

## บทความวิจัย

### การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ปี 2562

### THE STUDY OF TOURIST BEHAVIOR IN NAKHON NAYOK PROVINCE, YEAR 2019

อภิศักดิ์ คูกระสังข์\*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Apisak Koograsang\*

Faculty of Management Sciences, Phranakhon Rajaphat University, Bangkok, Thailand

\*E-mail: apisak2012@gmail.com

Received: 2021-03-05

Revised: 2021-04-12

Accepted: 2021-06-23

## บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายหลังจากการท่องเที่ยว โดยเป็นส่วนหนึ่งจากการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล ภายใต้โครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่ยั่งยืน จังหวัดนครนายก ปี 2562 กิจกรรมการส่งเสริมเครือข่ายองค์ความรู้เพื่อพันธกิจสัมพันธ์ชุมชนเพื่อการแก้ปัญหาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการจังหวัดนครนายก การศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม กลุ่มประชากรเป็นนักท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก จำนวน 3 ล้านคน การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ได้กลุ่มตัวอย่าง 402 คน วิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เดินทางมากับกลุ่มเพื่อนและครอบครัว โสด อายุ 31 - 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน อาศัยอยู่ภาคกลาง กรุงเทพฯ และปริมณฑล 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา ดังนี้ จำนวนครั้งต่อปี บุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาการวางแผนท่องเที่ยวล่วงหน้า คีนพักเฉลี่ย ค่าใช้จ่าย ที่พัก ฤดูกาลการท่องเที่ยว ยานพาหนะ ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่นิยม กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว และข้อมูลการท่องเที่ยว 3) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกในด้านการจัดการการท่องเที่ยว ด้านปัญหาทั่วไป ด้านปัญหาความปลอดภัย ด้านแรงบันดาลใจ ด้านความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริการ 4) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายหลังจากการท่องเที่ยว ในด้านการ

ท่องเที่ยวซ้ำ ด้านความรู้สึก ด้านความเข้าใจด้านการแบ่งปันประสบการณ์ ด้านความสนใจต่อข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านสิ่งที่ต้องปรับปรุงด้านสภาพปัญหาต่าง ๆ และด้านระดับความพอใจต่อการท่องเที่ยว

**คำสำคัญ:** พฤติกรรม นักท่องเที่ยว จังหวัดนครนายก

## ABSTRACT

The objective of this study aimed to study tourist behavior, their perceptions towards tourism image and tourist behavior after their visit in Nakhon Nayok province. This study was a part of field data collection under Rajabhat University Strategy for Sustainable Local Development in Nakhon Nayok province in 2019 in order to promote knowledge networks for community relation missions to solve integrated tourism problems. This study used quantitative research methods in which questionnaire was used as a research tool. The population group was 3 million tourists in Nakhon Nayok province. Sampling was randomized without using a probability and 402 samples were randomly selected. Data was analyzed using percentage and mean. The research results showed that:

1. General information about tourists was found that the majority of tourists were Thai and foreign, travelling with friends and family, single, aged between 31-40 years old, undergraduate, working in a company with an income between 15,001-20,000 baht per month and residing in the central region, Bangkok and its vicinity.

2. Tourist behavior covered the areas studied as follows: number of times per year, accompanying persons, number of participants, travel planning time before the trip, number of nights in average, budget, type of accommodation, traveling season, vehicle type, popular attraction type, tourism activities in tourist sites, reasons for traveling and tourism information.

3. Tourists' perceptions towards tourism image of Nakhon Nayok province in terms of tourism management, general issues, safety issues, inspiration, perceptions towards tourist attractions and services.

4. Tourist behavior after visiting in the aspect of repeat tourism, feelings, understanding, experience sharing, interest in tourism news, what should be developed, problems, and satisfaction levels towards tourism.

**Keywords:** Behavior, Tourist, Nakhon Nayok Province

## บทนำ

จังหวัดนครนายกมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีความเป็นอัตลักษณ์เดียวกันพร้อมจะเชื่อมโยงสู่ระดับอำเภอและระดับจังหวัด จังหวัดนครนายกยังขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายของการท่องเที่ยวในชุมชนแต่ละอำเภอ ซึ่งเป็นปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน และจะนำไปสู่การจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกที่ไม่ตรงเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจากการศึกษาแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ปี 2561 และจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนโยบายเพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดจากการขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายของการท่องเที่ยวในชุมชนแต่ละอำเภอ (Statistical Office, Nakhon Nayok Province, 2019)

ในปี 2562 เมืองนครนายกเป็นเมืองรองที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยส่งเสริมผ่านแผนการตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์อาหารถิ่น สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเนื้อหาทางสื่อสังคมออนไลน์ และสร้างจิตสำนึกใส่ใจสิ่งแวดล้อม (TAT REVIEW

MAGAZINE, 2019 ) จากผลการดำเนินการนี้ส่งผลให้จังหวัดนครนายกมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนในปี 2562 จำนวน 2.08 ล้านคน นับเป็นเมืองรองอันดับที่ 5 ที่มีนักท่องเที่ยวสูงที่สุดสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 8 ของเมืองรอง คิดเป็นรายได้ 5.59 พันล้านบาท (Economic Tourism and Sports Division, Ministry of Tourism and Sports, 2019)

บทความวิจัยนี้ จะนำเสนอศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังจากการท่องเที่ยวภายใต้โครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่ยั่งยืน จังหวัดนครนายกปี 2562 ผลการวิจัยนี้จะทำให้หน่วยงานรัฐ เอกชน และชุมชน มีข้อมูลที่มีคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อใช้พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกเตรียมศักยภาพและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวตามฤดูกาลอย่างมีประสิทธิภาพสู่การยกระดับรายได้สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักที่ได้มาตรฐานครบวงจรสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำภายหลังจากการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก

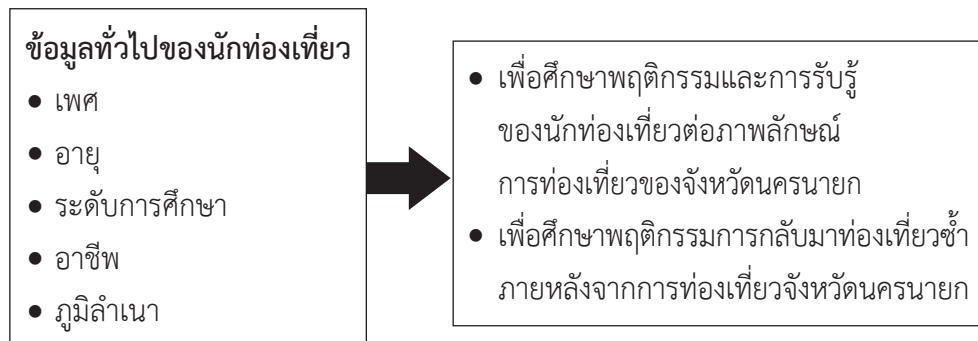
### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก
2. ได้ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้ประโยชน์ในการวางแผนในเชิงนโยบาย

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวในประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ปี 2562
2. พื้นที่ศึกษา คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก

### กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

นครนายก เป็นคำถามปลายเปิด 8 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.76 กลุ่มประชากรเป็นนักท่องเที่ยวในประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ปี พ.ศ.2562 จำนวน 3 ล้านคน (Provincial Statistical Office of Nakhon Nayok Province, 2019) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 402 คน (Yamane, T., 1970) การเลือกกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกในช่วงวันหยุดยาวสุดสัปดาห์ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในอำเภอบ้านนา องค์กรักษ์ ปากพลี และเมืองนครนายก จำนวน 15 แห่ง ได้แก่ 1) อำเภอมืองประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ (1) สะพานทุ่งนามุย (2) วัดเขาทุเรียน (3) น้ำตกวังตะไคร้ (4) น้ำตกสาลิกา (5) น้ำตกนางรอง (6) วัดหลวงพ่opakแดง และ (7) เขื่อนขุนด่านปราการชล 2) อำเภอบ้านนา ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ วัดจุฬาภรณาราม 3) อำเภopakพลีประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ (1) อ่างเก็บน้ำวังบอน (2) น้ำตกวังม่วง (3) ร้าน Ravin Home Cafe 4) องค์กรักษ์ (1) ร้านกาแฟสวนป่าอินทร์ (2) วัดประสิทธิเวช (3) ร้านจำหน่ายของฝากปืมน้ำมัน PTT สาขาองค์กรักษ์ (5) ร้านกาแฟกับต้นไม้ การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเพื่อหาค่าทางสถิติ ร้อยละ ความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอข้อมูลวิจัยในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

## ผลการวิจัย

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยแล้ว ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าทางสถิติ ร้อยละ ความถี่ ดังรายงานผลวิจัยต่อไปนี้

## สรุปผลการวิจัย

### 1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของจังหวัดนครนายก

**1.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก** นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจังหวัดนครนายก จากข้อมูล จำแนกตาม เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และภูมิลำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.22 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 61.94 มีช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีอายุช่วง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.35 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.70 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 46.52 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.65 มีภูมิลำเนาส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ ภาคกลาง และกรุงเทพฯ และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 51.24

**1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว** พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว 15 ประเด็น พบว่า

1) นักท่องเที่ยวมีจำนวนครั้งต่อปีในการเดินทางท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น 5 - 10 ครั้งต่อปี มากที่สุด คิดร้อยละ 68.92 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ครั้งต่อปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.00

2) บุคคลที่ร่วมในการเดินทางไปท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.76 รองลงมาคือ เพื่อน คู่รัก ที่ทำงาน และเดินทางคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 35.07 13.93 1.74 และ 1.49 ตามลำดับ

3) จำนวนเฉลี่ยผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย มากกว่า 4 คนขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.81 โดยแบ่งเป็นจำนวนเฉลี่ย 5 – 10 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.63 รองลงมา 11-20 คน และ 20 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.74 และ 2.63 ตามลำดับ รองลงมา 4 คน, 2 คน, 3 คน และ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60, 14.93, 13.68 และ 1.99 ตามลำดับ

4) ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทางท่องเที่ยว (วัน) นักท่องเที่ยววางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทาง 1-5 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.16 รองลงมา 6-10 วัน 20 วันขึ้นไป และ 11-20 วัน คิดเป็นร้อยละ 26.98 , 11.15 และ 9.71 ตามลำดับ

5) ระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยว (วัน/คืน) นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.78 รองลงมา 3 วัน 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 32.34

6) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อการเที่ยวหนึ่งครั้ง ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4,956.57 บาท

7) ลักษณะที่พักในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเลือกพักที่รีสอร์ทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.51 รองลงมา โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 24.38

8) เดือนที่เดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในเดือนธันวาคม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.53 รองลงมา มกราคม เมษายน พฤศจิกายน ตุลาคม กรกฎาคม กุมภาพันธ์ สิงหาคม พฤษภาคม มีนาคม กันยายน และ มิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 33.58, 32.34, 22.64,

22.39, 22.14, 18.66, 15.67, 12.44, 11.69, 11.44 และ 9.95 ตามลำดับ

9) ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.84 รองลงมา คือ รถมอเตอร์ไซด์ คิดเป็นร้อยละ 10.20

10) ภูมิภาคที่เดินทางไปท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในภาคเหนือ ในมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.82 รองลงมา คือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก คิดเป็นร้อยละ 14.93, 14.93 11.94, 11.94, 6.72 และ 2.74

11) ประเภทแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.82 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตคนในท้องถิ่น และ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น คิดเป็นร้อยละ 8.96 และ 5.22 ตามลำดับ

12) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกจังหวัดหรือภูมิภาคในการท่องเที่ยว ด้วยปัจจัยด้านชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.55 รองลงมา คือ ด้านเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของจังหวัดหรือภูมิภาค ด้านความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความเป็นมิตรและอัธยาศัยของคนในท้องถิ่น ด้านโปรโมชั่น/ข้อเสนอ/ส่วนลด และด้านใกล้กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 36.32, 9.20, 8.96, 3.73 และ 1.24 ตามลำดับ

13) การทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวรู้สึกชอบมากที่สุด คือ การเที่ยวชม คิดเป็นร้อยละ 30.19

รู้สึกชอบมาก คือ การถ่ายภาพ คิดเป็นร้อยละ 24.53 รู้สึกเฉยเฉย คือ การรับประทานอาหารเช้า คิดเป็นร้อยละ 38.01 รู้สึกชอบน้อย คือ ชื่อของ คิดเป็นร้อยละ 23.45 และ รู้สึกชอบน้อยที่สุด คือ ร่วมทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 24.38

14) ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการผลักดันหรือกระตุ้นให้เดินทางท่องเที่ยวด้วยปัจจัยเพื่อใช้เวลาพักผ่อนร่วมกับบุคคลที่ไปด้วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.06 รองลงมา คือ ปัจจัยเพื่อหาประสบการณ์และเรียนรู้ สิ่งใหม่ ๆ ปัจจัยมีมุมมองให้ถ่ายภาพวิวทิวทัศน์ที่หลากหลาย และเพื่อคลายเครียดจากชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 24.38, 20.90 และ 17.66 ตามลำดับ

15) การรับรู้แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.85 รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวมาบอกต่อ เทศกาลท่องเที่ยว โทรทัศน์ หน่วยงานท่องเที่ยว และสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 16.67, 16.42, 15.42, 7.96 และ 15.42 ตามลำดับ

**1.3 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก**  
การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก 7 ประเด็น ได้แก่

1) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกก่อนการเดินทางผ่านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี

2) ความเข้าใจถึงการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกก่อนการเดินทางผ่านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

3) ปัญหาที่กังวลก่อนการเดินทางมาจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวมีปัญหาที่กังวลก่อนการเดินทางมาจังหวัดนครนายกในด้านคุณภาพที่พักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.85

4) ปัญหาความปลอดภัยที่กังวลก่อนการเดินทางมาจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวมีความปลอดภัยที่กังวลก่อนการเดินทางมาจังหวัดนครนายกในด้านคุณภาพของอาหาร, ที่พัก, แหล่งบันเทิง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.06

5) แรงบันดาลใจสำคัญในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวมีแรงบันดาลใจสำคัญในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกจากการท่องเที่ยว, พักผ่อน, ผจญภัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.53

6) ความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกโดยรู้สึกถึงความเป็นพื้นที่สีเขียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.89

7) การประเมินด้านการบริการการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ผลการประเมินด้านการบริการการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทั้งหมด 5 ด้าน 42 ข้อรายการ พบว่า ทั้ง 5 ด้านมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ 1 ความรู้สึกต่อการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.00) รองลงมา คือ ด้านที่ 5 ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม บรรยากาศ (3.92) ด้านที่ 3 การจรรยาบรรณ (3.77) ด้านที่ 2 ราคาของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (3.72) และด้านที่ 4 อาหาร ที่พัก สินค้า (3.71) ตามลำดับ

#### 1.4 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

หลังจากท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยหลังจากท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก 8 ประเด็น ได้แก่

1) การกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกอยู่ในระดับปานกลาง (3.53)

2) การเปลี่ยนแปลงระดับความรู้สึกประทับใจหลังจากเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้สึกประทับใจหลังจากเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก อยู่ในระดับที่ดี (3.98)

3) ความเข้าใจในการท่องเที่ยวหลังจากเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยความเข้าใจในการท่องเที่ยวหลังจากเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก อยู่ในระดับเข้าใจ (3.47)

4) การแชร์ประสบการณ์ความรู้สึกในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวแชร์ประสบการณ์ ความรู้สึกในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกผ่านเฟสบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.09

5) ความสนใจต่อข่าวสารการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกหลังจากเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยความสนใจต่อข่าวสารการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกหลังจากเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก อยู่ในระดับสนใจเหมือนเดิม (3.91)

6) สิ่งที่จังหวัดนครนายกต้องพัฒนาปรับปรุงอย่างเร่งด่วน สิ่งนี้นักท่องเที่ยว

ต้องการให้จังหวัดนครนายกพัฒนาปรับปรุงอย่างเร่งด่วนในประเด็นการจราจร มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.01

7) สภาพปัญหาของการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวพบปัญหาของการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกในประเด็นความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.82

8) ระดับความพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยระดับความพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกในภาพรวม อยู่ในระดับพอใจมาก (4.51)

#### อภิปรายผล

จากสรุปผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่ามีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกนั้น เดินทางมากับกลุ่มเพื่อนและกลุ่มครอบครัว เพราะนครนายกเป็นเมืองรองอยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร จึงนิยมเดินทางมากับครอบครัว สอดคล้องกับงานวิจัย (Srithong, et.al., 2018) ที่พบว่า “จังหวัดนครนายกมีทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ที่หลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว” (Chaijan, 2016) ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเป็นครอบครัว นอกจากนี้ในส่วนข้อค้นพบจากการวิจัยนี้ที่นักท่องเที่ยวมีสถานะโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท นั้น ผู้วิจัยคิดว่าด้วยสภาพสังคมที่เป็นสังคมวัยทำงานและค่าครองชีพที่สูงของนักท่องเที่ยวที่อาศัยและทำงานในกรุงเทพฯ และภาคกลาง สอดคล้องกับ งานวิจัย เรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคน

วัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร (Uchupongamorn, 2018) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวจะมีลักษณะเช่นเดียวกันกับผลวิจัยที่ค้นพบ

## 2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.1 นักท่องเที่ยวมีจำนวนครั้งต่อปีในการเดินทางท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น 5 – 10 ครั้งต่อปี มากที่สุด ความเห็นของผู้วิจัย การเดินทางท่องเที่ยวมีการขยายตัวตามสาธารณูปโภคที่ได้รับการพัฒนาให้มีความสะดวกทุก ๆ ด้าน ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี สอดคล้องกับผลงานวิจัย (Jongrak, 2017) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและการพักผ่อน มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากกว่าต่างประเทศ

2.2 บุคคลที่ร่วมในการเดินทางไปท่องเที่ยวเป็นครอบครัวมากที่สุด ความเห็นของผู้วิจัย เนื่องจากงานวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มโสด เพราะฉะนั้นนักท่องเที่ยวจึงมีพฤติกรรมการเดินทางกับเพื่อนและครอบครัว เพื่อให้การท่องเที่ยวมีความสนุกสนาน สอดคล้องกับงานวิจัย (Puangchuen & Phumsathan, 2020) ที่พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มาพักผ่อนกับครอบครัว

2.3 จำนวนเฉลี่ยผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย มากกว่า 4 คนขึ้นไปมากที่สุด ความเห็นของผู้วิจัย นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวโดยเฉลี่ยนี้เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กซึ่งถ้าเป็นวัยทำงานจำนวนที่เดินทางด้วยพาหนะรถยนต์ส่วนตัวเพียงหนึ่งคันไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัย (Pattanupong, 2013) นักท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกเป็นวัยทำงาน อายุเฉลี่ย 25 – 35 ปี

รายได้ปานกลาง ใช้บริการเป็นกลุ่มขนาดเล็ก จำนวน 10 – 20 คน

2.4 ระยะเวลาวางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยววางแผนล่วงหน้าก่อนเดินทาง 1-5 วัน มากที่สุด ความเห็นของผู้วิจัย เนื่องจากนครนายกเป็นเมืองรองที่ตั้งอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานครอีกทั้งเป็นจังหวัดที่มีอาณาเขตติดต่ออุทยานแห่งชาติดงพญาเย็นเขาใหญ่ ผืนป่ามรดกโลกของยูเนสโกทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาพักผ่อนในระยะเวลาดังกล่าว สอดคล้องกับผลงานวิจัย (Pattanupong, 2013) ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 2-3 วัน

2.5 ระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยว (วัน/คืน) นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย (Boonthaweasab, 2011) นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการมาเที่ยวประมาณ 2 วัน 1 คืน

2.6 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อการเที่ยวหนึ่งครั้ง ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4,956.57 บาท ความเห็นของผู้วิจัย นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดนครนายกเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายที่สูงเป็นกลุ่มที่ไม่เร่งรีบ สอดคล้องกับงานวิจัย (Sungrugsa & Warabamrungkul, 2016) ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) ในการท่องเที่ยวต่อวันรวมทุกอย่างแล้ว มากกว่า 5,000 บาท

2.7 ลักษณะที่พักในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเลือกพักที่รีสอร์ทมากที่สุด ความเห็นของผู้วิจัย นักท่องเที่ยวต้องการการพักที่สะดวกสบายและมีการบริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัย (Dokboonnak & Thongkumnuch, 2015). นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของ

การใช้บริการโรงแรม คือ มาประชุม และท่องเที่ยวพักผ่อน

2.8 เดือนที่เดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวในเดือนธันวาคม มากที่สุด ความเห็นของผู้วิจัย นครนายก มีความหนาแน่นในช่วงเดือนธันวาคมนักท่องเที่ยว นิยมมานอนกางเต้นท์ ตามแหล่งท่องเที่ยว เช่น รีสอร์ท หรือบริเวณอ่างเก็บน้ำที่บริการพื้นที่กางเต้นท์ให้นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครนายกในเดือนธันวาคมในปี 2559 สูงที่สุด รองลงมาเป็นเดือนมกราคม (Office of Tourism and Sports Nakhon Nayok Province., 2015)

2.9 ยานพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย (Boonthaweasab, 2011) ที่นักท่องเที่ยวเดินทางโดยพาหนะส่วนตัว

2.10 ภูมิภาคที่เดินทางไปท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในภาคเหนือมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย (Chaijan, 2016; Sawangpak, 2017) พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยว นิยมเดินทางไปภาคเหนือของประเทศไทย

2.11 ประเภทแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย (Chaijan, 2016; Sawangpak, 2017) ที่พบว่านักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

2.12 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกจังหวัดหรือภูมิภาคในการท่องเที่ยว

ด้วยปัจจัยด้านชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของแดนน (Dann, 1977, 1981) และทฤษฎีแรงจูงใจของครอมป์ตัน (Crompton, 1979) แรงจูงใจจากแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่อเสียงส่งผลต่อการใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เดียวได้นานมากขึ้น

2.13 การทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวรู้สึกชอบมากที่สุด คือ การเที่ยวชม ไม่สอดคล้องกับงานวิจัย (Sarasuk, 2017) ที่พบว่านักท่องเที่ยวต้องการรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวสวนผลไม้ที่เป็นกิจกรรมภายในชุมชน เพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่สามารถนำมาปรับใช้ได้ในชีวิตประจำวัน เช่น การทำปุ๋ยหมัก เป็นต้น

2.14 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการผลักดันหรือกระตุ้นให้เดินทางท่องเที่ยวด้วยปัจจัยเพื่อใช้เวลาพักผ่อนร่วมกับบุคคลที่ไปด้วยมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย (Sawangpak, 2017) ที่มีการเดินทางไปพักผ่อนกับครอบครัว

2.15 การรับรู้แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย (Chiwakunanan, 2018) พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านสื่อออนไลน์จากช่องทาง กูเกิล (Google) มากที่สุด รองลงมา คือ เฟสบุ๊ก (Facebook) และเว็บไซต์พันทิป (website Pantip) ตามลำดับ และใช้สื่อออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลที่พักและสำรองที่พัก ค้นหาข้อมูลการเดินทางสำรองพาหนะในการเดินทาง โดยนิยมข้อมูลในรูปแบบบล็อก

หรือกระตุ้นวิวัฒนาการความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้บริการ โดยละเอียด และบล็อกหรือกระตุ้นวิวัฒนาการที่ท่องเที่ยวโดยเน้นไปทางการโพสต์รูปภาพเป็นหลัก

### 3. การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

3.1 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกก่อนการเดินทางผ่านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ไม่สอดคล้องกับงานวิจัย (Sarasuk, 2017) ที่ทำวิจัย พบว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ย้อนหลัง มีการวางแผนประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามฤดูกาลส่งผลให้นักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสู่สากล มีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว มีป้ายประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบต่อบริเวณของจังหวัดนครนายก ทั้งหมดที่กล่าวมาประเมินแล้วอยู่ในระดับปานกลาง

3.2 ความเข้าใจถึงการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกก่อนการเดินทางผ่านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัย (Sarasuk, 2017) ที่ทำการวิจัย พบว่า การจัดการด้านประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกอยู่ในระดับปานกลาง (Jungprawate, 2018) พบว่าผู้แทนองค์กรส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดนครนายกในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยในด้านการวางแผนพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว การโฆษณาและ

ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการสำรวจและจัดทำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

3.3 ปัญหาที่กีดขวางก่อนการเดินทางมาจังหวัดนครนายก ในด้านคุณภาพที่พักมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย (Chongngam, 2019) นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมธุรกิจรีสอร์ทขนาดเล็กในจังหวัดนครนายก ในด้านลักษณะทางกายภาพ โดยนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่ายากที่จะทำการเปลี่ยนแปลงแต่ควรมีการปรับปรุงในความเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการรีสอร์ท สถานที่ทันสมัยสวยงาม สร้างความสะดวกสบายในการพักอาศัย และความน่าเชื่อถือของรีสอร์ท

3.4 ปัญหาความปลอดภัยที่กีดขวางก่อนการเดินทางมาจังหวัดนครนายก ในด้านคุณภาพของอาหาร, ที่พัก, แหล่งบันเทิง มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย (Srithong & et.al., 2018) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความกังวลในการดูแลรักษาสวัสดิภาพและความปลอดภัยของประชาชนและนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนในด้านคุณภาพของอาหาร ด้านที่พัก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเท่านั้นที่กังวล โดยภาพรวมของนักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในคุณภาพอาหารและที่พัก สอดคล้องกับงานวิจัย (Doknaree, 2017) ที่ศึกษาวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายค่าอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด และเลือกพักแรมในรีสอร์ทมากที่สุด และด้านแหล่งบันเทิง สอดคล้องกับ (Phakdee-auksorn & Cadchumsang, 2014) ผลการวิจัยพบว่า ชาวเมืองเก่าภูเก็ตส่วนใหญ่มีปฏิภานในเชิงบวก

ต่อธุรกิจสถานบันเทิงยมนาตรี เนื่องจากสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และบางส่วนเห็นว่าไม่เหมาะสมและขัดแย้งกับอัตลักษณ์ของเมืองเก่าภูเก็ต

3.5 แรงบันดาลใจสำคัญในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก คือเพื่อพักผ่อนและผจญภัยมากที่สุด โดยในประเด็นแรกที่นักท่องเที่ยวมีแรงบันดาลใจเพื่อพักผ่อน สอดคล้องกับงานวิจัย (Sungrugs, Plomelersee & Warabamrungkul, 2016) ที่นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยว ส่วนในประเด็นลำดับต่อไปเรื่องแรงบันดาลใจในการผจญภัย สอดคล้องกับงานวิจัย (Rungruang & NA Thalang, 2020) ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวผจญภัยจังหวัดนครนายกมีความต้องการในการตัดสินใจการท่องเที่ยวผจญภัยประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก

3.6 ความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่สีเขียวมากที่สุด สอดคล้องกับ จังหวัดนครนายกมีพื้นที่ที่เป็นเกษตรกรรม การท่องเที่ยว ดิตพื้นที่ป่าอนุรักษ์ เขตอุทยานแห่งชาติดงพญาเย็นเขาใหญ่ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวนิยมเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ. 2561 – 2564 (ฉบับทบทวนปี พ.ศ. 2562) (Provincial Development Strategy and Information Division Nakhon Nayok Provincial Office, 2019) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพชุมชนให้มีความเข้มแข็ง พัฒนาและส่งเสริมความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพ ให้สังคมมีความ

สงบสุข ในด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อการแก้ปัญหาและยกระดับโครงสร้างพื้นฐานรวมทั้งการบริการที่เชื่อมโยงต่อภาคการท่องเที่ยว ทำให้นครนายกเป็นเมืองสีเขียวและมลภาวะสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกความปลอดภัยให้แก่ประชาชนและผู้มาเยือนจังหวัดท่องเที่ยว

3.7 การประเมินด้านการบริการการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก อยู่ในระดับมาก ความเห็นของผู้วิจัยและคณะ (Srithong, et.al., 2018) การเรียนรู้ควรมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนผู้ประกอบการและชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3.8 การกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัย (Teimtes, Sungsong, Pornpakdee, & Nunnad, 2012) ว่านักท่องเที่ยวเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวซ้ำอยู่ในระดับมาก จะต้องมีปัจจัย 7 ด้าน ดังนี้ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม ปัจจัยด้านนโยบายของรัฐและกฎระเบียบของรัฐ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการคมนาคม และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

3.9 การเปลี่ยนแปลงระดับความรู้สึกประทับใจหลังจากเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก อยู่ในระดับที่ดี สอดคล้องกับ งานวิจัย (Kruntakapakorn, Sitthikun & Leelapattana, 2020) ที่ศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจะเกิดความประทับใจและอยากหวนกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ถ้ามีการบริการอาหารและห้องพักดี

3.10 ความเข้าใจในการท่องเที่ยว หลังจากเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเข้าใจ ผู้วิจัยคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวยอมเข้าใจในถึงแรงจูงใจส่วนตนที่เดินทางท่องเที่ยวไปแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัย(Intrarakratueg, 2015) ศึกษาวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3.11 การแชร์ประสบการณ์ และ ความรู้สึกในการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวแชร์ผ่านเฟสบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย (Chaiyakhet, Luangrangsee & Kaewchana, 2017) ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวใช้หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เปรียบเทียบราคาและความคุ้มค่าของกิจกรรมท่องเที่ยว และการใช้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ประกอบการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นประจำ

3.12 ความสนใจต่อข่าวสารการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกหลังจากเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยความสนใจต่อข่าวสารการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกหลังจากเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก อยู่ในระดับสนใจเหมือนเดิม สอดคล้องกับงานวิจัย(Chaiyakhet, Luangrangsee & Kaewchana, 2017) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจเหมือนเดิมและใช้สื่อสังคมออนไลน์

ในการถ่ายทอดประสบการณ์การท่องเที่ยว และ ใช้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

3.13 สิ่งที่จังหวัดนครนายกต้องพัฒนาปรับปรุงอย่างเร่งด่วนในประเด็นการจราจรมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย (Khongthong & Meesawatdikul, 2020) ได้ทำวิจัยแล้วพบว่า แนวทางการจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต้องเกิดจากความร่วมมือทำงานร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเข้มแข็ง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ตัวอย่างพัฒนาคุณภาพของระบบคมนาคมขนส่ง

3.14 สภาพปัญหาของการท่องเที่ยว จังหวัดนครนายก นักท่องเที่ยวพบปัญหาของการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกในประเด็นความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย (Chuanchan, Laowansiri & Thongma, 2012) กล่าวว่า ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าควรมีนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เพราะกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศ สร้างรายได้สนับสนุนการท่องเที่ยวและมีการปรับปรุงมาตรฐานการประชาสัมพันธ์เรื่องการอนุรักษ์สัตว์ป่าและร่วมมือกับชาวบ้านในการอนุรักษ์ป่า ให้ความรู้ปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และวางแผน และสร้างจิตสำนึกการประหยัดพลังงาน รักษาสิ่งแวดล้อม

3.15 ระดับความพอใจต่อการท่องเที่ยว จังหวัดนครนายกในภาพรวม อยู่ในระดับพอใจมาก ไม่สอดคล้องกับงานวิจัย (Jeenapak, 2012) ในการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว อาหาร อยู่ในระดับปานกลาง

## ข้อเสนอแนะ

## ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. หน่วยงานการท่องเที่ยวควรศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเจาะจงไปเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะทาง เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการ
2. ชุมชน ท้องถิ่น ควรให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันและควรอนุรักษ์ รักษาแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามอย่างยั่งยืน

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาต่อไปควรมีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อนำไปใช้วางแผนนโยบายด้านการบริการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับตลาดต่างประเทศ
2. การศึกษาต่อไปควรมีการศึกษาโดยงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จะสามารถพรรณนาถึงอุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงพฤติกรรม

## REFERENCES

- Boonthaweasab, D. (2011). Factors Affecting Thai Tourist's Satisfaction Visiting Phu Toei National Park, Suphanburi Province. the Degree of Master of Arts, Department of Tourism Management, Faculty of Arts and Sciences, Dhurakij Pundit University.
- Chaijan, S. (2016). ATTITUDES AND BEHAVIORAL INTENTION TOWORD TOURISM IN THAILAND AMONG BABY BOOMER GROUP IN BANGKOK AND ITS VICINITY. Srinakharinwirot Research and Development (Journal of Humanities and Social Sciences). 8(15). 160-181. (In Thai)
- Chaiyakhet, W., Luangrangsee, P. and Kaewchana, T. (2017). The Tourist Using Social Media Behavior toward the Selecting Tourist Attraction Case Study: Community Based Tourism in Songkhla province. the Degree of Master of Arts. Department of Tourism Management. Faculty of Tourism and Hospitality. Dhurakij Pundit University.
- Chiwakunanan, D. (2018). INFLUENCE OF REVIEWER IN ONLINE MEDIA AND THE DECISION TO TRAVEL IN THAILAND. Master of Business Administration. Faculty/University Faculty of Commerce and Accountancy. Thammasat University.
- Chongngam, M. (2019). Service Marketing Ingredients of Small Resort Businesses in Nakhon Nayok Province. Dusit Thani College Journal.14(1). 364-373. (In Thai)
- Chuachan, N., Laowansiri, S and Thongma, W. (2012). Impact of adventure on environment, culture, society and economy: a case study of Maeram sup-district, Maerim district, Chiang Mai. Research and Development Journal, Loei Rajabhat University. 7(22). 97-108. (In Thai)

- Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research*, 17(4). 18-23.
- Dann, G. (1977) Anomie Ego Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 17: 155-169.
- Dokboonnak, N. and Thongkumnuch, T. (2015). Hotel preferences of Thai tourists in Muang District, Suphanburi. Research Fund, Rajamangala University of Technology Suwanbhum.
- Doknaree, I. (2007). The Study of Marketing Mix Factor Influencing Thai Tourists in Selecting Resorts in Amphur Muang in Nakhon Nayok Province. Business Administration Program. Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Economic Tourism and Sports Division, Ministry of Tourism and Sports. (2019). *Domestic tourism situation in 2019*. Retrieved 16 February 2021, Retrieved from [https://www.mots.go.th/download/article/article\\_20201104090554.pdf](https://www.mots.go.th/download/article/article_20201104090554.pdf)
- Intrarakrueg, D. (2015). Perception of Tourists on Eco-tourism, A Case Study of Kuiburi National Park, Prachuabkirkhan Province. Degree of Master of Arts. Department of Tourism Management. Faculty of Tourism and Hospitality. Dhurakij Pundit University.
- Jeenapak., J. (2012). Domestic Tourists Satisfaction Towards the Erawan National Park in Kanchanaburi. Master thesis. Master of Science Degree in Recreation Management. Srinakharinwirot University.
- Jongrak, N. (2017). STUDYING THE USE OF TRAVEL AGENCIES BY THAI RESIDENTS OF THE BANGKOK METROPOLITAN AREA. Master of Business Administration. Faculty of Commerce and Accountancy. Thammasat University. (In Thai)
- Jungprawate, P. (2018). Participation in Developing Agro-tourism Attractions of Local Government Organizations in Pathum Thani and Nakhon Nayok Provinces. *Journal of Cultural Approach*. 19(35). 64-76. (In Thai)
- Khongthong, P. and Meesawatdikul, W. (2019). Guidelines of Tourism Safety Management of Hua-Hin, Prachuap Khiri Khan as Tourist Destination for Foreign Tourists. *Dusit Thani College Journal*. 13(1).403-414 .(In Thai)
- Office of Tourism and Sports, Nakhon Nayok Province. (2015). A number of Tourist in The Year 2015, Nakhon Nayok Province. Retrieved 16 February 2021, from [https://nakhonnayok.mots.go.th/graph\\_views.php?graph\\_id=27](https://nakhonnayok.mots.go.th/graph_views.php?graph_id=27)

- Pattanupong, I. (2013). Soft Adventure Tourism Activities for Thai Tourist Behaviors in Nakhon Nayok Province. Research Institute of Rangsit University. Rangsit University.
- Phakdee-auksorn, P., and Cadchumsang, J. (2014). Phuket Old Town's Community Response to Nightlife Entertainment Business as a Tourist Attraction. Journal of Business Administration. 37(141). 1-21. (In Thai)
- Pinruthai Khongthong, P. and Meesawatdikul, W. (2019). Guidelines of Tourism Safety Management of Hua-Hin, Prachuap Khiri Khan as Tourist Destination for Foreign Tourists. Dusit Thani College Journal. 13(1).403-414 .(In Thai)
- Puangchuen, K., and Phumsathan, S. (2020). Travel Behaviors and Needs of Senior Visitors for Tourism in Khao Yai National Park. Journal of Thai Hospitality and Tourism. 10(2). 29-42. (In Thai)
- Rungruang, P. and NA Thalang, C. (2020). The Management for Developing Sports Adventure Tourism in Nakhon Nayok Province Based on Tourists' Demands. The journal of social communication innovation. 8(2).55-62. (In Thai)
- Sarasuk, P. (2017). MARKETING STRATEGY FOR FRUIT ORCHARD TOURISM ACCORDING TO SUFFICIENCY ECONOMY IN NAKHON NAYOK PROVINCE, Journal of Marketing and Management. 4(1). 120-133. (In Thai)
- Sawangpak, T. (2017). Travel Motivation, Information Seeking and Decision Making of Single Female Working Consumers in Domestic Tourism. Journal of Communication and Management NIDA. 3(2). 61- 70. (In Thai)
- Srithong, S., et. all, (2018). Educational Tourism Needs for Family Tourist Segment In Nakhonnayok Province. Academic Journal Institute of Physical Education. 15(2). 147-160. (In Thai)
- Statistical Office, Nakhon Nayok Province. (2019). *Nakhon Nayok Tourist Statistics Year 2018*. Retrieved 16 February 2021, Retrieved from [http://nknayok.old.nso.go.th/nso/project/search/result\\_by\\_department.jsp](http://nknayok.old.nso.go.th/nso/project/search/result_by_department.jsp)
- Sungrugs, N., Plomelersee, S. and Warabamrungskul, S. (2016). Styles and Behavior in Slow Tourism for Senior Tourists in the Thai Western Region. University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and social sciences. 36(2). 1-19. (In Thai)
- TAT REVIEW MAGAZINE. (2019 ). *Tourism Thailand :Keep calm and Look forward to 2019*. Retrieved 16 February 2021, from <https://www.tatreviewmagazine.com/article/tourism-thailand-2562>

- Teimtes, D., Sungsong, B., Pornpakdee, S. and Nunnad, P. (2012). Factors Influencing the willingness to Retouring, Amphur Wangnamkheo , Nakonratchasima Province. Rajamangala University of Technology Isan.
- Thaweesinsopha, F., and Thaweesinsopha, K. (2019). Rehabilitation Guidelines for ultural Heritage and old town legend to Historical tourism development of Yongstar village in Trang Province. College of Hotel and Tourism Rajamangala University of Technology Srivijaya, Trang Campus (In Thai)
- Uchupongamorn, B. (2018). Behavior and motivation in domestic tourism among working-age people in Bangkok. *Retrieved 16 February 2021, from* <https://www.researchgate.net/publication/327221082>
- Yamane, T. (1970). *Statistics - An Introductory Analysis*. 2nd ed. Tokyo: John Weather Hill, Inc.

.....