

แนวทางการส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
จังหวัดนครนายก



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

สิงหาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แนวทางการส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
จังหวัดนครนายก



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
สิงหาคม 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แนวทางการส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบพหุภพ
จังหวัดนครนายก

ของ พรทิพย์ รุ่งเรือง

ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
ของมหาวิทยาลัยพะเยา

.....ประธาน

(ดร.ละเอียด ศิลาน้อย)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย นิรัญทิว)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ ถลาง)

.....กรรมการ

(ดร.สหนนท์ ตั้งเบญจสิริกุล)

อนุมัติ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา)

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

สิงหาคม 2559

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ชวลี วัฒน ฤกลาง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนวิทยานิพนธ์สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัย ขอกราบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.ละเอียด ศิลาน้อย ที่ได้คำแนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณ ดร.สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล และรองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย นิรัญทวี กรุณาเข้าร่วมการสอบวิทยานิพนธ์ ให้คำแนะนำแก้ไขและตรวจสอบ ความรู้ใน ข้อเสนอแนะต่าง ๆ

ขอขอบพระคุณสำนักงานการทอ้งเทียวและกีฬา จังหวัดนครนายก ที่กรุณาให้ ความอนุเคราะห์ทางด้านข้อมูลและข่าวสาร เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณ คุณแม่ คุณพ่อ ผู้ให้ชีวิต ให้ความรัก ให้กำลังใจเสมอมาโดยตลอด ตลอดจนพี่ ๆ น้อง ๆ และเพื่อน ๆ ที่ได้คำแนะนำในการศึกษา และขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามงานวิจัยนี้ทุกท่าน จนทำให้การศึกษาครั้งนี้สมบูรณ์ และมีคุณค่า

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา กรุงเทพมหานคร ทุกท่านที่ให้คำปรึกษา แนะนำแนวทาง ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

พรทิพย์ รุ่งเรือง

เรื่อง: แนวทางการส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

ผู้วิจัย: พรทิพย์ รุ่งเรือง วิทยานิพนธ์: ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2559

ประธานที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ ถลาง, **กรรมการที่ปรึกษา:** ดร.สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, การท่องเที่ยวแบบผจญภัย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เลือกการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก 2) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวแบบผจญภัย ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

ผลการวิจัย พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 20 ปี สถานภาพ โสด การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท 2) วัตถุประสงค์การเดินทาง เพื่อความสนุกสนานบันเทิง สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัย คือ โรงเรียนนายร้อย พระจุลจอมเกล้า กิจกรรมการปั่นจักรยาน ความถี่การท่องเที่ยวผจญภัยทุก ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว คือ วันหยุดปิดภาคเรียน บุคคลที่ร่วมเดินทางคือครอบครัว กิจกรรมปั่นจักรยานเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด 3) ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดของการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และด้านนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีความสำคัญในแต่ละด้านดังต่อไปนี้ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว คือ ที่น่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย (ค่าเฉลี่ย = 4.448) ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ คือ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ด้านกระบวนการให้บริการคือความปลอดภัยในการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ด้านราคา คือ อัตราค่าบริการ แสดงชัดเจน ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ ด้านการส่งเสริมการตลาด การมีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย = 3.945)

Title: GUIDELINES FOR PROMOTING THE SERVICE QUALITY OF ADVENTURE TOURISM IN NAKHON NAYOK PROVINCE, THAILAND

Author: Pornthip Rungruang Thesis: M.A. (Hotel and Tourism Management), University of Phayao, 2016

Advisor: Associate Professor Chawalee Na Thalang, **Co–advisor:** Dr.Sahanon Tungbenchasirikul

Keywords: Service quality, Adventure tourism

ABSTRACT

The objectives of this study are the following. 1) To study the tourists' behaviors of the special interest tourism in Nakhon Nayok Province. 2) To investigate the quality ranks of special interest tourism services in terms of 7P's marketing mix factors in Nakhon Nayok. 3) To examine the methods of promoting the quality of adventure travel services in Nakhon Nayok Province.

The research found that: 1) there was male tourist with younger than 20 years old, marital status is single. In addition, the sampling group are under graduated of occupation is student having the average monthly revenue less than 15,000 baht. 2) The result on the tourist behavior indicated that the purpose of the travel is for fun and entertainment. Chulachomkhao Royal Military Academy is the most visited site for cycling activities. Travel frequency is every month during school holiday time with the family. And 3) focus on marketing mix for adventure tourism in Nakhon Nayok Province, the data indicated that the tourism product is the most significant index while the marketing promotion is the less one. The data figure is displayed the most significant aspect of each Marketing Mix as follows: in the tourism product is interesting adventure sports (mean=4.448), The physical element side is the physical characteristics of the source are appropriate for adventure tourism The process is served in oxygenated adventure travel The price is clearly above rates The distribution channel is to arrange for the appropriate service The service personnel are competent on the market there website visitors convenient data search (mean=3.945)

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแบบผจญภัย.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์.....	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	26
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's).....	31
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว.....	34
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....	37
บริบทการท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก.....	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44
3 วิธีดำเนินการวิจัย	54
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	60
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	60

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย	63
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ.....	64
ตอนที่ 2 ทดสอบสมมติฐาน.....	71
5 บทสรุป	162
สรุปผลการวิจัย	163
อภิปรายผลการวิจัย.....	167
ข้อเสนอแนะ	169
บรรณานุกรม.....	171
ภาคผนวก	178
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	179
ประวัติผู้วิจัย	186

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไป.....	64
2 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก	66
3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก	69
4 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบ ผจญภัย จังหวัดนครนายก	72
5 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแหล่งในแหล่งท่องเที่ยว ผจญภัย จังหวัดนครนายก	75
6 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานะการสมรสกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก	79
7 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาสูงสุดกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก	81
8 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแหล่งในแหล่งท่องเที่ยว ผจญภัย จังหวัดนครนายก	84
9 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแหล่งใน แหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก	88
10 สรุปรูปภาพรวมที่ได้จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรรมการเดินทาง ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัด นครนายก	92
11 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามเพศ	93
12 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอายุ.....	97

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพจณภูมิ จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว.....	102
14 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพจณภูมิ จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความน่าสนใจของกิจกรรมพจณภูมิ.....	102
15 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพจณภูมิ จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความแปลกใหม่ของกิจกรรมพจณภูมิ....	103
16 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพจณภูมิ จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความพร้อมของการจัดกิจกรรมพจณภูมิ.....	103
17 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพจณภูมิ จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ.....	104
18 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพจณภูมิ จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นที่เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวรูปแบบพจณภูมิ.....	104
19 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	105
20 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพจณภูมิ จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว.....	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
21 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับ ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย...	109
22 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวในประเด็นที่เกี่ยวกับความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย.	109
23 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย..	110
24 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกด้านกระบวนการให้บริการ	110
25 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับ มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย	111
26 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ดีแก่กิจกรรมแบบผจญภัย.....	111
27 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามการศึกษาสูงสุด	112
28 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว .	116
30 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความแปลกใหม่ที่นำเสนอใจของสถานที่ท่องเที่ยว	116
31 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความงดงามตามธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว	117
32 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม.....	118
33 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านราคา ในประเด็นที่เกี่ยวกับราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	118
34 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านช่องทางการจำหน่าย	119
35 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็นที่เกี่ยวกับราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	119

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
36 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ	120
37 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวกับมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	120
38 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวกับป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทาง การเดินในแหล่งท่องเที่ยว.....	121
39 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวกับมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว.....	121
40 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวกับมีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	122
41 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวกับมีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว.....	122
42 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	123

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
43 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	123
44 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง	124
45 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอาชีพ	126
46 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	131
47 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย	132
48 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย	133
49 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย	134

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
50 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดโปรแกรมการขาย การบริการที่เหมาะสม.....	135
51 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านบุคลากร	136
52 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านบุคลากรในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ	137
53 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านบุคลากรในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี.....	138
54 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ	139
55 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย	140
56 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว.....	141

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
57 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีผู้ให้บริการคอยแนะนำกิจกรรมที่เหมาะสม	142
58 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	143
59 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย.....	144
60 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับห้องน้ำมีความเพียงพอและสะอาดต่อนักท่องเที่ยว.....	145
61 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับพื้นที่จะจอดรถมีความเพียงพอและปลอดภัย.....	146
62 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	152
63 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	157

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
64 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพจณภูมิ จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความน่าสนใจของกิจกรรมพจณภูมิ	157
65 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพจณภูมิ จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความหลากหลายของกิจกรรมพจณภูมิ.....	158
66 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพจณภูมิ จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรูปแบบพจณภูมิ	159
67 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพจณภูมิ จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว.....	159
68 สรุปรภาพรวมที่ได้จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวแบบพจณภูมิ จังหวัดนครนายก	160

สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

1	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
---	-------------------------	---



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทย มีมูลค่านับได้แสนล้านบาทในแต่ละปีและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องซึ่งได้สร้างรายได้หมุนเวียนให้กับประเทศไทยมีมูลค่านับแสนล้านบาท ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกและยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตเร็วที่สุด สามารถสร้างรายได้หลักให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาลก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียน และยังกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นำไปสู่การจ้างงานสร้างอาชีพ การกระจายรายได้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวเดือนตุลาคม พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยว จำนวน 2,228,796 คน ขยายตัวร้อยละ 0.95 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยนักท่องเที่ยวจีนมีสัดส่วนสูงถึง 1 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด และขยายตัวร้อยละ 13 ซึ่งจำนวน และรายได้ในเดือนมกราคม-ตุลาคม พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยว จำนวน 24,364,667 คน ขยายตัวร้อยละ 24.75 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวมีมูลค่าเท่ากับ 1,158,371.41 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 27.05 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ ตลอด 10 เดือนที่ผ่านมา การขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวจีน และการหดตัวของนักท่องเที่ยวรัสเซีย ยังคงมีอิทธิพลต่อทิศทางการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้เห็นการเติบโตด้านรายได้การท่องเที่ยวที่ดีหลังจากได้สร้างฐานที่แข็งแกร่งจากยุทธศาสตร์ซึ่งคาดว่าจะช่วยสร้างรายได้ท่องเที่ยวตามเป้าหมาย 2.2 ล้านล้านบาท โจทย์ภาคการท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ. 2559 จะยังคงเน้นเพิ่มรายได้มากกว่าจำนวนคน และมุ่งกระจายรายได้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง โดยกระทรวงฯ ตั้งกรอบเป้าหมายรายได้ท่องเที่ยวไว้ที่ 2.3 ล้านล้านบาท ขณะนี้ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้เห็นชอบแผนยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวไทยปี พ.ศ. 2558-2560 วางเป้าหมายคาดการณ์รายได้ท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 2.5 ล้านล้านบาท เน้นเรื่องของคุณภาพนักท่องเที่ยวมากกว่าปริมาณ เน้นกระจายรายได้ และสร้างความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันด้านการตลาดจะเน้นเจาะตลาดใหม่ ๆ พร้อมเพิ่มระยะเวลาการอยู่ท่องเที่ยวในไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้นานขึ้นจากเดิม

ไทยเองก็ต้องเตรียมเรื่องคนให้พร้อมรองรับตอนนี้ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ขีดเส้นให้กระทรวงเร่งแก้ปัญหาภาคใต้คุณภาพให้เรียบร้อยภายในเดือนกันยายน เร่งกระตุ้นครึ่งปีหลังนี้ด้านแผนกระตุ้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในช่วงครึ่งปีหลังระบุว่าจะเน้นเพิ่มรายได้และเจาะตลาดกลุ่มใหม่ เพื่อกระจายความเสี่ยงจากนักท่องเที่ยวตลาดหลักที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลกระบุว่าจะเน้นเพิ่มรายได้และเจาะตลาดกลุ่มใหม่ เพื่อกระจายความเสี่ยง ที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลก (ประชาชาติธุรกิจท่องเที่ยว, 2558)

การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ก็กำลังได้รับความนิยมไม่แพ้จากการท่องเที่ยวอื่น ๆ การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความชอบ และความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพกายใจ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษา และศาสนา (Edu-Meditation Tourism) การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านศาสนาเพื่อเพิ่มความรู้ใหม่ ๆ การท่องเที่ยว เพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ หรือ วัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความสนใจในชนิดนั้น การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) นักท่องเที่ยวที่ชอบใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่เพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุในการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก การท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) การจูงใจให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=Meeting, I=Incentive, C=Conference, E= Exhibition) การนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน (Eco-Agro Tourism) รูปแบบหนึ่งของผู้จัดการ การท่องเที่ยวจัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว การท่องเที่ยวในระยะยาวนาน 2-7 วัน หรือ มากกว่า การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความเฉพาะกลุ่มที่รักในความท้าทาย หรือนำความแปลกใหม่ มาผสมผสานกับความท้าทายให้การท่องเที่ยวแบบผจญภัยได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นรูปแบบหนึ่งการเดินทางท่องเที่ยว หรือ การร่วมกิจกรรมแบบผจญภัยปัจจุบัน การท่องเที่ยวแบบผจญภัยได้รับความนิยมมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ประกอบการหลายรายหันมาให้ความสำคัญกับกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบนี้ เช่น การพายเรือคายัค ล่องแก่ง ปีนเขา ไรยตัว ดูนก และเดินป่า เป็นต้น โดยกิจกรรมผจญภัยต่าง ๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้น

เพื่อตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความเป็นธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้นหวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่ (วารินทร์ มัชฌิมบุรุษ, 2554)

กิจกรรมแบบผจญภัยที่ควรวางจรทั้งหมดในจังหวัดนครนายก เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่เขตทหาร การท่องเที่ยวแบบผจญภัยนี้ มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ สามารถพัฒนาจังหวัด ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยจังหวัดนครนายกมีแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยที่มีศักยภาพสูง เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ น้ำตก ป่าไม้ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ยุคสงครามโลก ครั้งที่ 2 ที่บริเวณเขาทุเรียน ตำบลเขาพระ อำเภอเมืองนครนายก แหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น เช่น เชื้อขนูด่านปราการชล อ่างเก็บน้ำต่าง ๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยตลอดปี เช่น กิจกรรมผจญภัยในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า และบริเวณท้ายเขื่อนขนูด่านปราการชล เป็นต้น จึงมีนักท่องเที่ยวมาเยือนที่จังหวัดนครนายกตลอดทั้งปี โดยเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 2 ต่อปี (กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครนายก, 2557)

การท่องเที่ยวแบบผจญภัยที่แตกต่างกันออกไป โดยสามารถจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ออกเป็น 3 รูปแบบ แบบธรรมดาทั่วไป (Common Adventure) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการให้ความรู้เป็นการท่องเที่ยวผจญภัยที่สัมผัสได้ด้วยตาจากการชมและการฟังหลักส่วนในกิจกรรมจะเป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องการความเป็นมืออาชีพเลย การท่องเที่ยวแบบธรรมดาทั่วไป ไม่ค่อยได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เพราะเป็นการรับรู้เพียงอย่างเดียวไม่ได้ลงมือในการทำกิจกรรม จึงทำให้ไม่เกิดความตื่นเต้นท้าทายให้แก่นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะจัดอยู่ในตารางการท่องเที่ยว โดยมีการทำกิจกรรมรูปแบบอื่น ๆ เพิ่มเติมด้วย แบบซอฟท์ แอดเวนเจอร์ (Soft Adventure) เป็นการทำกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ศึกษา และเข้ามาทำกิจกรรมง่าย ๆ ธรรมดาด้วยตัวนักท่องเที่ยวเอง โดยไม่ต้องอาศัยความรู้ในการทำกิจกรรมมากนัก แต่นักท่องเที่ยวจะเน้นการได้รับความบันเทิง และความผ่อนคลาย แบบเอ็กซ์ตรีม แอดเวนเจอร์ (Extreme Adventure) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีใจรักในการทำกิจกรรมผจญภัยเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวมีความรู้พื้นฐานในการทำกิจกรรมนั้น ๆ อยู่บ้าง จำเป็นต้องใช้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ ในการทำกิจกรรมที่จัดให้ไว้อย่างสูง เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวชอบการวัดใจและท้าทายเป็นอย่างสูง (สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย, 2549)

จากข้อมูลข้างต้นทางผู้วิจัย จึงตัดสินใจที่จะเลือกศึกษาคุณภาพการให้บริการ จัดกิจกรรมผจญภัยจังหวัดนครนายก ที่มีแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยหลายแห่งที่น่าสนใจ โดยเลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบผจญภัยแบบซอฟท์ แอดเวนเจอร์ (Soft Adventure) ที่เข้ามาใช้บริการกิจกรรมผจญภัยจังหวัดนครนายก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษา เรื่องการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการจัดกิจกรรมผจญภัยจังหวัดนครนายก ซึ่งเป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับกรุงเทพมหานคร ตามนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เน้นเพิ่มรายได้มากกว่าจำนวนคน และมุ่งกระจายรายได้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ที่เป็นข้อได้เปรียบทางการเดินทาง ระยะทางสามารถทำให้จังหวัดนครนายก ดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาใช้บริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย และเพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมคุณภาพการบริการ การท่องเที่ยวแบบผจญภัยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เลือกการท่องเที่ยว ในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด ของการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก
3. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัด นครนายก แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ยังแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการในด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้ คือ

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมผจญภัย ในรูปแบบซอฟท์ แอดเวนเจอร์ (Soft Adventure) จังหวัดนครนายก จำนวน 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครนายก, อำเภอบ้านนา และอำเภอปากพลี

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมผจญภัย ในรูปแบบซอฟท์ แอดเวนเจอร์ (Soft Adventure) จังหวัดนครนายก จำนวน 3 อำเภอ จำนวน 385 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรคอกซ์แรน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในแบบผจญภัยกับความต้องการในด้านบริการการท่องเที่ยว ในปัจจุบันร่วมประสมทางการตลาด และลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวกิจกรรมผจญภัย ในรูปแบบซอฟท์ แอดเวนเจอร์ (Soft Adventure) ซึ่งส่งผลต่อการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก และนำผลการวิจัยไปส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน ธันวาคม 2558-มกราคม 2559

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ หมายถึง การท่องเที่ยวทางเลือกซึ่งจะแตกต่างจากการท่องเที่ยวกระแสหลัก โดยพิจารณาจากแรงจูงใจ แรงผลักดัน และจุดมุ่งหมายในการเดินทางเป็นสำคัญ การท่องเที่ยวแบบพจญภัย จังหวัดนครนายก คือ หนึ่งใน การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ไม่ได้ถูกจำกัดไว้ แต่การเดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายความสนใจพิเศษนั้น ๆ เพียงสิ่งเดียว นักท่องเที่ยวความสนใจชนิดหนึ่งอาจเลือกเข้าร่วมกิจกรรมตามความสนใจพิเศษจังหวัดนครนายกได้อีกหลาย ๆ ชนิดได้

การท่องเที่ยวแบบผจญภัย หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก โดยการทำกิจกรรมมีความเฉพาะเจาะจง ที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือ เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น การปีนผา การล่องแก่ง การปั่นจักรยานเสือภูเขา เพื่อท้าทายความสามารถ และทดสอบความกล้าการเป็นการพักผ่อนที่ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ เพื่อความสนุกสนานบันเทิง

กิจกรรมท่องเที่ยวแบบผจญภัย หมายถึง กิจกรรมผจญภัย ที่ต้องเผชิญหน้ากับการเสี่ยงหรือสิ่งที่อาจเกิดขึ้นโดยมิคาดคิด โดยมีระดับความเสี่ยงน้อย จนถึงความเสี่ยงสูง การทำกิจกรรมนักท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ต้องต่อสู้ ด้านทานในการทำกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย

การท่องเที่ยวแบบผจญภัยแบบซอฟท์ แอดเวนเจอร์ (Soft Adventure) หมายถึง การท่องเที่ยวแบบที่มีกิจกรรมผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่มีกิจกรรมง่าย ๆ ธรรมดา ไม่ต้องอาศัยความรู้ในการทำกิจกรรมมากนัก เน้นความบันเทิง และความผ่อนคลายจากการท่องเที่ยว เช่น ปั่นจักรยานทางธรรมชาติเพื่อชมธรรมชาติ และวิถีชีวิตชาวบ้าน การพายเรือ กระโดดหอ ยิงปืนหรือยิงธนู เป็นต้น

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยทางด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7P's หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งการเลือกการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษในการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ทั้งสินค้า หรือ แหล่งท่องเที่ยว และการบริการเข้าไว้ด้วยกัน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกมาในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ได้แก่ การรู้จัก และทราบข้อมูลการท่องเที่ยวเหตุผล ที่มาท่องเที่ยวช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการมาท่องเที่ยว

การบริการ หมายถึง สิ่งที่ผู้ให้บริการเสนอให้แก่นักท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ซึ่งเป็นงานที่ไม่สามารถจับต้องได้การผลิต และการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน โดยมีองค์ประกอบพื้นฐาน และกิจกรรมประกอบ

คุณภาพการบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การวัดคุณภาพการบริการแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก จากเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพ 6 ประการ ได้แก่ 1) การเป็นมืออาชีพ และการมีทักษะของผู้ให้บริการ 2) ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ให้บริการ 3) การเข้าพบได้อย่างง่าย และมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ ผู้รับบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งไว้ให้บริการ และเวลาที่ได้รับการจากผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้ 4) ความไว้วางใจ และความเชื่อถือได้ 5) การแก้ไขสถานการณ์ให้กับผู้ภาวะปกติ 6) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

1. เป็นองค์ความรู้แนวทางการปรับปรุง เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการบริการ และรองรับนักท่องเที่ยวในพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถนำข้อมูลดังกล่าว เป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุงกิจกรรม การบริการให้กับสถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัย
4. ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้เป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุงกิจกรรม การบริการให้กับสถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยสามารถเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยครั้งต่อไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นการศึกษาถึงสภาพทั่วไปของสถานที่ท่องเที่ยวกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย รวมถึงรูปแบบการจัดการ ประกอบกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกว่าในปัจจุบันธุรกิจประเภทดังกล่าวมีความเจริญเติบโตอย่างไร ดังนั้นผู้วิจัยมุ่งเน้นการหาข้อมูลด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการกิจกรรมท่องเที่ยวแบบผจญภัยในพื้นที่ดังกล่าวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวแบบผจญภัยในปัจจุบันของจังหวัดนครนายกโดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
7. บริบทการท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

ความหมายการท่องเที่ยว

ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการนำเที่ยว เช่น บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหาร และการพักผ่อนและบริการด้านการนำเที่ยว ซึ่งดำเนินการโดยหวังผลกำไรที่ต้องอาศัยแรงงาน และการลงทุนสูง โดยใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน การจัดองค์การ และการตลาด ครอบคลุมธุรกิจหลายประเภท ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม

เสวี วังส์ไพจิตร และรชพร จันท์สว่าง (2546, หน้า 15) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้าง มิได้มีความหมายเฉพาะเพียงการเดินทาง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือ เพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์อย่างที่คนส่วนมากเข้าใจกัน มีการเดินทางเพื่อ

การประชุมสัมมนา เพื่อความรู้เพื่อการกีฬา เพื่อติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยือนญาติ พี่น้อง ก็นับได้ว่า เป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อสังคมมาก ทำให้เกิดการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมประเพณี ทัศนคติ ความคิดเห็น การท่องเที่ยวยังมีส่วน กระตุ้นให้เกิดการรักษาศิลปวัฒนธรรมของตนเอง ในทางกลับกันการท่องเที่ยวก็มีส่วนทำให้ ชนบทรอบนิคมประเพณี แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งเสื่อมโทรมได้ ดังนั้น จึงมีการสร้างกระแส การอนุรักษ์รักษาสีงแวดล้อมโดยให้ชุมชน และนักท่องเที่ยวตระหนักถึงธรรมชาติ และ สิ่งแวดล้อมทำให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวการป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่เปราะบาง หรือ ที่สงวนนอกจากนี้ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยว เชิงนิเวศการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อ บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้า คือ บริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศ และจะช่วยให้เกิด งานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อมกับการได้รับความรู้ ความเข้าใจ ในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของ รายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็น อย่างมาก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากร ของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรม พื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวมีบทบาท และความสำคัญ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

นิคม จารุมณี (2535, หน้า 1) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัยประจำไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสภาพแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivation) จากความต้องการใน ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

การท่องเที่ยว (Tourism) ได้มีผู้นิยามความหมายไว้หลากหลาย ดังนี้ คือ องค์การ สหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทาง และท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลีเมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางที่มี ใจนไข 3 ประการคือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อลี้ภัยโดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งและใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดมุ่งหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดมุ่งหมายที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการ และความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่ เพื่อประกอบอาชีพ หรือ หารายได้โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายแหล่งด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความหมายมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism-IASET) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราวและไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน

รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย

การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2467 สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติ และสถานที่ราชการหรือสถานที่สำคัญที่ทางชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยสร้างขึ้น แต่เมื่อประมาณ 10 ปีที่ผ่านมาทางองค์การการท่องเที่ยวโลก (www.unwto.org) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศิขารธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่าง ๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

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

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชม และเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์ และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อการรักษา มรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ

การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษา มรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest tourism) หมายถึง

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่ง ธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อน และเรียนรู้วิถีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หนึ่งในกรท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health Beauty and Spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษา และศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรม แห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์ และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่า และคุณภาพ ชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชน ในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการกรท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวบางกลุ่ม มุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้าน ชาวกูย หมู่บ้านชาวกระเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์ และความรู้ใหม่ เพิ่มขึ้นมีคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อม และวัฒนธรรม ท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการกรท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโตคลื่น สกีน้ำ เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับความประทับใจ และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับความประทับใจในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบั้นปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การจูงใจให้แก่อุปกรณ์ลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้าชิ้นนั้น ๆ ตามเป้าหมาย หรือ เกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่าง ๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจูงใจให้เที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรวม และค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจูงใจการพักรวมตั้งแต่ 2-7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=Meeting, I=Incentive, C=Conference, E=Exhibition) เป็นการจูงใจให้แก่อุปกรณ์ลูกค้าของผู้ที่จัดประชุมมีรายการ

จัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-Tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-Tour) โดยการจัดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุม โดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามี หรือ ภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยว วันเดียว หรือรายการเที่ยวพักค้างแรม 2-4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหาร และ บริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยว คัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2-7 วัน หรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยว เชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) เป็นต้น

นอกจากนี้ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวได้พิจารณาจากความต้องการหรือพฤติกรรม นักท่องเที่ยวเพิ่มเติมทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดใหม่ ขึ้นมาเช่น Green tourism ที่คนมาท่องเที่ยวจะต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือช่วยลดภาวะโลกร้อน เช่น การท่องเที่ยว ในเกาะสมุย หรือ War Tourism ที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับอดีตในสมัยสงคราม เช่น การท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี หรือ Volunteer Tourism ที่นักท่องเที่ยว เป็นอาสาสมัครมาช่วยทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ ในสถานที่และเดินทางท่องเที่ยวต่อ เช่น การที่มีอาสาสมัครมาช่วยงานสึนามิในประเทศไทย เป็นต้น (วาริชต์ มัชฌมบุรุษ, 2554)

จากความหมายการท่องเที่ยว ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ตามทัศนคติของแต่ละคน ผู้วิจัยขอสรุปความหมายการท่องเที่ยวได้ ดังนี้ การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นด้วยความสมัครใจในระยะสั้น ๆ และ มีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน หรือเกิน 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการ พักผ่อนหย่อนใจการติดต่อธุรกิจการศึกษาการประชุมสัมมนาการกีฬาเยี่ยมเยียนญาติมิตร นันทนาการสุขภาพ และศาสนา เป็นต้นแต่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้ หรือ ไปอยู่ ประจํานอกจากนี้ ยังพบว่า เมื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ถึงจุด ณ จุดหนึ่งที่มีการท่องเที่ยวได้ ถูกพัฒนารูปแบบ ตลอดจนแนวคิดสู่การท่องเที่ยว และพยายามจะรักษาสมดุล ทางการท่องเที่ยว รวมถึงสมดุลธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ชุมชนคนรุ่นหลังจะยังคงมี ธรรมชาติที่สวยงามต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ยังมีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism)

2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) ถือเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษด้วย

ความหมายของการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

ทรงชัย อังกาทิพย์ (2550) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวแบบผจญภัยว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการค้นหา หรือการเดินทางไปในพื้นที่ที่ห่างไกลมีอุปสรรค และไม่สามารถคาดการณ์ถึงสภาพการณ์ข้างหน้า หรือ อาจหมายถึง การก้าวข้ามในพื้นที่เสี่ยง และเป็นพื้นที่ที่มีความยากลำบากในการเข้าถึง (Across a Wild Frontier) ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการให้ความสำคัญในความพยายาม ดันรน เพื่อแก้ปัญหา หลีกเสี่ยงอุปสรรคเพื่อให้ชีวิตรอด (Survivor) ทำให้เกิดความตื่นเต้น และท้าทาย สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวแบบผจญภัยไว้ดังนี้

1. มีความสนุกตื่นเต้น
2. มีความท้าทาย
3. มีความเสี่ยง
4. ไม่สามารถคาดเดาเหตุการณ์ข้างหน้าได้
5. มีอุปสรรค
6. เป็นของคิดค้น หรือประดิษฐ์ขึ้นใหม่
7. ต้องมีการหลบหลีกเอาตัวรอด
8. ใช้พลังกำลัง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ให้คำจำกัดความ และขอบเขตของคำว่า การท่องเที่ยวแบบผจญภัย โดนครวมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวแบบผจญภัยกึ่งอนุรักษ์ธรรมชาติ (Soft Venture Tourism) หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ก็ตามที่มีองค์ประกอบของความท้าทายหรือเสี่ยงภัย การใช้พลังกำลัง การได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เข้ามาเกี่ยวข้องกับลักษณะที่นิยมกันมาก คือ การพายเรือ ล่องแก่ง ปีนหน้าผา และไต่เขา ขี่จักรยานเสือภูเขา และการเดินป่า ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มักจะเกี่ยวพันกับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมโดยตรง คือ ป่าเขา ต้นน้ำลำธาร หรือสายน้ำต่าง ๆ โดยก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและต่อระบบนิเวศ

สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต (2545) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism) หมายถึง การเดินทางโดยนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการเข้าร่วมกิจกรรมที่อาศัยความทรหด อดทนเสี่ยงภัย

ตามสถานที่ห่างไกลที่มีชื่อเสียงด้านความงาม และองค์ประกอบของธรรมชาติ

ร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2545) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวผจญภัยไว้ดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษให้ความตื่นตาตื่นใจ ทำทลายความสามารถของมนุษย์และชวนให้ทดลองทำ เมื่อเข้าไปท่องเที่ยว
2. มีบริการอำนวยความสะดวกพร้อม บางแห่งไม่พร้อม นักท่องเที่ยวต้องไปแคมป์
3. มีครูฝึกรับผิดชอบการแนะนำ และดูแลความปลอดภัย
4. เป็นการจัดการที่มีมาตรการรักษาความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สิน
5. เป็นการจัดการที่มีการกำหนดนโยบายแผนงานและแผนปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระยะสั้น และระยะยาว
6. นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย ปลอดภัย มีความทรงจำ และประสบการณ์ใหม่

รูปแบบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

สำหรับประเทศไทย ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผจญภัยที่แตกต่างกันออกไป โดยสามารถจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ออกเป็น 3 รูปแบบ (สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผจญภัย, 2549)

1. แบบธรรมดาทั่วไป (Common Adventure) เป็นการท่องเที่ยวเชิงให้ความรู้เป็นหลัก ส่วนกิจกรรมจะเป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องการความเป็นมืออาชีพเลย เช่น การนั่งรถชมเมือง การล่องเรือตามแก่งต่าง ๆ หรือแม้แต่การอยู่แบบโฮมสเตย์ เพื่อสัมผัสวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชาวบ้าน เป็นต้น
2. แบบซอฟท์ แอดเวนเจอร์ (Soft Adventure) เป็นการท่องเที่ยวแบบที่มีกิจกรรมที่ง่าย ๆ ธรรมดา ไม่ต้องอาศัยความรู้ในการทำกิจกรรมมากนัก เน้นความบันเทิง และความผ่อนคลายจากการท่องเที่ยว เช่น ปั่นจักรยานทางธรรมดาเพื่อชมธรรมชาติ และวิถีชีวิตชาวบ้าน การดำน้ำ การล่องนกก การดูดาว การพายเรือ เป็นต้น
3. แบบเอ็กซ์ตรีม แอดเวนเจอร์ (Extreme Adventure) ถือเป็น การท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องใช้ความรู้ในการทำกิจกรรมที่จัดให้ไว้อย่างสูง และเหมาะกับคนที่รักการผจญภัยเป็นอย่างมาก เช่น การปีนผา การผจญภัยโดยการเดินป่าดิบ การล่องแก่ง หรือการปั่นจักรยานเสือภูเขาที่ต้องอาศัยทางลาดชัน เป็นต้น

กิจกรรม และลักษณะการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

การท่องเที่ยวแบบผจญภัยจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐาน และมีทักษะความสามารถส่วนบุคคลสูง โดยได้เรียนรู้จากสถาบัน หรือจากประสบการณ์ส่วนตัว โดยทั่วไปลักษณะกิจกรรมผจญภัยมีอยู่ 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมผจญภัยทางอากาศ (Aviation Related) นอกเหนือจากความรู้พื้นฐาน และทักษะสูงแล้วที่สำคัญต้องเรียนรู้ถึงสภาพภูมิอากาศ หรือทิศทางลมว่าในขณะที่นั้นเชื้ออำนาจหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยนั่นเอง ปกติกิจกรรมประเภทนี้อาศัยพื้นที่สูงกระโดด หรืออาศัยเครื่องบิน โดยกิจกรรมผจญภัยทางอากาศมีดังนี้

1.1 บอลลูนนิ่ง (Ballooning) เป็นการนั่งบอลลูน ชมทัศนียภาพจากที่สูง

1.2 แสงไกร้ดิ่ง (Hang Gliding) เป็นการกระโดดจากที่สูง โดยใช้เครื่องร่อนแบบไม่มีเครื่องยนต์ อาศัยกระแสลม

1.3 บันจี้ จัมป์ (Bungee Jumping) เป็นการกระโดดจากที่สูงโดยใช้เชือกยางรั้งผูกติดที่เท้า เพื่อป้องกันการกระแทกพื้น

1.4 พาราชู้ตติง (Parachuting) เป็นการกระโดดร่มในระดับสูง โดยอาศัยเครื่องบิน

1.5 พาราไกร้ดิ่ง (Paragliding) เป็นการกระโดดร่มจากภูเขาสูงหรือหน้าผาสูง

1.6 การท่องเที่ยวชมทัศนียภาพด้วยเครื่องร่อน ขนาดเล็ก (Scenic Aerial Tourism/ Small Aircraft/Helicopter)

2. กิจกรรมผจญภัยทางบก (Land Based) เป็นกิจกรรมที่อาศัยองค์ประกอบทางกายภาพ เช่น ป่าไม้สมบูรณ์ ภูเขาสูงชัน ทิวทัศน์ที่สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจ กิจกรรมผจญภัยทางบกอาจเป็นฐานกิจกรรมที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้น เช่น กิจกรรม High RopcCourse เป็นฐานกิจกรรมผจญภัยที่พัฒนาการมาจากการปีกทหาร แต่มีระบบป้องกันดีกว่า (DoubleSafcty) โดยอาศัยงานระบบเชือกมาช่วยพันธนาการ ให้สามารถก้าวข้ามพื้นที่เสี่ยง หรืออุปสรรค ตลอดจนมีความท้าทาย ตื่นเต้น และเร้าใจ กิจกรรมผจญภัยทางบกยังมีอีกหลายอย่าง ดังนี้

2.1 สกี ครอส, คันทรี (Cross , Country Skiing) เป็นการเล่นสกีโดยผ่านเส้นทางแคบ คดเคี้ยวและมีอุปสรรค

2.2 ดาวน์ฮิลล์ สกี (Downhill Skiing) เป็นเล่นสกีโดยมีจุดเริ่มต้นจากที่ลาดสูง

2.3 สกี ทัวร์ริง (Ski Touring) การเล่นสกีเป็นหมู่คณะ

2.4 เทคกิ้ง หรือ เทรมปีง (Trekking/Tramping) เป็นการเดินทางป่าเพื่อชมธรรมชาติ ป่าไม้ และดูนก

2.5 วิถีเคส ซาฟารี (Vehicle Safaris) การท่องเที่ยวผจญภัยในหลาย ๆ สถานที่ และมีระยะเวลานาน

2.6 ฟลายอิง ฟอกซ์ (Flying Fox) การโหน ห้อยตัว ตามเชือกจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง

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

2.8 จักรยานเสือภูเขา (Mountain Biking) การขี่จักรยานในพื้นที่ที่มีอุปสรรค หรือ ภูเขา

2.9 ซี่ม้าเดินป่า (Horse Trekking) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวมีม้าเป็นพาหนะไปใน พื้นที่ห่างไกล และมีอุปสรรค

2.10 ฮันติ้ง (Hunting) การท่องเที่ยวเพื่อการล่า (ล่าสัตว์) เพื่อยังชีพ หรือ ป้องกันตัว

2.11 เร็พจั้มปีง (Rap Jumping) การโรยตัวพร้อมกับกระโดดจากที่สูง โดยลำตัว คว่ำลงสู่พื้น ซึ่งผ่านอุปกรณ์ป้องกันการตก (Descenders)

2.12 ปีนหน้าผา (Rock Climbing) เป็นการปีนหน้าผา ทำท่ายกกับแรงโน้มถ่วงเพื่อไป ให้ถึงจุดสูงสุด (Anchor) โดยมีคนควบคุมเชือกเชือกอยู่ด้านล่าง (Belayer) เพื่อป้องกันการตก

2.13 โรยตัว (Rappelling) การโรยตัวจากที่สูง โดยหันหน้าเข้าหาพื้นที่ที่โรยตัว

2.14 โรยตัวหน้าผาน้ำตก (Canyoning) เป็นการโรยตัวจากจุดสูงสุดของน้ำตก โดย ผ่านสายน้ำเพื่อความตื่นเต้น และสนุก

3. กิจกรรมผจญภัยทางน้ำ (Marine Based) เป็นกิจกรรมที่อาศัยกระแส น้ำ คลื่นลม เป็นองค์ประกอบในการประกอบกิจกรรม ทั้งนี้อาจต้องอาศัยช่วงฤดู เช่น การล่องแก่ง ต้องอยู่ในช่วงฤดูฝน เพื่อเพิ่มความตื่นเต้นและท้าทาย มีดังต่อไปนี้

3.1 ล่องแพในถ้ำ (Black water rafting)

3.2 เดินถ้ำ (Caving)

3.3 ล่องเรือใบ (Charter Sailing)

3.4 ดำน้ำลึก, ดำน้ำตื้น (Diving, Snorkeling)

3.5 แจ็ต สกี (Jet Biking)

3.6 แจ็ต, โปตตั้ง (Jet Boating)

3.7 ล่องแก่ง (White Water Rafting)

3.8 คายัค (Kayaking)

3.9 แคนนู (Canocing)

3.10 รีฟเวอร์เซิร์ฟฟิง (River Surfing)

3.11 วอเตอร์ สกี (Water Skiing)

3.12 วินด์เซิร์ฟ (Wind Surfing)

3.13 กระดานโต้คลื่น (Surf Board)

3.14 ตกปลา (Fishing)

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบผจญภัย แบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยรูปแบบทัวร์สำเร็จรูป (Package Tour) การจัดการท่องเที่ยวแบบนี้ บริษัทนำเที่ยวจะจัดโปรแกรมไว้ล่วงหน้า โดยกำหนดวันเวลาในการออกเดินทางสถานที่ที่จะพักแรม และกิจกรรมรวมทั้งพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และการบริการต่าง ๆ ระยะเวลาการจัดการท่องเที่ยวอาจมีตั้งแต่ 2 วัน 1 คืนไปจนถึง 7 วัน 6 คืน ซึ่งแต่ละบริษัทจะจัดเส้นทางท่องเที่ยวไว้หลาย ๆ เส้นทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือก

2. การท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยแบบความสนใจพิเศษ (Special Interest Tour) เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นผู้กำหนดเส้นทางสถานที่วันเวลาเองส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวประเภทนี้ จะเป็นกลุ่มของผู้ที่มีความสนใจเป็นพิเศษเฉพาะทาง เช่น มาดูนกศึกษาเรื่องแมลงศึกษาทางด้านพฤกษศาสตร์ เป็นต้น การจัดทัวร์แบบนี้ทางบริษัทนำเที่ยวจะจัดกิจกรรมคล้ายกัน กับแบบแรกเขาไปในโปรแกรม และจัดหามัคคุเทศก์ที่มีความชำนาญเฉพาะด้านให้

สรุปความหมายของการท่องเที่ยวแบบผจญภัย หมายถึง เป็นการท่องเที่ยวแบบย่อยอีกอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่นอกจากจะเน้นผลต่อสุขภาพกายแล้ว ยังมุ่งเน้นไปที่ความตื่นเต้นขณะทำกิจกรรมนั้น ๆ เช่น การปีนเขา โต้หน้าผา การล่องแก่ง เป็นต้น ซึ่งในประเทศไทยนั้นส่วนใหญ่จะเป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เพียงเฉพาะกลุ่มเท่านั้น เนื่องจากการผจญภัยจะเน้นกิจกรรมหนัก ๆ และกลางแจ้ง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางหรือสถานที่พักก็มักจะไม่สะดวกสบายเท่าที่ควร จึงไม่ค่อยเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ชอบความสมบุกสมบัน หรือห่วงความสะดวก แต่ในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบผจญภัย กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทั้งจากนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และต่างประเทศ เนื่องจากมีการพัฒนา และปรับเปลี่ยนกิจกรรมให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทำกิจกรรมตามความต้องการของแต่ละบุคคลได้ นอกจากนี้ ยังมีโรงแรมที่พัก เส้นทางการบินเกิดขึ้นใหม่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ ทำให้การเดินทางมีความสะดวกสบายมากขึ้น รวมทั้ง มีการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากขึ้น จึงทำให้การท่องเที่ยวรูปแบบนี้กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งใน และต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

โดยจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ออกเป็น 3 รูปแบบ คือ 1) แบบธรรมดาทั่วไป (Common Adventure) เป็นการท่องเที่ยวเชิงให้ความรู้เป็นหลัก ส่วนกิจกรรมจะเป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องการความเป็นมืออาชีพ 2) แบบซอฟท์ แอดเวนเจอร์ (Soft Adventure) เป็นการท่องเที่ยวแบบที่มีกิจกรรมที่ง่าย ๆ ธรรมดา ไม่ต้องอาศัยความรู้ในการทำกิจกรรมมากนัก เน้นความบันเทิงและความผ่อนคลายจากการท่องเที่ยว 3) แบบเอ็กซ์ตรีม แอดเวนเจอร์ (Extreme Adventure) ถือเป็นการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องใช้ความรู้ในการทำกิจกรรมที่จัดให้ไว้ อย่างสูง และเหมาะกับคนที่รักการผจญภัยเป็นอย่างมาก

ในงานวิจัยนี้สามารถนำรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ได้แก่ การแบ่งกลุ่มตัวอย่างประชากรโดยรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผจญภัยสามารถจำแนกได้ 3 รูปแบบ ในการวิจัยได้นำกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบซอฟท์ แอดเวนเจอร์ นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมที่ง่าย ไม่ต้องอาศัยความรู้ในการทำกิจกรรม และลักษณะกิจกรรมแบบผจญภัยแบ่งเป็น 3 ประเภท กิจกรรมทางอากาศ กิจกรรมทางบก กิจกรรมทางน้ำ นักท่องเที่ยวได้ร่วมใช้บริการกิจกรรม อย่างใดอย่างหนึ่ง สามารถนำมาเป็นกรอบการแบ่งกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการท่องเที่ยว และส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ในการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ความหมายของประชากรศาสตร์

ปรมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 112-118) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะของตน ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละคน คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตามในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันด้วยการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักไม่ค่อยมีปัญหา หรือ มีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก เนื่องจากการวิเคราะห์คนที่มีจำนวนน้อยเราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารทุกคนได้ แต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมาก เราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้ เพราะมีผู้รับสารจำนวนมากเกินไป นอกจากนี้ ผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้น วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา และสถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความ และการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น (กิติมา สุรสนธิ, 2541, หน้า 15-17)

1. เพศ (Sex) หญิงชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระ ความถนัด สภาวะทางจิตใจ อารมณ์ จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน

2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนด หรือ เป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่า ผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน เกิดมาหลายฝน หรือ เรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่าเด็กเมื่อวานขึ้น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้ หรือ แสดงความคิดความเชื่อ ลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิถีคิด และสิ่งที่น่าสนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้ เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกับคนทั่ว ๆ ไปไม่มักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตนเป็นสำคัญ และบุคคลมักมีลักษณะบางประการที่แสดงหรือบ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เรียนมา เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกลาให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่ต่างต่างกัน ทางด้านครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนโดยการสอดแทรกความรู้สึกรู้คิดของตัวเองให้แก่ผู้เรียน ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ

4. สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ (Socio – Economic Status) อันได้แก่ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ถิ่นฐาน ภูมิลำเนา พื้นฐานของครอบครัว อาชีพ รายได้และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อผู้รับ ซึ่งในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสาร มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร และสารสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

5. ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสาร ทั้งทางด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมโดยศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตคนตลอดทั้งชีวิต Childs (n.d. อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2546, หน้า 7) ได้สรุปถึงอิทธิพลของศาสนาที่มีต่อบุคคลไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศีลธรรม คุณธรรม ความเชื่อทางจรรยาของบุคคล ด้านการเมืองและด้านเศรษฐกิจปัจจัย

ทางด้านประชกรนั้น ยังมีลักษณะอื่น ๆ อีกซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจกับการสื่อสารได้ โดยอยู่ภายใต้แนวความคิดที่ว่าถ้าบุคคลมีปัจจัยเหล่านั้น แตกต่างกัน ความคิด และการกระทำก็มีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้สามารถนำไปใช้อธิบายปัจจัยของประชกรด้านอื่น ๆ ได้สำหรับการศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ทางประชกรศาสตร์เป็นแนวทางในการศึกษา เนื่องจากปัจจัยแต่ละปัจจัยของบุคคลหนึ่งที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชกรศาสตร์ ถือเป็นพื้นฐานในการกำหนดให้การตัดสินใจซื้อแตกต่างกันได้

ศิริพันธ์ ถาวรทวิวงษ์ (2543) กล่าวว่า องค์ประกอบทางประชกรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะต่าง ๆ ของคนหรือประชกร ทั้งทางด้านชีววิทยาและสังคม ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ภาษาพูด การศึกษา เศรษฐกิจ สถานภาพสมรส ที่อยู่อาศัย เป็นต้น โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. องค์ประกอบ หรือ ลักษณะที่ติดตัวมาโดยกำเนิด (Ascribed Characteristics) เป็นลักษณะทางประชกรศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ สัญชาติ ภาษาพูด ศาสนา

2. องค์ประกอบ หรือ ลักษณะที่หามาได้จากสังคมในภายหลัง (Achieved Characteristics) ได้แก่ ลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม ประชกร สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งบุคคลสามารถหามาได้โดยแสดงความสามารถตามที่สังคมกำหนด

ตัวแปรด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับรายได้ และอาชีพ มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว อาทิ ผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางได้บ่อย คือ ผู้มีรายได้สูง ครอบครัวมีขนาดเล็ก มีงานทำ และมีอายุน้อยกว่า 45 ปี (Nicolau and Mass, 2005 อ้างอิงใน ทักษิณา คุณารักษ์, 2544 หน้า 56) เพศหญิงจะให้ความสำคัญในทางเลือกแหล่งท่องเที่ยว ประเภทธรรมชาติมากกว่าเพศชายชาติถึงสองเท่า สำหรับที่พักที่ชอบที่พักประเภทรีสอร์ทมากกว่า (ทักษิณา คุณารักษ์, 2544) เพศหญิงอายุระหว่าง 20-40 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน มักจะจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยไปกับครอบครัวและเพื่อน ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการท่องเที่ยว (ณฤหทัย, 2547 อ้างอิงใน ทักษิณา คุณารักษ์, 2544 หน้า 56) นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยให้ความสำคัญกับมีประสิทธิภาพของธุรกิจการจ้ดนำเที่ยวมาก โดยพยายามซื้อบริการจ้ดนำเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง (Ryan and Cliff, 1997 อ้างอิงใน ทักษิณา คุณารักษ์, 2544 หน้า 56) นอกจากนี้การตัดสินใจท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับ

กับลักษณะของนักท่องเที่ยวเองอีกด้วย (Weiermair and Maser, 1998 อ้างอิงใน ทักษิณา คุณารักษ์, 2544 หน้า 56)

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, หน้า 44-52) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรนี้ เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติ ทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้ตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ Defleur and Bcll-Rokeach (1996) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่าง ๆ ของบุคคลหรือลักษณะทางประชากร ซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่ม ๆ ได้คือ บุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันจะเลือกรับ และตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อน และได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่ต่างกัน จะมีความสนใจต่อข่าวสารที่ต่างกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้อธิบายลักษณะด้านประชากร (Demographic) ประกอบด้วยเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ มีความสำคัญต่อการบริการด้านการตลาด ซึ่งปัจจัยพื้นฐานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ควรให้ความสนใจ คือ

1. เพศ (Gender) จากการวิจัยทางจิตวิทยาแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความคิดค่านิยม และทัศนคติแตกต่างกัน เนื่องจากสังคม และวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดบทบาท และกิจกรรมของผู้หญิง และผู้ชายไว้แตกต่างกัน ซึ่งผู้หญิงนั้นถูกจูงใจง่ายกว่าผู้ชาย รวมทั้ง ผู้หญิงเป็นเพศที่มีจิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) มีความโอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) ความเป็นแม่บ้าน และหยิ่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายมักใช้เหตุผลมากกว่า และจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง เพศจึงเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ

2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความคิด และพฤติกรรมที่เหมือน หรือแตกต่างกัน และเนื่องจากผลิตภัณฑ์ หรือ บริการจะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่าง นักการตลาดจึงจะใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ที่อาจจะบุคความแตกต่าง ของส่วนตลาดได้ นักการตลาดได้ค้นหาความต้องการของส่วนตลาดส่วนลึก (Niche market) โดยมุ่งความสำคัญตลาดอายุช่วงนั้น

3. การศึกษา (Education) การศึกษา หรือ ความรู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสาขาวิชาที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยม และความต้องการที่ไม่เหมือนกัน

4. รายได้ (Income) เป็นที่สิ่งที่กำหนดความรู้สึกนึกคิด และความต้องการเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ ของคน

5. อาชีพ (Occupation) มักมีอิทธิพลต่อการบริโภคของผู้บริโภค อาชีพที่แตกต่าง ๆ มีผลต่อแนวคิด อุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น คนที่มีอาชีพรับราชการจะคำนึงถึงเรื่องของสวัสดิการค้ำค้ำครี และเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ซึ่งต่างจากคนที่ทำงานธุรกิจเอกชนที่คำนึงถึงรายได้และการมีค้ำค้ำครีด้วยเงินทองที่สามารถซื้อสิ่งของที่ตนเองต้องการได้ เพื่อรักษาสถานภาพทางสังคม

ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสง (2521, หน้า 2) ได้ให้ความหมายของประชากรศาสตร์ (Demography) ว่าเป็นวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้ เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า “ลักษณะ” ดังนั้น เมื่อแยกพิจารณาจากรากศัพท์ คำว่า “Demography” น่าจะมีความหมายตามที่กล่าวข้างต้น คือ วิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์จะเกี่ยวข้องกับเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตลอดจนการบริการด้านการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว

ในงานวิจัยนี้ สามารถนำลักษณะประชากรศาสตร์มาเป็นตัวแปรอิสระในการวิจัยเพื่อทดสอบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

รวีวรรณ ไพรยรุ่งโรจน์ (2558, หน้า 2) กล่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว (Pre-Trip Behavior) ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (Post-Trip Behavior) และภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว (Post-Trip Behavior)

ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกนั้น ๆ (Factors Influencing Tourist Behavior)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สรุปได้คือ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด และการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งก่อนการเดินทาง ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว และหมายรวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด และการแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม มีทั้งหมด 8 ประการคือ 1) จะไปท่องเที่ยวที่ไหน 2) จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่ 3) จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด (บก เรือ อากาศ) 4) จะไปท่องเที่ยวกับใคร 5) จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร 6) จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร 7) จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทไหน 8) จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน โดยการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะช่วยให้ นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ปาริฉัตร อึ้งจะนิล (2554, หน้า 19) กล่าวไว้ว่าพฤติกรรมหมายถึง การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันบ่อย ๆ ครั้งจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตน ความหมายของคำว่าพฤติกรรมอาจจะคล้ายกับคำวานิสัย แต่จะแตกต่างกันเพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ ถือว่าเป็นพฤติกรรมหากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่านิสัยตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Behavior หรืออเมริกันเรียกว่า Behavior ซึ่งแปลว่าการปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัตินิสัย พฤติกรรม อาการ หรือการแสดงออก

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวก็เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยวรวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซึ่งพอจะระบุถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้คือ

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการตลาดท่องเที่ยวเหล่านั้นเช่นจากหนังสือพิมพ์จากนิตยสารจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวจากญาติมิตรเป็นต้นข้อมูล

ทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมประวัติศาสตร์สภาพภูมิศาสตร์ที่พิกัดความปลอดภัย

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวแล้วก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทั้งนี้นักท่องเที่ยวต้องการส่งเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่นเกิดความเบื่อหน่ายอยากเปลี่ยนบรรยากาศต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ เป็นต้นโดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจค่าครองชีพถูก การให้บริการได้มาตรฐานมีความสะดวกสบาย และปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยวและ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจออกเป็น 4 ประเภทคือ

1. สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกาย และจิตใจให้สดชื่นรักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

2. สิ่งจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนรวมทั้งการดำเนินชีวิตศิลปะสถานที่ทางประวัติศาสตร์ และเทศกาลต่าง ๆ

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

4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพ และชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพัฒนายกระดับตัวเองให้สูงขึ้น และสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุมการศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมากเมื่อผู้ประสงค์เดินทางจากการท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้ง แรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัด

ปลอดภัยสะดวกสบาย และความอภิมภิมมากที่สุดเป็นเกณฑ์ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว ของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวก หรือ ลบก็ได้ เช่น ประเทศยุโรป มีความปลอดภัยสูงแต่ค่าใช้จ่ายสูงตามไปด้วยประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้นจากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการตามลำดับ ความสำคัญดังต่อไปนี้

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

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติ เมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใดก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวซึ่งถ้าไปท่องเที่ยว ต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากก็ต้องเตรียมเงินเก็บไว้จึงต้องมีการวางแผน ก่อน 1-2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะ เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่นค่าพาหนะเดินทางค่าเดินทางค่าที่พักค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายอื่นของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ ท่องเที่ยวที่แน่นอนและมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้วในขั้นนี้ผู้เดินทางจะต้องเตรียมตัว ในเรื่องการจองตั๋วเครื่องบินในการเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยวการยืนยันการเดินทางจัดทำ เอกสารการเดินทางเช่นหนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างการเดินทางการแลกเปลี่ยน เงินตราต่างประเทศตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพและภารกิจส่วนตัว

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อ ท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วเดินทางกลับถึงบ้านโดยจะมีการประเมินผลการ ท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับเริ่มตั้งแต่นานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมาย ปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจนถึงที่พักอาหารการกิน และอื่น ๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่า เป็นที่น่าพอใจหรือไม่ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ

ต่อการตัดสินใจเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจจะบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยว ในสถานที่แห่งนี้หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาสถานที่เที่ยวแห่งนี้

ขั้นตอนที่ 8 ประสพการณ์การท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผล การเดินทางอาจเป็นสถานที่สภาพแวดล้อมผู้คนการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกก็จะได้ผล ของประสพการณ์การท่องเที่ยวซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1. มีความพึงพอใจเป็นประสพการณ์ทางบวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับ หรือ สัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

2. ไม่มีความพึงพอใจเป็นประสพการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับ หรือ สัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่คนสภาพแวดล้อมการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสพการณ์ จากการท่องเที่ยวแล้วก็จะเกิดทัศนคติจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้และอาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมหนึ่งของผู้บริโภคซึ่งแสวงหาจัดซื้อใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าบริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้ จึงกล่าวได้ว่า พฤติกรรม นักท่องเที่ยวคือหนึ่งในพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้สินค้าบริการคือแหล่งท่องเที่ยวและการ เข้าพักอาศัยในประเภทต่าง ๆ โดย Smith (1997) ได้กล่าวว่า การเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ ท่องเที่ยวสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการบริการทราบว่าผลิตภัณฑ์และบริการแบบใดที่ควรจะมีผลผลิตเพื่อนำเสนอแก่ผู้บริโภคที่ท่องเที่ยว หรือที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงพัฒนา เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการตัดสินใจซื้อ

กรรณิกา พิมลศรี (2547, หน้า 13) การกระทำ หรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่ เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก หรือ เป็นพฤติกรรมด้านความรู้ พฤติกรรมด้านความคิด ค่านิยม ความรู้สึก ความชอบ และ พฤติกรรมด้านการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

รุจยา คำพรรณ (2546, หน้า 15) ได้สรุปว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำ หรือกิริยาใด ๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวรวมทั้ง กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนอง

ความต้องการของแต่ละบุคคลให้ได้รับความพึงพอใจในระดับหนึ่งโดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยววัน ๆ

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, หน้า 121-125) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การกระทำ หรือ การแสดงออกของบุคคล หรือ พฤติกรรมใด ๆ ของคนส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้และทัศนคติของบุคคลที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ซึ่งเกิดขึ้นได้เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจาก การเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสม ที่แตกต่างกันที่จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคลการกระทำ หรือ พฤติกรรมใด ๆ ของคนส่วนใหญ่ตามปกติมักเกิดจากทัศนคติของบุคคลผู้นั้นทัศนคติ จึงเปรียบเสมือน เครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล พฤติกรรมส่วนใหญ่ของคนถูกควบคุมด้วยทัศนคติ

นฤมล สมิตินันทน์ (2527, หน้า 38-39) พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละคน การแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือ ส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และส่วนหนึ่ง เพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตน เพื่อให้สังคมยอมรับและยกย่อง สำหรับคนบางคนที่เดินทางไปท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงภารกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น อยากรับประสบการณ์แปลก ๆ ใหม่ ๆ

สรชัย พิศาลบุตร และนฤมล สมิตินันทน์ (2526, หน้า 38-39) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคม ของแต่ละคนซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือ ส่วนหนึ่งมาจากความพึงพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตน เพื่อให้สังคมยอมรับ และได้รับการยกย่อง สำหรับบางคนที่เดินทางไปท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงภารกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ ก็จะมีการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น อยากรับประสบการณ์แปลกใหม่

ในการวิจัยนี้ สามารถนำองค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมผจญภัย ความถี่ในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง และกิจกรรมชนิดใดที่สนใจจะเล่นจะเข้าร่วมมาเป็นกรอบการวัดลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้โดยการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ ให้สามารถตอบสนองของความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้โดยมีผู้เชี่ยวชาญได้ให้กล่าวถึงความหมายของส่วนประสมทางการตลาด ดังต่อไปนี้

นลินรัตน์ สายศรีบัณฑิต (2552, หน้า 26) ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นวิธีการใช้ส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ที่สามารถควบคุมได้ โดยใช้วิธีการ กระบวนการ ระบบการจัดการตลาด ซึ่งมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ไปยังตลาดเป้าหมายการตลาดและการบริการเป็นสิ่งที่ต้องทำควบคู่กันโดยคำนึงถึงโอกาสในการทำตลาด และขายบริการ และที่สำคัญการทำการตลาด และบริการไม่สามารถทำได้โดยลำพัง แต่ต้องทำร่วมกันทุกคน

จากความหมายข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ และเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรต่าง ๆ ใช้ร่วมกันในการบริหารการตลาด เพื่อตอบสนองของความต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือนักท่องเที่ยว

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2551, หน้า 113) กล่าวว่า 7 องค์ประกอบ (7P's) ของสินค้าที่ ต้องสอดคล้องประสานกันอย่างดีจึงจะได้ประสิทธิผล ดังนี้

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

2. ราคาและค่าใช้จ่ายส่วนที่ลูกค้าต้องการ (Price) องค์ประกอบนี้ นอกจากในเรื่องของราคาตามปกติที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจเหมือนกับราคาสินค้าแบบเดิมแล้ว ผู้บริหารยังจะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน เวลาที่ลูกค้าต้องเสียไปกับการมาใช้บริการ

3. สถานที่, ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (Place & e-channel) การตัดสินใจเกี่ยวกับการส่งมอบบริการต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสถานที่ที่ให้บริการ และเวลาในสินค้าบริการ บางประเภทให้สามารถส่งมอบบริการได้ผ่านทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า “อีเมล” หรือทางเว็บไซต์ก็ได้

4. การส่งเสริมการขาย และการสื่อสารทางการตลาด (Promotion & IMC) ไม่มีสินค้าชนิดใดที่จะประสบความสำเร็จได้ ถ้าไม่มีโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาดที่ดี ซึ่งเข้ามา มีบทบาทในการให้ข้อมูลที่จำเป็นกับลูกค้า ชักชวนให้เห็นประโยชน์ที่จะได้รับ ตลอดจนกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

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

6. ภูมิทัศน์บริการ (Physical Evidence & Service scape) องค์ประกอบที่มีส่วนช่วยในการให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณภาพมีความเหมาะสม เช่น อาคารสำนักงาน สถานที่ที่ให้บริการ เครื่องมือเครื่องใช้ การแต่งกายของพนักงานที่เหมาะสม เครื่องหมายการค้า สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

7. กระบวนการออกแบบบริการ (Process Design) ออกแบบการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า ถ้าออกแบบได้ดีการส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตรงเวลา มีคุณภาพสม่ำเสมอ ลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ถ้าออกแบบได้ไม่ดีขั้นตอนมากมาย ทำให้เชื่องช้า โดยเฉพาะหากมีการกดดันพนักงาน จะทำให้พนักงานไม่กล้าตัดสินใจ เกิดความตึงเครียด

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550, หน้า 4) ได้ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวว่า กระบวนการจัดการแผนงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการต้อนรับ ที่กระทำอย่างเป็นลำดับและต่อเนื่อง การวิจัยการปฏิบัติการควบคุมและประเมินกิจกรรมที่คิดขึ้น เพื่อตอบสนองความจำเป็น ความต้องการความพอใจของลูกค้า และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

เสวี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 11) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ขายในราคา ผู้บริโภคยอมรับได้และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้มค่ารวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้องตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

ธงชัย สันติวงษ์ (2540, หน้า 34) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย และระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7Ps)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวถึงแนวคิดของ Phillip Kotler ที่กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการที่สำคัญมีอยู่ 7P's โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และจะต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นผลิตภัณฑ์หรือบริการ จะใช้กับธุรกิจประเภทที่มีการให้บริการ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้จะให้บริการตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการซึ่งแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ เช่น ธุรกิจร้านอาหารผลิตภัณฑ์บริการ คือ การให้บริการอาหารที่ไว้รสดีในการปรุงที่มีคุณภาพรสชาติดีและจัดแต่งภาชนะที่ใส่อาหารให้มีสีสันทันซึ่งจะช่วยให้การบริการมีคุณค่ามากขึ้น

2. ราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งรวมถึงระยะเวลาที่ใช้ในการผลิต หรือการให้บริการ ค่าจ้าง แรงงาน การใช้ความคิดการสร้างสรรค์ นวัตกรรม จำนวนการผลิตความยากง่ายในการจัดหาวัตถุดิบ และผลตอบแทนที่ต้องการ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ จะนำมาคำนวณต้นทุนแล้วกำหนดราคาที่เป็นตัวเงินซึ่งลูกค้าจะต้องจ่ายเพื่อแลกกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าและบริการไปสู่ผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการตามต้องการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ต่ำ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีหลายรูปแบบ ตัวอย่างเช่น การติดต่อทางโทรศัพท์การติดต่อ ณ สถานที่ที่ผู้คนนิยม การติดต่อโดยไม่จำกัดเวลา

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่จูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพื่อให้แน่ใจว่าผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ และทราบถึงคุณค่าของสินค้าที่เสนอขาย จูงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง การส่งเสริมการตลาดควรประกอบไปด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการลดแลกแจกแถม

5. บุคลากร (People) หมายถึง บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการให้บริการในแต่ละธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มต้นจนการให้บริการสิ้นสุดเป็นการเลือกสรรบุคคลที่ให้บริการแก่ลูกค้าตามวัฒนธรรม และนโยบายขององค์กรเพื่อทำให้เกิดความแตกต่างในการบริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงให้เห็นคุณค่าของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของการบริการเช่น การมีสถานที่ใหญ่โต สะอาดร่มรื่น มีการจัดสถานที่ให้มีบรรยากาศที่เหมาะสม เป็นต้น

7. กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นวิธีการดำเนินงานขององค์กรเพื่อสนองตอบความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้เป็นวิธีการจัดการของแต่ละองค์กร เพื่อให้เกิดการบริการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด สรุปได้ว่า เป็นแนวคิดในเรื่องการบริหารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ ซึ่งแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดประกอบด้วย ด้านผลิต ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการทางการตลาดอีกด้วย

ในงานวิจัยนี้ สามารถนำองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มาเป็นกรอบในการวัดทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว

มนัสวีร์ ธาดาสีห์ (2549, หน้า 6) การบริการท่องเที่ยว คือสิ่งที่ถูกผ่านจากผู้เสนอบริการไปยังนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดบริโภค ประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ส่วนที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐาน และกิจกรรมประกอบ มีรายละเอียดดังนี้คือ

1. องค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ บุคคล สถานที่ และเหตุการณ์ ใดๆ ใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นส่วนผสมขององค์ประกอบหลายอย่าง
2. กิจกรรมประกอบ เป็นส่วนที่ผู้เสนอบริการคิดค้นวิธีในการบริโภคองค์ประกอบพื้นฐานในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเที่ยวชม การทำกิจกรรมที่แปลกใหม่ การพักผ่อน การศึกษาหาความรู้ หรืออีกนัยหนึ่งคือผู้เสนอบริการ ได้นำองค์ประกอบพื้นฐานไปผ่านกระบวนการผลิตเพื่อออกมาเป็นผลิตภัณฑ์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) บริการการท่องเที่ยว บริการที่รับรองการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

ธีรารัตน์ สังขวาสิ (2545, หน้า 75) การบริการการท่องเที่ยวเหล่านี้ เป็นเครื่องมือที่ผู้เสนอบริการจะปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงทั้งด้านการเพิ่มทางเลือกเกี่ยวกับองค์ประกอบพื้นฐาน และกิจกรรมประกอบผู้เสนอบริการการท่องเที่ยว คือ ผู้จัดหาองค์ประกอบพื้นฐาน และจัดกิจกรรมประกอบให้กับองค์ประกอบพื้นฐานนั้น ๆ ได้แก่

1. ผู้เสนอบริการการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบให้กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเดียวในครั้งหนึ่ง

2. ผู้เสนอบริการท่องเที่ยวรูปแบบเดียวให้กับหลายบุคคล หรือกลุ่มบุคคล

ปรีชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 35) ให้ความเห็นว่า การบริการตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” ในความหมายที่ว่า เป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นศัพท์ภาษาอังกฤษอีกคำที่นิยมใช้ความหมายใกล้เคียงกันคือคำว่า “Hospitality” ซึ่งพบบ่อยในธุรกิจโรงแรม และมีความหมายที่ลึกซึ้งในทางปฏิบัติ โดยเป็นการกระทำให้ผู้อื่นในลักษณะของการปฏิบัติด้วยความเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด อบอุ่น และมีไมตรีจิต

สมชาติ กิจยรรยง (2544, หน้า 92) สำหรับคำว่าบริการ (Service System) ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง แบบแผนการดำเนินการต่าง ๆ ในอันที่จะให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของบุคคลที่มารับบริการ โดยมีองค์ประกอบสำคัญของระบบบริการ 5 ส่วน ได้แก่

1. ลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Customer) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือบริการต่างๆตามความต้องการ

2. ผู้ปฏิบัติงานบริการ (Service Provider) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ตามตำแหน่งงาน และขอข่วยความรับผิดชอบ ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

3. องค์การบริการ (Service Organization) หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินการธุรกิจอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการบริการแก่ลูกค้าเพื่อหวังผลกำไร โดยมีผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารการบริการ เป็นผู้รับผิดชอบการบริหารจัดการระบบการบริการให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

4. บริการ (Service) กิจกรรมหรือการกระทำที่มีจุดมุ่งหมายอย่างใดอย่างหนึ่งในทางธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และเกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกสบายให้ลูกค้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ

5.สภาวะของการบริการ (Service Environment) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นรอบตัวผู้รับบริการ อันได้แก่ อาคารสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องใช้ต่าง ๆ รวมทั้งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อร่างกาย เช่น สี เสียง อุณหภูมิ เป็นต้น และสภาพความเป็นไปของบรรยากาศที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการได้แก่ ความสวยงามของการจัดตกแต่งสถานที่ ความเอาใจใส่ด้วยอัธยาศัยไมตรีของพนักงานบริการ เป็นต้น

วีระพงษ์ เฉลิมจิระ (2543, หน้า 6) กล่าวว่าบริการการท่องเที่ยว คือ พฤติกรรม กิจกรรม และการกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้ หรือ ส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมาย และมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น การบริการการท่องเที่ยวคือ กระบวนการ หรือ กระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการท่องเที่ยวจากผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ไปยังผู้รับบริการการท่องเที่ยว หรือผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวนั้น

ฉลอมศรี พิมลสมพงศ์ (2542, หน้า 34) ได้อธิบายบริการการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นงานที่ไม่สามารถจับต้องได้การผลิต และการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน มีรูปแบบที่หลากหลายแปรผันไปตามคุณลักษณะของผู้ให้บริการท่องเที่ยวในช่วงเวลานั้น การตัดสินใจหรือวัดคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้รับบริการ และเป็นงานที่ไม่มีผลงานไม่สามารถเก็บสะสมผลงานไว้ได้นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์ และจำแนกลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยวได้ว่ามีลักษณะ 4 ประการ ดังนี้

1. เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิดตัวต่อตัว สามารถทำให้ผู้ได้รับบริการได้รับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจทันทีเมื่อได้รับบริการทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์ และทัศนคติของผู้ให้และผู้ได้รับบริการ

2. การบริการการท่องเที่ยว จำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานาน และมีความพร้อมเสมอเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ความพร้อมของห้องพัก ร้านอาหาร

3. การพัฒนางานบริการ จำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องรูปแบบความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในการให้บริการสั้นมาก เช่น การพักผ่อนเพียง 1 คืน ดังนั้นผู้ให้บริการจึงมีเวลาน้อยมากในการให้บริการอย่างเสมอภาคถูกต้อง และเป็นที่น่าประทับใจ

4. ใช้แรงคนในการให้บริการ ไม่เป็นที่นิยมที่จะมีการทดแทนด้วยเครื่องจักร งานด้านนี้จึงมีปัญหาด้านแรงงานอยู่เสมอเช่น คุณวุฒิ คุณสมบัติ ความรู้ความสามารถและค่าตอบแทน

จากทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยวผู้วิจัยได้สรุปความหมาย ของทฤษฎีของการบริการการท่องเที่ยวหมายถึง เป็นงานที่ไม่สามารถจับต้องได้การผลิตและการบริโภค

เกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน สิ่งที่เสนอถูกผ่านจากผู้บริการไปยังนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดบริโภค ประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ คือ ส่วนที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐาน และกิจกรรมประกอบ

ในการวิจัยนี้ สามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยวมีเป็นส่วนประกอบของการวัดค่าส่วนประสมทางการตลาดของการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัยได้ ในด้านกระบวนการของการบริการการท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2549) กล่าวว่า ในแง่แนวคิดทางวิชาการ แนวคิดพื้นฐาน (Basic Concept) ในเรื่องคุณภาพการให้บริการประกอบไปด้วย 3 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) และคุณค่าของลูกค้า (Customer Value) (Cronin, and Taylor, 1992; Oliver, 1993; Ziehlmanl, Parasuraman, and Berry, 1988) ตามแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการ เป็นพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาที่บุคคลมีต่อบริการที่ได้รับหรือเกิดขึ้น (Oliver, 1993) ส่วนแนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดที่ได้รับการเสนอไว้โดยโครนิน และ เทเลอร์ (Cronin and Taylor, 1992) ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการได้รับบริการ กับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้น มีในช่วงเวลาที่มารับบริการ และเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้ ส่วนคุณภาพการให้บริการในมุมมองเชิงการตลาด คอร์ดับเป็ลส์กี รัสท์ และซาร์ฮอริก (Cordupleski, Rust, and Zahorik, 1993) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นส่วนขยายของบริการ และองค์การที่ให้บริการที่สามารถตอบสนอง หรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล แนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้ ได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการอีกท่านหนึ่งคือ บิทเนอร์ (Bitner, 1992) ซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยทำการศึกษาไว้ว่า คุณภาพการให้บริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ โดยประการที่ได้กล่าวมาข้างต้นก่อให้เกิดกรอบการพิจารณาตัวแบบการศึกษาคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐาน 3 แนวคิดดังกล่าวได้ในสองนัยยะ กล่าวคือ นัยยะแรก คุณภาพการให้บริการสามารถพิจารณาได้จากทั้งสามองค์ประกอบหรืออย่างน้อย 2 องค์ประกอบรวมกัน และนัยยะที่สอง คุณภาพการให้บริการ พิจารณาได้จากตัวชี้วัดซึ่งพัฒนาจากแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเป็นหลัก เช่น แนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้เขียนพบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่มักให้ความสนใจทำการศึกษาคูณภาพ

การให้บริการจากแนวคิดพื้นฐานสองแนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า และแนวคิดคุณภาพการให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยแนวคิดแรกมุ่งวัดความพึงพอใจมิติต่าง ๆ ส่วนแนวคิดที่สองวัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ Servqual ที่เสนอโดย ซีแอมส์ พาราซูรามาน และคณะ

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547) คุณภาพสามารถพิจารณาได้จากหลายมุมมอง และสาขาความรู้ หลากลักษณะทางเศรษฐกติก สังคม การตลาด จิตวิทยา และการวิจัย การดำเนินการ (Khantanapha, 2000, p. 8) โดยจากมุมมองของบอร์น (Born, 1994) คุณภาพเป็นเรื่องทางเทคนิคที่ปัจจุบันได้รับความสำคัญอย่างยิ่งจากผู้บริหารระดับสูง (Top management agenda) และเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานของการสร้างสมรรถนะการจัดการ และการแข่งขันให้กับองค์กร และได้รับความสนใจอย่างเห็นได้ชัดในช่วงหลายคริสต์ทศวรรษที่ผ่านมา แต่ในมุมมองเชิงปรัชญา (Philosophical View) คุณภาพเป็นคุณลักษณะแห่งความคิด และบรรดาถ้อยแถลงที่เชื่อมั่นว่าจะก่อให้เกิดผลดังที่คาดไว้ (Pirsig, 1974 Cited in Khantanapha, 2000, p. 8) ความเป็นนามธรรมของคุณภาพนี้ ทำให้เรายากที่จะให้คำนิยาม ความหมายของคุณภาพได้ เนื่องจากคุณภาพมักเป็นคำที่จะต้องพิจารณาในเชิงสัมพันธ์กับตัวของมันเอง เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการว่าสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ตามหลัก 6 ประการ ดังนี้ (วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์, 2539)

1. การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ (Professionalism and Skill) เป็นการพิจารณาว่าผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการเข้ารับบริการจากผู้ให้บริการที่มีความรู้ และทักษะในงานบริการ ซึ่งสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีระบบและแบบแผน

2. ทักษะและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Attitude and Behavior) ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน

3. การเข้าพบได้อย่างง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Accessibility and Flexibility) ผู้รับบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งไว้ให้บริการ และเวลาที่ได้รับการจากผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

4. ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (Reliability and Trustworthiness) ผู้รับบริการ จะทำการพิจารณาหลังจากที่ได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการให้บริการของผู้ให้บริการ จะต้องปฏิบัติตามที่ได้รับการตกลงกัน

5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กับสู่ภาวะปกติ (Recovery) พิจารณาจากการเกิด

เหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าเกิดขึ้นหรือเกิดเหตุการณ์ที่ผิดปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้น ๆ ได้ทันที่ด้วยวิธีการที่เหมาะสม ซึ่งทำให้สถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ

6. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (Reputation and Credibility) ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาตลอด

การวัดคุณภาพการให้บริการมีองค์ประกอบ 4 ประการหลัก ดังนี้

1. ความคาดหวังของผู้บริการ (Customer Expectations) สิ่งสำคัญประการหนึ่งของกระบวนการแห่งคุณภาพ คือ การทำให้ความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นจริง และสร้างความเบิกบานใจให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตั้งคำถามเพื่อที่จะถามผู้รับบริการจะเป็นการวัดถึงความพึงพอใจจากการบริการที่ได้รับเป็นอย่างดี ในส่วนของคำถามผู้ผลิต หรือผู้ให้บริการจะต้องสร้างคำถามในลักษณะที่ว่าทำอย่างไร

2. ภาวะความเป็นผู้นำ (Leadership) รูปแบบต่าง ๆ ของผู้นำภายในองค์การ ทั้งแบบผู้อำนวยการ ผู้บริหาร ผู้จัดการ และผู้ควบคุม จะแสดงให้เห็นถึงการกระทำที่นำไปสู่ความมีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงขององค์การ เช่น การจัดแบ่งด้านเวลา การจัดสรรทรัพยากร เป็นต้น

3. การปรับปรุงขั้นตอน (Process Improvements) โดยทำการอธิบายถึงวิธีการที่จะทำให้ขั้นตอนต่าง ๆ มีระดับที่ดีเพิ่มขึ้น หากกระบวนการใหม่ในการปรับปรุงขั้นตอนทำการปรับปรุงเครื่องมือเพื่อให้เกิดขั้นตอนใหม่ ๆ เกิดขึ้น และติดตามถึงผลสะท้อนกลับจากขั้นตอนใหม่ ๆ ดังกล่าว

4. การจัดการกับแหล่งข้อมูลที่สำคัญ (Meaningful Data) เริ่มจากการอธิบายถึงการคัดเลือกและจัดแบ่งข้อมูล รวมทั้ง ทำการวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยทำการสำรวจจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) สอบถามทางโทรศัพท์ นัดพบกับลูกค้าเป็นรายบุคคล การสนทนากลุ่ม หรือจดหมายร้องเรียน นอกจากนี้ ยังหมายถึง การรายงานหรือการศึกษาพิเศษจากรัฐบาลด้วย

สรุปแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการได้ว่า การวัดคุณภาพของสินค้าหรือบริการ จะพิจารณาจากองค์ประกอบ 4 ประการ คือ 1) ความคาดหวังของผู้บริการ 2) ภาวะความเป็นผู้นำ 3) การปรับปรุงขั้นตอน และ 4) การจัดการกับแหล่งข้อมูลที่สำคัญ ถ้าสามารถทำให้ความคาดหวังของลูกค้า หรือผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จริง จะส่งผลให้ลูกค้า หรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ และนำไปสู่ความมีคุณภาพของการให้บริการเป็นลำดับ นอกจากนี้ ยังเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพ 6 ประการ ได้แก่

1) การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ 2) ทักษะและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ
 3) การเข้าพบได้อย่างง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ ผู้รับบริการจะพิจารณาจาก
 สถานที่ตั้งไว้ให้บริการ และเวลาที่ได้รับบริการจากผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการ
 ที่จัดเตรียมไว้ 4) ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ 5) การแก้ไขสถานการณ์ให้กับผู้ภาวะปกติ
 6) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ในงานวิจัยครั้งนี้ สามารถนำองค์ประกอบทั้งเกณฑ์
 การพิจารณาคุณภาพ 6 ประการ มาเป็นแนวทางวัดคุณภาพการบริการท่องเที่ยว
 ในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

บริบทการท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

จังหวัดนครนายกเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทย จัดตั้งขึ้นครั้งล่าสุด
 โดยนครนายก พุทธศักราช 2489 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2489

ด้านอุตุนิยมวิทยาจัดอยู่ในภาคตะวันออกโดยตั้งอยู่ที่ละติจูดที่ 14 องศาเหนือ และ
 ลองจิจูดที่ 101 องศาตะวันออก มีระยะทางจากจากกรุงเทพมหานคร ตามถนนรังสิต-
 นครนายก (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 305) ผ่านอำเภอองครักษ์ ถึงจังหวัดนครนายก
 ระยะทาง 105 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,122 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1,326,250 ไร่
 ที่มาของชื่อ นครนายก นั้นไม่ชัดเจนทางประวัติศาสตร์ แนวคิดหลักของที่มาของชื่อ มีดังนี้
 โดยนครนายกเดิมชื่อ บ้านนา แต่ภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็น จังหวัดนครนายก ในสมัย
 กรุงศรีอยุธยา ดินแดนของนครนายกเป็นป่ารกชัฏ เป็นที่ดอนทำนา หรือทำการเพาะปลูกอะไร
 ไม่ค่อยได้ผล มีไข้ป่าชุกชุมผู้คนจึงพากันอพยพไปอยู่ที่อื่นจนกลายเป็นเมืองร้าง ต่อมา
 พระมหากษัตริย์ทรงทราบความเดือดร้อนของชาวเมืองจึงโปรดให้ยกเลิกภาษีค่านา เพื่อจูงใจ
 ให้ชาวเมืองอยู่ที่เดิมทำให้มีคนอพยพมาอยู่เพิ่มมากขึ้นจนเป็นชุมชนใหญ่ และเรียกเมืองนี้
 จนติดปากว่า เมืองนครนายกภายหลังจึงกลายเป็นนครนายกจนทุกวันนี้ ก่อนสมัยก่อน
 รัชกาลที่ 5 การปกครองส่วนภูมิภาคถูกแบ่งเป็นสมุหนายก และสมุหกลาโหม โดยสมุหกลาโหม
 ปกครองทั้งฝ่ายพลเรือน และทหารในหัวเมืองด้านใต้ และสมุหนายกปกครองทั้งฝ่ายพลเรือน
 และทหารในหัวเมืองด้านเหนือ พื้นที่เดิมของจังหวัดนครนายกนั้นเป็นพื้นที่ที่เคยอยู่สังกัด
 กับสมุหกลาโหม แต่ภายหลังถูกโอนให้อยู่ภายใต้การดูแลของ สมุหนายกพื้นที่ตรงนี้จึงได้
 ชื่อว่า นครนายก นับแต่นั้นเป็นต้นมา

สภาพโดยทั่วไปเป็นที่ราบ ทางตอนเหนือและตะวันออกเป็นภูเขาสูงชันในเขตอำเภอ
 บ้านนา อำเภอเมืองนครนายก และอำเภอบางพลี ส่วนหนึ่งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
 ซึ่งเป็นเขตรอยต่อกับอีก 3 จังหวัด ได้แก่ สระบุรี นครราชสีมา และปราจีนบุรี ซึ่งมีเทือกเขา

ติดต่อกับทิวเขาตงพญาเย็น มียอดเขาสูงที่สุดของจังหวัดคือ ยอดเขาเขี้ยวมีความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,351 เมตร ส่วนทางตอนกลางและตอนใต้เป็นที่ราบอันกว้างใหญ่ เป็นส่วนหนึ่งของที่ราบสามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาที่เรียกว่า “ที่ราบกรุงเทพฯ” และลักษณะดินเป็นดินปนทรายและดินเหนียวเหมาะแก่การทำนา ทำสวนผลไม้ และการอยู่อาศัยท่องเที่ยวและพักผ่อน ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ทั้งทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรม รวมถึงมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้ง จังหวัดนครนายก แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครนายก อำเภอบ้านนา อำเภอองครักษ์ อำเภอปากพลี มีระยะทางจากกรุงเทพมหานครตามถนนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 305 เลียบคลองรังสิตผ่านอำเภอองครักษ์ถึงจังหวัดนครนายกระยะทาง 105 กม. แต่ถ้ามีการก่อสร้างทางคมนาคมสายตรงจากกรุงเทพมหานครจะมีระยะทางประมาณ 60 กม. นอกจากนี้ยังเป็นส่วนหนึ่งของเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ซึ่งเป็นรอยต่อกับอีก 3 จังหวัด ได้แก่ สระบุรี นครราชสีมา และปราจีนบุรีโดยมีอาณาเขตจังหวัดนครนายกติดต่อกับจังหวัดข้างเคียง ดังนี้ (การปกครองจังหวัดนครนายก, 2558)

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

จังหวัดนครนายก มีทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นพื้นที่ป่าผืนใหญ่ มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรป่าไม้ ภูเขาสูง และสัตว์ป่า ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งมีขนาดกว้างใหญ่ถึง 4 เท่าของเกาะภูเก็ต เป็นพื้นที่ธรรมชาติสีเขียวอันยิ่งใหญ่ที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร ที่สุด จังหวัดนครนายกมีกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอันโดดเด่นคือการล่องแก่งด้วยเรือยางและเรือคายัค โดยจังหวัดนครนายกถือว่าเป็นศูนย์กลางการเล่นเรือคายัคของประเทศไทย ในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์ มักจะมีนักท่องเที่ยวนำเรือคายัคมาล่องแก่งกัน ตลอดสองข้างทางไปน้ำตกนางรองจะมีผู้ประกอบการให้เช่าเรือยางและเรือคายัคเพื่อล่องแก่งแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันสามารถล่องแก่งได้ตลอดทั้งปี เพราะได้น้ำจากเขื่อนขุนด่านปราการชลปล่อยลงมา กิจกรรมปั่นจักรยาน ขัปเอทีวี ก็ได้รับความนิยมเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีความสนุกอีกอย่าง คือ การไต่ตัวจากหน้าผาน้ำตก เช่น ไต่ตัวที่เขาหล่น ไต่ตัวที่น้ำตกธารรัตนาสถานที่อยู่ท่องเที่ยว กิจกรรมกลางแจ้งและกิจกรรมผจญภัย 2 สถานที่ คือ สำนักงานการท่องเที่ยวโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

แหล่งท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก มีดังนี้

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทย มีอาณาเขตครอบคลุม 11 อำเภอ ของ 4 จังหวัด แต่ที่ครอบคลุมจังหวัดนครนายก คือ อำเภอปากพลี อำเภอบ้านนาอำเภอเมือง ได้รับสมญานามว่าเป็นอุทยานมรดกของกลุ่มประเทศอาเซียน เป็นผืนใหญ่ตั้งอยู่ในเทือกเขาพนมดงรัก ในส่วนหนึ่งของดงพญาเย็น หรือดงพญาไฟในอดีต ประกอบด้วยขุนเขาน้อยใหญ่สลับซับซ้อนหลายลูก เป็นแหล่งกำเนิดของ ต้นน้ำลำธารที่สำคัญหลายสาย เช่น แม่น้ำนครนายก และแม่น้ำมูล จุดมสมบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ไม้ และสัตว์ป่านานาชนิด เช่น ช้างป่า กวางป่า เก้ง กระต๊อ เสือ ตลอดจนจมีลักษณะทางธรรมชาติที่สวยงามมีเนื้อที่ 1,353,471.53 ไร่ หรือ 2,165.55 ตารางกิโลเมตร สถานที่และกิจกรรมผจญภัยในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีดังนี้ แก่งหินเพิง การล่องแก่งด้วยเรือยาง จุดชมทิวทัศน์ซุ้มดูสัตว์ป่าสองสัตว์ เวลากลางคืน เดินป่าศึกษาเส้นทางเดินป่าประเภทไม่พักแรม เส้นทางเดินป่าระยะไกลดูนก ปีนจักรยานเสือภูเขา ล่องแก่ง

อุทยานวังตะไคร้

อุทยานวังตะไคร้ เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวขึ้นชื่อระดับต้น ๆ ของจังหวัดนครนายก จังหวัดที่ได้ชื่อว่าเป็น “เมืองในฝันใกล้กรุง” ตั้งอยู่บนถนนสายนครนายก-นางรอง ตำบลสาริกา อำเภอเมือง เพียง 120 กิโลเมตร จากกรุงเทพมหานครแวดล้อมไปด้วยต้นไม้ใหญ่ และพรรณไม้นานาชนิด รวมถึงสวนไม้ดอกไม้ประดับ อีกทั้งยังโอบล้อมด้วยภูเขา มีธารน้ำ 2 สาย ซึ่งมีต้นน้ำมาจากน้ำตกแม่ปล้อง และน้ำตกเหวภูหินไหลมาบรรจบกัน ณ ที่แห่งนี้จึงเหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อน ตื่นตาธรรมชาติและอากาศอันบริสุทธิ์ สนุกกับกิจกรรมผจญภัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ ล่องแก่งยางรถยนต์ กิจกรรมเหินฟ้าทำสายน้ำ สนามวังตะไคร้ทดสอบกำลังใจ ล่องแก่งแม่น้ำนครนายก ขับรถ ATV Paintball และ BB GUN นั่งเรือชมเขื่อน พื้นที่กางเต็นท์สวนพันธุ์ทิพย์ และน้ำตกจำลอง

โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (จปร.)

ตั้งอยู่ที่ตำบลพรหมณี ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 14 กิโลเมตร และห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามเส้นทางองครักษ์ประมาณ 75 กิโลเมตร บริเวณโรงเรียนติดกับเขาชะงอก มีพื้นที่ประมาณ 19,290 ไร่ เป็นสถานที่ให้การศึกษาแก่ผู้ที่จะรับราชการเป็นนายทหารสัญญาบัตรแห่งกองทัพไทย ภายในมีสถานที่ที่น่าสนใจหลายแห่ง และมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลิน และสนุกสนานเหมาะแก่การมาเที่ยวกันแบบครอบครัว กิจกรรมผจญภัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ เดินป่าพักแรมพิชิตเขาชะงอก เดินป่าผจญภัย เดินป่าเชิงอนุรักษ์ ฝึกผู้นำหน่วยไต่ผา

จำลอง และหน้าผาจริงทดสอบกำลังใจ 10 สถานีโอดหอยสูง 34 ฟุต กิจกรรมยิงปืน กิจกรรมยิงปืนพันท์บอล กิจกรรมจักรยานท่องเที่ยว กิจกรรมพายเรือแคนู กิจกรรมเลื่อนข้ามลำน้ำ กิจกรรมจักรยาน

กิจกรรมล่องแก่งที่แม่น้ำนครนายก

กิจกรรมล่องแก่งที่แม่น้ำนครนายก ซึ่งมีระดับความยาก-ง่าย ตั้งแต่ระดับ 3-5 สร้างความสนุกได้ทุกเพศทุกวัย ตลอดทั้งปี โดยเริ่มต้นผจญภัยจากเชิงสะพานหลังเขื่อนขุนด่านปราการชล เลาะเลี้ยวไปตามลำน้ำนครนายก ในระดับความแรงของสายน้ำที่ 1-3 ผ่านแก่งต่าง ๆ โดยเฉพาะ แก่ง 3 ชั้น ที่สร้างความสนุกตื่นเต้นที่สุด ระยะทางประมาณ 3 กิโลเมตร มีวังน้ำความยาวรวมทั้งหมด 7 กิโลเมตรรวมแคมป์ไฟ

เขื่อนขุนด่านปราการชล

เขื่อนขุนด่านปราการชล ชื่อเดิมเรียกว่า เขื่อนคลองท่าด่านเป็นเขื่อนคอนกรีตอัดบดยาวที่สุดในประเทศไทย และในโลก ตั้งอยู่ที่บ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก สร้างขึ้นตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อเก็บกักน้ำในช่วงหน้าฝนไว้ในหน้าแล้ง และควบคุมไม่ให้เกิดน้ำท่วมบ้านเรือนราษฎร ไร่นา และพื้นที่การเกษตรในหน้าฝน โดยสร้างครอบฝายท่าด่านเดิม นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถเช่าเรือหางยาวไปชมน้ำตกที่อยู่ด้านในอ่างเก็บน้ำของเขื่อน มีรถให้บริการชมทัศนียภาพโดยรอบ และจะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวปั่นจักรยานเสือภูเขาขึ้นมาในเขื่อนขุนด่านอยู่เป็นประจำ

เส้นทางปั่นจักรยานเสือภูเขา

ซึ่งได้จัดทำเส้นทางสำหรับท่านที่สนใจในกิจกรรมนี้ไว้ 4 เส้นทางด้วยกัน

เส้นทางที่ 1 เส้นทางวังตะไคร้-วังยาว ระยะทาง 22 กิโลเมตร เริ่มต้นที่บริเวณเชิงสะพานวังตะไคร้ บรรยากาศระหว่างเส้นทางท่านจะได้พบกับสวนผลไม้ ทุ่งนา ทิวทัศน์เทือกเขา บ้านพักอาศัย แม่น้ำ ร้านขายผลไม้ริมทาง ที่ตั้งแคมป์

เส้นทางที่ 2 เส้นทางเขาชะงอก-เขาทุเรียน ระยะทาง 24 กิโลเมตร เริ่มต้นที่จักรดาวรีสอร์ท บรรยากาศระหว่างเส้นทางท่านจะได้พบกับทิวทัศน์บริเวณ รร.จปร. อ่างเก็บน้ำ ทุ่งนา ป่าชายเขา บ้านพักอาศัย สวนผลไม้ ทิวทัศน์เทือกเขา

เส้นทางที่ 3 เส้นทางวัดพราหมณี-เขามดดำ ระยะทาง 31 กิโลเมตร เริ่มต้นที่บริเวณวัดพราหมณีบรรยากาศระหว่างเส้นทาง ท่านจะได้พบกับทิวทัศน์เทือกเขา สวนผลไม้ ทุ่งนา ป่าชายเขา สวนนก บ้านพักอาศัย ร้านขายผลไม้ริมทาง

เส้นทางที่ 4 เส้นทางวัดศิรีวัน-เนินหอม ระยะทาง 43 กิโลเมตร เริ่มต้นที่วัดศิรีวัน บรรยากาศระหว่างเส้นทางแวดล้อมไปด้วยธรรมชาติ ประกอบกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน ผ่านอ่างเก็บน้ำถาวรนิมิต ทุ่งนา สวนผลไม้ และเทือกเขาใหญ่

จากบริบทการท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกผู้วิจัยได้สรุปว่า นครนายก เป็นเมืองที่ใกล้กรุงเทพมหานคร สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกแล้ว ยังสามารถพัฒนาสร้างเมืองใหม่เป็นเมืองบริวารกรุงเทพมหานคร ตามมาตรฐานการผังเมืองที่ดีได้อีกหลายเมือง จังหวัดนครนายก มีทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นพื้นที่ป่าผืนใหญ่ มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรป่าไม้ ภูเขาสูง และสัตว์ป่า ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่ ซึ่งมีขนาดกว้างใหญ่ถึง 4 เท่าของเกาะภูเก็ต มีกิจกรรมท่องเที่ยวโดดเด่นคือการล่องแก่งด้วยเรือยางและเรือคายัค ที่นครนายกถือว่าเป็นศูนย์กลางการเล่นเรือคายัคของประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีความสนุกอีกอย่าง คือ การโรยตัวจากหน้าผาน้ำตก เช่น โรยตัวที่เขาหล่น โรยตัวที่น้ำตกธารรัตนาสถานที่ท่องเที่ยวกิจกรรมกลางแจ้งและกิจกรรมผจญภัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาสภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก โดยต้องการทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเรื่องของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยนี้ นอกจากนี้งานวิจัยยังต้องการศึกษาถึงทัศนคติการบริการการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ทัศนคติต่อหลักบริหารการตลาดทั้ง 7 ซึ่งในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ทำกิจกรรมผจญภัยรูปแบบซอฟท์ แอดเวนเจอร์ ในจังหวัดนครนายก ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางในการส่งเสริมคุณภาพการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อารีย์ ธิรสัตยาพิทักษ์ และคณะ (2556) ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวลูกผสมเชิงนิเวศผจญภัยและความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวบทเรียนจากสองแพркหมู่บ้านเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า การศึกษานี้วิเคราะห์ผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยของชุมชนตำบลสองแพрк ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ในเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า จังหวัดพังงา

สรุปผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในชุมชนและแนวทางการรักษาเอกลักษณ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อบริการเปลี่ยน

แปลงทางด้านการศึกษาท่องเที่ยวในอนาคต โดยใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูลครั้งเดียวและศึกษาหน่วยครัวเรือนทั้งหมด (Census Study) จำนวน 148 ตัวอย่าง โดยเก็บแบบสอบถามจากหัวหน้าครัวเรือน หรือผู้แทนครัวเรือนที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อทางสังคมและสิ่งแวดล้อมต่อชุมชนในภาพรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) อาทิ ผลกระทบด้านความพึงพอใจและความเสมอภาคในสังคมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมาคือผลกระทบด้านความเป็นอยู่และการครองชีพในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) นอกจากนี้ชาวบ้านในชุมชนควรร่วมกันสร้างจิตสำนึกและความภาคภูมิใจในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ธรรมชาติ และวิถีชีวิตชุมชน และควรมีการกำหนดกฎระเบียบและการบังคับใช้อย่างเคร่งครัดในการควบคุมแบ่งเขตการใช้พื้นที่ ควบคุมกิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวและจำกัดอัตราการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่และทรัพยากรของชุมชน

กุลแก้ว คล้ายแก้ว (2556) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจและการสร้างมูลค่าเพิ่มในแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยของพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวผจญภัยของชุมชนในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก เพื่อให้ได้แผนพัฒนาเชิงนโยบายด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แหล่งท่องเที่ยวผจญภัยในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก โดยกระบวนการมีส่วนร่วม

สรุปผลการวิจัย พบว่า จาก 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลกมีชุมชน 15 ชุมชน ที่อยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดพิษณุโลก ทั้งสิ้น 98 แห่ง ค้นพบแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยรวมทั้งสิ้น 26 แห่ง ที่มีศักยภาพในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และแผนพัฒนาเชิงนโยบายด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลกโดยกระบวนการมีส่วนร่วม นั้น ชุมชนแต่ละแห่งต้องการพัฒนาในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

กรรณิกา พิมลศรี (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบบผจญภัยโดยใช้รถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 402 คน

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวเหมาะสมในระดับปานกลาง และตัวแปรที่มีอิทธิพลมากไปหาน้อยได้ดังนี้ คือ ทัศนคติต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว การมีโอกาสพบปะผูกมิตรและสังสรรค์กับผู้อื่น

ความเป็นอิสระ การได้แสดงความสามารถ การมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อน สถานภาพ และเกียรติภูมิ การมีโอกาสเรียนรู้ศึกษาและสัมผัสธรรมชาติ ได้เรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชนอื่น การผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการมีโอกาสผจญภัย เสี่ยงภัยและท้าทาย

วิยะรัตน์ แก้วอุทัย (2555) วิจัยเรื่อง ทักษะชีวิตและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในกิจกรรมนันทนาการของอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง โดยการศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับทัศนคติ และความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในกิจกรรมนันทนาการของอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง การศึกษาวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และมีการใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม

สรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้ พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีระดับทัศนคติแตกต่างกันทุกด้าน และวิเคราะห์รายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ รายได้ และภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันจะมีระดับทัศนคติแตกต่างกัน 6 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านความพร้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีระดับทัศนคติต่างกัน 5 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านความพร้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกันมีระดับทัศนคติต่างกันด้านความพร้อมทางกายภาพ

ปัญญา เทียนนาวา และคณะ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาและกำหนดเส้นทางการปั่นจักรยานท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขา เพื่อกำหนดรูปแบบกิจกรรม

สรุปผลการวิจัย พบว่า เส้นทางอยู่ในเขต 2 ตำบล คือ ตำบลทุ่งสมอ และตำบลเขาต้อ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดเพชรบูรณ์ สำหรับกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากร 3 กลุ่ม จำนวน 43 คน นักวิชาการ จำนวน 8 คน กลุ่มที่ 2 ได้แก่ ประชาชนชุมชนตำบลทุ่งสมอ และตำบลเขาต้อ จำนวน 20 คน ชาวบ้าน และเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 3 ได้แก่ นักท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาที่เข้าร่วมเดินทาง 15 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตภาคสนาม สัมภาษณ์ สอบถาม การสนทนากลุ่ม (Focus Group) การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Work Shop) การวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหา นำเสนอผลการวิจัยโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ด้านกิจกรรมระหว่างเส้นทาง ในด้านวิถีชุมชนอาจจะมีข้อจำกัดด้านเวลา มีการค้างแรม ชนเผ่าอาจจะไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง ส่วนการชมทิวทัศน์ระหว่าง

เส้นทางนี้สามารถชมได้ตลอดเส้นทาง และทำให้รู้สึกภูมิใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการประหยัดพลังงาน สำหรับในด้านการผจญภัย พบว่า ทำให้ได้ใช้ชีวิตกลางแจ้งแบบผจญภัย ได้สำรวจเส้นทางใหม่ ได้ท้าทายประสิทธิภาพร่างกายและฝึกฝนพัฒนาทักษะในการขับขี่จักรยานเสือภูเขา เส้นทางที่ผ่านมีสภาพที่ท้าทาย ทำให้เกิดความตื่นเต้น รูปแบบของกิจกรรม จึงมี 2 รูปแบบ คือศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนมีกิจกรรมคือ การศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนของชนเผ่า 3 กลุ่ม คือ ม้ง ลีซอ เย้า การศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นจากร้านค้าผลิตภัณฑ์ของชาวบ้าน การศึกษาธรรมชาติ ชมธรรมชาติที่จุดชมวิว ชมถ้ำหลบภัยผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ และ โครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมเขาค้อ สำหรับรูปแบบที่ 2 คือ ขี่ผ่านภูเขาสูงชัน มีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม การขี่จักรยานขึ้นภูเขาแบบวิบากและลงภูเขาแบบวิบาก

นพพงษ์ ดวงสุขเกษม (2554) วิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบผจญภัย อย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ภูเขารีสอร์ท อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยการวิจัย มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงการจัดการท่องเที่ยวแบบผจญภัยภูเขารีสอร์ท 2) เพื่อศึกษาผลกระทบต่อชุมชนจากการท่องเที่ยวแบบผจญภัย 3) เพื่อศึกษาปัญหา และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวแบบผจญภัย และ 4) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบผจญภัยอย่างยั่งยืน ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผสมกับการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยสรุป ได้คือ ลักษณะการท่องเที่ยวแบบผจญภัยของภูเขารีสอร์ท ประกอบไปด้วย การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยทางภูเขา การท่องเที่ยวผจญภัยทางบก และการท่องเที่ยวผจญภัยทางน้ำ ซึ่งได้จัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบทัวร์สำเร็จรูป และแบบความสนใจพิเศษ ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกทำกิจกรรมได้ตามต้องการ ซึ่งผลกระทบต่อชุมชน พบว่า เกิดจากการพัฒนาด้านบวกทั้ง 3 ด้าน คือ โดยด้านเศรษฐกิจ ส่งผลให้เศรษฐกิจภายในชุมชนดีขึ้น เกิดการหมุนเวียนของเงินภายในชุมชนเนื่องจากชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจ้างงาน ด้านสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น มีการกระจายรายได้ และเกิดการบรรเทาความยากจน ด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ประกอบกร และชาวบ้านในพื้นที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ และพัฒนาพื้นที่ในปัจจุบัน ส่วนข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือนำผลการวิจัยไปใช้ในการจัดการท่องเที่ยวแบบผจญภัยอย่างยั่งยืน คือ ผู้ประกอบการจะต้องมีการปรับโครงสร้างของการบริหารบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืนรวมทั้งปลูกจิตสำนึกในการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ไม่มีการรุกราน หรือทำลายธรรมชาติ

กิตติศักดิ์ ศรีวรพจน์ (2552) วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัยหากแวง อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในปัจจุบันของหากแวง อำเภอเกาะสมุย 2) เพื่อศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ในปัจจุบันของหากแวง และ 3) เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในปัจจุบันของหากแวง อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ โดยพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 สถานภาพแต่งงาน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน (US Dollar Unit) ระหว่าง 1,000-3,000 US มาเกาะสมุย ครั้งนี้เป็นครั้งแรก ด้วยจำนวน 1-3 คน มากับเพื่อน เล่นกีฬาสัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง สนใจเล่นกีฬาประเภทเรือพาย/เรือคายัคในเกาะสมุยมากที่สุด ซึ่งความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัยของหากแวง โดยภาพรวมอยู่ในระดับให้ความสำคัญมากที่สุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยเห็นว่าการส่งเสริมการตลาด สถานที่ และทีมงานให้บริการอยู่ในเกณฑ์ดี คือมีระบบการติดต่อศูนย์การท่องเที่ยวที่ดี ภูมิประเทศสวยงาม และทีมงานมีความตั้งใจในการให้บริการ แต่เห็นว่าปริมาณขยะ และห้องน้ำสาธารณะอาจจะไม่สะอาดเพียงพอ รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ มีความหลากหลายน้อย รวมถึงทักษะในการปฐมพยาบาลช่วยชีวิตของทีมงานยังคงต้องปรับปรุง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการต้องพยายามพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับนักท่องเที่ยว โดยจะต้องมีการร่วมมือจากทุกฝ่าย โดยเริ่มจากตัวผู้ประกอบการที่เห็นความสำคัญของการพัฒนา ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และภาครัฐที่มีการรวมกันทุกภาคส่วน ขับเคลื่อนกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัยไปพร้อม ๆ กับการท่องเที่ยวของเกาะสมุยให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ประไพพิมพ์ วิเศษศรี (2552) วิจัยเรื่อง การศึกษานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จังหวัดเชียงใหม่ และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

สุรัชย์ คันธวณิช (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยของบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่

สรุปผลการวิจัย พบว่า เหตุผลที่ชอบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย มีความสัมพันธ์กับ อายุ รายได้ อาชีพ สัญชาติของผู้ใช้บริการ และเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับ อายุ รายได้และสัญชาติของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าไคสแควร์ ที่คำนวณได้น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ปัญหาข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหในการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหา มีเพียงปัญหาเรื่องกลิ่นของชุดและหมวก ซึ่งผู้ให้บริการแจ้งว่าควรทำความสะอาดอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ควรมีการมอบประกาศนียบัตรให้กับผู้ที่มาใช้บริการสำหรับข้อเสนอแนะจากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าบริษัท ควรรักษาระดับคุณภาพการให้บริการ และปรับปรุงการบริการในด้านอื่น ๆ เช่น การจอง และเว็บไซต์ ให้มีคุณภาพสูงสุด เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เพื่อที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งจะส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์ของบริษัท ผู้ใช้บริการจะทำการบอกต่อ ซึ่งเป็นการโฆษณาที่ไม่ต้องลงทุน

อมรินทร์ ศรัณยสกุล (2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในอำเภอเกาะกู่ จังหวัดภูเก็ต เพราะมีการศึกษาน้อย ทั้งที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นรายได้หลักของจังหวัดภูเก็ต ในฐานะ หลีกหนีภัยการทำลายธรรมชาติ การพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อศึกษาแนวคิด และทฤษฎีรูปแบบ และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เพื่อศึกษาแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในอำเภอเกาะกู่ จังหวัดภูเก็ต ในปัจจุบัน เพื่อศึกษาศักยภาพในเขตอำเภอเกาะกู่ ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เพื่อนำเสนอกิจกรรม ผลที่คาดว่าจะได้รับ ความเข้าใจเพิ่มเติมในกิจกรรม และพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดภูเก็ต งานวิจัยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์มีอยู่ 5 ทฤษฎี ทฤษฎีการท่องเที่ยว ทฤษฎีการพัฒนาแนวคิด และวิวัฒนาการ ทฤษฎีศักยภาพ ทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ทฤษฎีแบบการปกครองภาครัฐของประเทศไทย วิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามนำมาวิเคราะห์หาค่าศักยภาพรวมทั้งสภาพการณ์ ซึ่งมีคำถามทั้งปลายปิด และปลายเปิด โดยจะจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นจำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง จำนวน 100 ชุด ภาคเอกชน จำนวน 50 ชุด ประชาชนในเขตอำเภอเกาะกู่ ที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวต่ำ จำนวน 50 ชุด นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 50 ชุด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะใช้แบบสอบถามภาษาอังกฤษ จำนวน 50 ชุด รวมทั้งสิ้น 400 ชุด แล้ววิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรม SPSS พบว่า ศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก องค์ประกอบการท่องเที่ยว

คือ ที่พักแรม มีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวปลอดภัยกิจกรรมเพียงพอแล้ว ส่วนที่ไม่มี และ ไม่เหมาะสมคือศักยภาพด้านการจัดการและบริการ คือขาดการประสานความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยตรงแสดงให้เห็นว่าอำเภอกะทู้ มีศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยอยู่ในระดับยอมรับได้ ข้อเสนอแนะ ในเชิงนโยบายและในเชิงปฏิบัติ เพื่อสนับสนุนศักยภาพ ดังนี้ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีความรู้ความ เข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ภาครัฐต้องสนับสนุน และส่งเสริมให้ ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการ ท่องเที่ยวผจญภัย ภาครัฐสนับสนุนให้ ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อรับฟังประโยชน์และปัญหาตลอดจนผลกระทบจาก การพัฒนา ภาครัฐควรมีการปรับเปลี่ยนนโยบายและกฎหมายให้สอดคล้องกับความต้องการ ของประชาชนและผู้ประกอบการ มีความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จัดให้ผู้นำระดับ จังหวัด ผู้นำระดับท้องถิ่นภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม จัดให้มีบุคคล หน่วยงานควบคุมคุณภาพและประเมินคุณภาพ จัดให้มีการฝึกอบรมสัมมนาโครงการ สร้างมาตรฐานการบริการและความปลอดภัย จัดให้มีศูนย์ประสานงานท่องเที่ยวเชิงผจญภัย อำเภอกะทู้

กฤษฎนิยา ดั่งขจันทรานนท์ (2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวแบบผจญภัยสินค้า ท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ เพื่อตอบสนองนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล ที่มุ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ และพัฒนา คุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น พบว่า ในอีสานใต้มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแบบผจญภัย ทั้งหมด 7 แห่ง และมีกิจกรรมผจญภัยทั้งหมด 5 กิจกรรมด้วยกัน และในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมการเดินป่า การล่องแก่ง การพายเรือแคนูหรือเรือคายัค การขี่จักรยานเสือภูเขา และการปีนหน้าผา ไรยตัว รองลงมา คือ อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ จังหวัดอุบลราชธานี มีกิจกรรม ผจญภัย 3 กิจกรรม คือการพายเรือแคนูหรือเรือคายัค การขี่จักรยานเสือภูเขา การปีนหน้าผา หรือไรยตัว อุทยานแห่งชาติผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี หน่วยพิทักษ์ป่าละเลิงร้อยรู จังหวัด บุรีรัมย์ มีกิจกรรมผจญภัย 2 กิจกรรมเท่ากันคือ การขี่จักรยานเสือภูเขา การปีนหน้าผา หรือ ไรยตัว หน่วยพิทักษ์ป่าละเลิงร้อยรู จังหวัดบุรีรัมย์ การเดินป่า การขี่จักรยานเสือภูเขา อุทยาน แห่งชาติภูจอง-นายอย จังหวัดอุบลราชธานี อุทยานแห่งชาติไทรทอง จังหวัดชัยภูมิ โครงการ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ป่าเขาภูหลวง จังหวัดนครราชสีมา มีกิจกรรมเพียงอย่างเดียว การปีนหน้าผาหรือไรยตัว คือ อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย จังหวัดอุบลราชธานี อุทยาน แห่งชาติไทรทอง จังหวัดชัยภูมิ โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ป่าเขาภูหลวง จังหวัดนครราชสีมา มีกิจกรรมผจญภัย คือ การขี่จักรยานเสือภูเขา และมีแนวทางการกำหนด

ยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนา และจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอยู่ 5 ยุทธศาสตร์ จัดทำอุปกรณ์ในการจัดกิจกรรมของการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ให้เพียงพอต่อความต้องการ ของนักท่องเที่ยว สนับสนุนการผลิตบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ ของแต่กิจกรรมของการท่องเที่ยวแบบผจญภัยให้มากขึ้น พัฒนาระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีศักยภาพ ส่งเสริมให้มีการร่วมมือกันทำตลาดแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยระหว่างประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแบบผจญภัยให้มากยิ่งขึ้นและต่อเนื่อง

อมรินทร์ ศรีณยศกุล (2550) วิจัยเรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ในอำเภอ กระตุ้ จังหวัดภูเก็ต โดยการวิจัยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาแนวคิด และทฤษฎีรูปแบบ และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย 2) เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ในอำเภอกระตุ้ จังหวัดภูเก็ต 3) เพื่อศึกษาศักยภาพในเขตอำเภอกระตุ้ในด้านการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และ 4) เพื่อนำเสนอกิจกรรม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ในเขตอำเภอกระตุ้ จังหวัดภูเก็ต ซึ่งผลที่คาดว่าจะได้รับนั้น จะนำมาซึ่งความรู้ ความเข้าใจ เพิ่มเติมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนการจัดการและพัฒนากการท่องเที่ยวต่อไป โดยการวิจัยเป็นแบบเชิงปริมาณ โดยมีเครื่องมือ คือ แบบสอบถามเพื่อนำมาวิเคราะห์ หาศักยภาพ รวมทั้งสภาพการณ์ และสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยใน อำเภอกระตุ้

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ในอำเภอกระตุ้มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย โดยเฉพาะมีสิ่งอำนวยความสะดวก และมีองค์ประกอบการท่องเที่ยว คือ มีที่พักแรม มีเส้นทาง เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และยังมีความปลอดภัยในกิจกรรมเพียงพอ ส่วนที่ไม่มีและไม่เหมาะสม คือศักยภาพด้านการจัดการและการบริหารการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย คือ ขาดการประสาน ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน

กรรณิกา พิมลศรี (2548) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แบบผจญภัยโดยใช้รถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้อโดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบบผจญภัยโดยใช้รถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยการวิจัยเป็นและเชิงประมาณ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเหมาะสมในระดับ ปานกลาง นอกจากนี้ ทัศนคติต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว การมีโอกาส พบปะผูกมิตรและสังสรรค์กับผู้อื่น ความเป็นอิสระ และสัมผัสธรรมชาติ รวมถึงได้เรียนรู้

วัฒนธรรมของชุมชนอื่น ตลอดจนการผ่อนคลายจากการทำงาน ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการมีโอกาสผจญภัย เสี่ยงภัย และท้าทาย ล้วนแล้วแต่เกิดความผันแปรเนื่องจากพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

ณรงค์ฤทธิ์ หวังพัฒนาพาณิชย์ (2546) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรม และความพึงพอใจ การท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัดนครนายก กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัดนครนายก จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย โดยส่วนใหญ่อายุ 25-29 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท การรับข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์จากปากต่อปาก มาเข้าร่วมกิจกรรมไต่หน้าผาจำลอง และมากับกลุ่มเพื่อน โดยมีสาเหตุการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสธรรมชาติ และมาโดยรถยนต์ กิจกรรมท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด คือ ปีนเขาและไต่เขา มีความถี่ในกิจกรรมท่องเที่ยวแบบต้องการทดสอบสมรรถภาพของตนเอง มีความพึงพอใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทหารอยู่ในระดับพอใจมากคือ ได้ผจญภัยกับสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยวทางทหารของนักท่องเที่ยวไทยระดับสูง และในทิศทางเดียวกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สรุปผลของการวิจัยได้ว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมคุณภาพการบริการ การท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก คือ คุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญเพราะจะทำให้เกิดความพึงพอใจ เมื่อเกิดความพึงพอใจนักท่องเที่ยวก็จะมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวซ้ำหรือการซื้อซ้ำต่ออุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันพบว่า ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดตลอดจนความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพัฒนาการบริการกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ในพื้นที่วิจัย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากรรมการท่องเที่ยวรูปแบบในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 4 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เลือกการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาผลต่อความพึงพอใจในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เลือกการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบผลปัจจัยด้านพฤติกรรมต่อส่วนประสมการตลาดตามลักษณะประชากรนักท่องเที่ยวที่เลือกการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความพึงพอใจกับส่วนประสมการตลาดตามลักษณะประชากรนักท่องเที่ยวที่เลือกการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการตามวัตถุประสงค์วิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก กำหนดแนวทางขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาค่าเฉลี่ยประชากร (Population Mean, μ) และไม่ทราบจำนวนประชากร (N) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อการศึกษาวิจัยค่าเฉลี่ยประชากร (Population Mean, μ) ซึ่งจะได้ผลลัพธ์เป็นค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยเป็นกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร (N) (ไม่ทราบค่า N แต่ ทราบว่าประชากรมีจำนวนมาก) และประกอบกับไม่ทราบค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ประชากร (σ) ตามที่ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธ์ (2551, หน้า 116) ได้แนะนำไว้ว่า ให้คลาดเคลื่อนได้ตั้งแต่ 1 ส่วนใน 5 ส่วน ถึง 1 ส่วนใน 20 ส่วน ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประชากร (σ) ซึ่งในที่นี้จะใช้ 1 ส่วนใน 10 ส่วน และกำหนดให้ความเชื่อมั่นที่ 95% (จะได้ $Z=1.96$) และใช้สูตรของ ดร.ละเอียด ศิลาน้อย (ละเอียด ศิลาน้อย, 2558, หน้า 14) ดังนี้

$$n = \frac{Z\sigma^2}{E}$$

โดยให้

n = จำนวนตัวอย่าง

Z = คะแนนมาตรฐาน ซึ่งในที่นี้กำหนดไว้ให้ความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ $Z=1.96$

σ = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ซึ่งในที่นี้ไม่ทราบส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของประชากร

E = ความคลาดเคลื่อนจากค่าเฉลี่ยที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งในที่นี้กำหนดให้เท่ากับ 1 ส่วนใน 10 ส่วน ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร (σ) หรือ $E=\sigma/10$ หรือ $E/\sigma=1/10$ นั่นคือ $E=1$ และ $\sigma=10$

โดยการแทนค่าตามสมการดังนี้

$$n = \frac{(1.96(10))^2}{1}$$

$$n = \frac{(19.6)^2}{1}$$

$$n = 384.16 \text{ (ปัดเศษทศนิยมขึ้นเป็นจำนวนเต็ม ได้ 385)}$$

นั่นคือ เมื่อไม่ทราบจำนวนประชากร และกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% และกำหนดให้ ความคลาดเคลื่อน (E) เป็น 1 ส่วนใน 10 ส่วน ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร (σ) ก็จะได้ ตัวอย่าง จำนวน 385 ราย แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดหรือตกหล่นของผู้กรอแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณของกลุ่มตัวอย่างนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

เครื่องมือของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นเองโดยแบ่งเป็นขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำแบบสอบถามโดยนำมาจากกรอบความคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และพัฒนามาเป็นแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยดำเนินการให้ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ตรวจสอบ Validity ด้วยวิธี IOC
3. ผู้วิจัยทำการแก้ไขแบบสอบถาม หลังจากนั้น นำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มประชาชนนอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่างแต่มีลักษณะเหมือนกัน จำนวน 30 คน
4. ผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามแล้วนำมาแก้ไขหลังจากนั้น จึงนำไปแจกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ชุด
5. ผู้วิจัยประมวลผลแบบสอบถามแล้วนำผลจากการทำแบบสอบถามไปใช้ในแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ต่อไป

แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 385 คน ณ แหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) เพื่อเป็นการวัดความน่าเชื่อถือของข้อมูล และเป็นการอ้างอิงในงานวิจัยต่อไป ซึ่งวิธีการตอบจะให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ให้ตรงความเป็นจริง

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ภายใต้กรอบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง
2. สถานที่ท่องเที่ยว
3. กิจกรรมผจญภัย

4. ความถี่ในการท่องเที่ยว
5. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว
6. บุคคลที่ร่วมเดินทาง
7. กิจกรรมชนิดใดที่มีความสนใจจะเข้าร่วม

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) เพื่อเป็นการวัดความน่าเชื่อถือของข้อมูล และเป็นการอ้างอิงในงานวิจัยต่อไป ซึ่งวิธีการตอบจะให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่อง () ให้ตรงความเป็นจริง ดังนี้

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการบริการแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวภายใต้กรอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ประการ ได้แก่

1. ผลិតภัณฑ์
2. ราคา
3. สถานที่จัดจำหน่าย และช่องทางการจำหน่าย
4. การส่งเสริมการตลาด
5. บุคลากร
6. กระบวนการ
7. ลักษณะทางกายภาพ

ลักษณะของแบบสอบถามใช้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยวิธีการตอบให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่อง () ให้ตรงกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจริง ๆ โดยมีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดในการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงชั้นคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ระดับการวัด}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จะได้เกณฑ์การวัดระดับคะแนนที่แบ่งเป็น 5 ช่วงดังนี้

4.20–5.00 หมายถึง ต้องการให้พัฒนามากที่สุด

3.40–4.19 หมายถึง ต้องการให้พัฒนามาก

2.60–3.39 หมายถึง ต้องการให้พัฒนาปานกลาง

1.80–2.59 หมายถึง ต้องการให้พัฒนาน้อย

1.00–1.79 หมายถึง ต้องการให้พัฒนาน้อยมาก

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก เพื่อนำไปสู่การหาข้อมูลแก้ไข และส่งเสริมกิจกรรมการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก และเป็นแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด (Open-Ended) โดยวิธีการตอบจะให้นักท่องเที่ยวเสนอแนะข้อคิดเห็นในภาพรวมตามความต้องการ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดผู้เชี่ยวชาญตัดสิน (Judgmental Process) โดยกำหนดคณะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตามลักษณะของแบบวัดที่สร้าง และลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ขั้นที่ 2 นำข้อคำถามจัดเป็นแบบฟอร์มให้ผู้เชี่ยวชาญให้นำหน้าข้อความเหมาะสมตรงตามกรอบแนวคิดการวิจัยหรือไม่ โดยครอบคลุม คือ

1. ความสอดคล้องกับนิยามและเนื้อหาของตัวแปรโดยรวม
2. ความสอดคล้องกับนิยามและเนื้อหาของด้านย่อยของตัวแปร
3. ความเหมาะสมของภาษา

ขั้นที่ 3 นำความเห็นผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objectives Concordance) โดยกำหนดเกณฑ์ผ่านและเกณฑ์ที่ต้องปรับปรุง และเกณฑ์ที่ต้องปรับปรุง ดังนี้

1. ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ มีค่าอยู่ระหว่าง 1 ถึง -1

2. ข้อคำถามที่มีตรงตามเนื้อหาจะมีค่า IOC เข้าใกล้ 1.00 ถ้าข้อใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่ได้วัดตรงตามวัตถุประสงค์จริง

3. วิธีการคือ ให้ผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ประเมินความเหมาะสมของแต่ละข้อความ

1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการวัด

0 หมายถึง ข้อคำถามที่ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการวัด

-1 หมายถึง ข้อคำถามที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการวัด

โดยการคำนวณค่า IOC ได้จากสูตร

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

R = ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ประเมิน

ขั้นที่ 4

1. นำแบบสอบถามออกไปทดลองใช้เครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่างที่เหมือนกลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่างจริง

2. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่จากการตรวจสอบให้ถูกต้องแล้วนำไปทดลองกับกลุ่มประชากรตัวอย่าง (Try Out) ณ พื้นที่เป้าหมายในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยจังหวัดนครนายก จำนวน 30 ชุด

3. นำแบบสอบถามที่ได้จากการทดลองใช้นั้นมาทำการหาคุณภาพของแบบสอบถามด้วยการลงรหัส เพื่อหาค่าของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ได้และเป็นที่ยอมรับ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ให้ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.80 จากนั้นก็ทำการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามผลของการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจแจกแจงของแบบสอบถาม โดยนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยกำหนดค่าสัมพันธอัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เมื่อคำนวณค่าความเชื่อมั่นแล้วต่ำกว่า 0.83 ลงมา ก็ให้นำมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจนได้ค่าที่สูงกว่านี้จึงจะได้ถือว่าเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่ได้มาตรฐานเพื่อนำไปเก็บข้อมูลภาคสนามต่อไป

4. การจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ชุด (100%)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้ข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย คือกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 385 ชุด แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก โดยเก็บตัวอย่างตามความบังเอิญ และความสมัครใจ (Accidental Sampling) ในเดือน มกราคม ทุกวันจันทร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลาตั้งแต่ 8.00-17.00 น. ทั้งหมด จำนวน 385 ชุดจนครบ แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาด หรือตกหล่นของผู้กรอแบบสอบถามผู้วิจัย จึงใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นจำนวน 400 ชุด โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ได้จากการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากตำราและจากแหล่งค้นคว้าอื่น ๆ เช่น วิทยานิพนธ์ งานวิจัย และจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยศึกษาทฤษฎี เอกสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความหมายและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยมาจัดเป็นกลุ่มและนับคะแนนลงรหัสตามที่กำหนดไว้
3. บันทึกข้อมูลและประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (SPSS)
4. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม จากเกณฑ์คะแนน 1-5 ในแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จะใช้อธิบายข้อมูลประกอบด้วยจำนวนหรือความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยการหาค่า ดังนี้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนผู้ที่ตอบแบบสัมภาษณ์ข้อนั้น}}{\text{จำนวนผู้ที่ตอบแบบสัมภาษณ์ทั้งหมด}} \times 100$$

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean หรือ \bar{X})

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ	\bar{X}	แทน	คะแนนค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

$$SD = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) จะใช้การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ t-test และ ANOVA (F-test) และกรณีที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe Method)

3. สถิติไคสแควร์ แบบกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียว (Simply Classification) โดยการทดสอบ χ^2 ซึ่งกรณีกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดียวเป็นการทดสอบเพียงด้านเดียวเพื่อต้องการทราบว่าความถี่ที่ได้จากการสังเกต (Observed Frequency) จากกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามความถี่ที่คาดหวัง (Expected Frequency) ไว้หรือไม่ตามนัยสำคัญที่กำหนด การทดสอบโดยใช้สูตรคำนวณ χ^2 Test คือ

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^K \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \approx \frac{\chi^2}{c-1} (1-a)$$

χ^2 = ค่าสถิติไคสแควร์

O_i = ความถี่ที่ได้จากการสังเกต

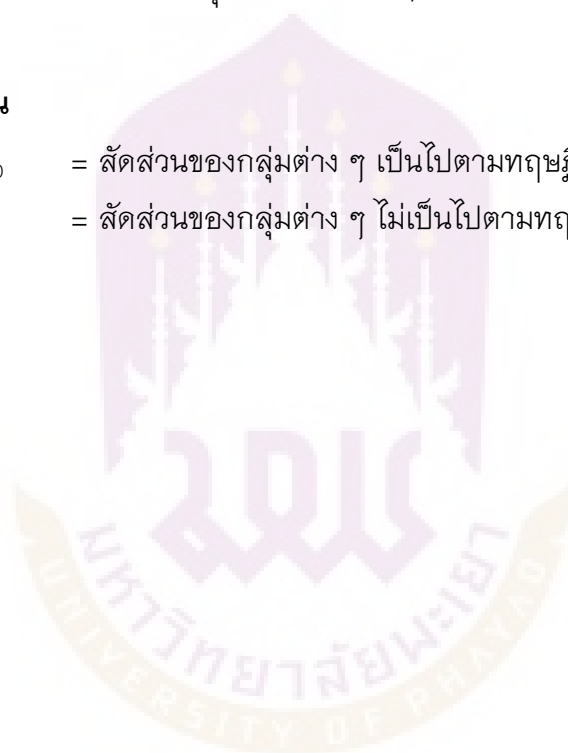
E_i = ความถี่ที่คาดหวังซึ่งมีค่าเท่ากับจำนวนข้อมูลที่คูณด้วยสัดส่วนที่คาดหวัง

K = จำนวนกลุ่มตัวแปรกรณีนี้ $df=K-1$

สมมติฐาน

H_0 = สัดส่วนของกลุ่มต่าง ๆ เป็นไปตามทฤษฎีที่คาดหวัง

H_1 = สัดส่วนของกลุ่มต่าง ๆ ไม่เป็นไปตามทฤษฎีที่คาดหวัง



บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการศึกษารีวิวเรื่อง “การส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก” ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์การศึกษา 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เลือกการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก 2) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

รูปแบบวิธีการวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยจะใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้สำหรับศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา โดยผลการวิเคราะห์จะนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก และข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายกของนักท่องเที่ยว โดยวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ค่าเฉลี่ย Mean และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน (เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่าน กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของนักท่องเที่ยว (จำนวนครั้ง) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน บุคคลที่ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวในครั้งนี้ และกิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก มากที่สุด โดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์ (ChiSquare test)

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน (เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน) มีผลต่อระดับ

ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ) ของการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายกไม่แตกต่างกัน โดยสถิติที่ใช้ทดสอบได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างสัมพันธ์กันสำหรับคำถามที่มีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Fisher's Least Significant Difference: LSD)

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	207	51.8
หญิง	193	48.3
รวม	400	100.0
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	247	61.8
20-30 ปี	47	11.8
31-40 ปี	51	12.8
41-50 ปี	33	8.3
51-60 ปี	9	2.3
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	13	3.3
รวม	400	100.0
สถานภาพ		
โสด	274	68.5
สมรส	117	29.3
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	9	2.3

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	259	64.8
ปริญญาตรี	79	19.8
สูงกว่าปริญญาตรี	62	15.5
รวม	400	100.0
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	243	60.8
ข้าราชการ	39	9.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	6.5
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	35	8.8
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	33	8.3
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	19	4.8
อื่น ๆ	5	1.3
รวม	400	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	244	61.0
15,001-20,000 บาท	48	12.0
20,001-25,000 บาท	42	10.5
25,001-30,000 บาท	10	2.5
30,001-35,000 บาท	22	5.5
35,001-40,000 บาท	34	8.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเป็นเพศชาย ร้อยละ 51.8 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 61.8 สถานภาพโสด ร้อยละ 68.5 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 64.8 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 60.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 61.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

ตาราง 2 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน		
เพื่อความสนุกสนานและบันเทิง	164	41.0
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	93	23.3
เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์	75	18.8
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	35	8.8
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	31	7.8
อื่น ๆ	2	.5
รวม	400	100.0
สถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยของท่าน		
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	107	26.8
น้ำตกสาริกา	84	21.0
โรงเรียนนายร้อย จปร.	137	34.3
เขื่อนขุนด่านปราการชล	47	11.8
ศูนย์ผจญภัยเขาหล่น	25	6.3
รวม	400	100.0
กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนีของท่าน		
ล่องแก่ง	69	17.3
พายเรือคายัค	25	6.3
กระโดดหอ	49	12.3
เลื่อนข้ามลำน้ำ	12	3.0
ยิงปืนบีบีกัน	21	5.3
ยิงปืนเพนต์บอล	14	3.5
ปั่นจักรยาน	92	23.0

ตาราง 2 (ต่อ)

พฤติกรรมกาการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
มอเตอร์ไซด์ ATV	23	5.8
เดินป่าผจญภัย	54	13.5
รวม	400	100.0
ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง)		
ทุกเดือน	126	31.5
2 เดือนครั้ง	97	24.3
3 เดือนครั้ง	38	9.5
4 เดือนครั้ง	76	19.0
อื่น ๆ	63	15.8
รวม	400	100.0
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน		
วันจันทร์-วันศุกร์	55	13.8
วันหยุดสุดสัปดาห์	131	32.8
วันหยุดเทศกาล	82	20.5
วันหยุดปิดภาคเรียน	132	33.0
รวม	400	100.0
บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้		
ครอบครัว	252	63.0
เพื่อน	74	18.5
ญาติ/พี่น้อง	21	5.3
คนรัก	41	10.3
คนเดียว	8	2.0
อื่น ๆ	4	1.0
รวม	400	100.0
กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด		
ล่องแก่ง	58	14.5

ตาราง 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
พายเรือคายัค	26	6.5
กระโดดหอ	40	10.0
เลื่อนข้ามลำน้ำ	8	2.0
ยิงปืนบีบีกัน	26	6.5
ยิงปืนเพนต์บอล	17	4.3
ยิงธนู	20	5.0
ยิงปืน	49	12.3
ปั่นจักรยาน	68	17.0
มอเตอร์ไซด์ ATV	28	7.0
เดินป่าผจญภัย	60	15.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่านเพื่อความสนุกสนานและบันเทิง ร้อยละ 41.0 สถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยของท่าน โรงเรียนนายร้อย จปร. ร้อยละ 34.3 กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้นักท่องเที่ยว ปั่นจักรยาน ร้อยละ 23.0 ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง) ทุกเดือน ร้อยละ 31.5 ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่านวันหยุดปิดภาคเรียน ร้อยละ 33.0 บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้นักท่องเที่ยว ร้อยละ 63.0 กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด ปั่นจักรยาน ร้อยละ 17.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลจะวิเคราะห์ทั้งในภาพรวมในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพและวิเคราะห์รายชื่อ ทั้งนี้ มีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ผลดังนี้

4.20–5.00	หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการมากที่สุด
3.40–4.19	หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการมาก
2.60–3.39	หมายถึง	มีคุณภาพการให้บริการปานกลาง

1.80–2.59 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการน้อย
 0.00–1.79 หมายถึง มีคุณภาพการให้บริการน้อยที่สุด
 โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ปรากฏผลดังตาราง 3

**ตาราง 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทย
 ให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย
 จังหวัดนครนายก**

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.133	0.550	มาก
1. ความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย	4.448	0.713	มากที่สุด
2. ความปลอดภัยในกิจกรรมผจญภัย	4.203	0.684	มากที่สุด
3. ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย	3.965	0.813	มาก
4. ความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย	4.000	0.810	มาก
5. ความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย	4.048	0.901	มาก
ด้านราคา	3.871	0.585	มาก
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน	4.028	0.818	มาก
2. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับกิจกรรม	3.903	0.758	มาก
3. ราคาค่าใช้จ่ายในการเล่นกิจกรรมมีความคุ้มค่า	3.815	0.823	มาก
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่มีความเหมาะสม	3.830	0.879	มาก
5. ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	3.778	0.919	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.863	0.639	มาก
1. ให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม	4.015	0.855	มาก
2. ให้มีการจัดโปรแกรมกิจกรรมแบบเหมาจ่ายรายวัน	3.860	0.823	มาก
3. การบริการอินเทอร์เน็ตที่สะดวก	3.793	0.963	มาก
4. มีช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกและชัดเจน	3.843	0.933	มาก
5. มีช่องทางติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.803	0.941	มาก
ด้านการส่งเสริมตลาด	3.588	0.709	มาก
1. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก	3.945	0.902	มาก

ตาราง 3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่ง ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก	3.598	0.862	มาก
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของการท่องเที่ยว	3.393	0.954	ปานกลาง
4. ให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	3.380	1.014	ปานกลาง
5. การให้บริการด้านข้อมูลที่ต้องการและมีความ รวดเร็ว	3.625	0.988	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.931	0.557	มาก
1. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย	4.043	0.795	มาก
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินทางใน แหล่งท่องเที่ยว	3.905	0.811	มาก
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการ บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว	3.958	0.841	มาก
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำกิจกรรมที่เหมาะสม	3.908	0.837	มาก
5. มีผู้เชี่ยวชาญให้บริการอำนวยความสะดวกในการทำ กิจกรรม	3.840	0.867	มาก
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	3.996	0.562	มาก
1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความ เหมาะสมกับการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย	4.213	0.796	มากที่สุด
2. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพียงพอต่อความ ต้องการ	3.978	0.741	มาก
3. ห้องน้ำมีความเพียงพอและสะอาดต่อนักท่องเที่ยว	3.880	0.817	มาก
4. พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอและปลอดภัย	3.985	0.819	มาก
5. แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ดี แก่กิจกรรมแบบ ผจญภัย	3.923	0.808	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับ
ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยประเด็น
ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย

(ค่าเฉลี่ย 4.448) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.028) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.015) ด้านการส่งเสริมตลาด อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.945) ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ (ค่าเฉลี่ย 3.965) ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย (ค่าเฉลี่ย 4.043) ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย (ค่าเฉลี่ย 4.213)

ตอนที่ 2 ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่าน กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้นของท่าน ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้นี้ กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

H_1 : เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไควสแควร์ ChiSquare

สมมติฐานที่ 1.1 เพศ พฤติกรรมแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

ตาราง 4 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ชาย		หญิง		χ^2	Sig.		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน								
เพื่อความสนุกสนานและบันเทิง	95	45.9	69	35.8	12.839a	0.025*		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	40	19.3	53	27.5				
เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์	38	18.4	37	19.2				
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	12	5.8	23	11.9				
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	21	10.1	10	5.2				
อื่น ๆ	1	0.5	1	0.5				
รวม	207	100.0	193	100.0				
สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่าน								
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	54	26.1	53	27.5	4.931a	0.294		
น้ำตกสาริกา	41	19.8	43	22.3				
โรงเรียนนายร้อย จปร.	78	37.7	59	30.6				
เขื่อนขุนด่านปราการชล	19	9.2	28	14.5				
ศูนย์ผจญภัยเขาหล่น	15	7.2	10	5.2				
รวม	207	100.0	193	100.0				
กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้ของท่าน								
ล่องแก่ง	38	18.4	31	16.1	26.076a	0.003*		
พายเรือคายัค	13	6.3	12	6.2				
กระโดดหอ	23	11.1	26	13.5				
เลื่อนข้ามลำน้ำ	4	1.9	8	4.1				
ยิงปืนบีบีกัน	15	7.2	6	3.1				
ยิงปืนฟันต์บอล	13	6.3	1	0.5				
ยิงธนู	5	2.4	7	3.6				
ยิงปืน	18	8.7	11	5.7				
ปั่นจักรยาน	36	17.4	56	29.0				
มอเตอร์ไซด์ ATV	9	4.3	14	7.3				
เดินป่าผจญภัย	33	15.9	21	10.9				
รวม	207	100.0	193	100.0				

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ชาย		หญิง		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ความถี่ในการท่องเที่ยวชมจตุรัสของท่าน (จำนวนครั้ง)						
ทุกเดือน	78	37.7	48	24.9	22.956a	0.000*
2 เดือนครั้ง	34	16.4	63	32.6		
3 เดือนครั้ง	25	12.1	13	6.7		
4 เดือนครั้ง	44	21.3	32	16.6		
อื่น ๆ	26	12.6	37	19.2		
รวม	207	100.0	193	100.0		
บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้						
วันจันทร์-วันศุกร์	43	20.8	12	6.2	19.212a	0.000*
วันหยุดสุดสัปดาห์	57	27.5	74	38.3		
วันหยุดเทศกาล	41	19.8	41	21.2		
วันหยุดปิดภาคเรียน	66	31.9	66	34.2		
รวม	207	100.0	193	100.0		
บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้						
ครอบครัว	121	58.5	131	67.9	8.446a	0.133
เพื่อน	39	18.8	35	18.1		
ญาติ/พี่น้อง	13	6.3	8	4.1		
คนรัก	27	13.0	14	7.3		
คนเดียว	6	2.9	2	1.0		
อื่น ๆ	1	0.5	3	1.6		
รวม	207	100.0	193	100.0		
กิจกรรมที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบจตุรัสในจังหวัดนครนายก						
ล่องแก่ง	34	16.4	24	12.4	34.143a	0.000*
พายเรือคายัค	17	8.2	9	4.7		
กระโดดหอ	13	6.3	27	14.0		
เลื่อนข้ามลำน้ำ	3	1.4	5	2.6		
ยิงปืนบีบีกัน	13	6.3	13	6.7		
ยิงปืนเพนต์บอล	10	4.8	7	3.6		
ยิงธนู	7	3.4	13	6.7		
ยิงปืน	36	17.4	13	6.7		
ปั่นจักรยาน	22	10.6	46	23.8		
มอเตอร์ไซด์ ATV	15	7.2	13	6.7		

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ชาย		หญิง		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เดินป่าผจญภัย	37	17.9	23	11.9		
รวม	207	100.0	193	100.0		

จากตาราง 4 พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน (Sig.=0.025) กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้อของท่าน (Sig.=0.003) ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง) (Sig.=0.000) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig.=0.000) กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด (Sig.=0.000)

สมมติฐานที่ 1.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

ผู้วิจัยได้แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของสมมติฐานที่ 1.2 ไว้ดังตาราง 5 พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน (Sig.=0.001) สถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยของท่าน (Sig.=0.000) กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้อของท่าน (Sig.=0.000) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig.=0.000) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้ง (Sig.=0.000) กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด (Sig.=0.006)

ตาราง 5 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี		20 ปี - 30 ปี		31 ปี - 40 ปี		41 ปี - 50 ปี		51 ปี - 60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน														
เพื่อความสนุกสนานและบันเทิง	123	75.0	13	7.9	13	7.9	10	6.1	4	2.4	1	0.6	52.701a	0.001*
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	39	41.9	17	18.3	17	18.3	11	11.8	2	2.2	7	7.5		
เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์	45	60.0	8	10.7	13	17.3	5	6.7	2	2.7	2	2.7		
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	16	45.7	6	17.1	6	17.1	5	14.3	1	2.9	1	2.9		
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	24	77.4	3	9.7	1	3.2	1	3.2	0	0.0	2	6.5		
อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0		
รวม	247	61.8	47	11.8	51	12.8	33	8.3	9	2.3	13	3.3		
สถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยของท่าน														
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	83	77.6	5	4.7	2	1.9	8	7.5	3	2.8	6	5.6	68.483a	0.000*
น้ำตกสาริกา	53	63.1	11	13.1	10	11.9	8	9.5	0	0.0	2	2.4		
โรงเรียนนายร้อย จปร.	78	56.9	20	14.6	19	13.9	13	9.5	6	4.4	1	0.7		
เขื่อนขุนด่านปราการชล	25	53.2	5	10.6	13	27.7	4	8.5	0	0.0	0	0.0		
ศูนย์ผจญภัยเขาหล่น	8	32.0	6	24.0	7	28.0	0	0.0	0	0.0	4	16.0		
รวม	247	61.8	47	11.8	51	12.8	33	8.3	9	2.3	13	3.3		
กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้ของท่าน														
ล่องแก่ง	46	66.7	13	18.8	5	7.2	4	5.8	1	1.4	0	0.0	100.805a	0.000*
พายเรือคายัค	14	56.0	5	20.0	4	16.0	0	0.0	0	0.0	2	8.0		

ตาราง 5 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี		20 ปี - 30 ปี		31 ปี - 40 ปี		41 ปี - 50 ปี		51 ปี - 60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
กระโดดหอ	30	61.2	2	4.1	9	18.4	6	12.2	1	2.0	1	2.0		
เลื่อนข้ามลำน้ำ	2	16.7	2	16.7	2	16.7	3	25.0	2	16.7	1	8.3		
ยิงปืนบีบีกัน	15	71.4	3	14.3	3	14.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
ยิงปืนเพนดัมบอล	9	64.3	2	14.3	3	21.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
ยิงธนู	11	91.7	0	0.0	1	8.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
ยิงปืน	8	27.6	4	13.8	9	31.0	6	20.7	2	6.9	0	0.0		
ปั่นจักรยาน	62	67.4	6	6.5	9	9.8	6	6.5	2	2.2	7	7.6		
มอเตอร์ไซด์ ATV	8	34.8	5	21.7	4	17.4	5	21.7	1	4.3	0	0.0		
เดินป่าผจญภัย	42	77.8	5	9.3	2	3.7	3	5.6	0	0.0	2	3.7		
รวม	247	61.8	47	11.8	51	12.8	33	8.3	9	2.3	13	3.3		
ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง)														
ทุกเดือน	80	63.5	15	11.9	12	9.5	11	8.7	5	4.0	3	2.4	25.675a	0.177
2 เดือนครั้ง	54	55.7	13	13.4	11	11.3	13	13.4	1	1.0	5	5.2		
3 เดือนครั้ง	24	63.2	8	21.1	2	5.3	3	7.9	1	2.6	0	0.0		
4 เดือนครั้ง	49	64.5	6	7.9	15	19.7	2	2.6	2	2.6	2	2.6		
อื่น ๆ	40	63.5	5	7.9	11	17.5	4	6.3	0	0.0	3	4.8		
รวม	247	61.8	47	11.8	51	12.8	33	8.3	9	2.3	13	3.3		

ตาราง 5 (ต่อ)

พฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี		20 ปี - 30 ปี		31 ปี - 40 ปี		41 ปี - 50 ปี		51 ปี - 60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน														
วันจันทร์ - วันศุกร์	51	92.7	3	5.5	1	1.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	101.320a	0.000*
วันหยุดสุดสัปดาห์	56	42.7	18	13.7	30	22.9	20	15.3	4	3.1	3	2.3		
วันหยุดเทศกาล	33	40.2	17	20.7	12	14.6	7	8.5	4	4.9	9	11.0		
วันหยุดปีศาจเรียน	107	81.1	9	6.8	8	6.1	6	4.5	1	0.8	1	0.8		
รวม	247	61.8	47	11.8	51	12.8	33	8.3	9	2.3	13	3.3		
บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้														
ครอบครัว	164	65.1	16	6.3	32	12.7	26	10.3	6	2.4	8	3.2	75.346a	0.000*
เพื่อน	37	50.0	24	32.4	8	10.8	2	2.7	2	2.7	1	1.4		
ญาติ/พี่น้อง	15	71.4	1	4.8	3	14.3	0	0.0	0	0.0	2	9.5		
คนรัก	27	65.9	5	12.2	6	14.6	3	7.3	0	0.0	0	0.0		
คนเดียว	2	25.0	1	12.5	0	0.0	2	25.0	1	12.5	2	25.0		
อื่น ๆ	2	50.0	0	0.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
รวม	247	61.8	47	11.8	51	12.8	33	8.3	9	2.3	13	3.3		
กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด														
ล่องแก่ง	37	63.8	11	19.0	3	5.2	6	10.3	1	1.7	0	0.0	78.452a	0.006*
พายเรือคายัค	15	57.7	2	7.7	5	19.2	2	7.7	1	3.8	1	3.8		
กระโดดหอ	26	65.0	1	2.5	6	15.0	6	15.0	1	2.5	0	0.0		

ตาราง 5 (ต่อ)

พฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง	ต่ำกว่า 20 ปี		20 ปี - 30 ปี		31 ปี - 40 ปี		41 ปี - 50 ปี		51 ปี - 60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เลื่อนข้ามลำน้ำ	1	12.5	4	50.0	2	25.0	0	0.0	1	12.5	0	0.0		
ยิงปืนบีบีกัน	16	61.5	4	15.4	4	15.4	1	3.8	0	0.0	1	3.8		
ยิงปืนเฟรนด์บอล	8	47.1	3	17.6	6	35.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
ยิงธนู	14	70.0	2	10.0	3	15.0	1	5.0	0	0.0	0	0.0		
ยิงปืน	28	57.1	3	6.1	7	14.3	7	14.3	3	6.1	1	2.0		
ปั่นจักรยาน	45	66.2	5	7.4	6	8.8	4	5.9	2	2.9	6	8.8		
มอเตอร์ไซด์ ATV	14	50.0	8	28.6	4	14.3	1	3.6	0	0.0	1	3.6		
เดินป่าผจญภัย	43	71.7	4	6.7	5	8.3	5	8.3	0	0.0	3	5.0		
รวม	247	61.8	47	11.8	51	12.8	33	8.3	9	2.3	13	3.3		

สมมติฐานที่ 1.3 สถานะการสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

ตาราง 6 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานะการสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	โสด		สมรส		สมรส		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน								
เพื่อความสนุกสนานและ บันเทิง	130	47.4	31	26.5	3	33.3	33.078a	0.000*
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	50	18.2	40	34.2	3	33.3		
เพื่อเพิ่มความรู้และ ประสบการณ์	46	16.8	26	22.2	3	33.3		
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคล ใกล้ชิด	21	7.7	14	12.0	0	0.0		
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	27	9.9	4	3.4	0	0.0		
อื่น ๆ	0	0.0	2	1.7	0	0.0		
รวม	274	100.0	117	100.0	9	100.0		
สถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยของท่าน								
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	81	29.6	25	21.4	1	11.1	19.374a	0.013*
น้ำตกสาริกา	60	21.9	20	17.1	4	44.4		
โรงเรียนนายร้อย จปร.	92	33.6	43	36.8	2	22.2		
เขื่อนขุนด่านปราการชล	31	11.3	16	13.7	0	0.0		
ศูนย์ผจญภัยเขาหลั่น	10	3.6	13	11.1	2	22.2		
รวม	274	100.0	117	100.0	9	100.0		
กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้ของท่าน								
ล่องแก่ง	58	21.2	10	8.5	1	11.1	60.073a	0.000*
พายเรือคายัค	17	6.2	5	4.3	3	33.3		
กระโดดหอ	30	10.9	18	15.4	1	11.1		
เลื่อนข้ามลำน้ำ	2	0.7	9	7.7	1	11.1		
ยิงปืนบีบีกัน	17	6.2	4	3.4	0	0.0		
ยิงปืนฟันต์บอล	10	3.6	4	3.4	0	0.0		
ยิงธนู	11	4.0	1	0.9	0	0.0		
ยิงปืน	13	4.7	16	13.7	0	0.0		
ปั่นจักรยาน	59	21.5	31	26.5	2	22.2		
มอเตอร์ไซค์ ATV	12	4.4	10	8.5	1	11.1		
เดินป่าผจญภัย	45	16.4	9	7.7	0	0.0		
รวม	274	100.0	117	100.0	9	100.0		

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	โสด		สมรส		สมรส		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ความถี่ในการท่องเที่ยวชมภูภัยของท่าน (จำนวนครั้ง)								
ทุกเดือน	94	34.3	30	25.6	2	22.2	15.308a	0.053
2 เดือนครั้ง	52	19.0	41	35.0	4	44.4		
3 เดือนครั้ง	30	10.9	8	6.8	0	0.0		
4 เดือนครั้ง	54	19.7	20	17.1	2	22.2		
อื่น ๆ	44	16.1	18	15.4	1	11.1		
รวม	274	100.0	117	100.0	9	100.0		
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน								
วันจันทร์ – วันศุกร์	54	19.7	1	0.9	0	0.0	64.174a	0.000*
วันหยุดสุดสัปดาห์	75	27.4	53	45.3	3	33.3		
วันหยุดเทศกาล	37	13.5	40	34.2	5	55.6		
วันหยุดปิดภาคเรียน	108	39.4	23	19.7	1	11.1		
รวม	274	100.0	117	100.0	9	100.0		
บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้								
ครอบครัว	164	59.9	84	71.8	4	44.4	33.384a	0.000*
เพื่อน	59	21.5	14	12.0	1	11.1		
ญาติ/พี่น้อง	15	5.5	4	3.4	2	22.2		
คนรัก	30	10.9	11	9.4	0	0.0		
คนเดียว	3	1.1	3	2.6	2	22.2		
อื่นๆ	3	1.1	1	0.9	0	0.0		
รวม	274	100.0	117	100.0	9	100.0		
กิจกรรมที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด								
ล่องแก่ง	45	16.4	12	10.3	1	11.1	14.012a	0.830
พายเรือคายัค	18	6.6	7	6.0	1	11.1		
กระโดดหอ	26	9.5	13	11.1	1	11.1		
เลื่อนข้ามลำน้ำ	3	1.1	5	4.3	0	0.0		
ยิงปืนบีบีกัน	19	6.9	7	6.0	0	0.0		
ยิงปืนฟันต์บอล	11	4.0	6	5.1	0	0.0		
ยิงธนู	15	5.5	5	4.3	0	0.0		
ยิงปืน	31	11.3	16	13.7	2	22.2		
ปั่นจักรยาน	41	15.0	25	21.4	2	22.2		
มอเตอร์ไซค์ ATV	20	7.3	7	6.0	1	11.1		
เดินป่าผจญภัย	45	16.4	14	12.0	1	11.1		
รวม	274	100.0	117	100.0	9	100.0		

จากตาราง 6 พบว่า สถานภาพการสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือวัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน (Sig.=0.000) สถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยของท่าน (Sig.=0.013) กิจกรรมการผจญภัยในครั้ง นี้ของท่าน (Sig.= 0.000) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของ (Sig.=0.000) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้ (Sig.=0.000)

สมมติฐานที่ 1.4 การศึกษาสูงสุด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

ตาราง 7 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาระดับสูงสุดกับพฤติกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน								
เพื่อความสนุกสนานและบันเทิง	128	49.4	17	21.5	19	30.6	47.909a	0.000*
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	42	16.2	32	40.5	19	30.6		
เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์	47	18.1	17	21.5	11	17.7		
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	18	6.9	8	10.1	9	14.5		
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	24	9.3	5	6.3	2	3.2		
อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	2	3.2		
รวม	259	100.0	79	100.0	62	100.0		
สถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยของท่าน								
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	81	31.3	5	6.3	21	33.9	45.768a	0.000*
น้ำตกสาริกา	55	21.2	13	16.5	16	25.8		
โรงเรียนนายร้อย จปร.	90	34.7	36	45.6	11	17.7		
เขื่อนขุนด่านปราการชล	25	9.7	17	21.5	5	8.1		
ศูนย์ผจญภัยเขาหล่น	8	3.1	8	10.1	9	14.5		
รวม	259	100.0	79	100.0	62	100.0		
กิจกรรมการผจญภัยในครั้ง นี้ของท่าน								
ล่องแก่ง	50	19.3	11	13.9	8	12.9	60.945a	0.000*
พายเรือคายัค	13	5.0	6	7.6	6	9.7		
กระโดดหอ	32	12.4	14	17.7	3	4.8		
เลื่อนข้ามลำน้ำ	2	0.8	2	2.5	8	12.9		
ยิงปืนบีบีกัน	15	5.8	3	3.8	3	4.8		

ตาราง 7 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ยิงปืนเพนต์บอล	10	3.9	4	5.1	0	0.0		
ยิงธนู	11	4.2	0	0.0	1	1.6		
ยิงปืน	12	4.6	13	16.5	4	6.5		
ปั่นจักรยาน	59	22.8	16	20.3	17	27.4		
มอเตอร์ไซค์ ATV	12	4.6	6	7.6	5	8.1		
เดินป่าผจญภัย	43	16.6	4	5.1	7	11.3		
รวม	259	100.0	79	100.0	62	100.0		
ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง)								
ทุกเดือน	85	32.8	26	32.9	15	24.2	8.992a	0.343
2 เดือนครั้ง	54	20.8	21	26.6	22	35.5		
3 เดือนครั้ง	28	10.8	7	8.9	3	4.8		
4 เดือนครั้ง	52	20.1	14	17.7	10	16.1		
อื่น ๆ	40	15.4	11	13.9	12	19.4		
รวม	259	100.0	79	100.0	62	100.0		
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน								
วันจันทร์ – วันศุกร์	51	19.7	3	3.8	1	1.6	77.438a	0.000*
วันหยุดสุดสัปดาห์	65	25.1	46	58.2	20	32.3		
วันหยุดเทศกาล	36	13.9	25	31.6	21	33.9		
วันหยุดปิดภาคเรียน	107	41.3	5	6.3	20	32.3		
รวม	259	100.0	79	100.0	62	100.0		
บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้								
ครอบครัว	166	64.1	46	58.2	40	64.5	26.544a	0.003*
เพื่อน	43	16.6	24	30.4	7	11.3		
ญาติ/พี่น้อง	17	6.6	2	2.5	2	3.2		
คนรัก	29	11.2	5	6.3	7	11.3		
คนเดียว	2	0.8	1	1.3	5	8.1		
อื่น ๆ	2	0.8	1	1.3	1	1.6		
รวม	259	100.0	79	100.0	62	100.0		
กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด								
ล่องแก่ง	38	14.7	13	16.5	7	11.3	40.049a	0.005*
พายเรือคายัค	16	6.2	6	7.6	4	6.5		
กระโดดหอ	28	10.8	11	13.9	1	1.6		
เลื่อนข้ามลำน้ำ	2	0.8	1	1.3	5	8.1		
ยิงปืนบีบีกัน	16	6.2	5	6.3	5	8.1		
ยิงปืนเพนต์บอล	9	3.5	5	6.3	3	4.8		
ยิงธนู	15	5.8	3	3.8	2	3.2		

ตาราง 7 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ยิงปืน	32	12.4	13	16.5	4	6.5		
บ้านจักรยาน	41	15.8	11	13.9	16	25.8		
มอเตอร์ไซด์ ATV	18	6.9	8	10.1	2	3.2		
เดินป่าผจญภัย	44	17.0	3	3.8	13	21.0		
รวม	259	100.0	79	100.0	62	100.0		

จากตาราง 7 พบว่า การศึกษาสูงสุด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน (Sig.=0.000) สถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยของท่าน (Sig.=0.000) กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้อของท่าน (Sig.=0.000) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig.=0.000) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้อ (Sig.=0.003) กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด (Sig.=0.00)

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

จากตาราง 8 พบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน (Sig.=0.000) สถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยของท่าน (Sig.=0.001) กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้อของท่าน (Sig.=0.000) ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง) (Sig.=0.007) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig.=0.000) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้อ (Sig.=0.011) กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด (Sig.=0.030)

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

จากตาราง 9 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ วัตถุประสงค์ของการเดินทางของ (Sig.=0.000) สถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยของท่าน (Sig.=0.000) กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้อของท่าน (Sig.=0.010) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig.=0.000) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้อ (Sig.=0.000)

ตาราง 8 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉา จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/แม่บ้าน		อื่น ๆ		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน																
เพื่อความสนุกสนานและ บันเทิง	122	50.2	8	20.5	8	30.8	11	31.4	7	21.2	5	26.3	3	60.0	82.823a	.000*
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	37	15.2	13	33.3	12	46.2	13	37.1	14	42.4	4	21.1	0	0.0		
เพื่อเพิ่มความรู้และ ประสบการณ์	43	17.7	10	25.6	3	11.5	4	11.4	7	21.2	6	31.6	2	40.0		
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคล ใกล้ชิด	15	6.2	5	12.8	3	11.5	6	17.1	3	9.1	3	15.8	0	0.0		
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	26	10.7	3	7.7	0	0.0	1	2.9	0	0.0	1	5.3	0	0.0		
อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	6.1	0	0.0	0	0.0		
รวม	243	100.0	39	100.0	26	100.0	35	100.0	33	100.0	19	100.0	5	100.0		
สถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบมัจฉาของท่าน																
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	78	32.1	4	10.3	4	15.4	6	17.1	9	27.3	5	26.3	1	20.0	50.513a	.001*
น้ำตกสาริกา	54	22.2	10	25.6	5	19.2	5	14.3	4	12.1	4	21.1	2	40.0		
โรงเรียนนายร้อย จปร.	79	32.5	21	53.8	9	34.6	15	42.9	7	21.2	5	26.3	1	20.0		
เขื่อนขุนด่านปราการชล	24	9.9	3	7.7	5	19.2	7	20.0	5	15.2	3	15.8	0	0.0		
ศูนย์มัจฉาเขาลั่น	8	3.3	1	2.6	3	11.5	2	5.7	8	24.2	2	10.5	1	20.0		
รวม	243	100.0	39	100.0	26	100.0	35	100.0	33	100.0	19	100.0	5	100.0		

ตาราง 8 (ต่อ)

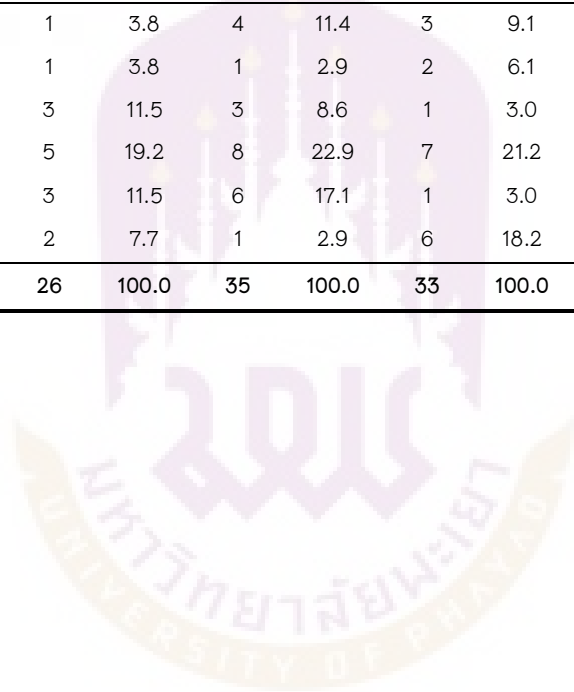
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/แม่บ้าน		อื่น ๆ		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนั้นของท่าน																
ล่องแก่ง	50	20.6	2	5.1	4	15.4	4	11.4	7	21.2	2	10.5	0	0.0	107.296a	.000*
พายเรือคายัค	12	4.9	5	12.8	5	19.2	1	2.9	1	3.0	1	5.3	0	0.0		
กระโดดหอ	28	11.5	8	20.5	2	7.7	4	11.4	4	12.1	1	5.3	2	40.0		
เลื่อนข้ามลำน้ำ	2	0.8	3	7.7	2	7.7	2	5.7	1	3.0	1	5.3	1	20.0		
ยิงปืนบีบีกัน	15	6.2	0	0.0	1	3.8	2	5.7	2	6.1	0	0.0	1	20.0		
ยิงปืนเพนต์บอล	10	4.1	1	2.6	1	3.8	0	0.0	2	6.1	0	0.0	0	0.0		
ยิงธนู	11	4.5	0	0.0	0	0.0	1	2.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
ยิงปืน	8	3.3	9	23.1	4	15.4	4	11.4	2	6.1	2	10.5	0	0.0		
ปั่นจักรยาน	58	23.9	3	7.7	4	15.4	12	34.3	9	27.3	6	31.6	0	0.0		
มอเตอร์ไซด์ ATV	8	3.3	5	12.8	0	0.0	4	11.4	3	9.1	3	15.8	0	0.0		
เดินป่าผจญภัย	41	16.9	3	7.7	3	11.5	1	2.9	2	6.1	3	15.8	1	20.0		
รวม	243	100.0	39	100.0	26	100.0	35	100.0	33	100.0	19	100.0	5	100.0		
ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง)																
ทุกเดือน	81	33.3	20	51.3	9	34.6	7	20.0	5	15.2	3	15.8	1	20.0	44.538a	.007*
2 เดือนครั้ง	48	19.8	12	30.8	7	26.9	13	37.1	7	21.2	7	36.8	3	60.0		
3 เดือนครั้ง	25	10.3	3	7.7	2	7.7	4	11.4	3	9.1	1	5.3	0	0.0		
4 เดือนครั้ง	49	20.2	2	5.1	6	23.1	6	17.1	6	18.2	7	36.8	0	0.0		
อื่น ๆ	40	16.5	2	5.1	2	7.7	5	14.3	12	36.4	1	5.3	1	20.0		
รวม	243	100.0	39	100.0	26	100.0	35	100.0	33	100.0	19	100.0	5	100.0		

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/แม่บ้าน		อื่น ๆ		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน																
วันจันทร์ – วันศุกร์	51	21.0	1	2.6	0	0.0	1	2.9	2	6.1	0	0.0	0	0.0	107.632a	.000*
วันหยุดสุดสัปดาห์	58	23.9	24	61.5	12	46.2	20	57.1	13	39.4	3	15.8	1	20.0		
วันหยุดเทศกาล	28	11.5	9	23.1	11	42.3	11	31.4	13	39.4	9	47.4	1	20.0		
วันหยุดปิดภาคเรียน	106	43.6	5	12.8	3	11.5	3	8.6	5	15.2	7	36.8	3	60.0		
รวม	243	100.0	39	100.0	26	100.0	35	100.0	33	100.0	19	100.0	5	100.0		
บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้																
ครอบครัว	159	65.4	24	61.5	15	57.7	17	48.6	18	54.5	14	73.7	5	100.0	50.376a	.011*
เพื่อน	37	15.2	9	23.1	9	34.6	15	42.9	3	9.1	1	5.3	0	0.0		
ญาติ/พี่น้อง	15	6.2	2	5.1	1	3.8	0	0.0	3	9.1	0	0.0	0	0.0		
คนรัก	28	11.5	2	5.1	0	0.0	1	2.9	6	18.2	4	21.1	0	0.0		
คนเดียว	2	0.8	2	5.1	1	3.8	1	2.9	2	6.1	0	0.0	0	0.0		
อื่นๆ	2	0.8	0	0.0	0	0.0	1	2.9	1	3.0	0	0.0	0	0.0		
รวม	243	100.0	39	100.0	26	100.0	35	100.0	33	100.0	19	100.0	5	100.0		
กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด																
ล่องแก่ง	36	14.8	4	10.3	5	19.2	6	17.1	5	15.2	2	10.5	0	0.0	82.284a	.030*
พายเรือคายัค	15	6.2	3	7.7	2	7.7	2	5.7	3	9.1	1	5.3	0	0.0		
กระโดดหอ	25	10.3	9	23.1	1	3.8	3	8.6	2	6.1	0	0.0	0	0.0		
เลื่อนข้ามลำน้ำ	3	1.2	1	2.6	1	3.8	0	0.0	1	3.0	1	5.3	1	20.0		
ยิงปืนปีปีกัน	17	7.0	1	2.6	2	7.7	1	2.9	2	6.1	1	5.3	2	40.0		

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/แม่บ้าน		อื่น ๆ		χ^2	Sig.
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ยิงปืนเพนต์บอล	8	3.3	1	2.6	1	3.8	4	11.4	3	9.1	0	0.0	0	0.0		
ยิงธนู	15	6.2	1	2.6	1	3.8	1	2.9	2	6.1	0	0.0	0	0.0		
ยิงปืน	27	11.1	11	28.2	3	11.5	3	8.6	1	3.0	4	21.1	0	0.0		
ปั่นจักรยาน	40	16.5	3	7.7	5	19.2	8	22.9	7	21.2	5	26.3	0	0.0		
มอเตอร์ไซด์ ATV	14	5.8	3	7.7	3	11.5	6	17.1	1	3.0	1	5.3	0	0.0		
เดินป่าผจญภัย	43	17.7	2	5.1	2	7.7	1	2.9	6	18.2	4	21.1	2	40.0		
รวม	243	100.0	39	100.0	26	100.0	35	100.0	33	100.0	19	100.0	5	100.0		



ตาราง 9 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉา จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001-30,000		30,001-35,000		35,001-40,000		χ^2	Sig.
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาท		บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน														
เพื่อความสนุกสนานและบันเทิง	123	50.4	14	29.2	13	31.0	2	20.0	3	13.6	9	26.5	80.491a	0.000*
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	38	15.6	16	33.3	12	28.6	5	50.0	10	45.5	12	35.3		
เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์	44	18.0	5	10.4	10	23.8	1	10.0	8	36.4	7	20.6		
เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด	14	5.7	10	20.8	5	11.9	2	20.0	1	4.5	3	8.8		
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	25	10.2	3	6.3	2	4.8	0	0.0	0	0.0	1	2.9		
อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	5.9		
รวม	244	100.0	48	100.0	42	100.0	10	100.0	22	100.0	34	100.0		
สถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบมัจฉาของท่าน														
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	78	32.0	6	12.5	8	19.0	0	0.0	5	22.7	10	29.4	50.252a	0.000*
น้ำตกลาลิกา	56	23.0	8	16.7	6	14.3	3	30.0	5	22.7	6	17.6		
โรงเรียนนายร้อย จปร.	78	32.0	21	43.8	16	38.1	4	40.0	11	50.0	7	20.6		
เขื่อนขุนด่านปราการชล	25	10.2	8	16.7	7	16.7	3	30.0	1	4.5	3	8.8		
ศูนย์มัจฉาเขาลั่น	7	2.9	5	10.4	5	11.9	0	0.0	0	0.0	8	23.5		
รวม	244	100.0	48	100.0	42	100.0	10	100.0	22	100.0	34	100.0		
กิจกรรมการมัจฉาในครั้งนี้ของท่าน														
ล่องแก่ง	49	20.1	7	14.6	4	9.5	2	20.0	3	13.6	4	11.8	76.222a	0.010*
พายเรือคายัค	12	4.9	7	14.6	3	7.1	1	10.0	0	0.0	2	5.9		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001-30,000		30,001-35,000		35,001-40,000		χ^2	Sig.
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาท		บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
กระโดดหอ	26	10.7	7	14.6	6	14.3	1	10.0	6	27.3	3	8.8		
เลื่อนข้ามลำน้ำ	3	1.2	1	2.1	1	2.4	1	10.0	1	4.5	5	14.7		
ยิงปืนปีปีกัน	14	5.7	3	6.3	2	4.8	0	0.0	1	4.5	1	2.9		
ยิงปืนเพนต์บอล	10	4.1	3	6.3	1	2.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
ยิงธนู	11	4.5	0	0.0	1	2.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
ยิงปืน	10	4.1	2	4.2	6	14.3	3	30.0	4	18.2	4	11.8		
ปั่นจักรยาน	58	23.8	10	20.8	9	21.4	2	20.0	6	27.3	7	20.6		
มอเตอร์ไซด์ ATV	11	4.5	4	8.3	4	9.5	0	0.0	1	4.5	3	8.8		
เดินป่าผจญภัย	40	16.4	4	8.3	5	11.9	0	0.0	0	0.0	5	14.7		
รวม	244	100.0	48	100.0	42	100.0	10	100.0	22	100.0	34	100.0		
ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง)														
ทุกเดือน	82	33.6	12	25.0	13	31.0	5	50.0	3	13.6	11	32.4	24.363a	0.227
2 เดือนครั้ง	51	20.9	17	35.4	13	31.0	2	20.0	9	40.9	5	14.7		
3 เดือนครั้ง	27	11.1	5	10.4	1	2.4	2	20.0	2	9.1	1	2.9		
4 เดือนครั้ง	44	18.0	8	16.7	10	23.8	0	0.0	5	22.7	9	26.5		
อื่น ๆ	40	16.4	6	12.5	5	11.9	1	10.0	3	13.6	8	23.5		
รวม	244	100.0	48	100.0	42	100.0	10	100.0	22	100.0	34	100.0		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001-30,000		30,001-35,000		35,001-40,000		χ^2	Sig.
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาท		บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน														
วันจันทร์ - วันศุกร์	48	19.7	1	2.1	3	7.1	0	0.0	1	4.5	2	5.9	87.817a	0.000*
วันหยุดสุดสัปดาห์	56	23.0	26	54.2	21	50.0	8	80.0	6	27.3	14	41.2		
วันหยุดเทศกาล	35	14.3	17	35.4	10	23.8	1	10.0	12	54.5	7	20.6		
วันหยุดปิดภาคเรียน	105	43.0	4	8.3	8	19.0	1	10.0	3	13.6	11	32.4		
รวม	244	100.0	48	100.0	42	100.0	10	100.0	22	100.0	34	100.0		
บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้														
ครอบครัว	157	64.3	21	43.8	26	61.9	8	80.0	18	81.8	22	64.7	55.714a	0.000*
เพื่อน	43	17.6	16	33.3	11	26.2	0	0.0	2	9.1	2	5.9		
ญาติ/พี่น้อง	15	6.1	1	2.1	1	2.4	1	10.0	1	4.5	2	5.9		
คนรัก	26	10.7	9	18.8	1	2.4	1	10.0	0	0.0	4	11.8		
คนเดียว	1	0.4	1	2.1	1	2.4	0	0.0	1	4.5	4	11.8		
อื่นๆ	2	0.8	0	0.0	2	4.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
รวม	244	100.0	48	100.0	42	100.0	10	100.0	22	100.0	34	100.0		
กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด														
ล่องแก่ง	40	16.4	8	16.7	2	4.8	1	10.0	1	4.5	6	17.6	65.539a	0.069
พายเรือคายัค	14	5.7	6	12.5	3	7.1	1	10.0	1	4.5	1	2.9		
กระโดดหอ	24	9.8	4	8.3	5	11.9	0	0.0	6	27.3	1	2.9		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่งเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001-30,000		30,001-35,000		35,001-40,000		χ^2	Sig.
	บาท		บาท		บาท		บาท		บาท		บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เลื่อนข้ามลำน้ำ	3	1.2	2	4.2	0	0.0	0	0.0	1	4.5	2	5.9		
ยิงปืนปีปีกัน	14	5.7	3	6.3	4	9.5	1	10.0	1	4.5	3	8.8		
ยิงปืนเพ็ดบอ	8	3.3	2	4.2	5	11.9	0	0.0	0	0.0	2	5.9		
ยิงธนู	14	5.7	3	6.3	1	2.4	1	10.0	0	0.0	1	2.9		
ยิงปืน	29	11.9	2	4.2	8	19.0	2	20.0	5	22.7	3	8.8		
ปืนจักรยาน	41	16.8	9	18.8	6	14.3	3	30.0	5	22.7	4	11.8		
มอเตอร์ไซด์ ATV	15	6.1	7	14.6	4	9.5	1	10.0	0	0.0	1	2.9		
เดินป่าผจญภัย	42	17.2	2	4.2	4	9.5	0	0.0	2	9.1	10	29.4		
รวม	244	100.0	48	100.0	42	100.0	10	100.0	22	100.0	34	100.0		



ตาราง 10 สรุปภาพรวมที่ได้จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

พฤติกรรม	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว					
	เพศ	อายุ	สถานภาพการสมรส	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้
วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	✓	✓	✓	✓	✓	✓
สถานที่ท่องเที่ยว	✗	✓	✓	✓	✓	✓
กิจกรรมผจญภัย	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ความถี่ในการท่องเที่ยว	✓	✗	✗	✗	✓	✗
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บุคคลที่ร่วมเดินทาง	✗	✓	✓	✓	✓	✓
กิจกรรมชนิดใดที่มีความสนใจจะเข้าร่วม	✓	✓	✗	✓	✓	✗
ภาพรวม	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเครื่องหมาย ✗ แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 10 แสดงผลสรุปของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (chi-square) พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมสัมพันธ์กัน ยกเว้น เพศของนักท่องเที่ยวต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว และบุคคลที่ร่วมเดินทาง อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ ยกเว้นด้านความถี่ในการท่องเที่ยวที่มีความต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ สถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ ยกเว้น ความถี่ในการท่องเที่ยว และกิจกรรมชนิดใดที่มีความสนใจจะเข้าร่วมที่มีความต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ ยกเว้นความถี่ในการท่องเที่ยวที่มีความต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทุก ๆ ด้าน รายได้ของนักท่องเที่ยวในภาพรวมสัมพันธ์กัน ยกเว้นยกเว้นความถี่ในการท่องเที่ยว และกิจกรรมชนิดใดที่มีความสนใจจะเข้าร่วมที่มีความต่างกันไม่มีความสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน (เพศ, อายุ, สถานภาพการสมรส, การศึกษาสูงสุด, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) มีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมตลาด, ด้านบุคลากร, ด้านกระบวนการให้บริการ, ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ) ในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกไม่แตกต่างกัน

โดยสถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยในกลุ่มตัวอย่างสัมพันธ์กันสำหรับคำถามที่มีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Fisher's Least Significant Difference: LSD) จากสมมติฐานดังกล่าวสามารถกำหนดเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

ตาราง 11 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ชาย		หญิง		t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.117	0.560	4.149	0.541	0.006	0.939
1. ความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย	4.502	0.689	4.389	0.735	2.762	0.097
2. ความปลอดภัยในกิจกรรมผจญภัย	4.184	0.700	4.223	0.667	0.012	0.912
3. ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย	3.971	0.870	3.959	0.749	8.637	0.003*
4. ความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย	3.928	0.830	4.078	0.783	0.185	0.667
5. ความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย	4.000	0.965	4.098	0.826	0.801	0.371
ด้านราคา	3.887	0.561	3.853	0.611	2.046	0.153
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน	4.048	0.835	4.005	0.800	0.000	0.988
2. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับกิจกรรม	3.961	0.730	3.839	0.784	4.562	0.033*
3. ราคาค่าใช้จ่ายในการเล่นกิจกรรมมีความคุ้มค่า	3.894	0.817	3.731	0.823	0.448	0.504

ตาราง 11 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ชาย		หญิง		t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่มีความเหมาะสม	3.797	0.912	3.865	0.843	2.147	0.144
5. ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	3.734	1.015	3.824	0.804	8.600	0.004*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.892	0.605	3.831	0.673	2.426	0.120
1. ให้มีการจัดโปรแกรมการขายบริการที่เหมาะสม	4.116	0.840	3.907	0.861	0.022	0.883
2. ให้มีการจัดโปรแกรมกิจกรรมแบบเหมาจ่ายรายวัน	3.961	0.835	3.751	0.797	0.153	0.696
3. การบริการอินเทอร์เน็ตที่สะดวก	3.778	1.028	3.808	0.889	3.204	0.074
4. มีช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกและชัดเจน	3.831	1.003	3.855	0.854	3.154	0.077
5. มีช่องทางติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.773	0.971	3.834	0.909	0.109	0.742
ด้านการส่งเสริมตลาด	3.611	0.662	3.564	0.758	4.218	0.041*
1. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก	4.000	0.887	3.886	0.917	0.176	0.675
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบพจนานุกรมจังหวัดนครนายก	3.633	0.842	3.560	0.883	0.622	0.431
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของการท่องเที่ยว	3.420	0.915	3.363	0.996	2.400	0.122
4. ให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	3.386	1.012	3.373	1.018	0.176	0.675
5. การให้บริการด้านข้อมูลที่ถูกต้องและมีความรวดเร็ว	3.614	1.007	3.637	0.970	0.865	0.353
ด้านบุคลากร	3.889	0.599	3.923	0.561	0.725	0.395
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ	3.942	0.834	3.990	0.777	0.828	0.363
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ	3.961	0.756	3.943	0.730	0.018	0.893

ตาราง 11 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ชาย		หญิง		t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.855	0.823	3.902	0.801	0.137	0.711
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมารยาทและสุภาพในการให้บริการ	3.841	0.835	3.896	0.750	3.070	0.081
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.845	0.943	3.886	0.834	4.591	0.033*
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.869	0.567	3.997	0.539	1.942	0.164
1. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย	4.019	0.830	4.067	0.757	0.235	0.628
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว	3.831	0.839	3.984	0.774	4.866	0.028*
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว	3.908	0.879	4.010	0.797	3.448	0.064
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำกิจกรรมที่เหมาะสม	3.836	0.843	3.984	0.826	2.826	0.094
5. มีผู้เชี่ยวชาญให้บริการอำนวยความสะดวกในการทำกิจกรรม	3.749	0.963	3.938	0.740	18.936	0.000*
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	3.962	0.566	4.031	0.558	0.007	0.932
1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย	4.174	0.829	4.254	0.759	0.208	0.648
2. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพียงพอต่อความต้องการ	3.981	0.717	3.974	0.767	0.949	0.330
3. ห้องน้ำมีความเพียงพอและสะอาดต่อนักท่องเที่ยว	3.792	0.865	3.974	0.753	10.946	0.001*
4. พื้นที่จะจอดรถมีความเพียงพอและปลอดภัย	3.986	0.867	3.984	0.767	1.047	0.307
5. แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ดีแก่กิจกรรมแบบผจญภัย	3.879	0.800	3.969	0.816	0.006	0.937

จากตาราง 11 พบว่า เพศชาย และหญิงมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ แต่เพศชาย และหญิงมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก แตกต่างกันในการส่งเสริมตลาด

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า เพศชายและหญิงมีระดับความต้องการแตกต่างกันคือ ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย (Sig.=0.003) อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับกิจกรรม (Sig.=0.033) ราคาสินค้า และบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ (Sig.=0.004) ด้านการส่งเสริมตลาด (Sig.=0.041) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี (Sig.=0.033) มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว (Sig.=0.028) มีผู้เชี่ยวชาญให้บริการอำนวยความสะดวกในการทำกิจกรรม (Sig.=0.000) ห้องน้ำมีความเพียงพอและสะอาดต่อนักท่องเที่ยว (Sig.=0.001)

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

จากตาราง 12 พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกันในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร และ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ แต่อายุที่แตกต่างกัน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการแตกต่างกันคือ ความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย (Sig.=0.001) ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย (Sig.=0.013) ความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย (Sig.=0.009) ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย (Sig.=0.000) พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอและปลอดภัย (Sig.=0.009) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ตาราง 12 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.223	0.536	3.945	0.532	3.949	0.539	4.018	0.525	4.000	0.632	4.200	0.622	4.139	0.001*
1. ความน่าสนใจของกิจกรรม	4.559	0.659	4.191	0.741	4.196	0.749	4.333	0.816	4.333	0.866	4.615	0.650	4.202	0.001*
<u>ผจญภัย</u>														
2. ความปลอดภัยในกิจกรรม	4.271	0.689	4.064	0.639	4.039	0.692	4.152	0.667	4.222	0.667	4.154	0.689	1.529	0.180
<u>ผจญภัย</u>														
3. ความแปลกใหม่ของกิจกรรม	4.061	0.791	3.872	0.875	3.608	0.723	3.909	0.879	3.889	0.782	4.077	0.862	2.944	0.013*
<u>ผจญภัย</u>														
4. ความพร้อมของการจัดกิจกรรม	4.093	0.833	3.723	0.800	4.000	0.775	3.848	0.566	3.556	0.726	3.923	0.862	2.594	0.025*
<u>ผจญภัย</u>														
5. ความหลากหลายของกิจกรรม	4.130	0.924	3.872	0.875	3.902	0.728	3.848	1.004	4.000	0.866	4.231	0.832	1.474	0.197
<u>ผจญภัย</u>														
ด้านราคา	3.876	0.593	3.974	0.473	3.839	0.625	3.818	0.592	3.778	0.682	3.708	0.598	0.627	0.679
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน	4.061	0.822	3.957	0.721	4.020	0.787	4.030	0.847	3.889	1.054	3.769	1.013	0.460	0.806
2. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม	3.899	0.766	4.021	0.675	3.980	0.787	3.727	0.761	4.000	0.866	3.615	0.650	1.097	0.362
<u>กับกิจกรรม</u>														
3. ราคาค่าใช้จ่ายในการเล่น	3.826	0.868	3.957	0.721	3.745	0.744	3.758	0.751	3.667	1.000	3.615	0.650	0.604	0.697
<u>กิจกรรมมีความคุ้มค่า</u>														

ตาราง 12 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่มีความเหมาะสม	3.810	0.933	4.043	0.658	3.765	0.862	3.848	0.834	3.778	0.972	3.692	0.630	0.702	0.622
5. ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	3.785	0.953	3.894	0.866	3.686	0.787	3.727	0.911	3.556	1.014	3.846	0.987	0.390	0.856
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.888	0.669	3.872	0.525	3.804	0.616	3.794	0.607	3.867	0.592	3.738	0.695	0.340	0.889
1. ให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม	4.069	0.860	3.957	0.859	3.902	0.900	3.848	0.755	4.222	0.972	3.923	0.760	0.800	0.550
2. ให้มีการจัดโปรแกรมกิจกรรมแบบเหมาจ่ายรายวัน	3.854	0.848	3.957	0.658	3.784	0.856	3.818	0.846	3.889	0.782	4.000	0.816	0.312	0.905
3. การบริการอินเทอร์เน็ตที่สะดวก	3.822	1.020	3.787	0.832	3.647	0.955	3.788	0.740	3.889	0.782	3.769	1.013	0.296	0.915
4. มีช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกและชัดเจน	3.870	0.979	3.915	0.880	3.745	0.717	3.909	0.843	3.444	0.527	3.538	1.330	0.848	0.516
5. มีช่องทางติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	3.826	1.003	3.745	0.871	3.941	0.759	3.606	0.747	3.889	1.054	3.462	0.967	0.931	0.461
ด้านการส่งเสริมตลาด	3.584	0.751	3.596	0.562	3.620	0.662	3.533	0.645	3.644	0.646	3.615	0.846	0.077	0.996
1. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก	4.000	0.933	3.809	0.770	3.980	0.927	3.758	0.708	4.111	0.601	3.615	1.193	1.109	0.355

ตาราง 12 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก เส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบพจนานุกรม จังหวัดนครนายก	3.628	0.906	3.553	0.746	3.588	0.726	3.364	0.895	3.778	0.833	3.692	0.855	0.680	0.639
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของ การท่องเที่ยว	3.389	0.985	3.340	0.760	3.412	0.942	3.364	0.994	3.444	0.882	3.615	1.121	0.184	0.968
4. ให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น	3.332	1.076	3.532	0.830	3.353	0.890	3.515	0.906	3.333	1.118	3.538	1.127	0.510	0.768
5. การให้บริการด้านข้อมูลที่ ถูกต้องและมีความรวดเร็ว	3.571	1.064	3.745	0.793	3.765	0.951	3.667	0.736	3.556	0.726	3.615	1.044	0.508	0.771
ด้านบุคลากร	3.951	0.590	3.843	0.542	3.800	0.585	3.770	0.517	4.067	0.361	3.908	0.733	1.261	0.280
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีความรู้ความสามารถ	4.004	0.834	3.936	0.791	3.941	0.732	3.818	0.635	4.111	0.601	3.692	1.109	0.709	0.617
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ	3.992	0.760	3.851	0.722	3.804	0.775	3.818	0.635	4.333	0.500	4.231	0.599	1.794	0.113
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีความเต็มใจในการให้บริการแก่ นักท่องเที่ยว	3.935	0.843	3.723	0.649	3.765	0.885	3.788	0.696	3.889	0.601	4.000	0.816	0.924	0.465

ตาราง 12 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีมารยาทและสุภาพในการ ให้บริการ	3.935	0.809	3.851	0.691	3.706	0.782	3.606	0.659	3.889	0.601	3.923	1.188	1.523	0.182
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.891	0.924	3.851	0.780	3.784	0.945	3.818	0.727	4.111	0.601	3.692	1.032	0.377	0.864
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.034	0.579	3.906	0.521	3.941	0.469	3.903	0.553	4.200	0.245	3.892	0.839	1.068	0.378
1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการ ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย	4.259	0.800	4.043	0.859	4.157	0.784	4.121	0.781	4.222	0.441	4.385	0.768	0.854	0.512
2. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เพียงพอต่อความต้องการ	4.024	0.759	3.809	0.680	3.922	0.688	3.848	0.566	4.222	0.441	4.077	1.188	1.192	0.313
3. หอพักมีความเพียงพอและ สะอาดต่อนักท่องเที่ยว	3.911	0.855	3.830	0.789	3.882	0.711	3.818	0.683	4.000	0.500	3.538	1.050	0.635	0.673
4. พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอ และปลอดภัย	4.040	0.835	3.957	0.779	3.843	0.809	3.818	0.683	4.222	0.441	3.846	1.144	1.042	0.392
5. แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ดี แก่กิจกรรมแบบผจญภัย	3.935	0.858	3.894	0.699	3.902	0.671	3.909	0.723	4.333	0.500	3.615	1.044	0.872	0.500

ตาราง 12 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		60 ปี ขึ้นไป		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	4.010	0.565	3.706	0.517	3.859	0.475	3.782	0.523	4.156	0.260	3.738	0.737	3.903	0.002*
1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับการ ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย	4.162	0.774	3.638	0.735	4.078	0.688	3.788	0.781	4.333	0.500	3.538	1.198	5.864	0.000*
2. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เพียงพอต่อความต้องการ	3.988	0.824	3.702	0.778	3.882	0.739	3.667	0.692	3.889	0.601	3.769	1.166	1.773	0.117
3. ห้องน้ำมีความเพียงพอและ สะอาดต่อนักท่องเที่ยว	4.000	0.826	3.787	0.858	3.922	0.821	3.939	0.899	4.333	0.500	3.692	1.109	1.153	0.332
4. พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอ และปลอดภัย	4.016	0.879	3.702	0.623	3.686	0.787	3.636	0.699	4.222	0.667	3.923	0.954	3.141	0.009*
5. แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ดี แก่กิจกรรมแบบผจญภัย	3.883	0.953	3.702	0.689	3.725	0.695	3.879	0.696	4.000	0.707	3.769	0.832	0.624	0.682

ตาราง 13 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยว

		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย	4.223	3.945	3.949	4.018	4.000	4.200
ต่ำกว่า 20 ปี	4.223		.27799*	.27365*	.20449*	0.22267	0.02267
20-30 ปี	3.945			-0.0043	-0.0735	-0.0553	-0.2553
31-40 ปี	3.949				-0.0692	-0.0510	-0.2510
41-50 ปี	4.018					0.0182	-0.1818
51-60 ปี	4.000						-0.2000
มากกว่า 60 ปี	4.200						

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 14 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย

		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย	4.559	4.191	4.196	4.333	4.333	4.615
ต่ำกว่า 20 ปี	4.559		.36722*	.36263*	0.22537	0.22537	-0.05668
20-30 ปี	4.191			-0.0046	-0.1418	-0.1418	-0.4239
31-40 ปี	4.196				-0.1373	-0.1373	-0.4193
41-50 ปี	4.333					0.0000	-0.2821
51-60 ปี	4.333						-0.2821
มากกว่า 60 ปี	4.615						

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัยสูงกว่า ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 15 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย

		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย	4.061	3.872	3.608	3.909	3.889	4.077
ต่ำกว่า 20 ปี	4.061	0.20743	.23204*	0.11974	0.04903	0.11741	-0.05668
20-30 ปี	3.872		0.02461	-0.08769	-0.15839	-0.09002	-0.4239
31-40 ปี	3.608			-0.11230	-0.18301	-0.11463	-0.4193
41-50 ปี	3.909				-0.07071	-0.00233	-0.2821
51-60 ปี	3.889					0.06838	-0.2821
มากกว่า 60 ปี	4.077						

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย สูงกว่า ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 16 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของการจัดกิจกรรม
ผจญภัย

		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย	4.093	3.723	4.000	3.848	3.556	3.923
ต่ำกว่า 20 ปี	4.093		.36971*	0.09312	0.24463	.53756*	0.17004
20-30 ปี	3.723			-0.27660	-0.12508	0.16785	-0.19967
31-40 ปี	4.000				0.15152	0.44444	0.07692
41-50 ปี	3.848					0.29293	-0.07459
51-60 ปี	3.556						-0.36752
มากกว่า 60 ปี	3.923						

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย สูงกว่า ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี และ 51-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 17 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้าน
องค์ประกอบทางกายภาพ**

		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย	4.010	3.706	3.859	3.782	4.156	3.738
ต่ำกว่า 20 ปี	4.010		.30333*	0.15089	.22790*	-0.14584	0.27126
20-30 ปี	3.706			-0.15244	-0.07544	-.44917*	-0.03208
31-40 ปี	3.859				0.07701	-0.29673	0.12036
41-50 ปี	3.782					-0.37374	0.04336
51-60 ปี	4.156						0.41709
มากกว่า 60 ปี	3.738						

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ สูงกว่า ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ สูงกว่า ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 18 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบ
ทางกายภาพในประเด็นที่เกี่ยวกับ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว
มีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย**

		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
	ค่าเฉลี่ย	4.016	3.702	3.686	3.636	4.222	3.923
ต่ำกว่า 20 ปี	4.016		.31407*	.32992*	.37983*	-0.20603	0.09312
20-30 ปี	3.702			0.01585	0.06576	-0.52009	-0.22095
31-40 ปี	3.686				0.04991	-0.53595	-0.23680
41-50 ปี	3.636					-0.58586	-0.28671

ตาราง 18 (ต่อ)

	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
ค่าเฉลี่ย	4.016	3.702	3.686	3.636	4.222	3.923
51-60 ปี	4.222					0.29915
มากกว่า 60 ปี	3.923					

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย สูงกว่า ผู้มีอายุ 20-30 ปี และ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

ตาราง 19 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามสถานภาพการสมรส

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	โสด		สมรส		หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.196	0.530	4.003	0.575	3.867		
1. ความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย	4.504	0.691	4.325	0.752	4.333	0.707	2.720	0.067
2. ความปลอดภัยในกิจกรรมผจญภัย	4.234	0.671	4.137	0.706	4.111	0.782	0.904	0.406
3. ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย	4.044	0.797	3.812	0.830	3.556	0.726	4.586	0.011*
4. ความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย	4.073	0.804	3.863	0.808	3.556	0.726	4.198	0.016*
5. ความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย	4.128	0.911	3.880	0.842	3.778	1.093	3.546	0.030*
ด้านราคา	3.888	0.583	3.853	0.596	3.556	0.433	1.488	0.227
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน	4.058	0.814	3.991	0.804	3.556	1.014	1.816	0.164
2. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับกิจกรรม	3.912	0.746	3.897	0.792	3.667	0.707	0.460	0.631
3. ราคาค่าใช้จ่ายในการเล่นกิจกรรมมีความคุ้มค่า	3.854	0.848	3.761	0.762	3.333	0.707	2.115	0.122

ตาราง 19 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	โสด		สมรส		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้า พื้นที่ที่มีความเหมาะสม	3.839	0.908	3.821	0.826	3.667	0.707	0.177	0.838
5. ราคาสินค้าและบริการไม่ แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	3.777	0.940	3.795	0.866	3.556	1.014	0.282	0.754
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.899	0.643	3.802	0.635	3.556	0.445	2.015	0.135
1. ให้มีการจัดโปรแกรมการขาย การบริการที่เหมาะสม	4.077	0.842	3.906	0.861	3.556	1.014	2.990	0.051
2. ให้มีการจัดโปรแกรมกิจกรรม แบบเหมาจ่ายรายวัน	3.887	0.815	3.829	0.844	3.444	0.726	1.379	0.253
3. การบริการอินเทอร์เน็ตที่สะดวก	3.818	1.000	3.735	0.894	3.778	0.667	0.301	0.740
4. มีช่องทางการจำหน่ายที่ สะดวกและชัดเจน	3.883	0.942	3.786	0.889	3.333	1.118	1.822	0.163
5. มีช่องทางติดต่อกับแหล่ง ท่องเที่ยวหลากหลาย	3.828	0.970	3.752	0.890	3.667	0.707	0.364	0.695
ด้านการส่งเสริมตลาด	3.586	0.722	3.598	0.681	3.511	0.749	0.066	0.936
1. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยว สืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก	3.964	0.917	3.915	0.867	3.778	0.972	0.278	0.758
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก เส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบผจญภัย จังหวัด นครนายก	3.631	0.881	3.521	0.805	3.556	1.014	0.678	0.508
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ของการท่องเที่ยว	3.391	0.963	3.385	0.936	3.556	1.014	0.135	0.873
4. ให้มีการโฆษณาแหล่ง ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	3.358	1.039	3.436	0.932	3.333	1.323	0.253	0.777
5. การให้บริการด้านข้อมูลที่ ถูกต้องและมีความรวดเร็ว	3.588	1.013	3.735	0.923	3.333	1.000	1.315	0.270
ด้านบุคลากร	3.927	0.589	3.868	0.557	3.733	0.608	0.823	0.440
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้ บริการมีความรู้ความสามารถ	3.996	0.819	3.889	0.785	4.000	0.707	0.736	0.480
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้ บริการมีจำนวนพอเพียงต่อการ บริการ	3.978	0.760	3.897	0.712	3.889	0.601	0.516	0.597
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความเต็มใจในการ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.905	0.838	3.838	0.742	3.556	0.882	1.007	0.366

ตาราง 19 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	โสด		สมรส		หย่าร้าง/หม้าย/ แยกกันอยู่		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีมารยาทและสุภาพใน การให้บริการ	3.912	0.807	3.795	0.726	3.444	1.130	2.215	0.111
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.843	0.926	3.923	0.822	3.778	0.667	0.374	0.689
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.964	0.567	3.882	0.526	3.533	0.469	3.272	0.039*
1. มีความปลอดภัยในการ ท่องเที่ยวรูปแบบพจญภัย	4.106	0.775	3.949	0.775	3.333	1.225	5.378	0.005*
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก เส้นทางในการเดินทางในแหล่ง ท่องเที่ยว	3.942	0.810	3.846	0.805	3.556	0.882	1.426	0.242
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการ ข้อมูลทางการท่องเที่ยว	3.971	0.829	3.966	0.830	3.444	1.236	1.720	0.180
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำ กิจกรรมที่เหมาะสม	3.953	0.869	3.821	0.750	3.667	0.866	1.404	0.247
5. มีผู้เชี่ยวชาญให้บริการอำนวยความสะดวก ในการทำกิจกรรม	3.850	0.939	3.829	0.673	3.667	0.866	0.208	0.812
ด้านองค์ประกอบทาง กายภาพ	4.023	0.574	3.944	0.542	3.822	0.429	1.263	0.284
1. ลักษณะทางกายภาพของ แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม กับการท่องเที่ยวรูปแบบพจญภัย	4.245	0.786	4.137	0.819	4.222	0.833	0.751	0.473
2. สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานเพียงพอต่อความ ต้องการ	4.011	0.744	3.880	0.733	4.222	0.667	1.785	0.169
3. ห้องน้ำมีความเพียงพอและ สะอาดต่อนักท่องเที่ยว	3.898	0.850	3.855	0.757	3.667	0.500	0.427	0.653
4. พื้นที่จอดรถมีความ เพียงพอและปลอดภัย	4.047	0.839	3.855	0.757	3.778	0.833	2.583	0.077
5. แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศ ที่ดี แก่กิจกรรมแบบพจญภัย	3.916	0.828	3.991	0.737	3.222	0.833	3.868	0.022*

จากตาราง 19 พบว่า สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพจญภัย จังหวัดนครนายก

ไม่แตกต่างกันในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

แต่สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการแตกต่างกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และด้านกระบวนการให้บริการ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการแตกต่างกันคือ ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย (Sig. = 0.011) ความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย (Sig.=0.016) ความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย (Sig.=0.030) มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย (Sig.=0.005) แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ดี แก่กิจกรรมแบบผจญภัย (Sig.=0.022) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ตาราง 20 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
ค่าเฉลี่ย	4.196	4.003	3.867
โสด	4.196	.19293*	0.32968
สมรส	4.003		0.13675
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.867		

จากตาราง 20 พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสด มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้ที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 21 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย

	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
ค่าเฉลี่ย	4.044	3.812	3.556
โสด	4.044	.23183*	0.48824
สมรส	3.812		0.25641
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.556		

จากตาราง 21 พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสด มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย สูงกว่า ผู้ที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 22 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย

	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
ค่าเฉลี่ย	4.073	3.863	3.556
โสด	4.073	.20974*	0.51744
สมรส	3.863		0.30769
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.556		

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสด มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย สูงกว่า ผู้ที่มี สถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 23 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย

	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
ค่าเฉลี่ย	4.128	3.880	3.778
โสด	4.128	.24740*	0.34996
สมรส	3.880		0.10256
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.778		

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสด มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย สูงกว่า ผู้ที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 24 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ

	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
ค่าเฉลี่ย	3.964	3.882	3.533
โสด	3.964	0.08218	.43090*
สมรส	3.882		0.34872
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.533		

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสด มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ สูงกว่า ผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 25 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย

	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
ค่าเฉลี่ย	4.106	3.949	3.333
โสด	4.106	0.15712	.77251*
สมรส	3.949		.61538*
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.333		

จากตาราง 25 พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย ต่ำกว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสด และ สมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 26 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ดีแก่กิจกรรมแบบผจญภัย

	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่
ค่าเฉลี่ย	3.916	3.991	3.222
โสด	3.916	-0.0754	.69384*
สมรส	3.991		.76923*
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	3.222		

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง แหล่งท่องเที่ยว

มีบรรยากาศที่ดี แก่กิจกรรมแบบผจญภัย ต่ำกว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสด และ สมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 การศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

ตาราง 27 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		F	sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.171	0.570	3.894	0.476	4.277	0.464	10.707	0.000*
1. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	4.525	0.672	4.051	0.799	4.629	0.579	17.046	0.000*
2. ความแปลกใหม่ที่ น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว	4.212	0.708	4.000	0.620	4.419	0.588	6.800	0.001*
3. ความงามตามธรรมชาติของ สถานที่ท่องเที่ยว	3.996	0.814	3.734	0.780	4.129	0.799	4.726	0.009*
4. ให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม	4.046	0.857	3.722	0.576	4.161	0.793	6.490	0.002*
5. ให้คุณค่าทางวิชาการ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว	4.073	0.947	3.962	0.724	4.048	0.913	0.461	0.631
ด้านราคา	3.851	0.602	3.838	0.501	3.994	0.605	1.643	0.195
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน	4.039	0.830	4.000	0.698	4.016	0.914	0.074	0.928
2. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	3.869	0.756	3.949	0.658	3.984	0.878	0.765	0.466
3. ราคาค่านั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำโขงมีความเหมาะสม	3.803	0.865	3.797	0.723	3.887	0.770	0.282	0.755
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่ที่มีความเหมาะสม	3.792	0.929	3.785	0.692	4.048	0.858	2.280	0.104
5. ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	3.753	0.945	3.658	0.799	4.032	0.923	3.173	0.043*
ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.875	0.658	3.722	0.527	3.990	0.662	3.251	0.040*
1. มีการให้บริการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.077	0.841	3.747	0.839	4.097	0.882	4.947	0.008*
2. มีความสะดวกในการจองสถานที่ที่พักรวมประเภทออนไลน์	3.849	0.838	3.797	0.686	3.984	0.914	0.952	0.387

ตาราง 27 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		F	sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
3. มีการจัดรายการเพื่อเหมาะ จ่ายแบบรายวันในการซื้อบัตร เข้าชม	3.803	1.013	3.646	0.785	3.935	0.939	1.625	0.198
4. มีความรวดเร็วในการซื้อ บริการรถท่องเที่ยว	3.853	0.961	3.747	0.724	3.919	1.045	0.642	0.527
5. มีการแยกประเภทร้านค้าใน การจำหน่ายสินค้า	3.792	0.994	3.671	0.746	4.016	0.914	2.404	0.092
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.575	0.743	3.532	0.593	3.716	0.696	1.309	0.271
1. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก เส้นทางในการมาแหล่ง ท่องเที่ยวพญญักษ์ จังหวัด นครนายก อย่างชัดเจนตลอด ทาง	3.996	0.921	3.899	0.826	3.790	0.908	1.434	0.240
2. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบ ค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก	3.598	0.890	3.519	0.749	3.694	0.879	0.712	0.491
3. มีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของการท่องเที่ยว	3.378	0.990	3.316	0.793	3.548	0.986	1.107	0.332
4. ต้องการให้มีการโฆษณา แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	3.328	1.051	3.316	0.899	3.677	0.954	3.195	0.042*
5. ต้องการให้มีการจัด โปรแกรมการขายบริการที่ เหมาะสม	3.571	1.055	3.608	0.823	3.871	0.859	2.328	0.099
ด้านบุคลากร	3.922	0.596	3.785	0.556	3.990	0.527	2.494	0.084
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการในสถานท่องเที่ยวมี จำนวนพอเพียงต่อการบริการ	3.981	0.823	3.797	0.758	4.113	0.770	2.822	0.061
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้ บริการมีความรู้ความสามารถ	3.969	0.772	3.823	0.712	4.048	0.638	1.793	0.168
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความเต็มใจในการ ให้บริการ	3.896	0.840	3.772	0.733	3.935	0.787	0.888	0.412
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่มี มนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อ นักท่องเที่ยว	3.900	0.801	3.734	0.780	3.903	0.783	1.389	0.251
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีมารยาทและสุภาพ ในการให้บริการ	3.865	0.924	3.797	0.807	3.952	0.858	0.519	0.596

ตาราง 27 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		F	sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.972	0.571	3.709	0.498	4.039	0.498	8.461	0.000*
1. มีความปลอดภัยในการ ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว	4.108	0.795	3.848	0.718	4.016	0.859	3.315	0.037*
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก เส้นทางเดินในแหล่ง ท่องเที่ยว	3.942	0.822	3.658	0.732	4.065	0.807	5.237	0.006*
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการ บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว	3.977	0.816	3.772	0.847	4.113	0.907	3.076	0.047*
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.969	0.884	3.646	0.717	3.984	0.713	4.922	0.008*
5. มีจุดพักผ่อนระหว่าง การท่องเที่ยว	3.865	0.945	3.620	0.666	4.016	0.689	3.984	0.019*
ด้านองค์ประกอบทาง กายภาพ	4.015	0.583	3.846	0.452	4.103	0.572	4.173	0.016*
1. ลักษณะทางกายภาพของ แหล่งท่องเที่ยวมีความ เหมาะสมกับการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ	4.259	0.787	3.975	0.832	4.323	0.742	4.635	0.010*
2. สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานมีความเพียงพอ	3.996	0.755	3.848	0.681	4.065	0.744	1.722	0.180
3. มีแหล่งเรียนรู้ให้กับ นักท่องเที่ยว	3.888	0.853	3.734	0.674	4.032	0.809	2.364	0.095
4. พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอ ต่อการบริการ	4.008	0.835	3.911	0.754	3.984	0.839	0.417	0.659
5. มีการเชื่อมโยงกับแหล่ง ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง	3.927	0.834	3.759	0.645	4.113	0.851	3.371	0.035*

จากตาราง 27 พบว่า การศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกันใน ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร

แต่การศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก แตกต่างกัน

ในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า การศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการแตกต่างกัน คือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.=0.000) ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.=0.001) ความมั่งคั่งตามธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.=0.009) ให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม (Sig.=0.002) ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ (Sig.=0.043) มีการให้มีการจัดโปรแกรมการขาย การบริการที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.=0.008) ต้องการให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น (Sig.=0.042) มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (Sig.=0.037) มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางเดินในแหล่งท่องเที่ยว (Sig.=0.006) มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว (Sig.=0.047) มีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (Sig.=0.008) มีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยว (Sig.=0.019) ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Sig.=0.010) มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง (Sig.=0.035) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงต้องเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ตาราง 28 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉานุญ จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย	4.171	3.894	4.277
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.171		.27699*	-0.10676
ปริญญาตรี	3.894			-.38375*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.277			

จากตาราง 28 พบว่า การผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉานุญ จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

ผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 29 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว

	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.525	4.051	4.629
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.525		.47446*	-0.10394
ปริญญาตรี	4.051			-.57840*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.629			

จากตาราง 29 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัด นครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความหลากหลายของสถานที่ ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 30 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความแปลกใหม่ที่น่ายสนใจของสถานที่ ท่องเที่ยว

	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.212	4.000	4.419
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.212		.21236*	-.20700*
ปริญญาตรี	4.000			-.41935*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.419			

จากตาราง 30 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 31 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความงามตามธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย	3.996	3.734	4.129
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.996		.26196*	-0.13289
ปริญญาตรี	3.734			-.39486*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.129			

จากตาราง 31 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความงามตามธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ความแปลกใหม่ที่น่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 32 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม**

	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.046	4.046	3.722	4.161
ปริญญาตรี	3.722		.32481*	-0.115
สูงกว่าปริญญาตรี	4.161			-.43977*

จากตาราง 32 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ให้คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมต่ำกว่าผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 33 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านราคา
ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ**

	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.753	3.753	3.658	4.032
ปริญญาตรี	3.658		0.09467	-.27936*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.032			-.37403*

จากตาราง 33 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านราคา ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ สูงกว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และ ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 34 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านช่องทางการจำหน่าย

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย	4.077	3.747	4.097
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.077		.33038*	-0.0196
ปริญญาตรี	3.747			-.34994*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.097			

จากตาราง 34 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านช่องทางการจำหน่ายต่ำกว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 35 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับราคาสินค้าและบริการไม่
แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย	3.328	3.316	3.677
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.328		0.01173	-.34923*
ปริญญาตรี	3.316			-.36096*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.677			

จากตาราง 35 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านการส่งเสริมการตลาด ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับราคาสินค้า และบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ สูงกว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 36 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้าน
กระบวนการให้บริการ**

	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.972	3.709	4.039
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.972		.26334*	-0.0665
ปริญญาตรี	3.709			-.32985*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.039			

จากตาราง 36 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการต่ำกว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 37 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีความปลอดภัยในการ
ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว**

	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.108	3.848	4.016
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.108		.26001*	0.09198
ปริญญาตรี	3.848			-0.16803
สูงกว่าปริญญาตรี	4.016			

จากตาราง 37 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 38 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก
เส้นทางการเดินในแหล่งท่องเที่ยว

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย	3.942	3.658	4.065
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.942		.28386*	-0.1224
ปริญญาตรี	3.658			-.40629*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.065			

จากตาราง 38 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินในแหล่งท่องเที่ยวต่ำกว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 39 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีจุดให้บริการท่องเที่ยว
(Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย	3.977	3.772	4.113
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.977		0.20468	-0.1361
ปริญญาตรี	3.772			-.34075*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.113			

จากตาราง 39 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวสูงกว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีผู้ให้บริการคอยแนะนำ
เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย	3.969	3.646	3.984
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.969		.32354*	-0.015
ปริญญาตรี	3.646			-.33830*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.984			

จากตาราง 40 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีผู้ให้บริการคอยแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่ำกว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 41 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีจุดพักผ่อนระหว่าง
การท่องเที่ยว

		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย	3.865	3.620	4.016
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.865		.24461*	-0.1513
ปริญญาตรี	3.620			-.39588*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.016			

จากตาราง 41 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีจุดพักผ่อนระหว่างการท่องเที่ยวต่ำกว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 42 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.015	4.015	3.846	4.103
ปริญญาตรี	3.846			
สูงกว่าปริญญาตรี	4.103			

จากตาราง 42 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพต่ำกว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 43 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ลักษณะทางกายภาพ
ของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.259	4.259	3.975	4.323
ปริญญาตรี	3.975			
สูงกว่าปริญญาตรี	4.323			

จากตาราง 43 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่ำกว่า ผู้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 44 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นที่เกี่ยวข้อง มีการเชื่อมโยงกับ
แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง**

	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ค่าเฉลี่ย	3.927	3.759	4.113
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.927	0.16715	-0.1863
ปริญญาตรี	3.759		-.35341*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.113		

จากตาราง 44 พบว่า ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพในประเด็นที่เกี่ยวข้องมีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงต่ำกว่า ผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

จากตาราง 45 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกันในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมตลาด

แต่อาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก แตกต่างกันใน ด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการแตกต่างกันคือ ความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย (Sig.=0.000) ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย (Sig.=0.037) ความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย (Sig.=0.042) ให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม (Sig.=0.032) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ (Sig.=0.002) บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี (Sig.=0.035) มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย (Sig.=0.007) มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว

(Sig.=0.005) มีผู้ให้บริการคอยแนะนำกิจกรรมที่เหมาะสม (Sig.=0.015) ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย (Sig.=0.024) ห้องน้ำมีความเพียงพอและสะอาดต่อนักท่องเที่ยว (Sig.=0.023) และ พื้นที่ที่จะจอดรถมีความเพียงพอและปลอดภัย (Sig.=0.008) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงต้องเปรียบเทียบเป็นรายคู่



ตาราง 45 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		อื่น ๆ		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.226	0.541	4.015	0.570	4.023	0.425	3.823	0.515	3.945	0.515	4.147	0.635	4.440		
1. ความน่าสนใจของกิจกรรม ผจญภัย	4.572	0.654	4.282	0.759	4.308	0.679	4.057	0.802	4.212	0.650	4.421	0.961	4.800	0.447	4.535	0.000*
2. ความปลอดภัยในกิจกรรม ผจญภัย	4.263	0.690	4.179	0.644	4.000	0.490	3.971	0.664	4.091	0.805	4.316	0.671	4.400	0.548	1.695	0.121
3. ความแปลกใหม่ของ กิจกรรมผจญภัย	4.058	0.811	3.846	0.812	4.000	0.800	3.629	0.770	3.727	0.719	3.947	0.970	4.200	0.447	2.256	0.037*
4. ความพร้อมของการจัด กิจกรรมผจญภัย	4.086	0.851	3.846	0.745	3.808	0.491	3.714	0.622	3.939	0.864	3.947	0.780	4.600	0.894	2.204	0.042*
5. ความหลากหลายของ กิจกรรมผจญภัย	4.148	0.942	3.923	0.957	4.000	0.632	3.743	0.780	3.758	0.751	4.105	0.937	4.200	0.447	1.941	0.073
ด้านราคา	3.887	0.598	3.810	0.587	4.031	0.524	3.766	0.451	3.873	0.514	3.779	0.835	3.760	0.385	0.719	0.635
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน	4.062	0.843	4.000	0.795	4.077	0.744	3.971	0.664	4.030	0.810	3.842	0.958	3.400	0.548	0.773	0.592
2. อัตราค่าบริการมีความ เหมาะสมกับกิจกรรม	3.922	0.759	3.769	0.777	4.154	0.675	3.857	0.550	3.848	0.795	3.737	0.991	4.000	1.000	0.917	0.483
3. ราคาค่าใช้จ่ายในการเล่น กิจกรรมมีความคุ้มค่า	3.835	0.871	3.795	0.695	4.038	0.720	3.771	0.690	3.697	0.684	3.632	1.012	3.600	0.894	0.688	0.659
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้า พื้นที่มีความเหมาะสม	3.835	0.939	3.821	0.854	4.077	0.744	3.657	0.639	3.909	0.678	3.737	0.991	3.400	0.894	0.847	0.534

ตาราง 45 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		อื่น ๆ		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	5. ราคาสินค้าและบริการไม่ แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	3.782	0.957	3.667	0.869	3.808	0.749	3.571	0.815	3.879	0.781	3.947	1.129	4.400		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.920	0.656	3.744	0.632	3.923	0.453	3.617	0.620	3.739	0.655	3.979	0.573	3.760	0.590	1.808	0.096
1. ให้มีการจัดโปรแกรมการ ขายการบริการที่เหมาะสม	4.111	0.848	3.872	0.923	4.000	0.800	3.600	0.775	3.970	0.883	4.053	0.848	3.600	0.548	2.332	0.032*
2. ให้มีการจัดโปรแกรม กิจกรรมแบบเหมาจ่ายรายวัน	3.881	0.847	3.795	0.894	4.000	0.693	3.771	0.877	3.758	0.708	3.947	0.705	3.600	0.548	0.460	0.838
3. การบริการอินเทอร์เน็ตที่ สะดวก	3.868	1.008	3.641	0.903	3.731	0.667	3.486	0.853	3.727	0.911	3.895	0.875	3.800	1.643	1.085	0.371
4. มีช่องทางการจำหน่ายที่ สะดวกและชัดเจน	3.893	0.982	3.641	0.811	3.885	0.711	3.629	0.877	3.758	0.902	4.105	0.809	3.800	1.304	1.037	0.401
5. มีช่องทางติดต่อกับแหล่ง ท่องเที่ยวหลากหลาย	3.848	1.007	3.769	0.810	4.000	0.632	3.600	0.775	3.485	0.972	3.895	0.737	4.000	1.225	1.261	0.274
ด้านการส่งเสริมตลาด	3.596	0.755	3.574	0.521	3.562	0.722	3.663	0.598	3.618	0.722	3.326	0.671	3.720	0.460	0.544	0.774
1. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบ ค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก	3.996	0.934	4.026	0.778	3.846	0.784	4.057	0.765	3.727	1.069	3.579	0.692	3.400	0.894	1.479	0.184
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก เส้นทางในการมาแหล่ง ท่องเที่ยวรูปแบบพจนานุกรม จังหวัดนครนายก	3.626	0.902	3.615	0.782	3.577	0.987	3.629	0.731	3.545	0.666	3.368	0.831	3.200	1.095	0.473	0.828

ตาราง 45 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		อื่น ๆ		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
3. มีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของการท่องเที่ยว	3.399	0.996	3.359	0.778	3.269	0.874	3.486	0.818	3.364	1.025	3.316	1.057	3.800	0.837	0.312	0.931
4. ให้มีการโฆษณาแหล่ง ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	3.358	1.072	3.385	0.847	3.346	1.056	3.543	0.852	3.576	0.867	2.947	1.079	3.800	0.447	1.101	0.361
5. การให้บริการด้านข้อมูลที่ ถูกต้องและมีความรวดเร็ว	3.601	1.072	3.487	0.683	3.769	0.815	3.600	0.976	3.879	0.960	3.421	0.507	4.400	0.894	1.261	0.274
ด้านบุคลากร	3.960	0.585	3.713	0.569	3.946	0.472	3.629	0.618	3.897	0.532	4.126	0.438	3.680	0.729	3.111	0.005*
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ	4.037	0.820	3.641	0.843	3.885	0.864	3.743	0.741	4.000	0.661	4.105	0.658	4.200	0.837	2.067	0.056
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีจำนวนพอเพียงต่อ การบริการ	3.979	0.763	3.821	0.756	4.077	0.744	3.800	0.759	3.939	0.659	4.105	0.459	3.600	0.894	0.949	0.460
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความเต็มใจในการ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.930	0.847	3.769	0.810	3.692	0.618	3.657	0.765	3.879	0.696	4.211	0.713	3.400	0.894	1.782	0.101
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีมารยาทและสุภาพ ในการให้บริการ	3.942	0.801	3.641	0.668	4.192	0.567	3.457	0.817	3.818	0.917	3.895	0.658	3.400	0.548	3.617	0.002*

ตาราง 45 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		อื่น ๆ		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.914	0.925	3.692	0.766	3.885	0.711	3.486	0.919	3.848	0.834	4.316	0.671	3.800		
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.013	0.555	3.713	0.556	3.869	0.483	3.651	0.629	3.806	0.489	4.116	0.407	4.000	0.141	4.239	0.000*
1. มีความปลอดภัยในการ ท่องเที่ยวรูปแบบพจญภัย	4.148	0.789	3.821	0.756	4.154	0.613	3.657	0.873	3.939	0.864	3.947	0.621	3.800	0.837	2.978	0.007*
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก เส้นทางการเดินทางในแหล่ง ท่องเที่ยว	3.979	0.820	3.718	0.793	3.769	0.765	3.600	0.881	3.879	0.781	4.053	0.621	4.200	0.447	1.879	0.083
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการ ข้อมูลทางการท่องเที่ยว	4.025	0.813	3.744	0.880	4.000	0.800	3.543	0.886	3.848	0.939	4.368	0.597	4.200	0.837	3.122	0.005*
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำ กิจกรรมที่เหมาะสม	4.016	0.877	3.590	0.751	3.731	0.724	3.686	0.758	3.758	0.792	4.105	0.658	3.800	0.447	2.657	0.015*
5. มีผู้เชี่ยวชาญให้บริการ อำนวยความสะดวกในการทำ กิจกรรม	3.897	0.954	3.692	0.766	3.692	0.736	3.771	0.690	3.606	0.609	4.105	0.658	4.000	0.707	1.257	0.276

ตาราง 45 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง		ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง		พ่อบ้าน/ แม่บ้าน		อื่น ๆ		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านองค์ประกอบทาง กายภาพ	4.055	0.565	3.815	0.597	4.115	0.384	3.789	0.533	3.867	0.647	4.137	0.395	3.640	0.297	3.020	0.007*
1. ลักษณะทางกายภาพของ แหล่งท่องเที่ยวมีความ เหมาะสมกับการท่องเที่ยว รูปแบบผจญภัย	4.305	0.781	4.026	0.903	4.154	0.834	3.886	0.758	4.212	0.740	4.263	0.653	3.600	0.894	2.464	0.024*
2. สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานเพียงพอต่อความ ต้องการ	4.029	0.757	3.923	0.739	3.962	0.662	4.000	0.728	3.758	0.751	3.947	0.621	3.400	0.548	1.239	0.286
3. ห้องน้ำมีความเพียงพอและ สะอาดต่อนักท่องเที่ยว	3.926	0.840	3.615	0.782	4.115	0.766	3.714	0.667	3.788	0.927	4.158	0.501	3.200	0.447	2.478	0.023*
4. พื้นที่จอดรถมีความ เพียงพอและปลอดภัย	4.058	0.831	3.718	0.759	4.308	0.549	3.743	0.741	3.758	0.969	4.105	0.658	3.600	0.894	2.950	0.008*
5. แหล่งท่องเที่ยวมี บรรยากาศที่ดี แก่กิจกรรม แบบผจญภัย	3.959	0.837	3.795	0.767	4.038	0.599	3.600	0.695	3.818	0.950	4.211	0.535	4.400	0.548	2.080	0.055

ตาราง 46 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉา
จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	4.226	4.015	4.023	3.823	3.945	4.147	4.440
นักเรียน/นักศึกษา	4.226	.21013*	0.20244	.40266*	.28006*	0.07815	-0.21449
ข้าราชการ	4.015		-0.00769	0.19253	0.06993	-0.13198	-0.42462
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.023			0.20022	0.07762	-0.12429	-0.41692
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.823				-0.12260	-.32451*	-.61714*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.945					-0.20191	-0.49455
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.147						-0.29263
อื่น ๆ	4.440						

ตาราง 47 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาภิรมย์ จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความน่าสนใจของกิจกรรมมัจฉาภิรมย์

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	4.572	4.282	4.308	4.057	4.212	4.421	4.800
นักเรียน/นักศึกษา	4.572	.28997*	0.26432	.51487*	.35990*	0.15096	-0.22798
ข้าราชการ	4.282		-0.02564	0.22491	0.06993	-0.13900	-0.51795
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.308			0.25055	0.09557	-0.11336	-0.49231
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	4.057				-0.15498	-0.36391	-.74286*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.212					-0.20893	-0.58788
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.421						-0.37895
อื่น ๆ	4.800						

ตาราง 48 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาภิรมย์ จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความแปลกใหม่ของกิจกรรมมัจฉาภิรมย์

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	4.058	3.846	4.000	3.629	3.727	3.947	4.200
นักเรียน/นักศึกษา	4.058	0.21146	0.05761	.42904*	.33034*	0.11024	-0.14239
ข้าราชการ	3.846		-0.15385	0.21758	0.11888	-0.10121	-0.35385
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.000			0.37143	0.27273	0.05263	-0.20000
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.629				-0.09870	-0.31880	-0.57143
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.727					-0.22010	-0.47273
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.947						-0.25263
อื่น ๆ	4.200						

ตาราง 49 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย
จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	4.086	3.846	3.808	3.714	3.939	3.947	4.600
นักเรียน/นักศึกษา	4.086	0.24027	0.27873	.37213*	0.14703	0.13905	-0.51358
ข้าราชการ	3.846		0.03846	0.13187	-0.09324	-0.10121	-.75385*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.808			0.09341	-0.13170	-0.13968	-.79231*
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.714				-0.22511	-0.23308	-.88571*
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.939					-0.00797	-0.66061
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.947						-0.65263
อื่น ๆ	4.600						

ตาราง 50 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาภิรมย์
จังหวัดนครนายก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในประเด็นที่เกี่ยวกับให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	4.111	3.872	4.000	3.600	3.970	4.053	3.600
นักเรียน/นักศึกษา	4.111	0.23932	0.11111	.51111*	0.14141	0.05848	0.51111
ข้าราชการ	3.872		-0.12821	0.27179	-0.09790	-0.18084	0.27179
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.000			0.40000	0.03030	-0.05263	0.40000
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.600				-0.36970	-0.45263	0.00000
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.970					-0.08293	0.36970
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.053						0.45263
อื่น ๆ	3.600						

ตาราง 51 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉา
จังหวัดนครนายก ตำบลบุคลากร

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	3.960	3.713	3.946	3.629	3.897	4.126	3.680
นักเรียน/นักศึกษา	3.960	.24767*	0.01434	.33192*	0.06352	-0.16582	0.28049
ข้าราชการ	3.713		-0.23333	0.08425	-0.18415	-.41350*	0.03282
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.946			.31758*	0.04918	-0.18016	0.26615
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.629				-0.26840	-.49774*	-0.05143
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.897					-0.22935	0.21697
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.126						0.44632
อื่น ๆ	3.680						

ตาราง 52 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย
จังหวัดนครนายก ด้านบุคลากรในประเด็นที่เกี่ยวกับบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	3.942	3.641	4.192	3.457	3.818	3.895	3.400
นักเรียน/นักศึกษา	3.942	.30136*	-0.24992	.48524*	0.12421	0.04765	0.54239
ข้าราชการ	3.641		-.55128*	0.18388	-0.17716	-0.25371	0.24103
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.192			.73516*	0.37413	0.29757	.79231*
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.457				-0.36104	-.43759*	0.05714
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.818					-0.07656	0.41818
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.895						0.49474
อื่น ๆ	3.400						

ตาราง 53 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาภิรมย์
จังหวัดนครนายก ด้านบุคลากรในประเด็นที่เกี่ยวกับบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ดี

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	3.914	3.692	3.885	3.486	3.848	4.316	3.800
นักเรียน/นักศึกษา	3.914	0.22127	0.02896	.42787*	0.06510	-0.40221	0.11358
ข้าราชการ	3.692		-0.19231	0.20659	-0.15618	-.62348*	-0.10769
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.885			0.39890	0.03613	-0.43117	0.08462
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.486				-0.36277	-.83008*	-0.31429
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.848					-0.46730	0.04848
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.316						0.51579
อื่น ๆ	3.800						

ตาราง 54 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉา
จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	4.013	3.713	3.869	3.651	3.806	4.116	4.000
นักเรียน/นักศึกษา	4.013	.30035*	0.14394	.36174*	.20711*	-0.10262	0.01317
ข้าราชการ	3.713		-0.15641	0.06139	-0.09324	-.40297*	-0.28718
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.869			0.21780	0.06317	-0.24656	-0.13077
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.651				-0.15463	-.46436*	-0.34857
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.806					-.30973*	-0.19394
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.116						0.11579
อื่น ๆ	4.000						

ตาราง 55 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉา
จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรูปแบบมัจฉา

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	4.148	3.821	4.154	3.657	3.939	3.947	3.800
นักเรียน/นักศึกษา	4.148	.32764*	-0.00570	.49101*	0.20875	0.20078	0.34815
ข้าราชการ	3.821		-0.33333	0.16337	-0.11888	-0.12686	0.02051
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.154			.49670*	0.21445	0.20648	0.35385
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.657				-0.28225	-0.29023	-0.14286
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.939					-0.00797	0.13939
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.947						0.14737
อื่น ๆ	3.800						

ตาราง 56 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย
จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการ
ข้อมูลทางการท่องเที่ยว

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	4.025	3.744	4.000	3.543	3.848	4.368	4.200
นักเรียน/นักศึกษา	4.025	.28110*	0.02469	.48183*	0.17621	-0.34373	-0.17531
ข้าราชการ	3.744		-0.25641	0.20073	-0.10490	-.62483*	-0.45641
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.000			.45714*	0.15152	-0.36842	-0.20000
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.543				-0.30563	-.82556*	-0.65714
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.848					-.51994*	-0.35152
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.368						0.16842
อื่น ๆ	4.200						

ตาราง 57 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย
จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีผู้ให้บริการคอยแนะนำกิจกรรมที่เหมาะสม

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	4.016	3.590	3.731	3.686	3.758	4.105	3.800
นักเรียน/นักศึกษา	4.016	.42672*	0.28569	.33075*	0.25889	-0.08880	0.21646
ข้าราชการ	3.590		-0.14103	-0.09597	-0.16783	-.51552*	-0.21026
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.731			0.04505	-0.02681	-0.37449	-0.06923
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.686				-0.07186	-0.41955	-0.11429
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.758					-0.34769	-0.04242
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.105						0.30526
อื่น ๆ	3.800						

ตาราง 58 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย
จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
	4.055	3.815	4.115	3.789	3.867	4.137	3.640
นักเรียน/นักศึกษา	4.055	.23976*	-0.06024	.26657*	0.18848	-0.08170	0.41514
ข้าราชการ	3.815		-.30000*	0.02681	-0.05128	-.32146*	0.17538
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.115			.32681*	0.24872	-0.02146	0.47538
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.789				-0.07810	-.34827*	0.14857
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.867					-0.27018	0.22667
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.137						0.49684
อื่น ๆ	3.640						

ตาราง 59 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	4.305	4.026	4.154	3.886	4.212	4.263	3.600
นักเรียน/นักศึกษา	4.305	.27889*	0.15068	.41881*	0.09241	0.04137	.70453*
ข้าราชการ	4.026		-0.12821	0.13993	-0.18648	-0.23752	0.42564
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.154			0.26813	-0.05828	-0.10931	0.55385
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.886				-0.32641	-0.37744	0.28571
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	4.212					-0.05104	0.61212
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.263						0.66316
อื่น ๆ	3.600						

ตาราง 60 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาภิรมย์ จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับห้องน้ำมีความเพียงพอและสะอาดต่อนักท่องเที่ยว

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	3.926	3.615	4.115	3.714	3.788	4.158	3.200
นักเรียน/นักศึกษา	3.926	.31054*	-0.18946	0.21164	0.13805	-0.23197	.72593*
ข้าราชการ	3.615		-.50000*	-0.09890	-0.17249	-.54251*	0.41538
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.115			0.40110	0.32751	-0.04251	.91538*
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.714				-0.07359	-0.44361	0.51429
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.788					-0.37002	0.58788
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.158						.95789*
อื่น ๆ	3.200						

ตาราง 61 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมัจฉาภิรมย์ จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับพื้นที่ที่จะจัดเตรียมความเพียงพอและปลอดภัย

	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง	ธุรกิจส่วนตัว/ รับจ้าง	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	อื่น ๆ
ค่าเฉลี่ย	4.058	3.718	4.308	3.743	3.758	4.105	3.600
นักเรียน/นักศึกษา	4.058	.33966*	-0.25008	.31476*	.30004*	-0.04765	0.45761
ข้าราชการ	3.718		-.58974*	-0.02491	-0.03963	-0.38731	0.11795
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.308			.56484*	.55012*	0.20243	0.70769
พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง	3.743				-0.01472	-0.36241	0.14286
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง	3.758					-0.34769	0.15758
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.105						0.50526
อื่น ๆ	3.600						

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในประเด็นที่เกี่ยวกับให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม สูงกว่า ผู้เป็นพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 พบว่า ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในประเด็นที่เกี่ยวกับให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม สูงกว่า ผู้เป็นข้าราชการและพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในประเด็นที่เกี่ยวกับให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม สูงกว่า ผู้เป็นพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 52 พบว่า ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านบุคลากรในประเด็นที่เกี่ยวกับบุคลากร หรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ สูงกว่า ผู้เป็นข้าราชการและพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านบุคลากรในประเด็นที่เกี่ยวกับบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาท และสุภาพในการให้บริการ สูงกว่า ผู้เป็นพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้เป็นธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านบุคลากรในประเด็นที่เกี่ยวกับบุคลากร หรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาท และสุภาพในการให้บริการ ต่ำกว่า ผู้เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 พบว่า ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านบุคลากรในประเด็นที่เกี่ยวกับบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี สูงกว่า ผู้เป็นพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านบุคลากรในประเด็น

ที่เกี่ยวกับบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี สูงกว่า ข้าราชการ และ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 พบว่า ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ สูงกว่า ผู้เป็นข้าราชการ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และ ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับ ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านบุคลากร ในประเด็นที่เกี่ยวกับบุคลากร หรือเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี สูงกว่า ข้าราชการ พนักงานเอกชน/ลูกจ้างและธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 พบว่า ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับ มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว รูปแบบผจญภัย สูงกว่า ผู้เป็นข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 พบว่า ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้เป็นข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ผู้เป็นพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูล ทางการท่องเที่ยว ต่ำกว่า ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูล ทางการท่องเที่ยว สูงกว่า ผู้เป็นข้าราชการพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 57 พบว่า ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีผู้ให้บริการคอยแนะนำกิจกรรมที่เหมาะสม สูงกว่า ผู้เป็นข้าราชการ และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีผู้ให้บริการคอยแนะนำกิจกรรมที่เหมาะสม สูงกว่า ผู้เป็นข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 58 พบว่า ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ต่ำกว่า พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้เป็นพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ต่ำกว่า ผู้เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ สูงกว่า ผู้เป็นข้าราชการ และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 59 พบว่า ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย สูงกว่า ข้าราชการ และพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 60 พบว่า ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับห้องน้ำมีความเพียงพอและสะอาด ต่อนักท่องเที่ยว สูงกว่า ข้าราชการ และอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้เป็นข้าราชการ มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบ

ทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับห้องน้ำมีความเพียงพอและสะอาดต่อนักท่องเที่ยว ต่ำกว่า พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ประกอบการอาชีพอื่น ๆ มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับห้องน้ำมีความเพียงพอและสะอาดต่อนักท่องเที่ยว ต่ำกว่า นักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 61 พบว่า ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับ พื้นที่จะจอดรถมีความเพียงพอ และปลอดภัย สูงกว่า ข้าราชการ พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้เป็นข้าราชการ มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับพื้นที่จะจอดรถมีความเพียงพอและปลอดภัยต่ำกว่าพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ในประเด็นที่เกี่ยวกับ พื้นที่จะจอดรถมีความเพียงพอและปลอดภัย ต่ำกว่า พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

ตาราง 62 การทดสอบความแตกต่างเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ต่ำกว่า 15,000 บาท		15,001– 20,000 บาท		20,001– 25,000 บาท		25,001– 30,000 บาท		30,001– 35,000 บาท		35,001– 40,000 บาท		F	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	4.210	0.532	3.988	0.521	3.933	0.646	4.140	0.550	4.109	0.585	4.041		
1. ความน่าสนใจของกิจกรรม ผจญภัย	4.557	0.661	4.146	0.772	4.238	0.759	4.300	0.675	4.318	0.894	4.471	0.662	3.982	0.002*
2. ความปลอดภัยในกิจกรรม ผจญภัย	4.234	0.713	4.146	0.545	4.024	0.715	4.200	0.632	4.318	0.646	4.206	0.641	0.865	0.505
3. ความแปลกใหม่ของกิจกรรม ผจญภัย	4.045	0.787	3.833	0.834	3.786	0.925	3.900	0.738	3.818	0.853	3.912	0.793	1.326	0.252
4. ความพร้อมของการจัด กิจกรรมผจญภัย	4.070	0.821	3.813	0.734	3.762	0.759	4.100	0.738	4.136	0.774	3.941	0.886	1.809	0.110
5. ความหลากหลายของ กิจกรรมผจญภัย	4.143	0.907	4.000	0.825	3.857	0.872	4.200	0.789	3.955	0.899	3.676	0.945	2.245	0.049*
ด้านราคา	3.875	0.582	3.975	0.511	3.724	0.687	3.660	0.700	3.909	0.647	3.912	0.475	1.151	0.333
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน	4.057	0.825	4.188	0.704	3.881	0.803	3.800	0.919	4.045	0.785	3.824	0.904	1.288	0.268
2. อัตราค่าบริการมีความ เหมาะสมกับกิจกรรม	3.914	0.746	4.042	0.651	3.810	0.862	3.700	0.823	3.818	0.853	3.853	0.784	0.685	0.635

ตาราง 62 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ต่ำกว่า 15,000		15,001–		20,001–		25,001–		30,001–		35,001–		F	Sig.
	บาท		20,000 บาท		25,000 บาท		30,000 บาท		35,000 บาท		40,000 บาท			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
3. ราคาค่าใช้จ่ายในการเล่นเกม กิจกรรมมีความคุ้มค่า	3.811	0.859	3.917	0.739	3.690	0.780	3.800	0.919	3.909	0.750	3.794	0.770	0.399	0.849
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทาง เหมาะสม	3.811	0.915	3.958	0.798	3.643	0.906	3.600	0.843	3.955	0.785	4.000	0.739	1.087	0.367
5. ราคาสินค้าและบริการไม่ แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	3.779	0.943	3.771	0.805	3.595	0.912	3.400	0.843	3.818	0.907	4.088	0.900	1.462	0.201
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.887	0.640	3.850	0.565	3.838	0.683	3.740	0.693	3.664	0.836	3.900	0.519	0.608	0.694
1. ให้มีการจัดโปรแกรมการขาย การบริการที่เหมาะสม	4.074	0.838	3.875	0.890	3.833	0.794	3.900	0.876	3.955	0.950	4.088	0.933	0.974	0.433
2. ให้มีการจัดโปรแกรมกิจกรรม แบบเหมาจ่ายรายวัน	3.852	0.833	3.938	0.697	3.905	0.878	3.800	0.919	3.773	0.869	3.824	0.834	0.186	0.968
3. การบริการอินเทอร์เน็ตที่สะดวก	3.824	1.013	3.750	0.786	3.738	0.912	3.700	0.949	3.727	0.935	3.765	0.955	0.140	0.983
4. มีช่องทางการจำหน่ายที่ สะดวกและชัดเจน	3.877	0.969	3.833	0.753	3.857	0.783	3.700	0.823	3.455	1.143	3.882	0.946	0.889	0.488
5. มีช่องทางติดต่อกับแหล่ง ท่องเที่ยวหลากหลาย	3.807	0.977	3.854	0.875	3.857	0.814	3.600	1.075	3.409	1.098	3.941	0.736	1.069	0.377
ด้านการส่งเสริมตลาด	3.584	0.733	3.675	0.690	3.610	0.727	3.600	0.639	3.600	0.712	3.459	0.571	0.378	0.864
1. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยว ค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก	3.992	0.925	3.938	0.755	3.952	0.909	3.700	0.823	4.000	0.926	3.647	0.917	1.038	0.395

ตาราง 62 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ต่ำกว่า 15,000		15,001-		20,001-		25,001-		30,001-		35,001-		F	Sig.
	บาท		20,000 บาท		25,000 บาท		30,000 บาท		35,000 บาท		40,000 บาท			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก เส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบพจนานุกรม จังหวัด นครนายก	3.627	0.891	3.563	0.796	3.571	0.859	3.700	0.949	3.727	0.767	3.353	0.774	0.755	0.583
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ของการท่องเที่ยว	3.377	0.971	3.500	0.968	3.500	0.917	3.200	0.919	3.500	0.859	3.206	0.946	0.636	0.673
4. ให้มีการโฆษณาแหล่ง ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	3.344	1.060	3.542	0.922	3.405	0.964	3.600	0.966	3.227	1.066	3.412	0.857	0.507	0.771
5. การให้บริการด้านข้อมูลที่ ถูกต้องและมีความรวดเร็ว	3.578	1.061	3.833	0.724	3.619	0.909	3.800	0.919	3.545	0.858	3.676	0.976	0.645	0.666
ด้านบุคลากร	3.940	0.584	3.888	0.580	3.771	0.592	3.880	0.368	3.782	0.650	3.935	0.548	0.852	0.514
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความรู้ความสามารถ	4.012	0.824	3.938	0.810	3.786	0.717	3.900	0.568	3.864	0.834	3.971	0.834	0.674	0.643
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีจำนวนพอเพียงต่อ การบริการ	3.980	0.767	3.896	0.722	3.810	0.740	3.900	0.568	3.909	0.750	4.059	0.649	0.593	0.705
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีความเต็มใจในการ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.922	0.835	3.833	0.694	3.738	0.885	3.900	0.568	3.773	0.869	3.853	0.744	0.501	0.775

ตาราง 62 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ต่ำกว่า 15,000		15,001-		20,001-		25,001-		30,001-		35,001-		F	Sig.
	บาท		20,000 บาท		25,000 บาท		30,000 บาท		35,000 บาท		40,000 บาท			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีมารยาทและสุภาพใน การให้บริการ	3.910	0.801	3.917	0.710	3.714	0.774	3.600	0.699	3.591	0.908	3.941	0.814	1.311	0.259
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.877	0.921	3.854	0.714	3.810	0.969	4.100	0.738	3.773	0.869	3.853	0.892	0.228	0.950
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.988	0.559	3.783	0.525	3.833	0.555	3.920	0.454	3.718	0.729	3.988	0.418	2.187	0.055
1. มีความปลอดภัยในการ ท่องเที่ยวรูปแบบพวงกม	4.135	0.777	3.917	0.767	3.929	0.745	3.800	0.632	3.636	1.136	4.029	0.717	2.457	0.033*
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอก เส้นทางการเดินทางในแหล่ง ท่องเที่ยว	3.963	0.828	3.750	0.758	3.810	0.707	4.100	0.568	3.727	1.032	3.882	0.769	1.051	0.387
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการ ข้อมูลทางการท่องเที่ยว	4.000	0.822	3.833	0.808	3.881	0.803	4.000	0.816	3.455	1.101	4.235	0.781	2.784	0.017*
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำ กิจกรรมที่เหมาะสม	3.984	0.875	3.688	0.657	3.738	0.828	3.500	0.850	4.000	0.756	3.941	0.776	1.973	0.082
5. มีผู้เชี่ยวชาญให้บริการอำนวยความสะดวกในการทำกิจกรรม	3.857	0.951	3.729	0.707	3.810	0.773	4.200	0.422	3.773	0.813	3.853	0.657	0.555	0.734

ตาราง 62 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ต่ำกว่า 15,000		15,001–		20,001–		25,001–		30,001–		35,001–		F	Sig.
	บาท		20,000 บาท		25,000 บาท		30,000 บาท		35,000 บาท		40,000 บาท			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านองค์ประกอบทาง	4.034	0.562	3.904	0.517	3.867	0.579	4.040	0.460	3.873	0.716	4.076	0.509	1.286	0.269
กายภาพ														
1. ลักษณะทางกายภาพของ แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม กับการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย	4.275	0.766	4.063	0.932	4.071	0.808	4.100	0.738	4.227	0.752	4.176	0.834	0.956	0.445
2. สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานเพียงพอต่อความ ต้องการ	4.020	0.751	3.792	0.713	3.929	0.712	4.100	0.568	3.864	0.889	4.029	0.674	0.998	0.419
3. ห้างน้ำมีความเพียงพอและ สะอาดต่อนักท่องเที่ยว	3.902	0.850	3.833	0.724	3.762	0.692	4.000	0.816	3.682	0.894	4.029	0.797	0.769	0.573
4. พื้นที่จอดรถมีความ เพียงพอและปลอดภัย	4.033	0.846	3.979	0.699	3.738	0.798	4.100	0.738	3.773	0.973	4.059	0.694	1.324	0.253
5. แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ ดี แก่กิจกรรมแบบผจญภัย	3.939	0.837	3.854	0.618	3.833	0.794	3.900	0.568	3.818	0.958	4.088	0.830	0.548	0.740

ตาราง 63 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	30,001- 35,000 บาท	35,001- 40,000 บาท
ค่าเฉลี่ย	4.210	3.988	3.933	4.140	4.109	4.041
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.210	.22234*	.27650*	0.06984	0.10075	0.16866
15,001-20,000 บาท	3.988		0.05417	-0.15250	-0.12159	-0.05368
20,001-25,000 บาท	3.933			-0.20667	-0.17576	-0.10784
25,001-30,000 บาท	4.140				0.03091	0.09882
30,001-35,000 บาท	4.109					0.06791
35,001-40,000 บาท	4.041					

จากตาราง 63 พบว่าผู้มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 64 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความน่าสนใจของ
กิจกรรมผจญภัย

	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	30,001- 35,000 บาท	35,001- 40,000 บาท
ค่าเฉลี่ย	4.557	4.146	4.238	4.300	4.318	4.471
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.557	.41154*	.31928*	0.25738	0.23920	0.08679
15,001-20,000 บาท	4.146		-0.09226	-0.15417	-0.17235	-.32475*
20,001-25,000 บาท	4.238			-0.06190	-0.08009	-0.23249
25,001-30,000 บาท	4.300				-0.01818	-0.17059
30,001-35,000 บาท	4.318					-0.15241
35,001-40,000 บาท	4.471					

จากตาราง 64 พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัยสูงกว่าผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 35,001-40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัยสูงกว่าผู้มีรายได้ 15,001- 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 65 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย

	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	30,001- 35,000 บาท	35,001- 40,000 บาท
ค่าเฉลี่ย	4.143	4.000	3.857	4.200	3.955	3.676
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.143	0.14344	0.28630	-0.05656	0.18890	.46697*
15,001-20,000 บาท	4.000		0.14286	-0.20000	0.04545	0.32353
20,001-25,000 บาท	3.857			-0.34286	-0.09740	0.18067
25,001-30,000 บาท	4.200				0.24545	0.52353
30,001-35,000 บาท	3.955					0.27807
35,001-40,000 บาท	3.676					

จากตาราง 65 พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในประเด็นที่เกี่ยวกับความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัยสูงกว่าผู้มีรายได้ 35,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 66 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีความปลอดภัยในการ
ท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย

	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	30,001- 35,000 บาท	35,001- 40,000 บาท
ค่าเฉลี่ย	4.135	3.917	3.929	3.800	3.636	4.029
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.135	0.21858	0.20667	0.33525	.49888*	0.10583
15,001-20,000 บาท	3.917		-0.01190	0.11667	0.28030	-0.11275
20,001-25,000 บาท	3.929			0.12857	0.29221	-0.10084
25,001-30,000 บาท	3.800				0.16364	-0.22941
30,001-35,000 บาท	3.636					-0.39305
35,001-40,000 บาท	4.029					

จากตาราง 66 พบว่า ผู้มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัยสูงกว่า ผู้มีรายได้ 35,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 67 การเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก
ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวกับมีจุดให้บริการท่องเที่ยว
(Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว

	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท	30,001- 35,000 บาท	35,001- 40,000 บาท
ค่าเฉลี่ย	4.000	3.833	3.881	4.000	3.455	4.235
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.000	0.16667	0.11905	0.00000	.54545*	-0.23529
15,001-20,000 บาท	3.833		-0.04762	-0.16667	0.37879	-.40196*
20,001-25,000 บาท	3.881			-0.11905	0.42641	-0.35434
25,001-30,000 บาท	4.000				0.54545	-0.23529
30,001-35,000 บาท	3.455					-.78075*
35,001-40,000 บาท	4.235					

จากตาราง 67 พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวสูงกว่า ผู้มีรายได้ 35,001-40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้มีรายได้ 35,001-40,000 บาท มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการให้บริการ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวสูงกว่า ผู้มีรายได้ 15,001- 20,000 บาท และผู้มีรายได้ 30,001-35,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 68 สรุปภาพรวมที่ได้จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว					
	เพศ	อายุ	สถานภาพการสมรส	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้
1. ด้านผลิตภัณฑ์	✓	×	×	×	×	×
2. ด้านราคา	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	✓	✓	✓	×	✓	✓
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	×	✓	✓	✓	✓	✓
5. ด้านบุคคล	✓	✓	✓	✓	×	✓
6. ลักษณะทางกายภาพ	✓	✓	✓	×	×	✓
7. ด้านกระบวนการ	✓	×	×	×	×	✓
ภาพรวม	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และเครื่องหมาย × แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 68 แสดงผลสรุปของการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่าสถิติค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA or F-test) พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดของนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ในภาพรวมสัมพันธ์กัน ยกเว้นเพศของนักท่องเที่ยวต่างกันไม่มีความสัมพันธ์ในด้านส่งเสริมการตลาด อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ ยกเว้นในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการ

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ ยกเว้นด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคล อาชีพของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ ยกเว้นด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด รายได้/เดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์



บทที่ 5

บทสรุป

ผลการศึกษาวิจัย เรื่อง “การส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก” โดยวิธีวิจัยเป็นทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เลือกการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก 2) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ จังหวัดนครนายก และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

กลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยเชิงปริมาณนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยจังหวัดนครนายก โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ ดร.ละเอียต ศิลาน้อย โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นจำนวน จำนวน 385 ราย แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดหรือตกหล่นของผู้กรออกแบบสอบถามผู้วิจัยจึงได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็น จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เพื่อการศึกษาครั้งนี้ได้แก่แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม ด้วยวิธี IOC โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการบริการแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยด้วยตนเองตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา เอกสาร ทฤษฎี กรอบแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความหมายและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบผจญภัย แนวคิดเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ สามารถแบ่งออกเป็น สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐาน ทั้ง 2 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้ สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก โดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์ Chi-Square และ สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน ให้มีความสำคัญต่อคุณภาพการบริการในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) แตกต่างกัน โดยสถิติที่ใช้ทดสอบได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างสัมพันธ์กันสำหรับคำถามที่มีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Fisher's Least Significant Difference: LSD)

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก และข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.8 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 61.8 สถานภาพโสด ร้อยละ 68.5 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 64.8 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 60.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 61.0

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

นักท่องเที่ยวนิยมวัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่านเพื่อ ความสนุกสนาน และบันเทิง ร้อยละ 41.0 สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่านโรงเรียนนายร้อย จปร. ร้อยละ 34.3 กิจกรรมการผจญภัย ในครั้งนี้ของท่านปั่นจักรยาน ร้อยละ 23.0 ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง) ทุกเดือน ร้อยละ 31.5 เวลาในการท่องเที่ยวของท่านวันหยุด

ปิดภาคเรียน ร้อยละ 33.0 บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้ครอบครัว ร้อยละ 63.0 กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุดปีนจักรยาน ร้อยละ 17.0

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย (ค่าเฉลี่ย 4.448) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.028) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ให้มีการจัดโปรแกรมการขายบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.015) ด้านการส่งเสริมตลาด อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.945) ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ (ค่าเฉลี่ย 3.965) ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (ค่าเฉลี่ย 4.043) ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (ค่าเฉลี่ย 4.213)

ตอนที่ 2 ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายกที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

อาชีวะ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในทุกด้านสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพศ มีความสัมพันธ์เพียงบางด้านกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้แต่หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เพศของนักท่องเที่ยวในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ

วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน (Sig.=0.025) กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้อของท่าน (Sig.=0.003) ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง) (Sig.=0.000) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig. = 0.000) กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด (Sig.=0.000)

อายุ มีความสัมพันธ์เพียงบางด้านกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อายุ มีความสัมพันธ์ในประเด็นที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก คือ วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน (Sig.=0.001) สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่าน (Sig.=0.000) กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้อของท่าน (Sig.=0.000) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig.=0.000) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้ง (Sig.=0.000) กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด (Sig.=0.006)

สถานภาพการสมรส มีความสัมพันธ์เพียงบางด้านกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้แต่หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สถานภาพการสมรส มีความสัมพันธ์ในประเด็นที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก คือ วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน (Sig.=0.000) สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่าน (Sig.=0.013) กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้อของท่าน (Sig.=0.000) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของ (Sig.=0.000) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้ง (Sig.=0.000)

การศึกษาสูงสุด มีความสัมพันธ์เพียงบางด้านกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้แต่หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การศึกษาสูงสุด มีความสัมพันธ์ในประเด็นที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก คือ วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน (Sig.=0.000) สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่าน (Sig.=0.000) กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี้อของท่าน (Sig.=0.000) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig.=0.000) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้ง (Sig.=0.003) กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด (Sig.=0.005)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์เพียงบางด้านกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้แต่หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก คือ วัตถุประสงค์ของการเดินทางของ (Sig.=0.000) สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่าน (Sig.=0.000) กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนี่ของท่าน (Sig.=0.010) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน (Sig.=0.000) บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี่ (Sig.=0.000)

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน (มีผลต่อระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายกไม่แตกต่างกัน

เพศชาย และหญิง มีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ แต่เพศชาย และหญิงมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก แตกต่างกันในด้านการส่งเสริมตลาด

อายุที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกันในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ แต่อายุที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกันในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ แต่สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการแตกต่างกันคือ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และด้านกระบวนการให้บริการ

การศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกันใน ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร แต่การศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก แตกต่างกันใน ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

อาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกันใน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมตลาด แต่อาชีพที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก แตกต่างกันใน ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก ไม่แตกต่างกันใน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ แต่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก แตกต่างกันใน ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.8 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 61.8 สถานภาพโสด ร้อยละ 68.5 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 64.8 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 60.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 61.0 ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาของ (ณรงค์ฤทธิ์ หวังพัฒนาพาณิชย์, 2546) พฤติกรรม และความพึงพอใจ การท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัดนครนายก ที่พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย โดยส่วนใหญ่อายุ 25-29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ที่เป็นเช่นนี้อาจเกิดจาก ในการศึกษาของ ณรงค์ฤทธิ์ หวังพัฒนาพาณิชย์ เลือกสถานที่ท่องเที่ยวเป็น โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัดนครนายก ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ ทหารดูแลความปลอดภัยในทุกกิจกรรมทำให้ เพศหญิงมีความมั่นใจในการเข้าร่วมกิจกรรมมากกว่า แหล่งท่องเที่ยวแนวผจญภัยทั่วไป ทำให้เพศหญิงเลือกใช้บริการมากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยวใน โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัดนครนายก เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการทหารเป็นหลักไม่มีกิจกรรมอื่น ๆ ทำให้ ต้องใช้ความพร้อมทางร่างกายค่อนข้างมากไม่เหมาะกับกลุ่มวัยรุ่นทำให้ผลการศึกษาดังกล่าวได้ข้อมูลส่วนบุคคล

ของนักท่องเที่ยว แตกต่างจากการศึกษาคั้งนี้

อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่านเพื่อความสนุกสนาน และบันเทิง ร้อยละ 41.0 ซึ่งสอดคล้องกับ องค์ประกอบของการท่องเที่ยวผจญภัย ตามแนวคิดของ ราโพนธรณ แก้วสุริยะ (2545) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวแบบผจญภัยได้รับความสนุกสนานตื่นเต้นหวาดเสียว ผจญภัย ปลอดภัย มีความทรงจำและประสบการณ์ใหม่ สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่านโรงเรียนนายร้อย จปร. ร้อยละ 34.3 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก แหล่งท่องเที่ยวโรงเรียนนายร้อย จปร. มีกิจกรรมที่หลากหลาย ได้แก่ เดินป่าพักแรมพิชิตเขาชะงอก เดินป่าผจญภัย เดินป่าเชิงอนุรักษ์ ฝึกผู้นำหน่วยใต้ผาจำลอง และหน้าผาจริงทดสอบกำลังใจ 10 สถานีโหดสูง 34 ฟุต กิจกรรมยิงปืน กิจกรรมยิงปืนเพนท์บอล กิจกรรมจักรยานท่องเที่ยว กิจกรรมพายเรือแคนู กิจกรรมเลื่อนข้ามลำน้ำ กิจกรรมจักรยาน ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง) ทุกเดือน ร้อยละ 31.5 ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน วันหยุดปิดภาคเรียน ร้อยละ 33.0 ที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากผลการศึกษาด้าน ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็น นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 60.8 ทำให้มีเวลาว่างมากกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ และมีวันหยุดภายในช่วงปิดภาคเรียน บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้อย่างครบถ้วน ร้อยละ 63.0 ที่เป็นเช่นนี้ น่าจะเกิดจากการที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวที่ โรงเรียนนายร้อย จปร. ทำให้มีกิจกรรมที่หลากหลายและเหมาะแก่การมาเที่ยวกันแบบครอบครัว

อภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สิชล อินทรสัตยพงษ์ (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวแบบกิจกรรมผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวม อันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย ในจังหวัดเชียงใหม่และนครนายกมีความหลากหลาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาดด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิยะรัตน์ แก้วอุทัย (2555) วิจัยเรื่อง ทักษะคนดี และ

ความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ในกิจกรรม นันทนาการของอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้าน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน

อภิปรายผลการศึกษเกี่ยวกับผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ที่เป็นเช่นนี้สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับ ลักษณะด้านประชากร (Demographic) ของ คิริวรธรณ เสรีรัตน์ (2538) ที่ระบุว่า เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ เป็น ปัจจัยพื้นฐานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ โรงเรียนนายร้อย จปร. ที่เป็นเช่นนี้เกิดจากการที่โรงเรียนนายร้อย จปร. มีกิจกรรมผจญภัยที่หลากหลายในสถานที่เดียว ดังนั้นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย ควรเน้นการเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัยต่างโดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมปั่นจักรยาน และ ล่องแก่งเนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยม

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายกด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญนอกจากความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว พบว่า ยังมีเรื่องของความปลอดภัยในกิจกรรมผจญภัย ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัยควรเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับอุปกรณ์ความปลอดภัยต่าง ๆ อย่างพอเพียง และอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจที่จะใช้บริการกิจกรรมผจญภัยต่าง ๆ

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายกด้านราคา พบว่า ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ได้แก่ อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการผจญภัยต่าง ๆ ควรมีแสดงป้ายอัตราค่าบริการอย่างชัดเจน

เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสบายว่าไม่ถูกหลอกคิดค่าบริการเกินจริง

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านการส่งเสริมตลาด พบว่า ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ได้แก่ มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก ดังนั้น การท่องเที่ยวประจำจังหวัดนครนายกควรจัดทำ เว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัย ทั้งในแง่ของสถานที่ตั้ง ระยะเวลาเปิดให้บริการ อัตราค่าบริการ

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ด้านบุคลากร พบว่า ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ได้แก่ บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ ดังนั้น บุคลากรที่ให้บริการควรมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมผจญภัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งถัดไปควรทำการศึกษาเปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายก

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษารูปแบบ เว็บไซต์สำหรับให้บริการข้อมูลการผจญภัยสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงเว็บไซต์สำหรับให้บริการข้อมูลการผจญภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2558**. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2558, จาก https://www.m-society.go.th/article_attach/14254/17999.pdf
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว ตุลาคม 2558**. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2558, จาก <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/222/24839>
- กรมป่าไม้. (2548). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2558, จาก http://www.forest.go.th/permission/index.php?option=com_content&view=article&id=302&Itemid=411&lang=th
- กรรณิกา พิมพ์ศรี. (2547). **พฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบบผจญภัยโดยใช้รถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้อ**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- กฤษฎา ภัคดีอุทธรณ์. (2550). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนพื้นฐานของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านนา อำเภอสามเงา จังหวัดตาก**. วิทยานิพนธ์ รป.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครนายก. (2558). **แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก 4 ปี (พ.ศ. 2558-2561)**. สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://nakhonnayok.go.th/strategic/Strategic%20Plan.html>
- กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). **เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2545**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร. (2558). **ติดสปีดท่องเที่ยว ตั้งเป้าปี'60 รายได้ 2.5 ล้านล้าน**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2558, จาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1434355286
- กาญจนา แก้วเทพ. (2538). **การพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชนโดยถือมนุษย์เป็นศูนย์กลาง**. กรุงเทพฯ: สามัคคีสาส์น.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ศรีเมืองการพิมพ์.

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). **ขอบเขตของคำว่าการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย**
 สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2558, จาก
http://digi.library.tu.ac.th/thesis/ra/0081/10CHAPTER_2.pdf
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). **จังหวัดนครนายก**. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2558,
 จาก http://www.tat8.com/thai/ny/ny_place%20index.html
- กุลแก้ว คล้ายแก้ว. (2548). **การอนุรักษ์บ้านเรือนแพลำน้ำน่านและการมีส่วนร่วมของ
 ชุมชน**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ข่าวสด. (17 สิงหาคม 2557). **องค์การท่องเที่ยวโลกจัดอันดับไทยติดที่เที่ยวยอดเยี่ยมอันดับ
 10 ของโลก**. สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2558, จาก
http://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=TVRRd09ESTFNREI5TOE9PQ==
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550). **การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ:
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนี ยาสम्मิ. (2553). **ทางประชากรศาสตร์**. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์ เปรอร์เนท.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนสง. (2521). **ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา**.
 กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชาญชัย ชื่นรำพันธ์. (2552). **แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่
 เทศบาลตำบลทรายขาว อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี**. วิทยานิพนธ์ รบ.ม.,
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- ชาวลิต สิทธิฤทธิ, จิราภรณ์ เพชรประพันธ์, เชื้อบ จันทรชุม, จำเนียร ราชประดิษฐ, สุวรรณ
 วันเพ็ญ, เพ็ญสุภา พรหมเดช, และคณะ. (2545). **การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
 อย่างมีส่วนร่วมตำบลกรุงชิง**. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ทรงชัย อังกาทิพย์. (2542). **ผจญภัยไร้ขีดจำกัด Outdoor & adventure**. กรุงเทพฯ: มติชน.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2549). **แนวคิด ทฤษฎีและหลักการรัฐประศาสนศาสตร์ในการ
 ตรวจสอบถ่วงดุล หน่วยที่ 7 (พิมพ์ครั้งที่ 3)**. นนทบุรี:
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- ทศพล ชื่นอุปการนันท์. (2549). **แนวทางการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมือง
เก่าลพบุรีอย่างยั่งยืน**. วิทยานิพนธ์ ผ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
เทพพิทักษ์ เครือชัย. (2553). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภูหินด่าง องค์การ
บริหารส่วนตำบลห้วยขา อำเภออุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี**. วิทยานิพนธ์
รป.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- ธงชัย สິงติวงษ์. (2540). **การวางแผนเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ธเนศ ศรีสถิตย์. (2548). **การจัดการธุรกิจนำเที่ยว**. เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจ
ในแหล่งท่องเที่ยว. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). **การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์**.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นลินรัตน์ สายศรีบัณฑิต. (2552). **กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง
ในการส่งนักเรียนเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน อำเภอเมือง จังหวัด
นครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ ค.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, นครราชสีมา.
- นิคม จารุมณี. (2535). **การท่องเที่ยวและการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ:
การศาสนา.
- นิตา ชัชกุล. (2547). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (TOURISM INDUSTRY) (พิมพ์ครั้งที่ 6)**.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย. (2538). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว
ชาวไทย**. นครปฐม: โรงพิมพ์สาธารณสุขอาสาเขียนมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา.
- บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธ์. (2551). **การเขียนรายงานการวิจัยและวิทยานิพนธ์
(พิมพ์ครั้งที่ 9)**. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์
ดีไซน์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). **การสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี**. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปัญญา เทียนนาวา. (2554). **การจัดการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาโดย
ชุมชน**. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

- ปาริฉัตร อิงจะนิล. (2554). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปีจังหวัดสมุทรปราการ.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- พงศกร ชาวเชียงตุง. (2550). **แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณลำน้ำชี จังหวัดมหาสารคาม.** วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- พรชัย กิตติศักดิ์เสรี. (2550). **แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณชายทะเลบ้านสีลิ่ง ตำบลคลองด่าน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ.** วิทยานิพนธ์ ปร.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- มนัสวี ธาดาสีห์. (2549). การเพิ่มผลผลิตกับคุณภาพชีวิตการทำงาน. วารสารเพื่อการเพิ่มผลผลิต. *Productivity World*, 1(1), 33 -34.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). **การวิเคราะห์ผู้รับสาร.** กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รชพร จันท์สว่าง. (2546). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.** นนทบุรี: ม.ป.ท.
- รวีวรรณ ไพรยรุ่งโรจน์. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ละเอียด ศิลาน้อย. (2549). **การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน.** สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2558, จาก http://www.etatjournal.com/upload/120/25491_3.pdf
- ละเอียด ศิลาน้อย. (2558). **การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ (เชิงสำรวจและเชิงทดลอง).** กรุงเทพฯ: บางกอกบลูพริ้นติ้ง.
- ลีศึก ฤทธิเนติกุล. (2547). **การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนบ้านหัวริน อำเภอม่วง จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: กระทรวงการพัฒนาสังคมและมั่นคงของมนุษย์.
- วัชพล อินันท์. (2553). **บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่แวน อำเภอร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.** วิทยานิพนธ์ ปร.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- วารัชต์ มัชฌมบุรุษ. (2554). **รูปแบบการท่องเที่ยว ในประเทศไทย.** สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2558, จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com/>
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). **คุณภาพในงานบริการ (Quality in Service) (พิมพ์ครั้งที่ 2).** กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). **คุณภาพในงานบริการ 1 (พิมพ์ครั้งที่ 4).** กรุงเทพฯ: ส.ส.ท.

- ศรัญญา หงษ์แพง. (2554). **แนวทางการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติภูเรือ อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย.** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, เลย.
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). **ประชากรกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต.** กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศิริพันธ์ ถาวรทวีวงษ์. (2543). **ประชากรศาสตร์.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และโซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศูนย์ข้อมูลจังหวัดนครนายก. (2558). **สถานที่ท่องเที่ยวมัจฉา.** สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://nakhonnayok.go.th/newscenter/location.htm>
- สมชาติ กิจยรรยง. (2544). **ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า.** กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). **เคล็ดลับไม่ลับการตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2).** กรุงเทพฯ: ยูบีซี แอลบู๊คส์.
- สมาคมการตลาดท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2558.** สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2558, จาก https://www.m-society.go.th/article_attach/14254/17999.pdf
- สฤษฏ์ แสงอรัญญา. (2558). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.** สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2558, จาก http://www.dnp.go.th/parkreserve/Np/Html/Tour/Eco_Tour.html
- สามแยกชาวบ้าน. (2550). **คู่มือการมีส่วนร่วมภาคประชาชนเกี่ยวกับหน้าที่สาธารณะขององค์กรปกครองท้องถิ่น.** กรุงเทพฯ: ส เจริญ การพิมพ์.
- สำนักวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540). **โครงการศึกษาจัดทำแผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว,** กรุงเทพฯ: สำนักวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- ลิซล อินทรสัตยพงษ์. (2552ก). **กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวในอำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา.** สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- ลิซล อินทรสัตยพงษ์. (2552ข). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกท่องเที่ยวแบบกิจกรรมมัจฉาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ ศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

- สิรินทิพย์ พันธุ์มัลลวาฬ. (2552). **การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมจังหวัดมหาสารคาม**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- สุชาดา กรเพชรปาณี, พูลพงศ์ สุขสว่าง, วลัยลดา วรรณตศิริ, สุกัลกษณ์ สีใส และ ชัชทฤต เทียมธรรม (2550). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการผลกระทบจากการท่องเที่ยวชมหิ่งห้อยคลองอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุภาพร คำภีระ. (2554). **การศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและประวัติศาสตร์หมู่บ้านสันติสุข ขององค์การบริหารส่วนตำบลขุนควน อำเภอวัง จังหวัดพะเยา พุทธศักราช 2551**. วิทยานิพนธ์ รป.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย, เชียงราย.
- สุรัชย์ คันธวณิช. (2552). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยของบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ ศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2533). **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวสา ชัยสุรัตน์. (2537). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาดการวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ บิสซิเนสเวอร์ด.
- เสวี เวชบุษกร. (2538). **สวนนันทนาการและสื่อความหมาย**. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2558, จาก http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco_Tour.html
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค** (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อารีรัตน์ แดงบุญมา. (2551). **การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเพชรโพธิ์ทอง อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว**. วิทยานิพนธ์ รป.ม., มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- อุทัยวรรณ ลิ้มปชยพร. (2550). **การศึกษาความเข้มแข็งขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์**. วิทยานิพนธ์ รป.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, นครสวรรค์.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว

เรื่อง การส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาโท ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ จะนำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการ ในการหาแนวทางการส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัยเชิงนิเวศ จังหวัดนครนายกต่อไป โดยแบบสอบถามฉบับนี้มี 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก ของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอย่างสูง ณ ที่นี้

พรทิพย์ รุ่งเรือง

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงช่อง หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือก หรือเขียน

ข้อความตัวเลขลงในช่องว่าง

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี 2. 20 ปี - 30 ปี
 3. 31 ปี - 40 ปี 4. 41 ปี - 50 ปี
 5. 51 ปี - 60 ปี 6. ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรส
 3. หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

4. การศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
 2. ปริญญาตรี
 3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. ข้าราชการ
 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4. พนักงานเอกชน/ลูกจ้าง
 5. ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง 6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 15,000 บาท 2. 15,001- 20,000 บาท
 3. 20,001-25,000 บาท 4. 25,001-30,000 บาท
 5. 30,001-35,000 บาท 6. 35,001-40,000 บาท
 6. มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย จังหวัดนครนายก

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกหรือเขียนข้อความตัวเลขลงในช่องว่างหรือสอดคล้องกับทัศนคติจริงของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. วัตถุประสงค์ของการเดินทางของท่าน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อความสนุกสนานและบันเทิง | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ |
| <input type="checkbox"/> 3. เพื่อเพิ่มความรู้และประสบการณ์ | <input type="checkbox"/> 4. เพื่อใช้เวลาว่างกับบุคคลใกล้ชิด |
| <input type="checkbox"/> 5. เพื่อทัศนศึกษา / ดูงาน | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

2. สถานที่ท่องเที่ยวแบบผจญภัยของท่าน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ | <input type="checkbox"/> 2. น้ำตกสาริกา |
| <input type="checkbox"/> 3. โรงเรียนนายร้อย จปร. | <input type="checkbox"/> 4. เขื่อนขุนด่านปราการชล |
| <input type="checkbox"/> 5. ศูนย์ผจญภัยเขาหล่น | |

3. กิจกรรมการผจญภัยในครั้งนีของท่าน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ล่องแก่ง | <input type="checkbox"/> 2. พายเรือคายัค |
| <input type="checkbox"/> 3. กระโดดหอ | <input type="checkbox"/> 4. เลื่อนข้ามลำน้ำ |
| <input type="checkbox"/> 5. ยิงปืนบีบีกัน | <input type="checkbox"/> 6. ยิงปืนเพนดัมบอล |
| <input type="checkbox"/> 7. ยิงธนู | <input type="checkbox"/> 8. ยิงปืน |
| <input type="checkbox"/> 9. ปั่นจักรยาน | <input type="checkbox"/> 10. มอเตอร์ไซด์ ATV |
| <input type="checkbox"/> 11. เดินป่าผจญภัย | |

4. ความถี่ในการท่องเที่ยวผจญภัยของท่าน (จำนวนครั้ง)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ทุกเดือน | <input type="checkbox"/> 2. 2 เดือนครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3. 3 เดือนครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. 4 เดือนครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ (โปรดระบุ.....) | |

5. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวของท่าน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. วันจันทร์ – วันศุกร์ | <input type="checkbox"/> 2. วันหยุดสุดสัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 3. วันหยุดเทศกาล | <input type="checkbox"/> 4. วันหยุดปิดภาคเรียน |

6. บุคคลที่ร่วมเดินทางกับท่านในครั้งนี้

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ครอบครัว | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> 3.ญาติ / พี่น้อง | <input type="checkbox"/> 4. คนรัก |
| <input type="checkbox"/> 5. คนเดียว | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

7. กิจกรรมใดที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในจังหวัดนครนายกมากที่สุด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ล่องแก่ง | <input type="checkbox"/> 2. พายเรือคายัค |
| <input type="checkbox"/> 3. กระโดดหอ | <input type="checkbox"/> 4. เลื่อนซำมลำน้ำ |
| <input type="checkbox"/> 5. ยิงปืนบีบีกัน | <input type="checkbox"/> 6. ยิงปืนเพนต์บอล |
| <input type="checkbox"/> 7. ยิงธนู | <input type="checkbox"/> 8. ยิงปืน |
| <input type="checkbox"/> 9. ปั่นจักรยาน | <input type="checkbox"/> 10. มอเตอร์ไซด์ ATV |
| <input type="checkbox"/> 11. เดินป่าผจญภัย | |



ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องซึ่งตรงกับความเป็นจริงหรือสอดคล้องกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

คุณภาพการให้บริการของปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
1. ความน่าสนใจของกิจกรรมผจญภัย					
2. ความปลอดภัยในกิจกรรมผจญภัย					
3. ความแปลกใหม่ของกิจกรรมผจญภัย					
4. ความพร้อมของการจัดกิจกรรมผจญภัย					
5. ความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย					
ด้านราคา					
1. อัตราค่าบริการแสดงชัดเจน					
2. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับกิจกรรม					
3. ราคาค่าใช้จ่ายในการเล่นกิจกรรมมีความคุ้มค่า					
4. ราคาค่าใช้จ่ายเดินทางเข้าพื้นที่มีความเหมาะสม					
5. ราคาสินค้าและบริการไม่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ให้มีการจัดโปรแกรมการขายการบริการที่เหมาะสม					
2. ให้มีการจัดโปรแกรมกิจกรรมแบบเหมาจ่ายรายวัน					
3. การบริการอินเทอร์เน็ตที่สะดวก					
4. มีช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกและชัดเจน					
5. มีช่องทางติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย					
ด้านการส่งเสริมตลาด					
1. มีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวก					

คุณภาพการให้บริการของปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการมาแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก					
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของการท่องเที่ยว					
4. ให้มีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น					
5. การให้บริการด้านข้อมูลที่ถูกต้องและมีความรวดเร็ว					
ด้านบุคลากร					
1. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ					
2. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีจำนวนพอเพียงต่อการบริการ					
3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
4. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมารยาทและสุภาพในการให้บริการ					
5. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี					
ด้านกระบวนการให้บริการ					
1. มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวแบบผจญภัย					
2. มีป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว					
3. มีจุดให้บริการท่องเที่ยว (Service Center) ในการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว					
4. มีผู้ให้บริการคอยแนะนำกิจกรรมที่เหมาะสม					
5. มีผู้เชี่ยวชาญให้บริการอำนวยความสะดวกในการทำกิจกรรม					
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ					
1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวแบบผจญภัย					

คุณภาพการให้บริการของปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับคุณภาพการให้บริการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพียงพอต่อความต้องการ					
3. ห้องน้ำมีความเพียงพอและสะอาดต่อนักท่องเที่ยว					
4. พื้นที่จอดรถมีความเพียงพอและปลอดภัย					
5. แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ดี แก่กิจกรรมแบบผจญภัย					

ตอนที่ 4 ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	พรทิพย์ รุ่งเรือง
วัน เดือน ปี เกิด	4 กรกฎาคม 2534
ที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 41 ซอย 58 การเคหะแห่งชาติ ถนนนวมินทร์ เขตบางกะปิ แขวงคลองจั่น กรุงเทพมหานคร 10240
ที่ทำงานปัจจุบัน	สถาบันวิจัย พัฒนา และสาธิตการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องครักษ์, จังหวัดนครนายก
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	นักวิชาการปฏิบัติการสอน
ประสบการณ์การทำงาน	
พ.ศ. 2557	นักวิชาการปฏิบัติการสอน สถาบันวิจัย พัฒนา และ สาธิตการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องครักษ์, จังหวัดนครนายก
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2557	ศศ.บ. (ภาษาจีนเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ
ผลงานตีพิมพ์	
ที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์	
พรทิพย์ รุ่งเรือง (ผู้บรรยาย). (27 พฤษภาคม 2559). แนวทางการส่งเสริมคุณภาพ บริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย จังหวัดนครนายก. ใน การประชุม วิชาการด้านการจัดการระดับชาติ “วลัยลักษณ์วิจัยทางการจัดการ ครั้งที่ 5”. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.	
ผลงานตีพิมพ์อื่น ๆ -	