

ทัศนคติ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทย ต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

Attitude and Behavior of Thai Tourists toward Ecotourism

ศุภวดี สงมาก

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องทัศนคติ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยทำการศึกษาประชากรทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเคยเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบระดับชั้น (Stratified Random Sampling)

ผลการศึกษาพบว่าพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ด้านทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่าเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับหนึ่งคือ จะไม่นำอะโรคออกไปนอกจากกระเป๋า เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างหนึ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.467 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.546 ด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า มีการกำจัดขยะ และนำขยะกลับออกมาทิ้งในที่ๆจัดให้ รวมทั้งช่วยเก็บขยะในระหว่างทางด้วย เป็นพฤติกรรมที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.716 มี รองลงมาคือ ท่านปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือข้อบังคับที่กำหนดไว้ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.693

ด้านการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ขณะที่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และและพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพมหานคร 10160 บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์ เรื่อง "ทัศนคติ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" ปีที่ ๒๕๕๓ ภาควิชาศิลปศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2554

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ควรจัดกิจกรรมที่ให้ความสอดคล้องกับแหล่งธรรมชาติเป็นการสร้างคุณค่าทางจิตใจ เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ที่มีความมั่นคงและยั่งยืน

Abstract

This research title is "the Attitude and Behavior Thai Tourists toward Ecotourism". The main objective of this research work is to study the attitude and behavior of Thai Tourists toward Ecotourism. This research samples Thai Nationality, who are above 15 years old, have been in Bangkok and its vicinity and used to travel at tourism attractions in Thailand, total net 400 samples by the accidental random in the stratified Random Sampling.

The result reveals this research found almost samples are female, 21 – 30 years old, be single, be student, average income approximately 10,000 THB and education level in Bachelor degree. The Attitude to the ecotourism found the first, is "Don't take anything out, only take photographs", one of the ecotourism ideology, the means at the level of 4.54 significance, the standard deviation at the level of 0.467 significance. The second is "Ecotourism is the visiting which tourists must be responsibility to natural resource and environment, the means at the level of 4.54 significance, the standard deviation at the level of 0.546 significance.

The behavior toward ecotourism found the garbage disposal and recycle in places and garbage collection during activities" is the highest means, at the level 4.45 significance, the standard deviation at the level of 0.716 significance. The second is "Observe the rules or imperatives in tourist attraction", at the level 4.15 significance, the standard deviation at the level of 0.693 significance.

The hypothesis test found the different in gender have the effect to the attitude to ecotourism and the ecotourism behaviors don't different at the level 0.05 significance. However, the different in factors: age, educational, occupation, marriage status and income have effected to ecotourism behavior at the level 0.05 significance.

The recommendation in this research work are, first should establish the mental value and conscious mind via ecotourism activities to tourists and the second, the government authorities should participate and synergize in sustainable ecotourism too.

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมไทย โดยรัฐบาลใช้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของการพัฒนาประเทศโดยตั้งอยู่บนหลักที่สำคัญสองประการ คือ การท่องเที่ยวเป็นพี่มาของแหล่งเงินตราต่างประเทศที่มีส่วนช่วยในการกระตุ้นเศรษฐกิจให้เติบโต ประการที่สองคือ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นการใช้แรงงานเป็นหลัก ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคแรงงานและภาคครัวเรือนความสำคัญของการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจจากมุมมองรัฐบาลไทยจะเห็นได้จากการสนับสนุนงบประมาณเพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวและการมีโครงการต่างขึ้นมาเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น เช่น เที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก, Amazing Thailand เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) และตลอดจนมีการเผยแพร่สถานที่ต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นที่รู้จักกันมากขึ้น จึงทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 5.7 แสนล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) และมีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งสิ้นจำนวน 15.3 ล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) โดยมีการกระจายไปทั่วทุกภูมิภาคทั้งหมดนี้อาจออกดอกเพราะแต่ละภาคก็มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มีการเดินทางไปชื่นชมความสวยงามของสถานที่ต่าง ๆ ที่ไม่เคยได้พบเห็นกัน

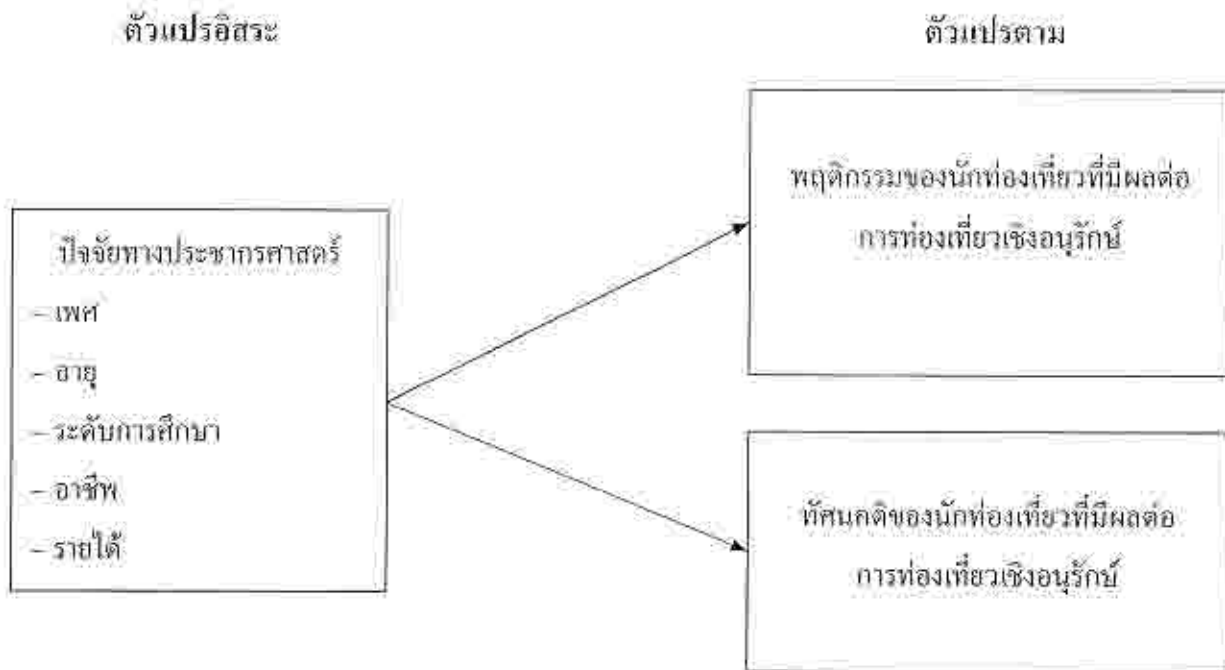
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ย่อมมีพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดผลกระทบในด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเน้นความสำคัญของการควบคุมคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว การเอาใจใส่ดูแลจำนวนนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว จากการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) จึงเกิดแนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเข้ากับการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ แนวคิดนี้เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึงการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลทางเศรษฐกิจ โดยการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การท่องเที่ยวมีความมั่นคงยั่งยืนอยู่คู่สังคม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) ฉะนั้นแนวคิดในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงไม่ใช่เพียงการท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ที่มุ่งเสนอขายสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเดียว หากยังมุ่งประสานผลประโยชน์ทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอีกด้วย จึงนับได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้การท่องเที่ยวพัฒนาไปอย่างมีประสิทธิภาพ (ฉลอมศรี พิมลสมพงษ์, 2546)

การศึกษานี้จึงจะเป็นส่วนหนึ่งของผลงานวิจัยที่นำไปใช้สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลอดจนแนวทางในการวางแผนการรักษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติให้มีความยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อต้องการทราบข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
2. เพื่อต้องการทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
3. เพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยในด้านต่างๆที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น ปัจจัยด้านอายุ รายได้ การศึกษา เป็นต้น
3. เป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และทำให้สามารถนำมาวางเป็นกลยุทธ์ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
4. เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการศึกษาเรื่องของการท่องเที่ยว

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เปรียบเสมือนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable tourism) ซึ่งจากการประชุม globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน (ฐิติ์ ฐาคติ, 2544) โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย"

โดยมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยว ที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชนชนมรรณนิยม ประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้แจงภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ (บุญเลิศ ลิตต์จิววัฒนา, 2548)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค จะเกิดจากการได้รับแรงกระตุ้น (Stimulus) ที่เป็นเหตุจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นที่ผ่านมากในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's lack Box) เปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ซื้อไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2543) ซึ่งสิ่งกระตุ้นอาจมีมากมาย เช่น ส่วนประสมทางการตลาด วัฒนธรรม สังคม เป็นต้น ขณะที่การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาในปัจจัยด้านส่วนบุคคล หรือประชากรศาสตร์ของบุคคล (Personal Factor)

โดย Kotler (1991, 2000, 2003) ได้อธิบายถึงปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคถึงความแตกต่างในเรื่องของ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ สถานภาพ เป็นต้น ซึ่งความแตกต่างที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ จนไปกระทบการแสดงออก หรือพฤติกรรมของผู้บริโภค ให้เปลี่ยนแปลงไปตามทัศนคติในความคิดที่มีต่อสินค้า และบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

โรเจอร์ (Roger) (อ้างถึงในพิชญ จงสถิตยวัฒนา, 2548) ได้กล่าวถึง ทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิตของการประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป จึงสอดคล้องกับนิวคอมบ์ (Newcomb) (อ้างถึงในวิระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2547) ที่ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทัศนคติมีอยู่ในเฉพาะคนนั้นขึ้นกับสิ่งแวดล้อม อาจแสดงออกในพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะชอบหรือพึงพอใจ ซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิดความรักใคร่ อยากใกล้ชิดสิ่งนั้นๆ หรืออีกลักษณะหนึ่งแสดงออกในรูปความไม่พอใจ เกือบขัดแย้ง ไม่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น ดังนั้นทัศนคติจึงมีความหมายได้หลายความหมาย คือ

1. ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หลังจากที่บุคคลได้มีประสบการณ์ในสิ่งนั้น ความรู้สึกนี้จึงแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ

- L1 ความรู้สึกทางบวก เป็นการแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วย ชอบ และสนับสนุน
- L2 ความรู้สึกทางลบ เป็นการแสดงออกในลักษณะไม่พึงพอใจไม่เห็นด้วยไม่ชอบและไม่สนับสนุน
- L3 ความรู้สึกที่เป็นกลาง คือ ไม่มีความรู้สึกใดๆ

2. บุคคลจะแสดงความรู้สึกออกทางด้านพฤติกรรม ซึ่งจะแบ่งพฤติกรรมเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 พฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้ มีการกล่าวคำพูดสนับสนุน ทำท่างหน้าตาบอกความพึงพอใจ

2.2 พฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ ชอบหรือไม่ชอบก็ไม่แสดงออก หรือความรู้สึกที่เป็นกลาง

นอกจากนี้จะกล่าวได้ว่าทัศนคติที่เกิดขึ้นนอกจากได้รับผลจากประสบการณ์ หรือการกระตุ้นจากสิ่งเร้าต่างๆ ส่วนหนึ่งยังได้รับมาจากปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งความแตกต่างของบุคคลได้ทำให้การรับรู้และทัศนคติแตกต่างกันออกไปเช่นกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (Zikmund, 2003) ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่สร้างจากแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตราวัดเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตราวัดเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 3 ทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราวัดเรียงอันดับ (Ordinal Scale) ใช้มาตราวัดแบบ Likert's Scale การให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตราวัดเรียงอันดับ (Ordinal Scale) ใช้มาตราวัดแบบ Likert's Scale การให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ทำทุกครั้ง ทำเป็นบางครั้ง ไม่แน่ใจ ทำนานๆครั้ง ไม่เคยทำเลย

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ เป็นข้อคำถามเชิงคุณภาพ ที่เปิดให้กลุ่มตัวอย่างนำเสนอความคิดเห็นเป็นการส่วนตัว

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาแจกแจงข้อมูลของแบบสอบถามในตอนต้นที่ 1-5 โดยสถิติที่ใช้ได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (Measures of Central Tendency) เช่นการวัดค่าเฉลี่ย (Mean) และการวัดการกระจาย (Measures of Dispersion) เช่นการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Independent Sample t-test สำหรับสมมติฐานที่ตัวแปรอิสระมีไม่เกิน 2 กลุ่มและ สถิติ One Way ANOVA (F-test) สำหรับสมมติฐานที่ตัวแปรอิสระมีมากกว่า 2 กลุ่ม ในการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี

ประสบการณ์การการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่าเป็นการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 3-4 วัน เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว ชอบเดินทางไปชายทะเลบ่อยที่สุด นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ ต่ำกว่า 5,000 บาท นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวครั้งสุดท้ายเมื่อ 4-6 เดือนที่ผ่านมา และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว

3. ระดับทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พบว่าเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับหนึ่งคือ จะไม่ทำอะไรออกไปนอกจากภาพถ่ายซึ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่าง อันดับสองคือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และอันดับสาม คือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และเรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นควบคู่กันไปด้วย

ความดีพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่านักท่องเที่ยวมีการกำจัดขยะ และนำขยะกลับออกมาทิ้งในที่ๆจัดให้ รวมทั้งช่วยเก็บขยะในระหว่างทางด้วย เป็นพฤติกรรมที่มีค่าเฉลี่ยสูง อันดับสองคือนักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือข้อบังคับที่กำหนดไว้ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด และอันดับสามคือการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวังไม่ทำลายสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ท่านคำนึงถึงในการท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกัน

H_0 : ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จำแนกตามปัจจัยทาง
ด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์	ค่าสถิติ	Sig.
เพศ	$t = 1.033$.302
อายุ	$F = 3.779$.002*
ระดับการศึกษา	$F = 3.552$.007*
อาชีพ	$F = 16.204$.000*
สถานภาพ	$F = 8.655$.000*
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$F = 13.123$.000*

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการทดสอบ จะพบว่าปัจจัยอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า
Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นหมายความว่าปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
แตกต่างกัน

H_0 : ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์	ค่าสถิติ	Sig.
เพศ	$t = -.230$.818
อายุ	$F = 3.592$.003*
ระดับการศึกษา	$F = 4.524$.001*
อาชีพ	$F = 12.175$.000*
สถานภาพ	$F = 16.690$.000*
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$F = 15.325$.000*

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการทดสอบ จะพบว่าปัจจัยอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นหมายความว่าปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การอภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับกัลยา สมมาตย์ (2541) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี ที่พบว่ารายได้ และสถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน และยังพบว่าสอดคล้องกับเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ที่พบว่าอายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ อาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และนักท่องเที่ยวจะพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลนั้น จะพบว่านักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน จะทำให้เกิดทัศนคติ ความคิด และความเชื่อที่ต่างกันไป เพราะปัจจัยส่วนบุคคลเป็นพื้นฐานที่ทำให้เกิดการรับรู้ที่ไม่เหมือนกันหรือไม่เท่ากัน จึงส่งผลให้ทัศนคติของการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยนี้เกิดความแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีรายได้สูงจะมีโอกาสในการท่องเที่ยวที่มากกว่า ทำให้เกิดการรับรู้ที่มากขึ้น และผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า จะมีโอกาสในการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า ทำให้เกิดความแตกต่างกันของทัศนคติที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้ หรือผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าจะมีการเปิดใจเป็นกลางรับรู้ทัศนคติต่างๆ จากหลายด้านเพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ หรือการคิดวิเคราะห์ในสิ่งต่างๆ ทำให้เกิดการรับรู้ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระดับมากส่งผลให้ทัศนคติที่มีผลต่อ

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับเชิงบวกอย่างมากหรือระดับมากนั่นเอง ขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาที่ต่ำกว่า ตามทฤษฎีจะมีการคิดวิเคราะห์ที่สั้นกว่า และเปิดใจรับข้อมูลเพียงเล็กน้อยไม่รอบด้าน อีกทั้งอาจเกิดทัศนคติ ที่ไม่เป็นกลางในการร่วมตัดสินใจต่างๆ จะพบว่าผู้ที่มีการศึกษาที่ต่ำกว่า จะมีการรับรู้ที่น้อยกว่าทัศนคติที่มีผลต่อ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับน้อยทำให้เกิดความแตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าสอดคล้องกับเพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดที่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับอุบลทิพย์ ตั้งมันภูวดล (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค จะสามารถอธิบายว่าการที่นักท่องเที่ยวแต่ละคน มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่เหมือนกัน จะส่งผลให้ทัศนคติ ความคิด ความเชื่อที่มีไม่เหมือนกัน และท้ายที่สุด ทำให้การแสดงออกพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ตัวอย่างเช่น รายได้เป็นโอกาสทางเศรษฐกิจ และการบริโภค ผู้ที่มีรายได้ในระดับที่มากกว่า เช่น 35,001- 40,000 บาท ย่อมมีทางเลือก และโอกาสในการท่องเที่ยวที่มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ 10,000 -15,000 บาท การแสดงออกของพฤติกรรมของผู้ที่มีรายได้ที่มากกว่า ย่อมมีโอกาสเกิดขึ้น มากขึ้น เช่น การซื้อของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยวเก็บไว้เป็นความทรงจำ ย่อมมีโอกาสในการซื้อที่บ่อยครั้ง และ ปริมาณที่มากกว่าผู้ที่มีระดับรายได้ที่น้อยลงไป จึงทำให้เกิดความแตกต่างกันในสมมติฐานการศึกษาข้อนี้ หรือ กลุ่มที่มีอายุมากกว่า จะมีความถี่ในการแสดงออกของการอนุรักษ์ เช่น การเก็บขยะ การปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือแม้กระทั่งการเตรียมตัวหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่มากกว่า แสดงให้เห็นถึงวิวุฒิ การรู้จักคุณค่าและความมี สำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของผู้ที่มิหน้าที่จะช่วยกันรักษาธรรมชาติ ขณะที่กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่าอาจจะไม่รับรู้ถึง คุณค่าความสำคัญเนื่องจากยังมีความลึกลับคะนองตามวิวุฒิของตน ทำให้ยังไม่เกิดจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่ง กับธรรมชาติ ทำให้เกิดระดับพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มช่วงอายุ

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553) : 50 ปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550) : แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (2550-2555). กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- Kotler, Philip. (1991). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. 7 th ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. The millennium ed. Upper saddle River, New Jersey : Prentice-Hall
- Kotler, Philip. (2003). *Principle of Marketing*. 11th ed. Upper saddle River, New Jersey : Prentice-Hall
- Zikmund, W.G. (2003). *Business Research Methods*. Ohio: South-Western College Pub.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2546). การวางแผนและพัฒนาลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฐิติศรี ชูชาติ. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3). เชียงใหม่ : อานนการพิมพ์
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.
- พินิจ จงสถิตยวัฒนา. (2548). การบริหารการตลาด: การวิเคราะห์ กลยุทธ์ และการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : บริษัท ด้านสุขภาพการพิมพ์ จำกัด.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : บริษัทริระฟิล์มและโซเท็กซ์