



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อ
การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

(Demand and Behaviors of Foreign Tourists to
the Green Tourism in Municipality of Chiang Rai)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนสิมากุล และคณะ

ตุลาคม 2558

บทสรุปผู้บริหาร

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย
(ภาษาอังกฤษ) Demand and Behaviors of Foreign Tourists to
the Green Tourism in Municipality

ผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนสิมากุล
 ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรุณศิริ ใจมา
 นายณัฐพล ป่าไร่

หน่วยงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้หลักให้กับประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2554 พบว่า ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นจำนวนทั้งสิ้น 776,217 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.94 (รายงานประจำปี 2554 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

กล่าวได้ว่า รายได้จากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการขยายตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การลงทุน การจ้างงาน การสร้างอาชีพ และการกระจายรายได้ไปยังภาคส่วนต่างๆ ของประเทศ ซึ่งผลต่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ไปอีกด้วย

ขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวก็ได้ก่อให้เกิดปัญหาต่อเมืองอย่างมากมาย ทั้งในเรื่องความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นต่างๆ ทั้งนี้ จากทั้งนี้ จากรายงานของ องค์การการท่องเที่ยวโลก (The United Nations World Tourism Organization : UNWTO) ระบุว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มากถึง 4.95% ของปริมาณการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ทั้งหมด โดยสัดส่วนการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มาจากภาคการขนส่งมากเป็นอันดับ 1 คือ 75% รองลงมาเป็นบริการที่พัก 21% และกิจกรรมท่องเที่ยว 4% อย่างไรก็ตาม หากทุกอย่างยังคงดำเนินต่อไปเช่นนี้ คาดว่า ภายในปี พ.ศ. 2578 ปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากภาคการท่องเที่ยวจะเพิ่มสูงถึง 130% ส่งผลให้โลกของเราร้อนมากขึ้นไปอีก

ด้วยตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งเป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศจึงได้ริเริ่มจัดทำโครงการและแผนงานท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว รวมถึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามาร่วมกันส่งเสริมสร้างจิตสำนึกและการปฏิบัติในการลดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

ภายใต้โครงการที่มีชื่อว่า 7 Greens “ท่องเที่ยวสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” ซึ่งเป็นแนวคิดที่ต้องการให้เกิดการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมภายใต้โครงการปฎิญญารักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมุ่งให้เกิดผลสำคัญ 2 ประการ คือ การลดผลกระทบจากภาวะโลกร้อนและสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเชื่อว่า โครงการดังกล่าวจะสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงระดับทัศนคติและนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวคุณภาพสำหรับแนวคิด 7 Greens ประกอบด้วย แนวคิด 7 ประการ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

Green Heart	เที่ยวด้วยใจคิด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
Green Logistics	เที่ยวใกล้-ไกล เลือกใช้ (พาหนะ) พลังงานสะอาด
Green Attraction	จัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความยั่งยืน
Green Activity	เลือก กิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
Green Community	เที่ยวอย่างรู้ค่า รักษาเอกลักษณ์ชุมชน
Green Service	จัดการธุรกิจ ตระหนักคิด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
Green Plus	จิตอาสา พาโลกสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมดังกล่าวเป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์และเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความยั่งยืน นับเป็นการต่อยอดจากแนวคิดจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญต่อทรัพยากรธรรมชาติในแง่ของการท่องเที่ยวในประเทศ ว่าทุกรายการการท่องเที่ยวนั้นย่อมมีต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้น

การท่องเที่ยวลักษณะดังกล่าว จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวที่เน้นไปที่การแสวงหาความสงบเรียบง่ายในชีวิต ใกล้ชิดธรรมชาติแบบไม่รบกวนสิ่งแวดล้อม ด้วยการเลือกทำกิจกรรมที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เช่น เปลี่ยนบรรยากาศมาพักแรมแบบ แคมป์ปิ้งบ้าง หรือเลือกที่จะเดินเท้า ปั่นจักรยาน พายเรือชมธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชนแทน นอกจากจะเป็นการออกกำลังกายไปในตัวแล้ว การใช้ชีวิตที่ช้าลงก็ทำให้นักท่องเที่ยวได้พบกับความงดงามของชีวิตในอีกรูปแบบหนึ่ง

ด้วยเหตุผลสำคัญดังกล่าว การศึกษาค้นคว้าจึงมุ่งศึกษา ความรู้ ทัศนคติ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพราะทั้ง 3 องค์ประกอบนี้จะเป็นข้อมูลสำคัญต่อการนำมาวางแผนเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีบุคลิกเฉพาะบางอย่างที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวลักษณะแบบนี้ และข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ยังเป็นประโยชน์ต่อการนำไปวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะมากขึ้น ซึ่งผู้เกี่ยวข้องจะสามารถนำไปกำหนดอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างถูกต้องและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.2.3 เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะ ทักษะ ความตระหนัก และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่นและเกาหลี รวมจำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่หลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวหลักในจังหวัดเชียงราย

ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย 1 ปี

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ความรู้ ทักษะ ทักษะ ความตระหนัก และแรงจูงใจมาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.4 วิธีการดำเนินวิจัย

1.4.1.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่สนใจท่องเที่ยวแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป อเมริกา และเอเชีย (เกาหลีและญี่ปุ่น) โดยผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เหตุผลที่ได้เลือกเจาะเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป อเมริกาและเอเชีย (เกาหลีและญี่ปุ่น) เป็นหลักนั้น เพราะเป็นนักท่องเที่ยวที่นิยมมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ และยังเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเรื่องการท่องเที่ยวแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ในแหล่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมไป โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ เช่น เกสต์เฮาส์ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ น้ำพุร้อน และสปา

สำหรับจำนวนการสุ่มตัวอย่างนั้น ได้กำหนดสัดส่วนนักท่องเที่ยว 3 กลุ่มสัญชาติในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวสัญชาติยุโรป อเมริกา และเกาหลี-ญี่ปุ่น ประมาณกลุ่มละ ร้อยละ

33

1.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การทดสอบเครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

แบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศ ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวคิดเรื่องแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP) ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสร้างข้อคำถาม โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) แบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก คือข้อมูลส่วนบุคคลความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และข้อมูลเกี่ยวกับ ความรู้ ทักษะ ความตระหนักการท่องเที่ยวนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ได้คำตอบความต้องการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด 3 ส่วนประกอบกันในการสร้างเครื่องมือ โดยแนวคิดใช้องค์ประกอบ 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) ด้านการบริการที่พัก (Accommodation) ด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) โดยนำแนวคิดเรื่อง 7 Greens และทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย มาประยุกต์ใช้ในการตั้งคำถาม

1.4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการ ความรู้ ทักษะ ความตระหนัก และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศในแหล่งท่องเที่ยวหลักของ 2 จังหวัดใหญ่ คือ เชียงใหม่ (ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีเส้นทางมาเที่ยวยังจังหวัดเชียงรายด้วย) และเชียงราย หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อนำไปเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในออกแบบรูปแบบท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงรายที่เหมาะสมต่อไป

1.4.4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) คำถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ใช้วิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) ด้วยการแจกแจงความถี่ และแสดงค่าเป็นร้อยละ

2) คำถามเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทัศนคติ ความตระหนัก และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมใช้วิธีการคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความหมายของค่าเฉลี่ยโดยรวม โดยลักษณะคำถามเป็นการวัดโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าโดยให้ผู้ตอบเลือกระดับความเห็นด้วย 5 ระดับจากระดับมากที่สุดถึงระดับน้อยที่สุดโดยวิธี Likert Scale

3) คำถามเกี่ยวกับความรู้ นั้น ใช้วิธีการคำนวณคะแนนรวมเป็นรายข้อ จากนั้นนำคะแนนของทุกคนมาหาค่าเฉลี่ย

4) ข้อมูลเกี่ยวกับการหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ ความตระหนัก แรงจูงใจ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

5) ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุนิยม (Multiple Regression) แบบ stepwise เพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2. สรุปผลการดำเนินงาน

การศึกษาเรื่อง ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย เพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการ ความรู้ ทัศนคติ ความตระหนัก และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศเพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงรายที่เหมาะสมต่อไปในอนาคต สามารถสรุปผลการดำเนินงานได้ดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 51) และเพศหญิง (ร้อยละ 49)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ ระหว่าง 21 - 30 ปี (ร้อยละ 41.3) รองลงมาคือ 31 - 39 ปี (ร้อยละ 17.8) และ 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 11.8)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างอิสระ (ร้อยละ 23.5) รองลงมาคือ นักศึกษา (ร้อยละ 20.3) และ พนักงานบริษัท (ร้อยละ 19.8)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 66.5) รองลงมาคือ อนุปริญญา / ปวส. (ร้อยละ 16.3) และมัธยมศึกษา / ปวช. (ร้อยละ 14.5)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัญชาติยุโรป (ร้อยละ 38) รองลงมาคือ อเมริกา (ร้อยละ 25.3) และ ญี่ปุ่น (ร้อยละ 19.3)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงรายครั้งแรก (ร้อยละ 72.5) รองลงมาคือ ครั้งที่สอง (ร้อยละ 19) และ มากกว่า 3 ครั้ง (ร้อยละ 4.5)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงรายด้วยวัตถุประสงค์ท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติที่สวยงาม / อาหารท้องถิ่น / ศิลปะและวัฒนธรรม และแคมป์) (ร้อยละ 34.8) รองลงมาคือ ทำงาน (ประชุม / ทำธุรกิจ) (ร้อยละ 33.3)
- สื่อที่มีอิทธิพลกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เป็นเพราะ การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงราย (ร้อยละ 20.49) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของแหล่งช้อปปิ้ง โดยเฉพาะสินค้าท้องถิ่น (ร้อยละ 15.12) และ เอกลักษณ์ของวัฒนธรรม, วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น (ร้อยละ 13.81)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 42.8) รองลงมาคือ มาคนเดียว (ร้อยละ 33.5) และ มากับสมาชิกในครอบครัว (ร้อยละ 17.3)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาพำนักในเชียงราย 4-5 วัน (ร้อยละ 36.8) รองลงมาคือ 6-7 วัน (ร้อยละ 32) และ มากกว่านั้น (ร้อยละ 16)

2) ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) นั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการอาหาร มีความสะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี (4.23) ชุมชนไม่มีปัญหาสภาพแวดล้อม เช่น มลภาวะทาง

อากาศ ขยะ น้ำเน่าเสีย (4.10) ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และธรรมชาติ (3.94) เป็น 3 อันดับแรก

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการอาหารมีความสะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี สูงกว่าข้ออื่นๆ

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) กลุ่มตัวอย่างต้องการกลุ่มตัวอย่างต้องการมีระบบขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จักรยาน รถราง หรือรถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ (3.68) เป็นอันดับแรก

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการมีระบบขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จักรยาน รถราง หรือรถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ สูงกว่าข้ออื่นๆ

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการบริการที่พัก (Accommodation) ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการที่พักมีระบบพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การใช้หลอดประหยัดไฟ สูงกว่าข้ออื่นๆ

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) นั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวมีลักษณะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ขี่จักรยาน การออกกำลังกายแบบโยคะ การเดินชมธรรมชาติ ฯลฯ (3.72) เป็นอันดับแรก

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรบนั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน สูงกว่าข้ออื่นๆ ขณะที่ชาวอเมริกา และญี่ปุ่น-เกาหลี ต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวมีลักษณะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ขี่จักรยาน การออกกำลังกายแบบโยคะ การเดินชมธรรมชาติ ฯลฯ สูงกว่าข้ออื่นๆ

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) นั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการมีป้ายและเครื่องหมายที่สื่อสารเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (3.73) เป็นอันดับแรก

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรปและเกาหลี-ญี่ปุ่นนั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการมีป้ายและเครื่องหมายที่สื่อสารเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสูงกว่าข้ออื่นๆ ขณะที่ชาวอเมริกาต้องการร้านอาหารมีความสะอาดและปลอดภัยจากสารพิษ สูงกว่าข้ออื่นๆ

3) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

- กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด (3.96) ท่านจะไม่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการของแหล่งท่องเที่ยวที่ทำลายสภาพแวดล้อม (3.77) และท่านจะเลือกท่องเที่ยวในชุมชนหรือสถานที่ที่มีแนวทางการอนุรักษ์และจัดการสิ่งแวดล้อม (3.73) เป็น 3 อันดับแรก

- พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมอยู่ในระดับมากใกล้เคียงกัน

4) ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ ความตระหนักของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

-ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ระดับปานกลาง หรือกึ่งหนึ่งจากคะแนนเต็ม

-ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมอยู่ในระดับมากใกล้เคียงกัน คือ อยู่ระดับปานกลาง หรือกึ่งหนึ่งจากคะแนนเต็ม

-ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก (3.66)

-ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรป และญี่ปุ่น-เกาหลีนั้นอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกันนั้นอยู่ระดับปานกลาง

-ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง (3.38)

-ความตระหนักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวญี่ปุ่นนั้นอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกันและญี่ปุ่น-เกาหลีนั้นอยู่ระดับปานกลาง

5) ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

-กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันการมาท่องเที่ยว อยากหลบหนีจากชีวิตประจำวัน (3.97) เป็นอันดับแรก รองลงมาเป็น ต้องการคลายเครียด (3.90) และอยากพัฒนามิตรภาพกับเพื่อน ระหว่างท่องเที่ยว (3.79)

-แรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวญี่ปุ่นนั้นอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกันและญี่ปุ่น-เกาหลีนั้นอยู่ระดับปานกลาง

-กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดการมาท่องเที่ยว เรื่องอากาศดีและความปลอดภัย (3.97) เป็นอันดับแรก รองลงมาเป็น ศิลปะและวัฒนธรรม (3.87) และ ทิวทัศน์ที่สวยงาม (3.85)

-แรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้นอยู่ในระดับมาก

6) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ ความตระหนัก และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

-ความรู้การท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ระดับ 0.122 หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 12.2

-ทัศนคติการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ระดับ 0.519 หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า ทัศนคติการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 51.9

-ความตระหนักการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ระดับ 0.474 หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความตระหนักเกี่ยวกับ

การทองเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 47.4

-แรงจูงใจการทองเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านแรงผลักดันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ระดับ 0.526 และด้านแรงดึงดูด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 0.534 หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า แรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันเกี่ยวกับการทองเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 52.6 และ แรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดเกี่ยวกับการทองเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 53.4

7) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอยพหุคูณ

การพยากรณ์ตัวแปรอิสระต่างๆ จำนวน 5 ตัวแปรที่มีต่อพฤติกรรมทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีทั้งหมด 2 ตัวแปร คือ ทศนคติการทองเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ แรงจูงใจ การมาทองเที่ยว ด้านแรงดึงดูด

หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มี 2 ปัจจัย คือ ทศนคติการทองเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ แรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูด

3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

3.1 ได้ลักษณะและองค์ความรู้เกี่ยวกับความต้องการ พฤติกรรม ความรู้ ความตระหนัก ทศนคติ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีลักษณะเฉพาะทำให้สามารถนำไปกำหนดรูปแบบการจัดการทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะนี้ได้

3.2 ผลที่ได้รับนำไปสู่การวางแผน พัฒนาและออกแบบกิจกรรมการทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

3.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เอกสารเผยแพร่และองค์ความรู้เกี่ยวกับลักษณะของความ ต้องการ พฤติกรรม ความรู้ ความตระหนัก ทศนคติ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เกี่ยวกับการทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไปยังกลุ่มเป้าหมายและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 500 เล่ม

4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

4.1 สร้างเครือข่าย โดยการเป็นวิทยากรอบรมให้ผู้สนใจในหน่วยงานต่างๆ

4.2 แจกเอกสารเผยแพร่ลักษณะของความ ต้องการ พฤติกรรม ความรู้ ความตระหนัก ทศนคติ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการทองเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไปยังกลุ่มเป้าหมายและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.4 การเผยแพร่ลักษณะของความต้องการ พฤติกรรม ความรู้ ความตระหนัก ทักษะ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในรูปแบบเอกสารเล่มเล็กและแทรกด้วยแผ่น CD จำนวน 500 ชุด

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเรื่อง ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย

Demand and Behaviors of Foreign Tourists to the Green Tourism in Municipality of Chiang Rai

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี 2557 จำนวนเงิน บาท

ระยะเวลาการวิจัย 1 ปี เริ่มทำการวิจัยเมื่อ เดือน พฤษภาคม 2555 – เมษายน 2556

ชื่อผู้วิจัย

1.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสีมากุล

2.ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์

3.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรุณศิริ ใจมา

4.นายณัฐพล ป่าไร่

การศึกษาเรื่อง ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย เพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการ ความรู้ ทักษะ ทศนคติ ความตระหนัก และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสัญชาติยุโรป อเมริกา และเกาหลี-ญี่ปุ่น จำนวน 400 ชุด และเพื่อให้ได้คำตอบความต้องการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย

ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่า *ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)* กลุ่มตัวอย่างต้องการอาหารมีความสะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี และชุมชนไม่มีปัญหาสภาพแวดล้อม *ด้านการบริการที่พัก (Accommodation)* ต้องการที่พักมีระบบพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม *ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access)* ต้องการมีระบบขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม *ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ (Activities)* และ *ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)* ต้องการมีป้ายและเครื่องหมายที่สื่อสารเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด การไม่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการของแหล่งท่องเที่ยวที่ทำลายสภาพแวดล้อม และการเลือกท่องเที่ยวในชุมชนหรือสถานที่ที่มีแนวทางการอนุรักษ์และจัดการสิ่งแวดล้อม เป็น 3 อันดับแรก

ความรู้และความตระหนักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอยู่ระดับปานกลางหรือกึ่งหนึ่งจากคะแนนเต็ม ส่วนทัศนคติต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านแรงจูงใจ พบว่า แรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันการมาท่องเที่ยวคือ อยากหลบหนีจาก

ชีวิตประจำวัน ส่วนแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดการมาท่องเที่ยว เป็นเรื่องอากาศดีและความปลอดภัย ศิลปะและวัฒนธรรมและ ทิวทัศน์ที่สวยงาม ตามลำดับ

นอกจากนี้ ผลการศึกษา ยังพบว่า ความรู้ ทักษะ ทักษะ ความตระหนัก และแรงจูงใจการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่ามี 2 ปัจจัย คือ ทักษะการเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ แรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูด

ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปออกแบบรูปแบบท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงรายที่เหมาะสมต่อไปในอนาคต

Abstract

Research Project Title: Demand and Behaviors of Foreign Tourists to
the Green Tourism in Municipality of Chiang Rai

This research project was sponsored by Research Fund 2014 withBaht

Duration starting from May 2012 to April 2013

Researchers: 1. Asst.Prof. Dr. Komsan Rattansimakul
2. Dr. Kwanfah Sripraphan
3. Asst. Prof. Dr. Wiroonsiri Jaima
4. Mr. Natthapon Parai

This study aimed to examine the behaviors, needs, knowledge, attitude, awareness and motivation in travelling friendly to the environment of the foreign tourists from Europe, America, Korea and Japan. 400 questionnaires were administrated to them in order to reflect their needs and tourism behaviors toward green tourism in Chiang Rai Municipality.

The results revealed that the foreign tourists' needs towards green tourism on the "*Attraction*" included: the respondents needed clean food and free from chemical with environmental problem free communities. On the "*Accommodation*" service, it was found that the sampling groups needed energy system green environment. On the "*Transportation and Travel Facilities*", it focused on transportation system green environment. And on the "*Travelling Activities and Destination Amenities*", the respondents needed communication cut-board and symbols informing how to be green environment.

On the tourists' behaviors toward green environment, it revealed that the respondents had strictly followed the regulations set in each touring site. They did not buy products and used the services that damaged the environment. They decided to travel to the touristic areas in the communities or zones where the environmental preservation and management was campaigned with the first following aspects:

The respondents' knowledge and awareness of green environmental tourism appeared at a moderate level, the attitude towards tourism green to environment was found at a high level, while the tourists' motivation for travelling on pushing

factor was to avoid repetitive daily life activities, and the attracting factors included good climate and safety, art and culture and beautiful scenery respectively.

On the knowledge, attitude, awareness and motivation on tourism green environment appeared correlative to the tourists' behaviors with two factors: the attitude towards tourism green environment and the motivation on attracting factor.

The results of this study are therefore beneficial for those who are working on tourism promotion to design the appropriate tourism patterns green environment.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการศึกษาเรื่อง ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย จัดทำขึ้นด้วยความคาดหวังว่า การศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและเทศบาลนครเชียงราย ในการนำไปกำหนดรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะนี้ได้ อีกทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะได้นำไปวางแผนสร้างอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยคาดหวังจะนำไปวางแผนทางการตลาด และกลยุทธ์สื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม และตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะเฉพาะ อันจะเกิดประโยชน์ต่อการใช้งบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างตลาดการท่องเที่ยวโดยเจาะกลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ที่ให้ทุนสนับสนุนการทำวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย หน่วยงาน และบุคคล ตลอดจนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนการทำวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้วิจัย

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	1-i
บทคัดย่อ	1-x
Abstract	1-xii
บทที่ 1 บทนำ	1-1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1-1
วัตถุประสงค์ของแผนงาน	1-2
ขอบเขตการวิจัย	1-3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	1-3
กรอบการวิจัย	1-4
ประโยชน์ที่ได้รับ	1-5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	1-6
แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	1-6
เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	1-20
กรอบแนวคิดในการวิจัย	1-22
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	1-24
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	1-24
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	1-24
การเก็บรวบรวมข้อมูล	1-25
การวิเคราะห์ข้อมูล	1-25
บทที่ 4 ผลการวิจัย	1-27
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	1-27
ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	1-33
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของ นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	1-49
ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติ ความตระหนักของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	1-52

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	1-57
ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ ทักษะ ความตระหนัก และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	
ชาวต่างประเทศกับพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1-65
การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอยพหุคูณ	1-67
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	1-68
สรุป อภิปรายผล	1-68
ข้อเสนอแนะ	1-73
เอกสารอ้างอิง	1-76
ภาคผนวก	1-78

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละเพศของกลุ่มตัวอย่าง	1-27
4.2 จำนวนและร้อยละอายุของกลุ่มตัวอย่าง	1-28
4.3 จำนวนและร้อยละอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	1-28
4.4 จำนวนและร้อยละจำนวนระดับการศึกษา	1-29
4.5 จำนวนและร้อยละสัญชาติของกลุ่มตัวอย่าง	1-29
4.6 จำนวนและร้อยละจำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างมาเที่ยวเชียงราย	1-29
4.7 จำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างมาเที่ยวเชียงราย	1-30
4.8 จำนวนและร้อยละสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย	1-31
4.9 จำนวนและร้อยละบุคคลผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของกลุ่มตัวอย่าง	1-31
4.10 จำนวนและร้อยละระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างพำนักในเชียงราย	1-32
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	1-33
4.12 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	1-35
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access)	1-37
4.14 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก ในการเดินทาง (Access) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	1-38
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้าน การบริการที่พัก (Accommodation)	1-40
4.16 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการบริการที่พัก (Accommodation) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	1-41
4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้าน กิจกรรมต่างๆ (Activities)	1-43
4.18 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	1-44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)	1-46
4.20 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	1-47
4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง	1-49
4.22 ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	1-51
4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง	1-52
4.24 ค่าเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	1-53
4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1-53
4.26 ค่าเฉลี่ยทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	1-54
4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความตระหนักของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1-55
4.28 ค่าเฉลี่ยความตระหนักของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	1-56
4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	1-57
4.30 ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างแยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	1-59
4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	1-61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.32 ค่าเฉลี่ยแรงงูใจ ด้านแรงดึงดูดการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างแยกเป็น รายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	1-63
4.33 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความรู้การท่องเที่ยวแบบเป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1-65
4.34 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทัศนคติการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1-65
4.35 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักการท่องเที่ยวแบบเป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1-66
4.36 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงงูใจการท่องเที่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1-66
4.37 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อพยากรณ์ตัวแปรอิสระที่มีต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1-67

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
4.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	34
4.2 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	36
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access)	37
4.4 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	39
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการบริการที่พัก (Accommodation)	40
4.6 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการบริการที่พัก (Accommodation) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	42
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities)	43
4.8 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	45
4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)	46
4.10 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	48
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง	50
4.12 ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	52
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	58
4.14 ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	60
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	62
4.16 ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว	64

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้หลักให้กับประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ.2554 พบว่า ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นจำนวนทั้งสิ้น 776,217 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.94 (รายงานประจำปี 2554 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

กล่าวได้ว่า รายได้จากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการขยายตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การลงทุน การจ้างงาน การสร้างอาชีพ และการกระจายรายได้ไปยังภาคส่วนต่างๆ ของประเทศ ซึ่งผลต่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ไปอีกด้วย

ขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวก็ได้ก่อให้เกิดปัญหาต่อเนื่องอย่างมากมาย ทั้งในเรื่องความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นต่างๆ ทั้งนี้ จากทั้งนี้ จากรายงานของ **องค์การการท่องเที่ยวโลก (The United Nations World Tourism Organization : UNWTO)** ระบุว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มากถึง 4.95% ของปริมาณการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ทั้งหมด โดยสัดส่วนการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มาจากภาคการขนส่งมากเป็นอันดับ 1 คือ 75% รองลงมาเป็นบริการที่พัก 21% และกิจกรรมท่องเที่ยว 4% อย่างไรก็ตาม หากทุกอย่างยังคงดำเนินต่อไปเช่นนี้ คาดว่า ภายในปี พ.ศ. 2578 ปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากภาคการท่องเที่ยวจะเพิ่มสูงถึง 130% ส่งผลให้โลกของเราร้อนมากขึ้นไปอีก

ด้วยตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งเป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยจึงได้ริเริ่มจัดทำโครงการและแผนงานท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว รวมถึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามาร่วมกันส่งเสริมสร้างจิตสำนึกและการปฏิบัติในการลดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้โครงการที่มีชื่อว่า 7 Greens “**ท่องเที่ยวสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม**” ซึ่งเป็นแนวคิดที่ต้องการให้เกิดการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมภายใต้โครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมุ่งให้เกิดผลสำคัญ 2 ประการ คือ การลดผลกระทบจากภาวะโลกร้อนและสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเชื่อว่า โครงการดังกล่าวจะสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงระดับทัศนคติและนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวคุณภาพสำหรับแนวคิด 7 Greens ประกอบด้วย แนวคิด 7 ประการ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

Green Heart	เที่ยวด้วยใจคิด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
Green Logistics	เที่ยวใกล้-ไกล เลือกใช้ (พาหนะ) พลังงานสะอาด
Green Attraction	จัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความยั่งยืน

Green Activity	เลือก กิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
Green Community	เที่ยวอย่างรู้ค่า รักษาเอกลักษณ์ชุมชน
Green Service	จัดการธุรกิจ ตระหนักคิด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
Green Plus	จิตอาสา พาโลกสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมดังกล่าวเป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์และเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความยั่งยืน นับเป็นการต่อยอดจากแนวคิดจัดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญต่อทรัพยากรธรรมชาติในแง่ของการท่องเที่ยวในประเทศ ว่าทุกรายการการท่องเที่ยวนั้นย่อมมีต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้น

การท่องเที่ยวลักษณะดังกล่าว จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวที่เน้นไปที่การแสวงหาความสงบเรียบง่ายในชีวิต ใกล้ชิดธรรมชาติแบบไม่รบกวนสิ่งแวดล้อม ด้วยการเลือกทำกิจกรรมที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เช่น เปลี่ยนบรรยากาศมาพักแรมแบบ แคมป์ปิ้งบ้าง หรือเลือกที่จะเดินเท้า ปั่นจักรยาน พายเรือชมธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชนแทน นอกจากจะเป็นการออกกำลังกายไปในตัวแล้ว การใช้ชีวิตที่ช้าลงก็ทำให้นักท่องเที่ยวได้พบกับความงดงามของชีวิตในอีกรูปแบบหนึ่ง

ด้วยเหตุผลสำคัญดังกล่าว การศึกษารั้วนี้จึงมุ่งศึกษา ความรู้ ทักษะ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพราะทั้ง 3 องค์ประกอบนี้จะเป็นข้อมูลสำคัญต่อการนำมาวางแผนเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีบุคลิกเฉพาะบางอย่างที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวลักษณะแบบนี้ และข้อมูลที่ได้จากการศึกษารั้วนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อการนำไปวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะมากขึ้น ซึ่งผู้เกี่ยวข้องจะสามารถนำไปกำหนดอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างถูกต้องและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน

1.2.1 เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.2.3 เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะ ความตระหนัก และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่นและเกาหลี รวมจำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่หลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวหลักในจังหวัดเชียงราย

ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย 1 ปี

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ความรู้ ทักษะ ทักษะ ความตระหนัก และแรงจูงใจมาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเน้นการแสวงหาความเรียบง่ายในชีวิต มีความใกล้ชิดกับธรรมชาติ ไม่รบกวนสิ่งแวดล้อม และจะต้องมีการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด ไม่ถูกทำลายไปซึ่งประกอบไปด้วยแนวคิด 7 Greens คือ Green Heart, Green Logistics, Green Attraction, Green Activity, Green Community, Green Service, Green Plus

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

ความต้องการ หมายถึง รูปแบบของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการ โดยพิจารณาภายใต้แนวคิด 7 Greens

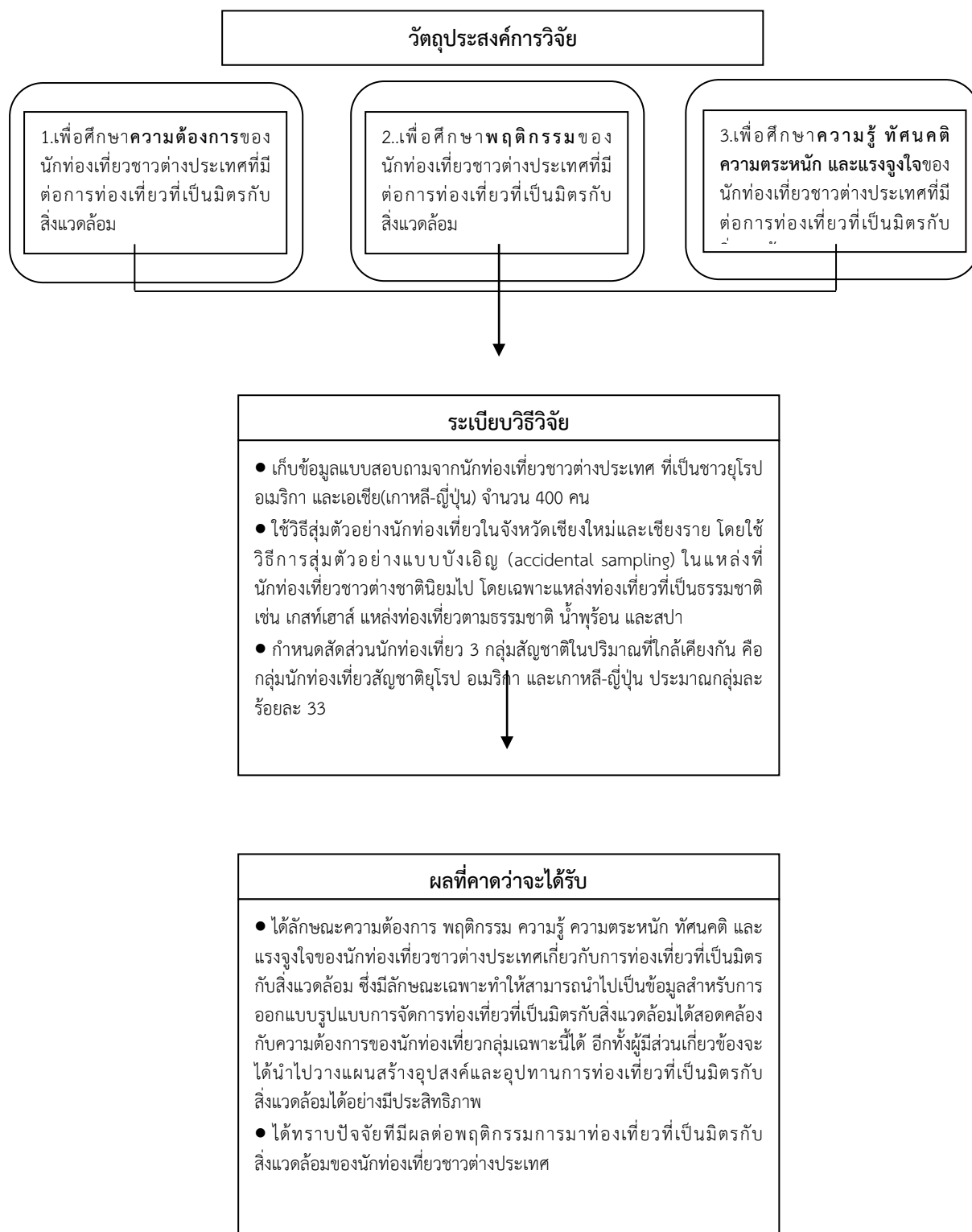
พฤติกรรม หมายถึง เจตนาหรือความตั้งใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จะมาท่องเที่ยวแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ความรู้ หมายถึง ความรู้พื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ทัศนคติ หมายถึง ทัศนคติทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แรงจูงใจ หมายถึง และแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งเป็นแรงจูงใจ 2 ประเภท คือ แรงผลักดัน และแรงดึงดูด

1.5 กรอบการวิจัย



1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ได้ลักษณะความต้องการ พฤติกรรม ความรู้ ความตระหนัก ทักษะคติ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีลักษณะเฉพาะทำให้สามารถนำไปกำหนดรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะนี้ได้ อีกทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะได้นำไปวางแผนสร้างอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.6.2 ลักษณะของความต้องการ พฤติกรรม ความรู้ ความตระหนัก ทักษะคติ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จะทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปวางแผนทางการตลาด และกลยุทธ์สื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม และตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะเฉพาะ อันจะเกิดประโยชน์ต่อการใช้งบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างตลาดการท่องเที่ยวโดยเจาะกลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น

1.6.3 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะได้ประโยชน์จากการนำความต้องการ พฤติกรรม ความรู้ ความตระหนัก ทักษะคติ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไปวางแผนและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งสิ่งแวดล้อมและเป็นการทางตลาดใหม่กับทางการท่องเที่ยวไทย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย ผู้วิจัยได้ประมวลแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม (KAP)
2. แนวคิดเรื่องแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว
3. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
4. แนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิด

สำหรับรายละเอียดในแต่ละข้อ มีดังนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือความรู้(Knowledge) ทศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไป จากการรับสารนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติและขั้นสุดท้าย คือการก่อให้เกิดการกระทำ ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสารหรือสื่อมวลชนว่าเป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าสู่ชุมชนได้ ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่าง ๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่ามีปัญหาอะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบ ข่าวสารนั้น ๆ ย่อมก่อให้เกิดทัศนคติและเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ การที่คนเดินเท้ามีพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎจราจรได้ก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดีและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องประกอบด้วย

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยาด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้อง

กับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจ ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการคือ

1) การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความ สับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศโดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบ ข้อสงสัยและความสับสนของตน

2) การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้นส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ำนวัตกรรมนั้น ๆ (ในฐานะความรู้)

3) การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4) การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมักกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนจึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อถือหลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5) การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ้งชัดขึ้น

คาร์เตอร์ วี กู๊ดกล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (truth) เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่างๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลควรจะต้องรู้เรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้นเพื่อประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือบุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่างๆ ที่สนับสนุนและให้คำตอบข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ ชี้แจงให้บุคคลเกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่างๆ ด้วย

เบอร์กูน (Burgoon, 1974) และ ริเวอร์, ปีเตอร์สัน และ เจนเซน (River, Peterson and Jensen 1971 อ้างถึงใน ประม ะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึง การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) ว่าเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มี การศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่องมีความเข้าใจศัพท์มากและมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ

การเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตาม ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึนึกคิดซึ่งเชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั่นเอง รวมไปถึงประสบการณ์และลักษณะทางประชากร (การศึกษา เพศ อายุ ฯลฯ) ของแต่ละคนที่เป็นผู้รับข่าวสาร ถ้าประกอบกับการที่บุคคลมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น มีการศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎจราจร ก็มีโอกาสมที่จะมีความรู้ในเรื่องนี้ และสามารถเชื่อมโยงความรู้นั้นเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ สามารถระลึกได้ รวบรวมสาระสำคัญเกี่ยวกับกฎจราจร รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวมทั้งประเมินผลได้ต่อไป และเมื่อประชาชนเกิดความรู้

เกี่ยวกับกฎจราจรไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม สิ่งที่เกิดตามมาก็คือ ทศนคติ ความคิดเห็นในลักษณะต่างๆ

ทัศนคติ (Attitude) โรเจอร์ส ได้กล่าวถึง ทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้างวัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

1.1 การเกิดทัศนคติ

แหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

- 1) ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน
- 2) การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆจากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่จะเกิดทัศนคติต่อการกระทำต่างๆ ตามที่เคยรับรู้มา
- 3) สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่จะเลียนแบบการแสดงท่าชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย
- 4) ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือ หน่วยงาน เป็นต้น

1.2 ลักษณะของทัศนคติ

- 1) ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
- 2) ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก
- 3) ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีความถาวรพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละบุคคลต่างก็ได้รับอันเนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

1.3 ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติได้ 3 ประการด้วยกัน คือ

- 1) ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวหนึ่งเรื่องราวใด รวมทั้งหน่วยงานองค์การสถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์การและอื่น ๆ
- 2) ทัศนคติเชิงลบ เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราว

หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนิน กิจการขององค์กร สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ

3) ทศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กรและอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

ทศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียว หรือหลายประการกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทศนคติของบุคคลแต่ละบุคคลถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกัน ก็จะเป็น “ประชามติ” ไป

1.4 องค์ประกอบของทศนคติ

องค์ประกอบที่สำคัญของทศนคติประกอบด้วย 3 ประการ คือ

1) องค์ประกอบที่เกี่ยวกับปัญญา (Cognitive Component)

องค์ประกอบที่เกี่ยวกับปัญญา คือ ความเชื่อ และค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความเชื่อและค่านิยมดังกล่าวนี้จะมีขึ้นก่อนการเกิดทศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2) องค์ประกอบที่เกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component)

องค์ประกอบที่เกี่ยวกับความรู้สึกจะเป็นความรู้สึกเฉพาะของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากความเชื่อและค่านิยมที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นๆ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้ก็คือ ทศนคติที่แท้จริงของบุคคล

3) องค์ประกอบที่เกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavioral Component)

องค์ประกอบที่เกี่ยวกับพฤติกรรม คือ เจตนารมณ์ของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาตามความรู้สึกของบุคคลนั้นๆ เจตนารมณ์ที่เกิดขึ้นนี้เป็นผลเนื่องมาจากทศนคติของบุคคลต่อสิ่งดังกล่าวนั่นเอง จะเห็นได้ว่าถ้าบุคคลไม่มีความเข้าใจ หรือมีแนวความคิดซึ่งเรียกว่า “Concept” เกี่ยวกับสิ่งใดก็จะไม่สามารถมีทศนคติต่อสิ่งนั้นได้ การที่บุคคลมีทศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจหรือมีแนวความคิดซึ่งเรียกว่า “Concept” ต่างกันดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิดหรือความรู้ ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลอาจออกมาในรูปแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้ของความรู้สึกที่เกิดขึ้นที่มีต่อวัตถุหรือปรากฏการณ์

2.แนวคิดเรื่อง แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว

แรงจูงใจเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคลแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวหรือแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นแนวคิดที่เป็นแบบลูกผสมระหว่างแนวคิดทางจิตวิทยาสัมกับแนวคิดทางด้านสังคมวิทยาแรงจูงใจจึงเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรม ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการตัดสินใจที่รวมถึงความต้องการ เจื่อนไขที่เป็นแรงผลักดันให้ปัจเจกบุคคลแสดงพฤติกรรมบางอย่างออกมาในทิศทางที่ทำให้ตนเองพึงพอใจ แรงจูงใจจึงเป็นแรงขับที่ช่วยลดสถานะความตึงเครียด ซึ่งอาจจะเกิดมาจากกลไกทางชีวภาพและทางจิตวิทยา

นักท่องเที่ยวแต่ละคนอาจจะถูกกำหนดด้วยแรงจูงใจแตกต่างกัน อาทิ การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน เช่น ความพึงพอใจ การพักผ่อน วันหยุด กีฬา ธุรกิจ เยี่ยมเพื่อนและญาติ การกิจ ประชุม สัมมนา สุขภาพ การศึกษา ศาสนา ฯลฯ แรงจูงใจเพื่อพักผ่อนวันหยุดเป็นผลมาจากแรงจูงใจที่ซับซ้อนหลายประการ ทั้งเรื่องความสนุก และตื่นเต้นในการวางแผนและจัดเตรียมการเดินทาง ความพึงพอใจในขั้นตอนระหว่างก่อนและหลังการเดินทางพักผ่อนในวันหยุดอาจจะเกิดขึ้นจากการพูดคุยเกี่ยวกับการเดินทาง การเตรียมตัว การเล่าประสบการณ์ให้เพื่อนฟัง ฯลฯ

2.1 ทฤษฎีต่างๆเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

1) ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการจำเป็น(Hierarchy of needs)

Maslow กล่าวว่ามนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความต้องการและจะแสดงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อที่จะสนองความต้องการความต้องการของมนุษย์ไม่มีวันจบสิ้นเมื่อความต้องการอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอีกอย่างหนึ่งมาแทนที่ Maslow ได้เสนอลำดับขั้นการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ทั้งหลาย 5 ขั้น

- 1.1 ความต้องการความสำเร็จแห่งตน
- 1.2 ความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง
- 1.3 ความต้องการทางด้านสังคม
- 1.4 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต
- 1.5 ความต้องการทางด้านสรีรวิทยา

2) ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder)

ผู้เสนอทฤษฎีนี้คือ Philip Pearce ความต้องการทางด้านการท่องเที่ยวมีการพัฒนาเป็นลำดับขั้นเช่นเดียวกับทฤษฎีของ Maslow ความต้องการจะเริ่มมีความถี่กลับซับซ้อนมากขึ้นเมื่อนักเดินทางมีประสบการณ์มากขึ้น

ขั้นบันไดแห่งการเดินทาง

- 1.ความต้องการสูงสุดคือ ความต้องการความสำเร็จแห่งตนและความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์อันหลากหลาย
- 2.ความต้องการความภาคภูมิใจและพัฒนาตนเองคือ ความต้องการที่จะพัฒนาทักษะของตนเอง
- 3.ความต้องการสร้างสัมพันธภาพ คือความต้องการที่จะให้เป็นมิตรและความรักแก่ผู้อื่น
- 4.ความต้องการความปลอดภัยมั่นคงคือ ความต้องการที่จะดำรงชีวิตอย่างมั่นคงและมีความปลอดภัย
- 5.ความต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือความต้องการลิ้มรสความหิวกระหายความต้องการทางเพศและการผ่อนคลาย

3) แรงจูงใจวาระซ่อนเร้น (Hidden Agenda) ของ Compton แรงจูงใจวาระซ่อนเร้นมี 7 ประเภทดังนี้

- 1.การหลีกเลี่ยงสถานภาพที่จำเจ
- 2.การสำรวจและการประเมินตนเอง
- 3.การพักผ่อน
- 4.ความต้องการเกียรติภูมิ
- 5.ความต้องการที่จะถอยกลับไปสู่สภาพดั้งเดิม
- 6.กระชับความสัมพันธ์ทางเครือญาติ
- 7.การเสริมสร้างการปะทะสังสรรค์ทางสังคม

4) แรงจูงใจในทางการท่องเที่ยวในทัศนะของSwarbrooke แรงจูงใจที่สำคัญที่ทำให้คนเดินทางแบ่งออกเป็น 6 ชนิดได้แก่

- 1.แรงจูงใจด้านสรีระหรือกายภาพ
- 2.แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม
- 3.การท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกบางอย่าง
- 4.การท่องเที่ยวเพื่อให้มาเพื่อสถานภาพ
- 5.แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง
- 6.แรงจูงใจส่วนบุคคล

2.2 แนวคิดเรื่องเรื่องปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและความจำเป็นทางด้านชีวิตจิตวิทยา และแรงขับภายใน ซึ่งกระตุ้น มีผลโดยตรง และหลอมรวมพฤติกรรมและกิจกรรมของบุคคล กรอบแนวคิดเรื่องแรงผลักดันและแรงดึงดูด เป็นแนวคิดที่เป็นกรอบที่ช่วยให้เข้าใจแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมของผู้มาเยือน แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวถูกจำแนกออกเป็นแรงทั้งภายนอกและภายใน ด้วยเหตุนี้ ปัจจัยผลักดันจึงหมายถึง ความจำเป็น ความต้องการ ความปรารถนาของนักเดินทาง ซึ่งแสดงออกมาให้เห็นได้อย่างชัดเจน

หนึ่งในหลายทฤษฎีหนึ่งที่อธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว คือ ทฤษฎีแรงผลักและแรงดึงดูด (push and pull theory)ทฤษฎีนี้ได้อธิบายถึงแรงจูงใจทางจิตวิทยาและทางสังคมที่เป็นแรงผลักดัน ซึ่งได้บอกถึงแรงปรารถนาในการเดินทาง แนวคิดเรื่อง แรงผลัก ได้อธิบายถึงแรงภายในที่ผลักดันให้ผู้คนเดินทาง ส่วนแนวคิดเรื่อง แรงดึงดูด ได้อธิบายถึงแรงภายนอกที่ดึงดูดให้คนเดินทาง จากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องนี้ พบว่า แนวคิดแรงผลักและแรงดึงดูดมีประโยชน์ต่อการระบุและวัดแรงที่แตกต่างกันและอิทธิพล ซึ่งผลักดันให้ปัจเจกบุคคลเดินทาง และดึงดูดให้คนเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ปัจจัยผลักดันถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายความปรารถนาที่จะเดินทางไปพักผ่อนในขณะที่ปัจจัยดึงดูดถูกใช้เพื่ออธิบายตัวเลือกของนักท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดันเป็นความต้องการทางสังคมจิตวิทยา ซึ่งทำให้คนที่ถูกกระตุ้น หรือปลุกเร้าด้วยแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยผลักดัน ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก คือ

- 1) ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในการกระทำและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เช่น การสำรวจสถานที่และวัฒนธรรมที่แตกต่างออกไป
 - การทำสิ่งที่แตกต่างออกไป
 - การกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึก
 - ผจญภัย
 - ความสนุก
 - การเพิ่มเติมความรู้
 - ความรู้ในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง
 - การเพิ่มพูนสติปัญญา
 - ความรู้ในสถานที่ใหม่ๆ
 - การได้พบผู้คนที่น่าสนใจ
- 2) การใช้เวลาว่าง ซึ่งหมายรวมถึงแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ที่ดี
 - การปลดปล่อยความเครียด
 - การหลีกหนีจากชีวิตประจำวัน
 - การพักผ่อนทางกาย
- 3) ปัจจัยทางสังคม ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้เกิดความต้องการไปยังสถานที่ที่เพื่อนยังไม่เคยไป มีการแบ่งปันประสบการณ์และพัฒนามิตรภาพที่ใกล้ชิดกันมากขึ้น
 - การพัฒนามิตรภาพที่ใกล้ชิดกันมากขึ้น
 - ไปยังสถานที่ที่เพื่อนยังไม่เคยไป
 - คุยกับเพื่อนเกี่ยวกับการเดินทาง

ปัจจัยดึงดูด ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก คือ

- 1) ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก
 - อากาศ
 - ที่พัก
 - ชายหาด
 - โรงพยาบาล
 - อาหาร
 - ความปลอดภัย
 - บรรยากาศที่ผ่อนคลาย
- 2) จุดดึงดูดหลัก แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางสังคม
 - มาตรฐานความเป็นอยู่
 - จริยธรรมที่แตกต่าง
 - ระยะทาง
 - มาตรฐานความเป็นอยู่

-อุปกรณ์กีฬา

-ชีวิตกลางคืน

-การเดินทาง

3) ลักษณะพื้นที่ซึ่งเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และจุดดึงดูดทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว

3.แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนได้รับความสนใจจากหลายฝ่าย เนื่องจากมนุษย์เริ่มตระหนักมากขึ้นว่า ความเจริญก้าวหน้าและเติบโตด้านเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นได้ก่อผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อสิ่งแวดล้อมของโลก ความตระหนักในปัญหาเหล่านี้ได้นำมาสู่ความตื่นตัวในเรื่องของการพัฒนาแบบยั่งยืน แนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนหมายถึงการพัฒนาที่มุ่งเน้นปรับปรุงคุณภาพของชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้น โดยให้การพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างกลมกลืน จึงมีหลายมิติหรือหลายองค์ประกอบของแนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืน ดังนี้

1) การพัฒนาแบบยั่งยืนต้องดำเนินภายใต้ขีดความสามารถของทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต โดยมีได้ทำให้สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศเสื่อมโทรมลงกว่าเดิม

2) การพัฒนาแบบยั่งยืนต้องขึ้นภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นในพื้นที่ที่จะทำการพัฒนา

3) การพัฒนาแบบยั่งยืนต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4) การพัฒนาแบบยั่งยืนต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการพัฒนาอย่างเสมอภาคเท่าเทียม

5) การพัฒนาแบบยั่งยืนต้องช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพให้คงอยู่ในสภาพดีเสมอ

6) การพัฒนาแบบยั่งยืนต้องลดผลกระทบทางลบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้เหลือน้อยที่สุด เพื่อรักษาความสมดุลของระบบธรรมชาติเอาไว้และไม่ให้มีผลกระทบทางลบต่อระบบนิเวศท้องถิ่น

จากแนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนดังกล่าวทำให้นักวิชาการท่องเที่ยวนำมาประยุกต์ใช้กับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวขึ้น เรียกว่า แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เนื่องจากการท่องเที่ยวจำต้องอาศัยสิ่งแวดล้อมเป็นทรัพยากรท่องเที่ยว หากสิ่งแวดล้อมอยู่ในภาวะวิกฤต การท่องเที่ยวย่อมไม่อาจดำรงอยู่ได้ จึงทำให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ต้องมีการพัฒนาแบบยั่งยืน แม้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีได้ก่อผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมมากเท่ากับอุตสาหกรรมอื่นๆ ก็ตาม แต่การที่อุตสาหกรรมนี้ได้เติบโตและขยายตัวไปอย่างรวดเร็วทั่วโลก ย่อมก่อผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งกายภาพและสังคมในบางส่วนของโลก จึงมีการเรียกร้องให้มีการจัดการการ

ท่องเที่ยวสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน โดยภาครัฐและเอกชนจะต้องร่วมมือกันอย่างจริงจังมากขึ้นเพื่อ
บรรลุผลสำเร็จ

3.1 ความหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(2543) ได้รวบรวมความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้อย่างจาก
นักวิชาการหลายท่านไว้ ดังนี้

ที่ประชุมนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมและพัฒนาแบบยั่งยืน ณ ประเทศแคนาดา เมื่อเดือน
มีนาคม พ.ศ.2533 ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า หมายถึง การพัฒนา
ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน ขณะเดียวกันก็
ปกป้องและสงวนรักษาไว้ให้อนุชนรุ่นหลังต่อไป จึงมีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อ
ตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคมและสุนทรียภาพ พร้อมกับรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม
และขบวนการทางระบบนิเวศวิทยาได้

องค์การท่องเที่ยวของประเทศแคนาดา (ปี พ.ศ.2533) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากรทั้งหมดในลักษณะที่สามารถ
ตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคมและสุนทรียภาพ ในขณะเดียวกันก็สามารถรักษาความ
สมบูรณ์ทางวัฒนธรรม กระบวนการที่จำเป็นเชิงนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบ
สนับสนุนสิ่งมีชีวิตทั้งหลายในโลกให้อยู่ต่อไป

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ปี พ.ศ.2539) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว
แบบยั่งยืนไว้ว่า หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายสำคัญที่สุดในการพยายามที่จะก่อให้เกิดการ
พัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งจะพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

- 1) ต้องดำเนินการในเรื่องขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม
ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว
 - 2) ต้องตระหนักต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการด้านการท่องเที่ยว
 - 3) ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่าง
เสมอภาคเท่าเทียมกัน
 - 4) ต้องชี้้นำความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในชนบทท่องเที่ยวอื่นๆ
- ภราเดช พยัฒวิเชียร (ปี พ.ศ.2539) ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้
ว่า หมายถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องมีการพิจารณาทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคมและ
สิ่งแวดล้อม ควบคู่กันตลอด

ศาสตราจารย์ น.พ.ประเวศ วะสี (ปี พ.ศ.2540) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีลักษณะของการถ่ายทอดวัฒนธรรม
ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่ดี ได้เข้าใจคุณค่าอันสูงส่งของวัฒนธรรมนั้น จะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิด
ประโยชน์แก่ทุกฝ่าย ทำให้คนไทยมีความรู้มากขึ้น ได้รายได้จากความรู้และนักท่องเที่ยวได้อรรถ
ประโยชน์จากพุทธศาสนา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้คุณภาพของการพัฒนาเกิดขึ้น

จากความหมายข้างต้น พอสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

3.2 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

แนวคิดนี้ได้ประยุกต์จากแนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาแบบยั่งยืน ฉะนั้นแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจึงมีหลายมิติหรือหลายองค์ประกอบเช่นเดียวกันแนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนตามความหมาย และแนวคิดของนักวิชาการแต่ละท่าน จึงทำให้เกิดแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวมีหลากหลายดังต่อไปนี้

องค์การท่องเที่ยวแคนาดา (อ้างถึงในบุญเลิศ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543: 40-41) ได้เสนอแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจากการให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนถึง 7 มิติด้วยกัน คือ

1) มิติด้านการจัดทรัพยากรที่ดี เนื่องจากในโลกปัจจุบันมีทรัพยากรเหลือน้อยลงเรื่อยๆ จำเป็นต้องมีการจัดการทรัพยากรที่ดีและการจัดการนั้นจำเป็นต้องตอบสนองต่อมิติที่สอง

2) มิติด้านความต้องการด้านเศรษฐกิจ โดยคำนึงว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่ต้องมีความสามารถในการสร้างกำไร เพื่อความอยู่รอดและผลประโยชน์ของชุมชน ดังนั้นการกำหนดระเบียบหรือกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมจะต้องไม่เข้มเกินไป จนทำให้การท่องเที่ยวไม่อาจดำรงอยู่ได้ต่อไป

3) มิติด้านการตอบสนองความต้องการของสังคมหรือพันธะทางสังคม เป็นการให้ความสำคัญเคารพต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนต่างๆ ความหลากหลายและมรดกทางวัฒนธรรมอันเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่สำคัญในยามที่โลกปัจจุบันกำลังก้าวสู่ภาวะไร้พรมแดน

4) มิติด้านสุนทรียภาพ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมต่างๆ ไม่ว่าสถานที่แห่งนั้นจะมีความยิ่งใหญ่ระดับโลก หรือไม่ค่อยมีชื่อเสียงมากนัก การดำรงรักษาไว้ซึ่งสุนทรียภาพของสถานที่เหล่านั้น นับเป็นภารกิจสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว

5) มิติด้านกระบวนการและขอบเขตทางนิเวศวิทยา เพื่อให้การพัฒนาสามารถดำรงสภาพแวดล้อมทั้งกายภาพและชีวภาพ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในเขตที่อ่อนไหวต่อผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อม

6) มิติด้านการรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพของพืชพรรณและสัตว์ เป็นการรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวไว้ให้ยั่งยืน

7) มิติด้านการดำรงไว้ซึ่งระบบสนับสนุนชีวิต ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์และสิ่งมีชีวิตทั้งหมดในโลกให้อยู่ต่อไป

ศรีพร สมบุญธรรม (2536: 26) ได้อธิบายแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ 6 องค์ประกอบ ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นและระดับภูมิภาค โดยพยายามส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังก่อน แล้วจึงพัฒนาสู่การท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไป ทั้งนี้เพื่อเป็นหลักประกันถึงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวกับระบบสาธารณูปโภคที่มีอยู่

2) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น โดยพยายามส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมการตัดสินใจในโครงการต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

3) องค์ประกอบด้านขอบเขตของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยพยายามพิจารณาอย่างรอบคอบถึงขอบเขตที่เหมาะสมของการพัฒนาและให้ความสำคัญกับขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรพยายามผลักดันให้การท่องเที่ยวได้รวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่นั้นๆ

4) องค์ประกอบด้านการใช้วัสดุและผลิตจากท้องถิ่น โดยพยายามสนับสนุนการใช้วัสดุที่ได้ในท้องถิ่นในการก่อสร้าง ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากผลผลิตต่างๆ ของคนท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยลดดุลการค้ากับต่างประเทศได้ทางหนึ่งและเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นนั้นๆ ด้วย

5) องค์ประกอบด้านการกระจายรายได้โดยพยายามให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบที่จะนำรายได้เข้าท้องถิ่นนั้นให้มากที่สุด เพื่อประโยชน์ระยะยาวของชุมชน

6) องค์ประกอบด้านการจ้างงาน โดยพยายามให้คุณภาพของงานสำหรับคนในท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว กล่าวคือ มุ่งส่งเสริมรูปแบบของงานที่มีความน่าสนใจและได้รับผลตอบแทนสูง

ศรีณย์ เลิศรักษ์มงคล (2540: 14) อธิบายแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ 7 ประการคือ

- 1) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องให้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมทางธรรมต่างๆ แก่ลูกหลาน
- 2) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมีการอบรมให้เห็นความสำคัญและความเป็นมาของวัฒนธรรมทางธรรม รวมถึงโบราณสถาน โบราณวัตถุในท้องถิ่นนั้น
- 3) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องปฏิบัติและร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุอย่างต่อเนื่อง
- 4) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องร่วมกันฟื้นฟูอย่างเต็มที่ หากสิ่งดังกล่าวข้างต้นถูกปล่อยปละละเลย
- 5) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องประสานกับรัฐในการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักและสนใจแก่ประชาชนทั่วไป
- 6) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องปฏิบัติตนเป็นเจ้าของบ้านที่ดีและเฝ้าหาความรู้เพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ
7. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องพัฒนาสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นให้อื้ออานวยต่อการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์

กล่าวโดยสรุปจากแนวคิดข้างต้น การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 4 ประการ คือ ด้านการจัดการทรัพยากรที่ดี ด้านการรักษาศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจและด้านการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น ดังนี้

1) ด้านการจัดการทรัพยากรที่ดี แหล่งท่องเที่ยวต้องจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชม โดยมีการประเมินศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วย

2) ด้านการรักษาศิลปะ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องไม่ทำลายหรือก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อวิถีชีวิต วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน เพราะหากสิ่งเหล่านี้ถูกทำลายหรือเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แยงก็ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวไม่ยากเข้ามาท่องเที่ยว ดังนั้นจึงต้องมีมาตรการรักษาให้ศิลปะ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม

3) ด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรจะสร้างรายได้และก่อให้เกิดการกระจายรายได้ภายในชุมชนหรือท้องถิ่นให้มากที่สุด เพื่อสร้างผลประโยชน์ตอบแทนให้กับชุมชน ซึ่งจะทำให้ชุมชนรักษาแหล่งท่องเที่ยวไว้ได้อย่างยั่งยืน

4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องมีการปรึกษาหารือกับคนกลุ่มต่างๆ ในชุมชน ทั้งจากฝ่ายรัฐ ผู้ประกอบการต่างๆ กลุ่ม องค์กรต่างๆ รวมถึงชาวบ้าน เพื่อให้ทุกกลุ่มได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและจัดการการท่องเที่ยวด้วยตัวชุมชนเอง ซึ่งจะทำให้ชุมชนนั้นเกิดความหวงแหนและรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวไว้ได้อย่างยั่งยืน

4.แนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีหลักการที่สำคัญคือ (1) จะต้องมีการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด ไม่ถูกทำลายไป(2) กระตุ้นจิตสำนึกของคนในท้องถิ่นให้พยายามดูแลรักษาและปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านั้น โดยไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นผลเสียต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว เพียงเพื่อหวังผลประโยชน์ส่วนตน และ (3) ให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเดินทางเข้าไปเยือน และให้ความร่วมมือแก่ชุมชนในท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อันเป็นมรดกตกทอด ของคนในท้องถิ่นนั้นๆ ให้คงสภาพที่ดีต่อไป

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับว่าเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดปัญหาภาวะโลกร้อน องค์กรการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้ประมาณการณ์ไว้ว่ากิจกรรมต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศทั้งสิ้น 1,307 ล้านตัน (ค.ศ.2006) หรือประมาณร้อยละ 5 ของก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด โดยจำนวนนี้เกิดขึ้นจากการคมนาคมทางอากาศร้อยละ 40 การขนส่งทางบก ร้อยละ 32 และการขนส่งอื่นๆรวมร้อยละ 3 ขณะที่ที่พักแรมก็สร้างมลภาวะไว้ถึงร้อยละ 21 ส่วนกิจกรรมท่องเที่ยวที่อยู่นั้นอยู่ที่ประมาณร้อยละ 4

กล่าวสำหรับประเทศไทยมีรายได้ประชาชาติ ร้อยละ 13 มาจากภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งสร้างงานให้แก่คนไทยมากกว่า 4 ล้านคน ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวประเทศไทย ประมาณ 12 – 14 ล้านคน และนักท่องเที่ยวชาวไทย ประมาณ 50 ล้านคน แต่การพัฒนาอย่างรวดเร็วทางเศรษฐกิจในสองทศวรรษที่ผ่านมา ส่งผลทำให้สภาพแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเกิดความเสื่อมโทรม แม้กระทั่งเขตอุทยานแห่งชาติ และพื้นที่แนวชายฝั่งทะเล ล้วนแล้วแต่

ได้รับผลกระทบทั้งสิ้น ส่งผลให้การพัฒนาในภาคการท่องเที่ยวไม่มีความยั่งยืน นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศยังส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติอีกด้วย

จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้มีการตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม และภัยคุกคามจากภาวะโลกร้อนที่มีต่อการท่องเที่ยว จึงได้มีการริเริ่มโครงการและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นการป้องกันรักษาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในฐานะที่เป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศได้ผลักดันแนวคิด “Seven Greens” สร้างการรับรู้และการตื่นตัวเรื่องสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวให้เกิดขึ้น

ทั้งนี้เพื่อให้ทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว รวมถึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามาร่วมกันส่งเสริมสร้างจิตสำนึกและการปฏิบัติในการลดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมภายใต้โครงการที่มีชื่อว่า 7 Greens “ท่องเที่ยวสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” ซึ่งเป็นแนวคิดที่ต้องการให้เกิดการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมภายใต้โครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมุ่งให้เกิดผลสำคัญ 2 ประการ คือ การลดผลกระทบจากภาวะโลกร้อนและสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสำหรับแนวคิด 7 Greens ประกอบด้วย

(1) **Green Heart** เน้นที่ตัวนักท่องเที่ยว ให้มีความใส่ใจและให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม พร้อมร่วมปกป้องดูแลสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

(2) **Green Logistics** ปรับเปลี่ยนวิถีเดินทางท่องเที่ยวหรือรูปแบบบริการระบบคมนาคมขนส่งด้านการท่องเที่ยว เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากพาหนะ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

(3) **Green Destination** สนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบบริหารจัดการที่เหมาะสมและแสดงออกอย่างชัดเจน ในเรื่องความตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เป็นสำคัญ

(4) **Green Community** สนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้งในเมืองและชนบท เล็งเห็นความสำคัญของการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการดูแลสิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนเป็นที่ตั้ง

(5) **Green Activity** ให้ความสำคัญกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่ สามารถสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(6) **Green Service** ส่งเสริมรูปแบบธุรกิจบริการต่าง ๆ ที่เน้นมาตรฐาน คุณภาพที่ดี และคำนึงถึงสภาพแวดล้อมโดยรวม

(7) **Green Plus** ส่งเสริมการตอบแทนสู่สังคมด้วยสำนึกรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เน้นความร่วมมือในการจัดกิจกรรมประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทน การนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ ฯลฯ

ในช่วงที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดโครงการนำร่องที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นเส้นทางที่เป็นธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดสีเขียว “กรีน” ในเส้นทางต่างๆ คือ

1) **ทริปสี่เขียว เทียวปักขีไต้ จ.นครศรีธรรมราช** เส้นทางที่ทุกคนจะเต็มอ้อมกับทั้งป่าไม้และทะเลภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยที่ยังคงความสดและสมบูรณ์ไว้ได้อย่างน่าชื่นชม อาทิ สัมผัสทะเลหมอก ที่เขาเหล็กบ้านกรุงชิง, “ถอดรหัสป่า” ตามเส้นทางอุทยานเขาหลวงสู่น้ำตกกรุงชิง, ชมบ่อน้ำจืดกลางทะเลตามตำนานหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด ที่เกาะนุ้ยนอกและถ้าโชคดีอาจได้เห็นโลมาสีชมพู สัตว์สัญลักษณ์แห่งทะเลขนอมรวมถึงสมบัติทางวัฒนธรรมตามวิถีคนเมืองคอน ไม่ว่าจะเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติทะเลชุขชาติ ทรัพย์สิน ศิลปินแห่งชาติ, เยี่ยมชมชนผ้ามัดย้อมบาติกที่บ้านศรีวัง, นั่งรถรางชมเมืองลิกอร์ (หนึ่งในชื่อที่ใช้เรียกเมืองนครศรีธรรมราช)

2) **ทริปสี่เขียว เทียวทวนาน** แหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่กำลังได้รับความสนใจ เป็นพิเศษโดดเด่นด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่มีความแปลกตา มีอุทยานแห่งชาติหลายแห่งเหมาะอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอีกทั้งยังสามารถสืบทอดวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไว้ได้อย่างน่าประทับใจ

3) **ทริปสี่เขียวเทียวตะวันออก ชลบุรี** ร่วมกันค้นชีวิตให้ป่าและอนุรักษ์พันธุ์ชะนีหายากตื่นตาไปกับนาพันธุ์ไม้และสัตว์ป่าในมุมมองใหม่ๆบนยอดไม้สูงที่สวนสัตว์เปิดเขาเขียว ระยอง เยี่ยมชมสวนสมุนไพรสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีจันทบุรีเข้าชมสถานีพัฒนาทรัพยากรป่าชายเลนที่ 2 (ท่าซอน) トラดสัมผัสวิถีชีวิตแบบพอเพียงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนบ้านสลักคอก เกาะช้างและกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลห้วยแร้ง

4) **ทริปสี่เขียวเทียวภาคกลางเพชรบุรี** เยี่ยมชมโครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ยอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พร้อมทั้งศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน เพลิดเพลินกับการดูนกซึ่งที่นี่คือแหล่งดูนกสำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ, ศึกษาการใช้พลังงานการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ที่อุทยานสิ่งแวดล้อมนานาชาติสิรินธร ชมพรตต้นตากับแนวสันทรายบางเปิดความมหัศจรรย์ของธรรมชาติที่ออกแบบโดยน้ำและลมกินเวลานานนับพันๆ ปี สมุทรสงครามเทียวตลาดน้ำยาม เย็นอัมพวา ทำความรู้จักกับวิสาหกิจชุมชนชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคกลน

5) **ทริปสี่เขียว เทียวอีสานอุดรธานี** ศึกษาอารยธรรมโบราณ ผ่านพิพิธภัณฑมรดกโลกบ้านเชียง, โครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูผายล ซึ่งประกอบด้วยสวนรวมพรรณไม้ 60 พรรษามหาราชินี, อุทยานโลกล้านปี มีหุ่นจำลองไดโนเสาร์และพิพิธภัณฑแสดงซากสัตว์ดึกดำบรรพ์ ภาพสลักรูป พืชพันธุ์ สัตว์ สรรพสัตว์รวมถึงแหล่งขุดค้นไดโนเสาร์ภูพาน ชวนสกลนครสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่ออนุรักษ์ธรรมชาติและเป็นที่ศึกษาของประชาชน อาทิ อุทยานแห่งชาติภูพาน เข้าถึงวิถีความเป็นอยู่ของท้องถิ่นชมการย้อมผ้าด้วยโคลน เอกลักษณ์ท้องถิ่นที่ไม่เหมือนที่ใด ณ บ้านพรรณนานิคมมหาสารคามนมัสการพระธาตุนาดูนพุทธมณฑลอีสานมีการขุดพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีต ชมและศึกษาพรรณไม้ สมุนไพรอีสานที่สถานีวิจัยกล้วยกรูทเวช นครราชสีมา เยี่ยมชมสถานีวิจัยสิ่งแวดล้อมสะแกกราชซึ่งได้รับรางวัลดีเด่น TTA 2008 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีการจัดกิจกรรมเดินป่า ส่องสัตว์ ส่องแมลง ดูดาว ไปจนถึงการนวดสมุนไพรเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ สมบัติทางธรรมชาติที่ได้รับการยกย่องให้เป็น “มรดกโลก”

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเน้นการแสวงหาความเรียบง่ายในชีวิต มีความใกล้ชิดกับธรรมชาติ ไม่รบกวนสิ่งแวดล้อม และจะต้องมีการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด ไม่ถูกทำลายไป

2.2 เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. รูปแบบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหาได้ยาก โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ทักษะและแรงจูงใจ เท่าที่พบเป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารูปแบบอื่น ซึ่งในที่นี้ ได้นำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องบางหัวข้อที่ใกล้เคียงกับลักษณะการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยตรง แต่ข้อค้นพบจากงานวิจัยดังกล่าวมีความน่าสนใจ สามารถนำตัวแปรดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้

คมสัน รัตนะสิมากุล (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การเสริมสร้างสมรรถนะของชุมชนในจังหวัดเชียงรายเพื่อรองรับและจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบองค์รวมอย่างครบวงจรสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เป็นชาวต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เป็นชาวต่างประเทศ ผลการศึกษา พบว่า ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เป็นชาวต่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงรายด้วยวิธีการจัดการเองทั้งหมด (ร้อยละ 74.2) โดยเดินทางมากับสมาชิกในครอบครัว (ร้อยละ 40.9) เป็นหลัก และใช้เวลาพำนักในเชียงราย 6-7 วัน (ร้อยละ 39) สำหรับสื่อที่มีอิทธิพลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่า เพื่อน/บุคคลใกล้ชิดเป็นคนแนะนำ (ร้อยละ 40)

ด้านความต้องการท่องเที่ยวสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างนั้น จำนวนวันที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ คือ 4-5 วัน (ร้อยละ 40.7) ต้องการลักษณะที่พักแบบโรงแรม หรือเกสต์เฮาส์ในเมือง (ร้อยละ 42.2) และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสม คือ 500-800 เหรียญสหรัฐฯ (ร้อยละ 45.9) ส่วนความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนใหญ่ต้องการกิจกรรมแพทย์แผนไทย เช่น การนวด ประคบ ฯลฯ เป็นลำดับแรก รองลงมา กิจกรรมอาหารสุขภาพ เช่น การทำและรับประทานอาหารสุขภาพ และกิจกรรมเกษตรธรรมชาติ เช่น การเยี่ยมชมแหล่งการทำเกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ ฯลฯ ตามลำดับ

สำหรับรายการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่มีความสอดคล้องกันระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เป็นชาวต่างประเทศกับศักยภาพหรือทรัพยากรที่ชุมชนบ้านสันทราย โดยเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีระยะเวลา 2 วัน 1 คืน ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมการเรียนรู้การประกอบอาหารท้องถิ่นด้วยผักปลอดสารพิษ กิจกรรมการเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ กิจกรรมออกกำลังกายและผ่อนคลาย ด้วยการเดินรำบาย่อนยุคและการนวด

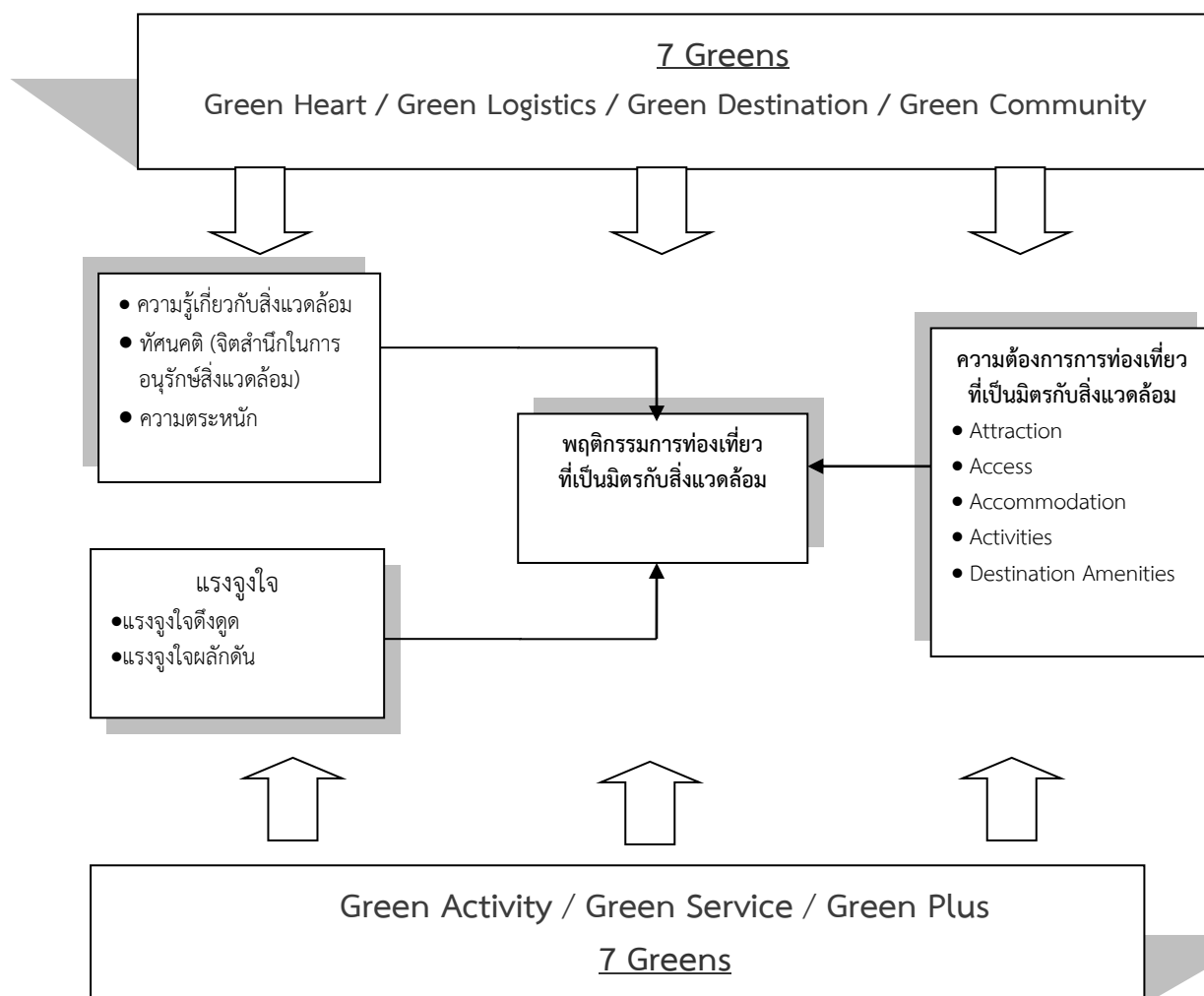
สิริรัตน์ นาคแป้น (2554) ได้ศึกษา พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ ต้องการใกล้ชิดธรรมชาติท่องเที่ยวทะเล เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของแรงจูงใจแล้วพบว่า มาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงันมากที่สุด และเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มทวีปของนักท่องเที่ยวแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวทวีปยุโรปมีแรงจูงใจด้านมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด นักท่องเที่ยวทวีปเอเชียเน้นมีแรงจูงใจด้านมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยของแหล่งมากที่สุด และนักท่องเที่ยวทวีปอเมริกามีแรงจูงใจด้านเกียรติภูมิและเสริมสร้างความสัมพันธ์มากที่สุด

วิไลลักษณ์ ชมภูศรี (2544) ได้ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะและพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ ในเชิงบวกทัศนคติการมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว และทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ด้านวิชชุ ชัยพินิจ (2551) ได้ศึกษา พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในยุโรปพบว่า ตัวแปรผลักดัน 5 อันดับแรก คือ ต้องการรู้จักสถานที่แปลกใหม่ การเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตใหม่ๆ บำรุงความรู้ด้านสติปัญญาให้กับตัวเอง เพิ่มเติมความรู้ และต้องการลองทำสิ่งแปลกใหม่ ส่วนตัวแปรดึงดูด 5 อันดับแรก คือ ทิวทัศน์ของเมือง แรงดึงดูดใจด้านสถาปัตยกรรม แรงดึงดูดใจด้านวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และ บรรยากาศที่โรแมนติก

ขณะที่สิทธา กองสาสนะ (2552) การศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น พบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปาและการนวดสุขภาพ เป็นรูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การฝึกจิต สมาธิ และการเสริมสุขภาพ ความงามตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสะดวก ถูกต้องตามหลักอนามัย การบริการที่มีความเชี่ยวชาญได้มาตรฐาน การเข้าถึงที่สะดวก มีราคาค่าบริการที่เหมาะสม รวมทั้งการมีบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดใจ โดยปัจจัยเหล่านั้นสอดคล้องกับผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการซึ่งมองว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อผู้คนในชุมชน และเป็นมิตรกับสภาพแวดล้อมการศึกษายังพบว่าพื้นที่ในเขตตัวเมืองขอนแก่นจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพครบทุกประเภทตามที่แยกหมวดหมู่ไว้ ซึ่งต่างจากพื้นที่ภายนอกเขตตัวเมืองที่มีเพียงบางประเภทเท่านั้น แสดงให้เห็นศักยภาพในการให้บริการกิจกรรมเชิงสุขภาพในพื้นที่ตัวเมืองซึ่งจะมีมากกว่าพื้นที่ภายนอกเขตเมือง

2.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



จากแนวคิดเรื่องต่างๆ ผู้วิจัยได้นำเอามาสร้างเป็นกรอบแนวคิดแนวคิด โดยอธิบายได้ว่าการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประกอบไปด้วย 7 ประการ คือ Green Heart ที่เกี่ยวข้องด้วยจิตคิด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม / Green Logistics ที่เกี่ยวข้องโลจิสติกส์ (พาหนะ) พลังงานสะอาด / Green Attraction จัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความยั่งยืน / Green Activity เลือกกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม / Green Community ที่เกี่ยวข้องรู้ค่า รักษาเอกลักษณ์ชุมชน / Green Service จัดการธุรกิจ ตระหนักคิด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม / Green Plus จิตอาสา พาโลกสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการศึกษารุ่นนี้ โดยมีข้อสันนิษฐานว่า ความรู้ ทักษะคิด และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ การศึกษารุ่นนี้ ยังได้ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้องค์ประกอบ 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) ด้านการบริการที่พัก (Accommodation) ด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination)

Amenities) โดยนำแนวคิดเรื่อง 7 Greens มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาและตั้งคำถามกับแนวคิดหรือตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้

จากแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาดังกล่าวจะเป็นข้อมูลสำคัญต่อการนำมาวางแผนเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีบุคลิกเฉพาะบางอย่างที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะแบบนี้ และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาคั้งนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อการนำไปวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะมากขึ้น ซึ่งผู้เกี่ยวข้องจะสามารถนำไปกำหนดอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างถูกต้องและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย ผู้วิจัยได้ได้นำเสนอขั้นตอนการวิจัย โดยเรียงลำดับตามคำถามวิจัยแต่ละข้อ ซึ่งแต่ละข้อประกอบด้วยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่สนใจท่องเที่ยวแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป อเมริกา และเอเชีย (เกาหลีและญี่ปุ่น) โดยผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เหตุผลที่ได้เลือกเจาะเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป อเมริกาและเอเชีย (เกาหลีและญี่ปุ่น) เป็นหลักนั้น เพราะเป็นนักท่องเที่ยวที่นิยมมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ และยังเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเรื่องการท่องเที่ยวแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ในแหล่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมไป โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ เช่น เกสท์เฮาส์ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ น้ำพุร้อน และสปา

สำหรับจำนวนการสุ่มตัวอย่างนั้น ได้กำหนดสัดส่วนนักท่องเที่ยว 3 กลุ่มสัญชาติในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวสัญชาติยุโรป อเมริกา และเกาหลี-ญี่ปุ่น ประมาณกลุ่มละ ร้อยละ 33

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การทดสอบเครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

แบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศ ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวคิดเรื่องแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP) ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสร้างข้อคำถาม โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) แบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก คือข้อมูลส่วนบุคคลความต้องการและพฤติกรรม การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และข้อมูลเกี่ยวกับ ความรู้ ทักษะ ความตระหนักการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ได้คำตอบความต้องการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด 3 ส่วนประกอบกันในการสร้างเครื่องมือ โดยแนวคิดใช้องค์ประกอบ 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) ด้านการบริการที่พัก (Accommodation) ด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) โดยนำแนวคิดเรื่อง 7 Greens และทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย มาประยุกต์ใช้ในการตั้งคำถาม

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการ ความรู้ ทักษะ ทักษะ ความตระหนัก และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศในแหล่งท่องเที่ยวหลักของ 2 จังหวัดใหญ่ คือ เชียงใหม่ (ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีเส้นทางมาเที่ยวยังจังหวัดเชียงรายด้วย) และเชียงราย หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อนำไปเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในออกแบบรูปแบบท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงรายที่เหมาะสมต่อไป

3.4. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 คำถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ใช้วิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) ด้วยการแจกแจงความถี่ และแสดงค่าเป็นร้อยละ

3.4.2 คำถามเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทัศนคติ ความตระหนัก และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมใช้วิธีการคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความหมายของค่าเฉลี่ยโดยรวม โดยลักษณะคำถามเป็นการวัดโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าโดยให้ผู้ตอบเลือกระดับความเห็นด้วย 5 ระดับจากระดับมากที่สุดถึงระดับน้อยที่สุดโดยวิธี Likert Scale มีเกณฑ์การประเมินใน 5 ระดับคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	ค่าคะแนน
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

โดยมีการแปลค่าความหมายของช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.4.3 คำถามเกี่ยวกับความรู้ นั้น ใช้วิธีการคำนวณคะแนนรวมเป็นรายข้อ จากนั้นนำคะแนนของทุกคนมาหาค่าเฉลี่ย

3.4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิด ความตระหนัก แรงจูงใจ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

3.4.5 ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุนิยม (Multiple Regression) แบบ stepwise เพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย ผู้วิจัยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการ ความรู้ ทัศนคติ ความตระหนัก และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศ และเพื่อให้ได้คำตอบความต้องการการท่องเที่ยวนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด 3 ส่วนประกอบกันในการสร้างเครื่องมือ โดยแนวคิดใช้องค์ประกอบ 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) ด้านการบริการที่พัก (Accommodation) ด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) โดยนำแนวคิดเรื่อง 7 Greens และทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย มาประยุกต์ใช้ในการตั้งคำถาม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปออกแบบรูปแบบท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงรายที่เหมาะสมต่อไปในอนาคตดังนี้

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	204	51
หญิง	196	49
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 51) และเพศหญิง (ร้อยละ 49)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	48	12
21 - 30 ปี	165	41.3
31 - 39 ปี	71	17.8
40 - 49 ปี	42	10.5
50 - 59 ปี	27	6.8
60 ปีขึ้นไป	47	11.8
รวม	400	100

ตารางที่ 4.2 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21 - 30 ปี (ร้อยละ 41.3) รองลงมาคือ 31 - 39 ปี (ร้อยละ 17.8) และ 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 11.8)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	81	20.3
รับราชการ	46	11.5
รับจ้างอิสระ	94	23.5
พนักงานบริษัท	79	19.8
ธุรกิจส่วนตัว	39	9.8
เกษียณอายุ	52	13
อื่นๆ	9	2.3
รวม	400	100

ตารางที่ 4.3 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างอิสระ (ร้อยละ 23.5) รองลงมาคือ นักศึกษา (ร้อยละ 20.3) และ พนักงานบริษัท (ร้อยละ 19.8)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละจำนวนระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา / ปวช.	58	14.5
อนุปริญญา / ปวส.	65	16.3
ปริญญาตรี	266	66.5
สูงกว่าปริญญาตรี	11	2.8
รวม	400	100

ตารางที่ 4.4 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี(ร้อยละ66.5) รองลงมาคือ อนุปริญญา / ปวส. (ร้อยละ 16.3) และ มัธยมศึกษา / ปวช. (ร้อยละ14.5)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละสัญชาติของกลุ่มตัวอย่าง

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
ยุโรป	152	38
อเมริกา	101	25.3
ญี่ปุ่น	77	19.3
เกาหลี	67	16.8
รวม	400	100

ตารางที่ 4.5 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัญชาติยุโรป (ร้อยละ38) รองลงมาคือ อเมริกา (ร้อยละ 25.3) และ ญี่ปุ่น (ร้อยละ19.3)

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละจำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างมาเที่ยวเชียงราย

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	290	72.5
ครั้งที่ 2	76	19
ครั้งที่ 3	16	4
มากกว่า 3 ครั้ง	18	4.5
รวม	400	100

ตารางที่ 4.6 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงรายครั้งแรก (ร้อยละ72.5) รองลงมาคือ ครั้งที่สอง (ร้อยละ 19) และ มากกว่า 3 ครั้ง (ร้อยละ4.5)

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างมาเที่ยวเชียงราย

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
ทำงาน(ประชุม /ทำธุรกิจ)	133	33.3
พักผ่อน	81	20.3
ท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ สวยงาม / อาหารท้องถิ่น / ศิลปะและ วัฒนธรรม และแคมป์)	139	34.8
อื่นๆ	28	7
ไม่ระบุ	19	4.8
รวม	400	100

ตารางที่ 4.7 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงรายด้วยวัตถุประสงค์ท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม / อาหารท้องถิ่น / ศิลปะและวัฒนธรรม และแคมป์) (ร้อยละ 34.8) รองลงมาคือ ทำงาน (ประชุม /ทำธุรกิจ) (ร้อยละ 33.3)

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงราย	141	20.49
คำแนะนำจากเพื่อน, สมาชิกในครอบครัว, ญาติ ฯลฯ	90	13.08
ความหลากหลายของอาหาร	82	11.92
เอกลักษณ์ของวัฒนธรรม, วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	95	13.81
เอกลักษณ์ของศิลปะและสถาปัตยกรรม	68	9.88
คุณภาพและมาตรฐานของที่พักร, การขนส่ง, บริการของบริษัททัวร์ ฯลฯ	57	8.28
ชื่อเสียงของแหล่งช้อปปิ้ง โดยเฉพาะสินค้าท้องถิ่น	104	15.12
อื่นๆ	51	7.41
รวม	688	100

***ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ**

ตารางที่ 4.8 แสดงว่า สื่อที่มีอิทธิพลกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เป็นเพราะการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงราย(ร้อยละ20.49) รองลงมา คือ ชื่อเสียงของแหล่งช้อปปิ้ง โดยเฉพาะสินค้าท้องถิ่น (ร้อยละ 15.12) และ เอกลักษณ์ของวัฒนธรรม, วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น (ร้อยละ13.81)

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละบุคคลผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของกลุ่มตัวอย่าง

บุคคลผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
มาคนเดียว	134	33.5
มากับสมาชิกในครอบครัว	69	17.3
เพื่อน / ญาติ	171	42.8
อื่นๆ	26	6.3
รวม	400	100

ตารางที่ 4.9 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 42.8) รองลงมาคือ มาคนเดียว (ร้อยละ 33.5) และ มากับสมาชิกในครอบครัว(ร้อยละ 17.3)

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างพำนักรในเชียงราย

จำนวนวัน	จำนวน	ร้อยละ
1-3 วัน	61	15.3
4-5 วัน	147	36.8
6-7 วัน	128	32
มากกว่านั้น	64	16
รวม	400	100

ตารางที่ 4.10 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาพำนักรในเชียงราย 4-5 วัน (ร้อยละ 36.8) รองลงมาคือ 6-7 วัน (ร้อยละ 32) และ มากกว่านั้น (ร้อยละ 16)

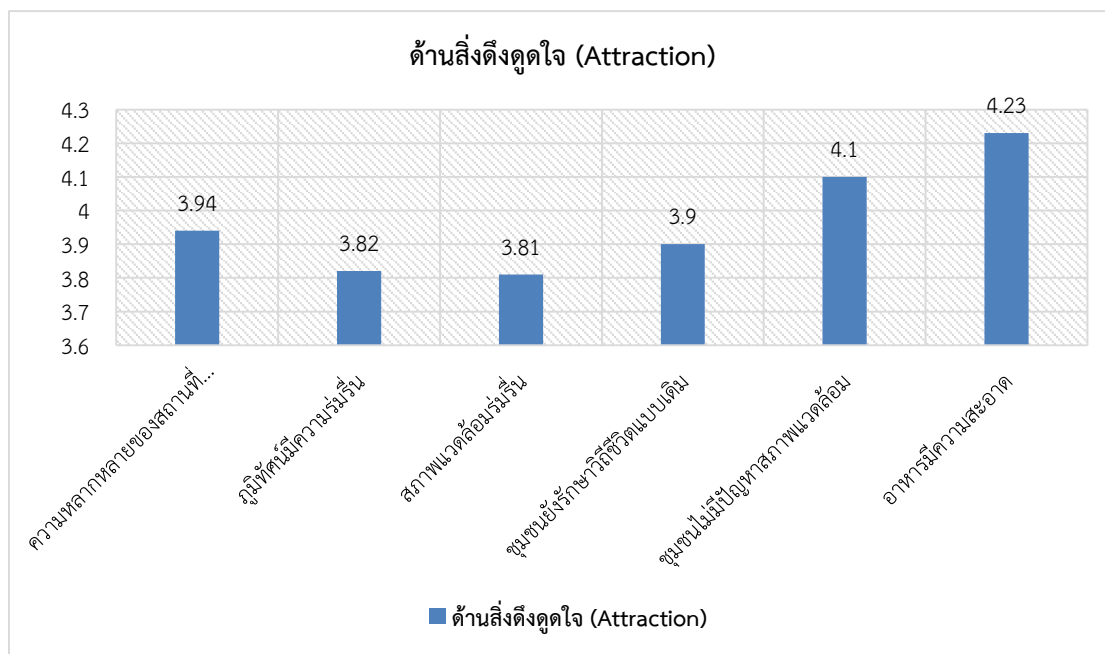
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และธรรมชาติ	3.94 (มาก)	1.04
2. ภูมิทัศน์มีความร่มรื่น สวยงาม และสงบ	3.82 (มาก)	1.03
3. สภาพแวดล้อมร่มรื่นด้วยต้นไม้และธรรมชาติ	3.81 (มาก)	1.06
4. ชุมชนยังรักษาวินัยชีวิตแบบเดิมไว้ได้	3.90 (มาก)	1.05
5. ชุมชนไม่มีปัญหาสภาพแวดล้อม เช่น มลภาวะทางอากาศ ขยะ น้ำเน่าเสีย	4.10 (มาก)	1.01
6. อาหารมีความสะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี	4.23 (มากที่สุด)	1.00
รวม	3.96 (มาก)	0.88

ตารางที่ 4.11 แสดงว่า ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านด้านสิ่งดึงดูดใจ(Attraction)นั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการอาหารมีความสะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี(4.23)ชุมชนไม่มีปัญหาสภาพแวดล้อม เช่น มลภาวะทางอากาศ ขยะ น้ำเน่าเสีย (4.10)ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และธรรมชาติ (3.94) เป็น 3 อันดับแรก

ภาพที่ 4.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

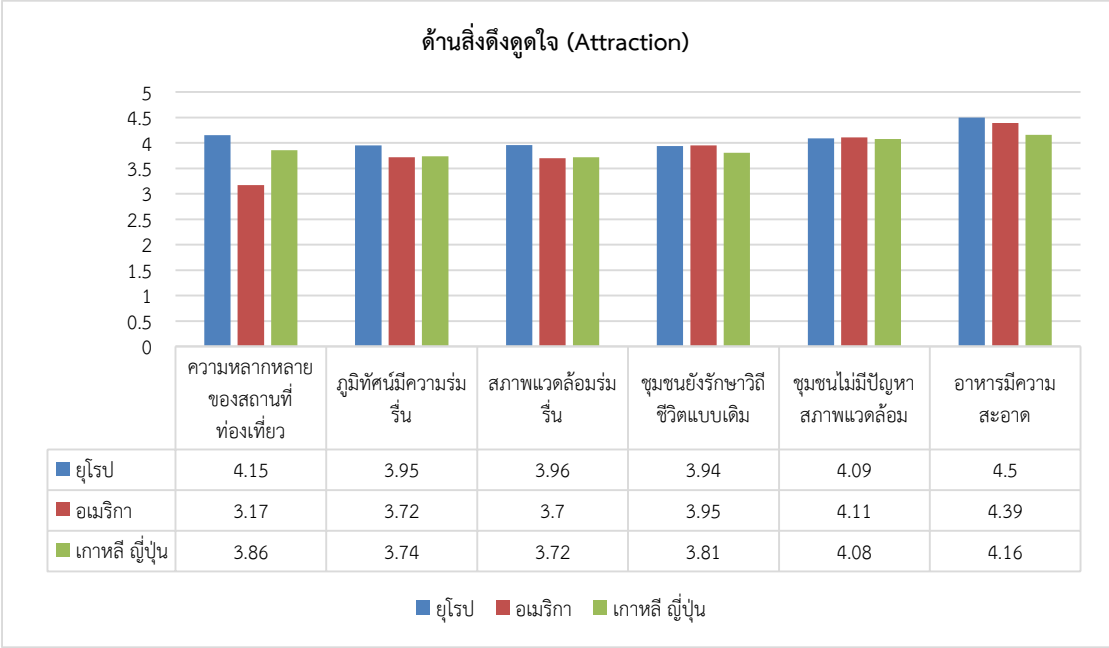


ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	ค่าเฉลี่ย		
	ยุโรป	อเมริกา	เกาหลี ญี่ปุ่น
1. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และธรรมชาติ	4.15 (มาก)	3.71 (มาก)	3.86 (มาก)
2. ภูมิทัศน์มีความร่มรื่น สวยงาม และสงบ	3.95 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)
3. สภาพแวดล้อมร่มรื่นด้วยต้นไม้และธรรมชาติ	3.96 (มาก)	3.70 (มาก)	3.72 (มาก)
4. ชุมชนยังรักษาวินัยชีวิตแบบเดิมไว้ได้	3.94 (มาก)	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)
5. ชุมชนไม่มีปัญหาสภาพแวดล้อม เช่น มลภาวะทางอากาศ ขยะ น้ำเน่าเสีย	4.09 (มาก)	4.11 (มาก)	4.08 (มาก)
6. อาหารมีความสะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี	4.16 (มาก)	4.39 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)
รวม	4.04 (มาก)	3.93 (มาก)	3.90 (มาก)

ตารางที่ 4.12 แสดงว่า ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการอาหารมีความสะอาดและปลอดภัยจากสารเคมีสูงกว่าข้ออื่นๆ

ภาพที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

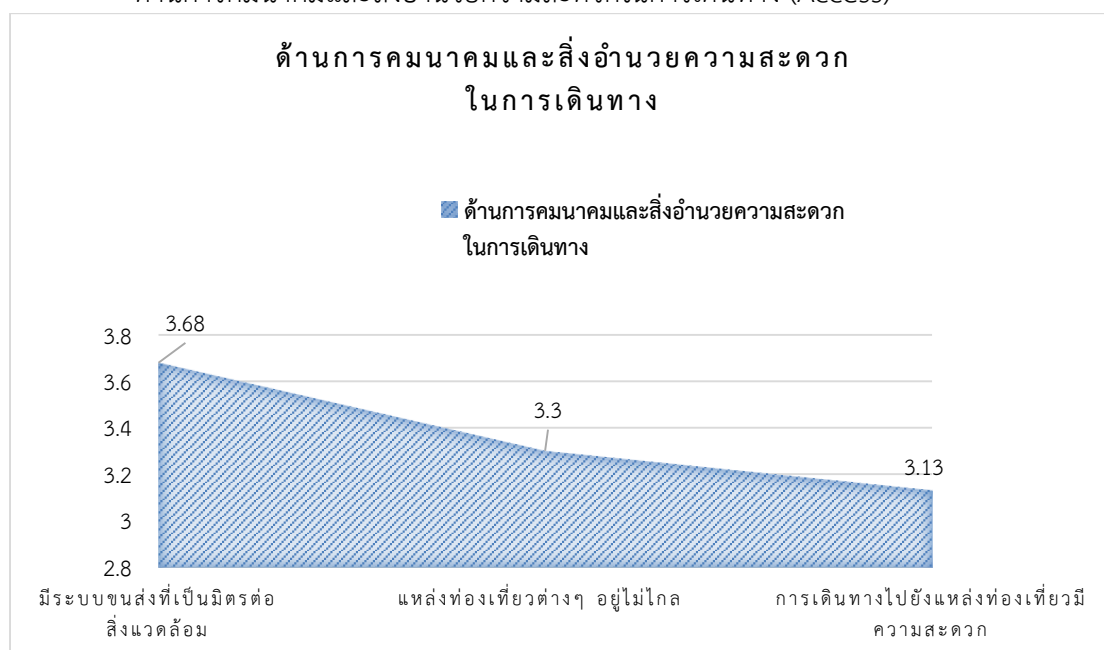


ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access)

ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก ในการเดินทาง (Access)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. มีระบบขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จักรยาน รถราง หรือรถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์	3.68 (มาก)	1.02
2. แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ไม่ไกล ซึ่งนักท่องเที่ยว สามารถเดินหรือใช้จักรยานในการเดินทางไปยัง แหล่งท่องเที่ยวได้	3.30 (ปานกลาง)	1.32
3. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก	3.13 (ปานกลาง)	1.33
รวม	3.37 (มาก)	1.12

ตารางที่ 4.13 แสดงว่า ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) กลุ่มตัวอย่างต้องการกลุ่มตัวอย่างต้องการมีระบบขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จักรยาน รถราง หรือรถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ (3.68) เป็นอันดับแรก

ภาพที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access)

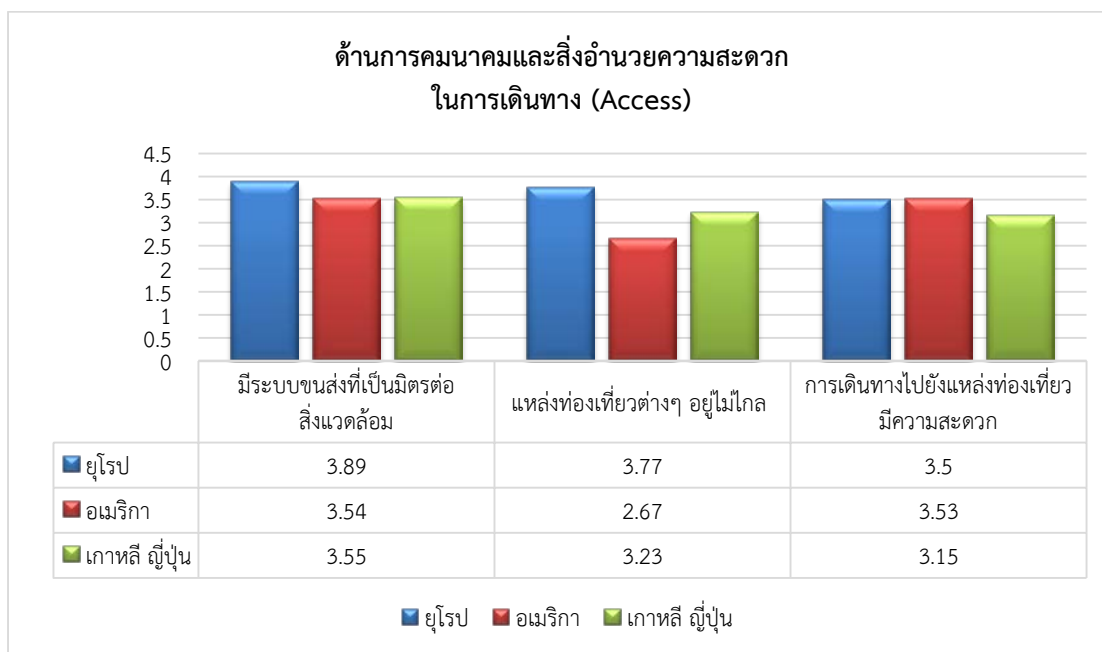


ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก ในการเดินทาง (Access)	ค่าเฉลี่ย		
	ยุโรป	อเมริกา	เกาหลี ญี่ปุ่น
1. มีระบบขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จักรยาน รถราง หรือรถเติมน้ำมันแกสโซฮอล์	3.89 (มาก)	3.54 (มาก)	3.55 (มาก)
2. แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ไม่ไกล ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินหรือใช้จักรยานในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้	3.77 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
3. การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก	3.50 (มาก)	2.53 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
รวม	3.72 (มาก)	2.91 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.14 แสดงว่า ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการมีระบบขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จักรยาน รถราง หรือรถเติมน้ำมันแกสโซฮอล์ สูงกว่าข้ออื่นๆ

ภาพที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก
ในการเดินทาง (Access) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

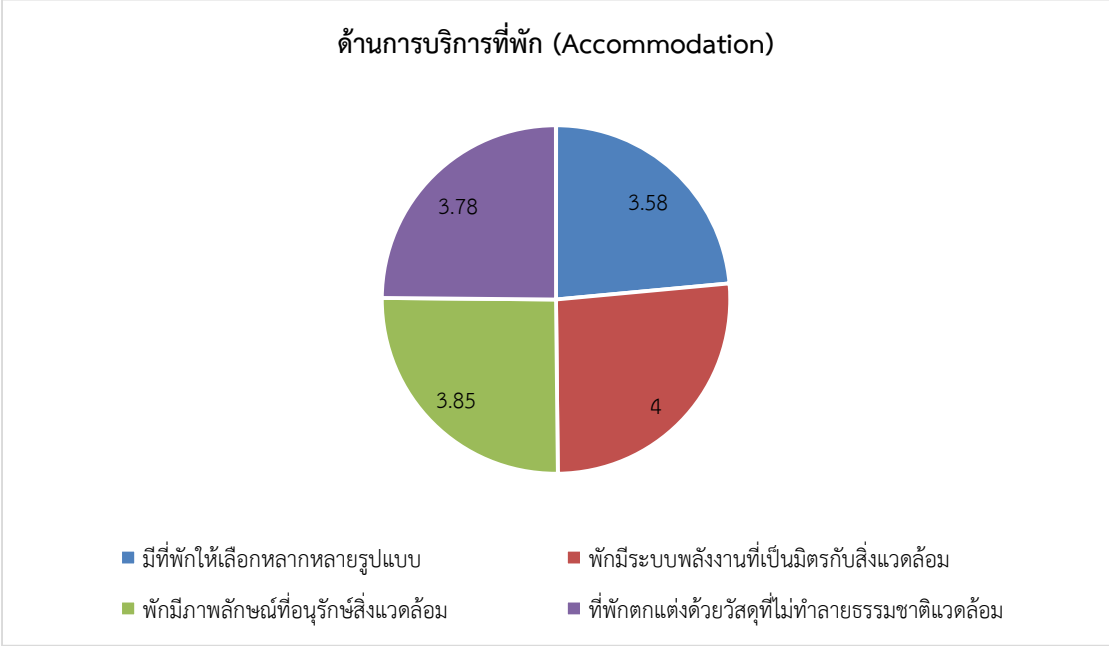


ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านการบริการที่พัก (Accommodation)

ด้านการบริการที่พัก (Accommodation)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. มีที่พักให้เลือกหลากหลายรูปแบบ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ ฯลฯ	3.58 (มาก)	1.01
2. ที่พักมีระบบพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การใช้หลอดประหยัดไฟ	4.00 (มาก)	0.93
3. ที่พักมีภาพลักษณ์ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.85 (มาก)	0.90
4. ที่พักตกแต่งด้วยวัสดุที่ไม่ทำลายธรรมชาติแวดล้อม	3.78 (มาก)	0.95
รวม	3.80 (มาก)	0.84

ตารางที่ 4.15 แสดงว่า ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการบริการที่พัก (Accommodation) นั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการกลุ่มตัวอย่างต้องการที่พักมีระบบพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การใช้หลอดประหยัดไฟ (4.00) ที่พักมีภาพลักษณ์ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (3.85) และที่พักตกแต่งด้วยวัสดุที่ไม่ทำลายธรรมชาติแวดล้อม (3.78) เป็น 3 อันดับแรก

ภาพที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านการบริการที่พัก (Accommodation)

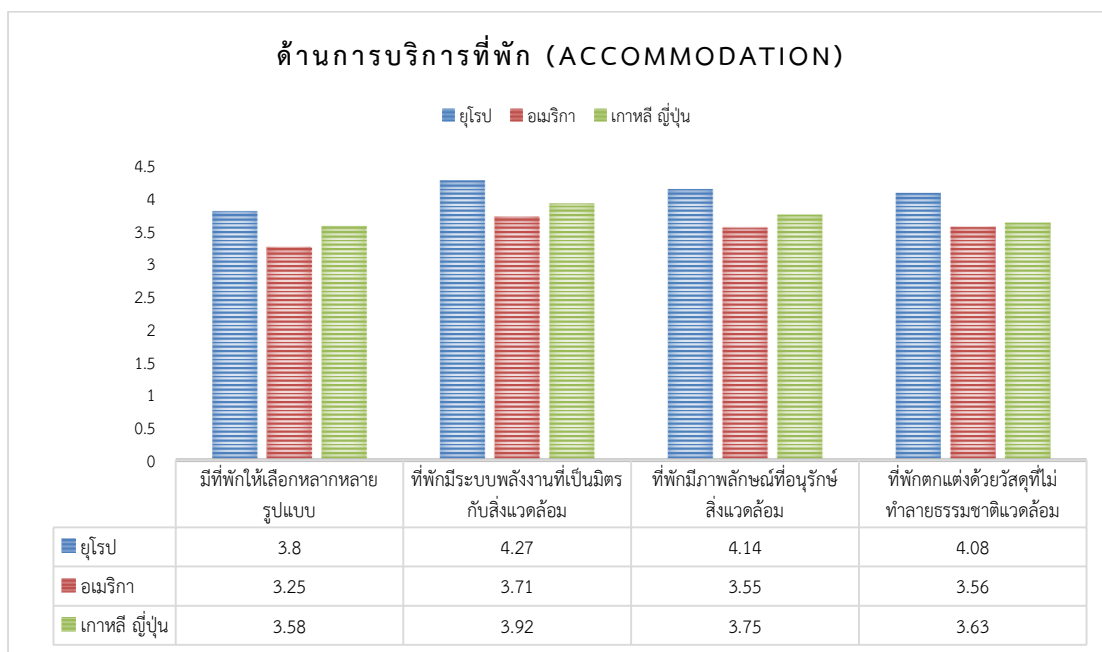


ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการบริการที่พัก (Accommodation)
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

ด้านการบริการที่พัก (Accommodation)	ค่าเฉลี่ย		
	ยุโรป	อเมริกา	เกาหลี ญี่ปุ่น
1. มีที่พักให้เลือกหลากหลายรูปแบบ เช่น โรงแรม รีสอร์ทเกสต์เฮาส์ ฯลฯ	3.80 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
2. ที่พักมีระบบพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การใช้หลอดประหยัดไฟ	4.27 (มากที่สุด)	3.71 (มาก)	3.92 (มาก)
3. ที่พักมีภาพลักษณ์ที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	4.14 (มาก)	3.55 (มาก)	3.75 (มาก)
4. ที่พักตกแต่งด้วยวัสดุที่ไม่ทำลายธรรมชาติแวดล้อม	4.08 (มาก)	3.56 (มาก)	3.63 (มาก)
รวม	4.07 (มาก)	3.52 (มาก)	3.72 (มาก)

ตารางที่ 4.16 แสดงว่า ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการบริการที่พัก (Accommodation) ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการที่พักมีระบบพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การใช้หลอดประหยัดไฟ สูงกว่าข้ออื่นๆ

ภาพที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการบริการที่พัก (Accommodation)
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

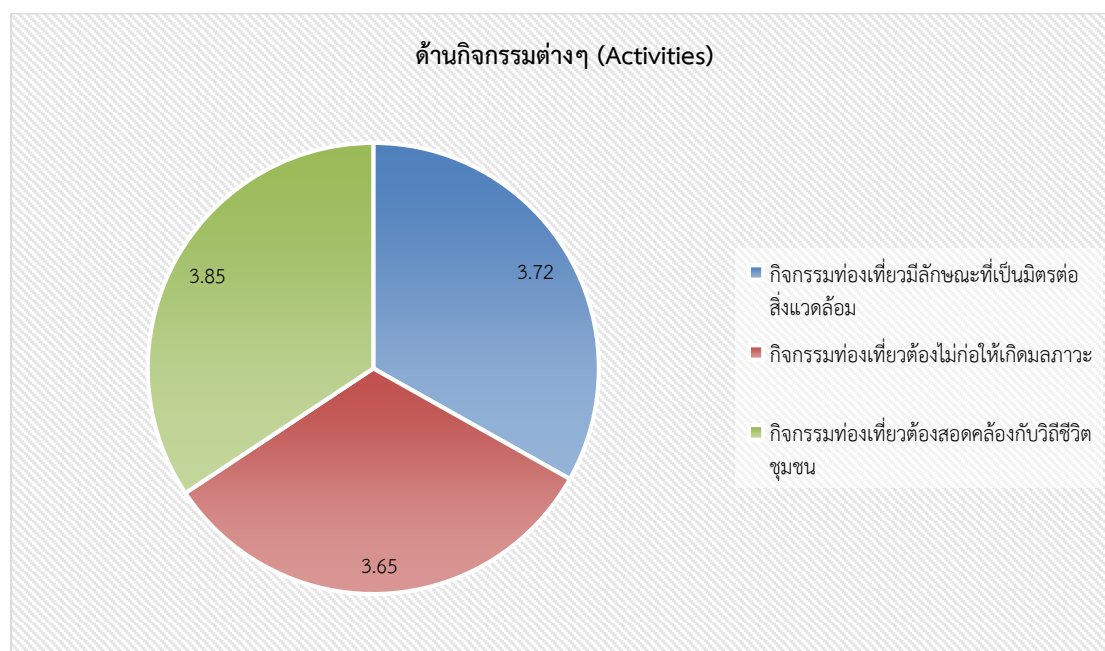


ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities)

ด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม เช่น ชีจกรยาน การออกกำลังกายแบบ โยคะ การเดินชมธรรมชาติ ฯลฯ	3.72 (มาก)	1.02
2. กิจกรรมท่องเที่ยวต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะหรือ มลพิษ	3.65 (มาก)	1.01
3. กิจกรรมท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน	3.71 (มาก)	1.04
รวม	3.69 (มาก)	0.95

ตารางที่ 4.17 แสดงว่า ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) นั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการกลุ่มตัวอย่างต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ชีจกรยาน การออกกำลังกายแบบโยคะ การเดินชมธรรมชาติ ฯลฯ (3.72) เป็นอันดับแรก

ภาพที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities)

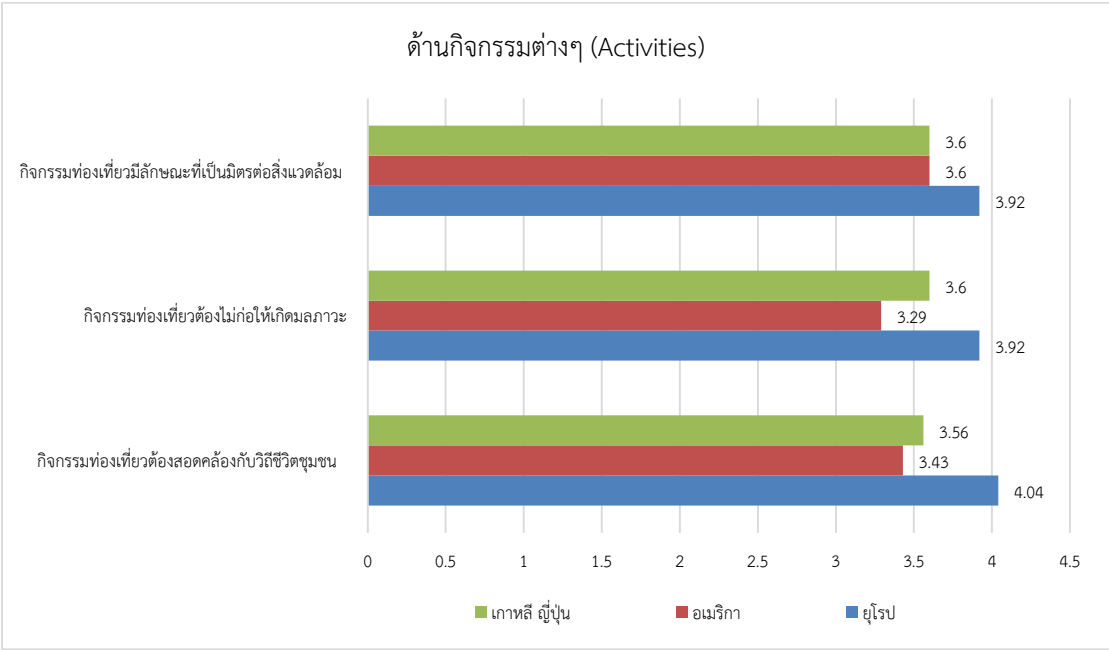


ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities)
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities)	ค่าเฉลี่ย		
	ยุโรป	อเมริกา	เกาหลี ญี่ปุ่น
1. กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม เช่น ชีจกรยาน การออกกำลังกายแบบ โยคะ การเดินชมธรรมชาติ ฯลฯ	3.92 (มาก)	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)
2. กิจกรรมท่องเที่ยวต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะหรือ มลพิษ	3.92 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
3. กิจกรรมท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน	4.04 (มาก)	3.43 (มาก)	3.56 (มาก)
รวม	3.96 (มาก)	3.44 (มาก)	3.59 (มาก)

ตารางที่ 4.18 แสดงว่า ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรปนั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนสูงกว่าข้ออื่นๆ ขณะที่ชาวอเมริกา และญี่ปุ่น-เกาหลี ต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ชีจกรยาน การออกกำลังกายแบบโยคะ การเดินชมธรรมชาติ ฯลฯ สูงกว่าข้ออื่นๆ

ภาพที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities)
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

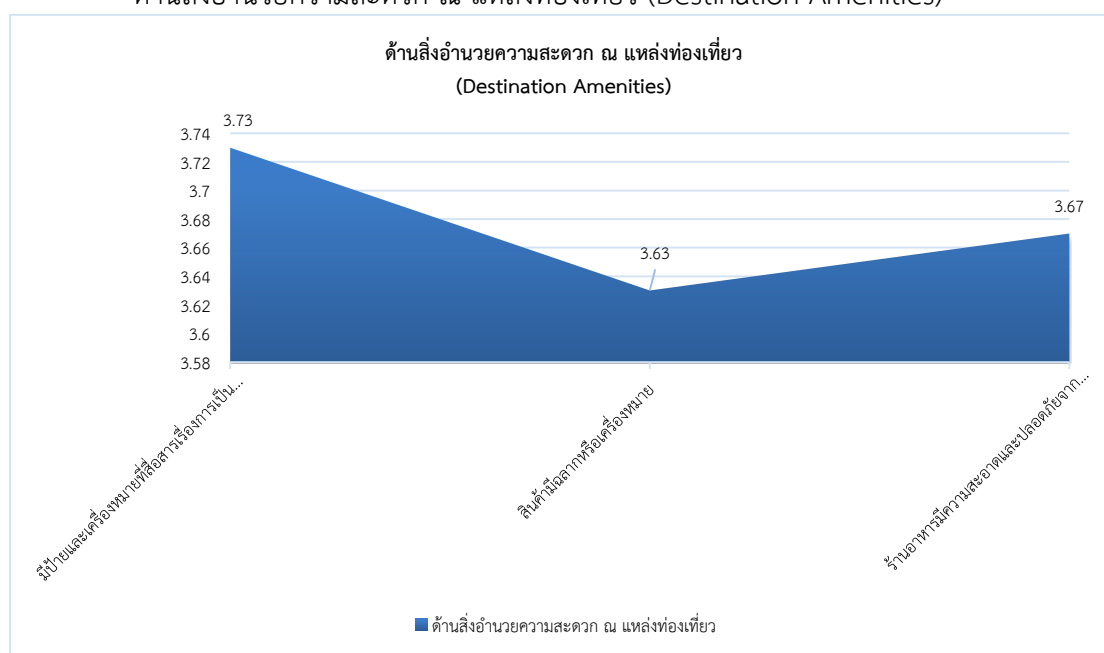


ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. มีป้ายและเครื่องหมายที่สื่อสารเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.73 (มาก)	1.06
2. สินค้ามีฉลากหรือเครื่องหมายที่แสดงถึงการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.63 (มาก)	1.03
3. ร้านอาหารมีความสะอาดและปลอดภัยจากสารพิษ	3.67 (มาก)	1.05
รวม	3.68 (มาก)	0.98

ตารางที่ 4.19 แสดงว่า ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) นั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการกลุ่มตัวอย่างต้องการกลุ่มตัวอย่างต้องการมีป้ายและเครื่องหมายที่สื่อสารเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (3.73) เป็นอันดับแรก

ภาพที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)



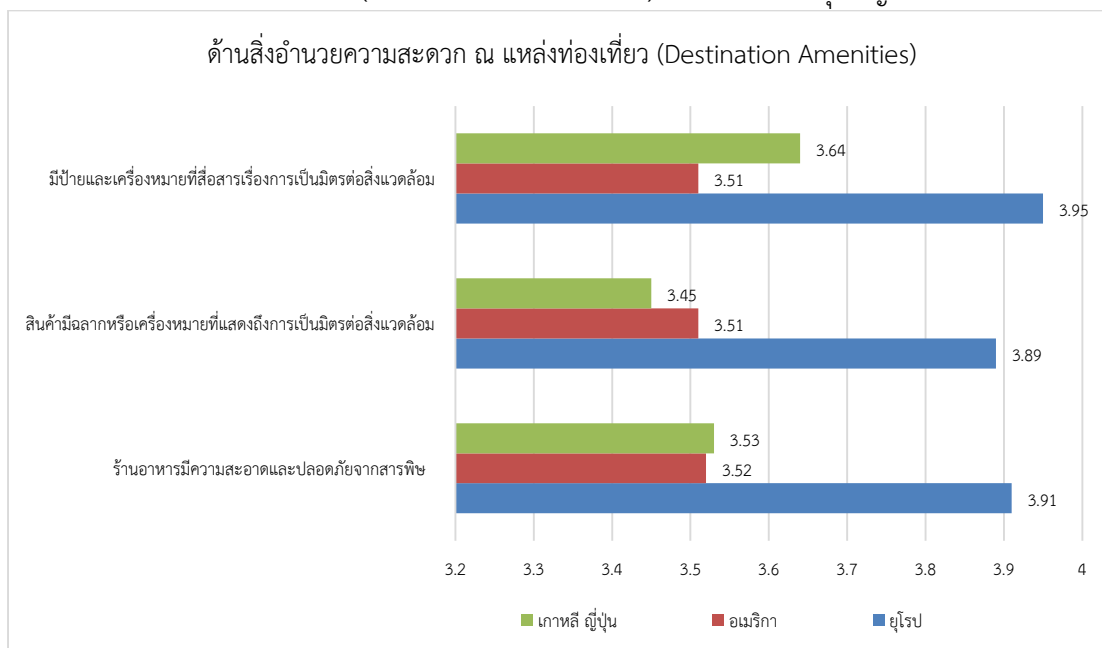
ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)	ค่าเฉลี่ย		
	ยุโรป	อเมริกา	เกาหลี ญี่ปุ่น
1. มีป้ายและเครื่องหมายที่สื่อสารเรื่องการเป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม	3.95 (มาก)	3.51 (มาก)	3.64 (มาก)
2. สินค้ามีฉลากหรือเครื่องหมายที่แสดงถึงการเป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.89 (มาก)	3.51 (มาก)	3.45 (มาก)
3. ร้านอาหารมีความสะอาดและปลอดภัยจากสารพิษ	3.91 (มาก)	3.52 (มาก)	3.53 (มาก)
รวม	3.92 (มาก)	3.51 (มาก)	3.54 (มาก)

ตารางที่ 4.20 แสดงว่า ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรปและเกาหลี-ญี่ปุ่นนั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการมีป้ายและเครื่องหมายที่สื่อสารเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสูงกว่าข้ออื่นๆ ขณะที่ชาวอเมริกาต้องการร้านอาหารมีความสะอาดและปลอดภัยจากสารพิษ สูงกว่าข้ออื่นๆ

ภาพที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว



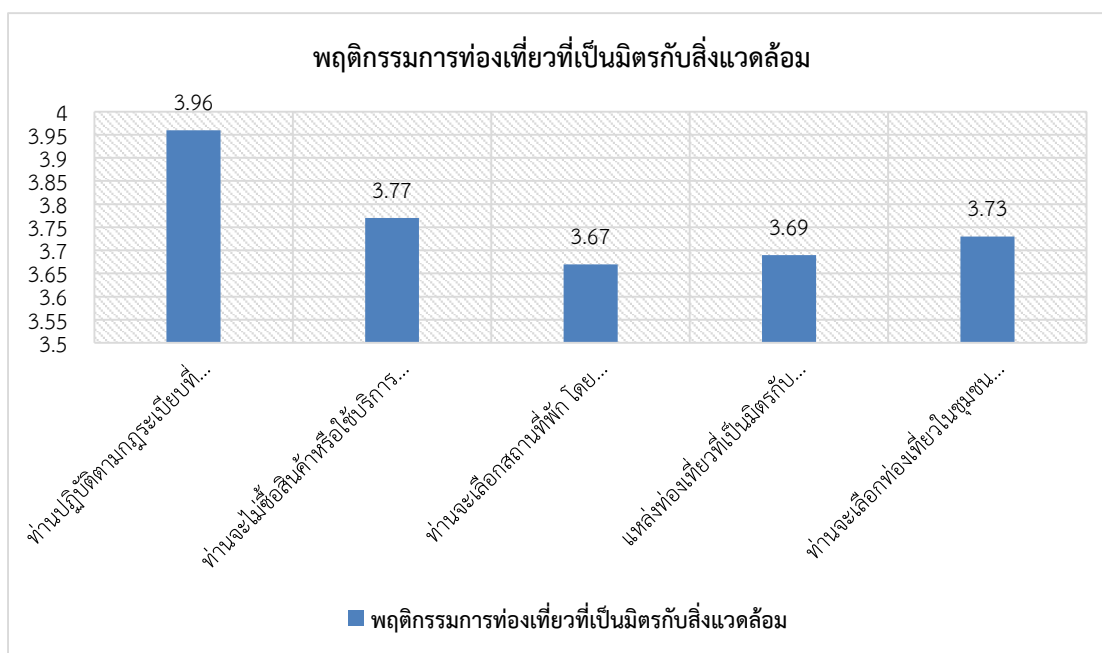
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. ท่านปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด	3.96 (มาก)	1.77
2. ท่านจะไม่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการของแหล่งท่องเที่ยวที่ทำลายสภาพแวดล้อม	3.77 (มาก)	0.88
3. ท่านจะเลือกสถานที่พัก โดยพิจารณาจากการมีระบบที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม	3.67 (มาก)	0.99
4. แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งแรกท่านคำนึงถึงในการเลือกไปท่องเที่ยว	3.69 (มาก)	0.93
5. ท่านจะเลือกท่องเที่ยวในชุมชนหรือสถานที่ที่มีแนวทางการอนุรักษ์และจัดการสิ่งแวดล้อม	3.73 (มาก)	0.97
รวม	3.76 (มาก)	0.88

ตารางที่ 4.21 แสดงว่า ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านบุคลากรนั้น กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด (3.96) ท่านจะไม่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการของแหล่งท่องเที่ยวที่ทำลายสภาพแวดล้อม (3.77) และท่านจะเลือกท่องเที่ยวในชุมชนหรือสถานที่ที่มีแนวทางการอนุรักษ์และจัดการสิ่งแวดล้อม (3.73) เป็น 3 อันดับแรก

ภาพที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
พฤติกรรมทางท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง

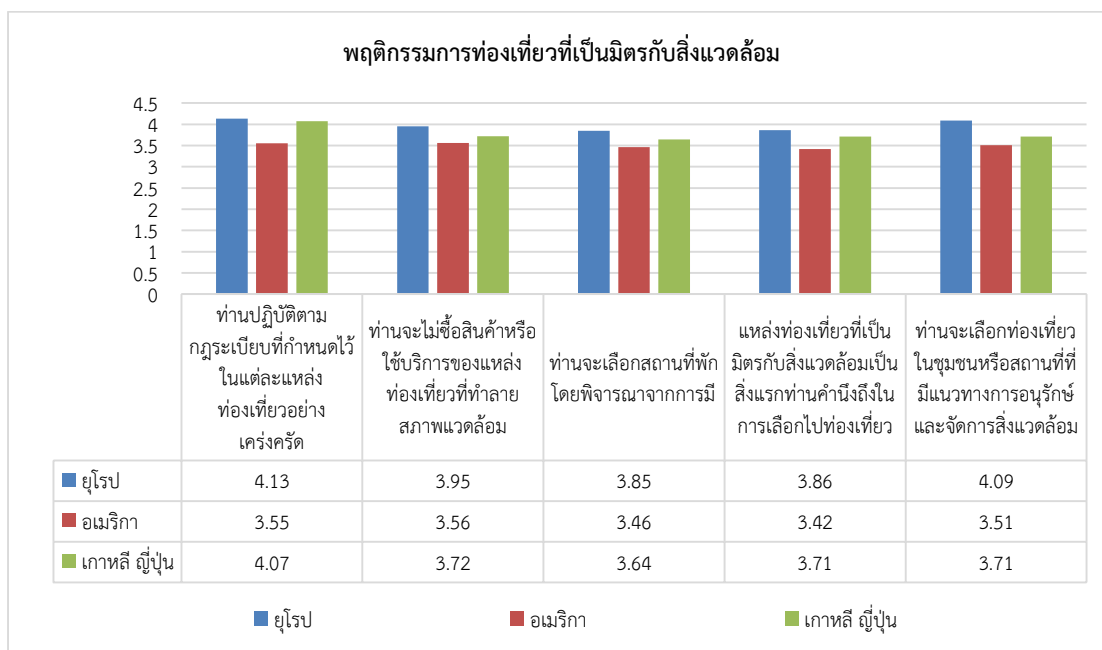


ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย		
	ยุโรป	อเมริกา	เกาหลี ญี่ปุ่น
1. ท่านปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ในแต่ละ แหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด	4.13 (มาก)	3.55 (มาก)	4.07 (มาก)
2. ท่านจะไม่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการของแหล่ง ท่องเที่ยวที่ทำลายสภาพแวดล้อม	3.95 (มาก)	3.56 (มาก)	3.72 (มาก)
3. ท่านจะเลือกสถานที่พัก โดยพิจารณาจากการมี ระบบที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม	3.85 (มาก)	3.46 (มาก)	3.64 (มาก)
4. แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งแรก ท่านคำนึงถึงในการเลือกไปท่องเที่ยว	3.86 (มาก)	3.42 (มาก)	3.71 (มาก)
5. ท่านจะเลือกท่องเที่ยวในชุมชนหรือสถานที่ที่มีแนว ทางการอนุรักษ์และจัดการสิ่งแวดล้อม	3.90 (มาก)	3.51 (มาก)	3.71 (มาก)
รวม	3.94 (มาก)	3.50 (มาก)	3.77 (มาก)

ตารางที่ 4.22 แสดงว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง
3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมอยู่ในระดับมากใกล้เคียงกัน

ภาพที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง
แยกเป็นรายกลุ่มทัศนิกท่องเที่ยว



4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ ความตระหนักของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง

ความรู้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.96	0.25

*คะแนนเต็ม 7 คะแนน (7 ข้อ)

ตารางที่ 4.23 แสดงว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ระดับปานกลาง หรือกึ่งหนึ่งจากคะแนนเต็ม

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย		
	ยุโรป	อเมริกา	เกาหลี ญี่ปุ่น
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.97	3.97	3.95

ตารางที่ 4.24 แสดงว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมอยู่ในระดับมากใกล้เคียงกัน คือ อยู่ระดับปานกลางหรือกึ่งหนึ่งจากคะแนนเต็ม

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง
ต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. ท่านรู้สึกภูมิใจที่ได้ท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.94 (มาก)	0.76
2. ท่านรู้สึกเบื่อหน่ายถ้าต้องปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว	3.54 (มาก)	0.99
3. ท่านไม่เชื่อว่า การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะช่วยให้สภาพแวดล้อมดีขึ้นจริง	3.52 (มาก)	1.02
รวม	3.66 (มาก)	0.80

ตารางที่ 4.25 แสดงว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก (3.66)

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย		
	ยุโรป	อเมริกา	เกาหลี ญี่ปุ่น
1. ท่านรู้สึกภูมิใจที่ได้ท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม	4.06 (มาก)	3.73 (มาก)	3.95 (มาก)
2. ท่านรู้สึกเบื่อหน่ายถ้าต้องปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว	3.81 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)
3. ท่านไม่เชื่อว่า การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมจะช่วยให้สภาพแวดล้อมดีขึ้นจริง	3.82 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.43 (มาก)
รวม	3.89 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)

ตารางที่ 4.26 แสดงว่า ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรป และญี่ปุ่น-เกาหลีนั้นอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกันนั้นอยู่ระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความตระหนักของกลุ่มตัวอย่าง
ต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะสำเร็จลง ได้ต้องเริ่มที่รัฐบาลเป็นหลัก	3.62 (มาก)	1.12
2. หน้าที่ในการดูแลสุขภาพแวดล้อมของแหล่ง ท่องเที่ยวควรเป็นเรื่องของรัฐบาล	3.26 (ปานกลาง)	1.26
3. ชุมชนเพียงอย่างเดียวคงไม่สามารถดูแล สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวได้	3.27 (ปานกลาง)	1.23
รวม	3.38 (ปานกลาง)	1.13

ตารางที่ 4.27 แสดงว่า ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่ม
ตัวอย่าง อยู่ในระดับปานกลาง (3.38)

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยความตระหนักของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย		
	ยุโรป	อเมริกา	เกาหลี ญี่ปุ่น
1. การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะสำเร็จลง ได้ต้องเริ่มที่รัฐบาลเป็นหลัก	3.90 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)
2. หน้าที่ในการดูแลสภาพแวดล้อมของแหล่ง ท่องเที่ยวควรเป็นเรื่องของรัฐบาล	3.76 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
3. ชุมชนเพียงอย่างเดียวคงไม่สามารถดูแล สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวได้	3.71 (มาก)	2.74 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
รวม	3.79 (มาก)	2.96 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.28 แสดงว่า ความตระหนักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรปนั้นอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกันและญี่ปุ่น-เกาหลีนั้นอยู่ระดับปานกลาง

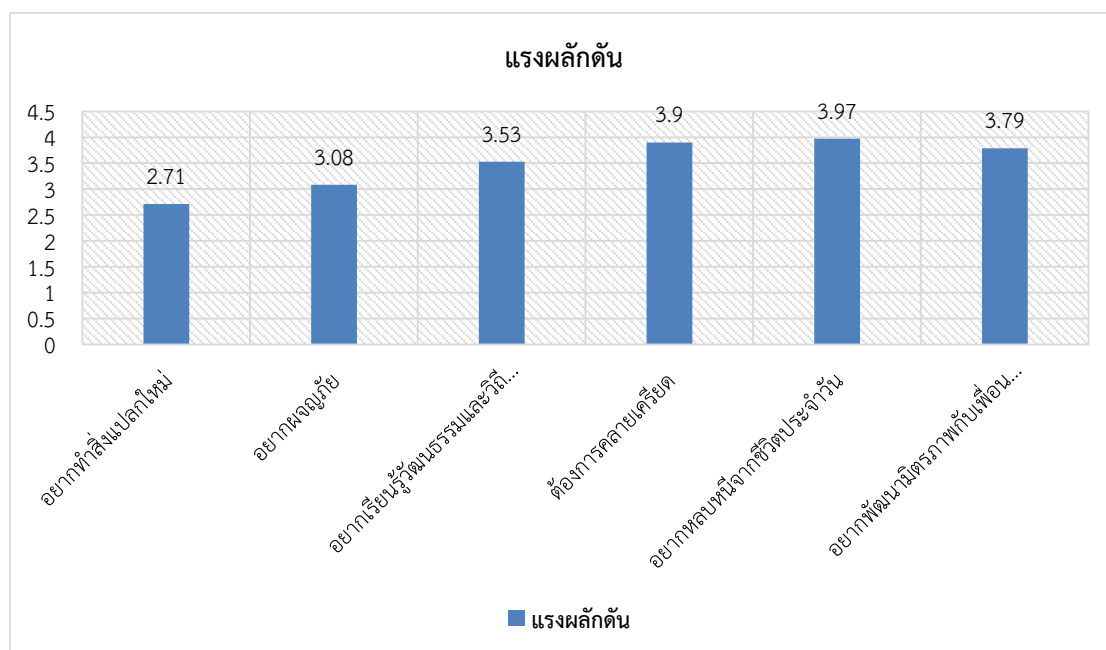
4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

แรงผลักดัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. อยากทำสิ่งแปลกใหม่	2.71 (ปานกลาง)	1.90
2. อยากผจญภัย	3.08 (ปานกลาง)	1.59
3. อยากเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่แตกต่าง	3.53 (มาก)	1.24
4. ต้องการคลายเครียด	3.90 (มาก)	1.00
5. อยากหลบหนีจากชีวิตประจำวัน	3.97 (มาก)	0.97
6. อยากพัฒนามิตรภาพกับเพื่อนระหว่างท่องเที่ยว	3.79 (มาก)	0.95
รวม	3.49 (มาก)	0.94

ตารางที่ 4.29 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันการมาท่องเที่ยวอยากหลบหนีจากชีวิตประจำวัน (3.97)เป็นอันดับแรก รองลงมาเป็น ต้องการคลายเครียด (3.90) และอยากพัฒนามิตรภาพกับเพื่อนระหว่างท่องเที่ยว (3.79)

ภาพที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจ ด้านแรงผลักดัน
การมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

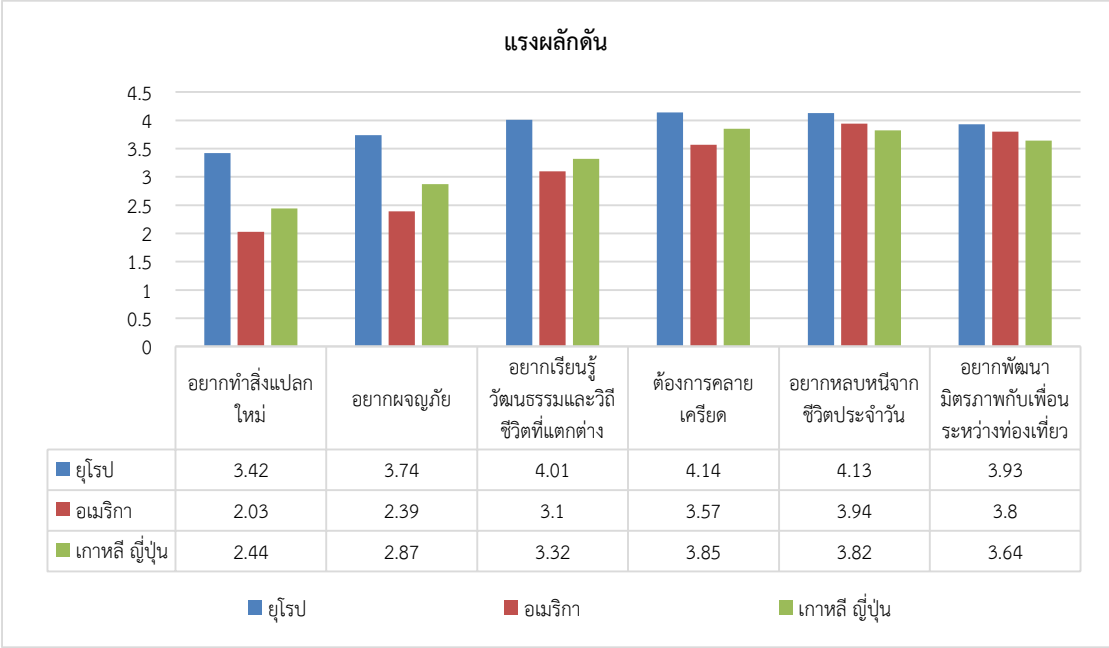


ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

แรงผลักดัน	ค่าเฉลี่ย		
	ยุโรป	อเมริกา	เกาหลี ญี่ปุ่น
1. อยากทำสิ่งแปลกใหม่	3.42 (มาก)	2.03 (น้อย)	2.44 (น้อย)
2. อยากผจญภัย	3.74 (มาก)	2.39 (น้อย)	2.87 (ปานกลาง)
3. อยากเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่แตกต่าง	4.01 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
4. ต้องการคลายเครียด	4.14 (มาก)	3.57 (มาก)	3.85 (มาก)
5. อยากหลบหนีจากชีวิตประจำวัน	4.13 (มาก)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)
6. อยากพัฒนามิตรภาพกับเพื่อนระหว่างท่องเที่ยว	3.93 (มาก)	3.80 (มาก)	3.64 (มาก)
รวม	3.90 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.30 แสดงว่า แรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรปนั้นอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกันและญี่ปุ่น-เกาหลีนั้นอยู่ระดับปานกลาง

ภาพที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

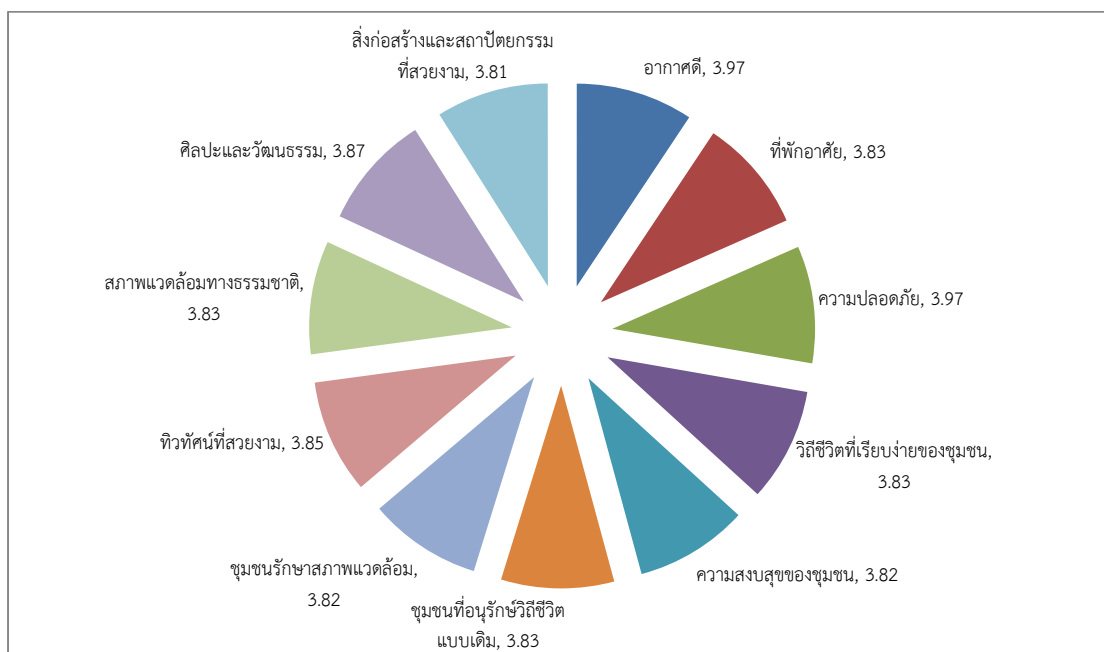


ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูด
การมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

แรงดึงดูด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. อากาศดี	3.97 (มาก)	0.92
2. ที่พักอาศัย	3.83 (มาก)	0.89
3. ความปลอดภัย	3.97 (มาก)	0.89
4. วิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชุมชน	3.83 (มาก)	0.85
5. ความสงบสุขของชุมชน	3.82 (มาก)	0.85
6. ชุมชนที่อนุรักษ์วิถีชีวิตแบบเดิม	3.83 (มาก)	0.88
7. ชุมชนรักษาสภาพแวดล้อม	3.82 (มาก)	0.86
8. ทิวทัศน์ที่สวยงาม	3.85 (มาก)	0.83
9. สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ	3.83 (มาก)	0.83
10. ศิลปะและวัฒนธรรม	3.87 (มาก)	0.83
11. สิ่งก่อสร้างและสถาปัตยกรรมที่สวยงาม	3.81 (มาก)	0.82
รวม	3.86 (มาก)	0.87

ตารางที่ 4.31 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดการมาท่องเที่ยวเรื่องอากาศดี และความปลอดภัย (3.97) เป็นอันดับแรก รองลงมาเป็น ศิลปะและวัฒนธรรม (3.87) และ ทิวทัศน์ที่สวยงาม (3.85)

ภาพที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูด
การมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง



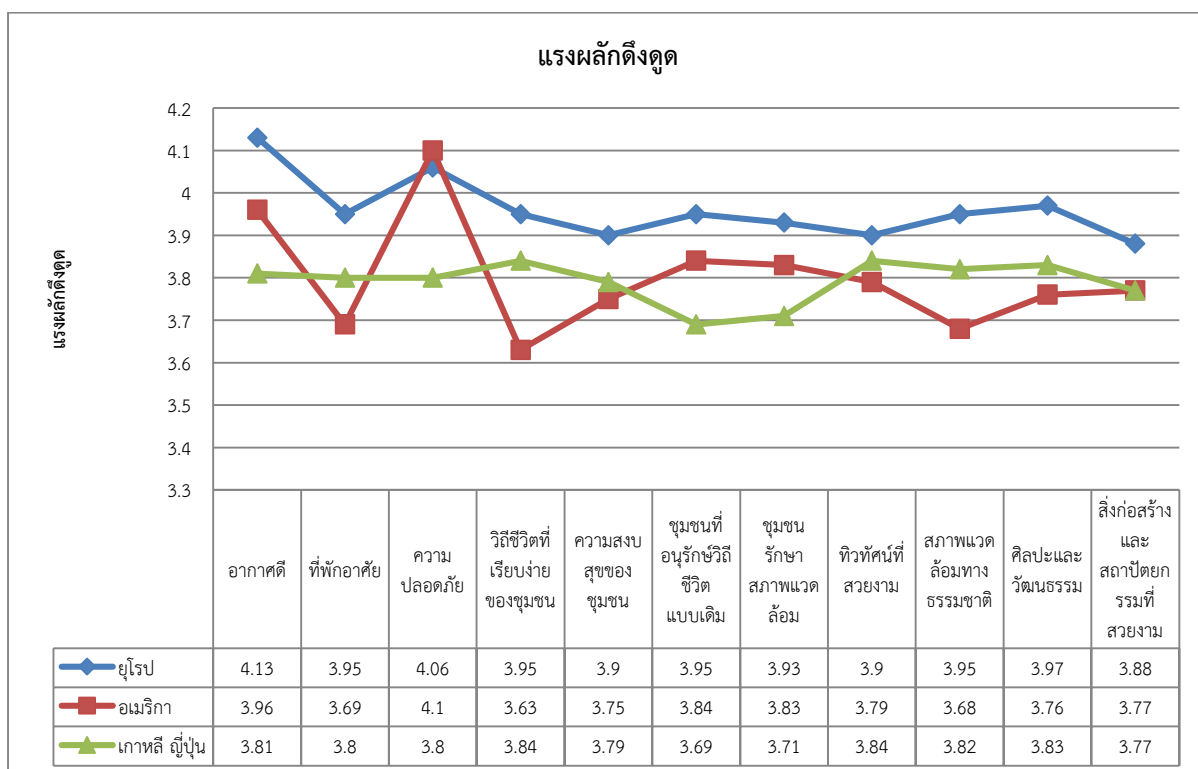
ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว

แรงผลักดันดึงดูด	ค่าเฉลี่ย		
	ยุโรป	อเมริกา	เกาหลี ญี่ปุ่น
1. อากาศดี	4.13 (มาก)	3.96 (มาก)	3.81 (มาก)
2. ที่พักอาศัย	3.95 (มาก)	3.69 (มาก)	3.80 (มาก)
3. ความปลอดภัย	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)	3.80 (มาก)
4. วิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชุมชน	3.95 (มาก)	3.63 (มาก)	3.84 (มาก)
5. ความสงบสุขของชุมชน	3.90 (มาก)	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)
6. ชุมชนที่อนุรักษ์วิถีชีวิตแบบเดิม	3.95 (มาก)	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)
7. ชุมชนรักษาสภาพแวดล้อม	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)
8. ทิวทัศน์ที่สวยงาม	3.90 (มาก)	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)
9. สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ	3.95 (มาก)	3.68 (มาก)	3.82 (มาก)
10. ศิลปะและวัฒนธรรม	3.97	3.76	3.83

แรงผลักดันดึงดูด	ค่าเฉลี่ย		
	ยุโรป	อเมริกา	เกาหลี ญี่ปุ่น
	(มาก)	(มาก)	(มาก)
11. สิ่งก่อสร้างและสถาปัตยกรรมที่สวยงาม	3.88	3.77	3.77
	(มาก)	(มาก)	(มาก)
รวม	3.96	3.80	3.79
	(มาก)	(มาก)	(มาก)

ตารางที่ 4.32 แสดงว่า แรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้นอยู่ในระดับมาก

ภาพที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดการมาท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง
แยกเป็นรายกลุ่มสัญชาตินักท่องเที่ยว



4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิด ความตระหนัก และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความรู้การท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สหสัมพันธ์	พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
ความรู้การท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	0.122*

Note ** $p \leq .01$; * $p \leq .05$

จากตารางที่ 4.33 แสดงให้เห็นว่า ความรู้การท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ระดับ 0.122 หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 12.2

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ทักษะคิดการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สหสัมพันธ์	พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
ทักษะคิดการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	0.519**

Note ** $p \leq .01$; * $p \leq .05$

จากตารางที่ 4.34 แสดงให้เห็นว่า ทักษะคิดการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ระดับ 0.519 หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า ทักษะคิดการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 51.9

ตารางที่ 35 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักรู้การท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สหสัมพันธ์	พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม
ความตระหนักรู้การท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม	0.474**

Note ** $p \leq .01$; * $p \leq .05$

จากตารางที่ 4.35 แสดงให้เห็นว่า ความตระหนักรู้การท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ระดับ 0.474 หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 47.4

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจการท่องเที่ยว
กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สหสัมพันธ์	พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม
แรงจูงใจการท่องเที่ยว	
ปัจจัยผลักดัน	0.526**
ปัจจัยดึงดูด	0.534**

Note ** $p \leq .01$; * $p \leq .05$

จากตารางที่ 4.36 แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปัจจัยผลักดันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ระดับ 0.526 และปัจจัยดึงดูด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 0.534

หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า แรงจูงใจ ปัจจัยผลักดันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 52.6 และ แรงจูงใจ ปัจจัยดึงดูดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 53.4

4.7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอยพหุคูณ

ตารางที่ 4.37 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อพยากรณ์ตัวแปรอิสระที่มีต่อพฤติกรรม
การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรอิสระ	พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม	
	Betas (β)	Prob.
ความรู้การท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	-0.019	.644
ทัศนคติการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	0.241	.000
ความตระหนักการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม	0.068	.299
แรงจูงใจการมาท่องเที่ยว		
ปัจจัยผลักดัน	0.112	.101
ปัจจัยดึงดูด	0.328	.000
Total R² (ร้อยละ)	38.2	

การพยากรณ์ตัวแปรอิสระต่างๆ จำนวน 5 ตัวแปรที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากตารางที่ 4.37 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีทั้งหมด 2 ตัวแปร คือ ทัศนคติการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและแรงจูงใจการมาท่องเที่ยว ประเภทปัจจัยดึงดูด

หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มี 2 ปัจจัย คือ ทัศนคติการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและ แรงจูงใจ ประเภทปัจจัยดึงดูด

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย เพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการ ความรู้ ทักษะ ทักษะ ความตระหนัก และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศเพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงรายที่เหมาะสมต่อไปในอนาคต ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยและมีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายผล ซึ่งได้นำไปสู่ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องและสำหรับผู้สนใจศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

5.1 สรุป อภิปรายผล

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 51) และเพศหญิง (ร้อยละ 49)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ ระหว่าง 21 - 30 ปี (ร้อยละ 41.3) รองลงมาคือ 31 - 39 ปี (ร้อยละ 17.8) และ 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 11.8)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างอิสระ (ร้อยละ 23.5) รองลงมาคือ นักศึกษา (ร้อยละ 20.3) และ พนักงานบริษัท (ร้อยละ 19.8)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 66.5) รองลงมาคือ อนุปริญญา / ปวส. (ร้อยละ 16.3) และมัธยมศึกษา / ปวช. (ร้อยละ 14.5)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัญชาติยุโรป (ร้อยละ 38) รองลงมาคือ อเมริกา (ร้อยละ 25.3) และ ญี่ปุ่น (ร้อยละ 19.3)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงรายครั้งแรก (ร้อยละ 72.5) รองลงมาคือ ครั้งที่สอง (ร้อยละ 19) และ มากกว่า 3 ครั้ง (ร้อยละ 4.5)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงรายด้วยวัตถุประสงค์ท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติที่สวยงาม / อาหารท้องถิ่น / ศิลปะและวัฒนธรรม และแคมป์) (ร้อยละ 34.8) รองลงมาคือ ทำงาน (ประชุม / ทำธุรกิจ) (ร้อยละ 33.3)
- สื่อที่มีอิทธิพลกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เป็นเพราะ การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงราย (ร้อยละ 20.49) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของแหล่งช้อปปิ้ง โดยเฉพาะสินค้าท้องถิ่น (ร้อยละ 15.12) และเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม, วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น (ร้อยละ 13.81)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน/ญาติ (ร้อยละ 42.8) รองลงมาคือ มาคนเดียว (ร้อยละ 33.5) และ มากับสมาชิกในครอบครัว (ร้อยละ 17.3)
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาพำนักในเชียงราย 4-5 วัน (ร้อยละ 36.8) รองลงมาคือ 6-7 วัน (ร้อยละ 32) และ มากกว่านั้น (ร้อยละ 16)

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) นั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการอาหารที่มีความสะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี (4.23) ชุมชนไม่มีปัญหาสภาพแวดล้อม เช่น มลภาวะทางอากาศ ขยะ น้ำเน่าเสีย (4.10) ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และธรรมชาติ (3.94) เป็น 3 อันดับแรก

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการอาหารที่มีความสะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี สูงกว่าข้ออื่นๆ

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) กลุ่มตัวอย่างต้องการกลุ่มตัวอย่างต้องการมีระบบขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จักรยาน รถราง หรือรถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ (3.68) เป็นอันดับแรก

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการมีระบบขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จักรยาน รถราง หรือรถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ สูงกว่าข้ออื่นๆ

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านการบริการที่พัก (Accommodation) ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการที่พักมีระบบพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การใช้หลอดประหยัดไฟ สูงกว่าข้ออื่นๆ

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) นั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ขี่จักรยาน การออกกำลังกายแบบโยคะ การเดินชมธรรมชาติ ฯลฯ (3.72) เป็นอันดับแรก

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรปนั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน สูงกว่าข้ออื่นๆ ขณะที่ชาวอเมริกา และญี่ปุ่น-เกาหลี ต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ขี่จักรยาน การออกกำลังกายแบบโยคะ การเดินชมธรรมชาติ ฯลฯ สูงกว่าข้ออื่นๆ

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) นั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการมีป้ายและเครื่องหมายที่สื่อสารเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (3.73) เป็นอันดับแรก

- ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรปและเกาหลี-ญี่ปุ่นนั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการมีป้ายและเครื่องหมายที่สื่อสารเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสูงกว่าข้ออื่นๆ ขณะที่ชาวอเมริกาต้องการร้านอาหารที่มีความสะอาดและปลอดภัยจากสารพิษ สูงกว่าข้ออื่นๆ

5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

- กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด (3.96) ท่านจะไม่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการของแหล่งท่องเที่ยวที่ทำลายสภาพแวดล้อม (3.77)

และท่านจะเลือกท่องเที่ยวในชุมชนหรือสถานที่ที่มีแนวทางการอนุรักษ์และจัดการสิ่งแวดล้อม (3.73) เป็น 3 อันดับแรก

-พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมอยู่ในระดับมากใกล้เคียงกัน

5.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติ ความตระหนักของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

-ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ระดับปานกลางหรือกึ่งหนึ่งจากคะแนนเต็ม

-ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้น กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมอยู่ในระดับมากใกล้เคียงกัน คือ อยู่ระดับปานกลาง หรือกึ่งหนึ่งจากคะแนนเต็ม

-ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก (3.66)

-ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรปและญี่ปุ่น-เกาหลีนั้นอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกันนั้นอยู่ระดับปานกลาง

-ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง (3.38)

-ความตระหนักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรปนั้นอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกันและญี่ปุ่น-เกาหลีนั้นอยู่ระดับปานกลาง

5.1.5 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

-กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันการมาท่องเที่ยว อยากหลบหนีจากชีวิตประจำวัน (3.97) เป็นอันดับแรก รองลงมาเป็น ต้องการคลายเครียด (3.90) และอยากพัฒนามิตรภาพกับเพื่อนระหว่างท่องเที่ยว (3.79)

-แรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวยุโรปนั้นอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกันและญี่ปุ่น-เกาหลีนั้นอยู่ระดับปานกลาง

-กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดการมาท่องเที่ยว เรื่องอากาศดีและความปลอดภัย (3.97) เป็นอันดับแรก รองลงมาเป็น ศิลปะและวัฒนธรรม (3.87) และ ทิวทัศน์ที่สวยงาม (3.85)

-แรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สัญชาตินั้นอยู่ในระดับมาก

5.1.6 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคติ ความตระหนัก และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

-ความรู้การท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ระดับ 0.122 หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบ

เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 12.2

-ทัศนคติการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ระดับ 0.519 หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า ทัศนคติการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 51.9

-ความตระหนักการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ระดับ 0.474 หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความตระหนักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 47.4

-แรงจูงใจการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านแรงผลักดันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ระดับ 0.526 และด้านแรงดึงดูด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 0.534 หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า แรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 52.6 และ แรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับร้อยละ 53.4

5.1.7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอยพหุคูณ

การพยากรณ์ตัวแปรอิสระต่างๆ จำนวน 5 ตัวแปรที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีทั้งหมด 2 ตัวแปร คือ ทัศนคติการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ แรงจูงใจ การมาท่องเที่ยว ด้านแรงดึงดูด

หรือ อธิบายอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มี 2 ปัจจัย คือ ทัศนคติการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ แรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูด

5.1.8 อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเทศบาลนครเชียงราย ผู้วิจัยมีประเด็นข้อค้นพบจากผลการวิจัย ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดใช้องค์ประกอบ 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ด้านการ

คมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access) ด้านการบริการที่พัก (Accommodation) ด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) โดยนำแนวคิดเรื่อง 7 Greens และทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะในเขตเทศบาลนครเชียงราย มาประยุกต์ใช้ในการตั้งคำถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านต่างๆ ดังนี้ *ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)* กลุ่มตัวอย่างต้องการอาหารมีความสะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี ชุมชนไม่มีปัญหาสภาพแวดล้อม เช่น มลภาวะทางอากาศ ขยะ น้ำเน่าเสีย และความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม *ด้านการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Access)* ต้องการมีระบบขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จักรยาน รถราง หรือรถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์

ด้านการบริการที่พัก (Accommodation) ต้องการที่พักมีระบบพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การใช้หลอดประหยัดไฟ *ด้านกิจกรรมต่างๆ (Activities)* ต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวมีลักษณะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ขี่จักรยาน การออกกำลังกายแบบโยคะ การเดินชมธรรมชาติ ฯลฯ และ *ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)* ต้องการมีป้ายและเครื่องหมายที่สื่อสารเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

โดยเฉพาะเมื่อนำไปพิจารณาร่วมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด การไม่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการของแหล่งท่องเที่ยวที่ทำลายสภาพแวดล้อม และการเลือกท่องเที่ยวในชุมชนหรือสถานที่ที่มีแนวทางการอนุรักษ์และจัดการสิ่งแวดล้อม

จะเห็นได้ว่า ความต้องการดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเน้นการแสวงหาความเรียบง่ายในชีวิต มีความใกล้ชิดกับธรรมชาติ ไม่รบกวนสิ่งแวดล้อม และจะต้องมีการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาจากทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายแล้ว จะพบว่า เทศบาลนครสามารถตอบสนองความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งความต้องการดังกล่าวมีลักษณะที่ครอบคลุมแนวคิด Seven Greens คือ Green Heart, Green Logistics, Green Destination, Green Community, Green Activity, Green Service และ Green Plus

2.ความรู้ ทัศนคติ ความตระหนัก และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษา พบว่า ความรู้และความตระหนักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอยู่ระดับปานกลาง หรือกึ่งหนึ่งจากคะแนนเต็ม ส่วนทัศนคติต่อการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก

ด้านแรงจูงใจ พบว่า แรงจูงใจ ด้านแรงผลักดันการมาท่องเที่ยวคือ อยากหลบหนีจากชีวิตประจำวัน ส่วนแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดการมาท่องเที่ยว เป็นเรื่องอากาศดีและความปลอดภัย ศิลปะและวัฒนธรรมและ ทิวทัศน์ที่สวยงาม ตามลำดับ

ข้อค้นพบที่น่าสนใจ พบว่า ความรู้ ทักษะ ทักษะ ความตระหนัก การท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิไลลักษณ์ ชมภูศรี (2544) ที่ได้ศึกษาในประเด็นใกล้เคียงกัน คือ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติการมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว และทัศนคติการมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

นอกจากนั้น การศึกษาในครั้งนี้ ยังพบว่า แรงจูงใจการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้านแรงผลักดัน และด้านแรงดึงดูดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน

เมื่อนำไปพิจารณาว่า ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่ามี 2 ปัจจัย คือ ทัศนคติการมาท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ แรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูด ซึ่งหมายความว่า ในการวางแผนเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีบุคลิกเฉพาะบางอย่างที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะแบบนี้ จะต้องให้ความสนใจใน 2 ประเด็นนี้มากขึ้น ซึ่งอธิบายได้ว่า ทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้างวัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ซึ่งในกรณีนี้หมายถึง พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่วนแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูดนั้น ตามแนวคิดเรื่อง แรงดึงดูด ได้อธิบายถึงแรงภายนอกที่ดึงดูดให้คนเดินทาง ปัจจัยผลักดันถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายความปรารถนาที่จะเดินทางไปพักผ่อนในขณะที่ปัจจัยดึงดูดถูกใช้เพื่ออธิบายตัวเลือกของนักท่องเที่ยว จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า แรงดึงดูดมีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ขณะที่แรงผลักดันในกรณีการวิจัยครั้งนี้ไม่พบว่ามีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1) การศึกษาครั้งต่อไปอาจจะมีการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายที่ได้จากโมเดลการศึกษาครั้งนี้เพื่อสอบถามความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2) การศึกษาครั้งต่อไปอาจจะมีการศึกษาแรงจูงใจ ด้านแรงดึงดูด โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุ เพื่อจำแนกให้เห็นแรงดึงดูด เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงคุณภาพ ซึ่งจะมีรายละเอียดเสริมข้อมูลเชิงปริมาณในครั้งนี้

3) การศึกษาครั้งต่อไปอาจจะมีการศึกษาเพื่อหาแนวทางการสนับสนุนให้กลุ่มนักท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ยังไม่นิยมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้หันมาสนใจการท่องเที่ยวลักษณะดังกล่าวได้

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและเทศบาลนครเชียงรายสามารถนำความต้องการของนักท่องเที่ยวไปปรับสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ให้สอดคล้องกับข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา โดยเฉพาะ *ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)* กลุ่มตัวอย่างต้องการอาหารมีความสะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี และชุมชนไม่มีปัญหาสภาพแวดล้อม *ด้านการบริการที่พัก (Accommodation)* ต้องการที่พักมีระบบพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ *ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities)* ต้องการมีป้ายและเครื่องหมายที่สื่อสารเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งในบางประเด็นถือว่าเป็นต้นทุนที่มีอยู่ของเทศบาลนครเชียงรายอยู่แล้ว อาทิ เรื่องอาหารที่ปลอดภัย ได้มีกลุ่มที่มีการดำเนินการเรื่องดังกล่าวอยู่แล้ว หรือเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งทางเทศบาลนครเชียงรายก็ได้มีการดำเนินการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง เพียงแต่ทางเทศบาลนครเชียงรายอาจจะต้องมีการดำเนินการที่เป็นระบบและครบวงจรมากขึ้น เพื่อให้เครือข่ายเรื่องอาหารปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมกระจายตัวอย่างเป็นระบบให้เขตเทศบาลนคร ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถหาได้ง่าย และสามารถเลือกบริโภคได้ โดยมีหน่วยงานรับรองเพื่อให้เกิดความมั่นใจ

2) การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้น จากการศึกษาพบว่า *ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ (Activities)* ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้น นักท่องเที่ยวมีความต้องการกิจกรรมที่ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อนและเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมของชุมชน เช่น ชี้อารยธรรม การออกกำลังกายแบบโยคะ การเดินชมธรรมชาติ ฯลฯ ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและเทศบาลนครเชียงรายควรที่จะสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชนต่างๆ เตรียมหรือจัดหากิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเหล่านี้สำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศ เพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นได้จริงในทางปฏิบัติ นอกจากนี้ ทางเทศบาลนคร อาจส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม เช่น การท่องเที่ยววัด การท่องเที่ยวชมเมืองด้วยรถราง หรือ การท่องเที่ยวชมศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นต้นทุน ของนครเชียงราย และเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสนใจและให้ความต้องการ

3) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอาจจะกำหนดเป็นนโยบาย หรือเป็นแนวทางในการสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชนในการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยแต่ละชุมชนอาจจะมีจุดเด่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน และมีกิจกรรมที่หลากหลาย ซึ่งรายการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนที่แตกต่างกันอาจจะสร้างแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจ และแต่ละชุมชนสามารถส่งต่อกันได้ ทำให้นักท่องเที่ยวใช้จำนวนวันเพื่อการท่องเที่ยวได้นานขึ้น ซึ่งการเชื่อมโยงชุมชนดังกล่าวควรจะเป็นบทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) /เทศบาลนครเชียงราย และ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงราย

4) จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มี 2 ปัจจัย คือ ทศนคติการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ แรงจูงใจ แรงดึงดูด ดังนั้น ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเทศบาลนครเชียงราย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอาจจะให้เทคนิคการสื่อสารเน้นไปที่เนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะสอดคล้องกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งจะส่งผลต่อแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ นอกจากนี้ แรงจูงใจ แรงดึงดูด ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาท่องเที่ยว จาก

การศึกษาพบว่า เรื่องอากาศดีและความปลอดภัย ศิลปะและวัฒนธรรม และ ทิวทัศน์ที่สวยงาม เป็นปัจจัยอันดับต้นๆ ที่ดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงราย ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรจะใช้ทรัพยากรพื้นฐานเหล่านี้มาใช้เป็นแกนกลางในการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และสามารถนำจุดเด่นเหล่านี้ไปสื่อสารและประชาสัมพันธ์ได้

เอกสารอ้างอิง

- คมสัน รัตนะสิมากุล. (2555). การเสริมสร้างสมรรถนะของชุมชนในจังหวัดเชียงรายเพื่อรองรับและจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบองค์รวมอย่างครบวงจรสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เป็นชาวต่างประเทศ. ทูลสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ธีระพร อูวรรณโน. (2535). จิตวิทยาสังคม. พิมพ์ครั้งที่สอง. กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นางลักษณ์ อิศระญาณพงค์. (2547). ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกันในการใช้บริการท่องเที่ยวประเภทพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระสาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิศา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นาถฤดี มณีเนตร และณัฐกานต์ ณ ไพรี. (2549). การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : กรณีศึกษาการนวดแผนไทย. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิชชุ ชัยพินิจ. (2551). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในยุโรป. วิทยานิพนธ์สาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยว (หลักสูตรนานาชาติ) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วิไลลักษณ์ ชมพูศรี. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์สาขานิติศาสตร์พัฒนาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศุภสิน สุริยะ และชัยวัฒน์ ทองอินทร์. (2547). ศักยภาพด้านการบริการผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สิทธา กองสาสนะ. (2552). “การศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น”. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. ปีที่ 4 ฉบับที่ 2: (กรกฎาคม-ธันวาคม)
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2554). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2555). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในประเทศไทย.

ภาษาอังกฤษ

- Cohen, John M and Norman T. Uphoff. (1977). Rural development participation: Concepts and measures for project design, implementation and evaluation. New York : The Rural Development Commuutee Center for International studies.

- Kaplinsky, Raphael and Morris, Mike. (2002). **A Handbook for Value Chain Research**. Institute of Development Studies.
- Monsicha Inthajak. **Behavior of Japanese senior tourist towards cultural tourism activities in Chiang Mai province**. วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทย นานาชาติ ฉบับที่ 2 ปี พ.ศ. 2552.
- Richard, Greg.(2001). **Tourism and sustainable community development**. USA: Greg Richards and Derek Hall.
- Popenoe, David. (1991). **Sociology**. 8th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall

ภาคผนวก

Questionnaire

Needs and Behaviors of Foreign Tourists towards Eco-friendly Tourism

Part 1 Personal information

1. Gender ☐ Male ☐ Female
2. Age Years old
3. Career ☐ Student ☐ Government Official
☐ Freelancer ☐ Office Worker
☐ Entrepreneur ☐ Retired
☐ Others (Please specify)
4. Education ☐ Hi-school / Vocational Certificate ☐ Diploma / Vocational Diploma
☐ Bachelor ☐ Others (Please specify)
5. Nationality ☐ European ☐ American
☐ Japanese ☐ Korean
☐ Chinese ☐ Others.....
6. How many times have you ever traveled to Chiang Rai?
☐ First time ☐ Second time
☐ Third time ☐ More than 3 times
7. What is/are objective(s) in traveling to Chiang Rai?
8. Reasons of choosing to travel to Chiang Rai
☐ Advertisement / Public relations of Chaing Rai
☐ Suggestions from friends, family members, relatives, etc.
☐ Diversified food choices
☐ Uniqueness of culture, ways of life of local people
☐ Uniqueness of local arts and architecture
☐ Quality and standards of accommodation, transportation, and services of travel agency, etc.
☐ Popular shopping places especially local products
☐ Others (Please specify)
9. With whom did you travel on Chiang Rai trip?
☐ Alone ☐ Family members
☐ Friends / Relatives ☐ Other (Please specify)

10. How long have you stayed in Chiang Rai on this trip?

☐ 1-3 Days

☐ 4-5 Days

☐ 6-7 Days

☐ If more (Please specify).....

Part 2 Needs of foreign tourists toward eco-friendly tourism

11. If eco-friendly tourism activities were organized in Chiang Rai, would you like to join in this trip?

☐ Yes

☐ No

12. These items evaluate the level of needs towards eco-friendly tourism, please check ✓ to indicate the level of your needs.

Needs of Foreign Tourists	Level of Needs					
	Highest	High	Moderate	Low	Lowest	None
12.1 Attraction						
-Diversified eco-friendly tourist attraction such as historical sites and natural spots						
-Beautiful, peaceful, and pleasant landscape						
-Pleasant environment full of trees and green nature						
-Community maintenance of indigenous ways of life						
-No pollution in the community such as air, waste, and water pollution						
-Clean food and safe from toxification						
12.2. Access						
-Availability of eco-friendly transportation such as bicycle, tram, or bio-fuel automobile						
-Tourist attraction not very far and within walking distance or by bicycle						
-Traveling to tourist attraction is convenient						
12.3 Accommodation						
-Various choices of accommodation such as hotel, resort, guesthouse, etc						

Needs of Foreign Tourists	Level of Needs					
	Highest	High	Moderate	Low	Lowest	None
-Accommodation uses eco-friendly energy system such as solar system and energy-saving electric light bulb						
-Accommodation has environment preservation image						
-Accommodation use eco-friendly decorating items						
12.4 Activities						
-Tourism activities have eco-friendly attributes such as riding bicycle, yoga, nature walk, etc						
-Tourism activities must not create pollution						
-Tourism activities must accord with local people's ways of life						
12.5 Destination Amenities						
-Have signs and symbols displaying eco-friendly implementation						
-Products have labels or symbols indicating eco-friendly implementation						
-Food places are clean and safe from toxification						

Part 3 Behaviors of foreign tourists toward eco-friendly tourism

13. Please check ✓ to indicate your true opinion.

Needs of Foreign Tourists	Level of Opinion					
	Highest	High	Moderate	Low	Lowest	None
13.1 - You immensely comply with rules prescribed by each tourist's attraction						
13.2 -You will not buy products or use services of tourist's site that destroy environment						
13.3 -You will choose accommodation installing system that refrain from destroying environment						
13.4 -Your first priority for choosing tourism site is eco-friendly criteria						
13.5 -You will choose to travel to community or places where preservation and managment of environment are implemented						

Part 4 Knowledge, attitudes, awareness, and motivation of foreign tourists towards eco-friendly tourism

14. Please ✓ the item that highly corresponds to your opinion

Knowlege about eco-frienclty tourism		Correct	Incorrect
14.1	Eco-friendly tourism concentrate on seeking simplicity in life, close to nature, and refrain from disturbing the environment		
14.2	Stimulating awareness of people in the community to care for and protect tourism resources is not considered eco-friendly tourism		
14.3	Seeing values and worthiness of tourist site being visited is not considered eco-friendly tourism		
14.4	Eco-friendly tourism means that tourists must cooperate with local community in preserving the environment		

Knowledge about eco-friendly tourism		Correct	Incorrect
14.5	Adapting transportation choices to reduce negative effects towards environment is not considered an eco-friendly tourism means		
14.6	Eco-friendly activities refer to paying cooperation in organizing energy-saving activities, alternative energy, and energy recycling		
14.7	Support for tourism site having clear impact on awareness towards the values of environment in the area is the part of eco-friendly tourism		

15. Please ✓ to indicate your true opinion.

Attitudes towards eco-friendly tourism		Level of Opinion					
		Highest	High	Moderate	Low	Lowest	None
15.1	-You feel proud to choose eco-friendly tourism						
15.2	-You feel bored if you have to adapt yourself to the ways of life and culture of the tourism sites						
15.3	-You don't believe that eco-tourism will refresh the environment conditions						

16. Please ✓ to indicate your true opinion.

Awareness towards eco-friendly tourism		Level of Opinion					
		Highest	High	Moderate	Low	Lowest	None
16.1	-Success in eco-friendly tourism must come from government's initiative						
16.2	-Responsibilities in overseeing environment conditions should be a job of government						
16.3	-Community alone is inadequate to oversee conditions of the tourism sites						

17. Please ✓ to indicate your true opinion.

Motivation towards eco-friendly tourism	Level of Needs					
	Highest	High	Moderate	Low	Lowest	None
17.1 -Want to do novel activities						
17.2 -Want to go adventure						
17.3 -Want to learn different culture and ways of life						
17.4 -Want to ease stress						
17.5 -Want to get away from routine life						
17.6 -Want to develop affiliation with friends while traveling						
17.7 -Nice weather						
17.8 -Acommodation						
17.9 -Safety						
17.10 -Simple ways of life of the community						
17.11 -Peacefulness of the community						
17.12 -Primitive preservation of the community ways of life						
17.13 -Community preserve surrounding environment						
17.14 -Beautiful scenery						
17.15 -Natural environment						
17.16 -Arts and culture						
17.17 -Beautiful establishments and architecture						

Thank you for your participation in answering the questionnaire