

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

ตุลาคม 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

ตุลาคม 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

AN APPROACH TO THE PROMOTION OF CREATIVE TOURISM IN NAKHON NAYOK
PROVINCE



A Thesis Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Arts Degree in Tourism and Hotel Management
October 2022
Copyright 2022 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์
เรื่อง
แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ของ ปานตะวัน รัตนพันธุ์

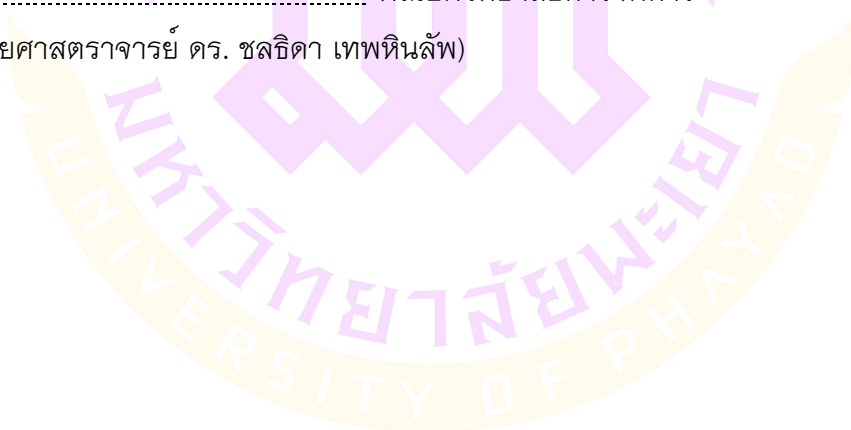
ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม
ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชุษณะ เตชคณา)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร. พกามาศ ชัยรัตน์)

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



เรื่อง:	แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก
ผู้วิจัย:	ปานตะวัน รัตนพันธุ์, วิทยานิพนธ์: ศศ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2565
อาจารย์ที่ปรึกษา:	รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ดร.พกามาศ ชัยรัตน์
คำสำคัญ:	แนวทางการส่งเสริม, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, จังหวัดนครนายก

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก 2. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก 3. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก 4. เพื่อแสวงหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้ค่าสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ไค-สแควร์, T-test และ F-test สถิติทดสอบ One-way ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยครั้งละคู่ โดยสู่มตัวอย่างแต่ละชุดเป็นอิสระต่อกันด้วยวิธีของ Fisher (Least Significant Difference, LSD) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก พบว่า มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่าง 3-5 คน เดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางระหว่าง 1,001-2,000 บาท ส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจากเพื่อน/คนอื่นๆ ซึ่งชอบในกิจกรรมผจญภัย เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ มากกว่าครึ่งแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว 2. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว 4) ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด 5) ด้านที่พัก 6) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 3. ส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก และ 4. ผู้วิจัยนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ได้แก่ 1) ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) เพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย 4) บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก

Title: AN APPROACH TO THE PROMOTION OF CREATIVE TOURISM IN NAKHON NAYOK PROVINCE
Author: Pantawan Rattanaphan, Thesis: M.A. (Tourism and Hotel Management), University of Phayao, 2022
Advisor: Associate Professor Dr. Seri Wongmonta Co–advisor Dr.Pakamas Chairatana
Keywords: An Approach To The Promotion, Creative Tourism, Nakhon Nayok Province

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) study demographic factors relating to the behavior of tourists visiting creative tourism in Nakhon Nayok province, 2) study demographic factors relating to tourists' motivation for visiting creative tourism in Nakhon Nayok province, 3) study demographic factors relating to the marketing mix of creative tourism in Nakhon Nayok province, and 4) acquire guidelines for promoting creative tourism in Nakhon Nayok province. This quantitative research was conducted using questionnaires to collect data from 400 Thai tourists visiting creative tourist attractions in Nakhon Nayok province. The statistics used to analyze the data were inferential statistical programs including Chi – Square, T–Test and F–Test or One–way ANOVA. The mean–paired difference of LSD was employed to test the hypothesis with a statically significant difference at 0.05.

The results revealed that regarding the travel behavior, the main purpose of most samples was recreation. Most tourists traveled by a private car with passengers of 3–5 companions, on the weekend, have visited there more than three times, with expenses at 1,001–2,000 Baht, studied information from their friends or other people, were satisfied with adventurous activities, their travel was duplicated, and they persuaded other people to visit there. For the overall motivation of the tourists, it was found that the factors were at a high level, including 1) tourist attractions, 2) tourism accessibility, 3) tourism facilities, 4) miscellaneous service, 5) accommodation, and 6) tourism activities. In terms of the marketing mix factors, it showed that the overall opinion towards the tourism marketing mix was at a high level. Based on the result of the study, it's suggested the guidelines for creative tourism promotion in Nakhon Nayok are that; 1) the operators should promote creative tourist attractions, 2) the diversity of creative tourism activities should be increased, 3) the facility and safety should be supported, 4) aggressive marketing strategies should be employed to manage the tourism.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท ในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม งานวิจัยเรื่องนี้ได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณ ดร.พγμαมาศ ชัยรัตน์ ที่ได้สละเวลาให้กับผู้วิจัยเข้าพบทุกสัปดาห์ เพื่อรับฟังปัญหาจากผู้วิจัย ทั้งยังชี้แนะแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชชนะ เตชคณา ที่ได้ให้เกียรติและสละเวลาในการเป็นคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ อีกทั้งยังให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และมีคุณค่าต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้มอบทุนอุดหนุนการทำวิทยานิพนธ์เพื่อใช้ดำเนินงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีคุณค่า

นอกจากนี้ การดำเนินการจัดการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว คงมีอาจสำเร็จลุล่วงได้ หากปราศจากบุคลากรของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยาทุกท่าน ให้ความอนุเคราะห์ในทุกด้าน ตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเล่าเรียน

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา คนในครอบครัวทุกท่านผู้เป็นกำลังสำคัญและเป็นแรงใจในการตั้งใจศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบคุณพี่ ๆ และเพื่อน ๆ กัลยาณมิตรทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ แนะนำ ให้คำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนทำให้การศึกษาวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ปานตะวัน รัตนพันธุ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ต
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	6
บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว	7
แนวคิดและทฤษฎีด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	17
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	23
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	24
บริบทพื้นที่ของจังหวัดนครนายก.....	28

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	45
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	46
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	46
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	48
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล	50
การวิเคราะห์ข้อมูล	51
บทที่ 4 ผลวิเคราะห์ข้อมูล	53
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล	54
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	56
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว.....	59
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	65
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมสร้างสรรค์	72
ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	77
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวใน การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก	77
สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการ เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก	108
สมมติฐานที่ 3 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก	126
สมมติฐานที่ 4 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก	147
บทที่ 5 บทสรุป.....	166
สรุปผลการวิจัย	166

อภิปรายผลการวิจัย.....	172
ข้อเสนอแนะ.....	176
บรรณานุกรม	177
ภาคผนวก	183
ภาคผนวก ก หนังสือเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ	184
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	187
ภาคผนวก ค เอกสารรับรองโครงการวิจัย	200
ภาคผนวก ง ทุนอุดหนุนการทำวิทยานิพนธ์	201
ภาคผนวก จ หนังสือตอบรับการพิมพ์บทความวิจัย.....	203
ภาคผนวก ฉ ภาพเก็บข้อมูลแบบสอบถาม และภาพกิจกรรมสร้างสรรค์.....	204
ประวัติผู้วิจัย.....	212



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ.....	47
ตาราง 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล	54
ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	56
ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวด้านภาพรวม .59	59
ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว.....	60
ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวด้านภาพรวม	65
ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	66
ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมสร้างสรรค์ด้านภาพรวม	72
ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมสร้างสรรค์.....	73
ตาราง 10 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก.....	77
ตาราง 11 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก.....	81
ตาราง 12 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก	85
ตาราง 13 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก.....	89
ตาราง 14 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก.....	94
ตาราง 15 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก	101

ตาราง 29 ตารางสรุปภาพรวมจากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก 124	
ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามเพศ.....	126
ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุ.....	127
ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพ.....	129
ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา.....	130
ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	132
ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	133
ตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	134
ตาราง 37 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	135
ตาราง 38 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	136
ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพ	137
ตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่.....	139
ตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	140

ตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	142
ตาราง 43 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	143
ตาราง 44 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	144
ตาราง 45 ตารางสรุปภาพรวมจากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก	145
ตาราง 46 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครนายก จำแนกตามเพศ.....	147
ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครนายก จำแนกตามอายุ.....	148
ตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครนายก จำแนกตามสถานภาพ.....	149
ตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา.....	151
ตาราง 50 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	152
ตาราง 51 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	153
ตาราง 52 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	154
ตาราง 53 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	154
ตาราง 54 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครนายก จำแนกตามอาชีพ.....	155

ตาราง 55 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน จังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่.....	157
ตาราง 56 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน จังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่.....	159
ตาราง 57 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัด นครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	160
ตาราง 58 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	161
ตาราง 59 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	162
ตาราง 60 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	163
ตาราง 61 ตารางสรุปภาพรวมจากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์ กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก	164



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 ความสัมพันธ์ระหว่าง การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	16
ภาพ 2 องค์ประกอบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระบบการท่องเที่ยว	19
ภาพ 3 แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมชุมชนบ้านคีรีวัน	30
ภาพ 4 น้ำมะดัน และแยมมะดัน.....	31
ภาพ 5 มะยงชิด.....	32
ภาพ 6 แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมชุมชนบ้านเนินหินแร่	33
ภาพ 7 ขนมคาบหมู และทำไม้กวาดชุมชนบ้านบึงเข้ “ไทยพวน”	34
ภาพ 8 แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมจากชุมชนบ้านเหล่าเดิน.....	35
ภาพ 9 แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (จปร.).....	36
ภาพ 10 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	45
ภาพ 11 ภาพเก็บข้อมูลแบบสอบถาม.....	204
ภาพ 12 ภาพเก็บข้อมูลแบบสอบถาม	205
ภาพ 13 ภาพกิจกรรมสร้างสรรค์	206
ภาพ 14 ภาพกิจกรรมสร้างสรรค์	207
ภาพ 15 ภาพกิจกรรมสร้างสรรค์	208
ภาพ 16 ภาพกิจกรรมสร้างสรรค์	209
ภาพ 17 ภาพกิจกรรมสร้างสรรค์	210

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีทั้งทรัพยากรทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และประเพณี ซึ่งในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ก่อให้เกิดรายได้ อีกทั้งยังสามารถพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้เป็นอย่างมาก ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพในชุมชน ลดการย้ายถิ่นฐาน และเป็นการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านสินค้า บริการต่าง ๆ และเป็นแรงผลักดันให้ชุมชนเห็นถึงคุณค่าด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติในท้องถิ่น (พิศาล แก้วอยู่ และประกอบ ศิริภักดีพิณีจ, 2557) ปัจจุบันมีแนวความคิด และรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้เปลี่ยนแปลงไป "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์" (Creative Tourism) ถือเป็นการท่องเที่ยวที่หลายประเทศทั่วโลกให้การยอมรับ และกำหนดให้เป็นแนวทาง ในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของตน (พงษ์จันทร์ หลวงจันทร์ดวง, สุรัชย์ กังวล และนันทะเสน, 2561) และในปี 2563 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้รวม 0.81 ล้านล้านบาท ลดลง 2.18 ล้านล้านบาท หดตัวร้อยละ 72.79 จากปีที่ผ่านมา โดยเป็นรายได้ที่ลดลงจากภาคการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 1.58 ล้านล้านบาท และรายได้จากภาคการท่องเที่ยวภายในประเทศ 0.60 ล้านล้านบาทตามลำดับ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ได้สนใจแต่เพียงไปดูและไปเรียนรู้ที่ไม่มีการทำกิจกรรมใด ๆ พวกเขาต้องการที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการสร้างสรรคเพื่อทดสอบศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง พวกเขาต้องการมีส่วนร่วมกับการใช้ชีวิตของคนในชุมชน เป็นโอกาสให้ท้องถิ่นที่ไม่มีทุนทางโครงสร้าง แต่มีทุนทางวัฒนธรรมสามารถใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทั้งด้านการเรียนรู้วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี งานศิลปหัตถกรรม การแสดง การทำอาหาร การละเล่น กีฬา และกิจกรรมอื่น ๆ มาดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนได้ โดยการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายสำหรับการรวมกิจกรรมการสร้างสรรคโดยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องเป็นความร่วมมือกันแบบบูรณาการ ระหว่างภาครัฐผู้ให้นโยบายและให้บริการ สนับสนุนการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ภาคเอกชนที่จะลงทุนในอุตสาหกรรมการสร้างสรรค ภาคชุมชนที่จะเป็น

ผู้สอน ผู้นำกิจกรรมการสร้างสรรค์ โดยมองว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวเชิงสืบสานที่จะดำรงวัฒนธรรมที่แท้จริงของท้องถิ่นให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน (เสรี วงษ์มณฑา, 2564)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้ผู้เดินทางได้พัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมกิจกรรมการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว ซึ่งสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ จังหวัดนครนายกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เป็นเมืองรองที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และได้ทำกิจกรรมร่วมกันกับชุมชนสามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้แก่พื้นที่ เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ดังนั้น หากมีการส่งเสริมที่ตรงจุด โดยเน้นการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและมูลค่า สามารถสร้างรายได้ และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการค้นหาฐานทุนของพื้นที่ พร้อมทั้งการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงการทำการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 05, 2563)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือว่าเป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้น การอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว จากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวตัวอย่างกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เช่น การเรียนภาษาท้องถิ่น การทอผ้า การเก็บผลผลิตจากสวน การวาดภาพวาด การแกะสลัก การทำจักสาน และการทำอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น นครนายกเป็นจังหวัดหนึ่งในกลุ่มจังหวัดภาคกลางที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี และอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก ได้แก่ ชุมชนกลุ่มแปรรูปผลไม้ ตำบลท่าทราย คุ้มบ้านญวนเมืองมะดัน การทำน้ำมะดัน การทำมะดันแช่อิ่ม และการทำแยมมะดัน สวนมะยงชิด สวนตาจรูญ จวนเจริญ เก็บมะยงชิด ชิมมะยงชิดจากสวน ชุมชนบ้านศิรีวัน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบผสมผสาน มีศูนย์เรียนรู้เชิงเกษตร และวัฒนธรรมภูกะเหรี่ยงไร่นาสวนผสม การทำนา ทำสวน เลี้ยงสัตว์แบบเกษตรอินทรีย์ ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 และยังมีกิจกรรมเชิงเกษตร และฐานการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวได้อยู่ ใกล้ชิดชุมชนมากยิ่งขึ้น และยังสามารถลิ้มลองรสชาติอาหารพื้นบ้านที่หาได้จากในสวนที่ปลูกไว้มาทำเป็นเมนูง่าย ๆ เช่น เก็บไข่เป็ดมาเจียว

เก็บใบต้วมาต้มยำใส่ไก่ หลนปลาตุ๋น (ปลาตุ๋นที่ชาวบ้านทำเอง) กินกับข้าวซ้อมมือที่ปลูกเอง
 ลีเอียง และขนมข้าวยาตุ๋น ชุมชนบ้านบึงเข้ การทำขนมคอบหมู และการทำไม้กวาด และยังมีโฮมส
 เตอร์ย์ นักท่องเที่ยวสามารถนอนพักค้างแรมได้มากกว่า 1 คืน ชุมชนบ้านเหล่าเต็น การทำหมวก
 ถัก การถักผ้าพันคอ การทำกระเป๋าแฮนด์เมด และการทำอาหารคาวหวานนานาชนิดจาก
 หน่อไม้ บ้านเนินหินแร่ การทำข้าวเหนียวแดงที่มีรสชาติหวานมัน ขนมสาลี่หวานน้อยใช้สี
 สมนุไพร การทำงานจักสาน หัตถกรรมจากกะลามะพร้าว เป็นต้น

ด้วยพื้นที่ภายใน โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (จปร) มีพื้นที่กว้างขวาง
 อยู่ท่ามกลางธรรมชาติขุนเขา บรรยากาศดี จึงเหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ
 นักท่องเที่ยวยังได้มีส่วนร่วมการทำกิจกรรมผจญภัยต่าง ๆ มีกิจกรรมหลากหลาย อาทิเช่น
 กิจกรรมกระโดดหอสูง 34 ฟุตข้ามลำน้ำ กิจกรรมไต่ตัวหน้าผาจำลอง กิจกรรมยิงธนู
 กิจกรรมยิงปืน กิจกรรมยิงปืนปีปีกัน กิจกรรมยิงปืนเพนท์บอล กิจกรรมพายเรือคายัค ดังนั้น
 จึงมีสำนักงานการท่องเที่ยวไว้ให้บริการนักท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถ
 เดินทางมาท่องเที่ยว ทำกิจกรรมร่วมกันกับเจ้าของชุมชน และเรียนรู้วิถีชีวิตกับเจ้าของชุมชน
 และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (นครนายก,
 2560)

ในข้างต้นจึงเป็นเหตุผลในการสนับสนุนให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับ
 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นทำ
 ให้เกิดกิจกรรมที่สร้างสรรค์ สร้างประสบการณ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา
 ท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่การสร้างควมพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวทำให้เกิดการเดินทางมา
 ท่องเที่ยวส่งผลทำให้ชุมชนในท้องถิ่นเกิดรายได้มีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นตลอดจนเป็น
 การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ ๆ
 จังหวัดนครนายกนับว่าเป็นจังหวัดของภาคกลางที่สามารถเดินทางจากกรุงเทพมหานครโดยใช้
 ระยะเวลาในการเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาพักผ่อน
 ทำกิจกรรมสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกตลอดทั้งปี (สำนักงานจังหวัดนครนายก, 2564)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
 จังหวัดนครนายก เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้ มีส่วนร่วม และสร้าง
 คุณค่าให้ชุมชนผ่านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่ยังได้ทำ
 กิจกรรมร่วมกันกับชุมชน และยังสามารถนำผลผลิตที่ได้ลงมือทำ เป็นของฝากของที่ระลึกกลับ
 บ้านได้อีกด้วย โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถเป็นเครื่องมือนำไปต่อยอด

และระบุแนวทางการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครนายกต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก
3. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก
4. เพื่อแสวงหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก
2. ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก
3. ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก
4. ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตพื้นที่ในการวิจัย ได้แก่ อำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี และอำเภองครักษ์ จังหวัดนครนายก

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเนื้อหาที่จะศึกษาความสัมพันธ์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก และศึกษาความสัมพันธ์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก และเพื่อแสวงหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ในพื้นที่อำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี และอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่ายในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลาในการทำวิจัย

ใช้ระยะเวลาในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ ตุลาคม 2564-ตุลาคม 2565

นิยามศัพท์เฉพาะ

การส่งเสริม หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างองค์กรที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครนายก มากยิ่งขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับนักท่องเที่ยว ในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ไปท่องเที่ยว เรียกว่าเรียนรู้ ดูของจริง ลงมือทำ เป็นการท่องเที่ยวที่ได้เรียนรู้ตัวตนที่แท้จริงของชุมชน โดยนักท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วมลงทำกิจกรรมกับชุมชนและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนในสถานที่จริง

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างองค์กรที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครนายก มากยิ่งขึ้น

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยมีจุดประสงค์เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน หรือประกอบกิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การทำงาน หรือเพื่อการศึกษา

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดทางด้านบริการที่สามารถควบคุมได้ และใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

กิจกรรมสร้างสรรค์ หมายถึง กิจกรรมที่กำหนดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมสร้างความรู้ ฝึกฝนทักษะ และสร้างประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการดูการชม การเรียนรู้การทดลองปฏิบัติ การมีส่วนร่วม และการร่วมสร้าง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อนำผลการศึกษาจากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดนครนายก
2. เพื่อนำไปพัฒนาออกแบบการวางแผนการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก
3. เพื่อนำไปออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์การท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัย เรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก แนวคิดและทฤษฎีด้านการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้า แนวคิด และทฤษฎีจากหนังสือ เอกสาร วารสาร บทความวิชาการ บทความวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงออนไลน์จาก เว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการทำวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
7. บริบทพื้นที่ของจังหวัดนครนายก
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
9. กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว

ความหมายขององค์ประกอบการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะพบว่า การท่องเที่ยวต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันหลายปัจจัย จึงจะส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้น ประสบความสำเร็จสร้างความประทับใจ และผลกำไร มีนักวิชาการหลายท่านที่ได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ดังนี้

Pike Steven (2008) อธิบายไว้ว่า คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวว่าแหล่งท่องเที่ยว เป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอ ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อื่น ๆ แก่ผู้บริโภค สิ่งสำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่ง นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วย องค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กิจกรรม (Activities) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

ชูลิทธิ ชูชาติ (2543) อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ (3A's) ได้แก่ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 3. การเข้าไปถึง (Accessibility)

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวนอกจากจะเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ และยังมีลักษณะพิเศษอีกประการหนึ่งคือ อุตสาหกรรมที่ไร้ตัวตน กล่าวคือ การท่องเที่ยวเป็นการรวมตัวของอุตสาหกรรมอื่น ๆ มีองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 5 ประการ คือ 1) การเข้าถึง (Accessibility) 2) กิจกรรม (Activity) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) 4) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 5) ที่พัก (Accommodation)

พยอม ธรรมบุตร (2549) อธิบายไว้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว

2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่างกัน ซึ่งทำให้มีราคา และบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ พิตเนลเซ็นเตอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวก

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึง แค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติ แต่

เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่า การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผา การดำน้ำ ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำน้ำ การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น กิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าวยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ให้กับชุมชน

5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) เช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ ปั๊มน้ำมัน ร้านขายของที่ระลึก ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

จากความรู้เรื่ององค์ประกอบของการท่องเที่ยว นักวิชาการได้อธิบายไว้ว่า มีความสอดคล้องสัมพันธ์กับนักทฤษฎี 5A's ของ (Tourism Western Australia, 2008) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวได้ เช่น สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions) สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้น เช่น สวนสนุก และกิจกรรมการประชุม (Meeting, Incentive, Exhibition, Convention (MICE) สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural Attractions) สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)

5.2 กิจกรรม (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่ท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้การท่องเที่ยว และช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยวกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลาย และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ วายน้ำ เป็นต้น กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมดูนก กิจกรรมส่องสัตว์ กิจกรรมแสง สี เสียง ในสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

5.3 การคมนาคม (Accessibility) การคมนาคม หมายถึง การคมนาคมการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบายเหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ซึ่งการคมนาคมในปัจจุบันได้ถูกพัฒนาให้สามารถตอบสนองการเดินทางท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ เช่น ธุรกิจการบิน การเดินเรือ และการคมนาคมขนส่งทางรถยนต์ รถโดยสาร รถไฟ รถไฟฟ้า เป็นต้น

นอกจากนี้การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึงสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น

5.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งที่ดีจัดขึ้นเพื่อให้เอื้อประโยชน์ และอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า

น้ำประปา โทรศัพท์ แผนที่ อินเทอร์เน็ต ตู้เอทีเอ็ม ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สถานีตำรวจ โรงพยาบาล เป็นต้น

5.5 ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคา การบริการ และมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนักทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ ฯลฯ

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว ต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันหลายปัจจัย จึงจะส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้น ประสบความสำเร็จสร้างความประทับใจ การนำเสนอทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย

แนวคิดและทฤษฎีด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชน และการพัฒนาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชนโดยชุมชนจะจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืน และสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมในชุมชน ในมิติของการเรียนรู้ และการทดลองปฏิบัติ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่ และเป็นอยู่จริงในชุมชน (UNESCO United Nations Educational Scientific and Cultural Organization, 2006)

Richards และRaymond (2000) อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง และให้ความสำคัญกับ “การมีส่วนร่วม” หรือการได้สนทนาพูดคุย และซึมซับ “วัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์” ของพื้นที่

นาฟีกอติภักดิ์ แสงสนิท (2556) อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์สถานที่นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของท้องถิ่น ได้เรียนรู้

เพื่อสร้างประสบการณ์จริงกับเจ้าของวัฒนธรรม และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชน และเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชน

มูทริกา พุกษาพงษ์ (2554) อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยววิถีชีวิตทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้การใช้ชีวิตของคนในท้องถิ่น วิธีการอยู่อาศัย การประกอบอาชีพ ศิลปวัฒนธรรม และอื่น ๆ สะท้อนถึงเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชน และคนเจ้าของท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ร่วมกับคนในท้องถิ่น ด้วยการพูดคุย สนทนา และกิจกรรมทดลองต่าง ๆ

เสรี วงษ์มณฑา (2564) อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการเคลื่อนย้ายจากการบริโภคสินค้าเชิงวัฒนธรรมที่ไม่มีการทำกิจกรรมใด ๆ (Passive Consumption) มาเป็นการบริโภคสินค้าเชิงวัฒนธรรมที่ จะต้องมีการทำกิจกรรม (Active Consumption) ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกจะต้องปรับตัวตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่ให้ความสำคัญกับ “ประสบการณ์ของการทำกิจกรรม” เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องอาศัยความร่วมมือแบบบูรณาการระหว่างเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เป็นผู้วางนโยบาย ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ดำเนินธุรกิจ และคนในท้องถิ่นที่มีความรู้ความสามารถและทักษะในการทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่จะเป็นผู้สอน ผู้แนะนำ ผู้ให้เคล็ดลับในการสร้างสรรค์ ต้องอาศัยวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปหัตถกรรมและการแสดงซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อเศรษฐกิจของท้องถิ่น

ที่มาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่มาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีความเชื่อมโยงกับที่มาและความหมายของ 3 แนวคิดคือ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) เมืองสร้างสรรค์ (Creative Cities) และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งต่างเป็นส่วนหนึ่งของทิศทาง และแนวโน้มอันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก (ประภัสสร วรรัตนะภูต, 2558) ดังนี้

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) เริ่มต้นจากที่ประเทศออสเตรเลีย มีนโยบายมุ่งสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มประเทศในเครือจักรภพ (The Commonwealth) ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมพัฒนาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้

เป็นฐานสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจึงนำไปสู่การพัฒนาตามแนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งก็คือกลุ่มของอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางภูมิปัญญาเป็นฐาน โดยมีกิจกรรมที่ใช้ฐานของความรู้เป็นสำคัญ อาจเป็นทั้งสินค้าในรูปวัตถุหรือทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งช่วยให้เศรษฐกิจการค้าของโลกขับเคลื่อนต่อไป

เมืองสร้างสรรค์ (Creative Cities) เป็นผลต่อเนื่องมาจากคำประกาศว่าด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม ขององค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ในปีพ.ศ. 2544 ได้เสนอโครงการ “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์” เพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ สนับสนุนให้มีรูปแบบของการท่องเที่ยวใหม่ ที่เน้นความผูกพันระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของบ้าน โดยผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงในทางศิลปะ และวัฒนธรรมของเมืองที่ไปเยือน เพื่อที่จะนำไปสู่ความเข้าใจอย่างแท้จริงในพื้นที่ที่ท่องเที่ยว

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) แนวคิดที่พัฒนาอยู่บนฐานของสินทรัพย์สร้างสรรค์ (Creative assets) มีศักยภาพที่จะก่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ เกิดการสร้างรายได้สร้างงาน ส่งเสริมการร่วมเป็นส่วนหนึ่งทางสังคมความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงครอบคลุมทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ทรัพย์สินทางปัญญาและเป้าหมายทางการท่องเที่ยว โดยมีหัวใจสำคัญของการพัฒนาที่นำไปสู่อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอุตสาหกรรมประสบการณ์ (Experience Industry) ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจและน่าจดจำสำหรับนักท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่ประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการสร้างสรรค์เท่านั้น แต่จะต้องรวมไปถึงประสบการณ์ของการได้มาเยือนพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วย โดยจะต้องพัฒนาให้ครบทุกองค์ประกอบของการท่องเที่ยว กล่าวคือ 1) กิจกรรม (Activities) ถือได้ว่าเป็นหัวใจของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังพื้นที่ (Accessibility) 3) ที่พักที่ตรงตามความต้องการ (Accommodation) 4) แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ทำให้การมาเยือนมีความหลากหลาย (Attractions) 5) สิ่งอำนวยความสะดวกในขณะที่พำนักอยู่ในพื้นที่ (Ancillaries) และ 6) สิ่งเพิ่มเติมเสริมความสุข เช่น ร้านอาหารและนันทนาการต่าง ๆ

(Amenities) ทั้งหมดนี้จะเกิดขึ้นได้ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการที่จะต้องทำงานร่วมกันแบบบูรณาการด้วยหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานชุมชนและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (เสรี วงษ์มณฑา, 2564)

คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นาฟีกอดิศักดิ์ แสงสนิท (2556) ผู้อำนวยการองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) โดยให้หลักการของคุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 10 ประการ ดังนี้

1. ผู้ท่องเที่ยว และเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each Engaging the Other)
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Engagement/Cultural Experience)
3. มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว (Spirit of Place/Deep Meaning/Understanding of the Specific Cultural of the Place)
4. ประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands-on experience)
5. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน/ส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ (Exchange Information/Transformation and Transformative Experiences)
6. เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More participate than observe)
7. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Co-Creating Tourism Experience)
8. ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิต และผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์จริง (Authentic Both Process and Product/Genuine Experience)
9. จดจำประทับใจ เข้าใจ (Memorable/I hear and I forget, I see and I remember, I do and I understand)
10. การท่องเที่ยวแบบจำเพาะเจาะจง (Traitor-made approach)

หลักการทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ได้เลียนแบบใคร เป็นต้นแบบอย่างแท้จริง (Originality) มีความแท้ดั้งเดิม (Authenticity)
2. มีจินตนาการ (Imagination) จรรโลงใจ (Inspiration)
3. มีองค์ความรู้ (Knowledge) มีศิลปะ (Art) และมีกลิ่นไอท้องถิ่น
4. เกิดจากการฉลาดคิด (Ingenuity) กลายเป็นประดิษฐ์กรรม (Inventiveness)
5. เป็นทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Assets)

ประเภทการทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นกลุ่มการทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อันเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ สภาพสังคม แบ่งเป็นกลุ่มย่อยคือกลุ่มแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Expression) เช่น ศิลปะงานฝีมือ เทศกาล งานประเพณีต่าง ๆ และกลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น
2. ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มการทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรม แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคืองานศิลปะ (Visual arts) เช่น การวาดภาพ รูปปั้น และวัตถุโบราณ เป็นต้น และศิลปะการแสดง (Performing arts) เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดงนาฏศิลป์ การแสดงละคร เป็นต้น
3. วิถีชีวิต (Lifestyles) เป็นกลุ่มทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตการดำรงชีวิตหรือวิธีการทำมาหากินของคนในชุมชนท้องถิ่นหรือชาวพื้นเมือง แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ วิถีชีวิตของสังคมเมือง เช่น ย่านการค้าโบราณ ย่านสาเพ็ง ย่านเยาวราช ย่านบางลำพู ย่านเมืองเก่า น่าน ย่านเมืองเก่าแปดริ้ว ย่านถนนนางงามสงขลา เป็นต้น และวิถีชีวิตสังคมชนบท เช่น หมู่บ้านข้างตากกลาง อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก การเลี้ยงนกเขา อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา การทำนา การทอผ้า การทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น
4. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Functional Creation) เป็นกลุ่มทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความ

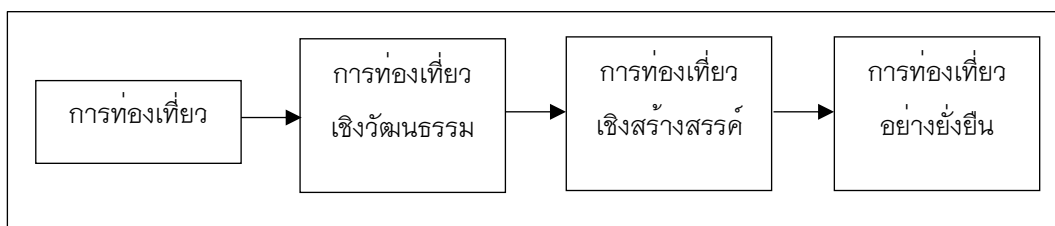
ต้องการแตกต่างกัน แบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มการออกแบบ (Design) เช่น การออกแบบห้องพักในโรงแรม รีสอร์ท การออกแบบสินค้าของที่ระลึก ให้มีอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ กลุ่มสื่อสมัยใหม่ (New media) เช่น ระบบดิจิทัล ซอฟต์แวร์ เกมส์ต่าง ๆ และสุดท้ายกลุ่มบริการทางความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Services) เช่น การบริการทางสถาปัตยกรรม โฆษณา นันทนาการ และบริการแนวคิดเชิงสร้างสรรค์อื่น ๆ

ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยคุณลักษณะ 6 ประการ (Richards, 2010) ดังนี้

1. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า
3. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่า ประสบการณ์
4. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น โดยวัฒนธรรมระดับสูงเป็นวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องไปเยี่ยมชม
5. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง
6. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างกัน

จากลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพ 1 ความสัมพันธ์ระหว่าง การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ที่มา: Richards (2010)

จากแผนภาพสามารถ อธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่ต่อยอดมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และสังคมเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ความต้องการของนักท่องเที่ยว และชุมชนเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ โดยการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เนื่องจาก การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมจากชุมชน เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เมื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกลายเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะส่งผลให้การท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ และสามารถแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพอันจะเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น Richards (2010)

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้ มีส่วนร่วม เพื่อเพิ่มประสบการณ์ตรงที่ได้จากกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และสร้างคุณค่าให้ชุมชนผ่านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรม และธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ เมืองสร้างสรรค์ และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมีบทบาทและมีคุณค่าในเชิงเศรษฐกิจที่จะสามารถช่วยในการพัฒนาประเทศส่งเสริมความหลากหลายของสังคมและวัฒนธรรม ด้านเครือข่ายของเมืองสร้างสรรค์ สามารถนำไปสู่ความภาคภูมิใจทางสังคม

และวัฒนธรรมของชุมชนได้โดยมีการสนับสนุนให้มีรูปแบบของการท่องเที่ยวใหม่ที่เน้นความผูกพันระหว่างผู้มาเยือน และชุมชนผ่านการเรียนรู้ และประสบการณ์ตรง ดังนั้นผู้วิจัยได้นำที่มาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ความหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

“การส่งเสริม” หรือ “Promotion” มักจะเข้าใจว่าเป็น “การส่งเสริมการขาย” ฉะนั้น หากนำแนวคิดมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว ก็จะเป็นการทำให้ผู้ที่กำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นนักท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการสื่อสาร เป็นผู้ที่กำลังจะซื้อเปลี่ยนเป็นผู้ซื้อ คือ การเปลี่ยนสถานะจากกำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวให้เป็นนักท่องเที่ยว

นิชาพิชญ์ กลิ่นชื่น (2560) อธิบายไว้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างองค์กรที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

อรรถพล จันทรสชา (2548) อธิบายไว้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยวให้มาเป็นนักท่องเที่ยว โดยการเข้าถึงจากสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง และสำหรับเครื่องมือของการส่งเสริมนั้นประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และประชาสัมพันธ์

หลักการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีหลักการดำเนินการที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้ (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย, 2549)

1. เร่งพัฒนา บุคลากร ฟื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิม
2. เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

3. เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวรวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

4. เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่น ๆ โดยรอบทั้งทางด้านการตลาด การลงทุน และการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

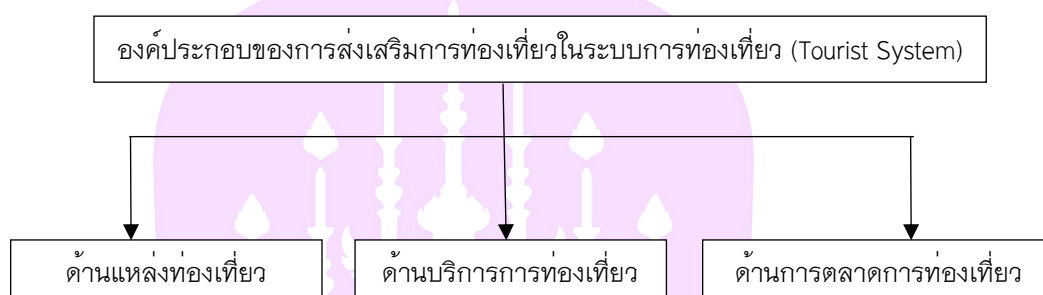
5. บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย

มาตรฐานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย (2549) ได้กำหนดมาตรฐานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวไว้ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยกำหนดมาตรฐาน ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. มาตรฐานด้านแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย
 - 1.1 สนับสนุนหรือจัดให้มีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.2 สนับสนุนหรือจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.3 สนับสนุนหรือจัดให้มีระบบดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว
2. มาตรฐานด้านการบริการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย
 - 2.1 สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านความปลอดภัย
 - 2.2 สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการภัตตาคาร และร้านอาหาร
 - 2.3 สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการสินค้า และของที่ระลึก
 - 2.4 สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการที่พักค้างแรมสำหรับนักท่องเที่ยว
 - 2.5 สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์
 - 2.6 สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านบันเทิง และนันทนาการ
 - 2.7 สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านสารสนเทศ
 - 2.8 สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านขนส่ง

3. มาตรฐานด้านการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วย
- 3.1 สนับสนุนหรือจัดให้มีการกำหนดแผนการตลาดท่องเที่ยว
- 3.2 สนับสนุนหรือจัดให้มีการสร้างเส้นทางหรือกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
- 3.3 สนับสนุนหรือจัดให้มีการโฆษณาไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว



ภาพ 2 องค์ประกอบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระบบการท่องเที่ยว

ที่มา: กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย (2549)

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นหรือชุมชน โดยผ่านการสื่อสารในรูปแบบการโฆษณาการขายโดยพนักงานขาย และประชาสัมพันธ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มในที่สุด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม คือ การแสดงออกของการกระทำ กิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันบ่อย ๆ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตน ความหมายของคำว่า พฤติกรรมอาจจะคล้ายกับคำว่า นิสัยแต่จะแตกต่างกัน เพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ถือว่า เป็นพฤติกรรม หากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่านิสัย (สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ, 2545)

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2548) อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติหรือการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น

การสนทนา การแสดงสีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายรูป เช็กอิน รับประทานอาหาร ซึ่งการแสดงออกนั้นมาจากนิสัยหรือความต้องการของแต่ละบุคคล ที่อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน หรือจากประสบการณ์ที่ได้รับขณะนั้น

สุภาภรณ์ พลนิกร (2548) อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรม การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยวที่จะสามารถตอบสนองความต้องการ ความจำเป็น ของนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจอย่างเต็มที่

ชวัลนุช อุทยาน (2551) อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่าง ของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะ สังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใด สภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึก นึกคิด และอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็น ตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

สุวีร์ณัฐญ์ โสภณศิริ (2554) อธิบายไว้ว่า ให้ความหมายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งใน สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง

ประเภทของพฤติกรรม

ประสิทธิ์ ทองอุ้น (2542) อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) พฤติกรรมที่เจ้าของพฤติกรรมเท่านั้นที่รู้ได้ บุคคลอื่นที่ไม่ใช่เจ้าของพฤติกรรมที่จะไม่สามารถรับรู้ได้ โดยตรงถ้าไม่แสดงออกเป็น พฤติกรรมภายนอก บุคคลอื่นจะรู้พฤติกรรมภายในของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ก็โดยสันนิษฐาน หรือคาดเดาเท่านั้น พฤติกรรมภายในเป็นกระบวนการการทำงานของสมอง (Mental Process) หมายถึง ขั้นตอนการทำงานของสมองในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การคิด การตัดสินใจค่านิยม เป็นต้น

พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) คือ พฤติกรรมที่บุคคลอื่นนอกเหนือจาก เจ้าของพฤติกรรมสามารถที่จะรู้ได้ และบางพฤติกรรมเจ้าของพฤติกรรมยังไม่รู้ถึงพฤติกรรม

นั้นของตนเอง บุคคลอื่นจะรู้ได้ต้องอาศัย การสังเกต (Observation) ไม่ว่าจะใช้ประสาทสัมผัส โดยตรงหรือใช้เครื่องมือ (Instrument) ช่วยในการสังเกตเพื่อให้ได้ข้อมูล

องค์ประกอบของพฤติกรรม

ชวลนุช อุทยาน (2551) องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบ สำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย คือ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวนัก ท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ
2. ความพร้อม คือ ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ
3. สถานการณ์ คือ เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ
4. การแปลความหมาย คือ วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่ พอใจมากที่สุด สถานการณ์
5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกไว้แล้ว เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของตนที่ได้วางไว้
6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุ เป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มา ตอบสนองต่อความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกิน ความสามารถ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549) ปัจจัยที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยวมี 8 ประการ คือ

1. ความต้องการผจญภัย เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็น การล่องแพ ปีนเขา ซี่ซ่าง เป็นต้น ย่อมมีการประชาสัมพันธ์ ทำให้คนอยากล่องผจญภัยกับ กิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ ๆ เป็นต้น
2. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตนเองเป็นการทำลายความจำเจ ในชีวิตประจำวัน โดยการออกเดินทางไปค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต

3. ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้เดินทางท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความสนุกสนาน ความประทับใจในขณะที่ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

4. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม จะเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศที่ตนไปเที่ยว เช่น ประเพณี เทศกาล พิธีการต่าง ๆ หรือศาสนาแตกต่างกัน เป็นต้น ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น

5. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก คนทั่วไปต้องการเห็นว่าผู้ที่อยู่ในประเทศที่ร่ำรวยกับประเทศที่ยากจนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร

6. ความต้องการในการยอมรับของสังคม

7. ความต้องการความภาคภูมิใจ การที่คนต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่าง ๆ เนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าได้ไปท่องเที่ยวสถานที่แปลก แตกต่างจากผู้อื่น

8. ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ การที่ได้มีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ว่าเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น ทำธุรกิจเข้าร่วมประชุม แข่งขันกีฬา เป็นต้น ล้วนทำให้ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นคนมีเกียรติในสังคม อันเป็นการยกฐานะและเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้นด้วย

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การกระทำหรือสิ่งที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาทางร่างกายความคิด และความรู้สึก เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว เช่น เพื่อนร่วมเดินทาง รูปแบบการเดินทาง เพื่อการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยว และยังเป็น การแสดงออกมาในรูปแบบของการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ก่อนการตัดสินใจซื้อได้มีการศึกษารวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ปัจจัยที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยวนั้น มีความต้องการผจญภัยต่าง ๆ ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยวต้องการศึกษาค้นคว้าวัฒนธรรม ต้องการเห็นความเป็นอยู่ ความต้องการในการยอมรับ ความภาคภูมิใจ และความต้องการในการยกฐานะการให้เกียรติ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ความหมายของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

การตัดสินใจท่องเที่ยวหรือการตัดสินใจซื้อบริการนั้น เป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมของผู้รับสารที่ต้องมีสาเหตุให้เกิด ซึ่งการเกิดขึ้นนั้นจะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงจูงใจ นั่นคือพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย จึงควรเข้าใจถึงความหมายของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ชนงกรณ์ กุณทลบุตร (2549) อธิบายไว้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง การที่ผู้นำจะใช้ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยภายในของแต่ละบุคคลมาใช้ในการกระตุ้นให้บุคคลใช้ศักยภาพที่ตนมีอยู่เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูง ปัจจัยภายนอกได้แก่สิ่งต่าง ๆ ที่จะเป็นสิ่งกระตุ้น (Simulus) จากภายนอก (Extrinsic) ทำให้บุคคลพึงพอใจ

ทิบูลย์ ทีปะปาล (2545) อธิบายไว้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่เกิดขึ้นภายในบุคคล สามารถกระตุ้นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งสู่เป้าหมายอย่างใจอย่างหนึ่ง สิ่งจูงใจเป็นจุดเริ่มต้นผลักดันให้แสดงพฤติกรรมตามลำดับขั้นตอน แรงขับ แรงกระตุ้น ความปรารถนาหรือความต้องการ

ปราโมชน์ รอดจรัส (2549) อธิบายไว้ว่า แรงจูงใจเป็นสภาวะหรือแรงผลักดันภายในที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ไปกระตุ้นหรือผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาผู้ที่ได้รับแรงจูงใจจะรวมในกิจกรรมด้วยความกระตือรือร้น

ประเภทของแรงจูงใจ

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวจำแนกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2542)

1. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม และการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวมีความอยากรู้อยากเห็นในสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไปมาก่อน โดยมีความสนใจในด้านศิลปวัฒนธรรม ดนตรี สถาปัตยกรรมหรือสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ
2. แรงจูงใจทางด้านสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล คือ นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อพบปะผู้คน เพื่อนใหม่ญาติหรือคนรู้จักหรือเป็นการท่องเที่ยวเพื่อหาสังคมใหม่ ๆ
3. แรงจูงใจทางด้านความบันเทิง และความเพลิดเพลินคือ นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานตามแหล่งท่องเที่ยวบันเทิง สวรรค์หรือการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ
4. แรงจูงใจทางด้านศาสนา คือ นักท่องเที่ยวมีความสนใจท่องเที่ยวเพื่อศาสนาตามความเชื่อของแต่ละบุคคล
5. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพ และเกียรติภูมิคือ นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพื่อร่วมกิจกรรมที่เป็นการได้รับการยกย่องนับถือจากคนทั่วไป

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง แรงผลักดันที่กระตุ้นทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา โดยมีเป้าหมายต่าง ๆ และดำเนินการเพื่อให้สำเร็จบรรลุเป้าหมาย ซึ่งแต่ละบุคคลนั้นมีแรงจูงใจต่างกันขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การเรียนรู้ และทัศนคติ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงาน การตลาดเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ ธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

นลินรัตน์ สายศรีบัณฑิต (2552) อธิบายไว้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นวิธีการใช้ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย ราคา การส่งเสริม การจำหน่ายที่สามารถควบคุมได้ โดยใช้กระบวนการ วิธีการ ระบบการจัดการตลาด ซึ่งมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจไปยังตลาดเป้าหมาย การตลาดและการบริการเป็นสิ่งที่จะต้องควบคู่กัน และที่สำคัญการทำการตลาด และบริการไม่สามารถทำได้โดยลำพัง

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2560) อธิบายไว้ว่า การตลาดการท่องเที่ยว คือ กระบวนการจัดการแผนงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการต้อนรับ ที่กระทำอย่างเป็นลำดับ และต่อเนื่อง

เสรี วงษ์มณฑา (2542) อธิบายไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้า

ธงชัย ลินดีวงษ์ (2540) อธิบายไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย และระบบการจัดจำหน่าย ซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

กลยุทธ์การตลาด (Marketing mix 7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าของผู้บริโภค ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical and presentation) โดยองค์ประกอบทุกตัวมีความสัมพันธ์กัน และเท่าเทียมกัน ขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์โดยเน้นน้ำหนักไว้ที่ปัจจัยใดมากกว่ากัน เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย (ธนวรรณ แสงสุวรรณ, 2547)

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ถูกนำเสนอสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการ และความจำเป็นของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเกินความคาดหวัง (Augmented product)

2. ปัจจัยด้านราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนทั้งหมดของสินค้า การกำหนดราคาสินค้า เกิดจากการตั้งเป้าหมายทางการค้า ว่าต้องการกำไร ต้องการขยายส่วนครองตลาด ต้องการต่อสู้กับคู่แข่ง หรือเป้าหมายอื่น การตั้งราคาต้องได้รับการยอมรับจากตลาดเป้าหมาย และสู้กับคู่แข่งได้

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการ เพราะสถานที่จำหน่ายจำเป็นต้องกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ปัจจุบันเทคโนโลยีเจริญขึ้น การส่งสินค้าและบริการก็ง่ายสำหรับทั้งผู้ผลิต และลูกค้า

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมสนับสนุนทางการตลาดให้ผู้บริโภคเข้าใจ และให้คุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายเสนอโดยมีเครื่องมือที่สำคัญ 4 ชนิด คือ

4.1 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการส่งเสริมการตลาดที่ดีที่สุด แต่มีค่าใช้จ่ายสูงที่สุด

4.2 การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ เหมาะกับสินค้าที่ต้องการตลาดกว้าง

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นการใช้อุบายประเภทต่าง ๆ ให้เข้าถึงผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า

4.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) เป็นกิจกรรมที่เน้นวัตถุประสงค์การให้บริการแก่สังคม เพื่อเสริมภาพพจน์

5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ ซึ่งจะต้องถูกต้องเป็นที่พอใจและประทับใจในความรู้สึกของผู้บริโภค

6. ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ซึ่งหมายรวมถึงทั้งลูกค้า บุคลากรที่จำหน่ายและบุคคลที่ให้บริการหลังการขาย บุคลากรผู้ให้บริการจำเป็นต้องคัดเลือก ให้การฝึกอบรมและมีสิ่งจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจ และเกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง

7. ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ขององค์กร การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามองเห็นภาพลักษณ์ หรือคุณค่าของบริการที่ส่งมอบโดยเหนือกว่าคู่แข่ง

แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Services marketing mix) หรือ 7P's ตามแนวคิดของ Zeithaml and Bitner ได้อธิบายไว้ว่า แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการประกอบด้วย (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2552)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่บริษัทนำเสนอให้กับลูกค้า การกำหนดกลยุทธ์การบริหารการตลาดไม่ว่าจะเป็นในธุรกิจที่ผลิตสินค้าหรือบริการก็ตาม ต่างต้องพิจารณาถึงลูกค้า กล่าวคือ ในการวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงความจำเป็น และความต้องการของลูกค้า (Customer's needs or wants) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นหลัก เพื่อธุรกิจสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

2. ราคา (Price) หมายถึง ราคาของสินค้าและบริการรวมทั้งเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินที่บริษัทกำหนดขึ้น สำหรับการวางแผนด้านราคา นอกเหนือจากต้นทุนในการผลิต การให้บริการ และการบริหารแล้ว ก็ต้องนึกถึงต้นทุน (Cost) ของลูกค้าเป็นหลัก ธุรกิจต้องพยายามลดต้นทุน และภาระที่ลูกค้าต้องรับผิดชอบ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่าย และสนับสนุนการกระจายสินค้าเพื่อให้สินค้าและบริการมีพร้อมสำหรับการจำหน่าย การจัดจำหน่ายก็ต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบาย (Convenience) ในการรับบริการ การส่งมอบสู่ลูกค้า สถานที่ และเวลาในการส่งมอบ กล่าวคือ ลูกค้าควรจะเข้าถึงได้ง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสื่อสารทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ การส่งเสริมการตลาดจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าทำตามในสิ่งที่เราคาดหวังได้แก่ การรู้จัก และตระหนักถึงตัวผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการใช้ และตัดสินใจซื้อ โดยอาศัย

เครื่องมือที่แตกต่างกันในการส่งเสริมพฤติกรรมของลูกค้า ได้แก่ การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย

5. บุคคล (People) หมายถึง บุคคลทุก ๆ คนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ ซึ่งรวมถึงพนักงานของกิจการ ลูกค้าที่มาใช้บริการ และลูกค้าคนอื่นที่มาใช้บริการด้วย จากลักษณะเฉพาะของบริการที่เรียกว่า “Inseparability” พนักงานของกิจการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตบริการ และการให้บริการในปัจจุบัน ซึ่งสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจรุนแรงขึ้น พนักงานยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับธุรกิจ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการในการให้บริการ ระเบียบ รวมทั้งวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้าง และการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เช่น การตัดสินใจในเรื่องนโยบายที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าเป็นการสร้างสรรค์ และการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการ คือ เวลา และประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการบริการที่ดี จึงควรมีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ

7. หลักฐานทางกายภาพ (Physical evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ สถานที่ที่ลูกค้า และกิจการมีปฏิสัมพันธ์กัน เช่น อาคารสำนักงานของบริษัท ท่าเล

แนวทางการส่งเสริมการตลาด

“การส่งเสริม” หรือ “Promotion” มักจะเข้าใจกันว่าเป็น “การส่งเสริมการขาย” หรือ “Sales Promotion” อันที่จริงการส่งเสริมนั้น คือ การทำให้ผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยวเปลี่ยนพฤติกรรมให้becomeนักท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเริ่มต้นด้วยการทำให้ผู้ที่กำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวได้รู้จักสินค้าทางการท่องเที่ยวก่อน มีการจูงใจ และสร้างอิทธิพลให้ “ผู้ที่กำลังจะซื้อ” เปลี่ยนเป็น “ซื้อ” นั่นคือ การเปลี่ยนสถานะจากกำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวให้เป็นนักท่องเที่ยว หมายความว่า กำลังจะเดินทางกลายเป็นเดินทาง ในการส่งเสริมจะมีเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมโดยรวมจะเรียกว่า ส่วนผสมของการส่งเสริม (Promotion Mix) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

อรรถพล จันทรสาขา (2548) อธิบายไว้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นเป็นการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยวให้มาเป็นนักท่องเที่ยว โดยการเข้าถึงจากสื่อ

ประเภทหนึ่งประเภทใด สำหรับเครื่องมือของการส่งเสริมนั้นประกอบด้วย การโฆษณา การขาย โดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing mix หรือ 7P's) กลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical and presentation) องค์ประกอบทุกตัวมีความสัมพันธ์กันและเท่าเทียมกัน ขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์โดยเน้นน้ำหนักไว้ที่ปัจจัยใดมากกว่ากัน เพื่อให้ตอบสนองความต้องการการตลาดเป้าหมาย ในงานวิจัยนี้ สามารถนำองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มาเป็นกรอบแนวทางการส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวข้องเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

บริบทพื้นที่ของจังหวัดนครนายก

ความเป็นมาของจังหวัดนครนายก

นครนายกเป็นจังหวัดหนึ่งในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 พื้นที่ของนครนายกปรากฏหลักฐานว่าเคยเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของมนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ โดยมีการขุดพบเครื่องมือเครื่องใช้ของมนุษย์ในยุคนี้ เช่น ขวานหินทั้งชนิดมีใบ และไม่มีใบ ลูกบดหิน และลูกบดแก้ว หินดู่ แท่นหินเขียว แวดินเผา ขวานสำริด สันนิษฐานว่านครนายกเคยเป็นเมืองโบราณที่มีอายุสืบเนื่องมาถึงปัจจุบัน โดยปรากฏหลักฐานการอยู่อาศัยในสมัยทวารวดี จากแหล่งโบราณ "บ้านดงละคร" ซึ่งอยู่ห่างจากอำเภอเมืองนครนายกไปทางทิศใต้ระยะทาง 8 กิโลเมตร มีลักษณะเนินดินสูงคล้ายเกาะ เนื้อที่ประมาณ 6 ตารางกิโลเมตร มีคันดินสูงล้อมรอบเป็นวงรี ด้านนอกคันดินมีคูน้ำล้อมรอบอีกชั้นหนึ่ง มีประตูเข้าออก 4 ประตู โดยเมืองนี้อาจมีพัฒนาการ และอายุร่วมสมัยกับเมืองศรีมโหสถในจังหวัดปราจีนบุรี และเมืองพระรถในจังหวัดชลบุรี ซึ่งโบราณวัตถุที่ขุดพบในบริเวณพื้นที่ดังกล่าวมีหลายยุคหลายสมัยด้วยกัน ประกอบด้วยระฆังหินสมัยทวารวดี พระพุทธรูปสมัยลพบุรี ภาชนะดินเผาสมัยสุโขทัย และอยุธยา เป็นต้น

ในปี พ.ศ. 1893 สมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) ปฐมกษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยา กำหนดให้เมืองนครนายกเป็นเมืองหน้าด่านทางด้านทิศตะวันออก (เมืองลพบุรีเป็น

เมืองหน้าด่านด้านทิศเหนือ เมืองนครเขื่อนขันธ์เป็นเมืองหน้าด่านทางด้านทิศใต้ และเมืองสุพรรณบุรีเป็นเมืองหน้าด่านด้านทิศตะวันตก ระยะทางจากเมืองหน้าด่านถึงราชธานีกรุงศรีอยุธยาใช้เวลาเดินทาง 2 วัน) ในสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิได้ตัดเขตท้องที่เมืองลพบุรีทางตะวันออกกับเขตท้องที่เมืองนครนายกทางตะวันตก รวมกันตั้งขึ้นเป็นเมืองสระบุรี ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) พ.ศ. 2445 ทรงปฏิรูปการปกครองใหม่ เรียกว่า การปกครองมณฑลเทศาภิบาล จัดตั้งมณฑลปราจีนบุรี ประกอบด้วย เมืองปราจีนบุรี เมืองฉะเชิงเทรา เมืองนครนายก เมืองพนมสารคาม เมืองพนัสนิคม เมืองชลบุรี และเมืองบางละมุง ในปี พ.ศ. 2486 รัฐบาลจอมพล ป. พิบูลย์สงคราม ให้ยุบรวมอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก ไปรวมกับจังหวัดสระบุรี และให้ยุบรวมอำเภอเมืองนครนายก อำเภอองครักษ์ และอำเภอปากพลีไปรวมกับจังหวัดปราจีนบุรี

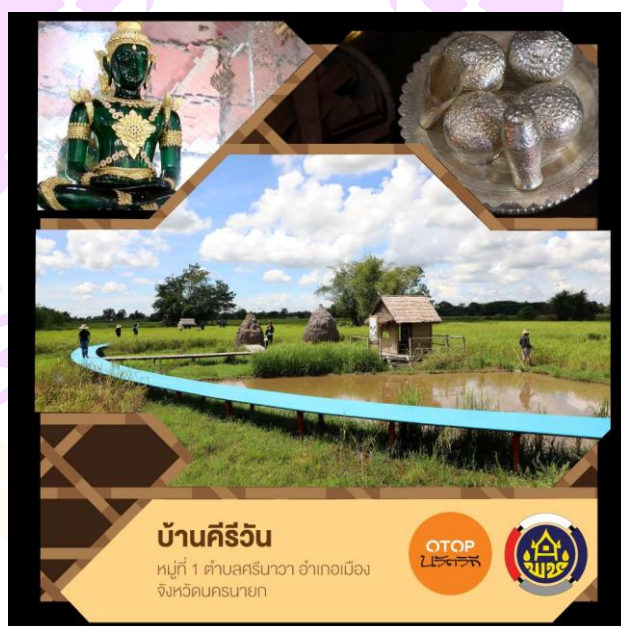
เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม พุทธศักราช 2489 ได้มีพระราชบัญญัติจัดตั้งจังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครนายก พุทธศักราช 2489 มาตรา 6 กำหนดให้แยกอำเภอนครนายก อำเภอองครักษ์ และอำเภอปากพลี ออกจากการปกครองของจังหวัดปราจีนบุรี กับให้แยกอำเภอบ้านนา ออกจากการปกครองของจังหวัดสระบุรี จัดตั้งเป็นจังหวัดขึ้น เรียกว่า จังหวัดนครนายก

ประวัติของชื่อ“นครนายก” มีข้อสันนิษฐาน 2 ประการ ดังนี้ ในสมัยก่อนดินแดนของนครนายกเป็นป่ารกชัฏมีไข้ป่าชุกชุมผู้คนจึงพากันอพยพไปอยู่ที่อื่นจนเกือบเป็นเมืองร้าง ต่อมา มีพระมหากษัตริย์พระองค์หนึ่งไม่มีหลักฐานยืนยันว่าในยุคสมัยใด (แต่ก่อนสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 หรือพระเจ้าอู่ทอง แห่งกรุงศรีอยุธยาเพราะชื่อเมืองนครนายกปรากฏมาตั้งแต่สมัยพระเจ้าอู่ทองแล้ว) ต้องการที่จะจงใจราษฎรให้เข้ามาหักร้างถางพงทำมาหากินอยู่อาศัยในบริเวณนี้จึงให้ยกเว้นเก็บอากรค่านา จึงเรียกเมืองนี้ว่า “เมือง นา-ยก” และเป็นเมืองนครนายก เหตุผลที่สองคือ สมัยกรุงศรีอยุธยา การปกครองในเมืองหลวงใช้ระบบจตุสดมภ์ ส่วนการปกครองหัวเมืองชั้นใน หัวเมืองชั้นนอก ในหัวเมืองด้านเหนือมีสมุหนายก ปกครองทั้งฝ่ายพลเรือน และทหาร ในหัวเมืองด้านใต้มีสมุหกลาโหมปกครองทั้งฝ่ายพลเรือน และทหาร เมืองนครนายกนั้นเดิมอยู่ในสังกัดสมุหกลาโหม ภายหลังถูกโอนให้อยู่ในสังกัดสมุหนายก พื้นที่นี้จึงได้ชื่อว่านครนายกนับแต่นั้นเป็นต้นมา (สำนักงานจังหวัดนครนายก กลุ่มงานยุทธศาสตร์ และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2565)

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอเมืองนครนายก

1. ชุมชนบ้านคีรีวัน

ชุมชนบ้านคีรีวัน ตั้งอยู่ในพื้นที่ หมู่ที่ 1 ตำบลศรีนาวา อำเภอเมืองนครนายก ชุมชนบ้านคีรีวัน จุดเด่น คือ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบผสมผสาน มีศูนย์เรียนรู้เชิงเกษตร และวัฒนธรรมภูเกะเหวียงไร่นาสวนผสม การทำนา ทำสวน เลี้ยงสัตว์แบบเกษตรอินทรีย์ ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 และยังมีกิจกรรมเชิงเกษตร และฐานการเรียนรู้ ให้นักท่องเที่ยวได้อยู่ ใกล้ชิดชุมชนมากขึ้น และยังได้ลิ้มลองรสชาติอาหารพื้นบ้านที่หาได้จากในสวนที่ปลูกไว้มาทำเป็นเมนูง่าย ๆ เช่น เก็บไข่เป็ดมาเจียว เก็บใบเตยมาต้มน้ำใส่ไก่หลนปลาตุ๋น (ปลาตุ๋นที่ชาวบ้านทำเอง) กินกับข้าวซ้อมมือที่ปลูกเอง สีสอง และขนมข้าวยาคุ เป็นที่น่าสนใจ น่าเรียนรู้ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในพื้นที่ยังได้ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนบ้านคีรีวัน และยังสามารถนำความรู้ และประสบการณ์ที่ได้กลับไปปรับใช้ได้อีกด้วย (ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนครนายก, 2564)



ภาพ 3 แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมชุมชนบ้านคีรีวัน

ที่มา: ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนครนายก (2564)

2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลไม้ตำบลท่าทราย คุ้มบ้านญวนเมืองมะดัน

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลไม้ ตำบลท่าทราย คุ้มบ้านญวนเมืองมะดัน ตั้งอยู่ในพื้นที่ 38/1 หมู่ที่ 7 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองนครนายก ตำบลท่าทราย มีผลไม้ และมะดันเป็นจำนวนมาก ชาวบ้านในหมู่บ้านรวมตัวกันมาร่วมกันแปรรูปผลไม้ในชุมชน จุดเด่นคือนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการนำมะดันมาแปรรูปเป็นน้ำมะดัน มะดันแช่อิ่ม และแยมมะดัน ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม และเรียนรู้วิธีการทำน้ำมะดัน มะดันแช่อิ่ม แยมมะดัน จึงถือผลิตภัณฑ์ของชุมชนตำบลท่าทราย สามารถออกขายตามงาน OTOP ต่าง ๆ และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้รับการรับรองเครื่องหมายจากคณะกรรมการอาหารและยา หรือ ออย. หนึ่งในสินค้าขายดี คือ แยมมะดัน ที่ใช้กากมะดันที่เหลือจากการทำน้ำมะดัน เป็นที่น่าสนใจ น่าเรียนรู้ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในพื้นที่ยังได้ทำกิจกรรมร่วมกับวิสาหกิจชุมชน และยังสามารถนำผลผลิตที่ได้ลงมือทำ เป็นของฝากของที่ระลึกกลับบ้านได้อีกด้วย (ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนครนายก, 2564)



ภาพ 4 น้ำมะดัน และแยมมะดัน

ที่มา: วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลไม้ตำบลท่าทราย คุ้มบ้านญวนเมืองมะดัน (2564)

3. สนวนมะยงชิด สนวนตาจรูญ จวนเจริญ

สวนตาจรูญ จวนเจริญ ตั้งอยู่ในพื้นที่ หมู่ที่ 10 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง มะยงชิด นครนายก ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI มีลักษณะเด่น คือ ผลใหญ่ รูปไข่ มีสีเหลืองส้ม เนื้อแน่น กรอบ มีกลิ่นหอม เม็ดลีบสีน้ำตาลอ่อน รสชาติหวานอมเปรี้ยว ปลูกในเขตพื้นที่ อำเภอเมืองนครนายก อำเภอบ้านนา อำเภอปากพลี และอำเภอองครักษ์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครนายก) นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมสวนมะยงชิด ผลไม้ขึ้นชื่อ ของดีเมืองนครนายกกันได้ถึงแหล่งผลิต เก็บสด ๆ จากสวน เป็นที่น่าสนใจ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในพื้นที่ยังได้สัมผัสวิถีชีวิตของสวน และยังเป็นของฝากกลับบ้านได้อีกด้วย (เทคโนโลยีชาวบ้าน, 2564)



ภาพ 5 มะยงชิด

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครนายก

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอปากพลี

1. ชุมชนบ้านเนินหินแร่

ชุมชนบ้านเนินหินแร่ ตั้งอยู่ในพื้นที่ หมู่ที่ 4 ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี ชุมชนบ้านเนินหินแร่ จุดเด่น คือ นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำข้าวเหนียวแดงที่มีรสชาติหวานมันอร่อย และขนมสาเล่หวานน้อยใช้สีผสมไหม งานจักสาน หัตถกรรมจากกะลามะพร้าว ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เรียนรู้วิธีการทำ และยังเป็นผลผลิตของชุมชนที่สามารถนำมาวางขายเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน เป็นที่น่าสนใจ น่าเรียนรู้ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในพื้นที่ยังได้ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนบ้านเนินหินแร่ และยังสามารถนำผลผลิตที่ได้ลงมือทำเป็นของฝากของที่ระลึกกลับบ้านได้อีกด้วย (ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนครนายก, 2564)



ภาพ 6 แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมชุมชนบ้านเนินหินแร่

ที่มา: ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนครนายก (2564)

2. ชุมชนบ้านบุงเข้ “ไทยพวน”

ชุมชนบ้านบุงเข้ “ไทยพวน” ตั้งอยู่ในพื้นที่ หมู่ที่ 8 ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี เมื่อประมาณ 160 กว่าปีที่แล้วบรรพบุรุษของชุมชนบ้านบุงเข้เป็นชาวไทยพวน ที่อพยพมาจาก เมืองเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จุดเด่น คือ ปัจจุบันชุมชนบ้านบุงเข้ ที่เป็นชุมชนยึดหลักการดำเนินชีวิตเศรษฐกิจพอเพียง ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพทำเกษตร ทำไร่ ทำสวน ปลูกพืชผักสวนครัว และเลี้ยงสัตว์ไว้กินกันเอง และได้เปิดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโดย ชุมชนให้เรียนรู้วัฒนธรรมเสน่ห์ไทยพวน สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบุงเข้ ชมคาบหมูหรือแคบหมู ขนมโบราณของไทยพวนหากินยากและหากินได้ที่ชุมชนบ้านบุงเข้ สูตรที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษชุมชนบ้านบุงเข้ กิจกรรมนั่งรถรางชมวิถีชีวิตการเกษตรของ ชาวบ้านชุมชนบ้านบุงเข้ พักผ่อนหย่อนใจชมภูมิทัศน์ที่ “โครงการอ่างเก็บน้ำคลองสีเสียดอันเนื่องมาจากพระราชดำริ” ซึ่งเป็นแหล่งกักเก็บน้ำไว้ให้เกษตรกรในหมู่บ้านบุงเข้ใช้ทำการเพาะปลูกและเป็นน้ำกินน้ำใช้ นั่งรถรางไปเช็คดินเก็บภาพสวย ๆ ที่ “สะพานไม้ไผ่ดอนยายแมะ” สะพานนี้สร้างจากความคิดของคนในชุมชนของตำบลหนองแสงเพื่อแสดงถึงวิถีชีวิตการทำนาปีละครั้งของชาวบ้านในชุมชน ชุมชนบ้านบุงเข้ ยังมีกิจกรรมอีกมากมาย เช่น ปั่นจักรยานเส้นทางท่องเที่ยว เยี่ยมชมฟาร์มเห็ด ตักบาตรตอนเช้า เป็นต้น กลุ่มโฮมสเตย์บ้านบุงเข้คอยให้บริการ และรองรับ สามารถพักผ่อน พักค้างคืนได้ เป็นที่น่าสนใจ น่าเรียนรู้ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในพื้นที่ยังได้ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนบ้านบุงเข้ และยังสามารถนำผลผลิตที่ได้ลงมือทำ เป็นของฝากของที่ระลึกกลับบ้านได้อีกด้วย (ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนครนายก, 2564)



ภาพ 7 ขนมคาบหมู และทำไม้กวาดชุมชนบ้านบุงเข้ “ไทยพวน”

ที่มา: README.ME Readme before you journey (2562)

3. ชุมชนบ้านเหล่าเดิน

ชุมชนบ้านเหล่าเดิน ตั้งอยู่ในพื้นที่ หมู่ที่ 9 ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี ชุมชนบ้านเหล่าเดิน จุดเด่นคือ นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการลงมือทำหมวกถัก ทำผ้าพันคอ ทำกระเป๋าแฮนด์เมด และทำอาหารคาวหวานนานาชนิดจากหน่อไม้ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีการปลูกไผ่หนาแน่น เป็นที่น่าสนใจ น่าเรียนรู้ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในพื้นที่ยังได้ทำกิจกรรมร่วมกันกับชุมชนบ้านเหล่าเดิน และยังสามารถนำผลผลิตที่ได้ลงมือทำ เป็นของฝากของที่ระลึกกลับบ้านได้อีกด้วย (ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนครนายก, 2564)



ภาพ 8 แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมจากชุมชนบ้านเหล่าเดิน

ที่มา: ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนครนายก (2564)

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอองครักษ์

1. โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (จปร.)

โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (จปร.) ตั้งอยู่ในพื้นที่ อำเภอองครักษ์ โรงเรียนนายร้อย จปร. เปิดให้เที่ยวชม และทำกิจกรรมตื่นเต้นท้าทาย นักท่องเที่ยวยังได้มีส่วนร่วมการทำกิจกรรมผจญภัยต่าง ๆ มีกิจกรรมหลากหลาย อาทิเช่น กิจกรรมกระโดดหอสูง 34 ฟุต เลื่อนข้ามลำน้ำ กิจกรรมโรยตัวหน้าผาจำลอง กิจกรรมยิงธนู กิจกรรมยิงปืน กิจกรรมยิงปืนปีปีกัน กิจกรรมยิงปืนเพนท์บอล ขับรถ ATV หรือ กิจกรรมเบา ๆ อย่าง ชี้อัจกรยานท่องเที่ยว พายเรือคายัค ชมพิพิธภัณฑ์ มีครบทุกอย่าง เป็นที่น่าสนใจ น่าเรียนรู้ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในพื้นที่ยังได้ทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าของพื้นที่ และยังสามารถนำความรู้ และประสบการณ์ที่ได้กลับไปปรับใช้ได้อีกด้วย



ภาพ 9 แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (จปร.)

ที่มา: การท่องเที่ยว รร.จปร.

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กวี วรกวิน (2563) ได้ศึกษาเรื่อง เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มโนทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติศิลาทราย อุทยานแห่งชาติผาแต้มและอุทยานแห่งชาติสามพันโบก จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า 1) ลักษณะทางกายภาพด้านธรณีสัณฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรณีสัณฐานหินทรายในอุทยานแห่งชาติผาแต้มและอุทยานแห่งชาติสามพันโบก มีลักษณะสัณฐานทางกายภาพเพื่อการท่องเที่ยว 10 อนุสัณฐาน คือ ผาหิน ชั้นหิน เสาหิน ระแหงหิน ปุ่มหิน แก่งหิน บ่อหิน ชะง่อนหิน น้ำตก และดินทราย 2) การรับรู้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มโนทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรณีสัณฐานหินทราย มี 3 ระดับ คือ ระดับรู้เห็น ระดับรู้พิจารณา และระดับรู้คิดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้อยู่ในระดับการรู้เห็น ระดับการรู้พิจารณานั้นมีน้อย และระดับการรู้คิดมีน้อยมาก หรือแทบไม่มีเลย ดังนั้น การท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวปัจจุบันมีลักษณะการท่องเที่ยวแบบไปเห็นแล้วรู้จักการเที่ยวแล้วรู้คุณค่ามีน้อย และเที่ยวแล้วได้อะไรใหม่ ๆ มีน้อยมากหรือแทบไม่มีเลย 3) ผู้วิจัยนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยว จำนวน 8 เส้นทาง ประกอบด้วย การท่องเที่ยวทางน้ำ จำนวน 5 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางสามพันโบก เส้นทางผาชัน เส้นทางระหว่างแก่งผาชะนะโต-บ้านทุ่งนาเมือง เส้นทางแก่งเก้าพันโบก และเส้นทางแก่งผาโสก และเส้นทางท่องเที่ยวทางบกจำนวน 3 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางผาแต้มตอนใต้ เส้นทางผาแต้มตอนกลาง และเส้นทางผาแต้มตอนเหนือ (ผาชัน-ผานางคอย) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ผลการวิจัยในการจัดทำข้อมูลเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว และนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มโนทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวสัณฐานศิลาทราย

สุพัตรา จึงตระกูล (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: โฮงมูนมังเมืองขอนแก่น ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า 1.แนวทางการทางการพัฒนาโฮงมูนมังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนต้นทุนทางวัฒนธรรมส่งเสริมและพัฒนาองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) การสร้างคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านการเรียนรู้และพัฒนาเครือข่าย 3) ด้านการประดิษฐ์คิดค้น 4) ด้านการคุ้มครอง 5) ด้านการจูงใจ 2.ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานการพัฒนาโฮงมูนมังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม คือ 1) ปัจจุบันเยาวชนคนรุ่นใหม่หลงใหลในวัฒนธรรมตะวันตกจนคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมอีสานนั้นเสื่อมถอยลง คนรุ่นใหม่ไม่เห็นคุณค่าของการอนุรักษ์สืบทอดสืบสานในวิถีอีสาน

2) ขาดการบริหารจัดการองค์ความรู้ให้กับเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้เห็นคุณค่าร่วมกันอนุรักษ์สืบสานประเพณีวัฒนธรรมวิถีอีสานอันดีงามไม่ให้เกิดการสูญหาย และ 3) ไม่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรมแบบองค์รวม หรือแบบครบวงจร

พระอธิการธีรศักดิ์จุกวโร (เวียงสมทฺธ) (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวัดภูพระโกนา ตำบลสระคู อำเภอสวรรคภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แยกออกมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความผูกพันของนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมผ่านประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทักษะ ประสบการณ์โดยมีการออกแบบกิจกรรมขึ้นมารองรับให้สอดคล้องกับต้นทุนการท่องเที่ยว และบริบททางสังคมอย่างสร้างสรรค์ ปัญหาการท่องเที่ยวของวัดภูพระโกนา คือ มีสิ่งเยอะเกะไป ขาดการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ บุคลากรไม่ค่อยมีความรู้และทักษะในการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่พร้อม ภูมิทัศน์ไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยว มีการดัดแปลงปรำดค์กู่องค์กลางจนทำให้เสียรูปทรงเดิม และปัญหาด้านความปลอดภัยจากสิ่ง ส่วนต้นทุน การท่องเที่ยวที่สำคัญของวัดภูพระโกนา ได้แก่ ต้นทุนทางศิลปกรรมของโบราณสถานภูพระโกนา แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวัดภูพระโกนา 5 ส่วน ดังนี้ 1) การส่งเสริมด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว/ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2) การส่งเสริมด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 4) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและศูนย์บริการข้อมูล 5) ส่งเสริมบุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น โดยออกแบบแต่ละส่วนให้สอดคล้องกับบริบทของแหล่งท่องเที่ยววัดภูพระโกนา

จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และความหลากหลายของทรัพยากรทางธรรมชาติในพื้นที่เกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง ผลการศึกษาพบว่า ในพื้นที่เกาะสุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ได้แก่ ธรรมชาติที่มีความโดดเด่น วัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น มีมหรรมและปรากฏการณ์ที่มีความสำคัญมีกิจกรรมที่มีความโดดเด่นและการบริการต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ส่วนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มี 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) ด้านความสามารถในการเข้าถึง 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) การจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว 5) ด้านที่พัก และ 6) ด้านกิจกรรม

ธนบดี ฉายาพันธ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาป่าปรังพันปี ตำบลซับสีทอง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ผลการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันจังหวัดชัยภูมิได้มีนโยบายด้านการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์ สำคัญเนื่องจากจังหวัดชัยภูมิ มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่งดงามอยู่เป็นจำนวนมาก เพียงแต่ยังไม่ได้จัดระบบการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ ซึ่งจำเป็นต้องจัดการความพร้อมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม โดยเฉพาะประชาชนในพื้นที่ เพื่อการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งประชาชนในพื้นที่จะเป็นผู้บริหารจัดการโดยชุมชน และจะส่งเสริมให้ชุมชนได้นำผลผลิตต่าง ๆ มานำเสนอให้นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ในชุมชนอีกด้วย ส่วนทางราชการก็ได้ดำเนินการจัดหางบประมาณส่งเสริมสนับสนุน และนอกจากนี้อุทยานแห่งชาติภูแลนคา ยังได้เสนอไปยังกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช จะเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของชัยภูมิซึ่งตอนนี้อยู่ในระหว่างจัดเจ้าหน้าที่เข้ามาดูแลซึ่งที่ผ่านมามีถือว่าเป็นการเริ่มต้นที่ดี ประชาชนและภาครัฐลงมาให้มีความสำคัญ แต่ประชาชนยังขาดความรู้ด้านการจัดการแบบบูรณาการ โดยเฉพาะเมื่อมีคนมามาก การจัดการขยะย่อมจะต้องมีการวางแผน รวมทั้งความปลอดภัยด้านเส้นทางเดินรถ ความปลอดภัยด้านทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานการพัฒนาป่าปรังพันปีสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ดาริน วรณทรัพย์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย คือ สร้างรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 5 ประการ (5CM-model) ประกอบด้วย แนวทางการจัดการ 5 ประการ ได้แก่ 1) การจัดการชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 2) การจัดการเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ 3) การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 4) การจัดการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ และ 5) การจัดการผลกระทบเชิงสร้างสรรค์ เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ผ่านกระบวนการจัดการทั้ง 5 รูปแบบเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ในขณะที่ยังคง

ค่านึงผลกระทบทางสังคมสิ่งแวดล้อม และการดำรงรักษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไว้ได้
สืบไป

สุประภา สมนักพงษ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองโบราณชากงราว ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดกำแพงเพชรเป็นจังหวัดที่อยู่ภาคเหนือตอนล่างเป็นเมืองโบราณตั้งแต่สมัยสุโขทัยมีอายุมากกว่า 700 ปี มีอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรเป็นหนึ่งในมรดกโลกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย (Cultural World Heritage) ยังมีเมืองโบราณที่มีคนอาศัยอยู่และมีความสำคัญจำนวนมาก เช่น เมืองโกสัมพีนคร เมืองไตรตรึงษ์ เมืองคณฑี เมืองนครชุม เมืองเทพนคร เป็นต้น และในปัจจุบันก็มีรูปแบบของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่คือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมของวิถีชีวิตชุมชนที่นักท่องเที่ยวสามารถไปเรียนรู้เกิดเป็นกิจกรรมตลอดทั้งปีชุมชนจะสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน และผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับและเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามามีส่วนร่วมในวิถีชุมชนและเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้กับผู้คนในพื้นที่และเกิดเป็นกิจกรรมตลอดทั้งปีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลักของจังหวัดกำแพงเพชร

เปรมฤดี ทองลา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านวัดจันทร์ อำเภอภักดีชุมพล จังหวัดชัยภูมิ ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและจำแนกประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และศึกษาคุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของหมู่บ้านวัดจันทร์ อำเภอภักดีชุมพล จังหวัดชัยภูมิ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หมู่บ้านวัดจันทร์แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มศิลปะ 2) กลุ่มสินค้าที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง 3) กลุ่มวิถีชีวิต 4) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม และคุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 5 ด้าน คือ 1) เพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว 2) นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม 3) ทรัพยากรมีเอกลักษณ์และโดดเด่น 4) ความจริงแท้ในวิถีการผลิต ผลิตภัณฑ์ และประสบการณ์จริง 5) มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว และคนในพื้นที่

อภิศักดิ์ คู่กระสังข์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากวรรณกรรมพื้นบ้าน ผลการศึกษาพบว่า 1) วรรณกรรมพื้นบ้านปลาบู่ทองมี 29 แหล่งข้อมูล จัดเป็น 6 ประเภท คือ หนังสือ 9 เล่ม เว็บไซต์ 6 แห่ง ภาพยนตร์ 4 เรื่อง บทละครโทรทัศน์ 3 ตอน งานวิจัย 3 เรื่องและยูทูบ 4 เรื่อง ซึ่งผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่รู้จักนิทานพื้นบ้านปลาบู่ทองเป็นอย่างดี โดยสอนให้รู้จักในเรื่องความมีคุณธรรม จริยธรรมและความกตัญญู 2) กิจกรรมสามารถจัดได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการแต่งตัวเหมือนตัวละครในเรื่องปลาบู่ทอง การสอนการแสดงและการทำของที่ระลึก กลุ่มที่ 2 คือ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการทำอาหารและเครื่องดื่มม็อกเทล การระบายสีรูปปั้นดินเผาปลาบู่ทอง และกลุ่มที่ 3 คือ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 1 วันในสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับนิทานปลาบู่ทอง 3) การประเมินผลของกิจกรรม พบว่า อยู่ในระดับที่พอใจในทุกกิจกรรม เช่น การแต่งตัวเหมือนตัวละคร การทำอาหารและเครื่องดื่มม็อกเทล การระบายสีรูปปั้นดินเผาปลาบู่ทอง การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 1 วันในสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับนิทานปลาบู่ทอง

ปวีณา กายพันธ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านอำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จะต้องคำนึงถึง 10 องค์ประกอบ ได้แก่ อัตลักษณ์ของพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว การเข้าถึงพื้นที่ การสื่อความหมายรูปแบบการท่องเที่ยว คุณค่าในการท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการท่องเที่ยว

พิศาล แก้วอยู่ และประกอบ ศิริภักดีพินิจ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการปรับใช้หัตถกรรมจักสานผักตบชวาในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่ากลุ่มหัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกมีทั้งหมด 4 กลุ่ม มีปราชญ์ชาวบ้านคอยให้คำแนะนำระหว่างการทำกิจกรรมประมาณ 5-6 คนอยู่เป็นประจำกับกิจกรรมการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผักตบชวา 2) ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่าด้านการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนนักท่องเที่ยวความต้องการให้ชุมชนมีอรรถยาศัยที่ดีและมีพฤติกรรมที่เหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวความต้องการสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และปลอดภัยต่อการรองรับนักท่องเที่ยว 3) ด้านแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่าควรให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้คงอยู่เดิม พัฒนารูปแบบกิจกรรมการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาให้

จุฑาธิป ประดิพัทธ์ นฤมล (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาย่านชุมชนเกาะศาลเจ้า แขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1) เพื่อวิเคราะห์หามิติการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของย่านชุมชนเกาะศาลเจ้าที่มีศักยภาพในการพัฒนาตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) เพื่อศึกษาการพัฒนาแบบการผสมผสานมิติการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของย่านชุมชนเกาะศาลเจ้า 3) เพื่อหาข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ โดยอาศัยกลไกขับเคลื่อนภายในชุมชนมิติในชุมชน นำไปสู่การเสริมสร้างชุมชนให้เกิดศักยภาพที่แท้จริงโดยอาศัยกระบวนการขับเคลื่อนเพื่อแนวทางการขับเคลื่อนทิศทางใหม่ให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและโดยชุมชน การแสวงหาจุดสมดุลของความเจริญที่รุกเข้ามาสู่ชุมชนเพื่อให้ประชาชนในชุมชน เกิดความรักและหวงแหนในภูมิสำเนาของตน ประชาชนที่เป็นนักท่องเที่ยวและกลุ่มต่าง ๆ ได้สัมผัสสุนทรมานทางภูมิปัญญา และวัฒนธรรม กลายเป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ทั้งนี้เมื่อนำรูปแบบมาผสมผสานแล้วจึงนำไปสู่ตัวแบบของชุมชนเกาะศาลเจ้า โดยมีจุดเน้นให้นักท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนมากกว่าการเป็นเพียงนักท่องเที่ยวทั่วไป

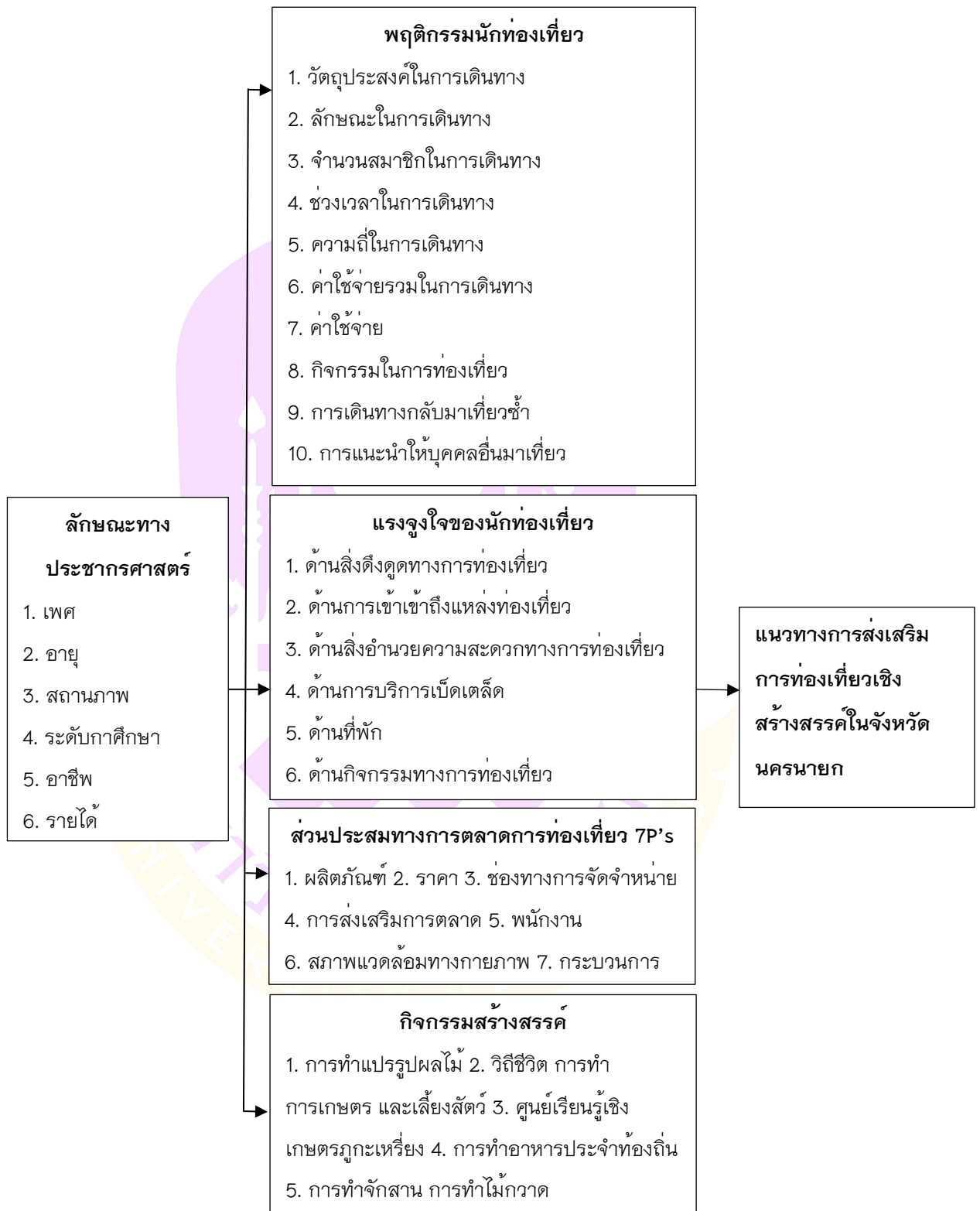
ธิดา แหล่มหลักสกุล (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาที่ยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาย่านชุมชนเกาะศาลเจ้า แขวงบางระมาดเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยศึกษาความหมาย แนวคิด กิจกรรม ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยนำเสนอแนวทางในการนำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาใช้เป็นเครื่องมือในการรักษาสสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา บนพื้นฐานของการท่องเที่ยว ที่สร้างความเพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการสร้างจิตสำนึกที่ดีในด้าน การอนุรักษ์และพัฒนาที่ยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

กันตภณ แก้วสง่า (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการจัดการความรู้ที่ประยุกต์ใช้สามารถนำมาใช้ในการจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย ได้เป็นอย่างดีในการค้นหาองค์ความรู้ สามารถจำแนกความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ออกเป็น 4 ด้าน คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอพิมาย จำแนกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี 2) ด้านการตลาดการท่องเที่ยว แบ่งความรู้ออกเป็น 4 ประเด็นได้แก่ การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยว ความต้องการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การกำหนดราคาสินค้าและจำแนกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ 3) ด้านนักท่องเที่ยว จำแนกกลุ่มเป้าหมายได้ 3 กลุ่มหลัก คือ นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน มักเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มมีทุกเพศทุกวัย เหตุผลที่มาเที่ยวมากที่สุด คือ เป็นทางผ่านจังหวัดเลย 4) ด้านธุรกิจการท่องเที่ยวจำแนกความรู้ได้เป็น 5 กลุ่มได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหาร ธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และโดยภาพรวมมีจุดแข็งคือ ราคาเหมาะสม การบริการดี ส่วนจุดอ่อนคือนักท่องเที่ยวไม่ค่อยรู้จักธุรกิจที่พักของพิมาย และสินค้าของที่ระลึกไม่สะท้อนความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้มีจำนวน 18 แห่งการจัดเก็บความรู้สามารถแบ่งความรู้ออกเป็น 5 หมวดใหญ่ 17 หมวดย่อย 57 หมู่ย่อย โดยกลุ่มตัวอย่างประเมินว่า ทั้งหมดหมู่ความรู้ ฐานข้อมูล และ

เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นเนื้อหา มีความครอบคลุม ละเอียด ชัดเจน สามารถช่วยในการวางแผนการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเบื้องต้นได้

ภัษมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่ม
มากขึ้น ประกอบกับปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว จึงเกิดรูปแบบการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการ
ท่องเที่ยว ประเทศไทยมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์จึงมีโอกาที่จะพัฒนาเป็น
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังถือว่าเป็นเรื่องใหม่
สำหรับประเทศไทย ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาด
ความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แต่เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของ
ประเทศไทยด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของการจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พบว่า ประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนา
รูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งการศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้จะช่วย
ให้การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่มีแบบแผนที่ชัดเจน และเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง สร้าง
รายได้ให้กับประเทศ และนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 10 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาริวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้นำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ข้อ ได้แก่ 1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก 2. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก 3. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก 4. เพื่อแสวงหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ดังขั้นตอนต่อไปนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี และอำเภอดงศรีภักดิ์ จำนวน 400 คน

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยไม่ทราบขนาดของประชากร ทราบเพียงแต่ว่ามีจำนวนมาก จึงใช้สูตรคำนวณของ (Cochran, 1977)

สูตรในการคำนวณ

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{D^2}$$

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม เท่ากับ 0.5

z คือ ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ โดยระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ Z มีค่าเท่ากับ 1.96

d คือ ระดับของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ เท่ากับ 0.05 โดยค่า p ต้องกำหนดไม่ต่ำกว่า 50% ของกลุ่มตัวอย่าง จึงจะอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

$$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$= 384.16$$

ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งมีคำถามคัดกรองก่อนเก็บข้อมูลว่าต้องเป็นนักท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี และอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก

วิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งมีคำถามคัดกรองก่อนเก็บข้อมูลว่าต้องเป็นนักท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี และอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

ตาราง 1 กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)
อำเภอเมืองนครนายก	
ชุมชนบ้านศิริวัน หมู่ที่ 1 ตำบลศรีนาวา	50
วิสาหกิจชุมชนคุ่มบานญวนเมืองมะดัน หมู่ที่ 7 ตำบลท่าทราย	50
สวนมะยงชิด สวนตาจตุฎ จวนเจริญ หมู่ที่ 10 ตำบลท่าช้าง	50
อำเภอปากพลี	
ชุมชนบ้านเนินหินแร่ หมู่ที่ 4 ตำบลหนองแสง	50
ชุมชนชุมชนบ้านบุงเข “ไทยพวน” หมู่ที่ 8 ตำบลหนองแสง	50
ชุมชนบ้านเหล่าเดิน หมู่ที่ 9 ตำบลหนองแสง	50
อำเภอองครักษ์	
โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า	100

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามสำหรับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงครอบคลุมเนื้อหาอย่างสมบูรณ์ นำมาใช้เป็นขั้นตอนเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก เพื่อสอดคล้องกับความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่ได้กล่าวไว้คือ แบบสอบถาม มีทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
- ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว
- ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว
- ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมสร้างสรรค์
- ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

ในการประเมินผลแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง มีความต้องการในระดับมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง มีความต้องการในระดับมาก
- ระดับ 3 หมายถึง มีความต้องการในระดับปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง มีความต้องการในระดับน้อยที่สุด
- ระดับ 1 หมายถึง มีความต้องการในระดับน้อยที่สุด

โดยแบบสอบถามตอนที่ 1-3 เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire)

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลเชิงบรรยาย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา แนวคิดและทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือตามกรอบแนวคิด และตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณา ตรวจสอบแก้ไขและให้สอดคล้องกับข้อคำถามและวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ ความเหมาะสมของปริมาณข้อคำถาม ความชัดเจนของภาษารูปแบบของแบบสอบถาม จากนั้นนำมาปรับปรุง แก้ไขใหม่ให้สมบูรณ์มีความเที่ยงตรงมากขึ้นก่อนนำไปหาคุณภาพเครื่องมือ

3. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับแก้ไขและผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาเสนอต่อ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องด้านเนื้อหาความครอบคลุมของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด ความสอดคล้องของข้อคำถามและรูปแบบการตอบ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิและมีความเชี่ยวชาญพิเศษพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของคำถามในแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วยการครอบคลุมในส่วนเนื้อหาของ สำนวนภาษา ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง ก่อนนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item Objective Congruence: IOC) ผู้เชี่ยวชาญ จะต้องประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ

+1 หมายถึง ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการวัด

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการวัด

-1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการวัด ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

สูตรในการคำนวณ

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

IOC คือ ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

R คือ คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

การทดสอบความสมบูรณ์ของเครื่องมือ (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างแล้วเสร็จ ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหาว่าสอดคล้องกับหัวเรื่องและวัตถุประสงค์การวิจัยโดยวิธี Item objective congruence index: IOC โดยใช้วิธีผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผลการหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC พบว่าแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ที่นำมาเป็นองค์ประกอบในการกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก คำนวณค่า IOC ได้ค่า 0.88 มีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่าไม่มีข้อคำถามที่ต้องตัดทิ้ง ซึ่งถือได้ว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ด้านเนื้อหาใช้ได้

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ได้จากการตรวจสอบให้ถูกต้อง แล้วนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จริงจำนวน 30 ชุด

5. นำแบบสอบถามที่ได้จากการทดลองใช้ มาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อหาค่าของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ได้และเป็นที่ยอมรับ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ให้ได้ค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จากการทดสอบ หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับได้ค่าเท่ากับ 0.986 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ จึงได้นำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

สูตรในการคำนวณ

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[\frac{1 - \sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

\sum = จำนวนข้อของเครื่องมือ

S_i^2 = ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละข้อ

S_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

6. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม โดยสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้งสิ้นจำนวน 384 ชุด ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการขอความอนุเคราะห์จากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา กรุงเทพมหานคร ในการออกหนังสือขอความร่วมมือไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยต่อไป
2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองโดยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี และอำเภอองครักษ์ จนครบ 400 ชุด
3. นำแบบสอบถาม ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล
4. การประมวลผลข้อมูลโดยใช้วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้โปรแกรม SPSS

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์ และสามารถแบ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาได้ ดังนี้

การวิเคราะห์เชิงปริมาณของข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาแจกแจงในการวิเคราะห์ตามประเด็นที่ต้องการจะศึกษา จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้วยการหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จากเกณฑ์ดังกล่าว ซึ่งสามารถวัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน

โดยกำหนดการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วงจากสูตรได้ ดังนี้

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

1. เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลความหมาย เพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยของความ ต้องการผู้วิจัยระดับค่าเฉลี่ยเป็น 5 ช่วงได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายถึง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. การวิจัยเรื่องนี้ มีสถิติที่ใช้ในการทำวิจัย 2 ประเภท ได้แก่

2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป

2.2 สถิติอนุมานหรืออ้างอิง (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ทีเทส (T-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA or F-test) ดังนี้

สมมติฐานของการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ต่างกัน โดยใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าไค-สแควร์ (Chi-square Test) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก และสมมติฐานข้อที่ 4 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในการทดสอบสมมติฐาน สถิติใช้ในการศึกษา คือ การทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวน (Analysis of variance) แบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA or f-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรต้น คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ และตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว และกิจกรรมสร้างสรรค์ ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยครั้งละคู่ โดยสุ่มตัวอย่างแต่ละชุดเป็นอิสระต่อกัน ด้วยวิธีของ Fisher (Least Significant Difference, LSD) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 4

ผลวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก” นี้ นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอ ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้เสนอสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

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

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลของการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล
- ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมสร้างสรรค์
- ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ได้ข้อมูลดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1. ชาย	200	50.00
2. หญิง	200	50.00
รวม	400	100.00
2. อายุ		
1. ต่ำกว่า 20 ปี	70	17.50
2. 20-35 ปี	126	31.50
3. มากกว่า 36 ปี	204	51.00
รวม	400	100.00
3. สถานภาพ		
1. โสด และหย่าร้าง	312	78.00
2. สมรส	88	22.00
รวม	400	100.00
4. ระดับการศึกษา		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	120	30.00
2. ปริญญาตรี	166	41.50
3. สูงกว่าปริญญาตรี	114	28.50
รวม	400	100.00
5. อาชีพ		
1. พนักงานบริษัทเอกชน	102	25.50
2. ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	56	14.00
3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	54	13.50
4. นักเรียน/นักศึกษา	148	37.00
5. พ่อบ้าน/แม่บ้าน	40	10.00
รวม	400	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	130	32.50
2. 15,001-30,000 บาท	112	28.00
3. 30,001-50,000 บาท	90	22.50
4. มากกว่า 50,000 บาท	68	17.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก เป็นเพศชายและเพศหญิง จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.00 มากกว่าครึ่งมีอายุมากกว่า 36 ปี รองลงมา มีอายุระหว่าง 20-35 ปี และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.00 31.50 และ 17.50 ตามลำดับ มีสถานภาพโสด และหย่าร้าง รองลงมา มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 78.00 และ 22.00 ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.50 30.00 และ 28.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมา เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ราชการ/รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และพ่อบ้าน/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 37.00 25.50 14.00 13.50 และ 10.00 ตามลำดับ มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.50 28.00 22.50 และ 17.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ได้ข้อมูลดังนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
1. พักผ่อน/ท่องเที่ยว	347	86.75
2. เยี่ยมญาติ/เพื่อน	27	6.75
3. ทัศนศึกษา/ศึกษาดูงาน	26	6.50
รวม	400	100.00
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว		
1. รถยนต์ส่วนตัว และรถจักรยานยนต์	351	87.75
2. รถโดยสารประจำทาง	34	8.50
3. รถเช่า	15	3.75
รวม	400	100.00
3. จำนวนผู้รวมการเดินทางมาท่องเที่ยว		
1. 1-3 คน	176	44.00
2. 3-5 คน	186	46.50
3. 6 คนขึ้นไป	38	9.50
รวม	400	100.00
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
1. วันจันทร์-วันศุกร์	46	11.50
2. วันเสาร์-วันอาทิตย์	278	69.50
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	76	19.00
รวม	400	100.00

ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว		
1. ครั้งแรก	102	25.50
2. 2 ครั้ง	90	22.50
3. 3 ครั้ง	36	9.00
4. มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	172	43.00
รวม	400	100.00
6. ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
1. ต่ำกว่า 1,000 บาท	80	20.00
2. 1,001-2,000 บาท	204	51.00
3. 2,001-3,000 บาท	80	20.00
4. มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป	36	9.00
รวม	400	100.00
7. แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
1. ผ่านเว็บไซต์	76	19.00
2. Facebook/Line	122	30.50
3. บริษัททัวร์	36	9.00
4. จากเพื่อน/คนอื่น ๆ	166	41.50
รวม	400	100.00
8. กิจกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก		
1. การทำอาหารท้องถิ่น	78	19.50
2. กิจกรรมผจญภัย	187	46.75
3. ทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมชุมชน/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	84	21.00
4. การทำงานจักสาน	33	8.25
5. ทำสวนเกษตร	18	4.50
รวม	400	100.00

ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
9. การเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ		
1. กลับมา	336	84.00
2. ไม่แน่ใจ	64	16.00
รวม	400	100.00
10. การแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว		
1. แนะนำ	352	88.00
2. ไม่แน่ใจ	48	12.00
รวม	1000	100.00

จากตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก มากกว่าครึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว รองลงมาเยี่ยมญาติ/เพื่อน และทัศนศึกษา/ศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 86.75 6.75 และ 6.50 ตามลำดับ มากกว่าครึ่งเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และรถจักรยานยนต์ รองลงมาารถโดยสารประจำทาง และรถเช่า คิดเป็นร้อยละ 87.75 8.50 และ 3.75 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่าง 3-5 คน รองลงมาจำนวนผู้ร่วมการเดินทางระหว่าง 1-3 คน และ 6 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 46.50 44.00 และ 9.50 ตามลำดับ มากกว่าครึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์-วันอาทิตย์ รองลงมาวันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันจันทร์-วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 69.50 19.00 และ 11.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป รองลงมาเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก เดินทางมาท่องเที่ยว 2 ครั้ง และเดินทางมาท่องเที่ยว 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.00 25.50 22.50 และ 9.00 มากกว่าครึ่งมีค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางระหว่าง 1,001-2,000 บาท รองลงมาค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 2,001-3,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 51.00 20.00 20.00 และ 9.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจากเพื่อน/คนอื่น ๆ รองลงมาจาก Facebook/Line ผ่านเว็บไซต์ และบริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 41.50 30.50 19.00 และ 9.00

ตามลำดับ ขึ้นชอบในกิจกรรมผจญภัย รองลงมาการทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมชุมชน/ภูมิปัญญาท้องถิ่น การทำอาหารท้องถิ่น การทำงานจักสาน และทำสวนเกษตร คิดเป็นร้อยละ 46.75 21.00 19.50 8.25 และ 4.50 มากกว่าครึ่งเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ รองลงมาไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 84.00 และ 16.00 ตามลำดับ มากกว่าครึ่งแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว รองลงมาไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 88.00 และ 12.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็นรายด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด ด้านที่พัก และด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวด้าน

ภาพรวม	แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
	1. ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	3.98	0.57	มาก
	2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.06	0.59	มาก
	3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	3.99	0.61	มาก
	4. ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด	4.10	0.59	มาก
	5. ด้านที่พัก	4.10	0.56	มาก
	6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	3.99	0.63	มาก
	ภาพรวม	4.05	0.51	มาก

จากตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวย พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงจากมากไปน้อย พบว่า ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด ด้านที่พัก ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว			
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีคุณค่า น่าประทับใจ	4.09	0.82	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ น่าสนใจ ในการเดินทางไปที่ท่องเที่ยว	3.57	0.96	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทาง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน	4.10	0.75	มาก
4. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชุมชน บ้านคีรีวัน ชุมชนบ้านเนินหินแร่ ชุมชนบ้านบึง เข้ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า	3.95	0.68	มาก
5. แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในราคาที่ย่อมเยา	4.09	0.65	มาก
รวม	3.98	0.57	มาก
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว			
1. ในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความ สะดวก	3.94	0.81	มาก
2. มีระบบคมนาคมขนส่งที่หลากหลาย	4.12	0.78	มาก
3. การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความ ปลอดภัย	4.04	0.75	มาก
4. ในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีป้าย บอกรoad ที่ชัดเจน และเข้าใจง่าย	4.00	0.80	มาก
5. เส้นทางเข้าถึงมีไฟฟ้า มีไฟส่องแสง สว่างตลอดเส้นทางเพื่อความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยว	4.17	0.81	มาก
รวม	4.06	0.59	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว			
1. ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีระบบไฟฟ้า น้ำประปา ให้บริการกับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	4.08	0.80	มาก
2. มีพื้นที่จอดรถ มีสวนสาธารณะ มีที่นั่งพักผ่อน มีห้องน้ำ ในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	3.96	0.82	มาก
3. มีร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ของที่ระลึก และยังมีร้านค้าในชุมชนให้บริการกับนักท่องเที่ยว	4.20	0.78	มาก
4. มีสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต WIFI ให้บริการกับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง	3.89	0.89	มาก
5. มีศูนย์ให้บริการข้อมูล/ประชาสัมพันธ์ ทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความช่วยเหลือ	3.84	0.90	มาก
รวม	3.99	0.61	มาก
4. ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด			
1. ในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวมีร้านค้า ร้านอาหารพื้นเมือง	3.85	0.88	มาก
2. มีโครงสร้างพื้นฐานไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว	4.29	0.82	มากที่สุด
3. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและรับแจ้งเหตุฉุกเฉิน	4.16	0.73	มาก
4. มีหน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	4.10	0.81	มาก
5. มีขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารเพื่อประสานกับเจ้าหน้าที่ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว	4.17	0.77	มาก
รวม	4.10	0.59	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
5. ด้านที่พัก			
1. ที่พักในแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลาย เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์	4.15	0.80	มาก
2. บริเวณที่พักใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว สะอาด และปลอดภัย	4.12	0.77	มาก
3. มีการรักษาความปลอดภัยของที่พัก เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจ	4.02	0.75	มาก
4. ภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ที่เหมาะสม	4.22	0.77	มากที่สุด
5. การให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมีความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ	4.00	0.83	มาก
รวม	4.10	0.56	มาก
6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว			
1. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	3.95	0.80	มาก
2. การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น	4.09	0.76	มาก
3. นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์จากการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน	4.14	0.82	มาก
4. ความเหมาะสมและความปลอดภัยในการทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว	3.98	0.87	มาก
5. รูปแบบของกิจกรรมของคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวเพื่อเสริมประสบการณ์ที่แปลกใหม่	3.86	0.83	มาก
รวม	3.99	0.63	มาก
ภาพรวม	4.05	0.51	มาก

จากตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.75) แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในราคาที่ย่อมเยา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.65) เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีคุณค่า น่าประทับใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.82) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชุมชนบ้านคีรีวัน ชุมชนบ้านเนินหินแร่ ชุมชนบ้านบึงเข้ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 0.68) และแหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ น่าสนใจ ในการเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ น่าสนใจ ในการเดินทางไปท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 (S.D. = 0.96) ตามลำดับ

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ เส้นทาง การเข้าถึงมีไฟฟ้า มีไฟส่องแสงสว่างตลอดเส้นทางเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 (S.D. = 0.81) มีระบบคมนาคมขนส่งที่หลากหลาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (S.D. = 0.78) การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.75) ในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน และเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D. = 0.80) และในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ของที่ระลึก และยังมีร้านค้าในชุมชนให้บริการกับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (S.D. = 0.78) ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีระบบไฟฟ้า น้ำประปา ให้บริการกับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D. = 0.80) มีพื้นที่จอดรถ มีสวนสาธารณะ มีที่นั่งพักผ่อน มีห้องน้ำ ในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 0.82) มีสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต WIFI ให้บริการกับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 (S.D. = 0.89)

และมีศูนย์ให้บริการข้อมูล/ประชาสัมพันธ์ ทางกาารท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความช่วยเหลือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 (S.D. = 0.90) ตามลำดับ

ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีโครงสร้างพื้นฐานไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 (S.D. = 0.82) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารเพื่อประสานกับเจ้าหน้าที่ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 (S.D. = 0.77) มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและรับแจ้งเหตุฉุกเฉิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (S.D. = 0.73) มีหน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.81) และในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวมีร้านค้า ร้านอาหารพื้นเมือง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 (S.D. = 0.88) ตามลำดับ

ด้านที่พัก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (S.D. = 0.77) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ที่พักในแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลาย เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (S.D. = 0.77) มีการรักษาความปลอดภัยของที่พัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.75) และการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมีความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D. = 0.83) ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์จากการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (S.D. = 0.82) การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.76) ความเหมาะสมและความปลอดภัยในการกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.87) ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 0.80) และรูปแบบของกิจกรรมของคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวเพื่อเสริมประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (S.D. = 0.83) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว แบ่งเป็นรายด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process)

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว
ด้านภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.03	0.57	มาก
2. ด้านราคา (Price)	3.99	0.58	มาก
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)	3.98	0.57	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.95	0.67	มาก
5. ด้านบุคคล (People)	4.02	0.57	มาก
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.01	0.56	มาก
7. ด้านกระบวนการ (Process)	3.88	0.93	มาก
รวม	4.02	0.59	มาก

จากตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงจากมากไปน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านบุคคล (People) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านกระบวนการ (Process) มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)			
1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	3.96	0.79	มาก
2. กิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	3.97	0.81	มาก
3. สินค้าของฝากที่ระลึก มีเอกลักษณ์หลากหลาย และน่าสนใจ	3.96	0.87	มาก
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว	4.03	0.80	มาก
5. อาหารและเครื่องดื่มพื้นบ้านมีเอกลักษณ์รสชาติอร่อยน่าสนใจ และเหมาะสม	4.17	0.79	มาก
รวม	4.03	0.57	มาก
2. ด้านราคา (Price)			
1. ค่าใช้จ่ายต่อคนในการท่องเที่ยว อำเภอเมือง นครนายก อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ มีความเหมาะสม	4.15	0.76	มาก
2. ราคาสินค้าของฝากที่ระลึกมีความเหมาะสม	3.91	0.77	มาก
3. ภาพรวมกิจกรรมอำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ ถือว่ามีความคุ้มค่าและคุ้มค่า	3.98	0.75	มาก
4. มีการแจกจ่ายรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ	3.88	0.78	มาก
5. ช่องทางการชำระเงินมีความหลากหลาย	3.99	0.73	มาก
รวม	3.99	0.58	มาก

ตาราง 7 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)			
1. มีการจัดโปรแกรมการขายและมีขั้นตอนการบริการที่เหมาะสม	4.00	0.79	มาก
2. มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกรวดเร็วและชัดเจน	3.95	0.74	มาก
3. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายช่องทาง	4.04	0.85	มาก
4. มีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ Facebook/ Line/twitter/Instagram	3.90	0.81	มาก
5. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ Facebook/Line/twitter/Instagram	3.97	0.76	มาก
รวม	3.98	0.57	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)			
1. มีการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาผ่านสื่อ social media เช่น Facebook/twitter/Instagram	3.93	0.88	มาก
2. การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม และน่าสนใจ	3.93	0.79	มาก
3. สื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว มีความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อออฟไลน์	4.02	0.79	มาก
4. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในราคาพิเศษ	4.06	0.84	มาก
5. ชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว	3.83	0.91	มาก
รวม	3.95	0.67	มาก

ตาราง 7 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
5. ด้านบุคคล (People)			
1. บุคลากรและคนในชุมชนท้องถิ่นมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.04	0.78	มาก
2. บุคลากรมีความเต็มใจให้บริการและเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยว อย่างเท่าเทียมกัน	3.95	0.79	มาก
3. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการอธิบายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยเข้าใจง่าย	4.14	0.78	มาก
4. บุคลากรให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ	3.98	0.76	มาก
5. บุคลากรความเพียงพอในการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว	4.01	0.84	มาก
รวม	4.02	0.57	มาก
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)			
1. สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว มีความเหมาะสม เช่น มีความสะอาด สวยงาม บรรยากาศดี	4.06	0.77	มาก
2. ป้ายข้อมูลด้านความรู้ต่าง ๆ มีข้อความที่ชัดเจน อ่านง่าย สื่อความหมายได้ถูกต้องและเหมาะสม	4.04	0.85	มาก
3. ทัศนียภาพและภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความปลอดภัย	4.03	0.80	มาก
4. มีลานจอดรถ/ห้องสุขาที่นั่งพักที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว	3.91	0.80	มาก
5. มีการเตรียมพร้อมของสถานที่ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว	3.94	0.84	มาก
รวม	4.01	0.56	มาก

ตาราง 7 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	X	S.D.	ความหมาย
7. ด้านกระบวนการ (Process)			
1. เจ้าหน้าที่เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในงานที่ให้บริการ	4.02	0.91	มาก
2. มีขั้นตอนการดำเนินงาน การวางแผนที่เหมาะสม อย่างเป็นระบบ	4.04	0.82	มาก
3. มีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความน่าเชื่อถือได้	4.08	0.80	มาก
4. ขั้นตอนการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มีความชัดเจน ไม่ก่อให้เกิดความสับสนแก่นักท่องเที่ยว	4.01	0.75	มาก
5. จำนวนบุคลากรที่มีความรู้ในขั้นตอนให้บริการแต่ละด้าน มีจำนวนที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว	3.88	0.93	มาก
รวม	3.88	0.93	มาก
ภาพรวม	4.02	0.59	มาก

จากตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มที่บ้านมีเอกลักษณ์ รสชาติอร่อยน่าสนใจ และเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 (S.D. = 0.79) สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D. = 0.80) กิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 (S.D. = 0.81) ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 0.79) และสินค้าของฝากที่ระลึก มีเอกลักษณ์หลากหลาย และน่าสนใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 0.87) ตามลำดับ

ด้านราคา (Price) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่อคนในการท่องเที่ยว อำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 (S.D. = 0.76) ช่องทางการชำระเงินมีความหลากหลาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.73) ภาพรวมกิจกรรมอำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ ถือว่ามีความคุ้มค่าและคุ้มค่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.75) ราคาสินค้าของฝากที่ระลึกมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (S.D. = 0.77) และมีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (S.D. = 0.78) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายช่องทาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.85) มีการจัดโปรแกรมการขายและมีขั้นตอนการบริการที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D. = 0.79) มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ Facebook/Line/twitter/Instagram ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 (S.D. = 0.76) มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกรวดเร็วและชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 0.74) และมีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ Facebook/Line/twitter/Instagram ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในราคาพิเศษ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (S.D. = 0.84) สื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว มีความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อออฟไลน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.79) การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยว มีความเหมาะสม และน่าสนใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (S.D. = 0.79) มีการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาผ่านสื่อ social media เช่น Facebook/twitter/Instagram ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (S.D. = 0.88) และชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (S.D. = 0.91) ตามลำดับ

ด้านบุคคล (People) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการอธิบายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (S.D. = 0.78) บุคลากรและคนในชุมชนท้องถิ่นมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.78) บุคลากรความเพียงพอในการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.84) บุคลากรให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.76) และบุคลากรมีความเต็มใจให้บริการและเอาใจใส่ ดูแลนักท่องเที่ยว อย่างเท่าเทียมกัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 0.79) ตามลำดับ

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว มีความเหมาะสม เช่น มีความสะอาด สวยงาม บรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (S.D. = 0.77) ป้ายข้อมูลด้านความรู้ต่าง ๆ มีข้อความที่ชัดเจน อ่านง่าย สื่อความหมายได้ถูกต้องและเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.85) ทัศนียภาพและภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D. = 0.80) มีการเตรียมพร้อมของสถานที่ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (S.D. = 0.84) และมีลานจอดรถ/ห้องสุขา/ที่นั่งพักที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (S.D. = 0.80) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ (Process) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (S.D. = 0.93) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความน่าเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D. = 0.80) มีขั้นตอนการดำเนินงาน การวางแผนที่เหมาะสม อย่างเป็นระบบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.82) เจ้าหน้าที่เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในงานที่ให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.91) ขั้นตอนการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มีความชัดเจน ไม่ก่อให้เกิดความสับสนแก่นักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.75) ตามลำดับ และจำนวนบุคลากรที่มีความรู้ใน

ขั้นตอนให้บริการแต่ละด้าน มีจำนวนที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมสร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมสร้างสรรค์ แบ่งเป็นรายด้าน คือ ประสิทธิภาพที่มีส่วนร่วมในชุมชน วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์ การทำอาหารประจำท้องถิ่น การทำหัตถกรรม จักสาน และกิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมสร้างสรรค์ด้านภาพรวม

กิจกรรมสร้างสรรค์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ประสิทธิภาพที่มีส่วนร่วมในชุมชน	4.00	0.64	มาก
2. วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์	4.01	0.69	มาก
3. การทำอาหารประจำถิ่น	4.10	0.68	มาก
4. การทำหัตถกรรม จักสาน	4.01	0.71	มาก
5. กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า	4.02	0.91	มาก
รวม	4.05	0.56	มาก

จากตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมสร้างสรรค์ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงจากมากไปน้อย พบว่า การทำอาหารประจำถิ่น กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า การทำหัตถกรรม จักสาน วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์ และประสิทธิภาพที่มีส่วนร่วมใน มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมสร้างสรรค์

กิจกรรมสร้างสรรค์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน			
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถเพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวในตำบลท่าทราย	4.04	0.78	มาก
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม	4.02	0.75	มาก
3. กิจกรรมการทำผลไม้แปรรูป และการทำไม้กวาดสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น	3.95	0.80	มาก
รวม	4.00	0.64	มาก
2. วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์			
1. การทำนา ทำไร่สวนผสม การเก็บมะยงชิด การเลี้ยงสัตว์เกษตรอินทรีย์ สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว	3.99	0.80	มาก
2. การเก็บผลผลิตจากไร่สวน จากการเลี้ยงสัตว์มาปรุงเป็นอาหารเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนท้องถิ่น	4.03	0.81	มาก
3. การเรียนรู้วิถีชีวิต ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น	4.08	0.78	มาก
รวม	4.01	0.69	มาก

ตาราง 9 (ต่อ)

กิจกรรมสร้างสรรค์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
3. การทำอาหารประจำท้องถิ่น			
1. คนในชุมชนท้องถิ่นมีการรวบรวมเทคนิค เคล็ดลับ วิธีการปรุงอาหารประจำท้องถิ่น เพื่อเพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว	3.98	0.82	มาก
2. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำอาหารประจำท้องถิ่นกับคนในชุมชนท้องถิ่น	4.12	0.78	มาก
3. การทำอาหารท้องถิ่นทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น	4.10	0.84	มาก
รวม	4.10	0.68	มาก
4. การทำหัตถกรรม จักสาน			
1. คนในชุมชนท้องถิ่นมีประสบการณ์และความชำนาญในการสอนทำหัตถกรรม จักสาน	3.83	0.98	มาก
2. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำหัตถกรรม จักสาน ร่วมกันกับคนในชุมชนท้องถิ่น	4.02	0.77	มาก
3. การทำหัตถกรรม จักสาน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น	4.09	0.78	มาก
รวม	4.01	0.71	มาก

ตาราง 9 (ต่อ)

กิจกรรมสร้างสรรค์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
5. กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า			
1. กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าสามารถเพิ่มประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	3.88	0.91	มาก
2. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับบุคลากรในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า	4.00	0.86	มาก
3. กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับบุคลากรที่ให้บริการ	4.09	0.91	มาก
รวม	4.02	0.73	มาก
ภาพรวม	4.05	0.56	มาก

จากตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมสร้างสรรค์พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถเพิ่มทักษะ และประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวในตำบลท่าทราย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D. = 0.78) กิจกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.75) และกิจกรรมการทำผลไม้แปรรูป และการทำไม้กวาด สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 0.80) ตามลำดับ

วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การเรียนรู้วิถีชีวิต ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D. = 0.78) การเก็บผลผลิตจากไร่สวน จากการเลี้ยงสัตว์มาปรุงเป็นอาหารเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนท้องถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D. = 0.81) และการทำนา ทำไร่สวนผสม การเก็บมะยงชิด การเลี้ยงสัตว์เกษตรอินทรีย์ สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.80) ตามลำดับ

การทำอาหารประจำท้องถิ่น ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำอาหารประจำท้องถิ่นกับคนในชุมชนท้องถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (S.D. = 0.78) การทำอาหารท้องถิ่นทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.84) และคนในชุมชนท้องถิ่นมีการรวบรวมเทคนิค เคล็ดลับ วิธีการปรุงอาหารประจำท้องถิ่น เพื่อเพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.82) ตามลำดับ

การทำหัตถกรรม จักสาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การทำหัตถกรรม จักสาน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.78) เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำหัตถกรรม จักสาน ร่วมกันกับคนในชุมชนท้องถิ่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.77) และคนในชุมชนท้องถิ่นมีประสบการณ์และความชำนาญในการสอนทำหัตถกรรม จักสาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (S.D. = 0.98) ตามลำดับ

กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับบุคลากรที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.91) เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับบุคลากรในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D. = 0.86) ตามลำดับ และกิจกรรมใน

โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า สามารถเพิ่มประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (S.D. = 0.91) ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ตาราง 10 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	เพศ		χ^2	Sig.
	ชาย	หญิง		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว			7.062	.029*
1. พักผ่อน/ท่องเที่ยว	181 (90.50)	166 (83.00)		
2. เยี่ยมญาติ/เพื่อน	7 (3.50)	20 (10.00)		
3. ทัศนศึกษา/ศึกษาดูงาน	12 (6.00)	14 (7.00)		
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)		
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว			4.328	.115
1. รถยนต์ส่วนตัว และรถจักรยานยนต์	176 (88.00)	175 (87.50)		
2. รถโดยสารประจำทาง	20 (10.00)	14 (7.00)		
3. รถเช่า	4 (2.00)	11 (5.50)		
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)		

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	เพศ		χ^2	Sig.
	ชาย	หญิง		
3. จำนวนผู้รวมการเดินทางมาท่องเที่ยว			1.060	.589
1. 1-3 คน	90 (45.00)	86 (43.00)		
2. 3-5 คน	94 (47.00)	92 (46.00)		
3. 6 คนขึ้นไป	16 (8.00)	22 (11.00)		
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว			4.181	.124
1. วันจันทร์-วันศุกร์	28 (14.00)	18 (9.00)		
2. วันเสาร์-วันอาทิตย์	130 (65.00)	148 (74.00)		
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	42 (21.00)	34 (17.00)		
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)		
5. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว			2.175	.537
1. ครั้งแรก	54 (27.00)	48 (24.00)		
2. 2 ครั้ง	46 (23.00)	44 (22.00)		
3. 3 ครั้ง	14 (7.00)	22 (11.00)		
4. มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	86 (43.00)	86 (43.00)		
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)		

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	เพศ		χ^2	Sig.
	ชาย	หญิง		
6. ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว			4.005	.261
1. ต่ำกว่า 1,000 บาท	44 (22.00)	36 (18.00)		
2. 1,001-2,000 บาท	92 (46.00)	112 (56.00)		
3. 2,001-3,000 บาท	44 (22.00)	36 (18.00)		
4. มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป	20 (10.00)	16 (8.00)		
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)		
7. แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว			13.791	.003*
1. ผ่านเว็บไซต์	38 (19.00)	38 (19.00)		
2. Facebook/Line	70 (35.00)	52 (26.00)		
3. บริษัททัวร์	8 (4.00)	28 (14.00)		
4. จากเพื่อน/คนอื่น ๆ	84 (42.00)	82 (41.00)		
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)		

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	เพศ		χ^2	Sig.
	ชาย	หญิง		
8. กิจกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก			15.239	.004*
1. การทำอาหารท้องถิ่น	34 (17.00)	44 (22.00)		
2. กิจกรรมผจญภัย	109 (54.50)	78 (39.00)		
3. ทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมชุมชน/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	42 (21.00)	42 (21.00)		
4. การทำงานจักสาน	9 (4.50)	24 (12.00)		
5. ทำสวนเกษตร	6 (3.00)	12 (6.00)		
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)		
9. การเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ			0.670	.413
1. กลับมา	165 (82.50)	171 (85.50)		
2. ไม่แน่ใจ	35 (17.50)	29 (14.50)		
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)		
10. การแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว			1.515	.218
1. แนะนำ	180 (90.00)	172 (86.00)		
2. ไม่แน่ใจ	20 (10.00)	28 (14.00)		
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 11 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	อายุ			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 36 ปี		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว				6.827	.145
1. พักผ่อน/ท่องเที่ยว	62 (88.57)	115 (91.27)	170 (83.33)		
2. เยี่ยมญาติ/เพื่อน	2 (2.86)	6 (4.76)	19 (9.31)		
3. ทักตักศึกษา/ศึกษาดูงาน	6 (8.57)	5 (3.97)	15 (7.35)		
รวม	70 (100.00)	126 (100.00)	204 (100.00)		
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว				5.548	.236
1. รถยนต์ส่วนตัว และรถจักรยานยนต์	60 (85.71)	105 (83.33)	186 (91.18)		
2. รถโดยสารประจำทาง	8 (11.43)	14 (11.11)	12 (5.88)		
3. รถเช่า	2 (2.86)	7 (5.56)	6 (2.94)		
รวม	70 (100.00)	126 (100.00)	204 (100.00)		

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	อายุ			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 36 ปี		
3. จำนวนผู้รวมการเดินทางมาท่องเที่ยว				8.927	.063
1. 1-3 คน	30 (42.86)	52 (41.27)	94 (46.08)		
2. 3-5 คน	38 (54.29)	64 (50.79)	84 (41.18)		
3. 6 คนขึ้นไป	2 (2.86)	10 (7.94)	26 (12.75)		
รวม	70 (100.00)	126 (100.00)	204 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว				6.630	.157
1. วันจันทร์-วันศุกร์	8 (11.43)	10 (7.94)	28 (13.73)		
2. วันเสาร์-วันอาทิตย์	46 (65.71)	86 (68.25)	146 (71.57)		
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	16 (22.86)	30 (23.81)	30 (14.71)		
รวม	70 (100.00)	126 (100.00)	204 (100.00)		
5. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว				16.546	.011*
1. ครั้งแรก	10 (14.29)	32 (25.40)	60 (29.41)		
2. 2 ครั้ง	22 (31.43)	30 (23.81)	38 (18.63)		
3. 3 ครั้ง	6 (8.57)	18 (14.29)	12 (5.88)		
4. มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	32 (45.71)	46 (36.51)	94 (46.08)		
รวม	70 (100.00)	126 (100.00)	204 (100.00)		

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	อายุ			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 36 ปี		
6. ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว				16.673	.011*
1. ต่ำกว่า 1,000 บาท	8 (11.43)	30 (23.81)	42 (20.59)		
2. 1,001-2,000 บาท	32 (45.71)	70 (55.56)	102 (50.00)		
3. 2,001-3,000 บาท	24 (34.29)	14 (11.11)	42 (20.59)		
4. มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป	6 (8.57)	12 (9.52)	18 (8.82)		
รวม	70 (100.00)	126 (100.00)	204 (100.00)		
7. แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว				6.021	.421
1. ผ่านเว็บไซต์	12 (17.14)	20 (15.87)	44 (21.57)		
2. Facebook/Line	22 (31.43)	44 (34.92)	56 (27.45)		
3. บริษัททัวร์	10 (14.29)	10 (7.94)	16 (7.84)		
4. จากเพื่อน/คนอื่น ๆ	26 (37.14)	52 (41.27)	88 (43.14)		
รวม	70 (100.00)	126 (100.00)	204 (100.00)		

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	อายุ			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 36 ปี		
8. กิจกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก				8.512	.385
1. การทำอาหารท้องถิ่น	10 (14.29)	26 (20.63)	42 (20.59)		
2. กิจกรรมพญักษ์	34 (48.57)	59 (46.83)	94 (46.08)		
3. ทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมชุมชน/ ภูมิปัญญาท้องถิ่น	18 (25.71)	26 (20.63)	40 (19.61)		
4. การทำงานจักสาน	2 (2.86)	11 (8.73)	20 (9.80)		
5. ทำสวนเกษตร	6 (8.57)	4 (3.17)	8 (3.92)		
รวม	70 (100.00)	126 (100.00)	204 (100.00)		
9. การเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ				5.976	.050
1. กลับมา	58 (82.86)	114 (90.48)	164 (80.39)		
2. ไม่แน่ใจ	12 (17.14)	12 (9.52)	40 (19.61)		
รวม	70 (100.00)	126 (100.00)	204 (100.00)		
10. การแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว				3.350	.187
1. แนะนำ	66 (94.29)	108 (85.71)	178 (87.25)		
2. ไม่แน่ใจ	4 (5.71)	18 (14.29)	26 (12.75)		
รวม	70 (100.00)	126 (100.00)	204 (100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 11 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 12 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	สถานภาพ		χ^2	Sig.
	โสด และหย่าร้าง	สมรส		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว			0.913	.634
1. พักผ่อน/ท่องเที่ยว	270 (86.54)	77 (87.50)		
2. เยี่ยมญาติ/เพื่อน	20 (6.41)	7 (7.95)		
3. ทักนศึกษา/ศึกษาดูงาน	22 (7.05)	4 (4.55)		
รวม	312 (100.00)	88 (100.00)		
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว			1.297	.523
1. รถยนต์ส่วนตัว และรถจักรยานยนต์	272 (87.18)	79 (89.77)		
2. รถโดยสารประจำทาง	29 (9.29)	5 (5.68)		
3. รถเช่า	11 (3.53)	4 (4.55)		
รวม	312 (100.00)	88 (100.00)		

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	สถานภาพ		χ^2	Sig.
	โสด และหย่าร้าง	สมรส		
3. จำนวนผู้รวมการเดินทางมาท่องเที่ยว			3.275	.194
1. 1-3 คน	130 (41.67)	46 (52.27)		
2. 3-5 คน	152 (48.72)	34 (38.64)		
3. 6 คนขึ้นไป	30 (9.62)	8 (9.09)		
รวม	312 (100.00)	88 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว			2.990	.224
1. วันจันทร์-วันศุกร์	40 (12.82)	6 (6.82)		
2. วันเสาร์-วันอาทิตย์	216 (69.23)	62 (70.45)		
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	56 (17.95)	20 (22.73)		
รวม	312 (100.00)	88 (100.00)		
5. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว			12.255	.007*
1. ครั้งแรก	70 (22.44)	32 (36.36)		
2. 2 ครั้ง	80 (25.64)	10 (11.36)		
3. 3 ครั้ง	26 (8.33)	10 (11.36)		
4. มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	136 (43.59)	36 (40.91)		
รวม	312 (100.00)	88 (100.00)		

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	สถานภาพ		χ^2	Sig.
	โสด และหย่าร้าง	สมรส		
6. ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว			6.963	.073
1. ต่ำกว่า 1,000 บาท	70 (22.44)	10 (11.36)		
2. 1,001-2,000 บาท	154 (49.36)	50 (56.82)		
3. 2,001-3,000 บาท	58 (18.59)	22 (25.00)		
4. มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป	30 (9.62)	6 (6.82)		
รวม	312 (100.00)	88 (100.00)		
7. แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว			4.180	.243
1. ผ่านเว็บไซต์	54 (17.31)	22 (25.00)		
2. Facebook/Line	100 (32.05)	22 (25.00)		
3. บริษัททัวร์	26 (8.33)	10 (11.36)		
4. จากเพื่อน/คนอื่น ๆ	132 (42.31)	34 (38.64)		
รวม	312 (100.00)	88 (100.00)		

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	สถานภาพ		χ^2	Sig.
	โสด และหย่าร้าง	สมรส		
8. กิจกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก			2.273	.686
1. การทำอาหารท้องถิ่น	64 (20.51)	14 (15.91)		
2. กิจกรรมผจญภัย	147 (47.12)	40 (45.45)		
3. ทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมชุมชน/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	64 (20.51)	20 (22.73)		
4. การทำงานจักสาน	23 (7.37)	10 (11.36)		
5. ทำสวนเกษตร	14 (4.49)	4 (4.55)		
รวม	312 (100.00)	88 (100.00)		
9. การเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ			0.469	.493
1. กลับมา	260 (83.33)	76 (86.36)		
2. ไม่แน่ใจ	52 (16.67)	12 (13.64)		
รวม	312 (100.00)	88 (100.00)		
10. การแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว			0.043	.835
1. แนะนำ	274 (87.82)	78 (88.64)		
2. ไม่แน่ใจ	38 (12.18)	10 (11.36)		
รวม	312 (100.00)	88 (100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 13 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว				14.836	.005*
1. พักผ่อน/ท่องเที่ยว	107 (89.17)	151 (90.96)	89 (78.07)		
2. เยี่ยมญาติ/เพื่อน	6 (5.00)	5 (3.01)	16 (14.04)		
3. ทัศนศึกษา/ศึกษาดูงาน	7 (5.83)	10 (6.02)	9 (7.89)		
รวม	120 (100.00)	166 (100.00)	114 (100.00)		
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว				7.222	.125
1. รถยนต์ส่วนตัว และรถจักรยานยนต์	102 (85.00)	142 (85.54)	107 (93.86)		
2. รถโดยสารประจำทาง	13 (10.83)	18 (10.84)	3 (2.63)		
3. รถเช่า	5 (4.17)	6 (3.61)	4 (3.51)		
รวม	120 (100.00)	166 (100.00)	114 (100.00)		

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า		
	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี		
3. จำนวนผู้รวมการเดินทางมาท่องเที่ยว				9.817	.044*
1. 1-3 คน	48 (40.00)	86 (51.81)	42 (36.84)		
2. 3-5 คน	62 (51.67)	62 (37.35)	62 (54.39)		
3. 6 คนขึ้นไป	10 (8.33)	18 (10.84)	10 (8.77)		
รวม	120 (100.00)	166 (100.00)	114 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว				7.388	.117
1. วันจันทร์-วันศุกร์	10 (8.33)	16 (9.64)	20 (17.54)		
2. วันเสาร์-วันอาทิตย์	82 (68.33)	120 (72.29)	76 (66.67)		
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	28 (23.33)	30 (18.07)	18 (15.79)		
รวม	120 (100.00)	166 (100.00)	114 (100.00)		
5. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว				14.496	.025*
1. ครั้งแรก	20 (16.67)	56 (33.73)	26 (22.81)		
2. 2 ครั้ง	28 (23.33)	38 (22.89)	24 (21.05)		
3. 3 ครั้ง	10 (8.33)	12 (7.23)	14 (12.28)		
4. มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	62 (51.67)	60 (36.14)	50 (43.86)		
รวม	120 (100.00)	166 (100.00)	114 (100.00)		

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า		
	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี		
6. ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว				19.172	.004*
1. ต่ำกว่า 1,000 บาท	22 (18.33)	44 (26.51)	14 (12.28)		
2. 1,001-2,000 บาท	56 (46.67)	82 (49.40)	66 (57.89)		
3. 2,001-3,000 บาท	34 (28.33)	28 (16.87)	18 (15.79)		
4. มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป	8 (6.67)	12 (7.23)	16 (14.04)		
รวม	120 (100.00)	166 (100.00)	114 (100.00)		
7. แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว				18.307	.006*
1. ผ่านเว็บไซต์	24 (20.00)	32 (19.28)	20 (17.54)		
2. Facebook/Line	40 (33.33)	46 (27.71)	36 (31.58)		
3. บริษัททัวร์	20 (16.67)	8 (4.82)	8 (7.02)		
4. จากเพื่อน/คนอื่น ๆ	36 (30.00)	80 (48.19)	50 (43.86)		
รวม	120 (100.00)	166 (100.00)	114 (100.00)		

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า		
	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี		
8. กิจกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก				14.830	.063
1. การทำอาหารท้องถิ่น	18 (15.00)	28 (16.87)	32 (28.07)		
2. กิจกรรมผจญภัย	60 (50.00)	87 (52.41)	40 (35.09)		
3. ทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมชุมชน/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	26 (21.67)	32 (19.28)	26 (22.81)		
4. การทำงานจักสาน	8 (6.67)	15 (9.04)	10 (8.77)		
5. ทำสวนเกษตร	8 (6.67)	4 (2.41)	6 (5.26)		
รวม	120 (100.00)	166 (100.00)	114 (100.00)		
9. การเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ				14.204	.001*
1. กลับมา	106 (88.33)	126 (75.90)	104 (91.23)		
2. ไม่แน่ใจ	14 (11.67)	40 (24.10)	10 (8.77)		
รวม	120 (100.00)	166 (100.00)	114 (100.00)		
10. การแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว				0.710	.701
1. แนะนำ	108 (90.00)	144 (86.75)	100 (87.72)		
2. ไม่แน่ใจ	12 (10.00)	22 (13.25)	14 (12.28)		
รวม	120 (100.00)	166 (100.00)	114 (100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว และการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



ตาราง 14 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพที่ปฏิบัติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ					χ^2	Sig.
	พนักงานบริษัทเอกชน	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	นักเรียน/นักศึกษา	พ่อบาน/แม่บ้าน		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว						5.956	.654
1. พักผ่อน/ท่องเที่ยว	90 (88.24)	48 (85.71)	44 (81.48)	130 (87.84)			
2. เยี่ยมญาติ/เพื่อน	4 (3.92)	6 (10.71)	6 (11.11)	8 (5.41)			
3. ทัศนศึกษา/ศึกษาดูงาน	8 (7.84)	2 (3.57)	4 (7.41)	10 (6.76)			
รวม	102 (100.00)	56 (100.00)	54 (100.00)	148 (100.00)			
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว						24.113	.002*
1. รถยนต์ส่วนตัว และรถจักรยานยนต์	82 (80.39)	51 (91.07)	47 (87.04)	141 (95.27)			
2. รถโดยสารประจำทาง	16 (15.69)	4 (7.14)	3 (5.56)	4 (2.70)			
3. รถเช่า	4 (3.92)	1 (1.79)	4 (7.41)	3 (2.03)			
รวม	102 (100.00)	56 (100.00)	54 (100.00)	148 (100.00)			

ตาราง 14 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ						χ ²	Sig.
	พนักงาน บริษัทเอกชน	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	นักเรียน/ นักศึกษา	พ่อค้า/ แม่ค้า			
3. จำนวนผู้รวมการเดินทางมาท่องเที่ยว							11.105	.196
1. 1-3 คน	42 (41.18)	28 (50.00)	26 (48.15)	60 (40.54)				
2. 3-5 คน	56 (54.90)	24 (42.86)	20 (37.04)	70 (47.30)				
3. 6 คนขึ้นไป	4 (3.92)	4 (7.14)	8 (14.81)	18 (12.16)				
รวม	102 (100.00)	56 (100.00)	54 (100.00)	148 (100.00)				
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว							19.475	.013*
1. วันจันทร์-วันศุกร์	12 (11.76)	10 (17.86)	8 (14.81)	10 (6.76)				
2. วันเสาร์-วันอาทิตย์	62 (60.78)	42 (75.00)	32 (59.26)	114 (77.03)				
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	28 (27.45)	4 (7.14)	14 (25.93)	24 (16.22)				
รวม	102 (100.00)	56 (100.00)	54 (100.00)	148 (100.00)				

ตาราง 14 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ						χ ²	Sig.
	พนักงาน บริษัทเอกชน	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	นักเรียน/ นักศึกษา	พอบาณ/ แม่บ้าน			
5. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว							33.869	.001*
1. ครั้งแรก	18 (17.65)	14 (25.00)	20 (37.04)	42 (28.38)				
2. 2 ครั้ง	30 (29.41)	22 (39.29)	12 (22.22)	20 (13.51)				
3. 3 ครั้ง	8 (7.84)	6 (10.71)	2 (3.70)	18 (12.16)				
4. มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	46 (45.10)	14 (25.00)	20 (37.04)	68 (45.95)				
รวม	102	56	54	148				
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)				

ตาราง 14 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักทองเที่ยว	อาชีพ						χ ²	Sig.
	พนักงานบริษัทเอกชน	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	นักเรียน/นักศึกษา	พอบาน/แม่บ้าน			
6. ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางท่องเที่ยว							21.991	.038*
1. ต่ำกว่า 1,000 บาท	14 (13.73)	10 (17.86)	14 (25.95)	34 (22.97)				
2. 1,001-2,000 บาท	52 (50.98)	28 (50.00)	34 (62.96)	76 (51.35)				
3. 2,001-3,000 บาท	28 (27.45)	12 (21.43)	2 (3.70)	26 (17.57)				
4. มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป	8 (7.84)	6 (10.71)	4 (7.41)	12 (8.11)				
รวม	102 (100.00)	56 (100.00)	54 (100.00)	148 (100.00)				

ตาราง 14 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ						χ^2	Sig.
	พนักงาน บริษัทเอกชน	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	นักเรียน/ นักศึกษา	พอบาน/ แม่บ้าน			
7. แหล่งข้อมูลในการเดินทางท่องเที่ยว							15.158	.233
1. ผ่านเว็บไซต์	16 (15.69)	16 (28.57)	12 (22.22)	28 (18.92)				
2. Facebook/Line	36 (35.29)	10 (17.86)	12 (22.22)	46 (31.08)				
3. บริษัททัวร์	10 (9.80)	6 (10.71)	6 (11.11)	10 (6.76)				
4. จากเพื่อน/คนอื่น ๆ	40 (39.22)	24 (42.86)	24 (44.44)	64 (43.24)				
รวม	102 (100.00)	56 (100.00)	54 (100.00)	148 (100.00)				

ตาราง 14 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ					χ^2	Sig.
	พนักงาน บริษัทเอกชน	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	นักเรียน/ นักศึกษา	พ่อบาน/ แม่บ้าน		
8. กิจกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก						18.656	.287
1. การทำอาหารท้องถิ่น	18 (17.65)	8 (14.29)	8 (14.81)	36 (24.32)			
2. กิจกรรมผจญภัย	42 (41.18)	31 (55.36)	26 (48.15)	66 (44.59)			
3. ทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมชุมชน/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	28 (27.45)	10 (17.86)	12 (22.22)	26 (17.57)			
4. การทำงานจิตอาสา	6 (5.88)	3 (5.36)	6 (11.11)	16 (10.81)			
5. ทำสวนเกษตร	8 (7.84)	4 (7.14)	2 (3.70)	4 (2.70)			
รวม	102 (100.00)	56 (100.00)	54 (100.00)	148 (100.00)			

ตาราง 14 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	อาชีพ						χ^2	Sig.
	พนักงาน บริษัทเอกชน	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	นักเรียน/ นักศึกษา	พอบาณ/ แม่บ้าน			
9. การเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ							14.358	.006*
1. กลับมา	82 (80.39)	40 (71.43)	52 (96.30)	128 (86.49)				
2. ไม่แน่ใจ	20 (19.61)	16 (28.57)	2 (3.70)	20 (13.51)				
รวม	102 (100.00)	56 (100.00)	54 (100.00)	148 (100.00)				
10. การแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว							2.182	.702
1. แนะนำ	88 (86.27)	48 (85.71)	50 (92.59)	132 (89.19)				
2. ไม่แน่ใจ	14 (13.73)	8 (14.29)	4 (7.41)	16 (10.81)				
รวม	102 (100.00)	56 (100.00)	54 (100.00)	148 (100.00)				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว และการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 15 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				χ^2	Sig.
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว					4.894	.557
1. พักผ่อน/ท่องเที่ยว	116 (89.23)	98 (87.50)	78 (86.67)	55 (80.88)		
2. เยี่ยมญาติ/เพื่อน	5 (3.85)	8 (7.14)	6 (6.67)	8 (11.76)		
3. ทักตักศึกษา/ศึกษาดูงาน	9 (6.92)	6 (5.36)	6 (6.67)	5 (7.35)		
รวม	130 (100.00)	112 (100.00)	90 (100.00)	68 (100.00)		
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว					19.369	.004*
1. รถยนต์ส่วนตัว และรถจักรยานยนต์	105 (80.77)	97 (86.61)	83 (92.22)	66 (97.06)		
2. รถโดยสารประจำทาง	21 (16.15)	9 (8.04)	3 (3.33)	1 (1.47)		
3. รถเช่า	4 (3.08)	6 (5.36)	4 (4.44)	1 (1.47)		
รวม	130 (100.00)	112 (100.00)	90 (100.00)	68 (100.00)		

ตาราง 15 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				χ^2	Sig.
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท		
3. จำนวนผู้ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยว					12.853	.045*
1. 1-3 คน	56 (43.08)	52 (46.43)	38 (42.22)	30 (44.12)		
2. 3-5 คน	68 (52.31)	42 (37.50)	42 (46.67)	34 (50.00)		
3. 6 คนขึ้นไป	6 (4.62)	18 (16.07)	10 (11.11)	4 (5.88)		
รวม	130 (100.00)	112 (100.00)	90 (100.00)	68 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว					14.645	.023*
1. วันจันทร์-วันศุกร์	18 (13.85)	18 (16.07)	6 (6.67)	4 (5.88)		
2. วันเสาร์-วันอาทิตย์	88 (67.69)	70 (62.50)	74 (82.22)	46 (67.65)		
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	24 (18.46)	24 (21.43)	10 (11.11)	18 (26.47)		
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	130 (100.00)	112 (100.00)	90 (100.00)	68 (100.00)		
รวม						

ตาราง 15 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				χ^2	Sig.
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท		
5. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว					16.357	.060
1. ครั้งแรก	22 (16.92)	32 (28.57)	22 (24.44)	26 (38.24)		
2. 2 ครั้ง	38 (29.23)	26 (23.21)	18 (20.00)	8 (11.76)		
3. 3 ครั้ง	10 (7.69)	10 (8.93)	10 (11.11)	6 (8.82)		
4. มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	60 (46.15)	44 (39.29)	40 (44.44)	28 (41.18)		
รวม	130 (100.00)	112 (100.00)	90 (100.00)	68 (100.00)		
6. ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว					16.031	.066
1. ต่ำกว่า 1,000 บาท	22 (16.92)	28 (25.00)	20 (22.22)	10 (14.71)		
2. 1,001-2,000 บาท	60 (46.15)	52 (46.43)	52 (57.78)	40 (58.82)		
3. 2,001-3,000 บาท	38 (29.23)	20 (17.86)	10 (11.11)	12 (17.65)		
4. มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป	10 (7.69)	12 (10.71)	8 (8.89)	6 (8.82)		
รวม	130 (100.00)	112 (100.00)	90 (100.00)	68 (100.00)		

ตาราง 15 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				χ^2	Sig.
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท		
7. แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว					17.383	.043*
1. ผ่านเว็บไซต์	22 (16.92)	12 (10.71)	28 (31.11)	14 (20.59)		
2. Facebook/Line	44 (33.85)	40 (35.71)	22 (24.44)	16 (23.53)		
3. บริษัททัวร์	14 (10.77)	10 (8.93)	6 (6.67)	6 (8.82)		
4. จากเพื่อน/คนอื่น ๆ	50 (38.46)	50 (44.64)	34 (37.78)	32 (47.06)		
รวม	130 (100.00)	112 (100.00)	90 (100.00)	68 (100.00)		
8. กิจกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก					30.745	.002*
1. การทำอาหารท้องถิ่น	22 (16.92)	22 (19.64)	14 (15.56)	20 (29.41)		
2. กิจกรรมผจญภัย	59 (45.38)	61 (54.46)	39 (43.33)	28 (41.18)		
3. ทำกิจกรรมทางวัฒนธรรม ชุมชน/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	32 (24.62)	24 (21.43)	20 (22.22)	8 (11.76)		
4. การทำงานจักสาน	7 (5.38)	3 (2.68)	15 (16.67)	8 (11.76)		
5. ทำสวนเกษตร	10 (7.69)	2 (1.79)	2 (2.22)	4 (5.88)		
รวม	130 (100.00)	112 (100.00)	90 (100.00)	68 (100.00)		

ตาราง 15 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				χ^2	Sig.
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท		
9. การเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ					3.488	.322
1. กลับมา	104 (80.00)	93 (83.04)	79 (87.78)	60 (88.24)		
2. ไม่แน่ใจ	26 (20.00)	19 (16.96)	11 (12.22)	8 (11.76)		
รวม	130 (100.00)	112 (100.00)	90 (100.00)	68 (100.00)		
10. การแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว					0.109	.991
1. แนะนำ	114 (87.69)	98 (87.50)	80 (88.89)	60 (88.24)		
2. ไม่แน่ใจ	16 (12.31)	14 (12.50)	10 (11.11)	8 (11.76)		
รวม	130 (100.00)	112 (100.00)	90 (100.00)	68 (100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 16 ตารางสรุปภาพรวมจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ลักษณะประชากรศาสตร์
กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครนายก

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ลักษณะประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	✗	✗	✓	✗	✗
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	✗	✗	✗	✗	✓	✓
3. จำนวนผู้ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยว	✗	✗	✗	✓	✗	✓
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว	✗	✗	✗	✗	✓	✓
5. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว	✗	✓	✓	✓	✓	✗
6. ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว	✗	✓	✗	✓	✓	✗
7. แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	✗	✗	✓	✗	✓
8. กิจกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก	✓	✗	✗	✗	✗	✓
9. การเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ	✗	✗	✗	✓	✓	✗
10. การแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว	✗	✗	✗	✗	✗	✗
ภาพรวม	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ
เครื่องหมาย ✗ แทนข้อความที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 16 แสดงผลสรุปของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ในด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน สามารถอธิบายเป็นรายด้าน ดังนี้

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว

สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว และการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ

อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยว และการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	ชาย	4.00	0.58	1.727	383.118	0.085
	หญิง	3.91	0.47			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ชาย	4.07	0.61	0.889	364.468	0.375
	หญิง	4.02	0.45			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	ชาย	3.98	0.60	0.272	383.633	0.785
	หญิง	3.99	0.49			
ด้านการบริการเบ็ดเสร็จ	ชาย	4.11	0.57	0.210	378.155	0.833
	หญิง	4.10	0.45			
ด้านที่พัก	ชาย	4.13	0.58	1.492	344.816	0.137
	หญิง	4.06	0.38			
ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	ชาย	3.99	0.63	0.354	369.846	0.724
	หญิง	4.01	0.48			
ภาพรวม	ชาย	4.05	0.53	0.708	341.237	0.480
	หญิง	4.01	0.34			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามเพศ พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในภาพรวมค่า $t=0.708$ ค่า $Sig=0.480$ จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	1.234	2	0.617	1.907	.150
ภายในกลุ่ม	128.516	397	0.324		
รวม	129.750	399			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	0.321	2	0.161	0.468	.627
ภายในกลุ่ม	136.469	397	0.344		
รวม	136.790	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	1.971	2	0.986	2.662	.071
ภายในกลุ่ม	147.006	397	0.370		
รวม	148.978	399			
ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด					
ระหว่างกลุ่ม	0.070	2	0.035	0.100	.905
ภายในกลุ่ม	139.127	397	0.350		
รวม	139.198	399			
ด้านที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	2.169	2	1.085	3.534	.030*
ภายในกลุ่ม	121.831	397	0.307		
รวม	124.000	399			

ตาราง 18 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	0.617	2	0.308	0.788	.456
ภายในกลุ่ม	155.343	397	0.391		
รวม	155.960	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	0.363	2	0.181	0.709	.493
ภายในกลุ่ม	101.535	397	0.256		
รวม	101.898	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุ พบว่า อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านที่พัก

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก กับอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 19

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อายุ		
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 36 ปี
ด้านที่พัก				
ต่ำกว่า 20 ปี	4.26	-	.210*	.179*
20-35 ปี	4.05	-	-	0.031
มากกว่า 36 ปี	4.08	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 เมื่อทดสอบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ด้านที่พัก จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี และอายุมากกว่า 36 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรที่ศึกษา	สถานภาพ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดทางการ ท่องเที่ยว	โสด และหย่าร้าง	4.01	0.57	2.083	398	.038*
	สมรส	3.86	0.55			
ด้านการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว	โสด และหย่าร้าง	4.10	0.55	2.667	398	.008*
	สมรส	3.91	0.67			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทางการท่องเที่ยว	โสด และหย่าร้าง	4.02	0.61	1.851	398	.065
	สมรส	3.89	0.61			
ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด	โสด และหย่าร้าง	4.11	0.57	0.936	398	.350
	สมรส	4.05	0.66			
ด้านที่พัก	โสด และหย่าร้าง	4.12	0.55	1.474	398	.141
	สมรส	4.02	0.59			
ด้านกิจกรรมทางการ ท่องเที่ยว	โสด และหย่าร้าง	4.01	0.61	0.988	398	.324
	สมรส	3.93	0.69			
ภาพรวม	โสด และหย่าร้าง	4.07	0.50	1.584	398	.114
	สมรส	3.98	0.50			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	1.546	2	0.773	2.394	.093
ภายในกลุ่ม	128.204	397	0.323		
รวม	129.750	399			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	0.281	2	0.141	0.409	.665
ภายในกลุ่ม	136.509	397	0.344		
รวม	136.790	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2.966	2	1.483	4.032	.018*
ภายในกลุ่ม	146.012	397	0.368		
รวม	148.978	399			
ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด					
ระหว่างกลุ่ม	0.091	2	0.046	0.130	.878
ภายในกลุ่ม	139.106	397	0.350		
รวม	139.198	399			
ด้านที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	1.718	2	0.859	2.789	.063
ภายในกลุ่ม	122.282	397	0.308		
รวม	124.000	399			
ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	0.330	2	0.165	0.421	.657
ภายในกลุ่ม	155.630	397	0.392		
รวม	155.960	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	0.943	2	0.472	1.855	.158
ภายในกลุ่ม	100.954	397	0.254		
รวม	101.898	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก กับระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 22

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.09	-	0.086	.223*
ปริญญาตรี	4.01	-	-	0.138
สูงกว่าปริญญาตรี	3.87	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 เมื่อทดสอบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3.078	4	0.770	2.400	.050
ภายในกลุ่ม	126.672	395	0.321		
รวม	129.750	399			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	0.636	4	0.159	0.461	.764
ภายในกลุ่ม	136.154	395	0.345		
รวม	136.790	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3.704	4	0.926	2.518	.041*
ภายในกลุ่ม	145.274	395	0.368		
รวม	148.978	399			
ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด					
ระหว่างกลุ่ม	0.860	4	0.215	0.614	.653
ภายในกลุ่ม	138.338	395	0.350		
รวม	139.198	399			
ด้านที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	6.022	4	1.505	5.040	.001*
ภายในกลุ่ม	117.978	395	0.299		
รวม	124.000	399			
ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	0.131	4	0.033	0.083	.988
ภายในกลุ่ม	155.829	395	0.395		
รวม	155.960	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	1.119	4	0.280	1.096	.358
ภายในกลุ่ม	100.779	395	0.255		
รวม	101.898	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และด้านที่พัก

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก กับอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 24-25



ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักศึกษาของทั้งปีในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพ
เป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	อาชีพ					
	พนักงาน บริษัทเอกชน	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	นักเรียน/นักศึกษา	พ่อบาน/แม่บ้าน	
ด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาดทางการท่องเที่ยว						
พนักงานบริษัทเอกชน	4.14	0.155	0.193	.239*	0.087	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.98	-	0.038	0.083	0.068	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.94	-	-	0.046	0.106	
นักเรียน/นักศึกษา	3.90	-	-	-	0.151	
พ่อบาน/แม่บ้าน	4.05	-	-	-	-	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 เมื่อทดสอบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักศึกษาของทั้งภายในการเดินทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ					
		พนักงานบริษัทเอกชน	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	นักเรียน/นักศึกษา	พ่อบาน/แม่บ้าน	อาชีพ
ด้านที่พัก							
พนักงานบริษัทเอกชน	4.24	-	.235*	0.013	.262*	0.035	
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.00	-	-	.222*	0.027	0.200	
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.22	-	-	-	.249*	0.022	
นักเรียน/นักศึกษา	3.97	-	-	-	-	.227*	
พ่อบาน/แม่บ้าน	4.20	-	-	-	-	-	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 เมื่อทดสอบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ด้านที่พัก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2.691	3	0.897	2.795	.040*
ภายในกลุ่ม	127.059	396	0.321		
รวม	129.750	399			
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	0.365	3	0.122	0.353	.787
ภายในกลุ่ม	136.425	396	0.345		
รวม	136.790	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	1.122	3	0.374	1.002	.392
ภายในกลุ่ม	147.856	396	0.373		
รวม	148.978	399			
ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด					
ระหว่างกลุ่ม	0.557	3	0.186	0.530	.662
ภายในกลุ่ม	138.641	396	0.350		
รวม	139.198	399			
ด้านที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	1.459	3	0.486	1.572	.196
ภายในกลุ่ม	122.541	396	0.309		
รวม	124.000	399			
ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	5.072	3	1.691	4.437	.004*
ภายในกลุ่ม	150.888	396	0.381		
รวม	155.960	399			

ตาราง 26 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	1.306	3	0.435	1.714	.164
ภายในกลุ่ม	100.591	396	0.254		
รวม	101.898	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 27-28



ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	4.08	–	.148*	.210*	0.077
15,001 – 30,000 บาท	3.93	–	–	0.062	0.071
30,001 – 50,000 บาท	3.87	–	–	–	0.133
มากกว่า 50,000 บาท	4.00	–	–	–	–

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 เมื่อทดสอบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001–50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.95	–	0.043	0.002	.281*
15,001 – 30,000 บาท	3.91	–	–	0.045	.325*
30,001 – 50,000 บาท	3.96	–	–	–	.280*
มากกว่า 50,000 บาท	4.24	–	–	–	–

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 เมื่อทดสอบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท รายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001–50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 29 ตารางสรุปภาพรวมจากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของลักษณะ
ประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	ลักษณะประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
1. ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	×	×	✓	×	×	✓
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	×	×	✓	×	×	×
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	×	×	×	✓	✓	×
4. ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด	×	×	×	×	×	×
5. ด้านที่พัก	×	✓	×	×	✓	×
6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	×	×	×	×	×	✓
ภาพรวม	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ
เครื่องหมาย × แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 29 แสดงผลสรุปของการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยการทดสอบที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way analysis of Variance: One-Way ANOVA or F-Test) พบว่า

เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าเพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในทุกด้าน

อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านที่พัก

สถานภาพของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

อาชีพของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และด้านที่พัก

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ชาย	4.09	0.64	2.274	371.552	.024*
	หญิง	3.96	0.49			
ด้านราคา (Price)	ชาย	4.03	0.65	1.383	375.685	.168
	หญิง	3.95	0.50			
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)	ชาย	4.02	0.65	1.581	364.797	.115
	หญิง	3.93	0.48			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ชาย	3.97	0.74	0.447	380.298	.655
	หญิง	3.94	0.59			
ด้านบุคคล (People)	ชาย	4.03	0.62	0.521	389.201	.602
	หญิง	4.00	0.53			
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	ชาย	4.06	0.62	1.897	377.110	.059
	หญิง	3.96	0.48			
ด้านกระบวนการ (Process)	ชาย	4.05	0.63	1.191	388.421	.234
	หญิง	3.98	0.54			
ภาพรวม	ชาย	4.05	0.62	1.478	319.475	.140
	หญิง	3.97	0.36			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามเพศ พบว่า เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
ระหว่างกลุ่ม	0.343	2	0.171	0.518	.596
ภายในกลุ่ม	131.407	397	0.331		
รวม	131.750	399			
ด้านราคา (Price)					
ระหว่างกลุ่ม	0.981	2	0.490	1.465	.232
ภายในกลุ่ม	132.929	397	0.335		
รวม	133.910	399			
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)					
ระหว่างกลุ่ม	1.329	2	0.664	2.054	.130
ภายในกลุ่ม	128.421	397	0.323		
รวม	129.750	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
ระหว่างกลุ่ม	0.751	2	0.375	0.836	.434
ภายในกลุ่ม	178.249	397	0.449		
รวม	179.000	399			
ด้านบุคคล (People)					
ระหว่างกลุ่ม	0.170	2	0.085	0.257	.774
ภายในกลุ่ม	131.740	397	0.332		
รวม	131.910	399			

ตาราง 31 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)					
ระหว่างกลุ่ม	1.603	2	0.802	2.622	.074
ภายในกลุ่ม	121.374	397	0.306		
รวม	122.978	399			
ด้านกระบวนการ (Process)					
ระหว่างกลุ่ม	1.390	2	0.695	2.021	.134
ภายในกลุ่ม	136.520	397	0.344		
รวม	137.910	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	0.563	2	0.282	1.092	.337
ภายในกลุ่ม	102.414	397	0.258		
รวม	102.978	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุพบว่า อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในทุกด้าน

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรที่ศึกษา	สถานภาพ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	โสด และหย่าร้าง	4.04	0.55	0.882	398	.378
	สมรส	3.98	0.64			
ด้านราคา (Price)	โสด และหย่าร้าง	4.03	0.59	2.662	398	.008*
	สมรส	3.84	0.52			
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)	โสด และหย่าร้าง	4.00	0.55	1.344	127.749	.181
	สมรส	3.90	0.63			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	โสด และหย่าร้าง	3.98	0.64	1.765	125.820	.080
	สมรส	3.83	0.75			
ด้านบุคคล (People)	โสด และหย่าร้าง	4.04	0.57	1.539	398	.125
	สมรส	3.93	0.60			
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	โสด และหย่าร้าง	4.03	0.55	1.669	398	.096
	สมรส	3.92	0.55			
ด้านกระบวนการ (Process)	โสด และหย่าร้าง	4.04	0.57	1.712	398	.088
	สมรส	3.92	0.63			
ภาพรวม	โสด และหย่าร้าง	4.04	0.50	2.066	398	.039*
	สมรส	3.91	0.54			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านราคา (Price)

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
ระหว่างกลุ่ม	1.307	2	0.654	1.989	.138
ภายในกลุ่ม	130.443	397	0.329		
รวม	131.750	399			
ด้านราคา (Price)					
ระหว่างกลุ่ม	2.347	2	1.174	3.542	.030*
ภายในกลุ่ม	131.563	397	0.331		
รวม	133.910	399			
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)					
ระหว่างกลุ่ม	2.789	2	1.395	4.361	.013*
ภายในกลุ่ม	126.961	397	0.320		
รวม	129.750	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
ระหว่างกลุ่ม	3.364	2	1.682	3.802	.023*
ภายในกลุ่ม	175.636	397	0.442		
รวม	179.000	399			
ด้านบุคคล (People)					
ระหว่างกลุ่ม	2.040	2	1.020	3.118	.045*
ภายในกลุ่ม	129.870	397	0.327		
รวม	131.910	399			
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)					
ระหว่างกลุ่ม	5.507	2	2.753	9.305	.000*
ภายในกลุ่ม	117.471	397	0.296		
รวม	122.978	399			

ตาราง 33 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านกระบวนการ (Process)					
ระหว่างกลุ่ม	1.414	2	0.707	2.056	.129
ภายในกลุ่ม	136.496	397	0.344		
รวม	137.910	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	1.371	2	0.686	2.679	.070
ภายในกลุ่ม	101.606	397	0.256		
รวม	102.978	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก กับระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 34-38

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ด้านราคา (Price)				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.10	-	.178*	0.144
ปริญญาตรี	3.92	-	-	0.034
สูงกว่าปริญญาตรี	3.96	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 เมื่อทดสอบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครนายก ด้านราคา (Price) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มี
การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับ
กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.09	-	.200*	0.118
ปริญญาตรี	3.89	-	-	0.082
สูงกว่าปริญญาตรี	3.97	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 เมื่อทดสอบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครนายก ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่
พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว
แตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.08	-	.220*	0.119
ปริญญาตรี	3.86	-	-	0.101
สูงกว่าปริญญาตรี	3.96	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 เมื่อทดสอบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 37 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิง
สร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ด้านบุคคล (People)				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.12	-	.171*	0.108
ปริญญาตรี	3.95	-	-	0.063
สูงกว่าปริญญาตรี	4.01	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 เมื่อทดสอบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครนายก ด้านบุคคล (People) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มี
การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับ
กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 38 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.18	-	.274*	.218*
ปริญญาตรี	3.91	-	-	0.055
สูงกว่าปริญญาตรี	3.96	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 เมื่อทดสอบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
ระหว่างกลุ่ม	0.919	4	0.230	0.693	.597
ภายในกลุ่ม	130.831	395	0.331		
รวม	131.750	399			
ด้านราคา (Price)					
ระหว่างกลุ่ม	1.612	4	0.403	1.203	.309
ภายในกลุ่ม	132.298	395	0.335		
รวม	133.910	399			
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)					
ระหว่างกลุ่ม	1.979	4	0.495	1.529	.193
ภายในกลุ่ม	127.771	395	0.323		
รวม	129.750	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
ระหว่างกลุ่ม	2.808	4	0.702	1.574	.181
ภายในกลุ่ม	176.192	395	0.446		
รวม	179.000	399			
ด้านบุคคล (People)					
ระหว่างกลุ่ม	2.498	4	0.625	1.907	.109
ภายในกลุ่ม	129.412	395	0.328		
รวม	131.910	399			
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)					
ระหว่างกลุ่ม	2.894	4	0.724	2.380	.051
ภายในกลุ่ม	120.083	395	0.304		
รวม	122.978	399			
ด้านกระบวนการ (Process)					
ระหว่างกลุ่ม	6.367	4	1.592	4.780	.001*
ภายในกลุ่ม	131.543	395	0.333		
รวม	137.910	399			

ตาราง 39 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	1.593	4	0.398	1.551	.187
ภายในกลุ่ม	101.385	395	0.257		
รวม	102.978	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพพบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านกระบวนการ (Process)

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก กับอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 40

ตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	X̄	อาชีพ				
		พนักงานบริษัทเอกชน	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	นักเรียน/นักศึกษา	พ่อบาน/แม่บ้าน
ด้านกระบวนการ (Process)						
พนักงานบริษัทเอกชน	4.17	-	0.167	0.093	.302*	0.042
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.00	-	-	0.074	0.135	0.125
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.07	-	-	-	.209*	0.051
นักเรียน/นักศึกษา	3.86	-	-	-	-	.260*
พ่อบาน/แม่บ้าน	4.13	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 เมื่อทดสอบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
ระหว่างกลุ่ม	0.107	3	0.036	0.107	.956
ภายในกลุ่ม	131.643	396	0.332		
รวม	131.750	399			
ด้านราคา (Price)					
ระหว่างกลุ่ม	2.441	3	0.814	2.451	.063
ภายในกลุ่ม	131.469	396	0.332		
รวม	133.910	399			
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)					
ระหว่างกลุ่ม	2.998	3	0.999	3.122	.026*
ภายในกลุ่ม	126.752	396	0.320		
รวม	129.750	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
ระหว่างกลุ่ม	3.616	3	1.205	2.722	.044*
ภายในกลุ่ม	175.384	396	0.443		
รวม	179.000	399			
ด้านบุคคล (People)					
ระหว่างกลุ่ม	0.315	3	0.105	0.316	.814
ภายในกลุ่ม	131.595	396	0.332		
รวม	131.910	399			

ตาราง 41 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)					
ระหว่างกลุ่ม	1.700	3	0.567	1.850	.137
ภายในกลุ่ม	121.277	396	0.306		
รวม	122.978	399			
ด้านกระบวนการ (Process)					
ระหว่างกลุ่ม	4.200	3	1.400	4.146	.007*
ภายในกลุ่ม	133.710	396	0.338		
รวม	137.910	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	0.791	3	0.264	1.021	.383
ภายในกลุ่ม	102.187	396	0.258		
รวม	102.978	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านกระบวนการ (Process)

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 42-44

ตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	4.07	-	.221*	0.091	0.069
15,001 – 30,000 บาท	3.85	-	-	0.130	0.152
30,001 – 50,000 บาท	3.98	-	-	-	0.022
มากกว่า 50,000 บาท	4.00	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 เมื่อทดสอบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 43 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	4.07	-	.239*	0.158	0.099
15,001 – 30,000 บาท	3.83	-	-	0.081	0.140
30,001 – 50,000 บาท	3.91	-	-	-	0.059
มากกว่า 50,000 บาท	3.97	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 เมื่อทดสอบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 44 แสดงผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
ด้านกระบวนการ (Process)					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	4.15	-	.252*	0.154	.198*
15,001 – 30,000 บาท	3.90	-	-	0.098	0.054
30,001 – 50,000 บาท	4.00	-	-	-	0.044
มากกว่า 50,000 บาท	3.96	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 เมื่อทดสอบส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ด้านกระบวนการ (Process) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท และรายได้มากกว่า 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 45 ตารางสรุปภาพรวมจากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของลักษณะ
ประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ส่วนประสมทางการตลาด	ลักษณะประชากรศาสตร์						
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	✓	✗	✗	✗	✗	✗	
2. ด้านราคา (Price)	✗	✗	✓	✓	✗	✗	
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)	✗	✗	✗	✓	✗	✓	
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	✗	✗	✗	✓	✗	✓	
5. ด้านบุคคล (People)	✗	✗	✗	✓	✗	✗	
6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	✗	✗	✗	✓	✗	✗	
7. ด้านกระบวนการ (Process)	✗	✗	✗	✗	✓	✓	
ภาพรวม	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ
เครื่องหมาย ✗ แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 45 แสดงผลสรุปของการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยการทดสอบที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way analysis of Variance: One-Way ANOVA or F-Test) พบว่า

เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว
 เชียงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุของ
 นักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชียงสร้างสรรค์ใน
 จังหวัดนครนายก ในทุกด้าน

สถานภาพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการ
 ท่องเที่ยวเชียงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า
 สถานภาพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชียง
 สร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านราคา (Price)

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการ
 ท่องเที่ยวเชียงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า
 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว
 เชียงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้าน
 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
 (Physical Evidence)

อาชีพของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว
 เชียงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพของ
 นักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชียงสร้างสรรค์ใน
 จังหวัดนครนายก ในด้านกระบวนการ (Process)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด
 การท่องเที่ยวเชียงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า
 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการ
 ท่องเที่ยวเชียงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านการ
 ส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านกระบวนการ (Process)

สมมติฐานที่ 4 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ตาราง 46 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน	ชาย	4.05	0.66	1.710	398	.088
	หญิง	3.94	0.63			
วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์	ชาย	4.06	0.71	1.459	396.474	.145
	หญิง	3.96	0.66			
การทำอาหารประจำท้องถิ่น	ชาย	4.09	0.74	0.294	385.737	.769
	หญิง	4.11	0.62			
การทำหัตถกรรม จักสาน	ชาย	4.09	0.74	2.404	394.893	.017*
	หญิง	3.92	0.68			
กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า	ชาย	4.11	0.75	2.614	396.517	.009*
	หญิง	3.92	0.70			
ภาพรวม	ชาย	4.11	0.65	2.171	348.903	.031*
	หญิง	3.99	0.44			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามเพศ พบว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องการทำหัตถกรรม จักสาน และกิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน					
ระหว่างกลุ่ม	1.859	2	0.930	2.249	.107
ภายในกลุ่ม	164.131	397	0.413		
รวม	165.990	399			
วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์					
ระหว่างกลุ่ม	0.164	2	0.082	0.173	.841
ภายในกลุ่ม	187.796	397	0.473		
รวม	187.960	399			
การทำอาหารประจำท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	0.439	2	0.220	0.475	.622
ภายในกลุ่ม	183.561	397	0.462		
รวม	184.000	399			
การทำหัตถกรรม จักสาน					
ระหว่างกลุ่ม	2.741	2	1.370	2.730	.066
ภายในกลุ่ม	199.249	397	0.502		
รวม	201.990	399			
กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า					
ระหว่างกลุ่ม	2.273	2	1.137	2.132	.120
ภายในกลุ่ม	211.637	397	0.533		
รวม	213.910	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	1.565	2	0.783	2.558	.079
ภายในกลุ่ม	121.435	397	0.306		
รวม	123.000	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุพบว่า อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในทุกเรื่อง

ตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ประสบการณ์ที่มีส่วนรวม ในชุมชน	โสด และหย่าร้าง	4.05	0.66	2.173	398	.030*
	สมรส	3.94	0.63			
วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์	โสด และหย่าร้าง	4.06	0.71	0.506	398	.613
	สมรส	3.96	0.66			
การทำอาหารประจำ ท้องถิ่น	โสด และหย่าร้าง	4.09	0.74	2.650	398	.008*
	สมรส	4.11	0.62			
การทำหัตถกรรม จักสาน	โสด และหย่าร้าง	4.09	0.74	2.813	398	.005*
	สมรส	3.92	0.68			
กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อย พระจุลจอมเกล้า	โสด และหย่าร้าง	4.11	0.75	2.206	398	.028*
	สมรส	3.92	0.70			
ภาพรวม	โสด และหย่าร้าง	4.11	0.65	3.166	398	.002*
	สมรส	3.99	0.44			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน การทำอาหารประจำท้องถิ่น การทำหัตถกรรม จักสาน และกิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า



ตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน					
ระหว่างกลุ่ม	2.717	2	1.359	3.304	.038*
ภายในกลุ่ม	163.273	397	0.411		
รวม	165.990	399			
วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์					
ระหว่างกลุ่ม	5.945	2	2.973	6.484	.002*
ภายในกลุ่ม	182.015	397	0.458		
รวม	187.960	399			
การทำอาหารประจำท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	2.016	2	1.008	2.199	.112
ภายในกลุ่ม	181.984	397	0.458		
รวม	184.000	399			
การทำหัตถกรรม จักสาน					
ระหว่างกลุ่ม	2.348	2	1.174	2.334	.098
ภายในกลุ่ม	199.642	397	0.503		
รวม	201.990	399			
กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า					
ระหว่างกลุ่ม	7.975	2	3.987	7.687	.001*
ภายในกลุ่ม	205.935	397	0.519		
รวม	213.910	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	4.052	2	2.026	6.762	.001*
ภายในกลุ่ม	118.948	397	0.300		
รวม	123.000	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์ และกิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก กับระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 50-53

ตาราง 50 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
กิจกรรมสร้างสรรค์ภาพรวม				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.20	-	.236*	.182*
ปริญญาตรี	3.96	-	-	0.054
สูงกว่าปริญญาตรี	4.02	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 เมื่อทดสอบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 51 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.12	-	.153*	.204*
ปริญญาตรี	3.96	-	-	0.052
สูงกว่าปริญญาตรี	3.91	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 เมื่อทดสอบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครนายก ในเรื่องประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน จำแนกตามระดับการศึกษาเป็น
รายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีกิจกรรมสร้างสรรค์ของการ
ท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 52 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.18	-	.292*	.183*
ปริญญาตรี	3.89	-	-	0.108
สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 52 เมื่อทดสอบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องวิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 53 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.18	-	.328*	0.113
ปริญญาตรี	3.86	-	-	.215*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.07	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 เมื่อทดสอบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องกิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และการศึกษาสูงกว่า

ปริญญาตรีมีกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกันกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

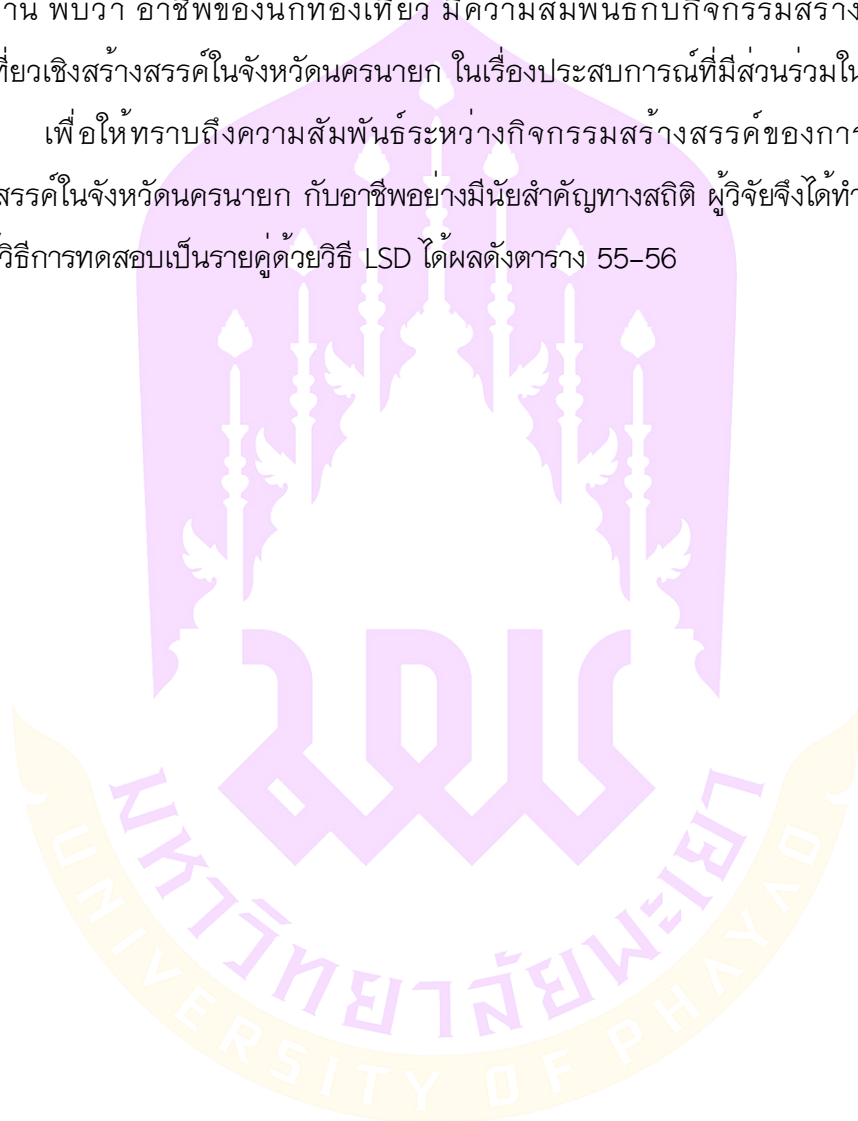
ตาราง 54 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน					
ระหว่างกลุ่ม	6.973	4	1.743	4.330	.002*
ภายในกลุ่ม	159.017	395	0.403		
รวม	165.990	399			
วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์					
ระหว่างกลุ่ม	2.919	4	0.730	1.558	.185
ภายในกลุ่ม	185.041	395	0.468		
รวม	187.960	399			
การทำอาหารประจำท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	1.852	4	0.463	1.004	.405
ภายในกลุ่ม	182.148	395	0.461		
รวม	184.000	399			
การทำหัตถกรรม จักสาน					
ระหว่างกลุ่ม	2.246	4	0.562	1.110	.351
ภายในกลุ่ม	199.744	395	0.506		
รวม	201.990	399			
กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า					
ระหว่างกลุ่ม	3.486	4	0.871	1.636	.164
ภายในกลุ่ม	210.424	395	0.533		
รวม	213.910	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	3.994	4	0.999	3.314	.011*
ภายในกลุ่ม	119.006	395	0.301		
รวม	123.000	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก กับอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 55-56



ตาราง 55 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยกรมสรรพากรของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ				
		พนักงาน บริษัทเอกชน	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	นักเรียน/นักศึกษา	พอบาน/แม่บ้าน
กิจกรรมสรรพากรรวม						
พนักงานบริษัทเอกชน	4.20	-	.232*	.233*	.210*	0.046
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.96	-	-	0.001	0.022	0.186
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.96	-	-	-	0.024	0.187
นักเรียน/นักศึกษา	3.99	-	-	-	-	0.164
พอบาน/แม่บ้าน	4.15	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 เมื่อทดสอบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครนายก ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงาน
บริษัทเอกชน มีกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นราชการ/
รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05



ตาราง 56 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ				
		พนักงานบริษัทเอกชน	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	นักเรียน/นักศึกษา	พ่อบาน/แม่บ้าน
ประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน						
พนักงานบริษัทเอกชน	4.18	-	.284*	.214*	.298*	0.026
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.89	-	-	0.070	0.014	0.257
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	3.96	-	-	-	0.085	0.187
นักเรียน/นักศึกษา	3.88	-	-	-	-	.272*
พ่อบาน/แม่บ้าน	4.15	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 เมื่อทดสอบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 57 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	Df	MS	F	Sig.
ประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน					
ระหว่างกลุ่ม	4.361	3	1.454	3.561	.014*
ภายในกลุ่ม	161.629	396	0.408		
รวม	165.990	399			
วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์					
ระหว่างกลุ่ม	0.943	3	0.314	0.665	.574
ภายในกลุ่ม	187.017	396	0.472		
รวม	187.960	399			
การทำอาหารประจำท้องถิ่น					
ระหว่างกลุ่ม	0.578	3	0.193	0.416	.742
ภายในกลุ่ม	183.422	396	0.463		
รวม	184.000	399			
การทำหัตถกรรม จักสาน					
ระหว่างกลุ่ม	3.511	3	1.170	2.335	.073
ภายในกลุ่ม	198.479	396	0.501		
รวม	201.990	399			
กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า					
ระหว่างกลุ่ม	7.039	3	2.346	4.491	.004*
ภายในกลุ่ม	206.871	396	0.522		
รวม	213.910	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	3.573	3	1.191	3.949	.009*
ภายในกลุ่ม	119.427	396	0.302		
รวม	123.000	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 57 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน และกิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 58-60

ตาราง 58 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
กิจกรรมสร้างสรรค์ภาพรวม					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	4.17	-	.205*	.214*	0.081
15,001 – 30,000 บาท	3.96	-	-	0.009	0.124
30,001 – 50,000 บาท	3.96	-	-	-	0.133
มากกว่า 50,000 บาท	4.09	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 58 เมื่อทดสอบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 59 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
ประชากรที่มีส่วนร่วมในชุมชน					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	4.14	–	.228*	0.161	.256*
15,001 – 30,000 บาท	3.91	–	–	0.067	0.028
30,001 – 50,000 บาท	3.98	–	–	–	0.095
มากกว่า 50,000 บาท	3.88	–	–	–	–

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 59 เมื่อทดสอบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครนายก ในเรื่องประชากรที่มีส่วนร่วมในชุมชน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีกิจกรรมสร้างสรรค์ของ
การท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท และมากกว่า 50,000
บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 60 แสดงผลการเปรียบเทียบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ในจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	4.14	-	.192*	.316*	0.009
15,001 – 30,000 บาท	3.95	-	-	0.124	0.201
30,001 – 50,000 บาท	3.82	-	-	-	.325*
มากกว่า 50,000 บาท	4.15	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 60 เมื่อทดสอบกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องกิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 61 ตารางสรุปภาพรวมจากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของลักษณะ
ประชากรศาสตร์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
จังหวัดนครนายก

กิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	ลักษณะประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน
1. ประสบการณ์ที่มีส่วนรวมในชุมชน	×	×	✓	✓	✓	✓
2. วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์	×	×	×	✓	×	×
3. การทำอาหารประจำท้องถิ่น	×	×	✓	×	×	×
4. การทำหัตถกรรม จักสาน	✓	×	✓	×	×	×
5. กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อย พระจุลจอมเกล้า	✓	×	✓	✓	×	✓
ภาพรวม	ไม่ สัมพันธ์	ไม่ สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่ สัมพันธ์	ไม่ สัมพันธ์

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ
เครื่องหมาย × แทนข้อความที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 61 แสดงผลสรุปของการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยการทดสอบที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way analysis of Variance: One-Way ANOVA or F-Test) พบว่า

เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องการทำหัตถกรรม จักสาน และกิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในทุกเรื่อง

สถานภาพของนักท่องเที่ยวนั้น มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยวนั้น มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน การทำอาหารประจำท้องถิ่น การทำหัตถกรรม จักสาน และกิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวนั้น มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวนั้น มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์ และกิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

อาชีพของนักท่องเที่ยวนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวนั้น มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวนั้น มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในเรื่องประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน และกิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก มีวัตถุประสงค์ 4 ข้อ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก
3. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก
4. เพื่อแสวงหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

1. สรุปผลการวิจัย
2. การอภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะของการวิจัย
4. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ผลการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดนครนายก พบว่า เป็นเพศชายและเพศหญิงมากกว่าครึ่งมีอายุมากกว่า 36 ปี มีสถานภาพโสด และหย่าร้าง มีการศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาและมีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

พฤติกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครนายก มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 86.75 มากกว่าครึ่งเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 87.75 ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่าง 3-5 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 มากกว่าครึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์-วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 69.50 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 43.00 มากกว่าครึ่งมีค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางระหว่าง 1,001-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.00 ส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจากเพื่อน/คนอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 41.50 ชื่นชอบในกิจกรรมผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 46.75 มากกว่าครึ่งเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 84.00 มากกว่าครึ่งแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 88.00

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1. ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในราคาที่ย่อมเยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีคุณค่า น่าประทับใจ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชุมชนบ้านคีรีวัน ชุมชนบ้านเนินหินแร่ ชุมชนบ้านบึงเข้

โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า และแหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ น่าสนใจ ในการเดินทางไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ น่าสนใจ ในการเดินทางไปท่องเที่ยว ตามลำดับ

2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ เส้นทาง การเข้าถึงมีไฟฟ้า มีไฟส่องแสงสว่างตลอดเส้นทางเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มีระบบคมนาคมขนส่งที่หลากหลาย การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน และเข้าใจง่าย และในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก ตามลำดับ

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ของที่ระลึก และยังมีร้านค้าในชุมชนให้บริการกับนักท่องเที่ยว ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีระบบไฟฟ้า น้ำประปา ให้บริการกับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีพื้นที่จอดรถ มีสวนสาธารณะ มีที่นั่งพักผ่อน มีห้องน้ำ ในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต WIFI ให้บริการกับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง และมีศูนย์ให้บริการข้อมูล/ประชาสัมพันธ์ ทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความช่วยเหลือ ตามลำดับ

4. ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีโครงสร้างพื้นฐานไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารเพื่อประสานกับเจ้าหน้าที่ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและรับแจ้งเหตุฉุกเฉิน มีหน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวมีร้านค้า ร้านอาหารพื้นเมือง ตามลำดับ

5. ด้านที่พัก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เหมาะสม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ที่พักในแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลาย เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ มีการรักษาความปลอดภัยของที่พัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจ และการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมีความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ ตามลำดับ

6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์จากการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน การมี

ส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น ความเหมาะสมและความปลอดภัยในการกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และรูปแบบของกิจกรรมของคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมร่วมกับนักท่องเที่ยวเพื่อเสริมประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มที่บ้านมีเอกลักษณ์ รสชาติอร่อยน่าสนใจ และเหมาะสม สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และสินค้าของฝากที่ระลึก มีเอกลักษณ์หลากหลาย และน่าสนใจ ตามลำดับ

2. ด้านราคา (Price) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่อคนในการท่องเที่ยว อำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ มีความเหมาะสม ช่องทางการชำระเงินมีความหลากหลาย ภาพรวมกิจกรรมอำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ ถือว่ามีความคุ้มค่าและคุ้มค่า ราคาสินค้าของฝากที่ระลึกมีความเหมาะสม และมีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ตามลำดับ

3. ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายช่องทาง มีการจัดโปรแกรมการขายและมีขั้นตอนการบริการที่เหมาะสม มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ Facebook/Line/twitter/Instagram มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกรวดเร็วและชัดเจน และมีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ Facebook/Line/twitter/Instagram ตามลำดับ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ

มาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในราคาพิเศษ สื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว มีความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อออฟไลน์ การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม และน่าสนใจ มีการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาผ่านสื่อ social media เช่น Facebook/twitter/Instagram และชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

5. ด้านบุคคล (People) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการอธิบายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยเข้าใจง่าย บุคลากรและคนในชุมชนท้องถิ่นมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส บุคลากรความเพียงพอในการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว บุคลากรให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ และบุคลากรมีความเต็มใจให้บริการและเอาใจใส่ ดูแลนักท่องเที่ยว อย่างเท่าเทียมกัน ตามลำดับ

6. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว มีความเหมาะสม เช่น มีความสะอาด สวยงาม บรรยากาศดี ป้ายข้อมูลด้านความรู้ต่าง ๆ มีข้อความที่ชัดเจน อ่านง่าย สื่อความหมายได้ถูกต้องและเหมาะสม ทัศนียภาพและภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความปลอดภัย มีการเตรียมพร้อมของสถานที่ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และมีลานจอดรถ/ห้องสุขา/ที่นั่งพักที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (S.D. = 0.93) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความน่าเชื่อถือได้ มีขั้นตอนการดำเนินงาน การวางแผน ที่เหมาะสม อย่างเป็นระบบ เจ้าหน้าที่เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในงานที่ให้บริการ ขั้นตอนการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มีความชัดเจน ไม่ก่อให้เกิดความสับสนแก่นักท่องเที่ยว ตามลำดับ และจำนวนบุคลากรที่มีความรู้ในขั้นตอนให้บริการแต่ละด้าน มีจำนวนที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับกิจกรรม สร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก อยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถเพิ่มทักษะ และประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวในตำบลท่าทราย กิจกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม และกิจกรรมการทำผลไม้แปรรูป และการทำไม้กวาด สามารถทำให้เกิดการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น ตามลำดับ

วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การเรียนรู้วิถีชีวิต ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น การเก็บผลผลิตจากไร่นา จากการ เลี้ยงสัตว์มาปรุงเป็นอาหารเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับ คนในชุมชนท้องถิ่น และการทำนา ทำไร่นาผสม การเก็บ มะยงชิด การเลี้ยงสัตว์เกษตรอินทรีย์ สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

การทำอาหารประจำท้องถิ่น ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจาก มากไปน้อย ได้แก่ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำอาหารประจำท้องถิ่นกับคนใน ชุมชนท้องถิ่น การทำอาหารท้องถิ่นทำให้เกิดการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น และคนในชุมชนท้องถิ่นมีการรวบรวมเทคนิค เคล็ดลับ วิธีการปรุงอาหารประจำท้องถิ่น เพื่อเพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

การทำหัตถกรรม จักสาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจาก มากไปน้อย ได้แก่ การทำหัตถกรรม จักสาน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว กับคนในชุมชนท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ในการทำหัตถกรรม จักสาน ร่วมกับกับคนในชุมชนท้องถิ่น และคนในชุมชนท้องถิ่นมีประสบการณ์และความชำนาญในการสอนทำหัตถกรรม จักสาน ตามลำดับ

กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (S.D. = 0.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคลากรที่ให้บริการ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับบุคลากรในโรงเรียน นายร้อยพระจุลจอมเกล้า ตามลำดับ และกิจกรรมใน โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า สามารถเพิ่มประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ 1) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปให้ทั่วถึงทุกช่องทางทั้ง Offline และ Online 2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้มีเส้นทางเข้าถึงง่าย สะดวกสบาย มีบริการรถสาธารณะไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) ด้านกระบวนการ (Process) ส่งเสริมการให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความเสมอภาค มีความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก เทคโนโลยีในการให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ดาริน วรคุณทรัพย์ (2561) พบว่า รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ได้แก่ 1) การจัดการชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 2) การจัดการเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ 3) การจัดการกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 4) การจัดการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ และ 5) การจัดการผลกระทบเชิงสร้างสรรค์เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ผ่านกระบวนการจัดการทั้ง 5 รูปแบบเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ในขณะที่ยังคงคำนึงผลกระทบทางสังคมสิ่งแวดล้อม และการดำรงรักษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไว้ได้สืบไป

2. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ควรพัฒนาให้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีกิจกรรมที่หลากหลาย พัฒนาของฝาก ของที่ระลึกให้เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน 2) ด้านราคา (Price) ควรจัดทำป้ายบอกราคาสินค้า และค่าบริการให้ชัดเจน

เพื่อเพิ่มการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว พัฒนาราคาของสินค้าที่ระลึกให้เหมาะสม

3) ด้านบุคลากร (People) ทำการรับสมัครคัดเลือกเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการดูแลเอาใจใส่ เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นเจ้าหน้าที่ในการดูแลค่อนข้างน้อย พัฒนาการอบรมเจ้าหน้าที่เพื่อเพิ่มความรู้ความเชี่ยวชาญ 4) ด้านลักษณะการภาพ (Physical evidence) พัฒนาให้มีเส้นทางการเดินทางที่สามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดใกล้เคียง เช่น สระบุรี ปราจีนบุรี นครราชสีมา เป็นต้น พัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีสถานที่จอดรถที่เป็นสัดส่วน และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่สอดคล้องกับ เปรมฤดี ทองลา (2559) พบว่า คุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านวัดจันทร์ อำเภอภักดีชุมพล จังหวัดชัยภูมิ 1) มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หมู่บ้านวัดจันทร์แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มศิลปะ 2) กลุ่มสินค้าที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง 3) กลุ่มวิถีชีวิต 4) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม และ คุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 5 ด้าน คือ 1) เพิ่มทักษะ และประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว 2) นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม 3) ทรัพยากรมีเอกลักษณ์ และโดดเด่น 4) ความจริงแท้ในวิธีการผลิตผลผลิตภัณฑ์ และประสบการณ์จริง 5) มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่

3. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านการรับรู้ 1) ด้านสถานที่โดยรวม ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ให้มีความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นมีพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ 2) ด้านจิตวิทยา ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้พักผ่อนระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยว ได้รับความสุข ได้เรียนรู้วิถีชีวิตกับคนในชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้มากขึ้น ได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สุพัตรา จึงตระกูล และ มงคลศรีสวัสดิ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: โสภณมั่งเมืองขอนแก่น ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัด

ขอนแก่น ได้แก่ 1.แนวทางการทางการพัฒนาโสมนมัง เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บน
 ต้นทุนทางวัฒนธรรมส่งเสริมและพัฒนาองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) การสร้างคุณค่าของ
 แหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านการเรียนรู้และพัฒนาเครือข่าย 3) ด้านการประดิษฐ์คิดค้น 4) ด้านการ
 คุ้มครอง 5) ด้านการจูงใจ 2.ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานการพัฒนาโสมนมังเป็น
 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม คือ 1) ปัจจุบันเยาวชนคนรุ่นใหม่
 หลงใหลในวัฒนธรรมตะวันตกจนคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมอีสานนั้นเสื่อมถอยลง คนรุ่นใหม่
 ไม่เห็นคุณค่าของการอนุรักษ์สืบทอดสืบสานในวิถีอีสาน 2) ขาดการบริหารจัดการองค์ความรู้
 ให้กับเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้เห็นคุณค่าร่วมกันอนุรักษ์สืบสานประเพณีวัฒนธรรมวิถีอีสานอันดี
 งามไม่ให้เกิดการสูญหาย และ 3) ไม่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุน
 ทางวัฒนธรรมแบบองค์รวม หรือแบบครบวงจร

4. เพื่อแสวงหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก
 ในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านของการรับรู้ 1) วิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น 2)
 ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ควรพัฒนาให้มีการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิง
 สร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายกจากสื่อที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น โทรทัศน์ สื่อโซเชียลมีเดีย
 ออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ พัฒนาให้จังหวัดนครนายกมีความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับ
 พระอริการธีรศักดิ์จุกวโร (เวียงสมทฺธ) (2562) พบว่า แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
 สร้างสรรค์ของวัดกุฎีพระโกนา ตำบลสระคู อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่ ต้นทุนทาง
 ศิลปกรรมของโบราณสถานกุฎีพระโกนาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวัดกุ
 ฎีพระโกนา 5 ส่วน ดังนี้ 1) การส่งเสริมด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว/ทรัพยากรธรรมชาติและ
 สิ่งแวดล้อม 2) การส่งเสริมด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหาร
 จัดการท่องเที่ยว 4) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและศูนย์บริการข้อมูล
 5) ส่งเสริมบุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น โดยออกแบบแต่ละส่วนให้สอดคล้องกับ
 บริบทของแหล่งท่องเที่ยววัดกุฎีพระโกนา

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก ในการ รับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยการดำเนินการที่สำคัญ มี 4 ประการ

1. ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้มีเส้นทางเข้าถึงง่าย สะดวกสบาย มีไฟส่องสว่างตลอดเส้นทางเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มีบริการรถสาธารณะไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น รถตู้ รถโดยสารประจำทาง มีป้ายบอกทางที่เพียงพอ ในจังหวัดนครนายกได้รับการดูแล และปรับปรุงเป็นอย่างดี

2. เพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดนครนายกมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก พัฒนาให้นักท่องเที่ยวได้มาท่องเที่ยวทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนท้องถิ่น และยังสามารถนำของที่ไดลงมือทำด้วยตนเองกลับไปเป็นของฝากของที่ระลึกได้ มีความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน สร้างรายได้กระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริง และผู้คนในชุมชนท้องถิ่นมีอาชีพอีกด้วย

3. เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย มีป้ายบอกเส้นทางตั้งไว้บริเวณที่นักท่องเที่ยวสามารถสังเกตเห็นได้บริเวณโดยรอบสถานที่ท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวต้องการ เช่น ตู้ ATM ที่พัก เป็นต้น พัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีสถานที่จอดรถที่เป็นสัดส่วนและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว

4. บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับธุรกิจของชุมชน มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ชุมชนมีการร่วมมือกันสนับสนุน ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น จากสื่อที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปด้วยรถยนต์ส่วนตัว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการเพิ่มการเดินทางด้วยรถสาธารณะไปยังแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรับรองนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต
2. ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมหาข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวทางสื่อออนไลน์ จึงควรเพิ่มข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกทางสื่อออนไลน์ให้มากขึ้น
3. ชุมชนสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้มาใช้ประกอบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง สร้างความแตกต่าง สร้างประสบการณ์ที่ดี และทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังชุมชนของตนเองมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนในจังหวัดนครนายก และพื้นที่ใกล้เคียง
2. ควรศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการเชื่อมโยงเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ใกล้เคียง เช่น จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดสระบุรี เพื่อเพิ่มศักยภาพของท่องเที่ยวการท่องเที่ยว
3. ควรออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดนครนายก

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย. **มาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว.**

สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2564, จาก

http://www.dla.go.th/work/e_book/eb1/std210550/22/4.pdf

กวี วรกวิน. (2563). **เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มโนทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวทาง**

ธรรมชาติศิลาทราย อุทยานแห่งชาติผาแต้มและอุทยานแห่งชาติสามพันโบก

จังหวัดอุบลราชธานี. ดุษฎีนิพนธ์ ปร.ด., มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.

กันตภณ แก้วสง่า. (2556). **การจัดการความรู้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยว**

ทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา. มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีสุรนารี,

การท่องเที่ยว รร.จปร. สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2565, จาก

<https://www.facebook.com/tourismcrma/photos>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครนายก. **ต้องห้ามพลาด ...30 สວນมะยงชิด แห่ง**

นครนายก หาชิมกันได้แล้วนะจ๊ะ. สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2565, จาก

<https://www.tat8.com/>

จุฑาธิป ประดิพัทธ์ นฤมล. (2557). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาย่าน**

ชุมชนเกาะศาลเจ้า แขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. รัฐ

ประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,

จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด, ค. (2562). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากเอกลักษณ์**

ทางวัฒนธรรม และความหลากหลายของทรัพยากรทางธรรมชาติในพื้นที่เกาะ

สุกร อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง. กระแสวัฒนธรรม, 66-80.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). **การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.**

กรุงเทพมหานคร: คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2560). **การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่**

13). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ชนงกรณ์ กุณทลบุตร. (2549). **หลักการจัดการและองค์การและกรจัดการแนวคิดการบริหารธุรกิจ**ในสถานการณ์ปัจจุบัน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชวัลนุช อุทยาน. **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2564, จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีนครนายก. **OTOP นวัตวิถีนครนายก**. สืบค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2564, จาก https://www.facebook.com/OtopNawatwithiNakhonNayok/?ref=page_internal
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2543). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. เชียงใหม่: สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.
- ณิชานิษฐ์ กลิ่นชื่น. (2560). **แนวทางการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยววันนันทนาการจังหวัดสมุทรปราการ**. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี.
- ดาริน วรณทรัพย์. (2561). **รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย**. ปรัชญาคุษภูมิมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, ฉะเชิงเทรา.
- เทคโนโลยีชาวบ้าน. (30 ธันวาคม พ.ศ.2564). **เที่ยว “สวนตาจรรยา จวนเจริญ” แหล่งผลิตมะขงชิดเลื่องชื่อของนครนายก**. สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2565, จาก https://www.technologychaoban.com/agricultural-technology/article_139184
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). **บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (พิมพ์ครั้งที่ 1): สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา**.
- ธงชัย สนิตวงษ์. (2540). **การวางแผนเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนบดี ฉายาพันธุ์. (2561). **แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาป่าปรองพันปี ตำบลซับสีทอง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ**. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย, ฉบับพิเศษ(8), 1-13.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ, ย. พ., ยุทธนา ธรรมเจริญ, อุไรวรรณ แยมเนียม, อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า,. (2547). **การจัดการการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ธิดา แหลมหลักสกุล. (2556). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาที่ยั่งยืน**. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต, 2(7), 36-44.

- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ ออยุธยา. (2552). **การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3)**. กรุงเทพมหานคร: แอคทีฟ.
- นครนายก. (6 กรกฎาคม 2560). **การผจญภัยและนันทนาการ รร.จปร.** สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2565, จาก <http://www.tournakhonnayok.com/index.php.html>
- นลินรัตน์ สายศรีบัณฑิต. (2552). **กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งนักเรียนเข้าเรียนในโรงเรียนอนุบาลเอกชน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**. คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, นครราชสีมา.
- นาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท, ธ. ส. **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้นักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจกรรม และความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2564, จาก <http://www.dasta.or.th/th/sustain/sustainable-creative-tourism>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). **การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร. ประภัสสร วรธนะภูต, ว., ผนวรัตน์, ธนภฤต ภัทร์ธราธร, กรกช พบประเสริฐ, ชัชวาล ม่วงพรรณ, ปวีณา หลวงผาด. (พฤศจิกายน 2558). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**. สืบค้นเมื่อ 26 กันยายน 2564, จาก <https://data.go.th/dataset/285b272b-8cad-41c0-9a8a-8eefeb58944a/resource/cad0b4dd-0ee1-4661-bb76-027495b731fb/download/creative-tourism.pdf>
- ประสิทธิ์ ทองอุ้น. (2542). **พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน**. กรุงเทพมหานคร: เชิร์ดเวฟ เอดี ดูเคชน.
- ปราโมชน์ รอดจรรย์ส. (2549). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปวีณา กายพันธ์. (2558). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาหมู่บ้านศิรีวัง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เปรมฤดี ทองลา. (2559). **คุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านวัดจันทร์ อำเภอกัลยาณิวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่**. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 05. **การท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2564, จาก http://nscr.nesdb.go.th/wp-content/uploads/2021/01/06_NS_05.pdf

พยอม ธรรมบุตร. (2549). **เอกสารประกอบการเรียนการสอนหลักการท่องเที่ยวเชิง**

อนุรักษ์. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พระอธิการธีรศักดิ์จุกวโร (เวียงสมทฺธ). (2562). **แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง**

สร้างสรรค์ของวัดกุ้พระโกนา ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด.

ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย,

ปิบลย์ ทีปะปาล. (2545). **หลักการตลาด : ยุคใหม่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์ กราฟฟิค.

พิศาล แก้วอยู่ และประกอบ ศิริภักดีพินิจ. (2557). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง**

สร้างสรรค์โดยการปรับใช้หัตถกรรมจักสานผักตบชวาในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัด

พะเยา. มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.

พิศาล แก้วอยู่ และประกอบ ศิริภักดีพินิจ. (2557). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง**

สร้างสรรค์โดยการปรับใช้หัตถกรรมจักสานผักตบชวาในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัด

พะเยา การประชุมวิชาการ การพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน(4), 321-329.

พงษ์จันทร์ หลวงจันทร์ดวง, สุรัชย์ กังวล และนันทะเสน, ว. (2561). **ศักยภาพชุมชนต้นแบบ**

การท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน. ปรัชญาดุขฎิบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้,

ภัยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. (2555). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่**

ของการท่องเที่ยวไทย. Suranaree, 6, 91-109.

มุทริกา พุกษาพงษ์. **เที่ยวอย่างเข้าใจไปกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**. สืบค้นเมื่อ 23

กันยายน 2564, จาก <https://mgronline.com/travel/detail/9540000080464>

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลไม้ตำบลท่าทราย **คุ้มบ้านญวนเมืองมะดัน. น้ำมะดัน**. สืบค้นเมื่อ

10 ตุลาคม 2564, จาก <https://web.facebook.com/99-100326168461906/>

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2548). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลัง

นนวนวิทยา.

สำนักงานจังหวัดนครนายก. **แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก (พ.ศ.2561-2565)**. สืบค้นเมื่อ 29

สิงหาคม 2564, จาก [http://ww2.nakhonnayok.go.th/files/com_news_devpro/2021-](http://ww2.nakhonnayok.go.th/files/com_news_devpro/2021-03_a4c591db93ac54f.pdf)

[03_a4c591db93ac54f.pdf](http://ww2.nakhonnayok.go.th/files/com_news_devpro/2021-03_a4c591db93ac54f.pdf)

- สำนักงานจังหวัดนครนายก กลุ่มงานยุทธศาสตร์ และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. **แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ.2561-2565 (ฉบับทบทวน)**. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2564, จาก https://data.go.th/dataset/d45835ec-f854-40d1-a41d-0891c8eb57d2/resource/92a143ce-b7f1-4847-8fb2-b8d7812f259d/download/2019-05_78564cc638965c0.pdf
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. **สถานการณ์ท่องเที่ยวเดือนธันวาคม 2563**. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2564, จาก https://secretary.mots.go.th/policy/more_news.php?cid=32
- สุประภา สมนึกพงษ์. (2561). **การพัฒนาศักยภาพอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองโบราณซากังราว**. กระแสวัฒนธรรม, 3-16.
- สุพัตรา จีงตระกูล, ส. ม. (2562). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: โสมนังเมืองขอนแก่น ตำบลในเมือง อำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น**. วารสารวิชาการธรรมทรรศน์, 1(19), 46-54.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). **พฤติกรรมผู้บริโภค = Consumer behavior**. กรุงเทพมหานคร: โฮลิสติก.
- สุวีรัตน์ เตชาทวิวรรณ. (2545). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ. (2554). **การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: อินทนิล.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาดการวางแผนการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2564). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: นวัตกรรมกระตุ้นยับยั้งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**. วารสารศิลปศาสตร์ (วังนางเลิ้ง) มทร. พระนคร, 1(2564), 1-24.
- อภิศักดิ์ คู่กระสังข์. (2558). **การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากวรรณกรรมพื้นบ้าน**. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพมหานคร.
- อรรถพล จันทรสาขา. (2548). **ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

- Cochran, G. W. (1977). **Sampling Techniques third edition**. New York: John Wiley & Sons.
- Pike Steven. (2008). **A cautionary tale of a resort destination's self-inflicted crisis**. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 73-82.
- README.ME Readme before you journey. (23 มีนาคม พ.ศ. 2562). **นครนายก พาสัมผัสวิถีชุมชน ชาวบุงเข้**. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2564, จาก <https://th.readme.me/p/23406>
- Richards, G. (2010). **Creative tourism and local development**. In *Creative Tourism A Global Convention How to Provide Unique Creative Experience for Travelers Worldwide*, 78-90.
- Richards, G. และ Raymond, C. (2000). **Creative tourism**. *ATLAS news*, 23(8), 16-20.
- Tourism Western Australia. **5A's of Tourism**. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2564, จาก www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/totb_5Asoftourism.html
- UNESCO United Nations Educational Scientific and Cultural Organization. (October 25-27, 2006). **Toward Sustainable Strategies for creative tourism. Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism**. สืบค้นเมื่อ 26 กันยายน 2564, จาก https://www.academia.edu/30641094/Towards_Sustainable_Strategies_for_Creative_Tourism_Discussion_Report_of_the_Planning_Meeting_for_2008_International_Conference_on_Creative_Tourism



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก หนังสือเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ

ที่ อว ๓๒๒๓/ว๐๐๒๔



วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
๕๕ อาคารเวฟเพลส ชั้น ๔ แขวงลุมพินี
เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๒๖ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.กนกพิชญ์ วิชญวรณัมภ์
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย นางสาวปานตะวัน รัตนพันธุ์ รหัสนิสิต ๖๓๑๖๐๐๓๙ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ วิทยาลัยการจัดการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์สูงในการตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในเรื่องดังกล่าว จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ที่ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และหากท่านพิจารณาตรวจสอบเครื่องมือแล้วเสร็จโปรดแจ้งไปยัง นางสาวปานตะวัน รัตนพันธุ์ รหัสนิสิต ๖๓๑๖๐๐๓๙ โทรศัพท์ ๐๙๒-๐๓๙-๓๕๕๑

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร แพตรี)

รักษาการแทนรองคณบดีวิทยาลัยการจัดการ รักษาการแทน
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

งานวิชาการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
โทรศัพท์ ๐๒ ๖๕๕ ๑๑๐๐
โทรสาร ๐๒ ๖๕๕ ๑๑๕๖
E-mail: cmbkk.pr@up.ac.th

ที่ อว ๓/๓๒๓/ว๐๐๒๔



วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
๕๕ อาคารเวฟเพลส ชั้น ๘ แขวงลุมพินี
เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๒ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.กนกรัตน์ รัตนพันธุ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย นางสาวปานตะวัน รัตนพันธุ์ รหัสนิสิต ๖๓๑๖๐๐๓๙ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ วิทยาลัยการจัดการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์สูงในการตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในเรื่องดังกล่าว จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และหากท่านพิจารณาตรวจสอบเครื่องมือแล้วเสร็จโปรดแจ้งไปยัง นางสาวปานตะวัน รัตนพันธุ์ รหัสนิสิต ๖๓๑๖๐๐๓๙ โทรศัพท์ ๐๙๒-๐๓๙-๓๕๕๑

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร แพรศรี)

รักษาการแทนรองคณบดีวิทยาลัยการจัดการ รักษาการแทน
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

งานวิชาการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

โทรศัพท์ ๐๒ ๖๕๕ ๑๑๐๐

โทรสาร ๐๒ ๖๕๕ ๑๑๕๖

E-mail: cmbkk.pr@up.ac.th

ที่ อว ๓/๓๒๓/ว๐๐๒๔



วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
๕๕ อาคารเวฟเพลส ชั้น ๘ แขวงลุมพินี
เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๒๖ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ดร.อภิศักดิ์ คู่กระสังข์
ประธานสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย นางสาวปานตะวัน รัตนพันธุ์ รหัสนิสิต ๖๓๑๖๐๐๓๙ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ วิทยาลัยการจัดการ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์สูงในการตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในเรื่องดังกล่าว จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และหากท่านพิจารณาตรวจสอบเครื่องมือแล้วเสร็จโปรดแจ้งไปยัง นางสาวปานตะวัน รัตนพันธุ์ รหัสนิสิต ๖๓๑๖๐๐๓๙ โทรศัพท์ ๐๙๒-๐๓๙-๓๕๕๑

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร แพรศรี)

รักษาการแทนรองคณบดีวิทยาลัยการจัดการ รักษาการแทน
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

งานวิชาการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
โทรศัพท์ ๐๒ ๖๕๕ ๑๑๐๐
โทรสาร ๐๒ ๖๕๕ ๑๑๕๖
E-mail: cmbkk.pr@up.ac.th

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว

เรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาโท ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา และผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่านจะเป็นข้อมูลในการเขียนศึกษาค้นคว้าปริญญาโทซึ่งเป็นประโยชน์ทางวิชาการในสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมสร้างสรรค์

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ด้วยความตั้งใจ และครบถ้วนทุกข้อ

นางสาวปานตะวัน รัตนพันธุ์

นิสิตหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลพื้นฐานการเดินทาง
ท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20-39 ปี

36-50 ปี

มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

หย่าร้าง

หม้าย

อื่น ๆ

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

พนักงานบริษัทเอกชน

ราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

นักเรียน/นักศึกษา

พ่อบ้าน/แม่บ้าน

อื่น ๆ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

15,001 – 30,000 บาท

30,001 – 50,000 บาท

มากกว่า 50,000 บาท

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

<input type="checkbox"/> พักผ่อน/ท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> เยี่ยมญาติ/เพื่อน
<input type="checkbox"/> ทัศนศึกษา/ศึกษาดูงาน	<input type="checkbox"/> ประชุม/สัมมนา
<input type="checkbox"/> ติดต่อธุรกิจ	<input type="checkbox"/> ปฏิบัติราชการ
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ	
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกของท่านในครั้งนี้

<input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว	<input type="checkbox"/> รถโดยสารประจำทาง
<input type="checkbox"/> รถเช่า	<input type="checkbox"/> รถจักรยานยนต์
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ	
3. จำนวนผู้ร่วมการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

<input type="checkbox"/> 1-3 คน	<input type="checkbox"/> 4-6 คน
<input type="checkbox"/> 7-9 คน	<input type="checkbox"/> 10 คนขึ้นไป
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

<input type="checkbox"/> วันจันทร์-วันศุกร์	<input type="checkbox"/> วันเสาร์-วันอาทิตย์
<input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์	
5. จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

<input type="checkbox"/> ครั้งแรก	<input type="checkbox"/> 2 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 3 ครั้ง	<input type="checkbox"/> มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป
6. ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 2,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2,001-4,000 บาท
<input type="checkbox"/> 4,001-6,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 6,000 บาทขึ้นไป
7. ท่านรู้จักจังหวัดนครนายกด้วยวิธีใด

<input type="checkbox"/> ผ่านเว็บไซต์	<input type="checkbox"/> Facebook/Line
<input type="checkbox"/> บริษัททัวร์	<input type="checkbox"/> จากเพื่อน/คนอื่น ๆ
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ	

8. กิจกรรมในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

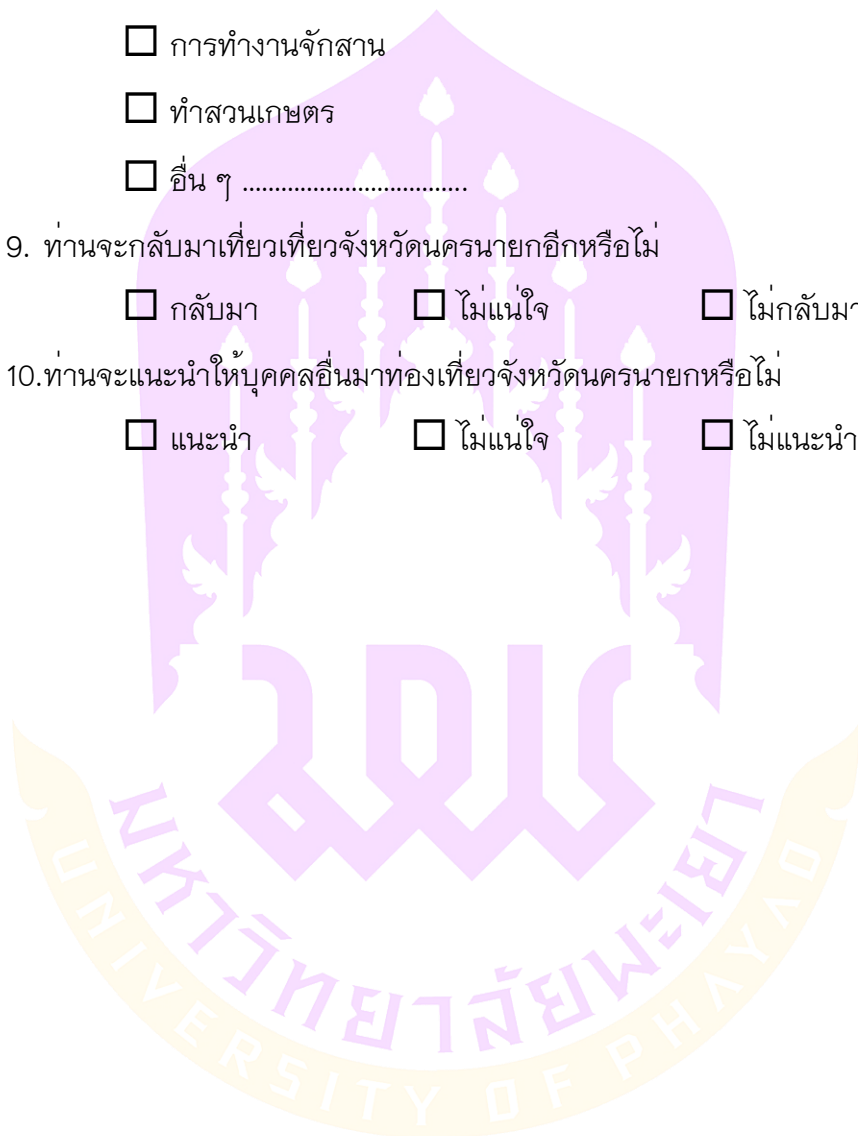
- การทำอาหารท้องถิ่น
- กิจกรรมผจญภัย
- ทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมชุมชน/ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- การทำงานจักสาน
- ทำสวนเกษตร
- อื่น ๆ

9. ท่านจะกลับมาเที่ยวเที่ยวจังหวัดนครนายกอีกหรือไม่

- กลับมา ไม่แน่ใจ ไม่กลับมา

10. ท่านจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกหรือไม่

- แนะนำ ไม่แน่ใจ ไม่แนะนำ



ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ ที่ตรงกับความเป็นจริงหรือสอดคล้องกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

โดยกำหนดให้ 5 หมายถึง มีระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีระดับมาก

3 หมายถึง มีระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีระดับน้อย

1 หมายถึง มีระดับน้อยที่สุด

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว					
1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีคุณค่า น่าประทับใจ					
2. แหล่งท่องเที่ยวมีที่ ตั้งเหมาะสมในการเดินทางไปท่องเที่ยว					
3. แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทาง เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน					
4. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชุมชนบ้านคีรีวัน ชุมชนบ้านเนินหินแร่ ชุมชนบ้านบุงเข้ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า					
5. แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในราคาที่ย่อมเยา					
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
1. ในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก					
2. มีระบบคมนาคมขนส่งที่หลากหลาย					
3. การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย					
4. ในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน และเข้าใจง่าย					

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
5. เส้นทาง การเข้าถึง มีไฟฟ้า มีไฟส่องแสงสว่างตลอดเส้นทาง เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว					
1. ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีระบบไฟฟ้า น้ำประปา ให้บริการกับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
2. มีพื้นที่จอดรถ มีสวนสาธารณะ มีที่นั่งพักผ่อน มีห้องน้ำในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
3. มีร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ของที่ระลึก และยังมีร้านค้าในชุมชนให้บริการกับนักท่องเที่ยว					
4. มีสัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต WIFI ให้บริการกับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง					
5. มีศูนย์ให้บริการข้อมูล/ประชาสัมพันธ์ ทางการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความช่วยเหลือ					
ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด					
1. ในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวมีร้านค้า ร้านอาหารพื้นเมือง					
2. มีโครงสร้างพื้นฐานไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว					
3. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและรับแจ้งเหตุฉุกเฉิน					
4. มีหน่วยงานกำกับดูแลความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว					
5. มีขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารเพื่อประสานกับเจ้าหน้าที่ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว					
ด้านที่พัก					
1. ที่พักในแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลาย เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์					
2. บริเวณที่พักใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว สะอาด และปลอดภัย					
3. มีการรักษาความปลอดภัยของที่พัก เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจ					

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. ภายในที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เหมาะสม					
5. การให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมีความเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ					
ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
1. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
2. การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น					
3. นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์จากการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน					
4. ความเหมาะสมและความปลอดภัยในการกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว					
5. รูปแบบของกิจกรรมของคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวเพื่อเสริมประสบการณ์ที่แปลกใหม่					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงหรือสอดคล้องกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

โดยกำหนดให้ 5 หมายถึง มีระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีระดับมาก

3 หมายถึง มีระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีระดับน้อย

1 หมายถึง มีระดับน้อยที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย					
2. กิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย					
3. สินค้าของฝากที่ระลึก มีเอกลักษณ์หลากหลาย และน่าสนใจ					
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว					
5. อาหารและเครื่องดื่มที่บ้านมีเอกลักษณ์ รสชาติอร่อย น่าสนใจ และเหมาะสม					
ราคา (Price)					
1. ค่าใช้จ่ายต่อคนในการท่องเที่ยว อำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ มีความเหมาะสม					
2. ราคาสินค้าของฝากที่ระลึกมีความเหมาะสม					
3. ภาพรวมกิจกรรมอำเภอเมืองนครนายก อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ ถือว่ามีความคุ้มและคุ้มราคา					
4. มีการแจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ					
5. ช่องทางการชำระเงินมีความหลากหลาย					

ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ช่องทางการจำหน่าย (Place)					
1. มีการจัดโปรแกรมการขายและมีขั้นตอนการบริการที่เหมาะสม					
2. มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกรวดเร็วและชัดเจน					
3. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายช่องทาง					
4. มีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ Facebook Line					
5. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ Facebook Line					
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
1. มีการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาผ่านสื่อ social media เช่น Facebook/twitter/Instagram					
2. การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม และน่าสนใจ					
3. สื่อในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว มีความหลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อออฟไลน์					
4. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในราคาพิเศษ					
5. ชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว					
ด้านบุคคล (People)					
1. บุคลากรและคนในชุมชนท้องถิ่นมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส					
2. บุคลากรมีความเต็มใจให้บริการและเอาใจใส่ ดูแลนักท่องเที่ยว อย่างเท่าเทียมกัน					
3. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการอธิบายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยเข้าใจง่าย					
4. บุคลากรให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ					

ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
5. บุคลากรความเพียงพอในการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยว					
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)					
1. สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว มีความเหมาะสม เช่น มีความสะอาด สวยงาม บรรยากาศดี					
2. ป้ายขอมูลด้านความรู้ต่าง ๆ มีข้อความที่ชัดเจน อ่านง่าย สื่อความหมายได้ถูกต้องและเหมาะสม					
3. ทัศนียภาพและภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความปลอดภัย					
4. มีลานจอดรถ/ห้องสุขา/ที่นั่งพักที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว					
5. มีการเตรียมพร้อมของสถานที่ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว					
ด้านกระบวนการ (Process)					
1. เจ้าหน้าที่เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในงานที่ให้บริการ					
2. มีขั้นตอนการดำเนินงาน การวางแผน ที่เหมาะสม อย่างเป็นระบบ					
3. มีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความน่าเชื่อถือได้					
4. ขั้นตอนการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มีความชัดเจน ไม่ก่อให้เกิดความสับสนแก่นักท่องเที่ยว					
5. จำนวนบุคลากรที่มีความรู้ในขั้นตอนให้บริการแต่ละด้าน มีจำนวนที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว					

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมสร้างสรรค์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงหรือสอดคล้องกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

โดยกำหนดให้ 5 หมายถึง มีระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีระดับมาก

3 หมายถึง มีระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีระดับน้อย

1 หมายถึง มีระดับน้อยที่สุด

กิจกรรมสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในชุมชน					
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถเพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวในตำบลท่าทราย					
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม					
3. กิจกรรมการทำผลไม้แปรรูป และการทำไม้กวาดสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น					
วิถีชีวิต การทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์					
1. การทำนา ทำไร่สวนผสม การเก็บมะยงชิด การเลี้ยงสัตว์เกษตรอินทรีย์ สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว					
2. การเก็บผลผลิตจากไร่สวน จาการเลี้ยงสัตว์มาปรุงเป็นอาหารเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนท้องถิ่น					
3. การเรียนรู้วิถีชีวิต ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น					

กิจกรรมสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การทำอาหารประจำท้องถิ่น					
1. คนในชุมชนท้องถิ่นมีการรวบรวมเทคนิค เคล็ดลับ วิธีการปรุงอาหารประจำท้องถิ่น เพื่อเพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว					
2. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำอาหารประจำท้องถิ่นกับคนในชุมชนท้องถิ่น					
3. การทำอาหารท้องถิ่นทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น					
การทำหัตถกรรม จักสาน					
1. คนในชุมชนท้องถิ่นมีประสบการณ์และความชำนาญในการสอนทำหัตถกรรม จักสาน					
2. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำหัตถกรรม จักสาน ร่วมกันกับคนในชุมชนท้องถิ่น					
3. การทำหัตถกรรม จักสาน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนท้องถิ่น					
กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า					
1. กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า สามารถเพิ่มประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว					
2. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับบุคลากรในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า					
3. กิจกรรมในโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวกับบุคลากรที่ให้บริการ					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

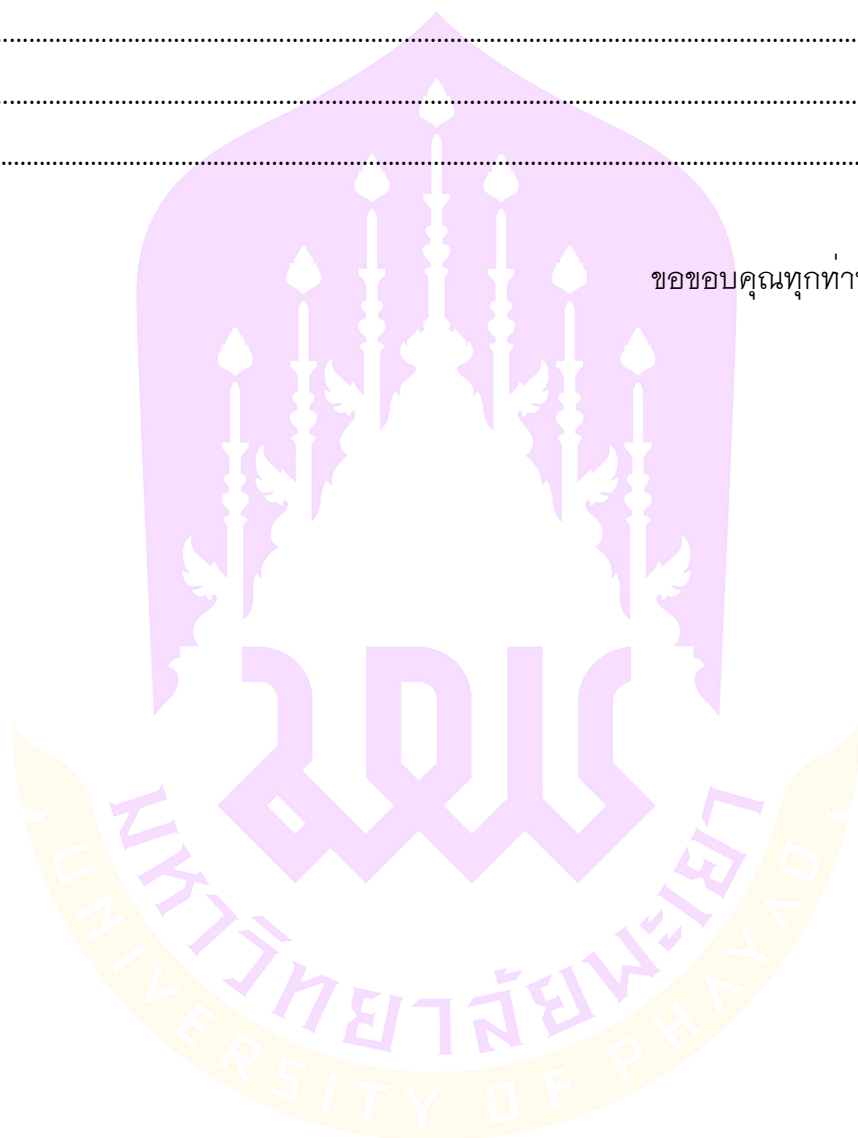
.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ



ภาคผนวก ค เอกสารรับรองโครงการวิจัย



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

UNIVERSITY OF PHAYAO HUMAN ETHICS COMMITTEE

19 หมู่ 2 ตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000 เบอร์โทรศัพท์ 05446 6666

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากลได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

- ชื่อโครงการ** : แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครนายก
: An Approach to the Promotion of Creative Tourism in Nakhon Nayok Province
- เลขที่โครงการวิจัย** : UP-HEC 2.2/033/65
- ผู้วิจัยหลัก** : นางสาวปานตะวัน รัตนพันธุ์
สังกัดหน่วยงาน : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
- ที่ปรึกษา** : รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา
สังกัดหน่วยงาน : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
- วิธีทบทวน** : แบบเร่งรัด (Expedited)
- รายงานความก้าวหน้า** : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อุดม งามเมืองสกุล)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วันที่รับรอง : 4 พฤษภาคม 2565

วันหมดอายุ : 4 พฤษภาคม 2566

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

ภาคผนวก ง ทุนอุดหนุนการทำวิทยานิพนธ์



ประกาศมหาวิทยาลัยพะเยา

เรื่อง รายชื่อผู้ได้รับทุนอุดหนุนการทำวิทยานิพนธ์ ปีการศึกษา ๒๕๖๔ ฉบับที่ ๓๗

เพื่อให้การดำเนินการประกาศรายชื่อผู้ได้รับทุนอุดหนุนการทำวิทยานิพนธ์ ปีการศึกษา ๒๕๖๔ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๓ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยพะเยา พ.ศ. ๒๕๕๓ ประกอบกับคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา ในคราวประชุมครั้งที่ ๔/๒๕๖๕ เมื่อวันที่ ๖ มิถุนายน ๒๕๖๕ จึงประกาศรายชื่อผู้ได้รับทุนอุดหนุนการทำวิทยานิพนธ์ ปีการศึกษา ๒๕๖๔ ดังต่อไปนี้

๑. คณะเกษตรศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีชีวภาพ

นางสาวอมรรัตน์ ยาสุมทร รหัสบัณฑิต ๖๔๐๑๑๔๒๔

๒. คณะวิทยาศาสตร์

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคณิตศาสตร์

นางสาวฉัตรสุตา จันทร์มณี รหัสบัณฑิต ๖๔๐๘๐๙๓๐

๓. คณะวิศวกรรมศาสตร์

หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา

นายทศพล พุ่งฝนภูมิ รหัสบัณฑิต ๖๓๑๐๓๓๗/๓๗

๔. วิทยาลัยการจัดการ

๔.๑ หลักสูตรการศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

๑) นายสมบัติ แซ่เบ๊ รหัสบัณฑิต ๖๑๑๖๒๑๑๔

๒) นายพัฒน์กิจ วงศ์ลาศ รหัสบัณฑิต ๖๒๑๖๐๑๕๑

๓) นายชัชพงศ์ ไทยเพชรกุล รหัสบัณฑิต ๖๒๑๖๐๒๕๒

๔.๒ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

นางนิศาชล จันทร์านภาสวัสดิ์ รหัสบัณฑิต ๖๑๑๖๒๑๖๓

๔.๓ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

๑) นางสาวปานตะวัน รัตนพันธุ์ รหัสบัณฑิต ๖๓๑๖๐๐๓๙

๒) นายสุบุญเลี้ยง สายน้อย รหัสบัณฑิต ๖๓๑๖๐๓๓๒

-๒-

ประกาศ ณ วันที่ ๑๓ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๕



(รองศาสตราจารย์ ดร.สุกกร พงศบางโพธิ์)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยพะเยา

ภาคผนวก จ หนังสือตอบรับการพิมพ์บทความวิจัย



ที่ นบท. 243/2565

18 สิงหาคม 2565

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์บทความวิจัย

เรียน คุณปานตะวัน รัตนพันธ์, คุณเสรี วงษ์มณฑา, คุณผกาภาศ ชัยรัตน์

ตามที่ท่านได้ส่งบทความวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครนายก” กองบรรณาธิการได้พิจารณาบทความโดยเสนอต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรอง (Peer Review) พิจารณาตรวจแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ของบทความก่อนการลงตีพิมพ์ ในครั้งนี้กองบรรณาธิการขอแจ้งให้ท่านทราบว่าบทความวิจัยที่ท่านส่งมาได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการกลั่นกรองเรียบร้อยแล้วและอยู่ในขั้นตอนการตีพิมพ์ในวารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น ปีที่ 9 ฉบับที่ 5 ประจำเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2566 และขอขอบคุณที่ท่านส่งบทความวิจัยมาเพื่อเผยแพร่คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับบทความที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์จากท่านเพื่อนำลงตีพิมพ์ในวารสารฉบับต่อไป

อนึ่ง วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น จัดอยู่ในวารสารกลุ่มที่ 2 : วารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย Thai Citation Index (TCI) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI เป็นระยะเวลา 5 ปี คือในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2563 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุวัต กระสังข์)

บรรณาธิการวารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น

สำนักงานวารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น

เครือข่ายส่งเสริมการวิจัยและนวัตกรรมทางสังคมศาสตร์

เลขที่ 99/173 หมู่ที่ 1 ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13170 โทรศัพท์ 08 4147 6164

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/jsa-journal/index> E-mail: selaphum.academic@gmail.com

ภาคผนวก ฉ ภาพเก็บข้อมูลแบบสอบถาม และภาพกิจกรรมสร้างสรรค์



ภาพ 11 ภาพเก็บข้อมูลแบบสอบถาม



ภาพ 12 ภาพเก็บข้อมูลแบบสอบถาม





ภาพ 13 ภาพกิจกรรมสร้างสรรค์





ภาพ 14 ภาพกิจกรรมสร้างสรรค์





ภาพ 15 ภาพกิจกรรมสร้างสรรค์



ภาพ 16 ภาพกิจกรรมสร้างสรรค์





ภาพ 17 ภาพกิจกรรมสร้างสรรค์



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	ปานตะวัน รัตนพันธุ์
วัน เดือน ปี เกิด	07 ตุลาคม 2540
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2562 ศิลปศาสตรบัณฑิต (การท่องเที่ยวและการโรงแรม) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพฯ
ที่อยู่ปัจจุบัน	37/494 หมู่บ้าน เค.ซี รามอินทรา 3 ซอยหทัยราษฎร์ 39 แขวงสามวาตะวันตก เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร 10510
ผลงานตีพิมพ์	ปานตะวัน รัตนพันธุ์, เสรี วงษ์มณฑา, ผกามาศ ชัยรัตน์ (อยู่ระหว่าง การตีพิมพ์). ปัจจัยที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ จังหวัดนครนายก. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น. 9(5)

