอาจจะเป็นทั้งในทางบวกหรือทางลบก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพั่นการทำ กิจกรรมที่เต็มไปด้วยความเสี่ยง ซึ่งอะไรก็ตามที่ทำแล้วก่อให้เกิดอารมณ์สุขนั้นถือเป็นการท่องเที่ยวผจญภัยในรูปแบบนี้ 3) การท่องเที่ยวผจญภัยเพื่ออยู่ระดับจิตใจ (Spiritual Adventure) เป็นการท่องเที่ยวเพื่ออยู่ระดับจิตใจ และจิตวิญญาณ ให้มีความสุขสงบที่แท้จริง การท่องเที่ยวผจญภัยในรูปแบบนี้เป็นการท่องเที่ยวในเชิงศาสนาเสียเป็นส่วนมาก เช่น การนั่งสมาธิ การปฏิบัติธรรม การเข้าร่วมพิธีฮัจญ์ เป็นต้น

Hudson Simon (2012) กล่าวว่า การท่องเที่ยวผจญภัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การท่องเที่ยวผจญภัยแบบเข้มข้น (Hard Adventure) และการท่องเที่ยวผจญภัย (Soft Adventure) และการท่องเที่ยวแนวเอ็กซ์ตรีม ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยที่มีความอันตรายของนักท่องเที่ยวอยู่ด้วย เป็นกิจกรรมที่มีการออกแรงทางกายภาพ และที่มี

ความเสี่ยงต่อชีวิตหรืออวัยวะต่าง ๆ ของร่างกาย แขนและขา ในระหว่างทำกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ เช่น การปีนเขา การเล่นสกี หรือ การพายเรือคายัค

ทรงชัย อังกาทิพย์ (2550) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวผจญภัย การท่องเที่ยวที่ เกี่ยวข้องกับการค้นหาหรือการเดินทางไปในพื้นที่ที่ห่างไกลโดยมีอุปสรรค และไม่สามารถคาดการณ์ ระหว่างทาง หรือสถานการณ์การล่องหน้า หรือ อาจหมายถึงการก้าวข้ามในพื้นที่เสี่ยงและเป็น พื้นที่ที่มีความยากลำบากในการเข้าถึง (Across a Wild Frontier) นักท่องเที่ยวต้องการให้ ความสำคัญในความพยายาม ดิ้นรนเพื่อแก้ปัญหา หลีกเสี่ยงอุปสรรคเพื่อให้ชีวิตรอด (Survivor) ก่อให้เกิดความตื่นเต้น และท้าทาย สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวผจญภัย ดังนี้ 1) มีความสนุกตื่นเต้น 2) มีความท้าทาย 3) มีความเสี่ยง 4) ไม่สามารถคาดเดาเหตุการณ์ ข้างหน้าได้ 5) มีอุปสรรค 6) เป็นของคิดค้น หรือประดิษฐ์ขึ้นใหม่ 7) ต้องมีการหลบหลีกเอา ตัวรอด 8) ใช้พลังกำลัง

### รูปแบบการท่องเที่ยวผจญภัย

กึ่งกนก เสาวภาวงศ์ (2556) กล่าวว่า การท่องเที่ยวผจญภัยนั้น สามารถแบ่ง ออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวผจญภัยเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ (Intellectual Adventure) การท่องเที่ยวผจญภัยประเภทนี้ เป็นการเดินทางไปยังที่แห่งหนึ่งโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนา ประสบการณ์และความรู้ รวมถึงเพื่อพัฒนาตนเอง เช่น การเดินทางเพื่อไปศึกษา หาความรู้ หรือเพื่อเรียนรู้ การเข้าค่ายพักแรม การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ หรือไปยังสถานที่ที่ จะทำให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้และสามารถนำมาพัฒนาตนเองได้

2. การท่องเที่ยวผจญภัยเพื่อพัฒนาอารมณ์ (Emotional Adventure) เป็นการเดินทาง ท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายในการทำให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึกซึ่งอารมณ์มีทั้งทางบวก และ ทางลบ หรือการท่องเที่ยวเพื่อการเล่นการพนัน การดูการแข่งขัน การต่อสู้ การทำกิจกรรมใด ก็ตามที่เต็มไปด้วยความเสี่ยง ความหวาดเสียว อะไรก็ตามที่ทำกิจกรรมแล้วก่อให้เกิดอารมณ์ สุข หรือบางครั้งอาจผิดหวัง ถือเป็น การท่องเที่ยวผจญภัยเพื่อพัฒนาอารมณ์ทั้งสิ้น

3. การท่องเที่ยวผจญภัยเพื่อยกระดับจิตใจ (Spiritual Adventure) เป็นการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับและขัดเกลาจิตใจ รวมจิตวิญญาณญาณสำนึกให้มีความสุขสงบที่แท้จริง

การท่องเที่ยวผจญภัยในรูปแบบนี้ เป็นการท่องเที่ยวในเชิงศาสนาเสียเป็นส่วนมาก เช่น การปฏิบัติธรรม การเข้าร่วมพิธีฮัจญ์ การประกอบพิธีทางศาสนา

สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผจญภัย กล่าวว่า รูปแบบการท่องเที่ยวผจญภัย แตกต่างกันไป โดยจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวผจญภัยออกเป็น 3 รูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) คือ

1. แบบธรรมดาทั่วไป (Common Adventure) เป็นการท่องเที่ยวเชิงให้ความรู้เป็นหลัก ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องการความเป็นมืออาชีพเลย เช่น การนั่งรถชมเมือง การล่องเรือตามแก่งต่าง ๆ หรือแม้แต่การอยู่แบบโฮมสเตย์เพื่อสัมผัสวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นต้น

2. แบบซอฟท์ แอดเวนเจอร์ (Soft Adventure) เป็นการท่องเที่ยวแบบที่มีกิจกรรมง่าย และธรรมดา ไม่จำเป็นต้องอาศัยความรู้ในการทำกิจกรรม เป็นกิจกรรมที่เน้นความบันเทิง และความผ่อนคลายจากการท่องเที่ยว เช่น ปั่นจักรยานทางธรรมดาเพื่อชมธรรมชาติแวดล้อม การดูวิถีชีวิตของชาวบ้าน การดำน้ำตื้น การส่องนก การดูดาว การพายเรือ เป็นต้น

3. แบบเอ็กซ์ตรีม แอดเวนเจอร์ (Extreme Adventure) ถือเป็นการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องใช้ความรู้ในการทำกิจกรรมสูง และเหมาะกับคนที่รักการผจญภัยเป็นอย่างมาก เช่น การปีนผา การผจญภัยโดยการเดินป่าดิบ การล่องแก่งแบบก้นหินใหญ่ หรือการปั่นจักรยานเสือภูเขาที่ต้องอาศัยทางลาดชัน เป็นต้น

### กิจกรรม และลักษณะการท่องเที่ยวผจญภัย

พรทิพย์ รุ่งเรือง (2559) กล่าวว่า การท่องเที่ยวผจญภัยจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐาน และมีทักษะความสามารถส่วนบุคคลสูง โดยสามารถเรียนรู้จากสถาบัน หรือประสบการณ์ส่วนตัว โดยทั่วไปลักษณะกิจกรรมผจญภัยมีอยู่ 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมผจญภัยทางอากาศ (Aviation Related) เป็นกิจกรรมที่นอกเหนือจากความรู้พื้นฐานซึ่งต้องอาศัยทักษะสูง และต้องเรียนรู้ถึงสภาพภูมิอากาศ หรือทิศทางลมว่า ในขณะที่นั้นเอื้ออำนวย หรือไม่ ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยนั่นเอง ปกติกิจกรรมประเภทนี้อาศัยพื้นที่สูงกระโดด หรืออาศัย เครื่องบิน โดยกิจกรรมผจญภัยทางอากาศมีดังนี้

1.1 บอลลูนนิ่ง (Ballooning) เป็นการนั่งบอลลูน ชมทัศนียภาพจากที่สูง

1.2 แสงไกร้ดิ่ง (Hang Gliding) เป็นการกระโดดจากที่สูง โดยใช้เครื่องร่อนแบบไม่มีเครื่องยนต์ อาศัยเพียงกระแสลม

1.3 บันจี้จัมปีง (Bungee Jumping) เป็นการกระโดดจากที่สูงโดยใช้เชือกยารั้งผูกติดที่เท้าเพื่อป้องกันการกระแทกพื้น

1.4 พาราชู้ตติ้ง (Parachuting) เป็นการกระโดดร่มในระดับสูงโดยอาศัยเครื่องบิน

1.5 พาราไกร้ดิ่ง (Paragliding) เป็นการกระโดดร่มจากภูเขาสูงหรือหน้าผาสูง

1.6 การท่องเที่ยวชมทัศนียภาพด้วยเครื่องร่อนขนาดเล็ก (Scenic Aerial Tourism/ Small Aircraft/Helicopter)

2. กิจกรรมผจญภัยทางบก (Land Based) เป็นกิจกรรมที่อาศัยองค์ประกอบทางกายภาพ เช่น ป่าไม้ที่สมบูรณ์ ภูเขาที่สูงชัน ทิวทัศน์ที่สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจ กิจกรรมผจญภัยทางบก อาจเป็นฐานกิจกรรมที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้น เช่น กิจกรรม High Ropc Course เป็นฐานกิจกรรมผจญภัยที่พัฒนามาจากฐานของการฝึกทหาร แต่มีระบบป้องกันดีกว่า (Double Safety) โดยอาศัยงานระบบเชือกมาช่วยพันธนาการให้สามารถก้าวข้ามพื้นที่เสี่ยงตลอดจนสร้างความท้าทาย ความตื่นเต้น และความเร้าใจ กิจกรรมผจญภัยทางบกยังมีอีกหลายอย่าง ดังนี้

2.1 สกี ครอส, คันทรี (Cross, Country Skiing) เป็นกิจกรรมการเล่นสกี โดยผ่านเส้นทางแคบ คดเคี้ยว และมีอุปสรรคมาก

2.2 ดาว์นฮิลล์ สกี (Downhill Skiing) เป็นเล่นสกีโดยมีจุดเริ่มต้นจากที่ลาดสูง

2.3 สกี ทัวร์ริง (Ski Touring) การเล่นสกีเป็นหมู่คณะ

2.4 เทคกิ้ง หรือ เทรมปีง (Trekking/Tramping) เป็นการเดินป่าเพื่อชมธรรมชาติชมป่าไม้ และดูนก เป็นต้น

2.5 วิถีเคิล ซาฟารี (Vehicle Safaris) การท่องเที่ยวผจญภัยในหลาย ๆ สถานที่ และมีระยะเวลาาน

2.6 ฟลายอิง ฟอกซ์ (Flying Fox) การโหน ไรยตัวหรือห้อยตัวตามเชือกจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง

2.7 ยูโร บันจี้ (Euro Bungee) เป็นการกระโดดสูงจากฐานบนพื้นที่ยืดหยุ่นได้ (Trampoline) และมีเชือกรั้งเพื่อป้องกันการร่วงหล่น

2.8 จักรยานเสือภูเขา (Mountain Biking) การขี่จักรยานในพื้นที่ที่มีอุปสรรค หรือ ภูเขา

2.9 ซี่ม้าเดินป่า (Horse Trekking) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้ม้าเป็นพาหนะไปในพื้นที่ห่างไกล และมีอุปสรรค

2.10 สันตึง (Hunting) การท่องเที่ยวเพื่อการล่าสัตว์ เพื่อยังชีพ หรือ การป้องกันตัว

2.11 เร็ฟจัมป์ (Rap Jumping) การโรยตัวพร้อมกับกระโดดจากที่สูง โดยลำตัวคว่ำลงสู่พื้น ซึ่งผ่านอุปกรณ์ป้องกันการตก (Descenders)

2.12 ปีนหน้าผา (Rock Climbing) เป็นการปีนหน้าผา ทำท่ายึดกับแรงโน้มถ่วงเพื่อไปให้ถึงจุดสูงสุด (Anchor) โดยมีผู้ควบคุมเชือกเชือกอยู่ด้านล่าง (Belayer) เพื่อป้องกันการตก

2.13 โรยตัว (Rappelling) การโรยตัวจากที่สูง โดยหันหน้าเข้าหาพื้นที่ที่โรยตัว

2.14 โรยตัวหน้าผาน้ำตก (Canyoning) เป็นการโรยตัวจากจุดสูงสุดของน้ำตก โดยผ่านสายน้ำเพื่อเพิ่มความตื่นเต้น และความสนุกสนาน

3. กิจกรรมผจญภัยทางน้ำ (Marine Based) เป็นกิจกรรมที่อาศัยกระแสน้ำ และคลื่นลม เป็นองค์ประกอบในการประกอบกิจกรรม ทั้งนี้อาจต้องอาศัยช่วงฤดูกลาง เช่น การล่องแก่ง ต้องอยู่ในช่วงฤดูฝน เพื่อเพิ่มความตื่นเต้นและท้าทายมากยิ่งขึ้น มีดังต่อไปนี้

3.1 ล่องแพในถ้ำ (Black Water rafting)

3.2 เดินถ้ำ (Caving)

3.3 ล่องเรือใบ (Charter Sailing)

3.4 ดำน้ำลึก, ดำน้ำตื้น (Diving, Snorkeling)

3.5 แจ๊ต สกี (Jet Biking)

3.6 แจ๊ต, โบทดิ่ง (Jet Boating)

3.7 ล่องแก่ง (White Water Rafting)

3.8 คายัค (Kayaking)

3.9 แคนนู (Canocing)

3.10 รีฟเวอร์เซิร์ฟฟิ่ง (River Surfing)

3.11 วอเตอร์ สกี (Water Skiing)

3.12 วินด์เซิร์ฟ (Wind Surfing)

3.13 กระดานโต้คลื่น (Surf Board)

3.14 ตกปลา (Fishing)

### การจัดการท่องเที่ยวผจญภัย

การจัดการท่องเที่ยวผจญภัย แบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวผจญภัยรูปแบบทัวร์สำเร็จรูป (Package Tour) เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจะจัดโปรแกรมไว้ล่วงหน้า โดยกำหนดวันเวลาในการออกเดินทางสถานที่ที่จะพักแรม และกิจกรรมและบริการต่าง ๆ รวมทั้งพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะเวลาการจัดการท่องเที่ยวอาจมีตั้งแต่ 2 วัน 1 คืนไปจนถึง 7 วัน 6 คืน ซึ่งแต่ละบริษัทจะจัดเส้นทางท่องเที่ยวไว้หลาย ๆ เส้นทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือก

2. การท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยแบบความสนใจพิเศษ (Special Interest Tour) ซึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดวัน เวลา เส้นทาง สถานที่เดินทางส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะเป็นกลุ่มของผู้ที่มีความสนใจเป็นพิเศษเฉพาะทาง เช่น เดินทางเพื่อดูนก ศึกษาแมลง ศึกษาทางด้านพฤกษศาสตร์ เป็นต้น การจัดทัวร์แบบนี้บริษัทนำเที่ยวจะจัดกิจกรรมคล้ายกันกับแบบแรกเข้าไปในโปรแกรม และจัดหาคู่เทศก์ที่มีความชำนาญเฉพาะด้านให้บริการ

ผู้วิจัย ขอสรุปความหมายของการท่องเที่ยวผจญภัยว่า การท่องเที่ยวผจญภัย เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาความเพลิดเพลิน แปลกใหม่ ทำทายแบบเชิงกีฬา เน้นความตื่นเต้น เร้าใจ มีรูปแบบการท่องเที่ยวผจญภัย 3 รูปแบบ ในการวิจัยได้นำรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกิจกรรมการผจญภัยในจังหวัดนครนายก มาจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยเป็นกิจกรรมที่ง่าย และกิจกรรมที่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญคอยดูแล ซึ่งกิจกรรมแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ประกอบด้วย กิจกรรมทางอากาศ กิจกรรมทางบก และกิจกรรมทางน้ำ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นการรอบเพื่อแบ่งกลุ่มประชากรตัวอย่าง พฤติกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว องค์ประกอบ

ของแหล่งท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

### ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประชากร มีรากฐานของคำศัพท์ภาษากรีก มาจากคำว่า "Demo" หมายถึง "People" ที่แปลว่า ประชากร หรือประชาชน และคำว่า "Graphy" หมายถึง "Description" มีความหมายว่า ลักษณะ ซึ่งการนำคำศัพท์ทั้งสองมารวมกันก็จะให้ความหมายว่า วิชาที่เกี่ยวข้องกับประชากร นอกจากนี้แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์ เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหลักการเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่อาจจะเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น แรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น และเมื่อกล่าวถึงประชากรที่แตกต่างกันก็จะนำไปสู่พฤติกรรมและการตัดสินใจที่แตกต่างกันไปด้วย(วศิน สันทรณ, 2558)

ภาวณี กาญจนภา (2559) ได้ให้ความหมายว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ใช้ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เพื่อเป็นการแบ่งส่วนตลาดทำให้มีประสิทธิภาพในการกำหนดตลาดเป้าหมายและง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ซึ่งประกอบด้วย

1. เพศ (Sex) เพศหญิง และเพศชาย มีแนวโน้มที่มีความแตกต่างกันในด้านของทัศนคติและด้านพฤติกรรม
2. อายุ (Age) กลุ่มอายุที่มีความแตกต่างกันทำให้มีความชื่นชอบรสนิยมนที่แตกต่างกัน โดยรสนิยมของบุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัยมีผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน
3. ระดับการศึกษา (Education) ผู้ที่ได้รับในระดับสูงส่งผลให้มีการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่ารวมถึงมีราคาสูงกว่าการบริโภคสินค้าของผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำ
4. อาชีพ (Occupation) บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกัน ส่งผลให้มีความต้องการในด้านสินค้าและบริการที่ต่างกัน
5. รายได้ (Income) ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำมีขนาดตลาดใหญ่กว่าผู้บริโภคที่มีรายได้สูง สินค้าและบริการต่าง ๆ จึงมีการแบ่งส่วนตลาดตามรายได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558) ได้อธิบายว่า ลักษณะประชากร (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ด้านลักษณะประชากรเป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ตัวแปรด้านลักษณะประชากรที่สำคัญมีดังต่อไปนี้ เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ

วชิรวัชร งามละม่อน (2558) ได้อธิบายว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ถือเป็นความหลากหลายและแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและหลากหลายของบุคคลนี้ สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรม การแสดงออกที่แตกต่างกัน การตัดสินใจที่แตกต่างกันที่มีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง

กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) กล่าวว่า ทฤษฎีประชากรศาสตร์ หมายถึง ศาสตร์วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร คำว่า “Demo” หมายถึง “People” แปลว่า ประชาชน หรือประชากร “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” แปลว่า ลักษณะ ดังนั้น Demography จะมีความหมายว่าวิชาที่เกี่ยวข้องกับ 8 ประชากร ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ เป็นต้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2554) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์รวมถึง อายุ เพศ วงจรชีวิต ครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อการตลาด เพราะเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลายการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไป หรือลดความสำคัญลง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ มีดังนี้ อายุ เพศ การศึกษา รายได้และสถานภาพสมรส ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของบุคคลที่แตกต่างกัน จึงอาจมีผลต่อการเลือกใช้บริการที่เหมือนหรือต่างกันได้

พรพิณ ประกายสันติสุข (2550) กล่าวว่าประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ประชากรในเรื่อง ขนาดโครงสร้างการกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงประชากรในเชิงที่

สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่น ๆ ปัจจัยทางประชากร อาจเป็นได้ทั้งสาเหตุและผลของปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคมและ วัฒนธรรม

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ลักษณะประชากรศาสตร์ คือ ลักษณะเฉพาะที่แตกต่างเกี่ยวกับตัวบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก เป็นแรงกระตุ้นให้พฤติกรรมของบุคคลแตกต่างกัน นำไปสู่การตัดสินใจท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำลักษณะทางประชากรศาสตร์มาตั้งสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก มาเป็นตัวแปรต้นในงานวิจัย และออกแบบสอบถามเพื่อการวิจัยสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อหาว่ามีลักษณะทางประชากรศาสตร์ตัวใดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว และหาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

### **แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว**

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวที่กระทำขึ้นโดยรู้ตัว หรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

รวีวรรณ ไพรยรุ่งโรจน์ (2558, หน้า. 2) กล่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด และการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว (Pre-Trip Behavior) ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (Post-Trip Behavior) และภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว (Post-Trip Behavior) ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด และการแสดงออกนั้น ๆ (Factors Influencing Tourist Behavior)

วันทิกา หิรัญเทศ (2556) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง “บุคคลผู้ซึ่งแสวงหาการจัดซื้อ การใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าบริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้นักท่องเที่ยวมีทรัพยากรที่สามารถใช้เพื่อแลกกับความพึงพอใจจากการใช้บริการที่เขาต้องการ คือ เงิน เวลา และ ความพยายาม การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่า นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าบริการอะไร แล้วทำไมถึงซื้อบริการนั้นซื้อบริการเมื่อไร และซื้อบริการที่ไหน ซื้อบริการบ่อยแค่ไหน และ เขาประเมินบริการเหล่านั้นอย่างไร หากต้องการเอาชนะใจของนักท่องเที่ยวได้แล้ว หรือทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ หลังจากการใช้บริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องเรียนรู้ทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น ศึกษาความต้องการ ความคิด การทำงาน การใช้เวลารว่างของนักท่องเที่ยว เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจทั้งปัจจัยส่วนตัวและปัจจัยกลุ่ม ที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว

วิยะรัตน์ แก้วอุทัย (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติหรือการปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า ท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว การถ่ายรูป การรับประทานอาหาร ซึ่งการแสดงออกนั้นอาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัย หรือความต้องการพื้นฐานของแต่ละคนซึ่งอาจคล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างกัน หรืออาจมาจากสภาพสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น

ปาริฉัตร อึ้งจะนิล (2554) กล่าวไว้ว่า พฤติกรรม คือ การแสดงออกของบุคคลต่อการกระทำกิจกรรมใด ๆ ที่คล้ายคลึงกันบ่อยครั้งจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม หรือของความหมายของคำว่า พฤติกรรมอาจจะคล้ายกับคำว่า นิสัย แต่จะแตกต่างกันจากการแสดงออกมาให้เห็น ถือว่าเป็นพฤติกรรม หากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่า นิสัย กล่าวได้ว่า พฤติกรรมคือการปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้ง

กระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพอจะระบุถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ คือ

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว จากญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ที่พัก คมนาคม หรือความปลอดภัย

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการส่งเสริมสิ่งที่ขาดไป หรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เมื่อเกิดความเบื่อหน่ายอยากเปลี่ยนบรรยากาศและต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ต้องการค่าครองชีพที่ถูก การให้บริการมีมาตรฐานได้รับความสะดวกสบาย และความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความอยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ ความซ้ำซากในชีวิตประจำวัน เพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยว หรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่ง สิ่งจูงใจออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการการพักผ่อนทางด้านร่างกาย และด้านจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

2. สิ่งจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการ ความอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และเทศกาลต่าง ๆ

3. สิ่งจูงใจทางด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพ และชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพัฒนาเพื่อยกระดับตัวเองให้สูงขึ้น และสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุม การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์เดินทางจากการท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งแรงกระตุ้นที่เกิดจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น และเพื่อประกอบการพิจารณาการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน โดยคำนึงถึงการประหยัดความปลอดภัย สะดวกสบาย และความอภิรมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวก หรือ ลบก็ได้ เช่น ประเทศยุโรป มีความปลอดภัยสูงแต่ค่าใช้จ่ายสูงตามไปด้วย ประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขการเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้น จากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการดังต่อไปนี้

1. จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
2. จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่
3. จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด (บก เรือ อากาศ)
4. จะไปท่องเที่ยวกับใคร
5. จะไปเที่ยวนานเท่าไร
6. จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร
7. จะไปพักแรมในสถานที่ประเภทไหน
8. จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใดก็ตามจะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าต้องไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากก็ต้องเตรียมเงินเก็บไว้ จึงต้อง

วางแผนก่อน 1-2 ปี ซึ่งในการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าเดินทาง ค่าที่พักค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอน และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นนี้ผู้เดินทางจะต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วเครื่องบินในการเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง การจัดทำเอกสารการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องเตรียมเสื้อผ้า และของใช้จำเป็นในระหว่างการเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพ และภารกิจส่วนตัว

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วเดินทางกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทาง หรือแหล่งท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจนที่พัก อาหาร และอื่น ๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่า เป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจจะบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาสถานที่เที่ยวแห่งนี้

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์การท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทาง อาจเป็นสถานที่สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งผลของประสบการณ์การท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางบวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

2. ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น สถานที่ คน สภาพแวดล้อม

การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่า นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทักษะคติของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้วจะเกิดทัศนคติจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ และอาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

### องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้บุคคลเกิดจากการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น สามารถนำมาพิจารณาแบ่งซึ่ง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มประเภทได้ ดังที่ (วชิราภรณ์ โลหะชาละ, 2558)ได้ระบุไว้ว่า องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมี 10 ประการ คือ

1. ความรู้ หมายถึง สิ่งที่ได้จากการเรียน การค้นคว้า การได้รับการบอกกล่าวอบรม สั่งสอน และความสามารถในการปฏิบัติ การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ
2. ความต้องการหรือเป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ กิจกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ
3. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ
4. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์มีโอกาสที่อำนวยความสะดวกให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ
5. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการพิจารณา และวินิจฉัยเรื่องราวหรือเหตุการณ์ในรูปแบบวิธีการต่าง ๆ การตอบสนองความต้องการที่พอใจมากที่สุด
6. การตอบสนอง หมายถึง การตัดสินใจกระทำกิจกรรมที่ตนเองตัดสินใจเลือกแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตนเองต้องการ
7. ผลลัพธ์ที่ตามมา หมายถึง ผลการกระทำหนึ่ง ๆ ได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรือตรงข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งไว้

8. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่เป็นไปตามเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมายใหม่ ไตร่ตรองใหม่เลือกวิธีการใหม่มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจเลิกความต้องการเพราะเห็นแล้วว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ และการปรับเปลี่ยนความต้องการใหม่

9. ประสบการณ์ หมายถึง ความรู้ที่เกิดจากการกระทำ หรือจากสิ่งที่ได้พบมาในอดีตที่เก็บไว้ในทรงจำ เพื่อนำมาใช้กับการดำเนินชีวิตปัจจุบัน และการตัดสินใจในอนาคต

10. ทักษะคิดและค่านิยม หมายถึง ความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เพื่อเป็นการแสดงออกของตนว่ารู้สึกต่อสิ่งเหล่านั้นอย่างไร เป็นได้ทั้งความรู้สึก ด้านบวก และความรู้สึกด้านลบ ส่วนค่านิยมเป็นข้อกำหนดที่สมาชิกของสังคมส่วนใหญ่ ยอมรับ และยึดถือเป็นเรื่องสำคัญไม่ให้เกิดความต่างกับคนอื่นในสังคม

### ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวสามารถวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยประโยชน์จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (วชิราภรณ์ โลหะชาละ, 2558) มีดังนี้

1. ช่วยทำให้นักการตลาดเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว
2. ช่วยให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในสังคมได้อย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
3. ช่วยให้การพัฒนาทางการตลาดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น
4. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ตรงกับชนิดของสินค้า และบริการที่ตรงตามต้องการ
5. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบต่อคู่แข่ง

### ปัจจัยกำหนดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

ปัจจัยกำหนดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวนั้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปสามารถสรุปได้ 13 ประการ (เลิศพร ภาระสกุล, 2553) ดังนี้

1. ความเจริญทางเศรษฐกิจในช่วงที่เศรษฐกิจเจริญรุ่งเรือง จะมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมาก บริษัทต่าง ๆ ขอให้ธุรกิจนำเที่ยวช่วยจัดทัวร์ให้กับพนักงานของตนได้เดินทางไปท่องเที่ยวในที่ต่าง ๆ หากแต่ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำการเดินทางท่องเที่ยวก็จะซบเซาลงไป

2. การเพิ่มขึ้นของรายได้ที่ใช้จ่าย เมื่อประชาชนมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้มีเงินเหลือเก็บไว้สำหรับการท่องเที่ยวอยู่ แต่ก็อาจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใกล้ ๆ ถ้าหากมีเงินเหลือมากพอ ก็อยากเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ไกลออกไป ซึ่งมีผลทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

3. ค่าใช้จ่ายการเดินทางท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวใดมีอัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวสูง ก็จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวน้อย หากแหล่งท่องเที่ยวใดมีอัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่ำ ก็จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวมาก

4. รสนิยมของประชาชนท้องถิ่นใดที่มีประชาชนมีรสนิยมชอบการเดินทางท่องเที่ยว ก็จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น ท้องถิ่นใดที่ประชาชนไม่นิยมการเดินทางท่องเที่ยวก็จะทำให้เกิดการเดินทางเที่ยวน้อย

5. ทัศนียภาพเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อคนในท้องถิ่นใดมีการเดินทางท่องเที่ยวก็จะทำให้เกิดทัศนียภาพหรือเกิดการชักจูงกัน ทำให้ท้องถิ่นอื่นมีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นตามไปด้วย

6. การกระจายตัวของประชากรทางภูมิศาสตร์ ท้องถิ่นใดมีญาติ มีกระจายตัวไปยังที่ต่าง ๆ มากย่อมมีการเดินทางไปมาหาสู่กันมากขึ้นด้วย

7. เวลาว่างมาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว เพราะคนเราจะเดินทางท่องเที่ยวได้นั้นต้องมีเวลาว่าง ยิ่งมีเวลาว่างมากก็ยิ่งมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น

8. การพัฒนา หรือสร้างแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม หรือสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่รวมเป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

9. ฤดูกาล การเปลี่ยนแปลงของฤดูกาลในแต่ละประเทศทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงฤดูที่ไม่เหมาะสม ย่อมส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

10. การศึกษา การขยายตัวของการศึกษาและโครงสร้างทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงช่วยให้คนมีการศึกษาสูงขึ้น และได้เรียนรู้เรื่องราวของสังคมอื่น จะทำให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น อีกทั้งการที่สตรีมีอิสระที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างเสรี ย่อมทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

11. สื่อมวลชน การพัฒนาทางเทคโนโลยีช่วยให้การโฆษณาเพื่อเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวของสื่อมวลชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น ควรทำให้คนจำนวนมากสามารถรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง และเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

12. การตลาดท่องเที่ยวช่วยให้การจัดจำหน่ายบริการทางการท่องเที่ยวถึงมือลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น เช่น ระบบการเดินทางปลอดภัยสำหรับภายหลัง หรือระบบการส่งข่าวสารถึงลูกค้าเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการร่วมมือทางการตลาดระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งแนวตั้งและแนวนอนในการจัดทำเอกสารการท่องเที่ยวต่าง ๆ การเผยแพร่โฆษณาออกไปยังเกิดการจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

13. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เช่น การประกอบอาชีพการท่องเที่ยวไทย การอำนวยความสะดวกในด้านระเบียบการเข้าออกประเทศ การอำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว การอนุญาตให้เข้าชมสถานที่สำคัญของทางราชการ ช่วยพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ พฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาโดยสังเกตได้จากความรู้สึกนึกคิด และกระบวนการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ และพฤติกรรมนั้นอาจแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับ องค์ประกอบของพฤติกรรม เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง และปัจจัยภายนอกที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น เศรษฐกิจ รายได้ รสนิยม ความชอบในการเดินทางท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงของฤดูกาลในแต่ละประเทศ รวมถึงนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลนั้น

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยนำองค์ประกอบของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการเดินทาง บุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทาง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว มาเป็น ตั้งสมมติฐานเพื่อหาลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก ทำกรอบแนวคิด และออกแบบสอบถามเพื่อ ทำการวิจัยสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อหาว่ามีลักษณะทางประชากรศาสตร์ตัวใดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

### **แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว**

ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว จะช่วยให้เราเข้าใจถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว และจะช่วยให้เราทราบว่าทำไมคนเราจึงมีการเดินทาง การที่ผู้ประกอบการ ทางการท่องเที่ยว หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จตาม เป้าหมายที่วางไว้ จำเป็นต้องเข้าใจถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจ ท่องเที่ยวเพื่อมาใช้บริการ ถือเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย ดังนั้น จึงควรเข้าใจ ความหมายของแรงจูงใจเพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

#### **ความหมายของแรงจูงใจ**

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง สาเหตุของการกระทำ หรือจูงใจ สิ่งซึ่งควบคุม พฤติกรรมของมนุษย์ อันเกิดจากความ ต้องการ (Needs) พลังกดดัน (Drives) หรือ ความปรารถนา (Desires) ที่จะพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจจะเกิดมาตามธรรมชาติหรือจากการเรียนรู้ก็ได้ แรงจูงใจเกิดจากสิ่งเร้าทั้งภายในและ ภายนอกตัวบุคคลนั้น ๆ เองภายใน

แรงจูงใจ เป็นคำที่ใช้กันมานาน ซึ่งบ่งบอกว่าทำไมถึงต้องมีการทำบางสิ่ง บางอย่าง คำว่า “แรงจูงใจ” มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า “Movere” ตรงกับ ภาษาอังกฤษ “To move” มีความหมายว่า “เป็นสิ่งที่โน้มน้าวหรือชักนำบุคคลให้เกิดการ กระทำหรือ

ปฏิบัติการบางสิ่งบางอย่าง (To move a person to a course of action) ดังนั้น แรงจูงใจจึงเป็นความสนใจในทุกวงการ

ธัญธรรณ์ คาวาซากิ (2563) อธิบายว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนที่ของบุคคลไปยังเป้าหมายเพื่อสนองความพึงพอใจให้กับตนเองในด้านต่าง ๆ กันไป โดยแรงจูงใจนี้แบ่งออกเป็นปัจจัยผลัก (Push Factors) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ซึ่งปัจจัยผลักนี้ เป็นเพียงชนวนให้เกิดความอยาก แต่ในกระบวนการที่จะตัดสินใจไปท่องเที่ยวอยู่ที่ปัจจัยดึงดูด ว่า สถานที่นั้น ๆ มีความน่าสนใจ สะดวกสบาย มีภาพลักษณ์ ชื่อเสียง หรือมีกิจกรรม มากเพียงพอที่จะ ต่อการที่จะสนองความอยากของบุคคลหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550)

เลิศพร ภาระสกุล (2559) การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Motivation) หรือความต้องการที่จำเป็น (Needs) ของผู้บริโภค จัดอยู่ในการศึกษาทางด้านจิตวิทยา (Psychology) เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การศึกษาในด้านนี้มุ่งเน้นที่จะค้นหาถึงแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง และนักท่องเที่ยวทำการตัดสินใจอย่างไร นักท่องเที่ยวมีทัศนคติอย่างไร ต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ได้เลือก นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ และได้เรียนรู้มากน้อยแค่ไหน จากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้รับ นักท่องเที่ยวมีการปะทะสังสรรค์ (Interact) กับคนในพื้นที่ และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่มากน้อยเพียงใด และนักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ที่ได้รับมากน้อยแค่ไหน แรงจูงใจ (Motivation) เป็นอิทธิพลหลักของพฤติกรรมผู้บริโภค

จตุรภัทร ประทุม (2559) ได้ให้ความหมายของคำว่า แรงจูงใจ คือ การจูงใจ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่ใช้ความพยายาม (Effort) เพื่อผลักดันให้เกิดผลการกระทำอย่างต่อเนื่อง (Persistence) โดยมีแนวทาง (Direction) ที่แน่นอนเพื่อไปสู่เป้าหมาย (Goal) ตามที่ต้องการ

ธรรณชนก เพชรานนท์ (2559) กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) คือสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย โดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่หนึ่งๆ ซึ่งสมัยก่อนนั้น ผู้คนเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลเพื่อการหาอาหาร น้ำดื่ม อยู่อาศัย ขยายอาณาเขต หรือดินแดน และการไปจาริก

แสวงบุญซึ่งแตกต่างจากปัจจุบันที่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ หลีกหนีจากวิถีชีวิตเดิม ๆ รวมถึงการไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อน แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ซึ่งอาจ แบ่งออกได้ เป็น 2 ปัจจัยพื้นฐาน คือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) และปัจจัยดึงดูด หรือปัจจัย จูงใจ(Pull Factors) กล่าวคือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) นับเป็นปัจจัยจูงใจทางด้านจิตวิทยา สังคม หรือความต้องการภายในตัวบุคคล ที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวตาม ทฤษฎีลำดับขั้นแรงจูงใจในการเดินทาง

นอกจากนี้แรงจูงใจยังเป็นความพยายามของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งแต่ละคนจะ แตกต่างกันไปตามที่ได้รับผลกระทบ (Energized) การชี้นำ (Directed) และรักษาไว้ให้คงอยู่ (Sustained) จนกระทั่งสิ่งที่ต้องการ งานส่วนตัว หรืองานขององค์กรจะบรรลุเป้าหมาย (เกศฉรินทร์ งามเลิศ, 2559)

เสนาะ ตีแยว (2553) กล่าวว่า แรงจูงใจนั้น จำเป็นต้องมีแรงผลักดัน แรงกระตุ้นที่ เกิดจากความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น ที่องค์การจัดให้ ซึ่งก่อให้เกิด พฤติกรรมในการทำงาน ซึ่งสิ่งสนองเหล่านี้จะประกอบไปด้วยปัจจัยแห่งความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน ความเจริญเติบโตในการทำงาน ปัจจัยด้านสุขอนามัย นโยบายและการบริหารงานขององค์การ ค่าจ้าง เงินเดือนที่ได้รับ รวมไปถึงความสัมพันธ์กับ เพื่อนร่วมงาน สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา และความมั่นคงในการทำงาน

เนตร์พัฒนา ยาวีราช (2552) กล่าวว่า การที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จ หรือให้เกิด ประสิทธิภาพได้นั้น ไม่ได้ใช้ความสามารถเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องอาศัยแรงจูงใจ เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความพยายาม และผลสำเร็จของงานจะมีคุณภาพดี และมีปริมาณมากอยู่ เพียงใดขึ้นอยู่กับแรงจูงใจในการทำงานด้วย กล่าวคือ แรงจูงใจเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้ องค์การประสบความสำเร็จ โดยการตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลที่เป็นการตอบสนอง วัตถุประสงค์ขององค์การด้วย การจูงใจเป็นองค์ประกอบสำคัญตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และ ต่อไปในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมของคน รูปแบบการจูงใจแบบต่าง ๆ การเป็นผู้ประกอบการที่ดีจำเป็นต้องทำความเข้าใจในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพล

ต่อการเลือกท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวบรรลุเป้าหมาย การเพิ่มผลผลิต คือผลที่เกิดจากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่ดี ควรมีการจูงใจนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

ดังนั้น ผู้ประกอบการใดที่มีการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ จะช่วยส่งเสริมให้บรรลุตามเป้าหมายของผู้ประกอบการนั้น ๆ สอดคล้องกับ Pearce และคณะ (1998) ได้กล่าวถึง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวว่าเกิดจากปัจจัยผลัก (Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) สองปัจจัยนี้เป็นแรงจูงใจหลักที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เป็นสำคัญ กล่าวได้ว่า

1. ปัจจัยผลัก (Push Factors) คือ ความอยากจากภายในตัวของนักท่องเที่ยว เป็นชนวนที่ทำให้เกิดความอยากที่จะออกเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 1) ทางกายภาพ เช่น ร่างกายที่ต้องการการพักผ่อน 2) อยากหลีกเลี่ยงหรือเปลี่ยนบรรยากาศ หรือการออกจากชีวิตที่จำเจ 3) ได้เจอสิ่งใหม่ เช่น พบเจอสิ่งแปลกใหม่ ประสบการณ์ที่ไม่เคยพบเจอได้ไปเยือนสถานที่ที่แตกต่างจากที่เคยพบเห็นมาก่อน 4) ความภูมิใจที่ได้ไปสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ 5) ความอยากไปศึกษาหาความรู้ หรือไปศึกษาวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่แตกต่าง และ 6) ไปพบปะผู้คนเข้าสังคมและรู้จักคนเพิ่มขึ้น

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) คือ สิ่งดึงดูดที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ ได้แก่ ปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่ช่วยในการตัดสินใจหรือดึงดูดใจ เช่น ความโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวเทศกาลงานสำคัญ ความเป็นเอกลักษณ์ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ขององค์กรที่เกี่ยวข้องของราคาการเข้าชม ค่าเดินทางหรือค่าที่พัก เป็นต้น

3. มูลเหตุจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว คือ มูลเหตุที่มาจากทั้งแรงผลักและแรงดูด ได้แก่ การหนีความจำเจ การกระทำตาม ๆ กัน การไปสัมผัสภูมิอากาศที่แตกต่าง การแสวงหาความสุขด้านเพศ การใช้จ่าย ใช้จ่ายของผู้มีรายได้สูง การผจญภัย การหาความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ความอยากไปเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรม ความสะดวกของการจองที่ไม่ซับซ้อน ที่พักหรือการเดินทาง การจองผ่าน บริษัทนำเที่ยว แบบเบ็ดเสร็จ การให้บริการแบบเป็นกันเอง การไปร่วมกิจกรรมกีฬาหรือกิจกรรมทางดนตรี การศึกษาการประชุมสัมมนา เป็นต้น

## องค์ประกอบของแรงจูงใจ

จตุรภัทร ประทุม (2559) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของแรงจูงใจ ประกอบด้วย แรงจูงใจ 2 ประการ คือ

1. องค์ประกอบภายนอก ได้แก่ สิ่งแวดล้อมภายนอกที่อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

2. องค์ประกอบภายใน ได้แก่

2.1 ความต้องการ (Needs) ในการจะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จ

2.2 เจตคติ (Attitudes) เป็นความเชื่อความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ หากมีเจตคติที่ดีต่องานหรือเพื่อนร่วมงานก็เป็นแรงผลักดันให้บุคคลปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย แต่หากมีเจตคติไม่ดีก็ย่อมทำงานประสพความสำเร็จตามเป้าหมายได้ยาก

2.3 ค่านิยม (Values) เป็นการพิจารณาถึงคุณค่าของตน พึงพอใจที่จะปฏิบัติตนพยายามเลือกที่จะทำตามค่านิยมที่ตนเองมี เช่น การใช้ของที่มีราคาแพง เป็นต้น

2.4 ความวิตกกังวล (Anxiety) ความวิตกกังวลในการทำงานซึ่งอาจก่อให้เกิดอุปสรรค และเกิดแรงผลักดันให้สามารถดำเนินการอย่างละเอียดรอบคอบได้ในการที่บุคคลนั้นมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ซึ่งอาจจะสามารถประสพผลสำเร็จในการปฏิบัติงาน

## ระดับของแรงจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยว

ในทฤษฎี Travel Career Ladder (Pearce, 1991); (Pearce and Caltabiano, 1983) และ (Moscardo and Pearce, 1986) ได้มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ ซึ่งทฤษฎี TCL นั้นได้อธิบายไว้ว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะประกอบไปด้วยระดับ 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

1. ระดับความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation Needs) โดยจะใช้การท่องเที่ยวเพื่อหาความเป็นอิสระของตนเอง ตามสภาวะพื้นฐานของร่างกาย เช่น ความต้องการที่จะพักร่างกาย ทำให้อารมณ์ร่างกายมีความแข็งแรงขึ้น หรือการผ่อนคลายภาวะอารมณ์ ซึ่งแรงจูงใจในลำดับขั้นนี้ เป็นลำดับขั้นของความต้องการทางกายภาพ (Physical Needs)

2. ระดับแรงจูงใจสำหรับหาความปลอดภัยและมั่นคง (Safety/Security Needs) ซึ่งแรงจูงใจในขั้นนี้ จะเกิดจากบุคคลนั้นมีประสบการณ์ในการเดินทางไปที่ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวจะมีความกังวลในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย ยกตัวอย่างเช่น

ความต้องการความปลอดภัยที่เกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งนักทอ่งเที่ยวจะใช้การท่องเที่ยวนี้สำหรับผ่อนคลายความตึงเครียด

3. ระดับความต้องการความสัมพันธ์ (Relationship Needs) โดยนักทอ่งเที่ยวใช้การท่องเที่ยวสำหรับหาความรักและการครอบครอง โดยการสร้างสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่น ๆ ผ่านการเดินทาง ซึ่งจะทำให้นักทอ่งเที่ยวรู้สึกได้อยู่ร่วมหรือทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว เพื่อน หรือสังคมที่นักทอ่งเที่ยวนั้นเป็นสมาชิกอยู่

4. ระดับความต้องการความภาคภูมิใจในตนเองและการได้พัฒนาตนเอง (Self-Esteem and Development Needs) นักทอ่งเที่ยวจะมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะรู้สึกได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นโอกาสที่ดีที่จะทำให้ตนเองได้พัฒนา และได้เรียนรู้สิ่งต่างใหม่ ๆ หรือการเดินทางทำให้นักทอ่งเที่ยวรู้สึกว่าภาคภูมิใจในตัวเองจากการยอมรับและการนับถือจากบุคคลอื่น

5. ระดับความต้องการความสำหรับหรือการได้บรรลุความคาดหวังของตน (Self-Actualization / Fulfilment Needs) ความต้องการในลำดับขั้นนี้เกิดจากแรงจูงใจของนักทอ่งเที่ยวที่รู้สึกว่าได้สมหวังในความใฝ่ฝัน หรือการเดินทางท่องเที่ยว ทำให้รู้จักว่าตนเองมีความสุขมากขึ้น ซึ่งแรงจูงใจในขั้นนี้จัดเป็นระดับขั้นสูงที่สุดที่นักทอ่งเที่ยวมีต้องการ

สรุปได้ว่า แรงจูงใจ เกิดจากความต้องการหรือความรู้สึกในตัวบุคคล โดยประกอบด้วย 2 ปัจจัยพื้นฐาน คือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) และปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยจูงใจ (Pull Factors) กล่าวคือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว และจะสิ้นสุดตรงที่นักทอ่งเที่ยวได้รับการตอบสนองตามความต้องการแล้ว ซึ่งในแต่ละขั้นจะเกิดขึ้นเป็นลำดับโดยต้องอาศัยระยะเวลาที่แตกต่างกันตามแต่ละบุคคล ดังนั้นนักทอ่งเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง ไม่ได้เกิดจากแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่การตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยวมักจะเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างที่เกิดในเวลาเดียวกัน นักทอ่งเที่ยวบางคนมีแรงจูงใจมากกว่าหนึ่งแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยว บางครั้งมักอาศัยแรงจูงใจร่วมกับคนอื่น ดังนั้นแรงจูงใจในนักทอ่งเที่ยวที่แสดงออกอาจไม่ได้เป็นแรงจูงใจที่แท้จริง หรือคนที่มาเที่ยวในสถานที่เดียวกัน อาจไม่จำเป็นต้องมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวอย่างเดียวกัน แรงจูงใจ จึงมีความหมายว่า ปัจจัยผลัก และปัจจัยดึง

คือ คุณลักษณะต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นไม่ใช่สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว จะเลือกสถานที่สนองความต้องการ หรือตอบสนองต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยนำปัจจัยพื้นฐานของแรงจูงใจ คือ ปัจจัยผลัก (Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว โดยนำแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมาตั้งสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก เป็นตัวแปรในกรอบงานวิจัย ออกแบบสอบถามเพื่อการวิจัยสำหรับนักท่องเที่ยว ประเด็นแบบสอบถามประกอบด้วย ปัจจัยผลัก (Push Factors) 1.เพื่อการพักผ่อนร่างกาย และจิตใจ 2.เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และบันเทิง 3.เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์สำหรับการท่องเที่ยวผจญภัยแปลกใหม่ 4.เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด 5.เพื่อศึกษาเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแบบผจญภัย ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) 1.แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยมีกิจกรรมที่แปลกใหม่ น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น 2. มีที่พักเพียงพอ ร้านอาหารสะอาด มีร้านสะดวกซื้อใกล้แหล่งที่พัก 3.แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย และมีความปลอดภัย 4.แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากที่พักอาศัย 5.คนในแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีและความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว**

องค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการพิจารณาเพื่อใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ดังที่ เสรี วงษ์มณฑา (2563) กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวหลักอย่างน้อย 10 ประการ หรือ 10A's ดังต่อไปนี้

1. Accessibility หมายถึง การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย โดยมี 3 ทางคือ ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ และยังรวมถึงการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

2. Attraction หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี เป็นต้น

3. Accommodation หมายถึง ที่พักในแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพอ รวมถึงบรรยากาศของที่พักและมาตรฐานของที่พัก

4. Amenities หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น

5. Activities หมายถึง กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

6. Ancillary หมายถึง บริการเสริมอื่น ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มาสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายมากขึ้น เช่น ไปรษณีย์ ธนาคาร โรงพยาบาล สถานีบริการน้ำมันที่ได้มาตรฐาน

7. Atmosphere หมายถึง บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวที่ดี เช่น มีถนนสวยงาม สะดวกสบาย เข้าถึงได้โดยง่าย และสะอาด

8. Availability หมายถึง มีบริษัททัวร์เข้าไปดำเนินการธุรกิจในพื้นที่ โดยบริการ package tour ที่รวมการบริการหลายอย่าง เช่น ที่พัก การขนส่ง อาหาร ซึ่งอาจมีราคาถูกกว่าในกรณีแยกใช้บริการทีละอย่าง ทำให้ดึงดูดใจลูกค้า และเห็นถึงความคุ้มค่า

9. Authority หมายถึง ความรอบรู้ การให้ข้อมูล การให้บริการของเจ้าหน้าที่

10. Amiability หมายถึง ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น

พยอม ธรรมบุตร (2562) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ การขนส่งทางบก และการขนส่งทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร บาร์ สระว่ายน้ำ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม หรือการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงแค่การเดินทางไปชมยังโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ชมความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าเพื่อศึกษา ระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท้องถิ่น การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก การทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำน้ำ การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น กิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

Pelasol J (2012) ได้กล่าวว่า การที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องเข้าถึงพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งควรคำนึงถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ประการ สรุปได้ว่า ความพร้อมด้านการท่องเที่ยวสามารถที่จะรองรับนักท่องเที่ยวหรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่

จะเลือกเดินทางมาสู่สถานที่แห่งนั้น ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่สิ่งที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงแต่ก็มีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้น ดังนั้นการประเมินความพร้อมด้านการท่องเที่ยว (6 A's) ซึ่งมีดังต่อไปนี้

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)
2. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)
4. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)
5. ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations)
6. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 5 ประการ หรือ 5 A's ดังต่อไปนี้

1. Accessibility หมายถึง การเข้าถึง คือ มีความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการคมนาคมไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้ดี เช่น มีถนนคอนกรีตและถนนลาดยาง อยู่ในสภาพที่ดีเข้าถึงง่าย สะดวกสบาย รวมไปถึงการเดินทางโดยวิธีอื่น ๆ

2. Activity หมายถึง กิจกรรม คือ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การเดินป่า การปั่นจักรยาน การศึกษาธรรมชาติ การพายเรือ การถ่ายรูป เป็นต้น

3. Amenity หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยวอย่างครบครัน และเพียงพอ เช่น ด้านสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ รวมถึงที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และจุดบริการนักท่องเที่ยว

4. Attraction หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว เพื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ

5. Accommodation หมายถึง ที่พัก คือ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียง ต้องมีที่พักไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

Pike Steven (2008) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้แก่ผู้บริโภค สิ่งสำคัญ คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วย องค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่ 1) ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 3) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 4) สิ่งอำนวยความสะดวก(Amenities) 5) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

Buhalis D (2000) ได้อธิบายความหมายขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 6 ประการดังนี้ 1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง สถาปัตยกรรม และการจัดกิจกรรมพิเศษ 2. การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบการคมนาคม สถานีขนส่งผู้โดยสารและยานพาหนะ 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ที่พัก การจัดเลี้ยง และการบริการการท่องเที่ยว 4.โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกเตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน 5. กิจกรรม (Activities) คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ 6.การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ได้แก่ ธนาคารโรงพยาบาล ไบรณีย์ และโทรคมนาคม

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำความรู้จากองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 6 A's เพื่อหาความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว มาตั้งสมมติฐาน และกรอบแนวคิดการวิจัย และออกแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 1.สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2.เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3.สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 4.การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 5.ที่พักบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว 6.กิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

### ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้โดยการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ ให้สามารถตอบสนองของความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือนักท่องเที่ยว ดังที่ (Payne A, 1993) ได้กล่าวว่า มีนักวิชาการทางด้านการตลาดหลายท่านได้วิจารณ์ส่วนประสมทางการตลาด 4P แบบประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสื่อสารการตลาด นั้นว่ายังไม่เหมาะสมและไม่ครอบคลุมที่จะใช้กับงานด้านการบริการ เนื่องจากงานด้านการบริการโดยทั่วไปจะมีความแตกต่างจากสินค้าธรรมดาทั่ว ๆ ทั่วไป และได้มีการเสนอในเรื่องแนวคิดใหม่เรื่อง "ส่วนประสมการตลาดบริการขึ้นมา โดยเฉพาะส่วนประสมการตลาดบริการดังกล่าวต้องประกอบด้วย ส่วนประสมการตลาดแบบเดิม คือ 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ร่วมกับองค์ประกอบที่เพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ส่วน คือ บุคลากร หลักฐานทางกายภาพ และกระบวนการ (Zeithaml และBitner, 2000) เนื่องจากงานด้านการบริการนั้น มีลักษณะพิเศษที่มีความแตกต่าง คือ บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และไม่มีตัวตน

นอกเหนือจากนี้บริการยังขึ้นกับเวลาเป็นหลัก ดังนั้น ส่วนประสมการตลาดบริการจะมียุทธศาสตร์ประกอบเพิ่มขึ้นมาจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป โดยจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่เป็นส่วนประสม ทั้ง 7 อย่าง ดังนี้ (Kotler และKeller, 2016 ); (Kotler และArmstrong, 2018)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการอันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลัก และผลิตภัณฑ์เสริม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ เพื่อการสร้างความข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการ

2. ราคา (Price) หมายถึง ค่าใช้จ่ายไม่ว่าจะในรูปแบบของเงินและเวลา รวมไปถึงความพยายามที่เกิดขึ้นในการซื้อและการใช้บริการ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง เป็นการตัดสินใจถึงการที่จะส่งมอบบริการให้กับลูกค้าเมื่อไหร่ และต้องใช้เวลาในการที่จะส่งมอบบริการเท่าไร และเกิดขึ้นสถานที่ไหน มีการส่งมอบกันอย่างไร ซึ่งก็คือช่องทางการจัดจำหน่ายทางด้านกายภาพหรืออิเล็กทรอนิกส์

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เป็นกิจกรรมด้านการออกแบบสิ่งจูงใจ และการสื่อสารการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าสำหรับการธุรกิจ การให้บริการประเภทใดประเภทหนึ่ง

5. บุคลากร (people) หมายถึง ปัจจัยทางด้านบุคลากรทั้งหมดที่ได้มีส่วนร่วมกัน ในกิจกรรมการส่งมอบบริการ โดยจะมีผลกระทบต่อความรู้ คุณภาพบริการของลูกค้าด้วย ซึ่งในที่นี้บุคลากรจะนับรวมไม่เพียงแต่บุคลากรของธุรกิจนั้น แต่ยังรวมไปถึงผู้มาใช้บริการและ ลูกค้ารายอื่น ๆ ที่รวมกันอยู่ในสถานที่ให้บริการนั้น ๆ อีกด้วย ธุรกิจการให้บริการสามารถ จะประสบความสำเร็จได้จะต้องใช้ความพยายามในการวางแผน ทั้งด้านกำลังคน การสรรหา การคัดเลือกบุคลากร และการฝึกอบรมพัฒนา รวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดด้วย

6. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สถานที่และสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่อำนวยความสะดวกต่อผู้ปฏิบัติงาน และผู้ที่มาใช้บริการ รวมถึงช่วยสื่อสารการบริการนั้นให้ถูกต้อง ครบครัน รู้คุณภาพการบริการอย่างเป็นรูปธรรมด้วย

7. กระบวนการ (process) หมายถึง ขั้นตอนกระบวนการที่จำเป็นในการทำงาน และให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงวิธีในการทำงานสร้างและส่งมอบผลิตภัณฑ์ โดยต้องอาศัย การออกแบบและปฏิบัติให้ได้ตามกระบวนการที่มีประสิทธิภาพโดยมีความเกี่ยวข้องกับด้าน การผลิต และเสนอบริการนั้น ๆ ให้กับผู้มาใช้บริการ

นิตินพ ภูตะโชติ (2558) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการ (Marketing Mix for Service Industry) หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรธุรกิจ นำมาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายทางการตลาด ของธุรกิจ นอกจากนี้ยังนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการ ประกอบด้วย 8P's (The Eight Components) มีรายละเอียด ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service) หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจมีไว้เพื่อเสนอขาย ให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์หรือบริการในอุตสาหกรรมบริการมีองค์ประกอบสำคัญ

ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์หลักหรือบริการหลัก 2) ลักษณะเฉพาะ 3) บริการมีให้เลือกหลากหลาย 4) ความน่าเชื่อถือของบริการ 5) ชื่อตราหือ 6) ประโยชน์ของบริการ 7) การออกแบบบริการ 8) ความสะดวกสบาย

2. ราคา (Price) ในอุตสาหกรรมบริการจะมีความแตกต่างจากธุรกิจที่ผลิตสินค้าเพื่อขาย โดยปัจจัยที่ส่งผลให้ราคาของอุตสาหกรรมบริการมีความแตกต่างกับธุรกิจประเภทอื่น ดังนี้

2.1 การตั้งราคาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปจะคำนึงถึงต้นทุนในการผลิตเป็นหลัก แต่ในอุตสาหกรรมบริการยังมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ อีกเพราะการให้บริการมีขั้นตอนที่ละเอียดซับซ้อน ต้องใช้พนักงานที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน พนักงานที่มีประสบการณ์สูง และมีความชำนาญในการทำงาน ดังนั้น การกำหนดราคาของอุตสาหกรรมบริการจึงมีความแตกต่างจากธุรกิจประเภทอื่น ซึ่งโดยทั่วไปอุตสาหกรรมบริการจะมีการกำหนดราคาที่สูงกว่า

2.2 อุตสาหกรรมบริการจะใช้แรงงานจากพนักงานเป็นหลัก เพราะไม่สามารถใช้เครื่องจักรเข้ามาแทนที่การทำงานของพนักงานได้ 100 เปอร์เซ็นต์ แรงงานที่ใช้ในอุตสาหกรรมบริการส่วนมากเป็นผู้มีทักษะและมีความชำนาญสูง ดังนั้น จึงต้องจ่ายค่าจ้างเงินเดือน และสวัสดิการต่าง ๆ ให้แก่พนักงานในอัตราสูงด้วย ทำให้ต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมบริการเพิ่มขึ้น และส่งผลต่อการกำหนดราคาค่าบริการที่ย่อมมีราคาสูงตามไปด้วย

2.3 มีลูกค้าจำนวนไม่น้อยที่ต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก หากอุตสาหกรรมบริการสามารถตอบสนองความต้องการต่าง ๆ เหล่านี้ให้แก่ลูกค้าได้ ลูกค้าก็ยินดีที่จะจ่ายค่าบริการในอัตราที่สูงขึ้นเพื่อแลกกับการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย ดังนั้น การตั้งราคา ค่าบริการของอุตสาหกรรมบริการ จึงคิดคำนวณสิ่งเหล่านี้เป็นต้นทุนในการให้บริการแก่ลูกค้า

2.4 ราคาค่าบริการแต่ละช่วงเวลามีความแตกต่างกัน เช่น อุตสาหกรรมบริการประเภทโรงแรม และท่องเที่ยวในช่วงฤดูการท่องเที่ยว ย่อมมีราคาห้องพักและราคาตั๋วท่องเที่ยวที่แพงกว่าฤดูกาลอื่น ๆ เพราะการบริการไม่สามารถเก็บสะสมไว้ในสต็อกเพื่อขายวันอื่นได้

2.5 คุณภาพของการให้บริการ เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่กำหนดราคาค่าบริการ ซึ่งธุรกิจที่ให้บริการที่ดีเป็นที่ยอมรับและลูกค้าให้ความเชื่อถือยอมทำให้ลูกค้าเต็มใจที่จะจ่ายในราคาที่แพงขึ้น เพราะลูกค้ามั่นใจว่าบริการที่จะได้รับคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป

2.6 คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการก็เป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดราคาค่าบริการ หากสถานที่ที่ให้บริการแห่งใดมีการใช้อุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย หรือประสิทธิภาพสูงราคาค่าบริการก็ย่อมจะสูงขึ้น

2.7 ความปลอดภัยในการใช้บริการ โดยเฉพาะความปลอดภัยเกี่ยวกับชีวิต และทรัพย์สินยอมทำให้ราคาค่าบริการสูงขึ้น ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น เพราะมนุษย์ต่างก็ต้องการในความปลอดภัย และไม่ต้องการมีความเสี่ยงสูง

3. สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการเลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อไปให้ผู้ให้บริการ ซึ่งธุรกิจแต่ละประเภทอาจจะใช้คนกลางมากน้อยแตกต่างกัน แต่ที่สำคัญคือ เพื่อให้การเกิดกระจายสินค้าและบริการที่มีอยู่ให้ทั่วถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมบริการ ประกอบด้วย

- 1) ท่าเลที่ตั้งของสถานบริการ
- 2) เวลาการให้บริการ
- 3) จำนวนสาขาที่ทั่วถึง
- 4) ระบบการบริหารจัดการ
- 5) การขนส่ง
- 6) การเข้าถึงได้ง่าย
- 7) การจัดเก็บและการดูแลรักษา
- 8) ความรวดเร็วในการสั่งการ
- 9) การส่งมอบบริการ
- 10) ช่องทางการจัดจำหน่าย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่าง ๆ ของธุรกิจ สามารถส่งไปถึงลูกค้าหรือผู้ให้บริการได้อย่างครอบคลุม ทั้งนี้การส่งเสริมการตลาดจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะ และประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารจากผู้ขายไปยังลูกค้าหรือผู้ให้บริการ ส่วนการที่ลูกค้าจะยอมรับข่าวสารหรือไม่ขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องพิจารณาว่าจะใช้วิธีการไหน และอย่างไรจึงจะทำให้ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ไปถึงลูกค้าหรือ ผู้ให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ซึ่งกระบวนการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ อย่างหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้าได้รับข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วน

5. กระบวนการให้บริการ (Process of Service) กระบวนการให้บริการเป็นขั้นตอนหรือวิธีการดำเนินงานของอุตสาหกรรมแต่ละประเภท ซึ่งมีกระบวนการ และขั้นตอนในการให้บริการแก่ลูกค้าที่แตกต่างกัน กระบวนการให้บริการที่ดีจะต้องประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

5.1 มาตรฐานของกระบวนการให้บริการ ซึ่งกระบวนการให้บริการที่ดีจะต้องมีการกำหนดมาตรฐานการบริการเอาไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานได้อย่างถูกต้องและเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

5.2 ความต่อเนื่องของกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งกระบวนการให้บริการต่าง ๆ จะต้องมีความต่อเนื่องของกิจกรรมเพื่อให้ปฏิบัติงานได้ง่าย และกิจกรรมเหล่านั้นไม่ควรจะมีลักษณะที่ขาดตอน เพราะอาจทำให้เกิดปัญหา และอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานได้

5.3 จำนวนของขั้นตอน กระบวนการให้บริการที่ดีจะต้องมีจำนวนหรือขั้นตอนที่ไม่มากจนเกินไป เพราะจะทำให้เกิดความยุ่งยากในการทำงาน คือ จะต้องมีการทำงานน้อยที่สุด และต้องเป็นขั้นตอนที่จำเป็นเท่านั้น

5.4 ความซับซ้อนของกระบวนการในการให้บริการ คือ กระบวนการของการให้บริการต่าง ๆ ไม่ควรมีลักษณะที่ยุ่งยากซับซ้อน เพราะจะทำให้เกิดความลำบากในการปฏิบัติงานซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหา และข้อผิดพลาดในการทำงานได้

6. ประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ (Productivity and Quality of Service) ประสิทธิภาพและคุณภาพของงานบริการ เกิดขึ้นจากปัจจัยหลายประการ เช่น บุคลากร เครื่องมือ เครื่องใช้สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบการบริหารจัดการที่ดี เป็นต้น การควบคุมให้การบริการมีประสิทธิภาพ และคุณภาพย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการของลูกค้าได้อย่างมาก ทั้งนี้ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการของอุตสาหกรรมบริการจึงควรประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1) พนักงานระดับผู้เชี่ยวชาญ 2) คุณภาพของบริการ 3) ความพึงพอใจของลูกค้า 4) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้า 5) ความสามารถในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า 6) เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย  
7) การรับประกันคุณภาพบริการ 8) คุณค่าของบริการ และ 9) การชดเชย

7. บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานทุกคนในแผนกต่าง ๆ ที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมบริการ ทั้งนี้บุคลากรถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในด้านการจัดการบริการที่มีคุณภาพ โดยบุคลากรในองค์กรผู้ให้บริการต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานบริการ มีความรู้ มีความสามารถ และมีทักษะความชำนาญในการทำงาน ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ย่อมเกิดจากกระบวนการคัดเลือกบุคลากรอยู่อย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้บุคลากรที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานในด้านการให้บริการ

8. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ลักษณะทางกายภาพของอุตสาหกรรมบริการ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ง่าย ดังนั้น ลักษณะทางกายภาพที่ดีหรือลักษณะทางกายภาพที่เด่นชัดจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าว่าเขาจะได้รับบริการที่ดีหรือไม่ผิดหวังในการบริการ ทั้งนี้ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพของอุตสาหกรรมบริการมี 2 ลักษณะ ได้แก่

8.1 ลักษณะทางกายภาพภายนอก เป็นลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นจากภายนอก เช่น ตึกหรืออาคารสำนักงาน ลักษณะทางภูมิประเทศ การคมนาคม สภาพแวดล้อม บรรยากาศภายนอก และการมีสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่เด่นชัด

8.2 ลักษณะทางกายภาพภายใน เป็นลักษณะที่อยู่ภายใน เช่น การออกแบบและตกแต่งคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ เครื่องใช้ เครื่องตกแต่งภายใน เครื่องแบบพนักงาน การแต่งตัวของพนักงาน ความสะอาด และความเพียงพอของทรัพยากร

นอกจากนี้ (Mohammad, 2015) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการบริการนั้น มีประโยชน์ทางธุรกิจและช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) โดยแต่ละด้านมี ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้า/บริการที่ธุรกิจจัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีที่จับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งธุรกิจที่ผลิตสินค้า

และบริการ ต้องพิจารณาถึงความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด รวมไปถึงสิ่งที่มีคุณค่าที่เสนอขาย หรือผลประโยชน์ที่สนองความต้องการของผู้บริโภคได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องชำระในรูปตัวเงินหรือราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของทางบริษัทโดยธุรกิจนั้นควรกำหนดราคาที่ลูกค้าสามารถซื้อได้ในการวางแผนด้านราคา นอกจากต้นทุนการผลิตแล้ว ต้นทุนของลูกค้าก็เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการควรพิจารณาในการทำธุรกิจนั้น ๆ ซึ่งธุรกิจต้องพยายามลดต้นทุน และภาระของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) ผลลัพธ์ที่รับราคาและคุณภาพของการบริการของผลิตภัณฑ์

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการ จากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ (Non personal Selling) การประชาสัมพันธ์การให้ข่าว การลด แลก แจก แถม การตลาดทางตรง

5. ด้านบุคลากร (People) หมายถึง บุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้นซึ่งรวมถึงเจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกๆระดับ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและพนักงาน โดยบุคลากรเหล่านี้ผ่านการพัฒนาและการฝึกอบรม เพื่อกระตุ้นพนักงานให้สามารถสร้างความแตกต่างอย่างมากในด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค

6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง การวางแผนที่ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะมีหลายขั้นตอน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียว ย่อมทำให้การบริการเป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง ส่วนที่สัมผัสจับต้องของการบริการ และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ล็อบบี้ ลานจอดรถ การตกแต่งสวน รูปแบบห้องน้ำ การตกแต่งป้ายประชาสัมพันธ์ รวมถึงแบบฟอร์มต่าง ๆ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายความแทนคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจจนเกิดความประทับใจของลูกค้า

กนกพรพรรณ สุขฤทธิ์ (2557) กล่าวว่า 7 องค์ประกอบ (7P's) ของสินค้าที่ต้องสอดคล้องประสานกันอย่างดีจึงจะได้ประสิทธิผล ควรประกอบด้วย

1. องค์ประกอบทางด้านสินค้า (Product Element) ผู้บริหารงานด้านสินค้าบริการจะต้องตัดสินใจเลือกบริการหลัก (Core Service) และองค์ประกอบเสริม (Supplementary Service) ที่สามารถตอบสนองของความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และแข่งขันได้ดีกับบริการคู่แข่ง

2. ราคาและค่าใช้จ่ายส่วนที่ลูกค้าต้องการ (Price) องค์ประกอบนี้ นอกจากราคาตามปกติที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจเหมือนกับราคาสินค้าแบบเดิมแล้ว ผู้บริหารยังจะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน เวลาที่ลูกค้าต้องเสียไปกับการมาใช้บริการ

3. สถานที่และช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (Place & e-channel) การตัดสินใจเกี่ยวกับการส่งมอบบริการ ต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสถานที่ที่ให้บริการ และเวลาในสินค้าบริการบางประเภทเพื่อให้สามารถส่งมอบบริการได้ผ่านทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า “อีเมล” หรือทางเว็บไซต์ก็ได้

4. การส่งเสริมการขาย และการสื่อสารทางการตลาด (Promotion & IMC) ไม่มีสินค้าชนิดใดที่จะประสบความสำเร็จได้ถ้าไม่มีโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาดที่ดี ซึ่งการส่งเสริมการขาย และการสื่อสารทางการตลาดเข้ามามีบทบาทในการให้ข้อมูลที่จำเป็นกับลูกค้า ชักชวนให้เห็นประโยชน์ที่จะได้รับ ตลอดจนกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

5. พนักงานผู้ให้บริการและลูกค้าที่มีส่วนร่วมในการผลิต, ส่งมอบบริการ (People, Employee, Customer) มีบริการหลากหลายชนิดที่เจาะจงให้ลูกค้า และพนักงานต้องมีส่วนร่วมในการผลิตและส่งมอบการบริการพร้อมกัน ขาดฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่ได้

6. ภูมิทัศน์บริการ องค์ประกอบที่มีส่วนช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่าบริการนั้นมีคุณภาพดี และมีความเหมาะสม เช่น อาคาร สำนักงาน สถานที่ให้บริการ เครื่องมือเครื่องใช้ การแต่งกายของพนักงานที่เหมาะสม เครื่องหมายการค้า สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

7. กระบวนการออกแบบบริการ (Process Design) ออกแบบการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า ถ้าออกแบบได้ดีการส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ตรงเวลา มีคุณภาพ สม่าเสมอ ลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ถ้าออกแบบได้ไม่ดี เช่น มีขั้นตอนยุ่งยากมากมาย ทำให้ล่าช้า โดยเฉพาะหากมีการกดดันพนักงาน จะทำให้พนักงานไม่กล้าตัดสินใจ เกิดความตึงเครียดส่งผลกระทบต่องานบริการได้

นลินรัตน์ สายศรีบัณฑิต (2554) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นวิธีการใช้ ส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการจำหน่าย ที่สามารถควบคุมได้ โดยใช้วิธีการกระบวนการระบบการจัดการตลาด ซึ่งมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจไปยังตลาดเป้าหมาย การตลาดและการบริการเป็นสิ่งที่ต้องทำควบคู่กันโดยคำนึงถึงโอกาสในการทำตลาดและขายบริการ และที่สำคัญการทำตลาดและบริการไม่สามารถทำได้โดยลำพังแต่ต้องทำร่วมกันทุกคน

### **ผลิตภัณฑ์การตลาดการท่องเที่ยว**

กฤติกา สายณะรัตน์ชัย (2563) ได้ให้ความหมายว่า ผลิตภัณฑ์การตลาดการท่องเที่ยว คือ สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความพอใจของผู้บริโภค หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยลักษณะของสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้น มีสามารถจับต้องได้และมีตัวตน หรือที่ไม่สามารถจับต้องได้ จึงอาจกล่าวได้ว่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) หมายถึง สินค้าและบริการ ที่นำเสนอแก่ตลาดเพื่อการเดินทาง และท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสินค้า และบริการที่สามารถทำการตลาด การท่องเที่ยวได้ หมายรวมถึงส่วนต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. สินค้าที่มีรูปร่างและจับต้องได้ เช่น ห้องพักในโรงแรม ที่นั่งบนเครื่องบิน อาหาร และเครื่องดื่มในร้านอาหาร ฯลฯ

2. บริการ เช่น บริการทำความสะอาดห้องพัก บริการต้อนรับบนเครื่องบิน บริการด้านการประกอบอาหาร บริการของบริษัทนำเที่ยว บริการจัดประชุมและนิทรรศการ ฯลฯ

3. สถานที่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไปเที่ยวชม อาจเป็นประเทศ เมือง บริเวณใดบริเวณหนึ่งที่มีความงดงาม

4. บุคลากร เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานทำความสะอาด พนักงานขับรถ ผู้จัดการ ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม นักบิน ฯลฯ

5. องค์การ เช่น สมาคมโรงแรมไทย สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวได้ว่า การตลาดท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับการวางแผน การจัดการในด้านการผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยว เพื่อเสนอขายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยว (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือในการตั้งราคา หาช่องทางการจัดจำหน่าย จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ารับรู้ข่าวสาร สนใจ และตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยต้องอาศัยบุคลากรให้บริการ โดยมีขั้นตอนการทำงาน และสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรู้สึกประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้งหนึ่ง

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด เป็นตัวแปรที่ควบคุมได้ เพื่อบริหารการตลาด และตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า และให้สอดคล้องกับพฤติกรรม และกระตุ้นสร้างแรงจูงใจ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำส่วนผสมทางการตลาด (7 P's) กำหนดสมมติฐาน เพื่อหาความสอดคล้องของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก และนำมาเป็นกรอบเพื่อหาทัศนคติของนักท่องเที่ยว และและออกแบบสอบถามในการวิจัย ประกอบด้วย 1.ผลิตภัณฑ์ 2.ด้านราคา 3.ช่องทางการจัดจำหน่าย 4.การส่งเสริมการตลาด 5.กระบวนการขาย 6.บุคลากร 7.ลักษณะทางกายภาพ เพื่อหาส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวใดที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

## ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนครนายก

จังหวัดนครนายกตั้งอยู่ภาคกลางของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานคร เป็นระยะทาง 105 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,122 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1,326,250 ไร่ สภาพโดยทั่วไปเป็นที่ราบทางตอนเหนือและตะวันออกเป็นภูเขาสูง มีทั้งหมด 4 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมือง อำเภอปากพลี อำเภอบ้านนา และอำเภอองครักษ์ พื้นที่จังหวัดส่วนหนึ่งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งเป็นเขตอยู่ต่อกับอีก 3 จังหวัด ได้แก่ สระบุรี นครราชสีมา และปราจีนบุรี มีเทือกเขาติดต่อกับทิวเขาตองพญาเย็น ยอดเขาสูงที่สุดของจังหวัด คือ ยอดเขาเขียว ส่วนทางตอนกลางและตอนใต้เป็นที่ราบส่วนหนึ่งของที่ราบสามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาที่เรียกว่า “ที่ราบกรุงเทพฯ” และลักษณะดินเป็นดินปนทราย และดินเหนียว เหมาะแก่การทำนา ทำสวนผลไม้ และการอยู่อาศัยการท่องเที่ยวและการพักผ่อน มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ ส่วนหนึ่งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งเป็นรอยต่อกับอีก 3 จังหวัด ได้แก่ สระบุรี นครราชสีมา และปราจีนบุรีโดย มีอาณาเขตจังหวัดนครนายก ติดต่อกับจังหวัดข้างเคียง ดังนี้

1. ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดสระบุรี และจังหวัดนครราชสีมา
2. ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดปราจีนบุรี
3. ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดปราจีนบุรี
4. ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดปทุมธานี

จังหวัดนครนายก มีทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นพื้นที่ป่าผืนใหญ่ มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรป่าไม้ ภูเขาสูง และลัดว์ป่า แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง นครนายก กิจกรรมหลายประเภทที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมการมาล่องแก่งด้วยเรือยาง และเรือคายัค จังหวัดนครนายกถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางกิจกรรมแบบผจญภัยของการเล่นเรือคายัคของประเทศไทย ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาท่องเที่ยว นำเรือคายัค เรือยางมาล่องแก่ง โดยล่องไปตามแม่น้ำนครนายก ซึ่งสามารถทำกิจกรรมการล่องแก่งได้ตลอดทั้งปี เนื่องจากมีการปล่อยน้ำจากเขื่อนขุนด่านปราการชลสนับสนุนการทำกิจกรรมผจญภัย

นอกจากนี้ กิจกรรมแบบผจญภัยอื่นที่ได้รับความนิยม เช่น ด้านกิจกรรมการปั่นจักรยาน การปั่นจักรยานชมธรรมชาติ และวิถีชีวิต การชั้บรถเอทีวี กิจกรรมการไต่ตัวจากหน้าผา หรือน้ำตก การไต่ตัวที่เขาหล่น กิจกรรมกลางแจ้งและกิจกรรมแบบผจญภัยที่เป็นที่นิยม คือ สำนักงานการท่องเที่ยวโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (สำนักงานจังหวัดนครนายก, 2562)

### แหล่งท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก มีดังนี้

#### อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีเนื้อที่ 1,353,471.53 ไร่ หรือ 2,165.55 ตารางกิโลเมตร เป็นอุทยานแห่งชาติของประเทศไทยที่มีอาณาเขตครอบคลุม 11 อำเภอ ของ 4 จังหวัด ครอบคลุม คือ อำเภอปากพลี อำเภอบ้านนา อำเภอเมือง เป็นอุทยานมรดกของกลุ่มประเทศอาเซียนที่เป็นผืนใหญ่ตั้งอยู่ในเทือกเขาพนมดงรัก เป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทย และองค์การยูเนสโก ประกาศให้เป็นมรดกโลกเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2548 เป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำลำธารที่สำคัญ เช่น แม่น้ำนครนายก และแม่น้ำมูล อุทยานสมเด็จพระอริยวงศะอัญญากรมการล่องแก่ง การล่องแก่งด้วยเรือยาง กิจกรรมแคมป์ปิ้ง เดินป่าท่องไพร จักรยานท่องเที่ยว ส่องสัตว์ เป็นต้น จุดชมทิวทัศน์ชมดูสัตว์ป่าสองสัปดาห์เวลา กลางคืน เดินป่าศึกษาเส้นทางเดินป่าประเภทไม่พักแรม เส้นทางเดินป่าระยะไกล ดูนก ปั่นจักรยานเสือภูเขา ล่องแก่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

#### อุทยานวังตะไคร้

อุทยานวังตะไคร้ ที่นี้เกิดขึ้นจากพระปณิธานของกรมหมื่นนครสวรรค์ศักดีพินิจและหม่อมราชวงศ์หญิงพันธุ์ทิพย์บริพัตร เพื่อหวังให้เป็นสถานที่บ่มเพาะความรู้ด้านพฤกษศาสตร์ และได้เปิดให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าชมได้เมื่อปี พ.ศ. 2505 เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวขึ้นชื่อระดับต้น ๆ ของจังหวัดนครนายก มีทรัพยากรธรรมชาติที่แวดล้อมไปด้วยต้นไม้ใหญ่ และพรรณไม้นานาชนิด รวมถึงสวนไม้ดอกไม้ประดับ โอบล้อมด้วยภูเขา มีธารน้ำ 2 สาย ซึ่งมีต้นน้ำมาจากน้ำตกแม่ปล้อง และน้ำตกเหวกระถินไหลมาบรรจบกัน ณ ที่แห่งนี้ ภายในอุทยาน

แห่งนี้จะออกดอกสะพรั่งตัดกับ ท้องฟ้าสีน้ำเงิน ทำให้เกิดทัศนียภาพงดงาม ทุกฤดูกาล โดยเฉพาะในฤดูฝน และเนื่องจากวังตะไคร้นี้เป็นด้านที่รับลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงเดือนตุลาคม จึงทำให้มีฝนตกชุก หุบเขา บริเวณนี้จึงมีพรรณไม้ใหญ่น้อยมากมาย ลำธารน้ำจะมีน้ำเต็มฝั่งไหลเชี่ยวจัด จึงเป็นที่เล่นกีฬาเล่นแก่งด้วยแพยาง หรือชูชีพกันอย่างสนุกสนาน เช่น ล่องแก่งห้วยยาง ล่องแก่งแพยาง เหนินฟ้าทำสายน้ำ น้ำตกจำลอง สวนไม้ดอก เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

### โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (จปร.)

โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (จปร.) ตั้งอยู่ที่ตำบลพรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก บริเวณโรงเรียนติดกับเขาชะง็อก มีพื้นที่ประมาณ 19,290 ไร่ เป็นสถานที่ให้การศึกษาแก่ผู้ที่เข้ารับราชการเป็นนายทหารสัญญาบัตร แห่งกองทัพไทย ภายในมีสถานที่น่าสนใจหลายแห่ง และมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยว เพลิดเพลินและสนุกสนาน เหมาะแก่การมาเที่ยวกันแบบครอบครัว กลุ่มเพื่อน กิจกรรมผจญภัยต่าง ๆ เช่น เดินป่า การพักผ่อน เดินป่าผจญภัย เดินป่าเชิงอนุรักษ์ ฝึกผู้นำหน่วย ใต้ผจญภัย และหน้าผาจริง ทดสอบกำลังใจ 10 สถานี โดดหอสูง 34 ฟุต กิจกรรมยิงปืน กิจกรรมยิงปืนพันท์บอล กิจกรรมจักรยานท่องเที่ยว กิจกรรมพายเรือแคนู กิจกรรมล่องแก่ง กิจกรรมจักรยาน ฯลฯ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

### กิจกรรมล่องแก่งที่แม่น้ำนครนายก

ล่องแก่งในลำน้ำนครนายก นิยมใช้เรือแคนู และเรือยาง สามารถล่องแก่งได้ตลอดปี จุดเริ่มต้นอยู่ที่บริเวณเชิงสะพานหลังเขื่อนขุนด่านปราการชลเรื่อยมาตามลำน้ำนครนายก ผ่านเกาะแก่งต่าง ๆ (แก่งที่น้ำเชี่ยวที่สุดคือแก่งสามชั้น) มีจุดนำเรือขึ้นฝั่งและออกมายังถนนใหญ่ได้หลายจุด เช่น ที่บ้านดง แก่งสามชั้น วังกุดกา และวังยาว ระยะทางในการล่องแก่งแต่ละช่วง 2-7 กิโลเมตรใช้เวลาในการล่อง 1-2 ชั่วโมง ซึ่งมีแม่น้ำนครนายกเป็นสายน้ำที่มีต้นกำเนิดมาจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ กิจกรรมล่องแก่ง พายเรือคายัคที่ระดับความยาก-ง่าย เหมาะสำหรับทุกเพศ ทุกวัย เล่นได้ตลอดทั้งปี มีวังน้ำความยาวรวมทั้งหมด 7 กิโลเมตร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

### เขื่อนขุนด่านปราการชล

เขื่อนขุนด่านปราการชล ชื่อเดิมเรียกว่า เขื่อนคลองท่าด่าน ตั้งอยู่ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก เป็นเขื่อนคอนกรีตอัดบดอัดยาวที่สุดในประเทศไทย ยาว 2,594 เมตร สูง 93 สร้างขึ้นตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 9) เพื่อเก็บกักน้ำในช่วงหน้าฝนไว้ใช้ในหน้าแล้ง ควบคุมไม่ให้เกิดน้ำท่วมบ้านเรือน ในหน้าฝน กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำ เช่น นั่งเรือหางยาวชมน้ำตกที่อยู่ด้านในอ่างเก็บน้ำของเขื่อน มีรถให้บริการชมทัศนียภาพโดยรอบ กิจกรรมปั่นจักรยานเสือภูเขา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าในเชิงสันตนาการและเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เป็นแหล่งชุมนุมของสัตว์น้ำ และนกนานาชนิด ซึ่งนอกจากจะสร้างความสมบูรณ์ทางระบบนิเวศ (สำนักงานจังหวัดนครนายก, 2564)

จากบริบทการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก ผู้วิจัยได้สรุปว่า นครนายกเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยระดับสากลได้ เนื่องจากทรัพยากรธรรมชาติมีลักษณะที่เป็นพื้นที่ป่าผืนใหญ่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรป่าไม้ ภูเขาสูง และสัตว์ป่า เพราะอยู่ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีกิจกรรมท่องเที่ยวโดดเด่น มีความหลากหลาย กิจกรรมผจญภัยในจังหวัดนครนายก เป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องอาศัยความชำนาญหรือทักษะขั้นสูง เช่น กิจกรรมการล่องแก่งด้วยเรือยาง พายเรือคายัค ปั่นจักรยาน การปั่นจักรยานชมธรรมชาติ ขับรถเอทีวี การโรยตัวจากหน้าผา การยิงปืน การยิงธนู เป็นต้น

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยมุ่งทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก โดยศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย (6 A's) และบทบาทของส่วนประสมทางการตลาด (7P's) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก หรือธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ให้ได้ทราบผล และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องเหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกวิทย์ พรหมสมบัติ (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวล่องแก่งชมดาว กรณีศึกษา ชุมชนบ้านลานช้อย ตำบลลานบ่อ อำเภอบำเพ็ญ จังหวัดพิจิตร การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวิธีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแนวผจญภัยล่องแก่งชมดาว 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวล่องแก่งชมดาว 3) เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวล่องแก่ง กรณีศึกษา ชุมชนบ้านลานช้อย ตำบลลานบ่อ อำเภอบำเพ็ญ จังหวัดพิจิตร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า 1) วิธีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแนวผจญภัยล่องแก่งชมดาว พบว่า สถานที่พักผ่อนล่องแก่งชมดาวมีมาตรฐานมีการตกแต่งสวยงามทั้งภายในภายนอก พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยวล่องแก่งชมดาวมีหลากหลายชนิดทั้งรูปแบบเครื่องเล่นที่ผู้ประกอบการสร้างและกิจกรรมล่องแก่งแนวผจญภัย เช่น ดำน้ำตื้น ดำน้ำลึก ตกปลา หรือนั่งเรือชมวิว ซึ่งล้วนเป็นกิจกรรมแนวผจญภัยทางน้ำที่ทำท่ายความสามารถของนักท่องเที่ยว ส่วนขั้นตอนการบริการล่องแก่งชมดาว ทางผู้ประกอบการได้อธิบาย วิธีการล่องแก่งแบบปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน 2) ปัญหาและอุปสรรคการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวล่องแก่งชมดาว พบว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากมักจะละเลยกฎข้อห้ามด้านความปลอดภัย เช่น ไม่สวมเสื้อชูชีพ หมวกกันกระแทก นอกจากนี้พบว่าฤดูกาลจะเป็นอุปสรรคสำคัญในการทำกิจกรรมล่องแก่งชมดาว เช่น การเกิดน้ำป่าไหลหลากฉับพลัน 3) เป็นกิจกรรมที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน 3) แนวทางส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวล่องแก่งชมดาว พบว่าการจัดทรัพยากรธรรมชาติ ล่องแก่งชมดาวได้จัดการทรัพยากรธรรมชาติ อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการจัดหา การเก็บรักษา การดูแลซ่อมแซม การใช้อย่างประหยัด มีการพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยหน่วยงานภาครัฐ และมีการเผยแพร่กิจกรรมผ่านโซเชียลมีเดีย

ัจจา ไกรศรีรัตน์ (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาจังหวัดราชบุรี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาตามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนจังหวัดราชบุรี 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาจังหวัดราชบุรี ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล ในลักษณะการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) เป็นรายบุคคลและกลุ่มบุคคล จำนวน 45 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการรังสรรค์ข้อมูล (constructionism) ให้ครบทุกประเด็นแบบองค์รวม (holistic)

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขา ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวประกอบไปด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) สภาพแวดล้อมและทัศนียภาพของเส้นทาง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณลักษณะเส้นทางผ่านป่าธรรมชาติ (native forest) เส้นทางขึ้นเขา (Mountain) เส้นทางผ่านสวนป่า (Plantation forests) และเส้นทางเส้นทางผ่านแปลงพืชสวนของชาวบ้าน (plantation) (2) คุณภาพของเส้นทาง นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการปั่นจักรยานเสือภูเขา มีความชอบสภาพเส้นทางแบบเส้นทางเดี่ยว (Single track) ใช้เทคนิคในการปั่นสูง ส่วนนักขี่จักรยานเสือภูเขาที่มีประสบการณ์น้อยจะมีความชอบสภาพเส้นทางราบเรียบ มีสิ่งกีดขวางบ้างเล็กน้อย ใช้ความเร็วต่ำ คาดหวังประสบการณ์เพื่อการสัมผัสธรรมชาติ ในลักษณะของการผจญภัยแบบชอฟท์ แอดเวนเจอร์ (3) การมีเส้นทางที่หลากหลาย ทั้งระดับความยากง่าย ระดับการใช้ทักษะในการปั่นตลอดจน ความหลากหลายของทัศนียภาพระหว่างเส้นทาง สามารถเลือกปั่นได้ตามศักยภาพและความสนใจ 2) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขา สามารถดำเนินการได้ 3) แนวทางที่สำคัญ ได้แก่ (1) การพัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาโดยใช้จุดเด่นของลักษณะทางภูมิศาสตร์ ทำเลที่ตั้ง และความเป็นพื้นที่ชนบทมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขา เช่น เส้นทางคันทนาเส้นทางผ่านป่าลับประรด เส้นทางวิบาก (off road) ปั่นจักรยานพิชิตลิบห้วยเป็นต้น (2) พัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาในรูปแบบของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อการแข่งขัน และการจัดทำแคมป์ปั่นจักรยาน (Bicycle Camp) 3) พัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาบนฐานวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน โดยจักรยานมาเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นร้อยเรียงออกมาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน เช่น เรียนรู้วิถีการทำนา ทำสวน ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ทานอาหารท้องถิ่นและชมวิถีตลาดนัดชุมชน

นลวัชร ชุณลา (2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้พื้นที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นกรณีศึกษา ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 22 คน ส่วนวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ใช้เครื่องมือวิจัย 2 แบบ ได้แก่ แบบประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเดียวกับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จำนวน 22 คน และในการศึกษาการรับรู้

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากมุมมองของนักท่องเที่ยว ใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด กับกลุ่มตัวอย่าง 3กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวทั่วไป และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนักกีฬา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเกาะสมุย โดยภาพรวมอยู่ในระดับเกณฑ์ดี มีศักยภาพด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารได้อย่างทั่วถึง ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายรูปแบบ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและมีความหลากหลายแต่ยังขาดศักยภาพด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) การรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเกาะสมุย ทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับดี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อการออกกำลังกาย กีฬาที่นิยมมากที่สุดคือการวิ่ง/วิ่งมาราธอน 3) แนวทางการพัฒนา คือ สภาพของถนนในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และการออกแบบอารยสถาปัตยกรรม ในบริเวณสนามการแข่งขันกีฬา ในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้พิการและกลุ่มผู้สูงอายุ นอกจากนี้พบว่าประเภทยานักท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวทั่วไป และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนักกีฬา มีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยนำไปสู่การนำเสนอแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเกาะสมุย

สิริพร อิมหุ่ (2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย มีขั้นตอนดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น 2) การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย 3) การตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย สรุปผลนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัยและจัดทำคู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัยโดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi technique) ในการพัฒนารูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 19 คน และใช้การสนทนากลุ่ม (Focus group) ในการตรวจสอบความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัยจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 8 คน

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัยมีองค์ประกอบ 7 ด้าน 40 รายข้อ คือ 1) ด้านบุคลากร จำนวน 6 ข้อ 2) ด้านงบประมาณ จำนวน 6 ข้อ 3) ด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องอำนวยความสะดวก จำนวน 6 ข้อ 4) ด้านการจัดการ จำนวน 6 ข้อ 5) ด้านการตลาด จำนวน 5 ข้อ 6) ด้านการจัดการความเสี่ยง จำนวน 5 ข้อ 7) ด้านประเด็นจริยธรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัยจำนวน 6 ข้อ ผลการวิจัยมี

ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติ และสามารถนำเสนอเป็นคู่มือการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

พรทิพย์ รุ่งเรือง (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมคุณภาพบริการ การท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เลือกการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก 2) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก 3) เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณภาพ การให้บริการการท่องเที่ยวผจญภัยจังหวัดนครนายก การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิง ปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 20 ปี สถานภาพ โสด การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท 2) วัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อความสนุกสนานบันเทิง สถานที่ท่องเที่ยว ผจญภัย คือ โรงเรียนนายร้อย พระจุลจอมเกล้า กิจกรรมการปั่นจักรยาน ความถี่การ ท่องเที่ยวผจญภัยทุก ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว คือ วันหยุดปิดภาคเรียน บุคคลที่ร่วมเดินทาง คือ ครอบครัว กิจกรรมปั่นจักรยานเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด 3) ข้อมูลปัจจัย ส่วนประสมการตลาดของการท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก โดย ภาพรวมนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และด้านนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีความสำคัญในแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว คือ ที่น่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย (ค่าเฉลี่ย = 4.448) ด้านองค์ ประกอบทางกายภาพ คือ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวผจญภัย ด้านกระบวนการให้บริการคือความปลอดภัยในการท่องเที่ยวผจญภัย ด้านราคา คือ อัตราค่าบริการ แสดงชัดเจน ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การจัดโปรแกรมการขายบริการที่เหมาะสม ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ ด้านการส่งเสริมการตลาด การมีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้น หาข้อมูลได้ สะดวก (ค่าเฉลี่ย = 3.945)

วรกร คำปลิว (2559) การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

และชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด 2) เพื่อศึกษาระดับความแตกต่างของอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวมาพักค้างอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 800 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 400คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 400 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า 1) การเปรียบเทียบองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการศึกษารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด และให้ความสำคัญน้อยที่สุดในด้านส่งเสริมการตลาด สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรแก่ลูกค้ามากที่สุดและให้ความสำคัญน้อยที่สุดในด้านราคา

กุลแก้ว คล้ายแก้ว (2556) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจและการสร้างมูลค่าเพิ่มในแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยของพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยของชุมชนในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก 2) เพื่อให้ได้แผนพัฒนาเชิงนโยบายด้านสร้างมูลค่าเพิ่มให้แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก

ผลการวิจัยพบว่า 1) จาก 9 อำเภอ ของจังหวัดพิษณุโลก มีชุมชน 15 ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัด พิษณุโลก ทั้งสิ้น 98 แห่ง ค้นพบแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย รวมทั้งสิ้น 26 แห่ง ที่มีศักยภาพในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย 2) แผนพัฒนาเชิงนโยบายด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลกโดย กระบวนการมีส่วนร่วมนั้นชุมชนแต่ละแห่งต้องการพัฒนาใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

อารีย์ภา ธีรสัตยาพิทักษ์ และชัยนันท์ ไชยเสน (2556) ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยว ลูกผสมเชิงนิเวศผจญภัย และความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวบนเที่ยวทเรียนจากสองแพรงหมู่บ้านเขต อนุรักษ์ พันธุ์สัตว์ป่า มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประเมินสถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิง นิเวศผจญภัยประเภท ล่องแก่งและการรับรู้มาตรฐานผู้ประกอบการล่องแก่งของ ผู้ประกอบการกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทล่อง แก่ง ณ บ้านสองแพรง จังหวัดพังงา 2) เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของการให้บริการกิจกรรมท่องเที่ยว ประเภทล่องแก่ง วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (Cross-sectional approach) แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง และแบบประเมินมาตรฐานผู้ประกอบการล่องแก่ง จากผู้ประกอบการกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทล่อง แก่งทั้งหมด จำนวน 8 ราย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ฝ่ายปกครองและเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวน 20 ราย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจุบันบริษัทนำเที่ยว ประเภทล่องแก่งที่จดทะเบียนธุรกิจนำ เที่ยวอย่างถูกต้องมีจำนวนทั้งสิ้น 8 บริษัท การประเมินมาตรฐานผู้ ประกอบกิจกรรมล่องแก่ง ของบริษัทนำเที่ยวเหล่านี้อยู่ในระดับต่ำกว่ามาตรฐาน 2) จำนวน 6 บริษัท จุดอ่อนของ บริษัท ส่วนใหญ่เกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน การจัดการความเสี่ยง การแบ่งนักท่องเที่ยวตาม ประสบการณ์ และการให้ความรู้ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐยังขาดการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผู้ ประกอบกิจกรรมล่องแก่ง

วิยะรัตน์ แก้วอุทัย (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคติและความต้องการของนักท่องเที่ยว เชียงอนุรักษ์ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในกิจกรรมนันทนาการของอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ ศึกษาและเปรียบเทียบระดับทัศนคติ และความ ต้องการของนักท่องเที่ยวเชียงอนุรักษ์ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด กิจกรรมนันทนาการของ อุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง วิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม กลุ่ม ตัวอย่างในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีระดับ ทัศนคติแตกต่างกันทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านความพร้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการส่วนนักท่องเที่ยวที่มี สถานภาพต่างกันมีระดับทัศนคติต่างกัน 5 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านบุคลิกภาพ ด้านความพร้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มี การศึกษาต่างกัันมีระดับทัศนคติต่างกันด้านความพร้อมทางกายภาพ

Ponte C J (2021) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวผจญภัยใน อุตุคติ: การประเมินตนเองและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (Idealizing Adventure Tourism Experiences: Tourists' Self-Assessment and Expectations) มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อหาความคาดหวังจากกิจกรรมผจญภัยของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิง ผจญภัย การวิจัยแบบผสมโดยใช้แบบสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความคาดหวังของ นักท่องเที่ยว และแบบสอบถาม 393 ข้อ

ผลการวิจัยพบว่า มีปัญหาที่ขัดแย้งเมื่อนักท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์การผจญภัย ในอุตุคติ และความสามารถและปฏิกิริยาของนักท่องเที่ยวอาจไม่ตรงกับจินตนาการของ นักท่องเที่ยว โดยทั่วไป นักท่องเที่ยวสร้างอุตุคติประสบการณ์ของตนโดยอิงจากองค์ประกอบ พื้นฐาน 6 ประการ ได้แก่ การมีส่วนร่วมทางกายภาพ ปฏิสัมพันธ์กับธรรมชาติ จินตนาการอัน ต็มค้ำ การพึ่งพาตนเอง การคาดเดาไม่ได้ และการเตรียมการ มีการกำหนดกรอบสมมุติฐาน เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยสามารถใช้กลยุทธ์การค้นพบเหล่านี้ มาปรับใช้เพื่อ ดึงดูดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

Gill P (2021) ศึกษาวิจัยเรื่อง ท่องเที่ยวผจญภัยกับครอบครัว: สู่อุติเพื่อความสุข เพลิดเพลินและความสุขที่ยั่งยืนยาว (Family Adventure Tourism: Towards Hedonic and Eudaimonic Wellbeing) มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อสำรวจแรงจูงใจที่กระตุ้นให้สมาชิกใน ครอบครัวแต่ละคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในช่วงวันหยุดและประโยชน์ ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากประสบการณ์เหล่านี้ โดยใช้ความเป็นอยู่ที่ดี วิจัยเชิงคุณภาพเครื่องมือ เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างจาก 15 ครอบครัว มีผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 62 คน (ผู้ใหญ่ 29 คนและเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี 33 คน)

ผลการวิจัยพบว่า หัวข้อที่เกี่ยวกับอารมณ์ เติคมีผลในเชิงบวกสูง และบรรเทา ความรู้สึกของความทุกข์ และความเปื้อนหน่าย หัวข้อ Eudaimonic คือ ความท้าทายและ ผลกระทบด้านลบ ประสบการณ์ที่เหมาะสม ความสำเร็จและการพัฒนาตนเองครอบครัวมี อิทธิพลต่อแรงจูงใจของ SWB ที่อำนวยความสะดวกให้มีส่วนร่วมในการผจญภัยและ

ผลประโยชน์ที่สมาชิกแต่ละคนได้รับ นอกจากนี้ยังมีความคล้ายคลึงและความแตกต่างของ HWB และ EWB ระหว่างผู้ปกครอง เด็กเล็ก และเด็กโต

ShengHsiung T (2020) ศึกษาวิจัยเรื่อง แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวส่งผลกับการรับรู้ความท้าทายในการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Place- and Activity-Related Antecedents of Challenge Perception in Adventure Tourism) วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อพัฒนารูปแบบการก่อตัวของการรับรู้ความท้าทายสำหรับนักท่องเที่ยวผจญภัยโดยพิจารณาจากสภาพพื้นที่และคุณลักษณะของกิจกรรม รวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมปีนเขา ดำน้ำลึก และล่องแก่งบนที่สูง โดยใช้แบบสอบถามด้วยตนเอง วิเคราะห์การตอบสนองโดยใช้แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่าประสบการณ์ที่ได้รับที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ด้านความยากลำบากในการเข้าถึง และประสบการณ์ที่ได้รับที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการทำกิจกรรม เช่น การใช้ทักษะ ความต้องการ และปฏิสัมพันธ์ ส่งผลในทางบวกต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ความท้าทายในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลเสียการศึกษาสนับสนุนวรรณกรรมด้านการท่องเที่ยวโดยรวมปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานที่และกิจกรรมเป็นตัวแปรของการรับรู้ความท้าทายและการหาอิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ความท้าทายในหมู่นักท่องเที่ยวผจญภัย ความหมายและทิศทางการวิจัยในอนาคต

Shintaro S (2016) ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยและความภักดีต่อการท่องเที่ยว: การเปรียบเทียบระหว่างผู้มีอำนาจตัดสินใจและผู้ไม่ตัดสินใจ (Adventure Tourism Motivation and Destination Loyalty: A Comparison of Decision and Non-Decision Makers) วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อ 1) เปรียบเทียบกระบวนการว่าผู้มีอำนาจตัดสินใจด้านการเดินทาง และผู้ที่ไม่ตัดสินใจ 2) ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางแบบผจญภัย 3) ศึกษาวิธีการพัฒนาความภักดีในจุดหมายปลายทางในสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

ผลการวิจัยพบว่า 1) แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจและผู้ที่ไม่ตัดสินใจต่างกัน โดยผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเดินทางมีแนวโน้มที่กิจกรรมเพื่อความตื่นเต้นมากกว่าเมื่อเทียบกับผู้ที่ไม่ตัดสินใจ 2) แรงจูงใจในการต้องการท่องเที่ยวชอบทำกิจกรรมกับพร้อมคร่ำมากกว่า 3) ความภักดีต่อการท่องเที่ยวต่อจุดหมายปลายทาง

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจนั้นคาดการณ์ได้จากบริการท่องเที่ยวและแ่งมุมทางวัฒนธรรมของ จุดหมายปลายทางและคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถคาดการณ์ถึงความภักดีของผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มที่มีอำนาจตัดสินใจทางอ้อมผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรเข้าใจว่ากลยุทธ์การตลาดที่ประสบความสำเร็จ คือ การพัฒนาความภักดีของแหล่งท่องเที่ยว ในหมู่ผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มผู้มีอำนาจตัดสินใจ โดยตอบสนองของคุณลักษณะปลายทางที่คาดหวังไว้ใน ขณะเดียวกันก็มอบประสบการณ์พิเศษที่เกินความคาดหมายให้กับผู้มีอำนาจตัดสินใจได้

P.Naidoo (2015) ศึกษาวิจัยเรื่อง สสำรวจแรงจูงใจของเบบี้บูมเมอร์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Investigating the Motivation of Baby Boomers for Adventure Tourism) วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ ประเมินแรงจูงใจของเบบี้บูมเมอร์ในการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การสำรวจได้ดำเนินการเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมการสร้างแรงบันดาลใจของ นักผจญภัย ตรวจสอบปัจจัยการผลักดันและดึงที่ส่งผลต่อเบบี้บูมเมอร์ในการเลือกของพวกเขา การศึกษาเชิงปริมาณดำเนินการโดยใช้แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นทั้งชาวบ้านและ นักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยผลักดันที่สำคัญที่สุดที่ระบุ ได้แก่ ความสนุกและความ เพลิดเพลิน การบรรเทาความเครียด การผ่อนคลาย การเปลี่ยนแปลง และความแปลกใหม่ ในขณะที่ปัจจัยดึง คือ ความน่าดึงดูดใจของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และเพื่อมีสุขภาพที่ดีขึ้น ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับแรงจูงใจของเบบี้บูมเมอร์ เนื่องจากจะ ช่วยให้ผู้ประกอบการและนักการตลาดสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวัง ของกลุ่มเฉพาะกลุ่มนี้ได้ดียิ่งขึ้น

Rezky Puma Satit (2012) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทาง การตลาดกับการตัดสินใจของลูกค้าเกี่ยวกับตัวแทนท่องเที่ยว: การศึกษาเชิงประจักษ์ (The Relationship Between Marketing Mix and Customer Decision-Making Over Travel Agents: An Empirical Study) วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่าง 4P ได้แก่ ราคา โปรโมชัน สถานที่และผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจของลูกค้าเกี่ยวกับตัวแทน การท่องเที่ยวในปาเล็มบัง ประเทศอินโดนีเซีย ตัวแทนท่องเที่ยวได้รับการพิจารณาอย่างจริงจัง สำหรับกิจกรรม 4P เหล่านี้เพื่อให้แน่ใจว่าพวกเขาจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและ

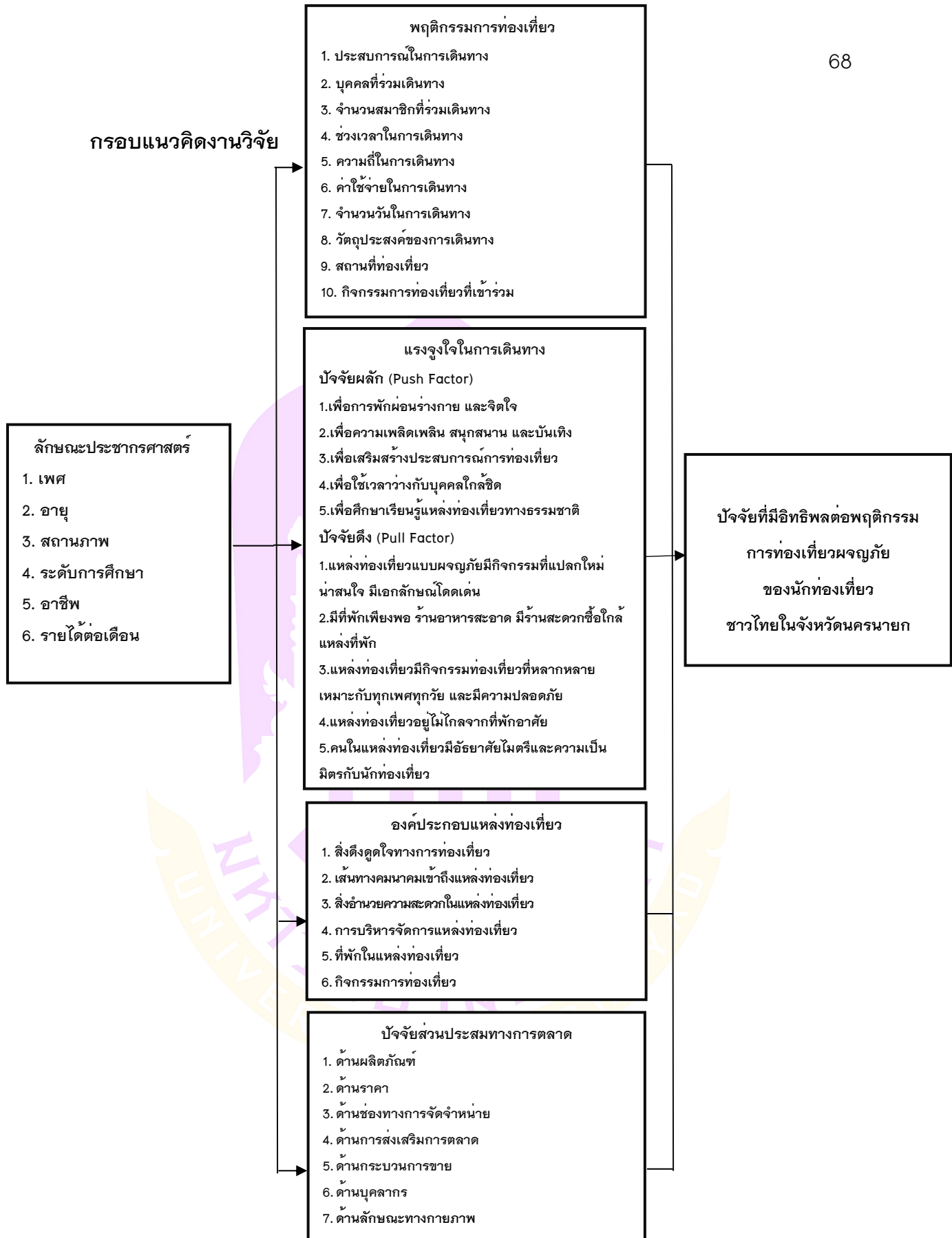
ประสิทธิผล ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 215 รายได้รับการคัดเลือกจากลูกค้าของบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวสามแห่งในเมืองปาเล็มบัง ประเทศอินโดนีเซีย ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้รับการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติ คือ การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์การถดถอยเฉพาะผลิตภัณฑ์และราคาเท่านั้นที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของลูกค้าในเรื่องตัวแทนท่องเที่ยว จากผลการวิจัย ได้มีการเสนอคำแนะนำเชิงกลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอินโดนีเซีย

Paul W (2009) ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณค่า ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในบริบทการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Value, Satisfaction and Behavioral Intentions in an Adventure Tourism Context) วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษากรอบการตลาดและตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่า ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในบริบทการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เครื่องมือเป็นแบบสำรวจจำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าของทัวร์ผจญภัยในออสเตรเลีย คุณค่าของลูกค้าถูกกำหนดให้เป็นโครงสร้างหลายมิติ และคุณค่าทั้งสามนั้นมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมากต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการตั้งคุณค่าการท่องเที่ยวผจญภัย ความคุ้มค่าต่อเงินเป็นสิ่งที่โดดเด่น แต่คุณค่าทางอารมณ์และความแปลกใหม่ก็เป็นตัวทำนายความพึงพอใจและความตั้งใจในอนาคตด้วยเช่นกัน การศึกษาในปัจจุบันชี้ให้เห็นว่านักวิจัยควรใช้มุมมองแบบองค์รวมของมูลค่าในบริบทของการท่องเที่ยว

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสังเคราะห์องค์ความรู้ได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก จำเป็นต้องมีการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ และเกิดความพึงพอใจจนมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวซ้ำ ซึ่งเพื่อเป็นพื้นฐานในการวางแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผจญภัย และจำเป็นต้องศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย สำหรับพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบสนองกับความต้องการของการท่องเที่ยวได้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก
3. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก
4. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดนครนายก

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก โดยกำหนดแนวทางขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครนายก จำนวน 3,065,277 คน ซึ่งเป็นข้อมูลผู้มาเยือน ในปี พ.ศ. 2562 ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบขนาดของกลุ่มประชากรที่ชัดเจน ทราบแต่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก จำนวน 3,065,277 คน แต่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก จึงเลือกใช้สูตร (Cochran อ้างอิงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ (2553) มีสูตรในการคำนวณ

สูตรในการคำนวณ

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{d^2}$$

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
p	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม .50
z	แทน	ความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ คือ Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ที่ค่าเท่ากับ 1.96 ระดับความเชื่อมั่น 95%
d	แทน	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 0.05

โดยค่า p ต้องกำหนดไม่ต่ำกว่า 50% ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2} \\ &= \frac{(0.5)(0.5)(3.8416)}{0.0025} \\ &= \frac{0.9604}{0.0025} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

จากการแทนค่าสูตร ต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกิน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดหรือตกหล่นของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน

จากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการสุ่มให้ตอบแบบสอบถาม คือ 400 คน แต่เนื่องจากช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล เป็นช่วงเวลาในประเทศไทยประกาศมาตรการอยู่บ้านเพื่อหยุดการแพร่เชื้อ COVID 19 จึงทำให้การเก็บข้อมูลเป็นไปด้วยความยากลำบาก ต้องอาศัยการลงพื้นที่หลายสัปดาห์ และจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนไม่น้อยไม่เท่ากัน ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็นสัดส่วนตามแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

**ตาราง 2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก**

ลำดับ	แหล่งท่องเที่ยวผจญภัย	จำนวน (คน)
1	โรงเรียนนายร้อย จปร.	150
2	เขื่อนขุนด่านปราการชล	100
3	ศูนย์ผจญภัยเขาหล่น	50
4	อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	50
5	น้ำตกสาริกา	50
<b>รวม</b>		<b>400</b>

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก 2) ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก 3) วิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก 4) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก 5) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยศึกษาจากเอกสารรายงานวิจัยต่าง ๆ นำมาเป็น

หัวข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดนครนายก ประกอบด้วย 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย ประสิทธิภาพในการเดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวผจญภัยที่เดินทางท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close end question) ให้เลือกตอบในช่องที่กำหนด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก ได้แก่ ปัจจัยผลัก (Push Factor) เช่น เพื่อการพักผ่อนร่างกาย และจิตใจ เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และบันเทิง เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์สำหรับการท่องเที่ยวผจญภัยแปลกใหม่ เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด เพื่อศึกษาเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแบบผจญภัย และปัจจัยดึง (Pull Factor) เช่น แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยมีกิจกรรมที่แปลกใหม่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น มีที่พักเพียงพอ ร้านอาหารสะอาด มีร้านสะดวกซื้อใกล้แหล่งที่พัก แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย และมีความปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากที่พักอาศัย และคนในแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีและความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว

โดยคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยแต่ละคำถามจะแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งเป็นระดับ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด  
 การแปลผลข้อมูลของแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดค่าของอันตรภาคชั้น เพื่อนำมากำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณ และคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น (วิชิต อุ๋อัน, 2550) ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\begin{aligned} \text{จำนวนชั้น} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.08 \end{aligned}$$

เกณฑ์การวัดระดับคะแนนจากการแบ่งเป็น 5 ช่วงชั้น ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 4) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 5) ที่พักบริเวณแหล่งท่องเที่ยว 6) กิจกรรมการท่องเที่ยว มีส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับลักษณะของข้อคำถามประกอบด้วย ข้อความที่ให้ความสำคัญในแต่ละด้าน แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบ เป็นมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ และแต่ละคำถามจะแบ่งระดับความสำคัญ ออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลงผลข้อมูลของแบบสอบถามส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดค่าของอันตรภาคชั้น สำหรับใช้ในการแปลงผลข้อมูล โดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อนำมากำหนดช่วงชั้นด้วยการใช้สูตรคำนวณ และคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น (วิชิต อุอิน, 2550) ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\begin{aligned} \text{จำนวนชั้น} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.08 \end{aligned}$$

ซึ่งเกณฑ์การวัดระดับคะแนนจากการแบ่งเป็น 5 ช่วงชั้น ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ผจญภัยจังหวัดนครนายก (7 P's) ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านกระบวนการให้บริการ 6) ด้านบุคลากร 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ มีส่วนประสมค่า 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับลักษณะของข้อคำถามประกอบด้วย ข้อความที่ให้ความสำคัญในแต่ละด้าน แต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตอบ เป็นมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ และแต่ละคำถามจะแบ่งระดับความสำคัญ ออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลงผลข้อมูลของแบบสอบถามส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดค่าของอันตรภาคชั้น สำหรับใช้ในการแปลงผลข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อนำมากำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้อนุกรมคำนวณ และคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น (วิชิต อุอิน, 2550) ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\begin{aligned} \text{จำนวนชั้น} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.08 \end{aligned}$$

เกณฑ์การวัดระดับคะแนนจากการแบ่งเป็น 5 ช่วงชั้น ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

### การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content Validity Test) และความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถาม (Questionnaire) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาแนวคิด หลักการ ทฤษฎี จากหนังสือ ตำรา เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วจัดทำร่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย และขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์เพื่อพิจารณาเพื่อแก้ไขข้อบกพร่อง

ขั้นที่ 2 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้กับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบเครื่องมือ โดยตรวจความถูกต้องของเนื้อหา และหาคุณภาพรายข้อโดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้ 1) ความสอดคล้องกับนิยามและเนื้อหาของตัวแปรโดยรวม 2) ความสอดคล้องกับนิยาม และเนื้อหาของย่อยของตัวแปร และ 3) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ผ่านและเกณฑ์ที่ต้องปรับปรุง ดังนี้

1. ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ อยู่ระหว่าง +1 ถึง -1
2. คำถามที่ตรงตามเนื้อหาจะมีค่า IOC เข้าใกล้ 1.0 ถ้าข้อใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่ได้วัดตรงตามวัตถุประสงค์จริง

3. ให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ประกอบด้วย

1. ดร.ปริญญา นาคปทุม คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. ดร.ภณสิทธิ์ อ้นยะ หัวหน้าสาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
3. นายชัยพร ศุภนิมิตวิเศษกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท เพ็รส์ท เวิร์ด ทัวร์ จำกัด

ประเมินความเหมาะสมของแต่ละข้อความ โดยกำหนดค่าตัวเลข ดังนี้

+1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจ หรือข้อคำถามนั้นคลุมเครือไม่ชัดเจน

-1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

นำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.05 ขึ้นไป ตามสูตร ดังนี้ (วรัญญา ภัทรสุข, 2554)

กำหนดให้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์

$\sum R$  คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบความเชื่อมั่นหรือความเที่ยงก่อนนำแบบทดสอบไปใช้จริง (Try out) โดยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน ในจังหวัดนครนายก แล้วนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นหรือความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามในการทดสอบความเชื่อถือนั้น จะเลือกคำนวณเฉพาะส่วนที่สามารถนำมาตีเป็นค่าคะแนนได้โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ในการวิเคราะห์และประมวลผลความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$r = 1 - \frac{n}{n-1} \left\{ \frac{\sum vi}{vt} \right\}$$

เมื่อ  $vi$  = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$vt$  = รวมทุกข้อ

$N$  = จำนวนข้อในแบบสอบถาม

โดยใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป ซึ่งความเชื่อมั่นได้เป็นส่วนหนึ่งที่ยืนยันความถูกต้องของการทดสอบด้วยค่า Alpha ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จากแบบสอบถามเพื่อนำมาวิเคราะห์หาความน่าเชื่อถือด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้วิธีวิเคราะห์ประมวลผลหาค่าครอนบาค แอลฟา (Cronbach's alpha analysis test) ซึ่งผลการคำนวณสัมประสิทธิ์อัลฟาค่าความเชื่อมั่นที่ได้เท่ากับ 0.83 ซึ่งเป็นค่าคะแนนความเชื่อมั่นค่อนข้างสูง จึงถือได้ว่าเป็นเครื่องมือวิจัยที่ได้มาตรฐานสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มประชากรตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก แต่เนื่องจากสถานการณ์โควิด 19 มีการประกาศมาตรการเพื่อหยุดการแพร่เชื้อ จึงทำให้การเก็บข้อมูลต้องอาศัยการลงพื้นที่หลายสัปดาห์ และจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นน้อยไม่เท่ากัน ผู้วิจัยจึงแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นแบบสัดส่วน โดยแยกตามจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เท่ากัน คือ โรงเรียนนายร้อย จปร. จำนวน 150 คน เขื่อนขุนด่านปราการชล จำนวน 100 คน ศูนย์ผจญภัยเขาหล่น 50 คน อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ 50 คน และน้ำตกสาลิกา 50 คน รวมทั้งหมด 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาแล้วนำมาตรวจสอบ โดยคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่ตอบคำถามทุกรายการครบถ้วนสมบูรณ์ และสามารถนำมาวิเคราะห์ทางสถิติได้ทุกฉบับ

2. การลงรหัส (Coding) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์มาจัดเป็นกลุ่ม และนับคะแนนลงรหัสตามที่กำหนดไว้

3. การบันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (SPSS)

4. แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

5. แบบสอบถามตอนที่ 3-5 ใช้วิเคราะห์ข้อมูลแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีคำตอบ และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert R, 1967) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1-5 จากการตอบแบบสอบถามของ (ธานีินทร์ ศิลป์จารุ, 2553)

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยใช้อธิบายความหมายของข้อมูลในลักษณะการบรรยายทั่วไป

2. สถิติเชิงอนุมานหรืออ้างอิง (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก โดยใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าไค-สแควร์ (Chi-square Test) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกต่างกัน โดยใช้สถิติในการ

ทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระจากกัน (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวกัน (f-test or One Way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffé) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ต่างกัน โดยใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระจากกัน (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวกัน (f-test or One Way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffé) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ต่างกัน โดยใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระจากกัน (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียวกัน (f-test or One Way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffé) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก” นี้ นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอ ดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้เสนอสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่า t-Test
F	แทน	ค่า F-Test
$\chi^2$	แทน	ค่าไค-สแควร์
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน	ระดับแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การนำเสนอผลของการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย  
ในจังหวัดนครนายก

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ  
นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว โดยการ  
แจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ได้ข้อมูลดังนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	205	51.25
หญิง	195	48.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>2. อายุ</b>		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	197	49.25
31 – 40 ปี	133	33.25
41 – 50 ปี	34	8.50
51 ปีขึ้นไป	36	9.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

## ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>3. สถานภาพ</b>		
โสด	255	63.75
สมรส	126	31.50
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ และอื่น ๆ	19	4.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>4. ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	149	37.25
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	222	55.50
สูงกว่าปริญญาตรี	29	7.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>5. อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา และอื่น ๆ	111	27.75
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	54	13.50
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	169	42.25
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	66	16.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>6. รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	197	49.25
20,001 – 25,000 บาท	120	30.00
25,001 – 30,000 บาท	36	9.00
มากกว่า 30,001 บาท	47	11.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก มากกว่าครึ่งเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.75 ตามลำดับ มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี รองลงมามีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.25 33.25 9.00 และ 8.50

ตามลำดับ มีสถานภาพโสด รองลงมา มีสถานภาพสมรส และหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 63.75 31.50 และ 4.75 ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.50 37.25 และ 7.25 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง รองลงมา เป็นนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ มีธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 42.25 27.75 16.50 และ 13.50 ตามลำดับ มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท มีรายได้มากกว่า 30,001 บาท และมีรายได้ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.25 30.00 11.75 และ 9.00 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง

### ท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) ได้ข้อมูลดังนี้

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย</b>		
เคย	362	90.50
ไม่เคย	38	9.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>2. บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย</b>		
เดินทางกับครอบครัว/เครือญาติ	102	25.50
เดินทางกับเพื่อน	149	37.25
เดินทางกับคนรัก	85	21.25
เดินทางคนเดียว และอื่น ๆ เช่น เดินทางกับสมาคม/องค์กร	64	16.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

## ตาราง 4 (ต่อ)

<b>3. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย</b>		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 คน	132	33.00
4 – 5 คน	75	18.75
6 – 7 คน	77	19.25
8 คนขึ้นไป	116	29.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>4. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย</b>		
วันจันทร์ – วันศุกร์	39	9.75
วันหยุดเสาร์ – วันอาทิตย์	232	58.00
วันหยุดเทศกาล/วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุด ปิดภาคเรียน	129	32.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>5. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย</b>		
1 ครั้งต่อปี	103	25.75
2-3 ครั้งต่อปี	129	32.25
4-5 ครั้งต่อปี	63	15.75
มากกว่า 5 ครั้งต่อปี	105	26.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย</b>		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	228	57.00
3,001 – 5,000 บาท	118	29.50
5,001 บาทขึ้นไปบาท	54	13.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>7. จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง</b>		
1-2 วัน	288	72.00
3-4 วัน	92	23.00
5-6 วัน	20	5.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>8. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย</b>		
เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง	179	44.75
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	46	11.50
เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์	29	7.25
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	86	21.50
เพื่อทัศนศึกษา / ดูงาน และอื่น ๆ	60	15.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>9. สถานที่ท่องเที่ยวผจญภัย</b>		
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และศูนย์ผจญภัยเขาหลัน	70	17.50
น้ำตกสาริกา	81	20.25
โรงเรียนนายร้อย จปร.	135	33.75
เขื่อนขุนด่านปราการชล	114	28.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>10. กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย</b>		
ล่องแก่ง/พายเรือคายัค	131	32.75
กระโดดหอ	27	6.75
ยิงปืนบีบีกัน/ยิงปืนเพนบอล/ยิงปืน/ยิงธนู	52	13.00
ปั่นจักรยาน	98	24.50
มอเตอร์ไซด์ TV และอื่น ๆ	51	12.75
เดินป่าผจญภัย	41	10.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก พบว่า เคยเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย รองลงมาไม่เคยเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 90.50 และ 9.50 ตามลำดับ เดินทางท่องเที่ยวผจญภัยกับเพื่อน รองลงมาเดินทางกับครอบครัว/เครือญาติ เดินทางกับคนรัก และเดินทางคนเดียว และอื่น ๆ เช่น เดินทางกับสมาคม/องค์กร คิดเป็นร้อยละ 37.25 25.50 21.25 และ 16.00 ตามลำดับ จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 คน รองลงมาจำนวนสมาชิก 8 คนขึ้นไป ระหว่าง 6 – 7 คน และระหว่าง 4 – 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 29.00 19.25 และ 18.75 ตามลำดับ เดินทางท่องเที่ยวผจญภัยในวันหยุดเสาร์ – วันอาทิตย์ รองลงมาเดินทางในวันหยุดเทศกาล/วันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดปิดภาคเรียน และเดินทางในวันจันทร์ – วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 58.00 32.25 และ 9.75 ตามลำดับ เดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จำนวน 2-3 ครั้งต่อปี รองลงมามากกว่า 6 ครั้งต่อปี จำนวน 1 ครั้งต่อปี และจำนวน 4-5 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 32.25 26.25 25.75 และ 15.75 ตามลำดับ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท รองลงมามีค่าใช้จ่ายระหว่าง 3,001 – 5,000 บาท และ 5,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 57.00 29.50 และ 13.50 ตามลำดับ ใช้เวลาในการท่องเที่ยวระหว่าง 1-2 วันต่อครั้ง รองลงมา ระหว่าง 3-4 วัน และระหว่าง 5-6 วัน คิดเป็นร้อยละ 72.00 23.00 และ 5.00 ตามลำดับ เดินทางท่องเที่ยวผจญภัยเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง รองลงมาเพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด เพื่อทัศนศึกษา / ดูงาน และอื่น ๆ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์ คิดเป็นร้อยละ 44.75 21.50 15.00 11.50 และ 7.25 ตามลำดับ เลือกท่องเที่ยวที่โรงเรียนนายร้อย จปร. รองลงมาเขื่อนขุนด่านปราการชล น้ำตกสาริกา และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และศูนย์ผจญภัยเขาหล่น คิดเป็นร้อยละ 33.75 28.50 20.25 และ 17.50 ตามลำดับ เลือกทำกิจกรรมล่องแก่ง/พายเรือคายัค รองลงมาปั่นจักรยาน ยิงปืนปีปีกัน/ยิงปืนพันบอล/ยิงปืน/ยิงธนู มอเตอร์ไซด์ TV และอื่น ๆ เดินป่าผจญภัย และกระโดดตบ คิดเป็นร้อยละ 32.75 24.50 13.00 12.75 10.25 และ 6.75 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง

#### ท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ปัจจัยหลัก (ปัจจัยที่ส่งผลให้เดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก)			
1.1 เพื่อการพักผ่อนร่างกาย และจิตใจ	4.20	0.75	มาก
1.2 เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และ บันเทิง	4.52	0.51	มากที่สุด
1.3 เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์สำหรับการ ท่องเที่ยวผจญภัยแปลกใหม่	4.38	0.53	มากที่สุด
1.4 เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	4.31	0.52	มากที่สุด
1.5 เพื่อศึกษาเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติแบบผจญภัย	3.96	0.62	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.24</b>	<b>0.46</b>	<b>มากที่สุด</b>

ตาราง 5 (ต่อ)

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
<b>2. ปัจจัยดึง (ปัจจัยดึงดูดให้เดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก)</b>			
2.1 แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยมีกิจกรรมที่แปลกใหม่ น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	4.05	0.49	มาก
2.2 มีที่พักเพียงพอ ร้านอาหารสะอาด มีร้านสะดวกซื้อใกล้แหล่งที่พัก	4.69	0.50	มากที่สุด
2.3 แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย และมีความปลอดภัย	4.19	0.43	มาก
2.4 แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากที่พักอาศัย	4.56	0.50	มากที่สุด
2.5 คนในแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีและความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	4.67	0.53	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.44</b>	<b>0.50</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.37</b>	<b>0.48</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 (S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ปัจจัยหลัก (ปัจจัยที่ส่งผลให้เดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 (S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และบันเทิงค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.51) เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์สำหรับการท่องเที่ยวผจญภัยแปลกใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 (S.D. = 0.53) และเพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 (S.D. = 0.52) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ เพื่อการพักผ่อนร่างกาย และจิตใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (S.D. = 0.75) และเพื่อศึกษาเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแบบผจญภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ปัจจัยตั้ง (ปัจจัยตั้งคู่ให้เห็นทางเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีที่พักเพียงพอ ร้านอาหารสะอาด มีร้านสะดวกซื้อใกล้แหล่งที่พัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 (S.D. = 0.50) คนในแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีและความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 (S.D. = 0.53) และแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากที่พักอาศัยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (S.D. = 0.50) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย และมีความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 (S.D. = 0.43) และแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยมีกิจกรรมที่แปลกใหม่ น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D. = 0.49) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
<b>1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>			
1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงามมีเอกลักษณ์โดดเด่น	4.62	0.55	มากที่สุด
1.2 แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมแบบผจญภัยที่หลากหลาย แปลกใหม่และ มีความปลอดภัย	4.45	0.53	มากที่สุด
1.3 แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้ร่วมได้ตลอดทั้งปี	3.74	0.69	มาก
1.4 แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งเรียนรู้การท่องเที่ยวผจญภัยเชิงนิเวศที่ยิ่งใหญ่	4.50	0.53	มากที่สุด
1.5 แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	4.53	0.53	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.41</b>	<b>0.52</b>	<b>มากที่สุด</b>

ตาราง 6 (ต่อ)

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนัญภัย	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
<b>2. ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</b>			
2.1 มีระบบคมนาคมขนส่งที่หลากหลาย เช่น รถยนต์ รถรับจ้าง รถตู้ รถบัส	2.98	0.79	ปานกลาง
2.2 ระบบคมนาคมขนส่งมีให้บริการตลอดเวลาเป็นประจำ และสม่ำเสมอ	3.17	0.61	ปานกลาง
2.3 เส้นทาง การเข้าถึง สะดวกสบาย สภาพพื้นผิว ถนนลาดยาง หรือเทคอนกรีต	4.39	0.67	มากที่สุด
2.4 มีป้ายบอกทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และมีสภาพการใช้งานได้จริง	4.18	0.54	มาก
2.5 เส้นทาง การเข้าถึง มีไฟฟ้า ไฟส่องสว่างในตลอดเส้นทางเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	4.23	0.63	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>3.85</b>	<b>0.54</b>	<b>มาก</b>
<b>3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว</b>			
3.1 แหล่งท่องเที่ยวพจนัญภัย มีระบบไฟฟ้า น้ำประปา ให้บริการเพียงพอ	4.37	0.80	มากที่สุด
3.2 มีลานจอดรถกว้างขวาง และมีห้องน้ำ ให้บริการเพียงพอ	3.87	0.77	มาก
3.3 มีร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ของที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ให้บริการ	4.10	0.72	มาก
3.4 มีสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต WIFI ให้บริการทั่วถึง	3.93	0.60	มาก
3.5 มีศูนย์ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวหรือขอความช่วยเหลือสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	3.08	0.92	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.89</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 6 (ต่อ)

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
<b>4. ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว</b>			
4.1 มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและรับแจ้งเหตุฉุกเฉิน	3.47	0.76	มาก
4.2 มีโครงสร้างพื้นฐานไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำดื่ม น้ำประปา โรงพยาบาล สถานีตำรวจ ธนาคาร ตู้ ATM ปิมน้ำมัน ไปรษณีย์	4.24	0.63	มากที่สุด
4.3 มีหน่วยงานตรวจสอบ กำกับดูแล ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	4.04	0.76	มาก
4.4 มีขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารเพื่อประสานกับเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว	4.00	0.57	มาก
4.5 การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากร มีความชัดเจน มาซับซ้อน	4.06	0.77	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.96</b>	<b>0.59</b>	<b>มาก</b>
<b>5. ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว</b>			
5.1 จำนวนที่พักบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอในการให้บริการ	4.56	0.61	มากที่สุด
5.2 ที่บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักหลากหลายให้บริการตามความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์	4.45	0.66	มากที่สุด
5.3 บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่พักที่สะอาด และปลอดภัยให้บริการ	4.04	0.73	มาก
5.4 ภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ที่นอน หมอน ผ้าห่ม	4.11	0.75	มาก
5.5 ที่พักอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	4.37	0.63	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.26</b>	<b>0.61</b>	<b>มากที่สุด</b>

ตาราง 6 (ต่อ)

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
<b>6. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>			
6.1 แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมแบบผจญภัยหลากหลายประเภท	4.32	0.71	มากที่สุด
6.2 คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยร่วมกับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์แปลกใหม่	4.19	0.75	มาก
6.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	4.05	0.74	มาก
6.4 กิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รวมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับระบบนิเวศทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน	4.06	0.78	มาก
6.5 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอดปี ทุกฤดูกาล	3.78	0.70	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.10</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.03</b>	<b>0.20</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 (S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงามมีเอกลักษณ์โดดเด่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 (S.D. = 0.55) แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 (S.D. = 0.53) แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งเรียนรู้การท่องเที่ยวผจญภัยเชิงนิเวศ

ที่ยิ่งใหญ่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 (S.D. = 0.53) และแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมแบบผจญภัยที่หลากหลาย แปลกใหม่และมีความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 (S.D. = 0.53) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมให้ร่วมได้ตลอดทั้งปี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 (S.D. = 0.69) ตามลำดับ

ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 (S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ เส้นทาง การเข้าถึง สะดวกสบาย สภาพพื้นผิว ถนนลาดยาง หรือเทคอนกรีต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 (S.D. = 0.67) และเส้นทาง การเข้าถึง มีไฟฟ้า ไฟส่องสว่างในตลอดเส้นทางเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (S.D. = 0.63) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และมีสภาพการใช้งานได้จริง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (S.D. = 0.54) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ระบบคมนาคมขนส่ง มีให้บริการตลอดเวลาเป็นประจำ และสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 (S.D. = 0.61) และมีระบบคมนาคมขนส่งที่หลากหลาย เช่น รถยนต์ รถรับจ้าง รถตุ้ รถบัส ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 (S.D. = 0.79) ตามลำดับ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 (S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวผจญภัย มีระบบไฟฟ้า น้ำประปา ให้บริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 (S.D. = 0.80) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ของที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.72) มีสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต WIFI ให้บริการทั่วถึง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (S.D. = 0.60) และมีลานจอดรถกว้างขวาง และมีห้องน้ำให้บริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (S.D. = 0.77) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีศูนย์ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวหรือขอความช่วยเหลือสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 (S.D. = 0.92) ตามลำดับ

ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีโครงสร้างพื้นฐานไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำดื่ม น้ำประปา โรงพยาบาล สถานีตำรวจ ธนาคาร ตู้ ATM ปั้มน้ำมัน ไปรษณีย์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 (S.D. = 0.63) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรมีความชัดเจน มาซึบซ้อ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (S.D. = 0.77) มีหน่วยงานตรวจสอบ กำกับดูแล ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.76) มีขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารเพื่อประสานกับเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D. = 0.57) และมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและรับแจ้งเหตุฉุกเฉิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 (S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 (S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ จำนวนที่พักบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (S.D. = 0.61) ที่บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักหลากหลายให้บริการตามความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 (S.D. = 0.66) และที่พักอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 (S.D. = 0.63) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ที่นอน หมอน ผ้าห่ม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (S.D. = 0.75) และบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่พักที่สะอาด และปลอดภัยให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.73) ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมแบบผจญภัยหลากหลายประเภท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 (S.D. = 0.71) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยร่วมกับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 (S.D. = 0.75) กิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมอนุรักษ์

สิ่งแวดลอม และสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับระบบนิเวศทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (S.D. = 0.78) กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D. = 0.74) และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอดปี ทุกฤดูกาล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 (S.D. = 0.70) ตามลำดับ

## ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ

### นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
1.1 ความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย	4.42	0.60	มากที่สุด
1.2 ความปลอดภัยในกิจกรรมผจญภัย	4.23	0.58	มากที่สุด
1.3 ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย	3.87	0.81	มาก
1.4 ความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย	3.79	0.89	มาก
1.5 ความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย	4.11	0.67	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.07</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>
<b>2. ด้านราคา</b>			
2.1 ป้ายราคาแสดงอัตราค่าบริการมีความชัดเจน	4.16	0.70	มาก
2.2 อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับกิจกรรม	4.01	0.68	มาก
2.3 ราคาค่าใช้จ่ายในการเล่นกิจกรรมมีความคุ้มค่า	3.91	0.75	มาก
2.4 ราคาค่าใช้จ่ายสำหรับเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม	3.75	0.77	มาก
2.5 ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่นๆ	3.64	0.80	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.88</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 7 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเดินทาง ท่องเที่ยวผจญภัย	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
<b>3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>			
3.1 มีการจัดโปรแกรมการขาย และมีขั้นตอนการ บริการที่เหมาะสม	4.17	0.62	มาก
3.2 มีการจัดโปรแกรมกิจกรรมแบบเหมาจ่าย รายวัน	4.05	0.66	มาก
3.3 มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวก รวดเร็ว ชัดเจน	4.02	0.68	มาก
3.4 มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับแหล่งท่องเที่ยว ที่หลากหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์, Line, Facebook	3.72	0.82	มาก
3.5 มีการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์	3.58	0.89	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.96</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>
<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
4.1 ภาครัฐมีการส่งเสริม และประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวผ่านสื่อ	4.44	0.54	มากที่สุด
4.2 มีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย	4.52	0.53	มากที่สุด
4.3 มีศูนย์การเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญ ภัย/กีฬา	4.20	0.49	มาก
4.4 มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม หรือ มหกรรมกีฬาแบบผจญภัย เช่น การเดิน วิ่ง ปั่นจักรยาน เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยว มาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	4.50	0.57	มากที่สุด
4.5 แหล่งท่องเที่ยวมีโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นให้ นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทาง	2.98	0.81	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>4.12</b>	<b>0.38</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 7 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเดินทาง ท่องเที่ยวชมจตุรัส	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
<b>5. ด้านกระบวนการขาย</b>			
5.1 ขั้นตอนการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่ง ท่องเที่ยวมีความชัดเจน ไม่สับสน	3.73	0.81	มาก
5.2 มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Centre) ใน การบริการท่องเที่ยว และจำหน่ายบัตร	3.72	0.81	มาก
5.3 มีผู้ให้บริการคอยแนะนำกิจกรรมแบบผจญภัย ที่เหมาะสม	4.08	0.76	มาก
5.4 มีผู้เชี่ยวชาญในการบริการอำนวยความสะดวก ในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย	3.90	0.94	มาก
5.5 มีการจัดการระบบรักษาความปลอดภัย เครื่องมือ อุปกรณ์การทำกิจกรรม สำหรับ นักท่องเที่ยวที่เป็นที่น่าเชื่อถือได้	3.91	0.94	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.92</b>	<b>0.75</b>	<b>มาก</b>
<b>6. ด้านบุคลากร</b>			
6.1 บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอในบริการ	4.10	0.74	มาก
6.2 บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ มีความรู้ด้านการ อธิบายและสร้างความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อ ทำกิจกรรมแบบผจญภัยให้เข้าใจโดยง่าย	4.08	0.76	มาก
6.3 บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีความเต็มใจให้บริการ และเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียม กัน	4.07	0.77	มาก
6.4 บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความ รวดเร็ว ถูกต้อง และคำนึงถึงความปลอดภัยแก่นัก ท่องเที่ยว	3.89	0.94	มาก
6.5 บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่บุคลิกภาพ การแต่ง กายที่เหมาะสมต่องาน	4.06	0.86	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.04</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 7 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเดินทาง ท่องเที่ยวชมจตุรัส	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
<b>7. ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>			
7.1 สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศ การท่องเที่ยว และจัดสรรพื้นที่การทำกิจกรรม แบบผจญภัยได้อย่างเหมาะสม	4.18	0.69	มาก
7.2 แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้น พื้นฐานรวมทั้งเทคโนโลยีที่ช่วยให้บริการที่ เพียงพอต่อความต้องการ	4.14	0.66	มาก
7.3 แหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกทิศทางที่เข้าใจง่าย เห็นชัดเจน ต่อเนื่องและใช้ได้จริงในปัจจุบัน	4.06	0.64	มาก
7.4 แหล่งท่องเที่ยวมีห้องน้ำให้บริการที่เพียงพอ และสะอาดตลอดเวลา	3.71	0.82	มาก
7.5 แหล่งท่องเที่ยวมีที่จอดรถเพียงพอต่อการ ต้อนรับนักท่องเที่ยว และเส้นทางจราจรใน แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก เช่น กลับรถได้ ง่าย	4.23	0.92	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.07</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.02</b>	<b>0.50</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวชมจตุรัส จังหวัดนครนายก พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย

ได้แก่ ความน่าสนใจของกิจกรรมพจญภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (S.D. = 0.60) และความปลอดภัยในกิจกรรมพจญภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (S.D. = 0.58) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ความหลากหลายของกิจกรรมพจญภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (S.D. = 0.67) ความแปลกใหม่ของกิจกรรมพจญภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (S.D. = 0.81) และความพร้อมของการจัดกิจกรรมพจญภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 (S.D. = 0.89) ตามลำดับ

ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ป้ายราคาแสดงอัตราค่าบริการมีความชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (S.D. = 0.70) อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับกิจกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.68) ราคาค่าใช้จ่ายในการเล่นกิจกรรมมีความคุ้มค่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (S.D. = 0.75) ราคาค่าใช้จ่ายสำหรับเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 (S.D. = 0.77) และราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 (S.D. = 0.80) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีการจัดโปรแกรมการขาย และขั้นตอนการให้บริการที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 (S.D. = 0.62) มีการจัดโปรแกรมกิจกรรมแบบเหมาจ่ายรายวัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D. = 0.66) มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวก รวดเร็ว ชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.68) มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์, Line, Facebook ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 (S.D. = 0.82) มีการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (S.D. = 0.89) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.53) มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม หรือมหกรรมกีฬาแบบพจญภัย เช่น การเดิน วิ่ง ปั่นจักรยานเพื่อกระตุ้นให้

นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 (S.D. = 0.57) และภาครัฐผู้มีการส่งเสริม และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.54) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีศูนย์การเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัย/กีฬา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (S.D. = 0.49) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีโปรแกรมขึ้น เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 (S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการขาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีผู้ให้บริการคอยแนะนำการทำกิจกรรมแบบผจญภัยได้อย่างเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D. = 0.76) มีการจัดการระบบรักษาความปลอดภัยเครื่องมือ อุปกรณ์การทำกิจกรรม สำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นที่นาเชื่อถือได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (S.D. = 0.94) มีผู้เชี่ยวชาญในการบริการอำนวยความสะดวกในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (S.D. = 0.94) ขั้นตอนการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน ไม่สับสน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 (S.D. = 0.81) และมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Centre) ในการบริการท่องเที่ยว และจำหน่ายบัตร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 (S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.74) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ มีความรู้ด้านการอธิบายและสร้างความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมแบบผจญภัยให้เข้าใจได้ง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D. = 0.76) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีความเต็มใจให้บริการและเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (S.D. = 0.77) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่บุคลิกภาพ การแต่งกายที่เหมาะสมต่องาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (S.D. = 0.86) และบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และคำนึงถึงความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 (S.D. = 0.94) ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีที่จอดรถเพียงพอต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว และเส้นทางการจราจรในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก เช่น กลับรถได้ง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (S.D. = 0.92) โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศการท่องเที่ยว และจัดสรรพื้นที่การทำกิจกรรมแบบผจญภัยได้อย่างเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (S.D. = 0.69) แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานรวมทั้งเทคโนโลยีที่ช่วยให้บริการที่เพียงพอต่อความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (S.D. = 0.66) แหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกทิศทางที่เข้าใจง่าย เห็นชัดเจน ต่อเนื่องและใช้ได้จริงในปัจจุบัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (S.D. = 0.64) และแหล่งท่องเที่ยวมีห้องน้ำให้บริการที่เพียงพอ และสะอาดตลอดเวลา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 (S.D. = 0.82) ตามลำดับ

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม

การท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

ตาราง 8 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวใน

การเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เพศ		$\chi^2$	Sig.
	ชาย	หญิง		
1.ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย			0.742	.389
เคย	183 (89.27)	179 (91.79)		
ไม่เคย	22 (10.73)	16 (8.21)		
<b>รวม</b>	205 (100.00)	195 (100.00)		

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เพศ		$\chi^2$	Sig.
	ชาย	หญิง		
2. บุคคลที่รวมเดินทางท่องเที่ยวพจนัญ			3.736	.291
เดินทางกับครอบครัว/เครือญาติ	47 (22.93)	55 (28.21)		
เดินทางกับเพื่อน	80 (39.02)	69 (35.38)		
เดินทางกับคนรัก	40 (19.51)	45 (23.08)		
เดินทางคนเดียว และอื่น ๆ เช่น	38 (18.54)	26 (13.33)		
เดินทางกับสมาคม/องค์กร				
<b>รวม</b>	205 (100.00)	195 (100.00)		
3. จำนวนสมาชิกที่รวมเดินทางท่องเที่ยวพจนัญ			0.849	.838
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 คน	66 (32.20)	66 (33.85)		
4 – 5 คน	39 (19.02)	36 (18.46)		
6 – 7 คน	37 (18.05)	40 (20.51)		
8 คนขึ้นไป	63 (30.73)	53 (27.18)		
<b>รวม</b>	205 (100.00)	195 (100.00)		

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เพศ		$\chi^2$	Sig.
	ชาย	หญิง		
4. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย			0.815	.665
วันจันทร์ - วันศุกร์	20 (9.76)	19 (9.74)		
วันหยุดเสาร์ - วันอาทิตย์	123 (60.00)	109 (55.90)		
วันหยุดเทศกาล/วันหยุดนักขัตฤกษ์/ วันหยุดปิดภาคเรียน	62 (30.24)	67 (34.36)		
<b>รวม</b>	<b>205</b> <b>(100.00)</b>	<b>195</b> <b>(100.00)</b>		
5. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย			0.312	.958
1 ครั้งต่อปี	51 (24.88)	52 (26.67)		
2-3 ครั้งต่อปี	66 (32.20)	63 (32.31)		
4-5 ครั้งต่อปี	34 (16.59)	29 (14.87)		
มากกว่า 5 ครั้งต่อปี	54 (26.34)	51 (26.15)		
<b>รวม</b>	<b>205</b> <b>(100.00)</b>	<b>195</b> <b>(100.00)</b>		

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เพศ		$\chi^2$	Sig.
	ชาย	หญิง		
6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวพญภูภัย			0.361	.835
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	118 (57.56)	110 (56.41)		
3,001 – 5,000 บาท	58 (28.29)	60 (30.77)		
5,001 บาทขึ้นไป	29 (14.15)	25 (12.82)		
<b>รวม</b>	205 (100.00)	195 (100.00)		
7. จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			1.608	.447
1-2 วัน	145 (70.73)	143 (73.33)		
3-4 วัน	47 (22.93)	45 (23.08)		
5-6 วัน	13 (6.34)	7 (3.59)		
<b>รวม</b>	205 (100.00)	195 (100.00)		

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เพศ		$\chi^2$	Sig.
	ชาย	หญิง		
8. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย			3.545	.471
เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง	89 (43.41)	90 (46.15)		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	19 (9.27)	27 (13.85)		
เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์	16 (7.80)	13 (6.67)		
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	46 (22.44)	40 (20.51)		
เพื่อทัศนศึกษา / ดูงาน และอื่น ๆ	35 (17.07)	25 (12.82)		
<b>รวม</b>	205 (100.00)	195 (100.00)		
9. สถานที่ท่องเที่ยวผจญภัย			2.096	.553
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และศูนย์ผจญภัยเขาหลัน	33 (16.10)	37 (18.97)		
น้ำตกสาริกา	38 (18.54)	43 (22.05)		
โรงเรียนนายร้อย จปร.	75 (36.59)	60 (30.77)		
เขื่อนขุนด่านปราการชล	59 (28.78)	55 (28.21)		
<b>รวม</b>	205 (100.00)	195 (100.00)		

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เพศ		$\chi^2$	Sig.
	ชาย	หญิง		
10. กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย			9.835	.080
ล่องแก่ง/พายเรือคายัค	56 (27.32)	75 (38.46)		
กระโดดหอ	19 (9.27)	8 (4.10)		
ยิงปืนบีบีกัน/ยิงปืนแฟนบอล/ยิงปืน/ยิง ธนู	27 (13.17)	25 (12.82)		
ปั่นจักรยาน	52 (25.37)	46 (23.59)		
มอเตอร์ไซด์ TV และอื่น ๆ	31 (15.12)	20 (10.26)		
เดินป่าผจญภัย	20 (9.76)	21 (10.77)		
<b>รวม</b>	205 (100.00)	195 (100.00)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 8 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตาราง 9 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว  
ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อายุ				$\chi^2$	Sig.
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป		
1. ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย					1.765	.623
เคย	179 (90.86)	120 (90.23)	29 (85.29)	34 (94.44)		
ไม่เคย	18 (9.14)	13 (9.77)	5 (14.71)	2 (5.56)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	133 (100.00)	34 (100.00)	36 (100.00)		
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย					51.694	.000*
เดินทางกับครอบครัว/เครือญาติ	71 (36.04)	13 (9.77)	13 (38.24)	5 (13.89)		
เดินทางกับเพื่อน	75 (38.07)	55 (41.35)	4 (11.76)	15 (41.67)		
เดินทางกับคนรัก	35 (17.77)	36 (27.07)	7 (20.59)	7 (19.44)		
เดินทางคนเดียว และอื่น ๆ เช่น เดินทางกับสมาคม/ องค์กร	16 (8.12)	29 (21.80)	10 (29.41)	9 (25.00)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	133 (100.00)	34 (100.00)	36 (100.00)		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อายุ				$\chi^2$	Sig.
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป		
3. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย					6.397	.700
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 คน	62 (31.47)	46 (34.59)	12 (35.29)	12 (33.33)		
4 – 5 คน	42 (21.32)	19 (14.29)	9 (26.47)	5 (13.89)		
6 – 7 คน	40 (20.30)	27 (20.30)	4 (11.76)	6 (16.67)		
8 คนขึ้นไป	53 (26.90)	41 (30.83)	9 (26.47)	13 (36.11)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	133 (100.00)	34 (100.00)	36 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย					22.994	.001*
วันจันทร์ – วันศุกร์	10 (5.08)	16 (12.03)	6 (17.65)	7 (19.44)		
วันหยุดเสาร์ – วันอาทิตย์	107 (54.31)	84 (63.16)	17 (50.00)	24 (66.67)		
วันหยุดเทศกาล/วันหยุดนักขัต ฤกษ์/วันหยุดปิดภาคเรียน	80 (40.61)	33 (24.81)	11 (32.35)	5 (13.89)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	133 (100.00)	34 (100.00)	36 (100.00)		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อายุ				$\chi^2$	Sig.
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป		
5. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย					14.215	.115
1 ครั้งต่อปี	47 (23.86)	33 (24.81)	15 (44.12)	8 (22.22)		
2-3 ครั้งต่อปี	66 (33.50)	38 (28.57)	8 (23.53)	17 (47.22)		
4-5 ครั้งต่อปี	31 (15.74)	27 (20.30)	3 (8.82)	2 (5.56)		
มากกว่า ครั้งต่อปี	53 (26.90)	35 (26.32)	8 (23.53)	9 (25.00)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	133 (100.00)	34 (100.00)	36 (100.00)		
6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย					12.705	.048*
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	121 (61.42)	75 (56.39)	14 (41.18)	18 (50.00)		
3,001 – 5,000 บาท	59 (29.95)	35 (26.32)	11 (32.35)	13 (36.11)		
5,001 บาทขึ้นไป	17 (8.63)	23 (17.29)	9 (26.47)	5 (13.89)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	133 (100.00)	34 (100.00)	36 (100.00)		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อายุ				$\chi^2$	Sig.
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป		
7. จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง					19.200	.004*
1-2 วัน	156 (79.19)	93 (69.92)	17 (50.00)	22 (61.11)		
3-4 วัน	36 (18.27)	31 (23.31)	15 (44.12)	10 (27.78)		
5-6 วัน	5 (2.54)	9 (6.77)	2 (5.88)	4 (11.11)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	133 (100.00)	34 (100.00)	36 (100.00)		
8. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย					41.303	.000*
เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง	100 (50.76)	62 (46.62)	7 (20.59)	10 (27.78)		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	29 (14.72)	9 (6.77)	2 (5.88)	6 (16.67)		
เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์	12 (6.09)	8 (6.02)	6 (17.65)	3 (8.33)		
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	43 (21.83)	27 (20.30)	9 (26.47)	7 (19.44)		
เพื่อทัศนศึกษา / ดูงาน และอื่น ๆ	13 (6.60)	27 (20.30)	10 (29.41)	10 (27.78)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	133 (100.00)	34 (100.00)	36 (100.00)		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อายุ				$\chi^2$	Sig.
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป		
9. สถานที่ท่องเที่ยวพญานัก					33.219	.000*
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และศูนย์พญานักเขาลอน	37 (18.78)	22 (16.54)	7 (20.59)	4 (11.11)		
น้ำตกลาวริกา	55 (27.92)	18 (13.53)	2 (5.88)	6 (16.67)		
โรงเรียนนายร้อย จปร.	44 (22.34)	54 (40.60)	19 (55.88)	18 (50.00)		
เขื่อนขุนด่านปราการชล	61 (30.96)	39 (29.32)	6 (17.65)	8 (22.22)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	133 (100.00)	34 (100.00)	36 (100.00)		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อายุ				$\chi^2$	Sig.
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป		
10. กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย					24.177	.062
ล่องแก่ง/พายเรือคายัค	69 (35.03)	44 (33.08)	10 (29.41)	8 (22.22)		
กระโดดหอ	20 (10.15)	4 (3.01)	2 (5.88)	1 (2.78)		
ยิงปืนปีปิกัน/เพนบอล/ยิงปืน /ยิงธนู	28 (14.21)	16 (12.03)	5 (14.71)	3 (8.33)		
ปั่นจักรยาน	38 (19.29)	40 (30.08)	8 (23.53)	12 (33.33)		
มอเตอร์ไซด์ TV และอื่น ๆ	27 (13.71)	17 (12.78)	2 (5.88)	5 (13.89)		
เดินป่าผจญภัย	15 (7.61)	12 (9.02)	7 (20.59)	7 (19.44)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	133 (100.00)	34 (100.00)	36 (100.00)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในเรื่องบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนวันในการท่องเที่ยวผจญภัย วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย และสถานที่ท่องเที่ยวผจญภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 10 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับพฤติกรรมของ  
นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	สถานภาพ			$\chi^2$	Sig.
	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่ <sup>1</sup>		
1. ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย				.138	.934
เคย	230 (90.20)	115 (91.27)	17 (89.47)		
ไม่เคย	25 (9.80)	11 (8.73)	2 (10.53)		
<b>รวม</b>	255 (100.00)	126 (100.00)	19 (100.00)		
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย				46.513	.000*
เดินทางกับครอบครัว/เครือญาติ	74 (29.02)	23 (18.25)	5 (26.32)		
เดินทางกับเพื่อน	115 (45.10)	29 (23.02)	5 (26.32)		
เดินทางกับคนรัก	39 (15.29)	44 (34.92)	2 (10.53)		
เดินทางคนเดียว และอื่น ๆ เช่น เดินทางกับสมาคม/องค์กร	27 (10.59)	30 (23.81)	7 (36.84)		
<b>รวม</b>	255 (100.00)	126 (100.00)	19 (100.00)		

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	สถานภาพ			$\chi^2$	Sig.
	โสด	สมรส	หย่าร้าง/ หม้าย/แยกกัน		
3. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวพจนัญภัย น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 คน	80 (31.37)	44 (34.92)	8 (42.11)	4.227	.646
4 – 5 คน	50 (19.61)	21 (16.67)	4 (21.05)		
6 – 7 คน	54 (21.18)	22 (17.46)	1 (5.26)		
8 คนขึ้นไป	71 (27.84)	39 (30.95)	6 (31.58)		
<b>รวม</b>	255 (100.00)	126 (100.00)	19 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวพจนัญภัย				10.314	.035*
วันจันทร์ – วันศุกร์	19 (7.45)	18 (14.29)	2 (10.53)		
วันหยุดเสาร์ – วันอาทิตย์	144 (56.47)	73 (57.94)	15 (78.95)		
วันหยุดเทศกาล/วันหยุดนักขัต ฤกษ์/วันหยุดปิดภาคเรียน	92 (36.08)	35 (27.78)	2 (10.53)		
<b>รวม</b>	255 (100.00)	126 (100.00)	19 (100.00)		

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	สถานภาพ			$\chi^2$	Sig.
	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่		
5. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย				5.283	.508
1 ครั้งต่อปี	59 (23.14)	39 (30.95)	5 (26.32)		
2-3 ครั้งต่อปี	90 (35.29)	34 (26.98)	5 (26.32)		
4-5 ครั้งต่อปี	40 (15.69)	21 (16.67)	2 (10.53)		
มากกว่า ครั้งต่อปี	66 (25.88)	32 (25.40)	7 (36.84)		
<b>รวม</b>	255 (100.00)	126 (100.00)	19 (100.00)		
6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย				15.108	.004*
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	161 (63.14)	61 (48.41)	6 (31.58)		
3,001 – 5,000 บาท	67 (26.27)	44 (34.92)	7 (36.84)		
5,001 บาทขึ้นไปบาท	27 (10.59)	21 (16.67)	6 (31.58)		
<b>รวม</b>	255 (100.00)	126 (100.00)	19 (100.00)		

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	สถานภาพ			$\chi^2$	Sig.
	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่ <sup>1</sup>		
7. จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง				15.555	.004*
1-2 วัน	200 (78.43)	77 (61.11)	11 (57.89)		
3-4 วัน	47 (18.43)	39 (30.95)	6 (31.58)		
5-6 วัน	8 (3.14)	10 (7.94)	2 (10.53)		
<b>รวม</b>	255 (100.00)	126 (100.00)	19 (100.00)		
8. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย				38.173	.000*
เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง	140 (54.90)	34 (26.98)	5 (26.32)		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	28 (10.98)	17 (13.49)	1 (5.26)		
เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์	14 (5.49)	11 (8.73)	4 (21.05)		
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	47 (18.43)	35 (27.78)	4 (21.05)		
เพื่อทัศนศึกษา / ดูงาน และอื่น ๆ	26 (10.20)	29 (23.02)	5 (26.32)		
<b>รวม</b>	255 (100.00)	126 (100.00)	19 (100.00)		

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	สถานภาพ			$\chi^2$	Sig.
	โสด	สมรส	หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกัน		
9. สถานที่ท่องเที่ยวพวงจุก				32.404	.000*
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และศูนย์พวงจุก เขาหลวง	45 (17.65)	23 (18.25)	2 (10.53)		
น้ำตกสาริกา	66 (25.88)	12 (9.52)	3 (15.79)		
โรงเรียนนายร้อย จปร.	63 (24.71)	61 (48.41)	11 (57.89)		
เขื่อนขุนด่านปราการชล	81 (31.76)	30 (23.81)	3 (15.79)		
<b>รวม</b>	255 (100.00)	126 (100.00)	19 (100.00)		
10. กิจกรรมการท่องเที่ยวพวงจุก				26.700	.003*
ล่องแก่ง/พายเรือคายัค	98 (38.43)	32 (25.40)	1 (5.26)		
กระโดดหอ	19 (7.45)	6 (4.76)	2 (10.53)		
ยิงปืนปีปกัน/ยิงปืนแฟนบอล/ ยิงปืน/ยิงธนู	39 (15.29)	11 (8.73)	2 (10.53)		
ปั่นจักรยาน	48 (18.82)	43 (34.13)	7 (36.84)		
มอเตอร์ไซด์ TV และอื่น ๆ	29 (11.37)	19 (15.08)	3 (15.79)		
เดินป่าพวงจุก	22 (8.63)	15 (11.90)	4 (21.05)		
<b>รวม</b>	255 (100.00)	126 (100.00)	19 (100.00)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในเรื่องบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย สถานที่ท่องเที่ยวผจญภัย และกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 11 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี		
1. ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย				.686	.710
เคย	135 (90.60)	202 (90.99)	25 (86.21)		
ไม่เคย	14 (9.40)	20 (9.01)	4 (13.79)		
<b>รวม</b>	149 (100.00)	222 (100.00)	29 (100.00)		

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี		
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวพวงจัญญ์				42.623	.000*
เดินทางกับครอบครัว/เครือญาติ	58 (38.93)	35 (15.77)	9 (31.03)		
เดินทางกับเพื่อน	58 (38.93)	85 (38.29)	6 (20.69)		
เดินทางกับคนรัก	26 (17.45)	53 (23.87)	6 (20.69)		
เดินทางคนเดียว และอื่น ๆ เช่น เดินทางกับสมาคม/องค์กร	7 (4.70)	49 (22.07)	8 (27.59)		
<b>รวม</b>	149 (100.00)	222 (100.00)	29 (100.00)		
3. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวพวงจัญญ์				15.649	.016*
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 คน	56 (37.58)	68 (30.63)	8 (27.59)		
4 – 5 คน	33 (22.15)	37 (16.67)	5 (17.24)		
6 – 7 คน	33 (22.15)	41 (18.47)	3 (10.34)		
8 คนขึ้นไป	27 (18.12)	76 (34.23)	13 (44.83)		
<b>รวม</b>	149 (100.00)	222 (100.00)	29 (100.00)		

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี		
4. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวพจนานุกรม				25.616	.000*
วันจันทร์ - วันศุกร์	10 (6.71)	24 (10.81)	5 (17.24)		
วันหยุดเสาร์ - วันอาทิตย์	69 (46.31)	147 (66.22)	16 (55.17)		
วันหยุดเทศกาล/วันหยุดนักขัตฤกษ์/ วันหยุดปิดภาคเรียน	70 (46.98)	51 (22.97)	8 (27.59)		
<b>รวม</b>	149 (100.00)	222 (100.00)	29 (100.00)		
5. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวพจนานุกรม				2.996	.809
1 ครั้งต่อปี	42 (28.19)	53 (23.87)	8 (27.59)		
2-3 ครั้งต่อปี	49 (32.89)	69 (31.08)	11 (37.93)		
4-5 ครั้งต่อปี	20 (13.42)	40 (18.02)	3 (10.34)		
มากกว่า ครั้งต่อปี	38 (25.50)	60 (27.03)	7 (24.14)		
<b>รวม</b>	149 (100.00)	222 (100.00)	29 (100.00)		

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี		
6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวรวมจัญญ์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	113 (75.84)	106 (47.75)	9 (31.03)	40.455	.000*
3,001 – 5,000 บาท	27 (18.12)	80 (36.04)	11 (37.93)		
5,001 บาทขึ้นไปบาท	9 (6.04)	36 (16.22)	9 (31.03)		
<b>รวม</b>	149 (100.00)	222 (100.00)	29 (100.00)		
7. จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง				11.609	.021*
1-2 วัน	117 (78.52)	157 (70.72)	14 (48.28)		
3-4 วัน	27 (18.12)	53 (23.87)	12 (41.38)		
5-6 วัน	5 (3.36)	12 (5.41)	3 (10.34)		
<b>รวม</b>	149 (100.00)	222 (100.00)	29 (100.00)		

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี		
8. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวพจนานุกรม				45.132	.000*
เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง	97 (65.10)	74 (33.33)	8 (27.59)		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	13 (8.72)	31 (13.96)	2 (6.90)		
เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์	7 (4.70)	19 (8.56)	3 (10.34)		
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	23 (15.44)	55 (24.77)	8 (27.59)		
เพื่อทัศนศึกษา / ดูงาน และอื่น ๆ	9 (6.04)	43 (19.37)	8 (27.59)		
<b>รวม</b>	149 (100.00)	222 (100.00)	29 (100.00)		
9. สถานที่ท่องเที่ยวพจนานุกรม				85.035	.000*
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และศูนย์พจนานุกรมเขา หล่น	30 (20.13)	35 (15.77)	5 (17.24)		
น้ำตกสาริกา	56 (37.58)	19 (8.56)	6 (20.69)		
โรงเรียนนายร้อย จปร.	13 (8.72)	110 (49.55)	12 (41.38)		
เขื่อนขุนด่านปราการชล	50 (33.56)	58 (26.13)	6 (20.69)		
<b>รวม</b>	149 (100.00)	222 (100.00)	29 (100.00)		

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี		
10. กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย				35.087	.000*
ล่องแก่ง/พายเรือคายัค	70 (46.98)	53 (23.87)	8 (27.59)		
กระโดดหอ	12 (8.05)	13 (5.86)	2 (6.90)		
ยิงปืนปีปิกัน/ยิงปืนแฟนบอล/ยิงปืน/ยิงธนู	22 (14.77)	27 (12.16)	3 (10.34)		
ปั่นจักรยาน	24 (16.11)	66 (29.73)	8 (27.59)		
มอเตอร์ไซด์ TV และอื่น ๆ	12 (8.05)	37 (16.67)	2 (6.90)		
เดินป่าผจญภัย	9 (6.04)	26 (11.71)	6 (20.69)		
<b>รวม</b>	149 (100.00)	222 (100.00)	29 (100.00)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในเรื่องบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนวันในการท่องเที่ยวผจญภัยต่อครั้ง

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวชมพญานัย สถานที่ท่องเที่ยวแบบพญานัย และกิจกรรมการท่องเที่ยวพญานัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 12 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวชมพญานัย จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ				$\chi^2$	Sig.
	นักเรียน/นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ กลาง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		
1. ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวชมพญานัย					2.990	.393
เคย	101 (90.99)	49 (90.74)	149 (88.17)	63 (95.45)		
ไม่เคย	10 (9.01)	5 (9.26)	20 (11.83)	3 (4.55)		
<b>รวม</b>	<b>111</b> (100.00)	<b>54</b> (100.00)	<b>169</b> (100.00)	<b>66</b> (100.00)		
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชมพญานัย					48.513	.000*
เดินทางกับครอบครัว/เครือญาติ	47 (42.34)	10 (18.52)	30 (17.75)	15 (22.73)		
เดินทางกับเพื่อน	49 (44.14)	16 (29.63)	64 (37.87)	20 (30.30)		
เดินทางกับคนรัก	13 (11.71)	13 (24.07)	41 (24.26)	18 (27.27)		
เดินทางคนเดียว และอื่น ๆ เช่น	2 (1.80)	15 (27.78)	34 (20.12)	13 (19.70)		
เดินทางกับสมาคม/องค์กร						
<b>รวม</b>	<b>111</b> (100.00)	<b>54</b> (100.00)	<b>169</b> (100.00)	<b>66</b> (100.00)		

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ				$\chi^2$	Sig.
	นักเรียน/นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		
3. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวพจนัญ					27.999	.001*
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 คน	36 (32.43)	15 (27.78)	56 (33.14)	25 (37.88)		
4 – 5 คน	32 (28.83)	13 (24.07)	25 (14.79)	5 (7.58)		
6 – 7 คน	27 (24.32)	7 (12.96)	29 (17.16)	14 (21.21)		
8 คนขึ้นไป	16 (14.41)	19 (35.19)	59 (34.91)	22 (33.33)		
<b>รวม</b>	111 (100.00)	54 (100.00)	169 (100.00)	66 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวพจนัญ					20.220	.003*
วันจันทร์ – วันศุกร์	6 (5.41)	8 (14.81)	18 (10.65)	7 (10.61)		
วันหยุดเสาร์ – วันอาทิตย์	53 (47.75)	37 (68.52)	99 (58.58)	43 (65.15)		
วันหยุดเทศกาล/วันหยุดนักขัต	52 (46.85)	9 (16.67)	52 (30.77)	16 (24.24)		
ฤกษ์/วันหยุดปิดภาคเรียน						
<b>รวม</b>	111 (100.00)	54 (100.00)	169 (100.00)	66 (100.00)		

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ				$\chi^2$	Sig.
	นักเรียน/นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		
5. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย					7.081	.629
1 ครั้งต่อปี	30 (27.03)	12 (22.22)	47 (27.81)	14 (21.21)		
2-3 ครั้งต่อปี	39 (35.14)	19 (35.19)	45 (26.63)	26 (39.39)		
4-5 ครั้งต่อปี	18 (16.22)	10 (18.52)	25 (14.79)	10 (15.15)		
มากกว่า ครั้งต่อปี	24 (21.62)	13 (24.07)	52 (30.77)	16 (24.24)		
<b>รวม</b>	111 (100.00)	54 (100.00)	169 (100.00)	66 (100.00)		
6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย					56.132	.000*
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	94 (84.68)	22 (40.74)	81 (47.93)	31 (46.97)		
3,001 – 5,000 บาท	10 (9.01)	19 (35.19)	68 (40.24)	21 (31.82)		
5,001 บาทขึ้นไปบาท	7 (6.31)	13 (24.07)	20 (11.83)	14 (21.21)		
<b>รวม</b>	111 (100.00)	54 (100.00)	169 (100.00)	66 (100.00)		

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ				$\chi^2$	Sig.
	นักเรียน/นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ กลาง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		
7. จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง					26.910	.000*
1-2 วัน	88 (79.28)	24 (44.44)	125 (73.96)	51 (77.27)		
3-4 วัน	20 (18.02)	25 (46.30)	37 (21.89)	10 (15.15)		
5-6 วัน	3 (2.70)	5 (9.26)	7 (4.14)	5 (7.58)		
<b>รวม</b>	111 (100.00)	54 (100.00)	169 (100.00)	66 (100.00)		
8. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวพหุภุญภัย					64.286	.000*
เพื่อความสนุกสนานและความ บันเทิง	81 (72.97)	15 (27.78)	64 (37.87)	19 (28.79)		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	8 (7.21)	4 (7.41)	27 (15.98)	7 (10.61)		
เพื่อเพิ่มความรู้และ ประสบการณ์	6 (5.41)	4 (7.41)	15 (8.88)	4 (6.06)		
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	11 (9.91)	18 (33.33)	34 (20.12)	23 (34.85)		
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน และอื่น ๆ	5 (4.50)	13 (24.07)	29 (17.16)	13 (19.70)		
<b>รวม</b>	111 (100.00)	54 (100.00)	169 (100.00)	66 (100.00)		

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ				$\chi^2$	Sig.
	นักเรียน/นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ กลาง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		
9. สถานที่ท่องเที่ยวพญภัย					72.441	.000*
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และ ศูนย์พญภัยเขาหล่น	25 (22.52)	6 (11.11)	33 (19.53)	6 (9.09)		
น้ำตกสาริกา	39 (35.14)	0 (0.00)	23 (13.61)	19 (28.79)		
โรงเรียนนายร้อย จปร.	10 (9.01)	30 (55.56)	75 (44.38)	20 (30.30)		
เขื่อนขุนด่านปราการชล	37 (33.33)	18 (33.33)	38 (22.49)	21 (31.82)		
<b>รวม</b>	111 (100.00)	54 (100.00)	169 (100.00)	66 (100.00)		

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ				$\chi^2$	Sig.
	นักเรียน/นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ กลาง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		
10. กิจกรรมการท่องเที่ยวพจญภัย					41.406	.000*
ล่องแก่ง/พายเรือคายัค	59 (53.15)	12 (22.22)	43 (25.44)	17 (25.76)		
กระโดดหอ	3 (2.70)	6 (11.11)	10 (5.92)	8 (12.12)		
ยิงปืนบีบีกันยิงปืนแฟนบอล/ ยิงปืนยิงธนู	14 (12.61)	4 (7.41)	27 (15.98)	7 (10.61)		
ปั่นจักรยาน	17 (15.32)	19 (35.19)	43 (25.44)	19 (28.79)		
มอเตอร์ไซด์ TV และอื่น ๆ	8 (7.21)	7 (12.96)	28 (16.57)	8 (12.12)		
เดินป่าพจญภัย	10 (9.01)	6 (11.11)	18 (10.65)	7 (10.61)		
<b>รวม</b>	111 (100.00)	54 (100.00)	169 (100.00)	66 (100.00)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวพจญภัย จังหวัดนครนายก โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวพจญภัย จังหวัดนครนายก ในเรื่องบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวพจญภัย จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวพจญภัย ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวพจญภัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวพจญภัย จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง วัตถุประสงค์ของการ

เดินทางท่องเที่ยวชมจตุรัส สถานที่ท่องเที่ยวชมจตุรัส และกิจกรรมการท่องเที่ยวชมจตุรัส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 13 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวชมจตุรัส จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน				$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท		
1. ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวชมจตุรัส					5.806	.121
เคย	179 (90.86)	113 (94.17)	31 (86.11)	39 (82.98)		
ไม่เคย	18 (9.14)	7 (5.83)	5 (13.89)	8 (17.02)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	120 (100.00)	36 (100.00)	47 (100.00)		
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวชมจตุรัส					46.301	.000*
เดินทางกับครอบครัว/เครือญาติ	60 (30.46)	22 (18.33)	7 (19.44)	13 (27.66)		
เดินทางกับเพื่อน	89 (45.18)	43 (35.83)	9 (25.00)	8 (17.02)		
เดินทางกับคนรัก	37 (18.78)	29 (24.17)	9 (25.00)	10 (21.28)		
เดินทางคนเดียว และอื่น ๆ เช่น	11 (5.58)	26 (21.67)	11 (30.56)	16 (34.04)		
เดินทางกับสมาคม/องค์กร						
<b>รวม</b>	197 (100.00)	120 (100.00)	36 (100.00)	47 (100.00)		

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน				$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท		
3. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย					23.558	.005*
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 คน	65 (32.99)	37 (30.83)	14 (38.89)	16 (34.04)		
4 – 5 คน	45 (22.84)	13 (10.83)	7 (19.44)	10 (21.28)		
6 – 7 คน	47 (23.86)	22 (18.33)	3 (8.33)	5 (10.64)		
8 คนขึ้นไป	40 (20.30)	48 (40.00)	12 (33.33)	16 (34.04)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	120 (100.00)	36 (100.00)	47 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย					12.832	.046*
วันจันทร์ – วันศุกร์	12 (6.09)	14 (11.67)	5 (13.89)	8 (17.02)		
วันหยุดเสาร์ – วันอาทิตย์	109 (55.33)	71 (59.17)	22 (61.11)	30 (63.83)		
วันหยุดเทศกาล/วันหยุดนักขัต	76 (38.58)	35 (29.17)	9 (25.00)	9 (19.15)		
ฤกษ์/วันหยุดปิดภาคเรียน						
<b>รวม</b>	197 (100.00)	120 (100.00)	36 (100.00)	47 (100.00)		

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน				$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท		
5. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย					10.178	.336
1 ครั้งต่อปี	49 (24.87)	25 (20.83)	9 (25.00)	20 (42.55)		
2-3 ครั้งต่อปี	63 (31.98)	40 (33.33)	13 (36.11)	13 (27.66)		
4-5 ครั้งต่อปี	29 (14.72)	23 (19.17)	6 (16.67)	5 (10.64)		
มากกว่า ครั้งต่อปี	56 (28.43)	32 (26.67)	8 (22.22)	9 (19.15)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	120 (100.00)	36 (100.00)	47 (100.00)		
6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย					111.665	.000*
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	150 (76.14)	64 (53.33)	6 (16.67)	8 (17.02)		
3,001 – 5,000 บาท	37 (18.78)	46 (38.33)	14 (38.89)	21 (44.68)		
5,001 บาทขึ้นไปบาท	10 (5.08)	10 (8.33)	16 (44.44)	18 (38.30)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	120 (100.00)	36 (100.00)	47 (100.00)		

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน				$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท		
7. จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง					37.079	.000*
1-2 วัน	158 (80.20)	90 (75.00)	18 (50.00)	22 (46.81)		
3-4 วัน	35 (17.77)	24 (20.00)	12 (33.33)	21 (44.68)		
5-6 วัน	4 (2.03)	6 (5.00)	6 (16.67)	4 (8.51)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	120 (100.00)	36 (100.00)	47 (100.00)		
8. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย					59.128	.000*
เพื่อความสนุกสนานและความ บันเทิง	119 (60.41)	41 (34.17)	9 (25.00)	10 (21.28)		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	23 (11.68)	15 (12.50)	3 (8.33)	5 (10.64)		
เพื่อเพิ่มความรู้และ ประสบการณ์	9 (4.57)	9 (7.50)	5 (13.89)	6 (12.77)		
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	34 (17.26)	33 (27.50)	8 (22.22)	11 (23.40)		
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน และอื่น ๆ	12 (6.09)	22 (18.33)	11 (30.56)	15 (31.91)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	120 (100.00)	36 (100.00)	47 (100.00)		

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน				$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท		
9. สถานที่ท่องเที่ยวพญายักษ์					44.412	.000*
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และ ศูนย์พญายักษ์เขาหล่น	41 (20.81)	19 (15.83)	3 (8.33)	7 (14.89)		
น้ำตกสาริกา	59 (29.95)	13 (10.83)	5 (13.89)	4 (8.51)		
โรงเรียนนายร้อย จปร.	42 (21.32)	49 (40.83)	17 (47.22)	27 (57.45)		
เขื่อนขุนด่านปราการชล	55 (27.92)	39 (32.50)	11 (30.56)	9 (19.15)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	120 (100.00)	36 (100.00)	47 (100.00)		

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน				$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	25,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท		
10. กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย					24.777	.053
ล่องแก่ง/พายเรือคายัค	80 (40.61)	33 (27.50)	7 (19.44)	11 (23.40)		
กระโดดหอ	16 (8.12)	6 (5.00)	2 (5.56)	3 (6.38)		
ยิงปืนปีปิกันยิงปืนแฟนบอลยิงปืนยิงธนู	28 (14.21)	16 (13.33)	5 (13.89)	3 (6.38)		
ปั่นจักรยาน	38 (19.29)	30 (25.00)	14 (38.89)	16 (34.04)		
มอเตอร์ไซด์ TV และอื่น ๆ	21 (10.66)	19 (15.83)	5 (13.89)	6 (12.77)		
เดินป่าผจญภัย	14 (7.11)	16 (13.33)	3 (8.33)	8 (17.02)		
<b>รวม</b>	197 (100.00)	120 (100.00)	36 (100.00)	47 (100.00)		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในเรื่องบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนวันในการท่องเที่ยวผจญภัย ครั้ง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย และสถานที่ท่องเที่ยวผจญภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

### สรุปผลความสอดคล้องระหว่างสมมติฐานกับผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1. ลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์ในด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก ในภาพรวมมีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นด้านเพศ ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

### ตาราง 14 ตารางสรุปภาพรวมจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยจังหวัดนครนายก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว						
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	นอ
1. ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย	×	×	×	×	×	×	×
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย	×	×	×	✓	✓	✓	✓
4. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย	×	×	×	×	×	×	×
6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7. จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9. สถานที่ท่องเที่ยวผจญภัย	×	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10. กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย	×	×	✓	✓	✓	✓	×
ภาพรวม	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ

เครื่องหมาย × แทนข้อความที่ไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 14 แสดงผลสรุปของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ในด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกในภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน สามารถอธิบายเป็นรายด้าน ดังนี้

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในเรื่องบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย และสถานที่ท่องเที่ยวผจญภัย

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในเรื่องบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย สถานที่ท่องเที่ยวผจญภัย และกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในเรื่องบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย สถานที่ท่องเที่ยวผจญภัย และกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในเรื่องบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย สถานที่ท่องเที่ยวผจญภัย และกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในเรื่องบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัย จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย และสถานที่ท่องเที่ยวผจญภัย

**สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อ**

**แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกต่างกัน**

**ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามเพศ**

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ปัจจัยหลัก	ชาย	4.25	0.46	0.609	398	.543
	หญิง	4.22	0.47			
ปัจจัยดึง	ชาย	4.46	0.50	0.868	398	.386
	หญิง	4.42	0.49			
ภาพรวม	ชาย	4.39	0.49	0.966	398	.335
	หญิง	4.34	0.48			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว  
แบบผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ปัจจัยผลึก</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.962	3	0.654	3.086	.027*
ภายในกลุ่ม	83.948	396	0.212		
รวม	85.910	399			
<b>ปัจจัยดิ่ง</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.205	3	0.735	3.025	.029*
ภายในกลุ่ม	96.232	396	0.243		
รวม	98.438	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.764	3	0.588	2.554	.055
ภายในกลุ่ม	91.213	396	0.230		
รวม	92.978	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกแตกต่างกัน ในปัจจัยผลึก และปัจจัยดิ่ง

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกกับอายุที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 17-18

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวชมจตุรัส จังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อายุ			
		น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
<b>ปัจจัยหลัก</b>					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.17	-	-0.121	-0.210	-0.050
31 – 40 ปี	4.29	-	-	-0.089	0.071
41 – 50 ปี	4.38	-	-	-	0.160
51 ปีขึ้นไป	4.22	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวชมจตุรัส จังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวชมจตุรัส จังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อายุ			
		น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
<b>ปัจจัยดึง</b>					
น้อยกว่า/เท่ากับ 30 ปี	4.37	-	-0.161*	-0.135	-0.079
31 – 40 ปี	4.53	-	-	0.026	0.082
41 – 50 ปี	4.50	-	-	-	0.056
51 ปีขึ้นไป	4.44	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นในปัจจุบันแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายกจำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ปัจจัยผลึก</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.198	2	1.099	5.213	.006*
ภายในกลุ่ม	83.712	397	0.211		
รวม	85.910	399			
<b>ปัจจัยดิ่ง</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.549	2	0.275	1.114	.329
ภายในกลุ่ม	97.888	397	0.247		
รวม	98.438	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	4.602	2	2.301	10.337	.000*
ภายในกลุ่ม	88.375	397	0.223		
รวม	92.978	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยจังหวัดนครนายกแตกต่างกันในปัจจุบันผลึก

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกกับสถานภาพที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัย

จึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 20-21

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่ และอื่น ๆ
<b>ภาพรวม</b>				
โสด	4.29	-	-.234*	-0.078
สมรส	4.52	-	-	0.155
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ และอื่น ๆ	4.37	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่ และอื่น ๆ
<b>ปัจจัยหลัก</b>				
โสด	4.18	-	-.161*	-0.083
สมรส	4.34	-	-	0.078
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ และอื่น ๆ	4.26	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นในปัจจัยหลักแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว  
แบบผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ปัจจัยผลึก</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.830	2	0.915	4.320	.014*
ภายในกลุ่ม	84.080	397	0.212		
รวม	85.910	399			
<b>ปัจจัยดิ่ง</b>					
ระหว่างกลุ่ม	3.591	2	1.796	7.515	.001*
ภายในกลุ่ม	94.846	397	0.239		
รวม	98.438	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	3.760	2	1.880	8.367	.000*
ภายในกลุ่ม	89.217	397	0.225		
รวม	92.978	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกแตกต่างกัน ในปัจจัยผลึก และปัจจัยดิ่ง

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 23-24

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวชมจวนภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา  
เป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี
<b>ภาพรวม</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.26	-	-.159*	-.331*
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.41	-	-	-0.172
สูงกว่าปริญญาตรี	4.59	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวชมจวนภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวชมจวนภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา  
เป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี
<b>ปัจจัยหลัก</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.15	-	-.136*	-0.163
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.28	-	-	-0.027
สูงกว่าปริญญาตรี	4.31	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นในปัจจุบันผลึกแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
ปัจจัยตั้ง				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.32	-	-.169*	-.299*
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.49	-	-	-0.130
สูงกว่าปริญญาตรี	4.62	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในปัจจุบันตั้งแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว  
แบบผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ปัจจัยผลึก</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.650	3	0.550	2.585	.053
ภายในกลุ่ม	84.260	396	0.213		
รวม	85.910	399			
<b>ปัจจัยดิ่ง</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.190	3	0.397	1.615	.185
ภายในกลุ่ม	97.248	396	0.246		
รวม	98.438	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.074	3	0.691	3.012	.030*
ภายในกลุ่ม	90.903	396	0.230		
รวม	92.978	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกกับอาชีพที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 27

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว  
แบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อาชีพ			
		นักเรียน/ นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
<b>ภาพรวม</b>					
นักเรียน/นักศึกษา และ อื่น ๆ	4.25	-	-0.155	-.168*	-0.142
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.41	-	-	-0.013	0.013
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.42	-	-	-	0.026
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.39	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีเป็นนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว  
แบบผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ปัจจัยผลึก</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.676	3	0.892	4.244	.006*
ภายในกลุ่ม	83.234	396	0.210		
รวม	85.910	399			
<b>ปัจจัยดิ่ง</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.685	3	0.895	3.702	.012*
ภายในกลุ่ม	95.752	396	0.242		
รวม	98.438	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	5.041	3	1.680	7.567	.000*
ภายในกลุ่ม	87.937	396	0.222		
รวม	92.978	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกแตกต่างกัน ในปัจจัยผลึก และปัจจัยดิ่ง

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกกับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 29-30

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
<b>ภาพรวม</b>					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	4.25	-	-.221*	-.246*	-0.214
20,001 – 25,000 บาท	4.48	-	-	-0.025	0.007
25,001 – 30,000 บาท	4.50	-	-	-	0.032
มากกว่า 30,001 บาท	4.47	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท และระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท มีความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
<b>ปัจจัยหลัก</b>					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	4.16	-	-0.126	-0.148	-.226*
20,001 – 25,000 บาท	4.28	-	-	-0.022	-0.100
25,001 – 30,000 บาท	4.31	-	-	-	-0.077
มากกว่า 30,001 บาท	4.38	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท มีความคิดเห็นในปัจจัยหลักแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทาง  
แบบผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
ปัจจัยตั้ง					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	4.36	-	-0.153	-0.200	-0.155
20,001 – 25,000 บาท	4.51	-	-	-0.047	-0.002
25,001 – 30,000 บาท	4.56	-	-	-	0.045
มากกว่า 30,001 บาท	4.51	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 31 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ พบว่า ไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกัน

สรุปผลความสอดคล้องระหว่างสมมติฐานกับผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกต่างกันในด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นด้านเพศและอาชีพ ไม่สอดคล้องกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 32 ตารางสรุปภาพรวมจากการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทาง  
ประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว กับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว  
แบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ผจญภัย จังหวัดนครนายก	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อ เดือน
1. ปัจจัยหลัก	x	✓	✓	✓	x	✓
2. ปัจจัยดิ่ง	x	✓	x	✓	x	✓
ภาพรวม	ไม่ แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่ แตกต่างกัน	แตกต่างกัน

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ

เครื่องหมาย x แทนข้อความที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 32 แสดงผลสรุปของการทดสอบความแตกต่างด้วยการทดสอบ (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA or F-test พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกแตกต่างกัน ในปัจจัยหลัก และปัจจัยดิ่ง

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกแตกต่างกัน ในปัจจัยหลัก

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี

ระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกแตกต่างกันในปัจจุบัน และปัจจัยตั้ง

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกแตกต่างกัน ในปัจจุบัน และปัจจัยตั้ง



สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายกต่างกัน

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	ชาย	4.45	0.51	1.939	398	.053
	หญิง	4.35	0.52			
ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ชาย	3.85	0.52	0.044	398	.965
	หญิง	3.85	0.57			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	ชาย	3.86	0.59	-0.761	398	.447
	หญิง	3.91	0.57			
ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	ชาย	3.99	0.59	1.057	398	.291
	หญิง	3.93	0.59			
ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว	ชาย	4.24	0.61	-0.534	398	.594
	หญิง	4.27	0.62			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ชาย	4.10	0.62	-0.002	398	.998
	หญิง	4.10	0.60			
ภาพรวม	ชาย	4.03	0.21	0.666	398	.506
	หญิง	4.02	0.20			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว  
แบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	5.605	3	1.868	7.341	.000*
ภายในกลุ่ม	100.785	396	0.255		
รวม	106.390	399			
<b>ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.410	3	0.137	0.459	.711
ภายในกลุ่ม	117.887	396	0.298		
รวม	118.298	399			
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	3.617	3	1.206	3.642	.013*
ภายในกลุ่ม	131.093	396	0.331		
รวม	134.710	399			
<b>ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.445	3	0.482	1.404	.241
ภายในกลุ่ม	135.915	396	0.343		
รวม	137.360	399			
<b>ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.315	3	0.772	2.069	.104
ภายในกลุ่ม	147.675	396	0.373		
รวม	149.990	399			
<b>ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.719	3	0.240	0.641	.589
ภายในกลุ่ม	148.078	396	0.374		
รวม	148.798	399			

ตาราง 34 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.135	3	0.045	1.072	.361
ภายในกลุ่ม	16.563	396	0.042		
รวม	16.698	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) แตกต่างกัน ในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) กับอายุที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 35-36

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาภิรมย์ในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อายุ			
		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.29	-	-.207*	-.328*	-0.211
31 – 40 ปี	4.50	-	-	-0.121	-0.004
41 – 50 ปี	4.62	-	-	-	0.118
51 ปีขึ้นไป	4.50	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 35 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาภิรมย์ในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี และระหว่าง 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อายุ			
		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	3.80	-	-0.158	-0.291	-0.120
31 – 40 ปี	3.95	-	-	-0.133	0.038
41 – 50 ปี	4.09	-	-	-	0.172
51 ปีขึ้นไป	3.92	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 36 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 37 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.329	2	1.165	4.443	.012*
ภายในกลุ่ม	104.061	397	0.262		
รวม	106.390	399			
<b>ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.200	2	0.100	0.336	.715
ภายในกลุ่ม	118.098	397	0.297		
รวม	118.298	399			

ตาราง 37 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.721	2	0.361	1.069	.344
ภายในกลุ่ม	133.989	397	0.338		
รวม	134.710	399			
<b>ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.038	2	0.019	0.055	.947
ภายในกลุ่ม	137.322	397	0.346		
รวม	137.360	399			
<b>ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.981	2	0.990	2.657	.071
ภายในกลุ่ม	148.009	397	0.373		
รวม	149.990	399			
<b>ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.817	2	1.409	3.831	.022*
ภายในกลุ่ม	145.980	397	0.368		
รวม	148.798	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.229	2	0.115	2.761	.064
ภายในกลุ่ม	16.468	397	0.041		
รวม	16.698	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 37 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัด

นครนายก (6A's) แตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) กับสถานภาพที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 39-40

ตาราง 38 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่ และอื่น ๆ
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>				
โสด	4.35	-	-.143*	-0.230
สมรส	4.49	-	-	-0.087
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ และอื่น ๆ	4.58	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 38 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่ และอื่น ๆ
<b>ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>				
โสด	4.04	-	-.175*	-0.171
สมรส	4.21	-	-	0.004
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ และอื่น ๆ	4.21	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว  
แบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	4.459	2	2.229	8.683	.000*
ภายในกลุ่ม	101.931	397	0.257		
รวม	106.390	399			
<b>ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.454	2	0.727	2.470	.086
ภายในกลุ่ม	116.844	397	0.294		
รวม	118.298	399			
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.168	2	0.584	1.736	.178
ภายในกลุ่ม	133.542	397	0.336		
รวม	134.710	399			
<b>ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.462	2	0.731	2.136	.119
ภายในกลุ่ม	135.898	397	0.342		
รวม	137.360	399			
<b>ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	5.077	2	2.539	6.955	.001*
ภายในกลุ่ม	144.913	397	0.365		
รวม	149.990	399			
<b>ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.634	2	0.317	0.849	.429
ภายในกลุ่ม	148.164	397	0.373		
รวม	148.798	399			

ตาราง 40 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.485	2	0.243	5.940	.003*
ภายในกลุ่ม	16.212	397	0.041		
รวม	16.698	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) แตกต่างกัน ในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) กับระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 41-42

ตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่ง  
ท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามระดับการศึกษา  
เป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	หรือ เทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี
ภาพรวม				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.99	-	-.058*	-.117*
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.05	-	-	-0.058
สูงกว่าปริญญาตรี	4.10	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 41 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	หรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.27	-	-.214*	-0.249
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.48	-	-	-0.035
สูงกว่าปริญญาตรี	4.52	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 42 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 43 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
<b>ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.13	-	-.228*	-0.010
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.36	-	-	0.218
สูงกว่าปริญญาตรี	4.14	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 43 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นในด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 44 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.521	3	0.507	1.914	.127
ภายในกลุ่ม	104.869	396	0.265		
รวม	106.390	399			
<b>ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.836	3	0.279	0.939	.422
ภายในกลุ่ม	117.462	396	0.297		
รวม	118.298	399			

ตาราง 44 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.199	3	0.400	1.185	.315
ภายในกลุ่ม	133.511	396	0.337		
รวม	134.710	399			
<b>ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.042	3	0.347	1.009	.389
ภายในกลุ่ม	136.318	396	0.344		
รวม	137.360	399			
<b>ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	3.606	3	1.202	3.251	.022*
ภายในกลุ่ม	146.384	396	0.370		
รวม	149.990	399			
<b>ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.328	3	0.443	1.188	.314
ภายในกลุ่ม	147.470	396	0.372		
รวม	148.798	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.373	3	0.124	3.018	.030*
ภายในกลุ่ม	16.324	396	0.041		
รวม	16.698	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 44 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณา

เป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) แตกต่างกันในด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) กับอาชีพที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 45-46

ตาราง 45 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อาชีพ			
		นักเรียน/ นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
ภาพรวม					
นักเรียน/นักศึกษา และ อื่น ๆ	3.98	-	-0.037	-0.065	-0.079
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.02	-	-	-0.029	-0.042
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.05	-	-	-	-0.013
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.06	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 45 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า ไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 46 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่ง  
ท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อาชีพ			
		นักเรียน/ นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
<b>ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
นักเรียน/นักศึกษา และ อื่น ๆ	4.11	-	-0.244	-0.211*	-0.149
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.35	-	-	0.032	0.094
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.32	-	-	-	0.062
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.26	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 46 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีความคิดเห็นในด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว  
แบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	5.097	3	1.699	6.642	.000*
ภายในกลุ่ม	101.293	396	0.256		
รวม	106.390	399			
<b>ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.102	3	0.367	1.241	.294
ภายในกลุ่ม	117.196	396	0.296		
รวม	118.298	399			
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.230	3	0.410	1.217	.303
ภายในกลุ่ม	133.480	396	0.337		
รวม	134.710	399			
<b>ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.345	3	0.115	0.333	.802
ภายในกลุ่ม	137.015	396	0.346		
รวม	137.360	399			
<b>ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.269	3	0.756	2.028	.109
ภายในกลุ่ม	147.721	396	0.373		
รวม	149.990	399			
<b>ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.206	3	0.402	1.078	.358
ภายในกลุ่ม	147.592	396	0.373		
รวม	148.798	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.154	3	0.051	1.227	.300
ภายในกลุ่ม	16.544	396	0.042		
รวม	16.698	399			

จากตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) แตกต่างกัน ในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) กับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 48

ตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	4.31	-	-0.115	-.274*	-.307*
20,001 – 25,000 บาท	4.43	-	-	-0.158	-0.192
25,001 – 30,000 บาท	4.58	-	-	-	-0.034
มากกว่า 30,001 บาท	4.62	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 48 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมในจังหวัดนครนายก (6A's) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,001 บาท มีความคิดเห็นในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
สรุปผลความสอดคล้องระหว่างสมมติฐานกับผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีผลต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 49 ตารางสรุปภาพรวมจากการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว กับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's)

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's)	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	x	✓	✓	✓	x	✓
2. ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	x	x	x	x	x	x
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	x	✓	x	x	x	x
4. ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	x	x	x	x	x	x
5. ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว	x	x	x	✓	✓	x
6. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	x	x	✓	x	x	x
<b>ภาพรวม</b>	ไม่	ไม่	ไม่	ไม่	ไม่	ไม่
	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ

เครื่องหมาย x แทนข้อความที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 49 แสดงผลสรุปของการทดสอบความแตกต่างด้วยการทดสอบ (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA or F-test พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) แตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) แตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) แตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) แตกต่างกันในด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's) แตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อ  
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย  
จังหวัดนครนายก (7P's) ต่างกัน

ตาราง 50 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยว  
แบบผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	4.09	0.64	0.580	398	.562
	หญิง	4.05	0.62			
ด้านราคา	ชาย	3.89	0.75	0.154	395.903	.878
	หญิง	3.88	0.66			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย	3.98	0.70	0.549	398	.583
	หญิง	3.94	0.66			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	4.12	0.40	0.111	398	.912
	หญิง	4.11	0.36			
ด้านกระบวนการขาย	ชาย	3.90	0.71	-0.343	390.146	.732
	หญิง	3.93	0.78			
ด้านบุคลากร	ชาย	4.02	0.73	-0.280	387.416	.780
	หญิง	4.05	0.82			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ชาย	4.11	0.65	1.235	398	.217
	หญิง	4.03	0.75			
ภาพรวม	ชาย	4.02	0.49	0.384	398	.701
	หญิง	4.01	0.51			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 50 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณา

เป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวพวงจัญญ์ จังหวัดนครนายก (7P's) ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

ตาราง 51 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวแบบพวงจัญญ์ จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.972	3	0.991	2.530	.057
ภายในกลุ่ม	155.068	396	0.392		
รวม	158.040	399			
<b>ด้านราคา</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.680	3	0.560	1.121	.340
ภายในกลุ่ม	197.798	396	0.499		
รวม	199.478	399			
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
ระหว่างกลุ่ม	3.910	3	1.303	2.894	.035*
ภายในกลุ่ม	178.368	396	0.450		
รวม	182.278	399			
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.477	3	0.159	1.081	.357
ภายในกลุ่ม	58.233	396	0.147		
รวม	58.710	399			

ตาราง 51 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ตามกระบวนการขาย</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.181	3	0.394	0.702	.551
ภายในกลุ่ม	221.929	396	0.560		
รวม	223.110	399			
<b>ตามบุคลิกภาพ</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.706	3	0.235	0.390	.760
ภายในกลุ่ม	238.804	396	0.603		
รวม	239.510	399			
<b>ตามลักษณะทางกายภาพ</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.927	3	0.642	1.311	.271
ภายในกลุ่ม	194.113	396	0.490		
รวม	196.040	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.072	3	0.357	1.432	.233
ภายในกลุ่ม	98.838	396	0.250		
รวม	99.910	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 51 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) แตกต่างกัน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) กับอายุที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 52

ตาราง 52 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาภิรมย์ จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอายุ  
เป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อายุ			
		น้อยกว่า หรือเท่ากับ 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	3.87	-	-0.112	-0.274	-0.266
31 – 40 ปี	3.98	-	-	-0.162	-0.154
41 – 50 ปี	4.15	-	-	-	0.008
51 ปีขึ้นไป	4.14	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 52 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาภิรมย์ จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 53 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยว  
แบบผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
ระหว่างกลุ่ม	4.488	2	2.244	5.802	.003*
ภายในกลุ่ม	153.552	397	0.387		
รวม	158.040	399			
<b>ด้านราคา</b>					
ระหว่างกลุ่ม	3.201	2	1.600	3.237	.040*
ภายในกลุ่ม	196.277	397	0.494		
รวม	199.478	399			
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
ระหว่างกลุ่ม	3.580	2	1.790	3.976	.020*
ภายในกลุ่ม	178.698	397	0.450		
รวม	182.278	399			
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.440	2	0.220	1.499	.225
ภายในกลุ่ม	58.270	397	0.147		
รวม	58.710	399			
<b>ด้านกระบวนการขาย</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.436	2	0.218	0.388	.678
ภายในกลุ่ม	222.674	397	0.561		
รวม	223.110	399			
<b>ด้านบุคลากร</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.636	2	0.818	1.365	.256
ภายในกลุ่ม	237.874	397	0.599		
รวม	239.510	399			

ตาราง 53 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ตามลักษณะทางกายภาพ</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.566	2	0.783	1.599	.203
ภายในกลุ่ม	194.474	397	0.490		
รวม	196.040	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.013	2	1.007	4.082	.018*
ภายในกลุ่ม	97.897	397	0.247		
รวม	99.910	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 53 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) กับสถานภาพที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 54-55

ตาราง 54 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉานุญ จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตาม  
สถานภาพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่ และอื่น ๆ
ภาพรวม				
โสด	3.96	-	-.154*	-0.035
สมรส	4.12	-	-	0.119
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ และอื่น ๆ	4.00	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 54 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉานุญ จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ พบว่า  
กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มี  
สถานภาพโสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 55 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทาง  
การตลาดของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉานุญ จังหวัดนครนายก จำแนกตาม  
สถานภาพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกัน อยู่ และอื่น ๆ
ด้านผลิตภัณฑ์				
โสด	3.99	-	-.230*	-0.113
สมรส	4.22	-	-	0.117
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ และอื่น ๆ	4.11	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 55 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 56 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่ และอื่น ๆ
<b>ด้านราคา</b>				
โสด	3.82	-	-0.176	-0.237
สมรส	3.99	-	-	-0.061
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ และอื่น ๆ	4.05	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 56 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ พบว่า ไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 57 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาภิรมย์ จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามสถานภาพ  
เป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่ และอื่น ๆ
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>				
โสด	3.89	-	-.193*	-0.219
สมรส	4.08	-	-	-0.026
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ และอื่น ๆ	4.11	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 57 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาภิรมย์ จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่ พบว่า  
กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกับ  
กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 58 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยว  
แบบผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
ระหว่างกลุ่ม	4.565	2	2.283	5.904	.003*
ภายในกลุ่ม	153.475	397	0.387		
รวม	158.040	399			
<b>ด้านราคา</b>					
ระหว่างกลุ่ม	3.152	2	1.576	3.187	.042*
ภายในกลุ่ม	196.325	397	0.495		
รวม	199.478	399			

ตาราง 58 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
ระหว่างกลุ่ม	7.658	2	3.829	8.705	.000*
ภายในกลุ่ม	174.620	397	0.440		
รวม	182.278	399			
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.743	2	0.372	2.545	.080
ภายในกลุ่ม	57.967	397	0.146		
รวม	58.710	399			
<b>ด้านกระบวนการขาย</b>					
ระหว่างกลุ่ม	4.471	2	2.236	4.059	.018*
ภายในกลุ่ม	218.639	397	0.551		
รวม	223.110	399			
<b>ด้านบุคลากร</b>					
ระหว่างกลุ่ม	3.686	2	1.843	3.103	.046*
ภายในกลุ่ม	235.824	397	0.594		
รวม	239.510	399			
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
ระหว่างกลุ่ม	7.260	2	3.630	7.634	.001*
ภายในกลุ่ม	188.780	397	0.476		
รวม	196.040	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	3.565	2	1.782	7.344	.001*
ภายในกลุ่ม	96.345	397	0.243		
รวม	99.910	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 58 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการขาย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) กับระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 59-65

ตาราง 59 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	หรือ เทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี
<b>ภาพรวม</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.89	-	-.193*	-0.211
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.09	-	-	-0.018
สูงกว่าปริญญาตรี	4.10	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 59 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวพญานกัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 60 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวพญานกัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.93	-	-.211*	-0.274
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.14	-		-0.063
สูงกว่าปริญญาตรี	4.21	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 60 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวพญานกัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 61 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับ  
การศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี
<b>ด้านราคา</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.77	-	-.188*	-0.090
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.96	-	-	0.097
สูงกว่าปริญญาตรี	3.86	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 61 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นในด้านราคาแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 62 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับ  
การศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.78	-	-.280*	-0.325
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.06	-	-	-0.045
สูงกว่าปริญญาตรี	4.10	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 62 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 63 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
<b>ด้านกระบวนการขาย</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.78	-	-.212*	-0.256
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.99	-	-	-0.043
สูงกว่าปริญญาตรี	4.03	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 63 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นในด้านกระบวนการขายแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 64 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	ระดับการศึกษา			
	$\bar{X}$	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	หรือ เทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี
<b>ด้านบุคลากร</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.91	-	-0.186	-0.260
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.10	-	-	-0.073
สูงกว่าปริญญาตรี	4.17	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 64 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่พบว่า ไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 65 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	ระดับการศึกษา			
	$\bar{X}$	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	หรือ เทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.90	-	-.285*	-0.170
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.18	-	-	0.116
สูงกว่าปริญญาตรี	4.07	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 66 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวพวงจัญญ์ จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นในด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 66 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
ระหว่างกลุ่ม	6.845	3	2.282	5.976	.001*
ภายในกลุ่ม	151.195	396	0.382		
รวม	158.040	399			
<b>ด้านราคา</b>					
ระหว่างกลุ่ม	11.419	3	3.806	8.015	.000*
ภายในกลุ่ม	188.058	396	0.475		
รวม	199.478	399			
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
ระหว่างกลุ่ม	10.373	3	3.458	7.965	.000*
ภายในกลุ่ม	171.905	396	0.434		
รวม	182.278	399			
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
ระหว่างกลุ่ม	0.670	3	0.223	1.525	.208
ภายในกลุ่ม	58.040	396	0.147		
รวม	58.710	399			
<b>ด้านกระบวนการขาย</b>					
ระหว่างกลุ่ม	10.152	3	3.384	6.293	.000*
ภายในกลุ่ม	212.958	396	0.538		
รวม	223.110	399			

ตาราง 66 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านบุคลิกภาพ</b>					
ระหว่างกลุ่ม	7.655	3	2.552	4.358	.005*
ภายในกลุ่ม	231.855	396	0.585		
รวม	239.510	399			
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
ระหว่างกลุ่ม	11.143	3	3.714	7.955	.000*
ภายในกลุ่ม	184.897	396	0.467		
รวม	196.040	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	5.233	3	1.744	7.295	.000*
ภายในกลุ่ม	94.677	396	0.239		
รวม	99.910	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 66 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการขาย ด้านบุคลิกภาพ และด้านลักษณะทางกายภาพ

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) กับอาชีพที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 67-73

ตาราง 67 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพเป็น  
รายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อาชีพ			
		นักเรียน/ นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
ภาพรวม					
นักเรียน/นักศึกษา และ อื่น ๆ	3.85	-	-.338*	-.224*	-0.168
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.19	-	-	0.114	0.170
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.07	-	-	-	0.056
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.02	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 67 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่ม  
ตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีความคิดเห็นใน  
ภาพรวมแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 68 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพ  
เป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อาชีพ			
		นักเรียน/ นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
นักเรียน/นักศึกษา และ อื่น ๆ	3.87	-	-.385*	-.256*	-0.217
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.26	-	-	0.129	0.168
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.13	-	-	-	0.039
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.09	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 68 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่ม  
ตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีความคิดเห็นในด้าน  
ผลิตภัณฑ์แตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 69 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาญชัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อาชีพ			
		นักเรียน/ นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
<b>ด้านราคา</b>					
นักเรียน/นักศึกษา และ อื่น ๆ	3.62	-	-.415*	-.384*	-0.257
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.04	-	-	0.031	0.158
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.01	-	-	-	0.127
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.88	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 69 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาญชัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีความคิดเห็นในด้านราคาแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 70 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อาชีพ			
		นักเรียน/ นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
นักเรียน/นักศึกษา และ อื่น ๆ	3.71	-	-0.362*	-0.377*	-0.228
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.07	-	-	-0.015	0.135
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.09	-	-	-	0.149
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.94	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 70 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่ม  
ตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีความคิดเห็นในด้าน  
ช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 71 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพ  
เป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อาชีพ			
		นักเรียน/ นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
<b>ดานกระบวนการขาย</b>					
นักเรียน/นักศึกษา และ อื่น ๆ	3.73	-	-.400*	-.300*	-0.028
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.13	-	-	0.100	0.372
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.03	-	-	-	0.272
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.76	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 71 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่ม  
ตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีความคิดเห็นในด้าน  
กระบวนการขายแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ อย่าง  
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 72 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อาชีพ			
		นักเรียน/ นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
<b>ดานบุคลากร</b>					
นักเรียน/นักศึกษา และ อื่น ๆ	3.86	-	-.376*	-0.259	-0.059
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.24	-	-	0.116	0.316
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.12	-	-	-	0.200
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.92	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 72 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่ม  
ตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นในด้านกระบวนการขายแตกต่างกับ  
กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 73 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพเป็น  
รายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	อาชีพ			
		นักเรียน/ นักศึกษา และอื่น ๆ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจ ส่วนตัว/ รับจ้าง
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
นักเรียน/นักศึกษา และ อื่น ๆ	3.81	-	-.467*	-.325*	-.356*
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.28	-	-	0.142	0.111
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.14	-	-	-	-0.031
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.17	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 73 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่ม  
ตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง  
มีความคิดเห็นในด้านกระบวนการขายแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และ  
อาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 74 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยว  
แบบผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
ระหว่างกลุ่ม	4.442	3	1.481	3.818	.010*
ภายในกลุ่ม	153.598	396	0.388		
รวม	158.040	399			
<b>ด้านราคา</b>					
ระหว่างกลุ่ม	5.808	3	1.936	3.959	.008*
ภายในกลุ่ม	193.669	396	0.489		
รวม	199.478	399			
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
ระหว่างกลุ่ม	3.057	3	1.019	2.252	.082
ภายในกลุ่ม	179.220	396	0.453		
รวม	182.278	399			
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.397	3	0.466	3.216	.023*
ภายในกลุ่ม	57.313	396	0.145		
รวม	58.710	399			
<b>ด้านกระบวนการขาย</b>					
ระหว่างกลุ่ม	2.579	3	0.860	1.544	.203
ภายในกลุ่ม	220.531	396	0.557		
รวม	223.110	399			
<b>ด้านบุคลากร</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.480	3	0.493	0.821	.483
ภายในกลุ่ม	238.030	396	0.601		
รวม	239.510	399			

ตาราง 74 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
ระหว่างกลุ่ม	4.948	3	1.649	3.418	.017*
ภายในกลุ่ม	191.092	396	0.483		
รวม	196.040	399			
<b>ภาพรวม</b>					
ระหว่างกลุ่ม	1.286	3	0.429	1.722	.162
ภายในกลุ่ม	98.624	396	0.249		
รวม	99.910	399			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 74 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) กับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ่ (Scheffe's Method) ได้ผลดังตาราง 75-78

ตาราง 75 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉานุ้ย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามรายได้ต่อ  
เดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	3.96	-	-0.202	-0.258	-0.184
20,001 – 25,000 บาท	4.17	-	-	-0.056	0.018
25,001 – 30,000 บาท	4.22	-	-	-	0.073
มากกว่า 30,001 บาท	4.15	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 75 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉานุ้ย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่  
พบว่า ไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกัน

ตาราง 76 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามรายได้ต่อ  
เดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
<b>ด้านราคา</b>					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	3.79	-	-0.100	-0.180	-.378*
20,001 – 25,000 บาท	3.89	-	-	-0.081	-0.279
25,001 – 30,000 บาท	3.97	-	-	-	-0.198
มากกว่า 30,001 บาท	4.17	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 76 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่  
พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท มีความคิดเห็นในด้านราคา  
แตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 77 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉานุ้ย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามรายได้ต่อ  
เดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	4.10	-	0.005	0.013	-.180*
20,001 – 25,000 บาท	4.09	-	-	0.008	-.185*
25,001 – 30,000 บาท	4.08	-	-	-	-0.193
มากกว่า 30,001 บาท	4.28	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 77 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวมัจฉานุ้ย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่  
พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท มีความคิดเห็นในด้านการส่งเสริม  
การตลาดแตกต่างกับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท และ  
ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 78 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามรายได้ต่อ  
เดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	$\bar{X}$	รายได้ต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	3.96	-	-0.199	-0.207	-0.275
20,001 – 25,000 บาท	4.16	-	-	-0.008	-0.076
25,001 – 30,000 บาท	4.17	-	-	-	-0.067
มากกว่า 30,001 บาท	4.23	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 78 เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่  
พบว่า ไม่มีคู่ใดที่แตกต่างกัน

สรุปผลความสอดคล้องระหว่างสมมติฐานกับผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อ  
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อ  
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ต่างกัน  
ในด้าน ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งมีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้  
ยกเว้นด้านเพศ อายุ และสถานภาพ ไม่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ  
แหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 79 ตารางสรุปภาพรวมจากการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's)	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว						
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	
1. ด้านผลิตภัณฑ์	x	x	✓	✓	✓	✓	
2. ด้านราคา	x	x	✓	✓	✓	✓	
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	x	✓	✓	✓	✓	x	
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	x	x	x	x	x	✓	
5. ด้านกระบวนการขาย	x	x	x	✓	✓	x	
6. ด้านบุคลากร	x	x	x	✓	✓	x	
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	x	x	x	✓	✓	✓	
<b>ภาพรวม</b>	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ

เครื่องหมาย x แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 79 แสดงผลสรุปของการทดสอบความแตกต่างด้วยการทดสอบที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA or F-test พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยจังหวัดนครนายก (7P's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยจังหวัดนครนายก (7P's) ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's)แตกต่างกัน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการขาย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการขาย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก (7P's) แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ

## บทที่ 5

### บทสรุป

ผลการศึกษาริวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก
2. ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก
3. วิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก
4. ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

## สรุปผลการวิจัย

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก**

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

**สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก**

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.25 มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.25 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 63.75 การศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 55.50 อาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 42.25 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.25

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก คิดเป็นร้อยละ 90.50 บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 37.25 จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 เดินทางท่องเที่ยวผจญภัยในช่วงวันหยุดเสาร์ – วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 58.00 เดินทางท่องเที่ยวผจญภัยจำนวน 2-3 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 32.25 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.00 ใช้เวลาในการท่องเที่ยวระหว่าง 1-2 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 72.00 เดินทางท่องเที่ยวผจญภัยเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 44.75 เลือกทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า คิดเป็นร้อยละ 33.75 เลือกทำกิจกรรมล่องแก่ง/พายเรือคายัค คิดเป็นร้อยละ 32.75

## วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 (S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ปัจจัยผลักดันส่งผลให้เดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อขอความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และบันเทิง เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์สำหรับการท่องเที่ยวผจญภัยที่แปลกใหม่ เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ส่วนการเดินทางมาเพื่อการพักผ่อนร่างกาย และจิตใจ เพื่อศึกษาเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแบบผจญภัย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

ปัจจัยดึงดูดให้เดินทางเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก ได้แก่ มีที่พักเพียงพอ มีร้านอาหารสะอาด มีร้านสะดวกซื้อใกล้แหล่งที่พัก ประชาชนหรือคนในแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรี และความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากที่พักอาศัย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด และแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยมีกิจกรรมที่แปลกใหม่ น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

## วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 วิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ และมีความโดดเด่น แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยอยู่ใกล้ที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งเรียนรู้การท่องเที่ยวผจญภัยเชิงนิเวศที่ยิ่งใหญ่ แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมแบบผจญภัยที่หลากหลาย มีความแปลกใหม่ และมีความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

ที่สุด และแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้ร่วมได้ตลอดทั้งปี มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

2. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทาง การเข้าถึงสะดวกสบาย สภาพพื้นผิว ถนนลาดยาง หรือเทคอนกรีต และเส้นทาง การเข้าถึงมีไฟฟ้า ไฟส่องสว่างในตลอดเส้นทาง เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด การมีป้ายบอกทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน อ่านเข้าใจง่าย และมีสภาพการใช้งานได้จริง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก ระบบคมนาคมขนส่งมีให้บริการตลอดเวลาเป็นประจำ และสม่ำเสมอ และมีระบบคมนาคมขนส่งที่หลากหลาย เช่น รถยนต์ รถรับจ้าง รถตู้ รถบัส มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับ ปานกลาง

3. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว แบบพวงจักษ์ มีระบบไฟฟ้า น้ำประปา ให้บริการเพียงพอ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด สำหรับด้านร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ร้านขายของที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อ ให้บริการ รวมถึงสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต WIFI ให้บริการทั่วถึง มีลานจอดรถกว้างขวาง และมีห้องน้ำ ให้บริการเพียงพอ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก ด้านศูนย์ ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือขอความช่วยเหลือ สำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับ ปานกลาง

4. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ มีโครงสร้างพื้นฐานไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำดื่ม น้ำประปา โรงพยาบาล สถานีตำรวจ ธนาคาร ตู้ ATM ปั๊มน้ำมัน ไปรษณีย์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรมีความชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อน มีหน่วยงานตรวจสอบ หรือกำกับดูแล ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว หรือขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารเพื่อประสานกับเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และรับแจ้งเหตุฉุกเฉิน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

5. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนที่พัก บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอในการให้บริการ หรือบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักหลากหลายให้บริการตามความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ และที่พักอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ส่วนภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ที่นอน หมอน ผ้าห่ม และบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่พักที่สะอาด และปลอดภัยให้บริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

6. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมแบบผจญภัยหลากหลายประเภท มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ส่วนประชาชนหรือคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยร่วมกับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ กิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับระบบนิเวศทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอดทั้งปี และท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

#### **วัตถุประสงค์ข้อที่ 4. ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก**

ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1. ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย และความปลอดภัยในกิจกรรมผจญภัย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด และความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย ความแปลกใหม่ของกิจกรรม

ผจญภัย และความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

2. ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ได้แก่ บ้ายราคาแสดงอัตราค่าบริการมีความชัดเจน อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับกิจกรรม ราคาค่าใช้จ่ายในการเล่นกิจกรรมมีความคุ้มค่า ราคาค่าใช้จ่ายสำหรับเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม และราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

3. ปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีการจัดโปรแกรมการขาย และการบริการที่เหมาะสม มีการจัดโปรแกรมกิจกรรมแบบเหมาจ่ายรายวัน มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวก รวดเร็ว ชัดเจน มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์, Line, Facebook มีการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

4. ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย มีการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม หรือมหกรรมกีฬาแบบผจญภัย เช่น การเดิน วิ่ง ปั่นจักรยาน เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และภาครัฐมีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด มีศูนย์การเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัย/กีฬา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก และแหล่งท่องเที่ยวมีโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทาง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง

5. ปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการขาย ได้แก่ มีผู้ให้บริการคอยแนะนำกิจกรรมผจญภัยที่เหมาะสม มีการจัดการระบบรักษาความปลอดภัย และการบำรุงรักษาของเครื่องมืออุปกรณ์การทำกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นที่น่าเชื่อถือได้ มีผู้เชี่ยวชาญในการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย แจกชั้นตอนการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน ไม่สับสน และมีจุดให้บริการท่องเที่ยว

(Service Centre) ในการบริการท่องเที่ยว และจำหน่ายบัตร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

6. ด้านบุคคล ได้แก่ บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอต่อการบริการ บุคลากร หรือเจ้าหน้าที่ มีความรู้ด้านการอธิบาย และสร้างความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรม ผจญภัยให้เข้าใจได้โดยง่าย บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มีความเต็มใจให้บริการ และเอาใจใส่ดูแล นักท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่บุคลิกภาพ การแต่งกายที่เหมาะสม ต่องาน และบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และคำนึงถึง ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดตรงเพียงพอต่อการต้อนรับ นักท่องเที่ยว และเส้นทางการจราจรในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก เช่น กลับรถได้ง่าย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระดับมากที่สุด สภาพแวดล้อมในแหล่ง ท่องเที่ยวมีบรรยากาศการท่องเที่ยว และจัดสรรพื้นที่การทำกิจกรรมแบบผจญภัยได้อย่าง เหมาะสม แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานรวมทั้งเทคโนโลยีที่ช่วยให้บริการ ที่เพียงพอต่อความต้องการ แหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกทิศทางที่เข้าใจง่าย เห็นชัดเจน ต่อเนื่อง และใช้ได้จริงในปัจจุบัน และแหล่งท่องเที่ยวมีห้องน้ำให้บริการที่เพียงพอ และสะอาดตลอดเวลา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระดับมาก

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก**

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดนครนายก แยกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่

1. ด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วยปัจจัยหลัก และปัจจัยดึงดูด
2. ด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาดของแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดนครนายก

3. ด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลน้อยต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

### 1. วิเคราะห์ด้านแรงจูงใจ

เมื่อพิจารณาข้อมูลทั้งหมดในภาพรวมด้านแรงจูงใจ ประกอบด้วย ปัจจัยแรงจูงใจด้านปัจจัยหลัก และปัจจัยดึงดูด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ปัจจัยหลักที่ส่งผลให้เกิดการเดินทางไปทำกิจกรรม คือ เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และบันเทิง เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์สำหรับการท่องเที่ยวผจญภัยแปลกใหม่ และการเดินทางไปทำกิจกรรมส่วนใหญ่ เดินทางกับบุคคลใกล้ชิด ดังนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเลือกไปทำกิจกรรมที่โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า รองลงมา คือ เขื่อนขุนด่านปราการชล น้ำตกสาลิกา อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และศูนย์ผจญภัยเขาหล่น ตามลำดับ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีกิจกรรมที่หลากหลายแตกต่างกันไป เช่น กิจกรรมการล่องแก่ง กิจกรรมการพายเรือคายัค กิจกรรมปั่นจักรยาน กิจกรรมยิงปืนบีบีกัน เพนท์บอล ยิงปืน ยิงธนู กิจกรรมขี่รถ ATV กิจกรรมเดินป่า และกิจกรรมกระโดดหอ

ปัจจัยด้านดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลือกมาทำกิจกรรมผจญภัยนั้น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก มีที่พักให้บริการนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ มีร้านอาหารที่สะอาดให้เลือกหลากหลายประเภท ตกแต่งร้านแบบร่วมสมัย หรือร้านอาหารที่เน้นบรรยากาศธรรมชาติ ร้านกาแฟที่บรรยากาศสบาย ๆ มองเห็นทิวเขาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ตามความชอบของนักท่องเที่ยว ประกอบกับด้านคมนาคมโครงสร้างพื้นฐานที่มีบริการเพื่อความสะดวกรวดสบาย เช่น น้ำดื่ม น้ำประปา ห้องน้ำ ไฟส่องสว่างที่เพียงพอ นอกจากนี้คนในแหล่งท่องเที่ยว หรือคนในชุมชนมีอัธยาศัยไมตรี เป็นมิตรที่ดีกับนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวนั้นอยู่ไม่ไกลจากที่พักอาศัย

## 2. ด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย และส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดนครนายกที่ควรส่งเสริม

เมื่อพิจารณาข้อมูลทั้งหมดในภาพรวม พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยอยู่ใกล้ที่พักอาศัย และแหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งเรียนรู้ทางการท่องเที่ยวผจญภัยเชิงนิเวศที่ยิ่งใหญ่ กิจกรรมมีหลากหลาย แปลกใหม่ และมีความปลอดภัย สามารถทำกิจกรรมได้ตลอดทั้งปี ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัย เพื่อสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ กิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับระบบนิเวศทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน กิจกรรมมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้ตลอดทั้งปี สอดคล้องกับข้อมูลการวิจัย

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ ความรู้สึกปลอดภัยในกิจกรรม ความหลากหลายของกิจกรรม มีความแปลกใหม่ของกิจกรรม และความพร้อมของกิจกรรมผจญภัย แหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดึงดูดใจให้เดินทาง เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ น้ำตกสาริกา และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า เขื่อนขุนด่านปราการชล และศูนย์ผจญภัยเขาหลั่น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยม คือ กิจกรรมล่องแก่ง กิจกรรมพายเรือคายัค กิจกรรมการปั่นจักรยานท่องเที่ยว กิจกรรมยิงปืนปีปิกัน ยิงปืนเนทบอล ยิงปืนจริง ยิงธนู กิจกรรมขี่รถ ATV กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมกระโดดหอ และด้านที่พัก มีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเช่นกัน เนื่องจากบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยมีที่พักจำนวนมากเพียงพอในการให้บริการ ที่พักรับ

ความหลากหลายให้บริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ที่พักประเภทโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เช่น บริเวณใกล้เคียงเขื่อนขุนด่านปราการชล หรือใกล้น้ำตกสาริกา และที่พักอยู่ใกล้ หรือภายในแหล่งท่องเที่ยวที่มีที่พัก เช่น เรือนรับรอง หรือบ้านพักในโรงเรียนนายร้อย พระจุลจอมเกล้าที่พัทลุงจึงมีความสะอาดตามมาตรฐาน และความปลอดภัยค่อนข้างสูง และภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ที่นอน ผ้าห่ม หมอน ผ้าเช็ดตัว

ทั้งนี้ทำให้ทราบว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านที่พัก และด้านกิจกรรมมีอิทธิพลมากต่อพฤติกรรม ซึ่งการส่งเสริมทางการตลาด โดยผ่านสื่อ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ หลากหลายช่องทางเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย การประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมมหกรรมกีฬาผจญภัย เช่น การเดิน วิ่ง ปั่นจักรยาน เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ผ่านการส่งเสริมและสนับสนุนโดยหน่วยงานภาครัฐ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ จัดศูนย์การเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย/กีฬา และมีโปรแกรมเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทาง สอดรับกับบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนที่เพียงพอในการให้บริการ ให้บริการมีความรู้ในการอธิบาย และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมให้เข้าใจได้โดยง่าย มีความเต็มใจในการให้บริการ โดยเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน บุคลากรมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายเหมาะสมต่องาน บุคลากรให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง คำนึงถึงความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

### 3. ด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย และส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลน้อยต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดนครนายก ที่ควรพัฒนา

เมื่อพิจารณาข้อมูลทั้งหมดในภาพรวม พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านเส้นทางคมนาคมการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการขาย และด้านราคา มีอิทธิพลน้อยต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

ด้านการบริหารการจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีสิทธิน้อยต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานสำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำดื่ม น้ำประปา โรงพยาบาล สถานีตำรวจ ธนาคาร ตู้ ATM ปั้มน้ำมัน รวมถึงบริการไปรษณีย์ หรือการทำงานที่แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบมีความชัดเจน ไม่ซับซ้อน และมีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบ กำกับดูแลความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวเสมอ ซึ่งขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ได้รับการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว และมีศูนย์บริการให้ความช่วยเหลือ และรับแจ้งเหตุฉุกเฉิน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว มีสิทธิพลน้อยต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเรื่องของระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปาที่ให้บริการเพียงพอ รองลงมาคือ ด้านร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายของฝาก ร้านสะดวกซื้อมีให้บริการ รวมถึงบริการสัญญาณโทรศัพท์ สัญญาณอินเทอร์เน็ต มีให้บริการทั่วถึงนั้นในระดับมาก แต่ศูนย์ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือขอความช่วยเหลือสำหรับนักท่องเที่ยวยังมีไม่เพียงพอ และจุดสังเกตที่ยังไม่ชัดเจน ด้านเส้นทางการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น เส้นทางการเดินทาง ถนนหนทางที่สะดวก มีการลาดยาง เทคอนกรีต และตลอดเส้นทางการเดินทางมีไฟฟ้า ไฟส่องสว่างตลอดเส้นทาง หลอดไฟได้รับการซ่อมแซม เปลี่ยนใหม่ตลอด มีสิทธิน้อยต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว รองลงมาคือ ป้ายบอกทางที่ชัดเจน ไม่ซ้ำรูด เข้าใจง่าย เป็นปัจจุบันใช้งานได้จริง ส่วนระบบคมนาคมขนส่งที่ไว้ให้บริการการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถสองแถว รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง รถโดยสารสาธารณะ รถตู้ ยังมีบริการไม่ประจำ หรือไม่สม่ำเสมอ มีสิทธิพลน้อยต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การจัดโปรโมชั่น และขั้นตอนในการให้บริการโปรโมชั่นแบบเหมาะสมรายวัน ตลอดจนช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่ยุ่งยาก สะดวก รวดเร็ว ผ่านช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง และมีการจำหน่ายโปรแกรมการทำกิจกรรมออนไลน์ มีสิทธิพลน้อยต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง เช่น โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้ามีเจ้าหน้าที่ดูแล และให้บริการจัดจำหน่ายโดยเฉพาะ หรือเขื่อนขุนด่านมีหน่วยบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านกระบวนการขาย เช่น เจ้าหน้าที่ให้บริการคอยแนะนำ กิจกรรมผจญภัย มีการชี้แจงจัดระบบความปลอดภัย แนะนำการใช้อุปกรณ์การทำกิจกรรมอย่างเคร่งครัด ซึ่งผู้บริการผ่านการอบรมความปลอดภัย สร้างความน่าเชื่อถือให้นักท่องเที่ยว

ประกอบกับขั้นตอนในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งชัดเจน ไม่สับสน มีจุดให้บริการคอยช่วยเหลือหรือ บริการจุดจำหน่ายตั๋วเห็นชัดเจน เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน เช่น โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า เชื้อนขุนด่านปราการชล ด้านราคา เช่น ป้ายราคาแสดงอัตราค่าธรรมเนียม อัตราค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสมกับกิจกรรม หรือราคาค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า ราคาค่าใช้จ่ายสำหรับเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม และราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียงกัน มีอิทธิพลน้อยต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมผจญภัยที่โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้ามีป้ายราคาแจ้งการทำกิจกรรมอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย หรือบริการแจ้งราคาสำหรับนักท่องเที่ยวมีความประสงค์เลือกทำกิจกรรมเพียงบางอย่าง หรือกิจกรรมผจญภัยในเขตเชื้อนขุนด่านปราการชลมีจุดจำหน่ายตั๋วการทำกิจกรรม และมีเจ้าหน้าที่บริการประจำ หรือในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จะมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการอำนวยความสะดวกในการสอบถามราคาการทำกิจกรรมต่าง ๆ แต่ถ้าเทียบกับกิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดอื่น ๆ ในจังหวัดนครนายกถือว่ามีราคาในการทำกิจกรรมผจญภัยที่ถูกมาก และคุ้มค่ามากที่สุดแห่งหนึ่ง

### อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดนครนายก มี 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สามารถอภิปรายได้ ดังนี้

#### ด้านแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

1. ด้านปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย พบว่า ปัจจัยดึงดูดด้านที่มีที่พักเพียงพอให้บริการ ร้านอาหารสะอาด มีร้านสะดวกซื้อใกล้แหล่งที่พัก แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยมีกิจกรรมที่แปลกใหม่ น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ซึ่งสอดคล้องกับชลธิชา พันธุ์สว่าง (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีลักษณะโดดเด่น มีกิจกรรมการเกษตรที่หลากหลาย เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย แหล่งท่องเที่ยวมีฐานการเรียนรู้การให้ข้อมูลที่ดีเกี่ยวกับกระบวนการทำการเกษตร แหล่ง

ท่องเที่ยวที่มีที่พัก ร้านอาหารที่ปลอดภัย มีคมนาคม มีโครงสร้างพื้นฐานที่สะดวกสบาย สอดคล้องกับ ธฤติมา อัญญาพรสุข (2559) ได้กล่าวว่า ปัจจัยดึงดูด หมายถึง ปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไป ยังแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ด้วยวิธีการใดการหนึ่ง เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และภาพลักษณ์ และสอดคล้องกับ ทฤษฎีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (5 A's) ของ Tourism Western Australia (2008) กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานจำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถใช้ได้อย่างสะดวกสบาย เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย คนในแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากที่พัก

2. ด้านปัจจัยหลัก หรือปัจจัยที่ส่งผลให้เดินทางท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวต้องการมาทำกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และบันเทิง สอดคล้องกับ P.Naidoo (2015) ศึกษาวิจัยเรื่อง สสำรวจแรงจูงใจนักท่องเที่ยวเบบีบูมเมอร์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย พบว่า ปัจจัยหลักอันดับที่สำคัญที่สุด คือ ความสนุกและความเพลิดเพลิน การคลายเครียด การพักผ่อน การเปลี่ยนแปลง และสอดคล้องกับการศึกษาของ พรทิพย์ รุ่งเรือง (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมคุณภาพบริการการท่องเที่ยวผจญภัยจังหวัดนครนายก กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์การเดินทาง เพื่อความสนุกสนานบันเทิง ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวที่โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า เพราะกิจกรรมส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่คล้ายกับการฝึกทหาร และต้องใช้ทักษะ พละกำลังเป็นกิจกรรมที่ไม่ค่อยได้ทำบ่อย ๆ จึงเห็นได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เขื่อนขุนด่านปราการชล ศูนย์ผจญภัยเขาหล่น หรือน้ำตกสาริกา ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่เน้นการออกกำลังกาย เช่น กิจกรรมล่องแก่ง กิจกรรมพายเรือคายัค กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมกระโดดหอบ ปีนหน้าผา ขี่รถ ATV ล้วนเป็นกิจกรรมที่เน้นความสนุกสนาน สร้างความเพลิดเพลิน และความบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ร่วมเดินทาง

## แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย ในจังหวัดนครนายก

ส่งเสริมด้านแรงจูงใจ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทาง โดยมีการเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ด้านที่พัก ด้านร้านอาหาร ด้านโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว ด้านคมนาคม กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวให้หลากหลาย แปลกใหม่ และน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยการจัดอบรมบุคลากรระดับปฏิบัติการในสถานประกอบให้ทราบมาตรฐานการทำความสะอาดห้องพัก การดูแลห้องพัก หน่วยงานภาครัฐควรเร่งรัดและส่งเสริมให้ร้านอาหารมีการแข่งขันด้านความสะอาด และความปลอดภัย โดยให้รางวัลเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ส่งเสริมด้านคมนาคมโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น ควรเพิ่มความสะดวกของผู้พิการ ผู้สูงอายุ และเด็กให้มากขึ้น เช่น ทางเดิน ห้องน้ำ กิจกรรมผจญภัยที่สามารถร่วมทำได้ เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้พิการ ผู้สูงอายุ และเด็กรู้สึกเกิดการเดินทางท่องเที่ยว

### องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก อยู่ในระดับมาก โดยจะมีประเด็นที่จะนำมาอภิปราย ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงามมีเอกลักษณ์โดดเด่น สอดคล้องกับ Dickman (1996) ที่กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) นั้นจัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น สอดคล้องกับการศึกษาของ ณีภูษพัชร์ กาญจนรัตน์ (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร พบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ .05 คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ส่งผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต และสอดคล้องกับ สรุปผลงานวิจัยโครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure (2556) กล่าวว่า อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

จัดว่าเป็นอุทยานป่าดิบเขามีน้ำตกที่โดดเด่นที่สุดของโลก มีกิจกรรมเสริมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่หลากหลาย เช่น การปีนเขาและโรยตัวจากหน้าผา ซึ่งกิจกรรมท่องเที่ยว การล่องแก่งแม่น้ำนครนายก ด้วยเหตุนี้นักท่องเที่ยวจึงสนใจเดินทางมาเพื่อทำกิจกรรมผจญภัยในจังหวัดนครนายก ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ น้ำตกสาริกา น้ำตกนางรอง อุทยานวังตะไคร้ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า เขื่อนขุนด่านปราการชล ศูนย์ผจญภัยเขาหล่น ดังนั้นจึงถือได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อเดินทางมาทำกิจกรรมผจญภัยได้

2. ด้านที่พัก ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ จำนวนที่พักบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอในการให้บริการ สอดคล้องกับความคิดเห็นของแรงจูงใจด้านแรงดึงดูดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทาง โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ คือ มีที่พักเพียงพอ ร้านอาหารสะอาด มีร้านสะดวกซื้อตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พัก สอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2563) กล่าวว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้าน Accommodation ที่พักในแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพอ รวมถึงบรรยากาศของที่พักและมาตรฐานของที่พัก สอดคล้องกับแนวคิดของ เทิดชัย ช่วยบำรุง (2552) กล่าวว่า องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านที่พัก ในแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียง ต้องมีที่พักไว้บริการ เพราะถือเป็นปัจจัยที่สนับสนุน และเป็นปัจจัยลำดับแรกของนักท่องเที่ยวที่กระตุ้นการตัดสินใจ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวผจญภัย ในบริเวณใกล้เคียงมีปริมาณที่พักให้บริการจำนวนมาก โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ภายในมีที่พักลักษณะเรือนรับรองให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว หรือบริเวณขุนด่านปราการชล น้ำตกสาริกา อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ หรือบริเวณใกล้เคียงศูนย์ผจญภัยเขาหล่น มีที่พักจำนวนมากให้บริการ มีหลากหลายรูปแบบ หลากหลายราคา เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้บริการมากกว่า 70 แห่ง

3. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมแบบผจญภัยหลากหลายประเภท สอดคล้องกับการศึกษาของ วรชาติ มีกระจ่าง (2556) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการการท่องเที่ยวของสำนักงานการท่องเที่ยวโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า พบว่า

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านลักษณะการจัดกิจกรรม เป็นเช่นนี้เนื่องจากโรงเรียนนายร้อย พระจุลจอมเกล้า มีกิจกรรมผจญภัยที่หลากหลาย เช่น กิจกรรมเดินป่าพิชิตเขาชะง็อก กิจกรรมไต่ตัวหน้าผาจำลอง กิจกรรมทดสอบกำลังใจ 10 สถานี กิจกรรมกระโดดหอสูง 34 ฟุต กิจกรรมเดินป่าเชิงอนุรักษ์ กิจกรรมเดินป่าผจญภัย กิจกรรมจักรยานท่องเที่ยว กิจกรรมยิงปืน กิจกรรมเพ้นท์บอล สถานที่ท่องเที่ยวเชื่อมขนานด้านปราคาารชล มีกิจกรรมการ ล่องแก่งที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องภาพรวมในด้านพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นเลือกทำกรรมล่องแก่ง กิจกรรมพายเรือคายัคมากที่สุด

ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่หลากหลายจึงจะสามารถกระตุ้นพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทาง สอดคล้องกับแนวความคิดเห็นของ พุทธชาติ ลุนคำ (2564) กล่าวว่า ธุรกิจท่องเที่ยว และโรงแรมหลัง COVID-19 การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวใหม่มักใช้ ทรัพยากรจำนวนมาก ทั้งทรัพยากรมนุษย์ เวลา และงบประมาณ จึงอาจไม่เหมาะสมกับสภาพ เศรษฐกิจหลังวิกฤต ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรเน้นการวิเคราะห์ความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่แตกต่างและหลากหลาย เพื่อเสนอบริการที่ตอบโจทย์รายบุคคล ไม่ว่าจะเป็น แบบแผนการเดินทาง กิจกรรมที่สนใจ และงบประมาณที่เหมาะสม โดยใช้ประโยชน์จาก ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทำให้กระบวนการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลมีประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละรายมากขึ้น

### **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยใน จังหวัดนครนายก**

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว พบว่า หน่วยงานภาครัฐควรเข้ามามีบทบาท ประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาชนคิดค้นกิจกรรมผจญภัยใหม่ ๆ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น การจัดกิจกรรมพิเศษ หรือมหกรรมผจญภัยในจังหวัดนครนายก เช่น การจัดนิทรรศการผจญภัย คัดเกมผจญภัยจำลอง หรือปีนหน้าผาจำลองให้นักท่องเที่ยวที่วัย เด็กสามารถมาทำกิจกรรม และควรรณรงค์ให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยเชิงนิเวศให้มาก ขึ้น โดยการฝึกอบรมให้ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะ รณรงค์ให้เยาวชนเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยเชิงนิเวศมากขึ้น

2. ด้านที่พัก พบว่า ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีที่พักที่มีความหรูหรา สะดวกสบาย และจัดสรรพื้นที่เพื่ออำนวยความสะดวกเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และเด็ก โดยเน้นความสะดวก ความปลอดภัยที่มีมาตรฐานมากขึ้น ส่งเสริมให้สถานประกอบการ จัดเตรียมอุปกรณ์ตามมาตรฐานป้องกันโควิด 19 เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

3. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวพจนานุกรม พบว่า ควรส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวโดย บูรณาการการท่องเที่ยวพจนานุกรมกับกิจกรรมอื่น ๆ ที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดนครนายก หรือ กิจกรรมที่เน้นให้ผู้สูงอายุ ผู้พิการ เด็กเข้ามาทำกิจกรรมมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวพจนานุกรม เรียนรู้การเกษตร การท่องเที่ยวพจนานุกรมเรียนรู้วิถีชีวิตในชุมชน การท่องเที่ยวพจนานุกรมกับการปลูก ป่า การท่องเที่ยวพจนานุกรมเพื่อดูนก ส่องสัตว์ การท่องเที่ยวพจนานุกรมกับปราสาทเขาวงกต เป็นต้น โดยให้คนในชุมชนหรือเด็กเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการหวงแหน ทรัพยากร และเกิดความยั่งยืน

### **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมใน จังหวัดนครนายก**

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก โดยจะมีประเด็นที่จะนำมาอภิปราย ดังนี้

1. ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ สื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ มีความหลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งสอดคล้องกับ ฤดี เสริมชยุต (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า การส่งเสริมการตลาด มีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เป้าหมายสำคัญของการส่งเสริมการตลาด คือ การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ เชิงบวกและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวพจนานุกรมที่นักท่องเที่ยวเลือก เดินทางลำดับแรก คือ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ทั้งนี้เนื่องจากโรงเรียนนายร้อย พระจุลจอมเกล้ามีการส่งเสริมทางการตลาดที่หลากหลาย เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่าน ช่องทางออนไลน์จากช่องทาง Facebook, YouTube, Website, E-Magazine ทั้งนี้การส่งเสริม การตลาดที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่จะกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวเท่านั้น หากแต่ยัง เป็นการกำหนดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย

2. ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านความน่าสนใจ ในกิจกรรม สอดคล้องกับ พรทิพย์ รุ่งเรือง (2558) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวผจญภัย ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว มีความน่าสนใจ เนื่องจากว่ากิจกรรมผจญภัยจะเน้นที่ต้องใช้พลังกำลัง ให้แรงในการกระทำ คล้ายกิจกรรมทางการทหาร ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่ พบว่า นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และอายุไม่เกิน 30 ปี กิจกรรมจึงเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจสำหรับ นักท่องเที่ยว และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่น่าสนใจในจังหวัดนครนายก ส่วนใหญ่เป็น พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในเขต อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอยู่ในเขตทหาร สอดคล้องกับ สิริัญญา ชาติเผือก (2562) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัด เชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ ดอยอินทนนท์ เนื่องจากด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ ทำให้ กิจกรรมต่าง ๆ จึงเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ กิจกรรมส่วนใหญ่ต้องอาศัย ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมล่องแก่ง กิจกรรมพายเรือคายัค ซึ่งสามารถทำ กิจกรรมได้ที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ล่องแก่งแม่น้ำนครนายกบริเวณเขื่อนขุนด่านปราการชล กิจกรรมปั่นจักรยานชมธรรมชาติ หรือกิจกรรมเดินป่า สถานที่เข้าร่วมกิจกรรม เช่น โรงเรียน นายร้อยพระจุลจอมเกล้า ศูนย์ผจญภัยเขาหล่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ บริเวณเขื่อนขุนด่าน ปราการชล เป็นต้น

3. ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านบุคลากร หรือเจ้าหน้าที่มีจำนวนที่เพียงพอในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ เพ็ญญา เพ็งประไพ (2558) วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ชาวไทย และต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุ ราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านบุคคล และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความต้องการใน

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมของเกาะพะงัน โดยปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ด้านบุคคลมีอิทธิพลสูงสุด และสอดคล้องกับ วรากร คำปลิว (2559) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญด้านบุคลากรให้บริการแก่ลูกค้ามากที่สุด ทั้งนี้เกิดจากกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย เมื่อเข้ามาทำกิจกรรมผจญภัยในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาพร้อมกันหลายกลุ่ม นักท่องเที่ยวจึงจำนวนมากในการทำกิจกรรม ดังนั้นจำนวนพนักงานที่คอยช่วยเหลือด้านการบริการ จึงเป็นพื้นฐานของความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว และยังเป็นปัจจัยในการสร้างความน่าเชื่อถือด้วย

4. ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่มีสำหรับจอดรถเพียงพอต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว และเส้นทางการจราจรในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก เช่น กลับริดไถ่่งาย ซึ่งสอดคล้องกับ กนกวรรณ ศิลสว่าง (2562) วิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาส่วนประสมการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี ซึ่งปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี ในภาพรวม ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ราคา บุคลากร และ ผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ จากงานวิจัยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวไปทำกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยที่โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ซึ่งเป็นเขตทหาร มีพื้นที่กว้างขวาง เส้นทางการจราจรในแหล่งท่องเที่ยวมีบริเวณกลับริดไถ่่งาย และได้รับความอำนวยความสะดวกสบาย และสอดคล้องกับ ปราณปริยา นพคุณ (2561) วิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ

#### **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก**

1. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ควรส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมให้ทั่วถึง โดยหน่วยงานภาครัฐเข้ามามีส่วนสนับสนุน การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Offline และ Online เสียงตามสายในชุมชน ช่องทาง Facebook

Twister, YouTube หรือ ของหน่วยงานการท่องเที่ยว ส่งเสริมให้มีการแข่งขันทำรายการ นำเที่ยวเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวผ่านช่อง YouTube

2. ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่า ควรส่งเสริมให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถทำกิจกรรมได้ตลอดทั้งปี โดยบูรณาการกับกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เพื่อสร้างความสนใจ และแปลกใหม่ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย โดยไม่ลืมความสะดวก และปลอดภัยในการทำกิจกรรม นอกจากนี้ควรรณรงค์ให้มีการขยายเส้นทางเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อปณัจุบันชาตินิยม หรือในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

3. ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว พบว่า ควรส่งเสริมให้บุคลากรเตรียมพร้อม หรือเพิ่มทักษะความปลอดภัยในการทำกิจกรรมผจญภัย โดยพัฒนาความรู้ในการใช้อุปกรณ์ เครื่องมือในการทำกิจกรรมตามมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล ควรให้ความรู้บุคลากร ด้านความปลอดภัยในอาชีพะอนามัยเพื่อทำกิจกรรมผจญภัยให้ห่างไกลโควิด 19 และส่งเสริมให้มีการจัดอบรมการบริการที่ดีให้แก่บุคลากรเพื่อให้ทราบถึงความสำคัญในงานบริการในแหล่งท่องเที่ยว

4. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ควรส่งเสริมให้สถานประกอบการทุกแห่งจัดสรร สถานที่ด้านอารยสถาปัตย์ให้สอดคล้อง และกลมกลืนกับธรรมชาติ เช่น รวบรวมได้ ทางลาด ห้องน้ำสำหรับผู้สูงวัย หรือผู้พิการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงวัย ผู้พิการ และเด็ก ควรส่งเสริมให้มีจุดรถที่เป็นสัดส่วน และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดยาว บริเวณโดยรอบควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ตู้ ATM ร้านสะดวกซื้อ สัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนควรเข้ามาสนับสนุน และส่งเสริมการบริการ ด้านระบบคมนาคมขนส่งให้มากขึ้น เนื่องจากมีให้บริการไม่เพียงพอ ไม่มีความหลากหลาย และไม่สม่ำเสมอ

2. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนควรมีการจัดกิจกรรมประเภทการแข่งขัน ทางกีฬาแบบผจญภัยเพื่อดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเดินทางมาเที่ยวมาทำกิจกรรมได้นานขึ้น

3. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวผจญภัย สามารถนำผลการศึกษามาใช้ประกอบการ

กำหนดมาตรฐานในการสร้างแรงจูงใจ เช่น การส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงนำผลไปกำหนดกลยุทธ์ของสถานประกอบการ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และศักยภาพในการแข่งขันในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงจูงใจให้แก่นักท่องเที่ยวต่อไป

4. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวผจญภัย สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนารูปแบบของกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพิ่มการบริการให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น โดยให้ความสำคัญในเรื่องของจำนวนห้องน้ำที่มีไว้บริการให้เพียงพอ และสะอาดอยู่เสมอ มีศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวให้ทั่วถึง เห็นชัดเจน

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายกที่มีต่อชุมชน ท้องถิ่น เพื่อนำมาเป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาให้กับชุมชน โดยชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมผจญภัย
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผจญภัยเชิงนิเวศด้วยกิจกรรมปั่นจักรยานในเขตพื้นที่อุทยานในจังหวัดนครนายกและรอยต่อจังหวัดข้างเคียง

## บรรณานุกรม

- กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). **ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). **ขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ปี 2562.** สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2563, จาก [https://www.mots.go.th/download/article/article\\_20190925130927.pdf](https://www.mots.go.th/download/article/article_20190925130927.pdf)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). **สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2563.** สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564, จาก [https://mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=592](https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=592)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). **โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า.** สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://thailandtourismdirectory.go.th/th/attraction/21120>
- กฤติกา สายณะรัตน์ชัย. (2563). การพัฒนารายการนำเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวในเทศบาลนครแม่สอดจังหวัดตาก. **อิทธิพลทักษิณสาร** 15(2), 59–91. BLT Bangkok. (2563). **เมืองรองฮิต ติดเทรนด์เที่ยวปี 2020 ดันรายได้กระจายทั่วประเทศ.** สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.bltbangkok.com/news/5294/>
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด. (2560, 27 มกราคม 2564). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครนายก.** สืบค้นเมื่อ จาก <http://www.nakhonnayok.go.th/home/upload/photo/web/ENxZOhiP.pdf>
- กอบกาญจน์ เหริญทอง. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.** บธ.ม.(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). **การท่องเที่ยวผจญภัย.** 39.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). **สรุปผลงานวิจัยโครงการศึกษาสถานการณ์และโอกาสการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวกลุ่ม Eco & Adventure.** สืบค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2563, จาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2013/menu-2013-jul-sep/125-32556-eco-adventure>

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). **ล่องแก่งที่แม่น้ำนครนายก**. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564, จาก [shorturl.asia/qcY5k](http://shorturl.asia/qcY5k)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). **อุทยานวังตะไคร้**. สืบค้นเมื่อ จาก [shorturl.asia/wb5mU](http://shorturl.asia/wb5mU)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). **อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่**. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2564, จาก [shorturl.asia/OqEJN](http://shorturl.asia/OqEJN)
- กิ่งกนก เสาวภาวงศ์. (2556). **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงจักรยานยนต์ของประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางภูมิภาคอาเซียน**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กุลแก้ว คล้ายแก้ว. (2556). **การสำรวจและการสร้างมูลค่าเพิ่มในแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยของพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,
- เกศณรินทร์ งามเลิศ. (2559). **แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานและลูกจ้างองค์การคลังสินค้า**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพ.
- จตุรภัทร ประทุม. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 27**. สืบค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2563, จาก <http://www.jaturapad.com/archives/1153>
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทรงชัย อังกาทิพย์. (2550). **การเดินป่าและการท่องเที่ยวแบบผจญภัย**. กรุงเทพฯ: บริษัท บีเวล พับลิชชิ่ง.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). **บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง**. วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า, กรุงเทพฯ.
- ธรรมชนก เพชรานนท์. (2559). **แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย**. *สุทธิปริทัศน์*, 30(94), 42-59.
- ธันยธรณ์ คาวาซากิ. (2563). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** (Vol. 1). นนทบุรี: ศูนย์หนังสือ เมืองไทย จำกัด.
- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS** (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

- นลวิชัย ชุนลา. (2560). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี** วิทยานิพนธ์ บธ.ม.(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สงขลา.
- นลินรัตน์ สายศรีบัณฑิต. (2554). **กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งนักเรียนเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ ค.ม. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, นิติพล ภูตะโชติ. (2558). **ส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการ**. ขอนแก่น: วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2552). **ภาวะผู้นำและผู้นำเชิงกลยุทธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 7) กรุงเทพฯ: ทริปเพิลกรุ๊ป.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2556). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563). **ภาคบริการไทย เปลี่ยนให้ปัง ปรับให้โดน** สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.prachachat.net/columns/news-411500>
- ปาริฉัตร อิงจะนิล. (2554). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า: กรณีศึกษา ตลาดคลองสวน 100 ปี จังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยว) สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- พยอมน ธรรมบุตร. (2562). **เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวและโรงแรม**. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา, กรุงเทพฯ.
- พรทิพย์ รุ่งเรือง. (2559). **แนวทางการส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัยจังหวัดนครนายก**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.
- พรพิณ ประกายสันติสุข. (2550). **ลักษณะส่วนบุคคล ค่านิยม ทรัพยากรการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร**. บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

- ภาวิณี กาญจนภา. (2559). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รวีวรรณ ไพรรุ่งโรจน์. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2553). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2559). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วชิรวัชร งามละม่อน. (2558). **แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์** 2016. สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2563, จาก [http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post\\_11.html](http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_11.html)
- วชิราภรณ์ โลหะชาละ. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: พี.เอ็น.เค.แอนด์สกาย์.
- วรัญญา ภัทรสุข. (2554). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรกร คำปสิว. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่**. 12(2), 139-148.
- วดิน สันทรณ์. (2558). **ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออะไหล่ประดับยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์**. นศ.ม. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- วันทิกา หิรัญเทศ. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี**. วิทยาลัยราชพฤกษ์, นนทบุรี.
- วรัชต์ มัชฌมบุรุษ. (2554). **รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2563, จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com/>
- วิดิเนีย มายอร์. (2555). **การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม (การจัดการการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- วิชิต อุ๋น. (2550). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ** (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภาณี เผือกบัวขาว. (2563). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. 4(1), 58-72.

- วิยะรัตน์ แก้วอุทัย. (2555). **ทัศนคติและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในกิจกรรมนันทนาการของอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัด พัทลุง**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาวิทยาลัยทักษิณ, ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2558). **การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าหรือประมวลพระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE)**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2557). **นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว** กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลัจจา ไกรศรีรัตน์. (2561). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขา จังหวัดราชบุรี** ใน Paper presented at the การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3 (หน้า.: มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี. จาก <http://rms.mcru.ac.th/uploads/869628.pdf>)
- สำนักงานจังหวัดนครนายก. (2562). **บรรยายสรุปจังหวัดนครนายก ประจำปี 2562**. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://ww2.nakhonnayok.go.th/frontpage>
- สำนักงานจังหวัดนครนายก. (2564). **เขื่อนขุนด่านปราการชล**. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2564, จาก <http://ww2.nakhonnayok.go.th/travel/detail/9>
- สิริพร อิ่มหู่. (2560). **รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย. วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และนันทนาการ (ฉบับที่ 1)**.
- เสนาะ ดิยาวี. (2553). **แรงจูงใจกับความสำเร็จในงาน**. สืบค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://www.swk.ac.th/stech/pictureslupload/LANG52/pdf>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2563). **เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา, กรุงเทพฯ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2554). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อารีย์ภา ถิรสัตยาพิทักษ์ และชัยนันท์ ไชยเสน. (2556). **การท่องเที่ยวลูกผสมเชิงนิเวศผจญภัยและความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว: บทเรียนจากสองแพคเกจหมู่บ้านเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า**. 167-186.
- เอกวิทย์ พรหมสมบัติ. (2562). **แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวล่องแก่งชมดาว กรณีศึกษา ชุมชนบ้านลานช้อย ตำบลลานบ่อย อำเภอบ้านพะยอม จังหวัดพัทลุง** Journal of Humanities and Social Sciences, Songkhla Rajabhat University, Vol.1

- Buhalis D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. **Tourism Management Perspectives**, Vol.21, 97–116.
- Gill P. (2021). Family adventure tourism: Towards hedonic and eudaimonic wellbeing. **Tourism Management Perspectives**, Volume 39.
- Hudson Simon. (2012). **Sport and adventure tourism**: Routledge.
- Kotler และ Armstrong. (2018). **Principles of marketing**. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler และ Keller. (2016 ). **Marketing management**. New Jersey: Prentice Hall.
- Likert R. (1967). **The Method of Constructing an Attitude Scale**. M (Ed.), Oxford University New York.
- Mohammad, H. I. (2015). **7PS marketing mix and retail bank customer satisfaction in northeast Nigeria** (Vol. 3, pp. 71–88).
- Moscardo and Pearce. (1986). **Historical Theme Parks: An Australian Experience in Authenticity**.
- P.Naidoo. (2015). Investigating the Motivation of Baby Boomers for Adventure Tourism. **Procedia – Social and Behavioral Sciences**, Volume 175, Pages 244–251.
- Paul W. (2009). Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context. **Annals of Tourism Research**, Volume 36( Issue 3, ), Pages 413–438.
- Payne A. (1993). **The Essence of Services Marketing** (พิมพ์ครั้งที่): Prentice Hall.
- Pearce and Caltabiano. (1983). **Inferring Travel Motivation from Traveller's Experiences**. **Journal of Travel Research**.
- Pearce, P., Morrison, A., Rutledge, J., Pearce, P., Morrison, A. และ Ruthledge, J. (1998). **Motivation influence in tourism demand**.
- Pearce, P. L. (1991). **Analzing Tourist Attraction**. **Journal of Tourism Studies**.
- Pelasol J. (2012). **Igcabugao: a potential tourist destination in the southern part of Iloilo, Philippines**.
- Ponte C J. (2021). Idealizing adventure tourism experiences: tourists' self–assessment and expectations. **Journal of Outdoor Recreation and Tourism**.

- Rezky Purna Satit. (2012). The Relationship Between Marketing Mix And Customer Decision-Making Over Travel Agents: An Empirical Study. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, Vol. 2.
- ShengHsiung T. (2020). Place- and Activity-Related Antecedents of Challenge Perception in Adventure Tourism. **Journal of Outdoor Recreation and Tourism**, 31.
- Shintaro S. (2016). Adventure Tourism Motivation and Destination Loyalty: A Comparison of Decision and Non-Decision Makers. **Journal of Destination Marketing & Management**, Volume 8, , 74-81.
- World Economic Forum. (2019). **Travel & Tourism Competitiveness Report 2019**. 70-83.
- Zeithaml และBitner. (2000). **Services Marketing: Customer Focus Across the Firm**. Boston: Massachusetts: McGraw-Hill.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยพะเยา

UNIVERSITY OF PHAYAO

## ภาคผนวก แบบสอบถามเพื่อการวิจัยสำหรับนักท่องเที่ยว



### เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านกรุณาตอบแบบสอบถามเพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยต่อไป

แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (6A's)

**ส่วนที่ 5** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก (7P's)

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยในครั้งนี้ด้วยความตั้งใจและครบถ้วนทุกประเด็น

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวพรพรรณ ขำหรุ่น

นิสิตปริญญาโทสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

## แบบสอบถามถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยในจังหวัดนครนายก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยใน  
จังหวัดนครนายก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด (เลือกเพียง  
1 ตัวเลือก)

### 1. เพศ

- 1.1 ชาย  1.2 หญิง  
 1.3 เพศทางเลือก

### 2. อายุ

- 2.1 อายุน้อยกว่า 20 ปี  2.2 อายุ 20 – 30 ปี  
 2.3 อายุ 31 – 40 ปี  2.4 อายุ 41 – 50 ปี  
 2.5 อายุ 51 – 60 ปี  2.6 60 ปีขึ้นไป

### 3. สถานภาพ

- 3.1 โสด  3.2 สมรส  
 3.3 หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่  3.4 อื่น ๆ ((โปรดระบุ.....))

### 4. ระดับการศึกษา

- 4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี  4.2 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า  
 4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

### 5. อาชีพ

- 5.1 นักเรียน/นักศึกษา  5.2 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
 5.3 พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง  5.4 ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง  
 5.5 อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

### 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 6.1 ยังไม่มีรายได้  6.2 รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท  
 6.3 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท  6.4 รายได้ 20,001 – 25,000 บาท  
 6.5 รายได้ 25,001 – 30,000 บาท  6.6 รายได้ 30,001--35,000 บาท  
 6.7 รายได้มากกว่า 35,001 บาท

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทาง  
มายังแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวผจญภัย

- เคย  ไม่เคย (มาครั้งแรก)

2. บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับท่าน

- เดินทางกับครอบครัว/เครือญาติ  เดินทางกับเพื่อน  
 เดินทางคนรัก  เดินทางคนเดียว  
 สมาคม/องค์กร  อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

3. จำนวนสมาชิกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่าน

- 3.1 คนเดียว  3.2 จำนวน 2 – 3 คน  
 3.3 จำนวน 4 – 5 คน  3.4 จำนวน 6 – 7 คน  
 3.5 จำนวน 8 คนขึ้นไป

4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่าน

- 4.1 วันจันทร์ – วันศุกร์  4.2 วันหยุดเสาร์ – วันอาทิตย์  
 4.3 วันหยุดเทศกาล/วันหยุดนักขัตฤกษ์  4.4 วันหยุดปิดภาคเรียน

5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่าน

- 5.1 1 ครั้งต่อปี  5.2 2-3 ครั้งต่อปี  
 5.3 4-5 ครั้งต่อปี  5.4 มากกว่า 5 ครั้งต่อปี

6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่าน

- 6.1 น้อยกว่า 1,000 บาท  6.2 1,001 – 3,000 บาท  
 6.3 3,001 – 5,000 บาท  6.4 5,001 – 7,000 บาท  
 6.5 7,001 บาทขึ้นไปบาท

7. จำนวนวันในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

- 7.1 1-2 วัน  7.2 3-4 วัน  
 7.3 5-6 วัน  7.4 มากกว่า 6 วัน

## 8.วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวของท่าน

- 8.1 เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง  8.2 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ
- 8.3 เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์  8.4 เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด
- 8.5 เพื่อทัศนศึกษา / ดูงาน  8.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## 9.สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยที่ท่านเดินทางของท่าน

- 9.1 อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่  9.2 น้ำตกสาริกา
- 9.3 โรงเรียนนายร้อย จปร.  9.4 เขื่อนขุนด่านปราการชล
- 9.5 ศูนย์ผจญภัยเขาหล่น  9.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## 10.กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยในครั้งนีของท่าน

- 10.1 ล่องแก่ง  10.2 พายเรือคายัค
- 10.3 กระโดดหอ  10.4 ยิงปืนบีบีกัน
- 10.5 ยิงปืนแฟนบอล  10.6 ยิงธนู
- 10.7 ยิงปืน  10.8 ปั่นจักรยาน
- 10.9 มอเตอร์ไซด์ ATV  10.10 เดินป่าผจญภัย
- 10.11 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....



ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดนครนายก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

ประเด็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>1. ปัจจัยหลัก (ปัจจัยที่ส่งผลให้เดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก)</b>					
1.1 เพื่อการพักผ่อนร่างกาย และจิตใจ					
1.2 เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และบันเทิง					
1.3 เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์สำหรับการท่องเที่ยวแบบผจญภัยแปลกใหม่					
1.4 เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด					
1.5 เพื่อศึกษาเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแบบผจญภัย					
<b>2. ปัจจัยดึง (ปัจจัยดึงดูดให้เดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก)</b>					
2.1 แหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยมีกิจกรรมที่แปลกใหม่ น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น					
2.2 มีที่พักเพียงพอ ร้านอาหารสะอาด มีร้านสะดวกซื้อใกล้แหล่งที่พัก					
2.3 แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย และมีความปลอดภัย					
2.4 แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากที่พักอาศัย					
2.5 คนในแหล่งท่องเที่ยวมีอัธยาศัยไมตรีและความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยใน  
จังหวัดนครนายก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

ประเด็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's)	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว</b>					
1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม มีเอกลักษณ์โดดเด่น					
1.2 แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมแบบ ผจญภัยที่หลากหลาย แปลกใหม่และปลอดภัย					
1.3 แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้รวมได้ตลอด ทั้งปี					
1.4 แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งเรียนรู้ การ ท่องเที่ยวผจญภัยเชิงนิเวศที่ยิ่งใหญ่					
1.5 แหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยอยู่ใกล้ที่พัก อาศัย					
<b>2. ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</b>					
2.1 มีระบบคมนาคมขนส่งที่หลากหลาย เช่น รถยนต์ รถรับจ้าง รถตู้ รถบัส					
2.2 ระบบคมนาคมขนส่งมีให้บริการตลอดเวลา เป็นประจำ และสม่ำเสมอ					
2.3 เส้นทาง การเข้าถึงสะดวกสบาย สภาพ พื้นผิว ถนนลาดยาง หรือเทคอนกรีต					
2.4 มีป้ายบอกทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ ชัดเจน เข้าใจง่าย และมีสภาพการใช้งานได้จริง					
2.5 เส้นทาง การเข้าถึงมีไฟฟ้า ไฟส่องสว่างใน ตลอดเส้นทางเพื่อความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยว					

ประเด็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's)	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว</b>					
3.1 แหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย มีระบบไฟฟ้า น้ำประปา ให้บริการเพียงพอ					
3.2 มีลานจอดรถกว้างขวาง และมีห้องน้ำให้บริการเพียงพอ					
3.3 มีร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ของที่ระลึก ร้านสะดวกซื้อให้บริการ					
3.4 มีสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต WIFI ให้บริการทั่วถึง					
3.5 มีศูนย์ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว หรือขอความช่วยเหลือสำหรับบริการนักท่องเที่ยว					
<b>4. ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว</b>					
4.1 มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและรับแจ้งเหตุฉุกเฉิน					
4.2 มีโครงสร้างพื้นฐานไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำดื่ม น้ำประปา โรงพยาบาล สถานีตำรวจ ธนาคาร ตู้ ATM ปั้มน้ำมัน ไปรษณีย์					
4.3 มีหน่วยงานตรวจสอบ กำกับดูแล ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว					
4.4 มีขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารเพื่อประสานกับเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว					

ประเด็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's)	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
4.5 การแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบของบุคลากรมีความชัดเจน มาซับซ้อน					
<b>5. ด้านที่พักริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว</b>					
5.1 จำนวนที่พักริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอในการให้บริการ					
5.2 ที่บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักหลากหลายให้บริการตามความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน					
5.3 บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่พักที่สะอาด และปลอดภัยให้บริการ					
5.4 ภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ที่นอน หมอน ผ้าห่ม					
5.5 ที่พักอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว					
<b>6. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>					
6.1 แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมแบบผจญภัยหลากหลายประเภทให้เลือก					
6.2 คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยร่วมกับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์แปลกใหม่					
6.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน					
6.4 กิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รวมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับระบบนิเวศทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน					

ประเด็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก (6A's)	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
6.5 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอดปี ทุกฤดูกาล					



ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ  
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก (7P's)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

ประเด็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัด นครนายก (7P's)	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1.1 ความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย					
1.2 ความปลอดภัยในกิจกรรมผจญภัย					
1.3 ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย					
1.4 ความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย					
1.5 ความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย					
<b>2. ด้านราคา</b>					
2.1 ป้ายราคาแสดงอัตราค่าบริการมีความชัดเจน					
2.2 อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับกิจกรรม					
2.3 ราคาค่าใช้จ่ายค่าบริการมีความคุ้มค่า					
2.4 ราคาค่าใช้จ่ายเพื่อเข้าพื้นที่มีความเหมาะสม					
2.5 ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่นๆ					
<b>3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
3.1 มีการจัดโปรแกรมการขาย และมีขั้นตอนการให้บริการที่เหมาะสม					
3.2 มีการจัดโปรแกรมกิจกรรมแบบเหมาจ่ายรายวัน					
3.3 มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ สะดวก รวดเร็ว ชัดเจน					

ส่วนที่ 5 (ต่อ) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก (7P's)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

ประเด็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัด นครนายก	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
3.4 มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์, Line, Facebook					
3.5 มีการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์					
<b>4. ด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
4.1 ภาครัฐมีการส่งเสริม และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อ					
4.2 มีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย					
4.3 มีศูนย์การเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัย/กีฬา					
4.4 มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมหรือมหกรรมกีฬาแบบผจญภัย เช่น การเดินวิ่ง ปั่นจักรยานเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง					
4.5 แหล่งท่องเที่ยวมีโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทาง					

**ส่วนที่ 5 (ต่อ)** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวพวงจักษ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก (7P's)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

ประเด็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวแบบพวงจักษ์ จังหวัดนครนายก	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>5. ด้านกระบวนการขาย</b>					
5.1 ขั้นตอนการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน ไม่สับสน					
5.2 มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Centre) ในการบริการท่องเที่ยว และจำหน่ายบัตร					
5.3 มีผู้ให้บริการคอยแนะนำการทำกิจกรรมแบบพวงจักษ์ได้อย่างเหมาะสม					
5.4 มีผู้เชี่ยวชาญในการบริการอำนวยความสะดวกในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบพวงจักษ์					
5.5 มีการจัดการระบบรักษาความปลอดภัยเครื่องมือ อุปกรณ์การทำกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นที่น่าเชื่อถือได้					
<b>6. ด้านบุคลากร</b>					
6.1 บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ					
6.2 บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ มีความรู้ด้านการอธิบายและสร้างความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมแบบพวงจักษ์ให้เข้าใจโดยง่าย					

**ส่วนที่ 5 (ต่อ)** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวพวงจัญญ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก (7P's)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

ประเด็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวแบบพวงจัญญ์ จังหวัดนครนายก	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>6. ด้านบุคลากร</b>					
6.3 บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจให้บริการและเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน					
6.4 บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และคำนึงถึงความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว					
6.5 บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่บุคลิกภาพการแต่งกายที่เหมาะสมต่องาน					
<b>7. ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
7.1 สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศการท่องเที่ยว และจัดสรรพื้นที่การทำกิจกรรมแบบพวงจัญญ์ได้อย่างเหมาะสม					
7.2 แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานรวมทั้งเทคโนโลยีที่ช่วยให้บริการที่เพียงพอต่อความต้องการ					
7.3 แหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกทิศทางที่เข้าใจง่าย เห็นชัดเจน ต่อเนื่องและใช้ได้จริงในปัจจุบัน					

ส่วนที่ 5 (ต่อ) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก (7P's)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

ประเด็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
7.4 แหล่งท่องเที่ยวที่มีห้องน้ำให้บริการที่เพียงพอ และสะอาดตลอดเวลา					
7.5 แหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดรถเพียงพอต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว และเส้นทางการจราจรในแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก เช่น กลับรถได้ง่าย					



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	พชรพร ขำหรุ่น
วัน เดือน ปี เกิด	1 ตุลาคม 2522
สถานที่เกิด	แพร่
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2546 ศศ.บ.(การท่องเที่ยวและการโรงแรม), มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	144/21 หมู่ 8 ตำบลท่าตูม อำเภอศรีมหาโพธิ จังหวัดปราจีนบุรี 25140

