

แรงจูงใจทางนันทนาการกลางแจ้ง: การศึกษาเชิงสำรวจกิจกรรมเดินป่าระยะไกล

ธนภุต สังข์เฉย* จิตศักดิ์ พุฒจรัส* พรหมมาตริ จินดาโชติ**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบแรงจูงใจในการประกอบกิจกรรมเดินป่าระยะไกลของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นสมาชิกเพจเฟซบุ๊กกลุ่มชมรมคนเดินป่าที่มีประสบการณ์เดินป่าระยะไกลในพื้นที่ธรรมชาติ จำนวน 450 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบสมมาตรใจ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามวัดแรงจูงใจในการร่วมทริปเดินป่าระยะไกล แบบวัดมีค่าความเที่ยงทั้งฉบับเท่ากับ 0.827 ทำการสำรวจแบบออนไลน์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและหมุนแกนแบบมุมฉากด้วยวิธีแวนิแมกซ์ ผลการวิจัยพบว่าการวิเคราะห์องค์ประกอบแรงจูงใจในการประกอบกิจกรรมเดินป่าระยะไกลมีค่าสถิติไคเซอร์-เมเยอร์-โอลกิน (KMO) เท่ากับ 0.903 และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ $\chi^2 = 3017.453$ การสกัดองค์ประกอบพบว่าได้ 8 องค์ประกอบ ซึ่งมีค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.029-11.565 และมีค่าความแปรปรวนสะสมขององค์ประกอบที่สกัดได้คิดเป็นร้อยละ 64.330 องค์ประกอบของแรงจูงใจในการประกอบกิจกรรมเดินป่าระยะไกลมีดังนี้ องค์ประกอบที่ 1) การสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ประกอบด้วย 5 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 2) การเรียนรู้ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 3) การพัฒนาทักษะและความท้าทาย ประกอบด้วย 5 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 4) สุขภาวะทางจิตใจ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 5) สัมพันธภาพ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 6) ความเพลิดเพลินกับธรรมชาติ ประกอบด้วย 3 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 7) การใคร่ครวญความคิดตนเอง ประกอบด้วย 3 ตัวแปร และองค์ประกอบที่ 8) หลีกหนีความกดดัน ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบกิจกรรมนันทนาการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

คำสำคัญ : การวิเคราะห์องค์ประกอบ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว การเดินป่า

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ติดต่อผู้พิมพ์: ธนภุต สังข์เฉย E-mail: thanakrit@ms.su.ac.th

วันที่รับบทความ 13 กุมภาพันธ์ 2564

วันที่แก้ไขบทความ 4 เมษายน 2564

วันที่ตอบรับ 6 มิถุนายน 2564

Outdoor Recreation Motivation: An Exploratory Study of Trekking

Thanakrit Sangchoey* Jittasak Putjorn* Prommatr Jindachote**

Abstract

The objective of this research was to analyze components of the motives to partake in trekking among Thai tourists. The sample group for this research comprised 450 Thai tourists who were members of the Facebook Page “Trekker Club,” which consisted of trekkers who had experience in trekking in natural areas. The sample group of the research was selected through the volunteer sampling technique. The data collection tool for this research was a questionnaire, which was applied to measure the motives for joining trekking trips. With the accuracy value of 0.827, this questionnaire had to be completed online. The analysis of the collected data relied on the exploratory factor analysis, which involved the principal component analysis and rotation by varimax method. The research findings revealed that the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) statistical value and Bartlett’s Test of Sphericity (Chi-square) value of the motives of the components were equal to 0.903 and 3017.453, respectively. There were eight components altogether, with the eigenvalues ranging between 1.029 and 11.56 and the cumulative variance representing 64.330 percent. The components consisted of: 1) Enhanced self-confidence, consisting of five variables; 2) Learning, consisting of four variables; 3) Skill development and challenges, consisting of five variables; 4) Psychological well-being, consisting of four variables; 5) Togetherness, consisting of four variables; 6) Enjoying nature, consisting of three variables; 7) Introspection, consisting of three variables; and 8) Escaping pressure, consisting of three variables. The research findings can be applied to the future design of recreational activities for adventure tourism, to develop tourism products and services.

Keywords: Factor Analysis; Tourist Motivation; Trekking

* Assistant Professor, Ph.D., Faculty of Management Science, Silpakorn University

** Lecturer, Faculty of Management Science, Silpakorn University

Corresponding author: Thanakrit Sangchoey E-mail: thanakrit@ms.su.ac.th

Received: February 13, 2021 ; Revised: April 4, 2021 ; Accepted: June 6, 2021

บทนำ

นันทนาการกลางแจ้งเป็นกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวเมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นกิจกรรมยามว่างที่สำคัญของชุมชนในปัจจุบัน การเดินป่าเป็นกิจกรรมนันทนาการยอดนิยมที่ส่งผลดีต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจ (Well-being) สำหรับผู้เข้าร่วมและถือเป็นสินค้าหลักประเภทหนึ่งทางการท่องเที่ยว (Gross & Sand, 2019; World Tourism Organization [UNWTO], 2019) แหล่งท่องเที่ยวหรือองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลายประเทศจึงนำเสนอกิจกรรมสำหรับผู้มีความสนใจเฉพาะและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การเดินป่าระยะสั้น (Hiking) การเดินป่าระยะไกล (Trekking) หรือกิจกรรมปีนเขา (Mountaineering) (Mehmetoglu & Normann, 2013; Muhar, Schauppenlehner, Brandenburg, & Arnberger, 2007) การเดินป่าระยะไกลเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งในพื้นที่ธรรมชาติและเป็นหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ผู้ประกอบกิจกรรมต้องมีความพร้อมทั้งร่างกายและจิตใจ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ต้องเดินเท้าเข้าไปในพื้นที่ป่าที่มีภูมิประเทศลาดชันเป็นระยะทางไกลและอาจใช้เวลาถึง 2 วันเป็นอย่างน้อย นอกจากนี้ยังต้องมีความพร้อมเรื่องอุปกรณ์เฉพาะ เครื่องแต่งกาย และเสบียงอาหาร ซึ่งบ่งบอกถึงความหมายของความเสี่ยงอันตรายและพื้นที่ป่าที่มีความเป็นธรรมชาติสูง (Buckley, 2006; Weber, 2001) สำหรับประเทศไทยกิจกรรมเดินป่าระยะไกลส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่คุ้มครองประเภทอุทยานแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

เนชั่นเนล จีโอกราฟฟิก (2561) รายงานว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบการเดินป่าในประเทศไทยได้รับความนิยมจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะผู้ที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติแบบใกล้ชิดและรักการผจญภัย สังเกตได้จากจำนวนผู้ประกอบการเดินป่าในประเทศไทยที่มีไม่ต่ำกว่าสองร้อยรายหรือการเติบโตของสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเดินป่า ตลอดจนร้านจำหน่ายอุปกรณ์เดินป่าและบริการนำเที่ยวเดินป่าในทุกภูมิภาคของประเทศไทยที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ เส้นทางเดินป่าในประเทศไทยแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ “ระดับที่ 1 Nature Trail” เส้นทางสำหรับเรียนรู้เรื่องราวของธรรมชาติเป็นหลัก ระยะทางไม่ไกลเกิน 6 กิโลเมตร ใช้เวลาเดิน 3-4 ชั่วโมง ไม่มีการพักค้างในเส้นทาง “ระดับที่ 2 Hiking หรือ Beginner Trekking” สภาพเส้นทางมีความลาดชันไม่มาก ระยะทางรวมในการเดินไม่เกิน 15 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินติดต่อกันไม่เกิน 6 ชั่วโมง อาจมีการพักค้างในป่าแต่ไม่เกิน 1 คืน มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามความจำเป็น “ระดับ 3 Advanced Trekking” เส้นทางเดินป่าที่เน้นการเดินไปยังจุดหมาย เช่น ยอดเขา สภาพเส้นทางมีความลาดชันค่อนข้างมาก ซึ่งอาจจะมากกว่าครึ่งหนึ่งของระยะทาง นักเดินป่าต้องพักค้างแรมและยังชีพในป่าอย่างน้อย 2-3 วัน “ระดับ 4 Difficult Trekking” เส้นทางเดินป่าระดับยากหรือการเดินป่าแบบหนักหน่วง สภาพเส้นทางมีความลาดชันสูง ระยะทางไกล ต้องพักแรมและยังชีพในป่าอย่างน้อย 3-4 วัน เดินเท้าติดต่อกันอย่างน้อย 8 ชั่วโมงต่อวัน ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง และ “ระดับ 5 Extreme Trekking” เส้นทางเดินป่าระยะไกลที่มีสภาพยากลำบากทั้ง

การเดินและการดำรงชีพในป่า เส้นทางเป็นลักษณะกึ่งสำรวจผจญภัย ไม่กำหนดเป้าหมายในการเดินแต่ละวันไว้เป็นที่แน่นอน แต่ตั้งเป้าหมายการเดินในระหว่างเส้นทางไว้ชัดเจน มีการพักแรมและยังชีพในป่าตั้งแต่ 4 วันขึ้นไป นักเดินป่าสามารถเดินติดต่อกันอย่างน้อย 8 ชั่วโมงต่อวัน ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องมีเจ้าหน้าที่นำทาง

แม้ว่าประเด็นการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะมีการศึกษาเป็นวงกว้างและเป็นที่น่าสนใจกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน แต่มีงานวิจัยเชิงประจักษ์เพียงไม่กี่ชิ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศที่วิเคราะห์แรงจูงใจของผู้ที่ชื่นชอบกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งในพื้นที่ธรรมชาติหรือการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาที่จำเพาะเจาะจงเกี่ยวกับกิจกรรมเดินป่าระยะไกล ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงนำไปสู่จุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือต้องการค้นหาคำตอบว่าอะไรเป็นแรงจูงใจให้ผู้คนเหล่านั้นเข้าร่วมกิจกรรมเดินป่าระยะไกล ผู้วิจัยจึงดำเนินการสำรวจและวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรที่สังเกตได้เกี่ยวกับแรงจูงใจในการประกอบกิจกรรมเดินป่าระยะไกล และกำหนดสมมติฐานการวิจัยคือองค์ประกอบของแรงจูงใจในการประกอบกิจกรรมเดินป่าระยะไกลมีความหลากหลายมากกว่าหนึ่งองค์ประกอบ

ผลการวิจัยนี้จะช่วยสร้างความเข้าใจต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมเดินป่าระยะไกลและเกิดประโยชน์ทางวิชาการด้านการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นอกจากนี้ ความเข้าใจถึงแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมเดินป่าระยะไกล กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช หน่วยงานหลักที่มีหน้าที่บริหารจัดการพื้นที่คุ้มครองทางธรรมชาติซึ่งเป็นแหล่งรวมของทรัพยากรนันทนาการและการท่องเที่ยวธรรมชาติของประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อออกแบบกิจกรรมนันทนาการและจัดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแรงจูงใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ ตลอดจนบริษัทนำเที่ยวและหน่วยงานด้านการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการเดินป่า การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว การประเมินคุณภาพการบริการ และการพัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบแรงจูงใจในการประกอบกิจกรรมเดินป่าระยะไกลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นสมาชิกเพจเฟซบุ๊กกลุ่มชมรมคนเดินป่า ซึ่งมีประสบการณ์เดินป่าระยะไกลในพื้นที่ธรรมชาติ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก ทั้งนี้ นักวิชาการด้านสถิติเสนอว่าค่าต่ำสุดที่แนะนำสำหรับขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์องค์ประกอบ ได้แก่ 3 ถึง 20 เท่า

ของจำนวนตัวแปร และช่วงค่าสัมบูรณ์ตั้งแต่ 100 ถึงมากกว่า 1,000 (Mundfrom, Shaw, & Ke, 2005) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 450 คน ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ การสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เนื่องจากไม่มีจำนวนกรอบประชากรที่สมบูรณ์ จากนั้นผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสมัครใจ (Volunteer Sampling) ด้วยการให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สมัครใจในการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Selected) จนกว่าจะได้ตัวอย่างครบจำนวนที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือการวิจัยคือแบบสอบถาม เนื้อหาประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและประสบการณ์เดินป่า จำนวน 10 ข้อ และ 2) แบบวัดแรงจูงใจในการประกอบกิจกรรมเดินป่าระยะไกล จำนวน 37 ข้อ เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งผู้วิจัยประยุกต์ข้อคำถามจาก Recreation Experience Preference Scale (Driver, 1983) ที่มีขอบข่ายเหมาะสมกับกับบริบทของชาวไทย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประกอบด้วยความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 ทุกข้อ การตรวจสอบอำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้การทดสอบที (t-test) สามารถจำแนกกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกข้อ และแบบวัดมีค่าความเที่ยงทั้งฉบับเท่ากับ 0.827 การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสำรวจแบบออนไลน์ในเพจเฟซบุ๊กกลุ่มชมรมคนเดินป่า

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนาเพื่อใช้อธิบายข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง การตรวจสอบความเหมาะสมของชุดข้อมูลพิจารณาจากค่าสถิติ 2 ส่วนคือค่าสถิติไกเซอร์-เมเยอร์-โอล์กิน (Kaiser-Meyer-Olkin: KMO) เพื่อตรวจสอบความเพียงพอของตัวอย่าง (Kaiser, 1970) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) เพื่อตรวจสอบความเป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identify Metrix) ของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Intercorrelation Matrix) (Bartlett, 1950) สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax) เพื่อให้ได้องค์ประกอบที่เป็นอิสระต่อกัน เกณฑ์การคัดเลือกตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบพิจารณาจากแต่ละองค์ประกอบต้องมี 3 ตัวแปรขึ้นไปและมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.300 ขึ้นไป (Tabachnick & Fidell, 2001)

สรุปผลการวิจัย

1) ความเหมาะสมของชุดข้อมูล ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลพิจารณาจากค่าสถิติ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.903 (มากกว่า 0.500 และเข้าใกล้ 1) หมายความว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิเคราะห์มีความเหมาะสมต่อการใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Tabachnick & Fidell, 2001) และค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity พบว่าค่าสถิติ

ไค-สแควร์ ที่ใช้ในการทดสอบเท่ากับ 9017.453, $df = 666$, $Sig. = 0.000$ บ่งชี้ว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่าตัวแปรทั้ง 37 ตัว มีความสัมพันธ์กันที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบได้ (Netemeyer, Bearden & Sharma, 2003) สรุปได้ว่า ชุดข้อมูลนี้มีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติทดสอบ KMO และ Bartlett's Test

สถิติทดสอบ	ค่าสถิติ
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	0.903
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	Df
	Sig.
	9017.453
	666
	0.000

2) ความร่วมกันของตัวแปร (Communalities) พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหนึ่งกับตัวแปรอื่นๆ ที่เหลือทั้งหมด มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ถ้าตัวแปรใดมีค่าต่ำกว่า 0.400 ตัวแปรนั้นจำเป็นต้องตัดจากการสกัดองค์ประกอบ (Velicer & Fava, 1998) ผลการตรวจสอบพบว่าค่า Extraction Communality แต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.466-0.787 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จึงไม่ต้องตัดตัวแปรใดออก

3) จำนวนองค์ประกอบ ผลการสกัดองค์ประกอบและหมุนแกนองค์ประกอบเพื่อแยกตัวแปรให้เด่นชัดในแต่ละองค์ประกอบ ผลการวิเคราะห์พบว่าสามารถสกัดตัวแปรที่มีคุณลักษณะร่วมได้ 8 องค์ประกอบ ค่าไอเกนแต่ละองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 1.029-11.565 (มากกว่า 1.000) และค่าความแปรปรวนสะสมขององค์ประกอบที่สกัดได้เท่ากับ 64.330 (มากกว่าร้อยละ 60) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Pett, Lackey, & Sullivan, 2003) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 องค์ประกอบ ค่าไอเกน และร้อยละความแปรปรวนขององค์ประกอบ

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน		
	รวม	ร้อยละความแปรปรวน	ร้อยละความแปรปรวนสะสม
1	11.565	31.257	31.257
2	2.846	7.693	38.950
3	2.128	5.751	44.701
4	1.887	5.100	49.801

ตารางที่ 2 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ค่าไอแกน		
	รวม	ร้อยละความแปรปรวน	ร้อยละความแปรปรวนสะสม
5	1.554	4.199	54.000
6	1.476	3.990	57.990
7	1.317	3.558	61.548
8	1.029	2.782	64.330

4) องค์ประกอบและตัวแปร ผลการหมุนแกนแบบมุมฉากด้วยวิธีแวกซ์สามารถจัดกลุ่มตัวแปรได้ 8 องค์ประกอบ จำนวน 30 ตัวแปร จากเดิมมีจำนวน 37 ตัวแปร ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจคือการจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่และลดจำนวนตัวแปร ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการจัดองค์ประกอบของตัวแปร

ตัวแปร	องค์ประกอบ							
	1	2	3	4	5	6	7	8
เพื่อสร้างความรู้สึกเชื่อมั่นในตนเอง	.798							
เพื่อพัฒนาพลังใจ	.796							
เพื่อพัฒนาความรู้สึกภูมิใจในตนเอง	.765							
เพื่อรับรู้ความสามารถของตนเอง	.599							
เพื่อค้นหาแรงบันดาลใจ	.551							
เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ		.786						
เพื่อเข้าใจลักษณะภูมิศาสตร์ของพื้นที่		.781						
เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ		.681						
เพื่อสำรวจสถานที่แห่งใหม่		.623						
เพื่อพัฒนาทักษะการใช้ชีวิตในป่า			.753					
เพื่อประเมินทักษะการเอาตัวรอด			.718					
เพื่อทดสอบความอดทน			.625					
เพื่อให้ผู้อื่นเห็นความสามารถของตนเอง			.588					
เพื่อสัมผัสความรู้สึกท้าทาย			.543					

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ตัวแปร	องค์ประกอบ							
	1	2	3	4	5	6	7	8
เพื่อใช้ชีวิตท่ามกลางความเครียด				.815				
เพื่อให้จิตใจสงบ				.773				
เพื่อขจัดความเครียดให้หมดไป				.667				
เพื่อให้จังหวะชีวิตช้าลง				.592				
เพื่ออยู่ร่วมกับผู้ที่มีค่านิยมคล้ายตนเอง					.843			
เพื่อทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มเพื่อน					.833			
เพื่อพบปะผู้คนใหม่ๆ					.723			
เพื่อเฟลิตเฟลินไปกับเสียงธรรมชาติ						.802		
เพื่อสัมผัสอากาศบริสุทธิ์และอุณหภูมิที่ดี						.770		
เพื่อชมทิวทัศน์ธรรมชาติที่งดงาม						.735		
เพื่อค้นหาตัวตน							.590	
เพื่อแสวงหาสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ							.535	
เพื่อเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่างในตนเอง							.518	
เพื่อหลีกเลี่ยงจากความแออัดในเมือง								.789
เพื่อออกห่างจากงานและหน้าที่ไปชั่วคราว								.740
เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวัน								.608

5) การตั้งชื่อองค์ประกอบ จากตารางที่ 2 และตารางที่ 3 ผู้วิจัยจึงกำหนดชื่อเรียกองค์ประกอบของแรงจูงใจที่สะท้อนคุณลักษณะของตัวแปรต่างๆ ที่ถูกจัดอยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ซึ่งอธิบายความหมายของแต่ละองค์ประกอบได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ เพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกเชื่อมั่นในตนเอง เพื่อพัฒนาพลังใจ เพื่อพัฒนาความรู้สึกภูมิใจในตนเอง เพื่อรับรู้ความสามารถของตนเอง และเพื่อค้นหาแรงบันดาลใจ ค่าพิสัยอยู่ระหว่าง 0.551-0.798 อธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 31.527 เมื่อพิจารณาจากลักษณะแรงจูงใจโดยรวมพบว่ามี ความเกี่ยวข้องกับ ความเชื่อมั่น และ ความภาคภูมิใจ ผู้วิจัยจึงกำหนดชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การสร้าง ความมั่นใจให้กับตนเอง” (Enhance Self-Confidence)

องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อเข้าใจลักษณะภูมิศาสตร์ของพื้นที่ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและเพื่อพัฒนาทักษะการใช้ชีวิตในป่า

ค่าพิสัยอยู่ระหว่าง 0.623-0.786 อธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 7.693 เมื่อพิจารณาจากลักษณะแรงจูงใจโดยรวมพบว่ามี ความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาตนและการเรียนรู้ ผู้วิจัยจึงกำหนดชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การเรียนรู้” (Learning)

องค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ เพื่อพัฒนาทักษะการใช้ชีวิตในป่า เพื่อประเมินทักษะการเอาตัวรอด เพื่อทดสอบความอดทน เพื่อให้ผู้อื่นเห็นความสามารถของตนเอง และเพื่อสัมผัสความรู้สึกท้าทาย ค่าพิสัยอยู่ระหว่าง 0.543-0.753 อธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 5.751 เมื่อพิจารณาจากลักษณะแรงจูงใจโดยรวมพบว่ามี ความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะ ความสามารถและความท้าทาย ผู้วิจัยจึงกำหนดชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การพัฒนาทักษะและความท้าทาย” (Skill Development and Challenge)

องค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ เพื่อใช้ชีวิตท่ามกลางความเงียบ เพื่อให้จิตใจสงบ เพื่อขจัดความเครียดให้หมดไป และเพื่อให้จังหวะชีวิตช้าลง ค่าพิสัยอยู่ระหว่าง 0.592-0.815 อธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 5.100 เมื่อพิจารณาจากลักษณะแรงจูงใจโดยรวมพบว่ามี ความเกี่ยวข้องกับความสุขภาวะทางจิตใจ ผู้วิจัยจึงกำหนดชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “สุขภาวะทางจิตใจ” (Psychological Well-Being)

องค์ประกอบที่ 5 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ เพื่ออยู่ร่วมกับผู้ที่มีค่านิยมคล้ายตนเอง เพื่อทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มเพื่อน เพื่อพบปะผู้คนใหม่ๆ ค่าพิสัยอยู่ระหว่าง 0.723-0.843 อธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 4.199 เมื่อพิจารณาจากลักษณะแรงจูงใจโดยรวมพบว่ามี ความเกี่ยวข้องกับความเข้มแข็งทางสังคม ผู้วิจัยจึงกำหนดชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “สัมพันธภาพ” (Togetherness)

องค์ประกอบที่ 6 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ เพื่อเพลิดเพลินไปกับเสียงธรรมชาติ เพื่อสัมผัสอากาศบริสุทธิ์และอุณหภูมิที่ดี เพื่อชมทิวทัศน์ธรรมชาติที่งดงาม ค่าพิสัยอยู่ระหว่าง 0.735-0.802 อธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 3.990 เมื่อพิจารณาจากลักษณะแรงจูงใจโดยรวมพบว่ามี ความเกี่ยวข้องกับการพักผ่อนและความเพลิดเพลินไปกับธรรมชาติ ผู้วิจัยจึงกำหนดชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “ความเพลิดเพลินกับธรรมชาติ” (Enjoy Nature)

องค์ประกอบที่ 7 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ เพื่อค้นหาตัวตน เพื่อแสวงหาสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ เพื่อเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่างในตนเอง ค่าพิสัยอยู่ระหว่าง 0.518-0.590 อธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 3.558 อธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 3.558 เมื่อพิจารณาจากลักษณะแรงจูงใจโดยรวมพบว่ามี ความเกี่ยวข้องกับการพิจารณาและทบทวนความคิดหรือความรู้สึกของตนเอง ผู้วิจัยจึงกำหนดชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การใคร่ครวญความคิดตนเอง” (Introspection)

องค์ประกอบที่ 8 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ เพื่อหลีกเลี่ยงจากความแออัดในเมือง เพื่อออกกำลังกายจากงานและหน้าที่ไปชั่วคราว และเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวัน ค่าพิสัยอยู่ระหว่าง 0.608-0.789 อธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 2.782 เมื่อพิจารณาจากลักษณะแรงจูงใจโดยรวมพบว่ามี

ความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจและความวุ่นวายในชีวิตประจำวันหรือต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ ผู้วิจัยจึงกำหนดชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การหลีกเลี่ยงความกดดัน” (Escape Pressures)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและการสกัดองค์ประกอบพบว่าจำนวนตัวแปรสังเกตได้ลดลง และจัดกลุ่มตัวแปรใหม่ในรูปองค์ประกอบรวมได้จำนวน 8 องค์ประกอบ ครอบคลุมทั้งแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก สอดคล้องกับผลการวิจัยในต่างประเทศที่พบว่าแรงจูงใจที่กระตุ้นให้บุคคลเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวและนันทนาการเชิงผจญภัยมีหลากหลายมิติ (Buckley, 2012) นอกจากนี้ พบว่าแรงจูงใจแต่ละมิติมีความสำคัญแตกต่างกันไป เช่น ผลสำรวจในนอร์เวย์พบว่าความแปลกใหม่ การได้รับการยอมรับ และการได้ออกกำลังกายเป็นแรงจูงใจหลักของนักเดินป่า (Mehmetoglu & Normann, 2013) ผลสำรวจในตุรกีระบุว่าความหลีกเลี่ยงความกดดันจากวิถีชีวิตเป็นแรงจูงใจที่สำคัญอย่างมากต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเดินป่า (Balli & Canoglu, 2017) ผลสำรวจในอินโดนีเซียพบว่าแรงจูงใจที่โดดเด่นของนักเดินป่าคือการเรียนรู้และการเข้าสังคม (Gaffar, Yuniawati, & Ridwanudin, 2019) สรุปได้ว่าความสำคัญของแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเดินป่าแต่ละมิตินั้นมีความแตกต่างกันตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ

ข้อค้นพบที่น่าสนใจจากการศึกษาครั้งนี้คือแรงจูงใจ 3 ลำดับแรกของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมเดินป่าระยะไกลคือการสร้างมั่นใจให้กับตนเอง การเรียนรู้ และการพัฒนาทักษะและความท้าทาย แสดงให้เห็นว่าการสร้างความมั่นใจให้กับตนเองเป็นแรงขับภายในลำดับแรก สอดคล้องกับแนวคิดทางจิตวิทยาที่กล่าวว่าความเชื่อมั่นในตนเองเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อสมรรถภาพทางจิตใจและเป็นลักษณะบุคลิกภาพที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตในแง่ต่างๆ ของบุคคล (Maslow, 1954) เช่นเดียวกับแนวคิดทางจิตวิทยาการกีฬาและการออกกำลังกายที่กล่าวว่าความเชื่อมั่นในตนเองส่งผลต่อการแสดงความสามารถและความสำเร็จทางการกีฬาหลายประการ (Weinberg & Gould, 2011) แรงจูงใจด้านการพัฒนาทักษะและความท้าทายพบว่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Buckley (2012) ซึ่งสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยจำนวน 50 เรื่อง พบว่าการพัฒนาทักษะและการเอาชนะความท้าทายเป็นหนึ่งในแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมผจญภัย แรงจูงใจด้านการเรียนรู้สอดคล้องกับการสำรวจของ Adventure Travel Trade Association (2017) ที่ระบุว่าการเรียนรู้เป็นหนึ่งในแรงจูงใจที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย สรุปได้ว่าแรงจูงใจภายในเป็นแรงขับที่มีความสำคัญต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเดินป่าระยะไกลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อเสนอแนะการวิจัย

- 1) ผู้ประกอบการนำเที่ยวเดินป่าควรพัฒนากิจกรรมเดินป่าเพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้รับประสบการณ์ที่สอดคล้องกับแรงจูงใจ และควรฝึกอบรมเสริมทักษะนักสื่อความหมายธรรมชาติให้กับมัคคุเทศก์ ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพบริการ
- 2) กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ควรทำการศึกษาสำรวจข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อประเมินศักยภาพและความพร้อมของเส้นทางเดินป่าสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ
- 3) การศึกษาวิจัยในอนาคต ควรศึกษาประเด็นต่างๆ ได้แก่ แรงจูงใจในการเดินป่าของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจในเดินป่าของชาวไทยและชาวต่างประเทศ การรับรู้ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการประกอบกิจกรรมเดินป่า

เอกสารอ้างอิง

เนชั่นเนล จีโกราฟฟิค (ฉบับภาษาไทย). 2561. *เดินป่าในประเทศไทยกับระดับความยากที่ต่างกัน*.

จาก www.ngthai.com/travel/15674/thailandtrails-level/

Adventure Travel Trade Association. 2017. *Research Reveals Adventure Travelers*

Primarily Motivated by Transformation. จาก www.adventuretravelnews.com/research-reveals-adventure-travelers-primarily-motivated-by-transformation

research-reveals-adventure-travelers-primarily-motivated-by-transformation

Balli, E., & Canoğlu, M. 2017. Identifying motivational factors for trekking activities.

Journal of Recreation and Tourism Research, 4(4), 94-105.

Bartlett, M. S. 1950. Tests of significance in factor analysis. *British Journal of Statistical*

Psychology, 3(2), 77-85.

Buckley, R. 2006. Adventure tourism research: A guide to the literature. *Tourism*

Recreation Research, 31(2), 75-83.

Buckley, R. 2012. Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the

risk recreation paradox. *Tourism Management*, 33(4), 961-970.

Driver, B. L. 1983. *Master list of items for recreation experience preference scales and*

domains. Unpublished document. USDA Forest Service, Fort Collins, CO: Rocky Mountain Forest and Range Experiment Station.

Gaffar, V., Yuniawati, Y., & Ridwanudin, O. 2019. A study of outdoor recreation motivation

and activity preferences. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 54(3), 1-10.

- Gross, S., & Sand, M. 2019. Adventure tourism: a perspective paper. *Tourism Review*, 75(1), 153-157.
- Kaiser, H. 1970. A second generation little jiffy. *Psychometrika*, 35(4), 401-15.
- Maslow, A. H. 1954. *Motivation and personality* (2ed ed.). New York: Harpen & Row Publisher, Inc.
- Mehmetoglu, M., & Normann, Ø. 2013. What influences tourists' overall holiday experience? tourism company products versus destination products. *European Journal of Tourism Research*, 6(2), 183-191.
- Muhar, A., Schauppenlehner, T., Brandenburg, C., & Arnberger, A. 2007. Alpine summer tourism. The mountaineers' perspective and consequences for tourism strategies in Austria. *Forest Snow and Landscape Research*, 81(1/2), 7-17.
- Mundfrom, D. J., Shaw, D. G., & Ke, T. L. 2005. Minimum sample size recommendations for conducting factor analyses. *International Journal of Testing*, 5(2), 159–168.
- Netemeyer, R. G., Bearden, W. O., & Sharma, S. 2003. *Scaling procedures: Issues and applications*. London: SAGE Publications.
- Pett, M. A., Lackey, N. R., & Sullivan, J. J. 2003. *Making sense of factor analysis: The use of factor analysis for instrument development in health care research*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. 2001. *Using multivariate statistics* (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Velicer, W. F., & Fava, J. L. 1998. Effects of variable and subject sampling on factor pattern recovery, *Psychological Methods* 3(2), 231-251.
- Weber, K. 2001. Outdoor adventure tourism: A review of research approach. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 360-377.
- Weinberg, R. S., & Gould, D. 2011. *Foundations of sport and exercise psychology* (5th ed.). Champaign, IL: Human Kinetics.
- World Tourism Organization. 2019. *Walking Tourism: Promoting Regional Development*. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420520>