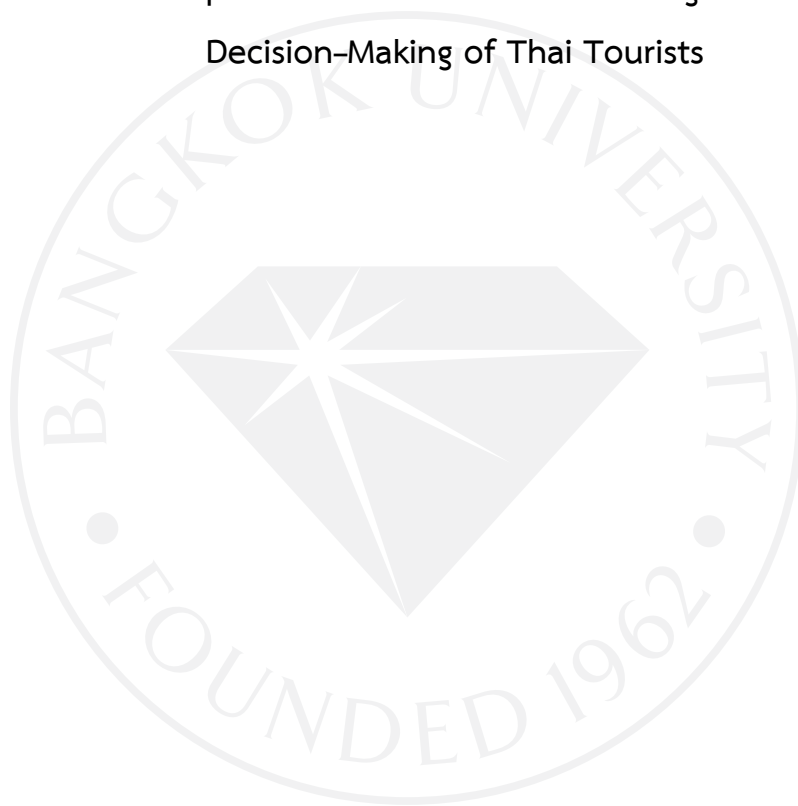


การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Social Media Exposure and Attitude Influencing the Ecotourism
Decision-Making of Thai Tourists



การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Social Media Exposure and Attitude Influencing the Ecotourism Decision-Making
of Thai Tourists



สุพรรณษา บุปผาพันธ์

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559



© 2561

สุพรรณษา บุปผาพันธ์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว
เชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้วิจัย สุพรรณษา บุษผาพันธ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ)

ผู้เชี่ยวชาญ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิประภา พันธนาเสวี)

.....
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

3 ธันวาคม 2561

สุพรรณษา บุบผาพันธ์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, พุทธศักราช 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย (61 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้างานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ บุคคลทั่วไปทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีความสนใจและมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และและสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-30,000 บาท โดยเคยไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น ชายหาด เกาะ น้ำตก ถ้ำ ภูเขา เดินทางในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ด้วยรถยนต์ส่วนตัว โดยร่วมเดินทางไปกับครอบครัว และใช้บริการโรงแรมทั่วไปที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน มี 10 ห้องขึ้นไป

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์, สื่อสังคมออนไลน์, ทัศนคติ, การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

Bubphapan, S. M.B.A., November 2018, Graduate School, Bangkok University.
Social Media Exposure and Attitude Influencing the Ecotourism Decision-Making
of Thai Tourists (61 pp.)
Advisor: Asst.Prof.Lokweetpun Suprawan, Ph.D.

ABSTRACT

The aim of research study was to investigate how social media exposure and attitude influence decision-making of ecotourism among Thai tourists. This research was conducted by using the questionnaire for the total of 400 respondents. Descriptive statistics utilized in data analysis were percentage, mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient. The hypothesis was tested by multiple regression analysis.

These results of this research show that the respondents were female, aged between 18–25 years old, with a bachelor's degree. Most of them were employees in the private companies with the average monthly income between 15,001–30,000 Baht. The respondents have been to nature attractions such as beaches, islands, waterfalls, caves and mountains. They usually travel on weekends by personal car with family and stay at a general hotel with basic facilities of 10 rooms or more.

For the hypotheses testing results, the study found that ecotourism attitude was positively correlated with ecotourism decision-making behavior at the significant level of 0.05.

*Keywords: Social Media Exposure, Social Media, Attitude, Ecotourism
Decision-Making*

กิตติกรรมประกาศ

กว่าการค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ ที่เสียสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา แนะนำ อีกทั้งยังติดตามความก้าวหน้า ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ อย่างสม่ำเสมอจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งถึงความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา และขอกราบ ขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้ในการทำการค้นคว้าอิสระ ฉบับนี้ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ทุกคนในครอบครัว เพื่อน ๆ ปริญญาโทและปริญญาตรี ตลอดจนผู้ที่ เกี่ยวข้องทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ ที่ได้ให้กำลังใจและสนับสนุนช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน จนทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูลอันเป็น ประโยชน์โดยการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จได้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังว่าการค้นคว้าอิสระฉบับนี้พอจะเป็นประโยชน์แก่สังคมหรือผู้ที่สนใจ ในเรื่องที่คุณได้ศึกษา หากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขออภัย มา ณ ที่นี้ด้วย

สุพรรณษา บุบผาพันธ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและปัญหาของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตในการศึกษา	4
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	6
2.2 แนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบของทัศนคติ	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ	11
2.5 ข้อมูลเอกสารการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.6 สมมติฐานงานวิจัย	15
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	18
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	19
3.4 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	21
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	22
3.6 วิธีการทางสถิติ	23
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	26
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์และทัศนคติ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	28
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	36
4.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	40
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	41
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	44
5.3 ข้อเสนอแนะ	48
บรรณานุกรม	50
ภาคผนวก แบบสอบถามงานวิจัย	53
ประวัติผู้เขียน	61
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ค่าอัลฟ่าแสดงความเชื่อมั่น	21
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป	24
ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมทั่วไปการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ	26
ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 4 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิง นิเวศ การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความสนใจ การเลือกรับรู้และ ตีความหมายของข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการเลือกจำข้อมูล การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับ	28
ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม	32
ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	35
ตารางที่ 4.6: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	36
ตารางที่ 4.7: ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่างการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ นักท่องเที่ยวชาวไทย	37
ตารางที่ 4.8: ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่างการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ชาวไทย	38
ตารางที่ 4.9: ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	39
ตารางที่ 4.10: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ ทัศนคติ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	40

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1: สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2559–2560	1
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดการวิจัย	17



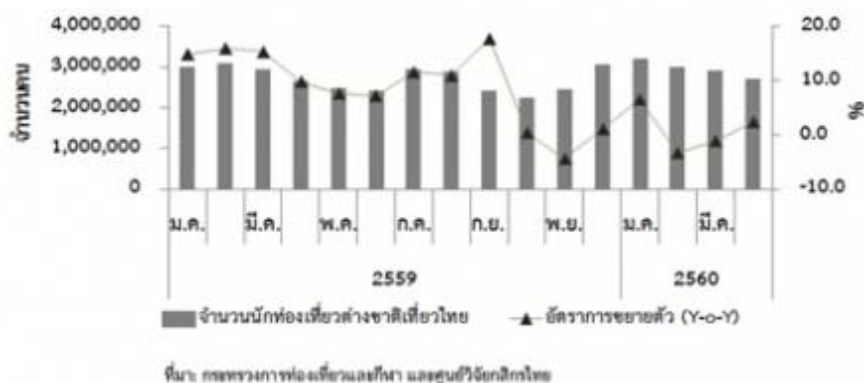
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและปัญหาของการวิจัย

การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและยังนับเป็นกิจกรรมเศรษฐกิจที่สำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่เศรษฐกิจในชุมชนที่เป็นทั้งเมืองท่องเที่ยวและเส้นทางผ่าน และบ่อยครั้งเมื่อตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติชะลอตัวตลาดไทยเที่ยวไทยจะกลับมามีบทบาทสำคัญในการช่วยพยุงเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ดังภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นว่า เมื่อช่วงต้นปี พ.ศ. 2559 อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นเล็กน้อยและตั้งแต่เดือนกันยายนในปีเดียวกันจนถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2560 อัตราการขยายตัวกลับลดลงเป็นอย่างมาก ในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาตลาดไทยเที่ยวไทยมีการเปลี่ยนแปลงมากทั้งในด้านของจำนวนคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศที่เพิ่มขึ้นทุกปี ผลกระทบจากการท่องเที่ยวใหม่ที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ การแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงทั้งโรงแรมและที่พัก การขยายตัวของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ รวมถึงบทบาทของภาครัฐที่เข้ามาช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจไทยต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ รัฐบาลได้ใช้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งหนึ่งในหลายมาตรการคือ มาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากมองว่าการท่องเที่ยวในประเทศเป็นกิจกรรมเศรษฐกิจที่จะช่วยให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนลงสู่เศรษฐกิจในชุมชนได้อย่างรวดเร็ว

ภาพที่ 1.1: สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2559–2560



ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). ตลาดไทยเที่ยวไทยปี 2560 ยังโตต่อเนื่อง--คาดช่วยสร้างรายได้กระจายสู่เศรษฐกิจประมาณ 9.30-9.38 แสนล้านบาท. สืบค้นจาก

<https://www.kasikornresearch.com/InfoGraphic/Documents/2828.pdf>.

ส่วนจำนวนคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2555-2559 นั้น จากที่มีจำนวน 117.6 ล้านคน-ครั้งในปี 2555 เป็นจำนวนประมาณ 149 ล้านคน-ครั้งในปี 2559 ขยายตัวเพิ่มเฉลี่ยอัตราร้อยละ 8 ต่อปี โดยรายได้จากตลาดไทยเที่ยวไทยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 35 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560)

ทิศทางการส่งเสริมตลาดในประเทศปี 2560 ได้แก่ การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strength from Within) ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือทำให้คนไทยมองเห็นคุณค่าความเป็นไทย จนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในประเทศ สร้างความรู้สึกการเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) ที่จะร่วมกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม คงเอกลักษณ์ความเป็นไทย ซึ่งจะเป็นจุดต่างที่เข้มแข็งของการท่องเที่ยวไทย โดยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเปิดมุมมองใหม่ทางการท่องเที่ยวจากการสัมผัสและมีส่วนร่วมกับประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่นของไทย ภายใต้จุดขายเชิงคุณค่าของแต่ละภูมิภาค

สำนักวิจัยซูเปอร์โพล มูลนิธิสถาบันวิจัยความสุขชุมชนและความเป็นผู้นำ เผยผลสำรวจเรื่อง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย พบว่า (“โพลชี้ภาพลักษณ์ท่องเที่ยวไทย”, 2561)

1) โทรศัพท์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 95.5 รองลงมา เฟซบุ๊ก (Facebook) ร้อยละ 59.3 อันดับ 3 ไลน์ (Line) ร้อยละ 34.5 และอันดับ 4 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 24.5

2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 52 เห็นว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยยังเหมือนเดิม หรือมีแนวโน้มแย่ลง ในขณะที่ร้อยละ 48 เห็นว่าดีขึ้นกว่าเดิม

3) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 84.6 มองว่าแม้จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยจำนวนมาก แต่ประโยชน์ที่ประชาชนหรือชุมชนได้รับกลับมีน้อยหรือไม่ได้ประโยชน์เลย

ในปัจจุบัน ความตื่นตัวในการใช้ชีวิตอย่างยั่งยืนได้เริ่มจริงจังมากขึ้น คนทั่วโลกคุ้นชินและคิดถึงวิกฤตของการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศ รู้จักประโยชน์ของรีไซเคิล เข้าใจผลกระทบของอุตสาหกรรมต่อชุมชน เพราะนี่คืออีกด้านของมนุษย์ การดำรงชีวิตของเราย่อมส่งผลกระทบต่อสังคมและสภาพแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ก็ได้เติบโตดำเนินการไปพร้อมกระแสดังกล่าวจนเกิดกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ที่กำลังเฟื่องฟูขึ้น (“ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ”, 2558) โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอาจเป็นกิจกรรมคู่ขนานไปกับการชมธรรมชาติอันงดงามได้ โดยต้องแสดงให้เห็นว่าเป็นกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ

โดยในประเทศไทย กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ได้พยายามวางมาตรการกำกับดูแลการท่องเที่ยวอย่างเข้มข้นเพื่อตอบสนองต่อแนวคิดอนุรักษ์ระบบนิเวศวิทยาให้คงอยู่ตามสภาพธรรมชาติอย่างดีที่สุด ดังตัวอย่างจากจังหวัดกระบี่ที่วางกฎระเบียบดูแลนักท่องเที่ยวตาม

เกาะแก่งน้อยใหญ่ในทะเลอย่างเคร่งครัด รวมทั้งกำหนดบริเวณเพื่อดำน้ำดูปะการังที่แน่นอนเพื่อให้
ง่ายต่อการดูแล (กิจกรรมดำน้ำดูปะการังทำให้เกิดความเสียหายต่อระบบนิเวศทางทะเลจนไม่อาจ
เยียวยาได้) และยังวางกฎคุมการทิ้งขยะ ให้นักท่องเที่ยวจำใส่ใจว่า “เอาอะไรมา ก็เอากลับไปด้วย
เสมอ” หากมีโอกาสพูดคุยกับชาวบ้านก็จะรับทราบถึงความคิดริเริ่มด้านอนุรักษ์ที่น่าชื่นชม เช่น
ความร่วมมือของชุมชนที่จะจัดเรือของตัวเองออกเก็บขยะตามเส้นทางเดินเรือของเรือสำราญจาก
บริษัททัวร์ยักษ์ใหญ่ นำของไม่พึงประสงค์ในท้องทะเลขึ้นมาทิ้งบนบก

ทางสายสแกนเนอร์ (Skyscanner.co.th) เสิร์ชเอ็นจิ้น บริการค้นหาตั๋วเครื่องบิน โรงแรม
ที่พัก และรถเช่าออนไลน์ เผยผลสำรวจข้อมูลเจาะลึกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า แหล่งการหา
ข้อมูลท่องเที่ยวที่ชาวไทยเชื่อถือมากที่สุด 29.6% คือ งานอีเวนต์ท่องเที่ยว เช่น งานไทยเที่ยวไทย
ตามด้วยคำแนะนำจากครอบครัวและเพื่อน 24.1% ทั้งนี้ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียทั้งเฟซบุ๊ก
อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ ยังได้รับความนิยมในผู้บริโภคชาวไทยมากถึง 84.7%

ทั้งนี้ จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทศนคติดต่อแหล่งข้อมูลทางสื่อสังคม
ออนไลน์ และการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว ดังเช่นงานวิจัยของ วีรวรรณ แซ่จ้าว (2558) ซึ่ง
ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับรู้สื่อข่าวสารโฆษณาประชาสัมพันธ์กับทัศนคติ
ของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งข้อมูลในลักษณะต่าง ๆ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงอิทธิพลของ
ทัศนคติในแต่ละด้านต่อแหล่งข้อมูลของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผล
ต่อการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
เพื่อให้ทราบถึงการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลงานวิจัยชิ้นนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้าน
การท่องเที่ยวไปปรับปรุงกลยุทธ์หรือแผนการสื่อสาร และทำให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้สื่อที่
เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสร้างการรับรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพล
ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง
นิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.3 ขอบเขตในการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านตัวแปร ในการใช้ศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่

1.3.1.1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1) การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อันได้แก่ การเลือกเปิดรับข้อมูล การเลือกข้อมูลตามความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูล และการเลือกจำข้อมูลที่ได้เปิดรับ

2) ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อันได้แก่ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม

1.3.1.2) ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ ประชาชนชาวไทย ทั้งชายและหญิงที่เคยท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างน้อย 1 ครั้ง และทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยสูตรในการคำนวณของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการ

1.3.3 ขอบเขตเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นครั้งนี้ ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยเลือกวิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามประเภทปลายปิด (Close-ended Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.4.1 ธุรกิจที่ทำหน้าที่สื่อสารทางการตลาดกับผู้บริโภคผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นบล็อก ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม ที่เน้นให้ข้อมูลการท่องเที่ยว สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในออกแบบการสื่อสารทางการตลาดต่อไปในอนาคต

1.4.2 องค์กรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่าง ๆ ให้แก่ผู้บริโภคผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เกิดความตระหนักต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยว

1.4.3 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรมที่พัก ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และธุรกิจนำเที่ยว สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างสูงสุด

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์ และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

1.5.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่น เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น

1.5.3 นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทยซึ่งเคยเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในประเทศไทย



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้างานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย” โดยผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารงานวิจัย หลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.2 แนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบของทัศนคติ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
- 2.5 ข้อมูลเอกสารการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 สมมติฐานงานวิจัย
- 2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแต่ละแห่งอาจจัดอยู่ในระบบนิเวศอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ ระบบนิเวศทางบก (Land Ecosystem) ระบบนิเวศทางทะเล (Marine Ecosystem) หรือระบบนิเวศพื้นที่ชุ่มน้ำ (Wetland Ecosystem) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวและการพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน โดยเฉพาะการพัฒนาจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวให้มีความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเป็นหลักเพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทาง การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติจึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น การวางแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศในระยะยาว และสามารถกระจายรายได้สู่พลเมืองของประเทศทุกระดับ ดังนั้นจึงมีการพัฒนาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้นมาเพื่อรักษาความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา

ความเป็นมาและความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในต่างประเทศ

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพบว่า ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นยังไม่สามารถสรุปได้แน่ชัดว่ามีจุดเริ่มต้นมาจากที่ใดแต่จากบทความวิจัยของ Fennell (2015) ได้ระบุว่า แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกอ้างอิงบ่อยครั้งนั้นปรากฏอยู่ในเอกสารในช่วงทศวรรษที่ 1980 โดยมี Ceballos-Lascurain (1991 อ้างใน ชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์, 2553, หน้า 14) เป็นคนแรกที่คิดคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยให้คำนิยามไว้ในปี ค.ศ. 1983 ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่รบกวนหรือสร้างความเสียหายให้กับธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ การเรียนรู้ ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนวัฒนธรรมท้องถิ่น แต่อย่างไรก็ตาม นักวิชาการได้ตรวจสอบร่องรอยกลับไปจนถึงปี ค.ศ. 1965 และพบว่างานวิจัยของ Hetzer (1965 อ้างใน ชุตติกานต์ ยินดีสุข, 2559, หน้า 11) ได้มีความพยายามอธิบายความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างนักท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมที่มีปฏิสัมพันธ์กันและยังได้ระบุหลักการ 4 ข้อ เกี่ยวกับความรับผิดชอบในการท่องเที่ยวไว้ว่า

- 1) ทำให้เกิดผลกระทบน้อยต่อสิ่งแวดล้อม
- 2) ทำให้เกิดผลกระทบต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นน้อย และให้ความเคารพต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 3) ทำให้เกิดผลประโยชน์มากต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น
- 4) ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจจากการพักผ่อนหย่อนใจ

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ถูกนำเสนออย่างเป็นทางการในปี ค.ศ. 1991 ซึ่งเป็นงานประชุมนานาชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จัดโดย CEAC ที่ประเทศแคนาดา โดยมีการให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เน้นเกี่ยวกับธรรมชาติ สร้างให้เกิดการอนุรักษ์ระบบนิเวศ รวมถึงการให้ความสำคัญต่อความเป็นชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนการชื่นชมในสิ่งแวดล้อมและทัศนียภาพ โดยไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การปฏิบัติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเกี่ยวข้องกับการปกป้องพื้นที่ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การศึกษา การชื่นชมธรรมชาติ การพักผ่อนหย่อนใจ และการฟื้นฟูสภาวะทางร่างกายและจิตใจ

ความเป็นมาและความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยนั้นเมื่อปี พ.ศ. 2538 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ทำหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ว่าจ้างสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยให้ทำการศึกษาโครงการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสถาบันฯ ได้ทำรายงานนำเสนอต่อ ททท. เมื่อพ.ศ. 2540 เพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป โดยนโยบายด้านการ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยเสนอไว้ในรายงานมีดังนี้

- 1) ต้องมีการควบคุม ดูแล รักษา และจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหวง่ายต่อการถูกรบกวนหรือฟื้นตัวได้ยาก
- 2) ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม และปรับให้เกิดความสมดุลกับรูปแบบและกิจกรรมที่มีอยู่แต่เดิม
- 3) ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศ ร่วมกันมากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ และการมีรายได้แต่เพียงอย่างเดียว
- 4) ต้องให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรในท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมของชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือการให้ประชาชนอยู่ในคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ
- 5) ให้องค์กรต่าง ๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และกำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสม
- 6) นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่าง ๆ ที่มีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการจัดสรรและกระจายงบประมาณอย่างทั่วถึงและเพียงพอ
- 7) สนับสนุนการศึกษาวิจัยและประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านเพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน
- 8) มีการใช้กฎหมายในการควบคุม ดูแล และรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน และการสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย
- 9) จัดทำแนวทางปฏิบัติหรือคู่มือการจัดการให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกต้อง
- 10) จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งในทางแนวตั้งและแนวนอน โดยให้มีการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสารและการจัดการร่วมกันในทุกระดับ

ต่อมาในปี พ.ศ. 2541 ททท. ได้บัญญัติความหมายคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไว้อย่างเป็นทางการโดยให้ความหมายตรงกับคำว่า Ecotourism ในภาษาอังกฤษ คำว่า Eco แปลตามรูปศัพท์ว่า บ้านหรือที่อยู่อาศัย ส่วน Tourism แปลว่า การท่องเที่ยว ดังนั้นคำว่า Ecotourism จึงแปลว่า การท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย หมายความว่า การท่องเที่ยวที่เน้นในด้านสิ่งแวดล้อมอันเป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ทั้งพืช สัตว์ และมนุษย์

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติอย่างมีความรับผิดชอบ ไม่ทำให้เกิดความเสียหายหรือทำลายสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ

โดยนักท่องเที่ยวนี้อาจมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติจากการเรียนรู้ร่วมกับคนในท้องถิ่นหรือชุมชน เพื่อมีจิตสำนึกในการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2.2 แนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์

มนุษย์จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับตัวเอง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าข้อมูลข่าวสารทั้งหมดจะถูกคัดเลือกอยู่ตลอดเวลา หากข้อมูลข่าวสารนั้นมีประโยชน์และน่าสนใจตามความนึกคิดของผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารนั้น ข้อมูลข่าวสารที่ถูกส่งไปยังผู้รับสารก็จะประสบความสำเร็จในการสื่อสารตามที่ผู้ส่งสารได้ตั้งใจไว้ โดยสื่อออนไลน์จัดว่าเป็นสื่อใหม่หรือที่เราเรียกกันคือ New Media ซึ่งเป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในปัจจุบัน การนำเสนอข้อมูลข่าวสารแบบดั้งเดิมมักรายงานผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หรือแม้แต่วิทยุกระจายเสียง สถานีโทรทัศน์ทางช่องต่าง ๆ แต่ข้อมูลข่าวสารที่มาจากสื่อออนไลน์นั้นจะเป็นการนำเสนอผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลข่าวสารจากการติดต่อปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมนั้นถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญสำหรับมนุษย์ในสังคมเพื่อใช้ในการสนับสนุนในการตกลงใจในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และความต้องการข้อมูลข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้น เมื่อมนุษย์นั้นเกิดความรู้สึกไม่แน่ใจหรือข้องใจในสิ่งที่ตนนั้นกำลังตัดสินใจ เพราะฉะนั้นมนุษย์จึงต้องการข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อที่จะใช้ข้อมูลนั้น ๆ ประกอบการตัดสินใจในการกระทำใดกระทำหนึ่ง Atkin (1973, pp. 208 อ้างใน กระทรวงสาธารณสุข กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กองสุขศึกษา, 2557) ได้กล่าวว่า บุคคลที่มีการเปิดรับรู้ข่าวสารมากย่อมเป็นคนที่มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เพราะข่าวสารจะทำให้บุคคลที่เปิดรับมีความทันสมัยรู้เท่าทันสถานการณ์ต่าง ๆ กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย อย่างไรก็ตาม มนุษย์นั้นไม่ได้เปิดรับข้อมูลข่าวสารทั้งหมดที่เกิดขึ้นหรือผ่านเข้ามาทางการรับรู้ของมนุษย์แต่มนุษย์จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับตัวเองมากกว่า ดังนั้นจะเห็นได้ว่าข้อมูลข่าวสารทั้งหมดจะถูกคัดเลือกอยู่ตลอดเวลา หากข้อมูลข่าวสารนั้นมีประโยชน์และน่าสนใจตามความนึกคิดของผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารนั้น ข้อมูลข่าวสารที่ถูกส่งไปยังผู้รับสารก็จะประสบความสำเร็จในการสื่อสารตามที่ผู้ส่งสารได้ตั้งใจไว้ (กิตติมา สุรสนธิ, 2533, หน้า 46-47 อ้างใน กระทรวงสาธารณสุข กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กองสุขศึกษา, 2557)

Klapper (1960, pp. 19-25 อ้างใน ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์, 2554, หน้า 9) ได้กล่าวว่า ขั้นตอนกระบวนการเลือกสรรข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารของบุคคลจากสื่อต่าง ๆ เปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสารด้วยการกลั่นกรองมี 4 ขั้นตอน โดยลำดับ ดังต่อไปนี้

1) การเลือกเปิดรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกของกระบวนการกลั่นกรองในการเลือกช่องทางการสื่อสาร (Channel) บุคคลนั้นจะเปิดรับข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่งหลายช่องทางตามความถนัดและความสนใจ รวมไปถึงทักษะและความชำนาญในการรับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลนั้น ๆ

2) การเลือกข้อมูลข่าวสารตามความสนใจ (Selective Attention) เป็นขั้นที่สองของขั้นตอนการเลือกสรรในการเปิดรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผู้เปิดรับข่าวสารมักเลือกข้อมูลข่าวสารตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ และเลือกที่จะหลีกเลี่ยงรับข้อมูลข่าวสารที่ไม่มีความสอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Cognitive Dissonance) เพื่อไม่ให้เกิดความไม่สบายใจหรือขัดแย้งกับความคิดของตน

3) การเลือกรับรู้และตีความหมายของข่าวสาร (Selective Perception and Interpretation) เป็นขั้นที่สามของขั้นตอนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสาร ข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับสารได้ทำการเปิดรับและให้ความสนใจข้อมูลข่าวสารนั้นแล้วก็เชื่อว่าเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารนั้นจะถูกผู้รับสารตีความหมายตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไปเพราะผู้รับสารมักจะเลือกรับรู้ข่าวสารและตีความหมายของเนื้อหาของข้อมูลนั้นตามทัศนคติความเชื่อ อารมณ์ และประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นผู้รับสารแต่ละคนก็จะตีความหมายของสารที่ได้รับแตกต่างกันออกไป ซึ่งบางครั้งอาจทำให้ข้อมูลข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป และความหมายของข้อมูลข่าวสารยังถูกบิดเบือนไปตามแต่ความพอใจ ทัศนคติของแต่ละบุคคลด้วย

4) การเลือกจำข้อมูลข่าวสารที่ได้เปิดรับ (Selective Retention) เป็นกระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสารขั้นสุดท้าย กล่าวคือ ผู้เปิดรับสารนั้นจะเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารในส่วนที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของข้อมูลข่าวสารเหล่านั้น ข่าวสารที่ตนเองนั้นเลือกที่จะจดจำไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่ช่วยสนับสนุนความต้องการ ความคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่ก่อนแล้ว เพื่อทำให้ข้อมูลข่าวสารเดิมที่มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ยากต่อการเปลี่ยนแปลง สำหรับข้อมูลที่มีความขัดแย้งในส่วนที่ตนเองไม่เห็นด้วย หรือไม่สนใจข้อมูลเหล่านั้นก็จะถูกลืมและไม่ได้กล่าวถึงหรือนำไปถ่ายทอดต่อไป

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้เปิดรับข้อมูลข่าวสารเน้นให้ความสำคัญกับข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์และน่าสนใจสำหรับตนเอง โดยเปิดรับผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย มีกระบวนการตามขั้นตอนและเลือกรับจากสื่อที่ตนถนัดและสะดวกมากที่สุด

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลซึ่งมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เกิดจากความรู้ดั้งเดิมที่มีอยู่และประสบการณ์ที่เคยได้รับมาก่อนหน้า

อรวรรณ ปลัณธนโสภา (2537, หน้า 35-43) กล่าวว่า ทัศนคติ (Attitude) นั้นเกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน ซึ่งมีผลต่อการคิดและการกระทำ แต่อย่างไรก็ตาม ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้จากอิทธิพลของสภาพแวดล้อม โดยการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะขึ้นอยู่กับความรู้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามมา ฉะนั้น ถ้าต้องการจะเปลี่ยนทัศนคติบุคคลอื่น สามารถทำได้ด้วยการให้ความรู้กับพวกเขา

อย่างไรก็ตาม ทัศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นจำเป็นต้องสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป ในกรณีที่เมื่อเกิดความรู้และทัศนคติในทางบวกแล้วในขั้นตอนการปฏิบัติอาจเกิดผลตรงกันข้ามได้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะบุคคลแต่ละคนอาจมีโครงสร้างความเชื่อหลายอย่างในเวลาเดียวกัน และในแต่ละความเชื่อนั้นอาจมีความขัดแย้งกันอยู่ เมื่อต้องตัดสินใจปฏิบัติ บุคคลจะเลือกปฏิบัติให้สอดคล้องกับทัศนคติที่ตนเองรู้สึกเป็นบวกมากที่สุด

ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ตามแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติคือ ด้านความรู้หรือความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม โดยจะแสดงให้เห็นถึงความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าสิ่งใดควรปฏิบัติ สิ่งใดควรหรือไม่ควรกระทำ และสิ่งใดควรให้การสนับสนุน อีกทั้งแสดงให้เห็นถึงทิศทางความรู้สึกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเรามีความรู้สึกอย่างไร ซึ่งอาจรู้สึกในทางบวกหรือทางลบ ชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี พอใจหรือไม่พอใจ เป็นต้น และแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเลือกรูปแบบที่พัก การเลือกกิจกรรมในช่วงระหว่างการท่องเที่ยว หรือแม้แต่การเลือกกลับไปท่องเที่ยวยังสถานที่เดิมซึ่งเคยไปมาแล้ว

ดังนั้น ทัศนคติในงานวิจัยนี้ คือ ความคิดที่จะท่องเที่ยวซึ่งมีมูลเหตุจูงใจที่แตกต่างกันออกไป ทำให้แสดงออกมาโดยการท่องเที่ยว ซึ่งก็คือพฤติกรรมการท่องเที่ยวนั่นเอง

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

McGrew & Wilson (1982) ให้คำจำกัดความของคำว่า การตัดสินใจ หมายถึง ทางเลือกหรือตัวเลือกที่มีอยู่ (An Act of Choice between Alternatives) แต่การตัดสินใจเป็นกระบวนการ ไม่ใช่เป็นการกระทำที่ไม่เปลี่ยนแปลงและคงที่ ตรงกันข้ามกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวข้องกับปัจจัยหรือสิ่งแวดล้อมรอบข้างในสถานะที่ผู้บริโภคนั้นกำลังอยู่ในขั้นของการตัดสินใจ

Schiffman & Kanuk (1994, p. 659) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นเป็นขั้นตอนในการเลือกซื้อสินค้าตั้งแต่ 2 ทางขึ้นไป และพฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และเกิดเป็นพฤติกรรมในการซื้อในที่สุด

Swarbrooke & Horner (2007) ได้พูดถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวว่าเป็นกิจกรรมที่ได้รับการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้าอย่างมีเหตุผล ดังนั้นกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของการท่องเที่ยว จึงไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นมาเฉย ๆ ลอย ๆ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนเดินทางไปทีใด นักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงการเดินทางซึ่งอาจต้องทำการซื้อบัตรโดยสาร การเตรียมที่พัก นอกจากนั้นแล้วปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวนั้นยังเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

Holloway (2002) ได้พูดถึงพฤติกรรมในการซื้อ และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวโดยใช้แบบจำลองที่เรียกว่า AIDA (Awareness, Interest, Desire, Action) ในการอธิบายถึงพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว อันดับแรกที่นักการตลาดต้องให้ความสำคัญคือ การสร้างความตระหนักให้แก่นักท่องเที่ยวโดยแสดงให้เห็นถึงแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหรือจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการที่จะไป เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญที่เข้ามากระทบในการเลือกและตีความข้อมูล เพราะในแต่ละวันนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ดังนั้นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในตัวสินค้าและการบริการได้มากก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในภายหลัง เพราะฉะนั้นหลังจากที่นักท่องเที่ยวตระหนักถึงการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ขั้นต่อไปนักท่องเที่ยวก็จะเกิดความสนใจในสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว และเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับการกระตุ้นจากสื่อต่าง ๆ ก็จะก่อให้เกิดความสนใจได้ง่ายไม่ว่าจะเป็นเมื่อได้ยินเพื่อนมาพูดให้ฟังหรือจากการดูทีวี ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ สามารถดึงดูดและกระตุ้นความต้องการอยากเดินทางได้มาก แต่กระบวนการนี้อาจจบสิ้นลงหากว่านักท่องเที่ยวพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่อยากไปนั้นมันไกลเกินไป หรือมีราคาแพงเกินไป ซึ่งกระบวนการนี้จะขึ้นอยู่กับกระบวนการประเมินตามความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

หากต้องการเอาชนะใจของนักท่องเที่ยวหรือทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการ ผู้ให้บริการจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เช่น ศึกษาความต้องการ ความคิด การทำงาน การใช้เวลาวางของนักท่องเที่ยว เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจทั้งปัจจัยส่วนตัวและปัจจัยกลุ่มที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง การเลือกทางเลือกหรือตัวเลือกที่มีอยู่ตามความสนใจหรือความเหมาะสม ซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ รวมถึงทำให้เกิดความพึงพอใจในภายหลัง

2.5 ข้อมูลเอกสารการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วีรวรรณ แซ่จ้าว (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของทัศนคติและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับรู้สื่อข่าวสารโฆษณาประชาสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งข้อมูลในลักษณะต่าง ๆ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ 2) ศึกษาอิทธิพลของทัศนคติในแต่ละด้านต่อแหล่งข้อมูลของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และ 3) ศึกษาปัจจัยความรู้สึกรับรู้พึงพอใจจากการเปิดการรับรู้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนการตัดสินใจท่องเที่ยว ใช้แบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมายอายุ 18–37 ปี ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ สามารถอ่านและเข้าใจภาษาไทยได้ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ทางการท่องเที่ยว ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 282 คน การทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ทัศนคติต่อแหล่งข้อมูลของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับรู้สื่อข่าวสารโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ 2) ทัศนคติต่อแหล่งข้อมูลของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลกับพฤติกรรมการวางแผนตัดสินใจท่องเที่ยว 3) ความรู้สึกพึงพอใจจากการเปิดรับรู้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลกับพฤติกรรมการวางแผนตัดสินใจท่องเที่ยว โดยตัวแปรด้านรูปแบบความน่าสนใจ มีอิทธิพลกับพฤติกรรมการวางแผนการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ตัวแปรด้านการเข้าถึงข้อมูล และความถูกต้องของเนื้อหา

ชุติกานต์ ยินดีสุข (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย” วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 425 คน ผลการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังพบว่าทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และยังพบว่าข้อมูลส่วนบุคคลในด้านรายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อมูลส่วนบุคคลในด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

วันทิกา หิรัญเทศ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับ

การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยช่องทางการรับสื่อ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านคือ ด้านพื้นที่ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการจัดการ อยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมเมื่อจำแนกตามเพศ กลุ่มอายุ กลุ่มการศึกษา กลุ่มอาชีพ กลุ่มรายได้ และช่องทางการรับสื่อ ไม่พบความแตกต่าง

รัฐกานต์ สามสี (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม จังหวัดตรัง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม และศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของพื้นที่อุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวไม่พักค้างคืน ใช้พาหนะรถยนต์ส่วนบุคคล ค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่อคนต่อครั้งอยู่ที่ไม่เกิน 1,000 บาท มีความถี่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม 1-2 ครั้งต่อปี เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ เดินทางร่วมกับครอบครัว และส่วนใหญ่ให้อันดับความสนใจในกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีอยู่/ กิจกรรมที่อยากให้มีในอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหมมากที่สุดคือพักผ่อนริมหาด รองลงมาคือ กิจกรรมการเล่นน้ำทะเลและปิกนิก ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีระดับความต้องการใช้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถแบ่งเขตได้ดังนี้ เขตบริการ เขตนันทนาการ เขตสันทนาการ ธรรมชาติ เขตฟื้นฟูสภาพธรรมชาติ เขตหวงห้าม และเขตกันชน

ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ ตลอดจนศึกษาปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำไม่มีความแตกต่างกันมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องจุดมุ่งหมายในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชม และกระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัย

ผลักดันให้นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวครั้งแรก ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และความสะดวกในการเดินทางและเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมายังแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม คือ ด้านการคมนาคม

วศยาภาส บัวทองคำ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ป่าชายเลนบางปู จังหวัดสมุทรปราการ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ป่าชายเลนบางปู จังหวัดสมุทรปราการ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ ป่าชายเลนบางปู จำนวน 400 คน การวิจัยได้ผลดังนี้ 1) ปัจจัยด้านจิตวิทยาและภายนอกทางด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยด้านนโยบาย สังคม และสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระดับมาก 3) ผลการวิจัยยังระบุอีกว่า โอกาสและความคุ้มค่าในการกลับมาท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และจะแนะนำผู้อื่นให้เดินทางมาท่องเที่ยวอีกด้วย 4) เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์พบว่า ระดับความคิดเห็นในแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน หมายความว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.6 สมมติฐานงานวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ สามารถสร้างสมมติฐานในการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานที่ 1.1 การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานที่ 1.2 การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามความสนใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานที่ 1.3 การเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานที่ 1.4 การเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐาน 2 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานที่ 2.1 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเข้าใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

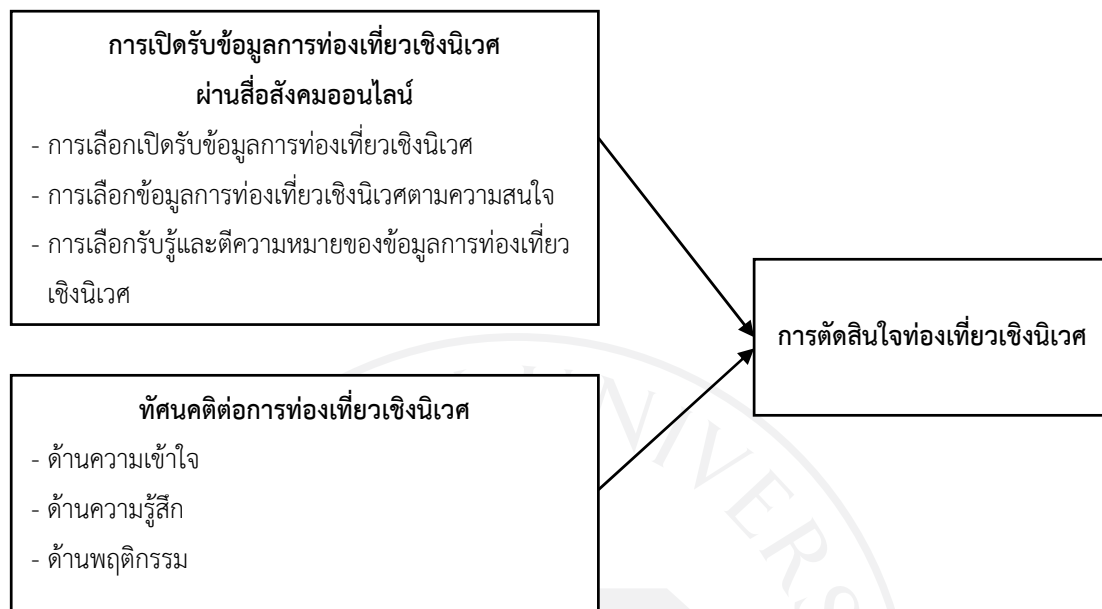
สมมติฐานที่ 2.2 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้สึกรัก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐานที่ 2.3 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

จาก วีรวรรณ แซ่จ้าว (2558) “อิทธิพลของทัศนคติและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว” ที่ได้ศึกษาตัวแปรต้นเกี่ยวกับ การเปิดรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์เป็นตัวแปรในการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในขณะที่งานวิจัยของ ชุติกานต์ ยินดีสุข (2559) ได้ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่ส่งผลต่อการพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงนำมาซึ่งกรอบวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้างานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย” โดยผู้วิจัยนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 วิธีการทางสถิติ

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องเรื่อง การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามในกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการศึกษา

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ บุคคลทั่วไปทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยบุคคลที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีจำนวนมาก ดังนั้นจึงไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกประชากรคือ บุคคลทั่วไปทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีความสนใจและมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนดังกล่าวโดยใช้ตารางของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ ± 5 โดยมีสมการเพื่อใช้ในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ e คือ ความคาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.2.3 ประเภทของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การจัดทำข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความ และการสรุปผลประกอบด้วย

3.2.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยอาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทักษะติดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3.2.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากแหล่งที่สามารถอ้างอิงได้และมีความน่าเชื่อถือได้แก่ 1) ตำรา หนังสือ 2) เอกสารเกี่ยวกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ และ 3) วารสารและสิ่งพิมพ์ทางวิชาการทั้งที่ใช้ระบบเอกสารและระบบออนไลน์

3.2.4 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ซึ่งตัวอย่างที่ได้นั้น ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้กลุ่มที่เลือกนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยวิธีการแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาและกรอบแนวคิดในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยมีข้อคำถามข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีข้อคำถามในส่วนนี้ จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เคยไป ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด รูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยวที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด บุคคลที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยบ่อยที่สุด และประเภทของสถานที่พักที่ใช้บริการบ่อยที่สุด โดยผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และเป็นคำถามแบบปลายปิด ซึ่งมีคำตอบเป็นแบบรายการเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด ซึ่งมีคำตอบเป็นแบบรายการเลือกตอบในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีระดับการวัดตัวแปรแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีข้อคำถามในส่วนนี้จำนวน 19 ข้อ ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ

- 1) การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ
- 2) การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความสนใจ มีข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ
- 3) การเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีข้อคำถาม จำนวน 4 ข้อ
- 4) การเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับ มีข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด ซึ่งมีคำตอบเป็นแบบรายการเลือกตอบในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีระดับการวัดตัวแปรแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีข้อคำถามในส่วนนี้ทั้งสิ้น จำนวน 16 ข้อ ประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ

- 1) ด้านความเข้าใจ มีข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ
- 2) ด้านความรู้สึก มีข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ
- 3) ด้านพฤติกรรม มีข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด ซึ่งมีคำตอบเป็นแบบรายการเลือกตอบในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีระดับการวัดตัวแปรแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีข้อคำถามในส่วนนี้จำนวน 5 ข้อ

3.4 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 การตรวจสอบเนื้อหา (Validity) ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นกับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา

3.4.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้วมาทดลอง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่าง (Pre-test) จำนวน 40 คน แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ค อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1: ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น

ส่วนของคำถาม	ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น	
	n = 40	n = 400
การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์	.911	.895
การเลือกเปิดรับข้อมูล	.769	.743
การเลือกข้อมูลตามความสนใจ	.760	.759
การเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูล	.826	.796
การเลือกจำข้อมูลที่ได้เปิดรับ	.752	.776
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	.940	.907
ด้านความเข้าใจ	.720	.742
ด้านความรู้สึก	.891	.908
ด้านพฤติกรรม	.915	.882
การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	.776	.811
รวม	.950	.924

ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่น ได้ค่าความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละประเด็นและค่าความเชื่อมั่นรวมอยู่ระหว่างค่า 0.7–1.00 จึงได้สรุปว่าแบบสอบถามที่ได้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (ศิริบุรณ์ รัตนกุลชัย, 2554)

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ คือ

3.5.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปแจกให้แก่กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บริเวณท่าอากาศยานดอนเมือง สถานีรถไฟกรุงเทพ และสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (เอกมัย) เนื่องจากเป็นจุดโดยสารการขนส่งทางสาธารณะจากกรุงเทพมหานครสู่จังหวัดอื่น ๆ

3.5.2 หลังจากได้รับแบบสอบถาม ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับมาทั้งหมดก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์

3.5.3 ผู้วิจัยนำผลที่ได้ทั้งหมดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) โดยงานวิจัยชิ้นนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนกันยายน 2560 ถึงเดือนพฤษภาคม 2561

การแปลผลข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้น สำหรับการแปลผลข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้นเพื่อกำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ดังนี้

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

ช่วงชั้นของค่าคะแนน	คำอธิบายสำหรับการแปลผล
1.00–1.80	ระดับน้อยที่สุด
1.81–2.60	ระดับน้อย
2.61–3.40	ระดับปานกลาง
3.41–4.20	ระดับมาก
4.21–5.00	ระดับมากที่สุด

3.6 วิธีการทางสถิติ

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอธิบายตัวแปรของการศึกษาครั้งนี้ไว้ดังนี้
คือ

3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่อง
ต่อไปนี้ คือ

3.6.1.1 ตัวแปรด้านคุณสมบัติของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เคยไป ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยวที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บุคคลที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย และประเภทของสถานที่พักที่ใช้บริการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวัดนามบัญญัติและจัดอันดับ เนื่องจากไม่สามารถวัดเป็นมูลค่าได้ และผู้วิจัยต้องการบรรยายเพื่อให้ทราบถึงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น ดังนั้นสถิติเหมาะสม คือ ค่าความถี่ (จำนวน) และค่าร้อยละ (ศิริบุรณ์ ธนานุกุลชัย, 2554 และ กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

3.6.1.2 ตัวแปรระดับความคิดเห็น ได้แก่ การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวัดอันดับ เนื่องจากผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าคะแนนในแต่ละระดับและผู้วิจัยต้องการทราบจำนวนประชากรตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยคะแนนของแต่ละระดับความคิดเห็นสถิติที่ใช้จึงได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ศิริบุรณ์ ธนานุกุลชัย, 2554)

3.6.2 สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ผู้ทำวิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิงสำหรับการอธิบายผลการศึกษาของตัวอย่างในเรื่องการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลกันระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวได้แก่ การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งใช้มาตรวัดอันดับ และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวแปรตาม ดังนั้นใช้สถิติในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regressions) คือ การวิเคราะห์ทางสถิติที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variable) กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) จะเป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง โดยที่ตัวแปรอิสระมีมากกว่าหนึ่งตัวกับตัวแปรตามหนึ่งตัว (ศิริบุรณ์ ธนานุกุลชัย, 2554 และ ศรีเพ็ญ ทรัพย์มนชัย, 2545)

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้างานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย” โดยผู้วิจัยได้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน
- 4.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจำนวน 400 คน ซึ่งรายละเอียดในส่วนข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	116	29.00
หญิง	284	71.00
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-25 ปี	165	41.20
26-35 ปี	109	27.20
36-45 ปี	49	12.20
46-55 ปี	52	13.00
56 ปีขึ้นไป	25	6.20

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	42	10.50
ปริญญาตรี	280	70.00
ปริญญาโท	72	18.00
สูงกว่าปริญญาโท	6	1.50
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	38	9.50
ข้าราชการ/ พนักงาน	34	8.50
รัฐวิสาหกิจ	243	60.80
พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน	60	15.00
เจ้าของธุรกิจ/ อาชีพอิสระ	19	4.80
แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	6	1.50
อื่น ๆ		
รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	53	13.20
15,001–30,000 บาท	198	49.50
30,001–50,000 บาท	90	22.50
50,001–100,000 บาท	41	10.20
100,001 บาทขึ้นไป	18	4.50

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 และเพศชาย มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 โดยอายุ 18–25 ปี มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมาคือ 26–35 ปี มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.20 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ปริญญาโท มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 มีอาชีพพนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 รองลงมาคือ เจ้าของธุรกิจ/ อาชีพอิสระ มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001–30,000 บาท

มีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 30,001–50,000 บาท มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

รายละเอียดในส่วนข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เคยไป ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยวที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บุคคลที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย และประเภทของสถานที่พักที่ใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เคยไปใน 1 ปีที่ผ่านมา*	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (เช่น ชายหาด เกาะ น้ำตก ถ้ำ ภูเขา)	335	83.80
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (เช่น แหล่งโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ วัด)	185	46.20
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (เช่น ตลาดน้ำ งานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ)	206	51.50
แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ให้ความบันเทิง (เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก)	140	35.00
ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
วันหยุดนักขัตฤกษ์	88	22.00
วันเสาร์-อาทิตย์	182	45.50
วันธรรมดา	59	14.80
โอกาสพิเศษ	71	17.80
รูปแบบที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องบิน	36	9.00
รถยนต์ส่วนตัว	284	71.00
รถโดยสารสาธารณะ	54	13.50

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

รูปแบบที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
รถเช่า	25	6.20
อื่น ๆ (รถไฟ)	1	0.20
บุคคลที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	8	2.00
เพื่อน	146	36.50
คู่รัก	82	20.50
คนที่ทำงาน	6	1.50
ครอบครัว	158	39.50
ประเภทของสถานที่พักที่ใช้บริการบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรมมาตรฐานระดับสากล (ที่พักที่ได้รับการยอมรับระดับสากล)	78	19.50
โรงแรมทั่วไป (ที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน มี 10 ห้องขึ้นไป)	206	51.50
เกสต์เฮาส์ (ที่พักที่เอาบ้านพักมาดัดแปลง เพื่อแบ่งให้นักท่องเที่ยวเข้าพัก)	16	4.00
โฮมสเตย์ (ที่พักที่นักท่องเที่ยวใช้ชีวิตอยู่ในบ้านเดียวกันกับคนท้องถิ่น)	39	9.80
โฮสเทล (ที่พักราคาประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน)	53	13.20
กางเต็นท์	8	2.00

ผลการศึกษาพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (เช่น ชายหาด เกาะ น้ำตก ถ้ำ ภูเขา) มากที่สุด มีจำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.80 รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (เช่น ตลาดน้ำ งานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ) มีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 โดยเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุดในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาคือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00

รูปแบบที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุดคือ รถยนต์ส่วนตัว มีจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมาคือ รถโดยสารสาธารณะ มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 บุคคลที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วยบ่อยที่สุดคือ ครอบครัว มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ เพื่อน มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และประเภทของสถานที่พักที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ โรงแรมทั่วไป (ที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน มี 10 ห้องขึ้นไป) มีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาคือ โรงแรมมาตรฐานระดับสากล (ที่พักที่ได้รับการยอมรับระดับสากล) มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 4 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้รับ

การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	Mean	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ท่านติดตามข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้มากน้อยเพียงใด			
1.1 เว็บไซต์องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT), Unseen Tour Thailand, Travel Daily Asia ฯลฯ	3.05	1.075	ปานกลาง
1.2 สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์, อินสตาแกรม ฯลฯ	4.22	.859	มากที่สุด
1.3 บล็อกการเขียนแสดงความเห็นและบอกเล่า ประสบการณ์ เช่น พันทิป, Trip Advisor, EDT Guide ฯลฯ	3.67	1.007	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 4 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับ

การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	Mean	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1.4 นิตยสารออนไลน์ต่าง ๆ เช่น นิตยสารเที่ยวรอบโลก, นิตยสารเพื่อนเดินทาง, นิตยสาร Voyage, นิตยสาร Travel & Leisure ฯลฯ	2.76	1.102	ปานกลาง
1.5 จดหมายอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวของหน่วยงานการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น Newsletter ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2.59	1.102	น้อย
รวม	3.26	.725	ปานกลาง
การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความสนใจ	Mean	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
2. ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ท่านสนใจข้อมูลข่าวสารต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด			
2.1 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ และร่างกาย เช่น อาบแดด อาบน้ำแร่ สปา ฯลฯ	3.22	1.004	ปานกลาง
2.2 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อความรื่นเริง ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน	4.04	.840	มาก
2.3 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมทางกีฬา	3.01	1.062	ปานกลาง
2.4 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ ศาสนา	3.01	1.065	ปานกลาง
2.5 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ ในแต่ละพื้นที่ หรือสถานที่ท่องเที่ยวตามความมีชื่อเสียง	3.94	.811	มาก
รวม	3.44	.687	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 4 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับ

การเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
3. ในการอ่านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ ท่านมีความต้องการเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลข่าวสารประเภทดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด			
3.1 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth Communications) เช่น การแบ่งปันประสบการณ์และความคิดเห็นการท่องเที่ยวผ่านทางเฟซบุ๊ก	4.01	.809	มาก
3.2 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เกิดจากการแสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการหรือสินค้าการท่องเที่ยวจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยว (Opinion Leader)	3.70	.858	มาก
3.3 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เกิดจากการเปรียบเทียบซึ่งแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นและจุดด้อยของการบริการหรือสินค้าการท่องเที่ยวนั้น ๆ	3.79	.860	มาก
3.4 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เกิดจากองค์ประกอบรอบข้างของสื่อ (Media Context) เช่น ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูลข่าว	3.82	.911	มาก
รวม	3.83	.678	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 4 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับ

การเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับ	Mean	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
4. ในการอ่านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ ท่านเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารประเภทดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด			
4.1 โปรโมชันส่วนลดต่าง ๆ เช่น สถานที่พัก สถานที่เข้าชม ฯลฯ	3.95	.845	มาก
4.2 บทวิจารณ์แสดงความเห็นเรื่องการท่องเที่ยว	3.89	.824	มาก
4.3 เกร็ดความรู้หรือข้อแนะนำเรื่องการเดินทางการท่องเที่ยว	3.86	.821	มาก
4.4 โปรแกรมการท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ	4.00	.815	มาก
4.5 ข่าวการท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหรือเป็นที่นิยมในสังคมปัจจุบัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.65	.905	มาก
รวม	3.87	.612	มาก

ผลการศึกษาข้อมูลจากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ที่คะแนนเฉลี่ย 3.26 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามติดตามข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อิน스타그램 ฯลฯ คะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.22 และคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 2.59 ติดตามข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวของหน่วยงานการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น Newsletter ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความสนใจ ให้ความสำคัญในระดับมาก ที่คะแนนเฉลี่ย 3.44 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อความรื่นเริง ความสนุกสนาน ความสดชื่นเพื่อการพักผ่อน คะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.04 และมีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่เท่ากันที่ 3.01 สนใจข้อมูล

ข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมทางกีฬา และเพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ ศาสนา

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้มีความสำคัญในระดับมาก ที่คะแนนเฉลี่ย 3.83 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในการอ่านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารแบบปากต่อปาก เช่น การแบ่งปันประสบการณ์และความคิดเห็นการท่องเที่ยวผ่านทางเฟซบุ๊ก คะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.01 และคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 3.70 เลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เกิดจากการแสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการหรือสินค้าการท่องเที่ยวจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดด้านการท่องเที่ยว

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับ ให้มีความสำคัญในระดับมาก ที่คะแนนเฉลี่ย 3.87 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในการอ่านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารโปรแกรมการท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ คะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.00 และคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 3.65 เลือกจดจำข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหรือเป็นที่นิยมในสังคมปัจจุบัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึกรัก และด้านพฤติกรรม

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเข้าใจ	Mean	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. การเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น ช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว	4.25	.753	มากที่สุด
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.26	.723	มากที่สุด
3. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าใจง่าย	3.95	.799	มาก
รวม	4.15	.617	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ): ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้สึก	Mean	S.D.	ระดับ ทัศนคติ
1. ทุกคนไม่มีสิทธิ์ที่จะเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ใด เมื่อใดก็ได้ ถึงแม้ว่าพวกเขาได้จ่ายเงินสำหรับซื้อประสบการณ์ส่วนตัว	3.71	1.048	มาก
2. ทุกคนไม่มีสิทธิ์ที่จะทำกิจกรรมอะไรก็ได้ที่พวกเขาชื่นชอบในการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าพวกเขาจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย	3.73	1.077	มาก
3. ทุกคนไม่มีสิทธิ์ที่จะใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำ ไฟฟ้า ตามความต้องการเมื่อไปท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าพวกเขาจะสามารถรับผิดชอบค่าใช้จ่ายได้	3.77	1.075	มาก
รวม	3.74	.981	มาก
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรม	Mean	S.D.	ระดับ ทัศนคติ
1. ทุกคนต้องมีส่วนช่วยในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน	4.54	.689	มากที่สุด
2. การเข้าร่วมกิจกรรมที่ได้เรียนรู้และใกล้ชิดธรรมชาติ ช่วยทำให้ท่านรักธรรมชาติมากขึ้น	4.21	.717	มากที่สุด
3. การให้เงินสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมถือเป็นสิ่งที่เหมาะสม	3.95	.895	มาก
4. การซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเป็นการช่วยสนับสนุนให้คนในชุมชนมีรายได้	4.24	.743	มากที่สุด
5. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถทำได้ง่าย	3.91	.807	มาก
6. ทุกครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวท่านจะพยายามไม่รบกวนสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด	4.25	.804	มากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ): ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรม	Mean	S.D.	ระดับ ทัศนคติ
7. ท่านมักจะช่วยเหลือชาวบ้านด้วยการเลือกซื้อสินค้า ที่ผลิตในชุมชน	3.98	.824	มาก
8. ท่านมักจะศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชนของ สถานที่ที่ฉันจะไปท่องเที่ยว เพื่อไม่ไปเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมของเขา	3.95	.816	มาก
9. ท่านยินดีที่จะมีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนกับองค์กร เกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.14	.794	มาก
10. ถ้ามีโอกาสท่านจะแบ่งปันความรู้ให้กับคนอื่น เพื่อให้ เขาเข้าใจความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.16	.770	มาก
รวม	4.13	.549	มาก

ผลการศึกษาข้อมูลจากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อทัศนคติการท่องเที่ยวนิเวศ ด้านความเข้าใจ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ที่คะแนนเฉลี่ย 4.15 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่า การท่องเที่ยวนิเวศเป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่คะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.26 และคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 3.95 เห็นด้วยว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนิเวศเข้าใจง่าย

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อทัศนคติการท่องเที่ยวนิเวศ ด้านความรู้สึก อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ที่คะแนนเฉลี่ย 3.74 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่า ทุกคนไม่มีสิทธิ์ที่จะใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำ ไฟฟ้า ตามความต้องการเมื่อไปท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าพวกเขาจะสามารถรับผิดชอบค่าใช้จ่ายได้ ที่คะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3.77 และคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 3.71 เห็นด้วยว่า ทุกคนไม่มีสิทธิ์ที่จะเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ใด เมื่อใดก็ได้ ถึงแม้ว่าพวกเขาได้จ่ายเงินสำหรับซื้อประสบการณ์ส่วนตัว

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อทัศนคติการท่องเที่ยวนิเวศ ด้านพฤติกรรม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ที่คะแนนเฉลี่ย 4.13 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่า ทุกคนต้องมีส่วนช่วยในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ที่คะแนน

เฉลี่ยสูงสุด 4.54 และคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 3.91 เห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถทำได้ง่าย

ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	Mean	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ท่านมักท่องเที่ยวในที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ทัศนียภาพ ความสวยงาม และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	4.23	.648	มากที่สุด
2. ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น วิถีชีวิตของวัฒนธรรม แบบดั้งเดิม (ที่อยู่อาศัย สภาพแวดล้อมของชุมชน ระบบ นิเวศ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม) เป็นสถานที่ที่ท่านมัก เลือกไปเที่ยว	4.04	.750	มาก
3. ท่านมักท่องเที่ยวในสภาพพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์และ มีความเหมาะสมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.05	.717	มาก
4. ท่านมักเลือกไปสถานที่ที่ท่านสามารถเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น เดินทางได้โดยรถประจำทาง หรือขับรถส่วนตัวเข้าพื้นที่ได้	4.26	.774	มากที่สุด
5. อธิปไตยและการบริการของคนในท้องถิ่น รวมถึง บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพียงพอใน การให้บริการด้านการท่องเที่ยว เป็นเหตุผลที่ท่านเลือก ไปยังสถานที่นั้น	4.10	.745	มาก
รวม	4.14	.549	มาก

ผลการศึกษาข้อมูลจากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ที่คะแนนเฉลี่ย 4.14 โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมักเลือกไปสถานที่ที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น เดินทางได้โดยรถประจำทาง หรือขับรถส่วนตัวเข้าพื้นที่ได้ คะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.26 และคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 4.04 มักเลือกไปสถานที่ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น วิถีชีวิตของวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (ที่อยู่อาศัย สภาพแวดล้อมของชุมชน ระบบนิเวศ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม)

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ตารางที่ 4.6: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตัวแปร	SEEXP	SEATT	SEPAI	SERET	ATUDS	ATFLN	ATBHV	DECIS
SEEXP	1							
SEATT	.654**	1						
SEPAI	.404**	.537**	1					
SERET	.417**	.591**	.656**	1				
ATUDS	.240**	.357**	.394**	.414**	1			
ATFLN	.227**	.227**	.285**	.258**	.349**	1		
ATBHV	.299**	.309**	.431**	.443**	.789**	.421**	1	
DECIS	.130**	.139**	.229**	.244**	.309**	.148**	.361**	1

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดย SEEXP: การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 SEATT: การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความสนใจ
 SEPAI: การเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 SERET: การเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับ
 ATUDS: ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเข้าใจ
 ATFLN: ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้สึก
 ATBHV: ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรม
 DECIS: การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้วยวิธีสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) โดยเมื่อทดสอบที่ค่านัยสำคัญ 0.01 พบว่า

การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 4 ขั้นตอน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถเรียงลำดับความสัมพันธ์จากมากไปน้อยได้ ดังนี้ การเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับ ($R = .244$) รองลงมาคือ การเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ($R = .229$), การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความสนใจ ($R = .139$) และการเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ($R = .130$) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 3 ด้าน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถเรียงลำดับความสัมพันธ์จากมากไปน้อยได้ ดังนี้ ด้านพฤติกรรม ($R = .361$) รองลงมาคือ ด้านความเข้าใจ ($R = .309$) และด้านความรู้สึก ($R = .148$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่างการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตัวแปร	B	S.E.	β	T	Sig.
ค่าคงที่	2.596	.214		12.150	.000
การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	.079	.054	.079	1.468	.143
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	.309	.054	.306	5.706	.000*

Adjusted $R^2 = .119$, $F = 27.832$, $*p < 0.050$

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานโดยทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ($\beta = .306$) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 11.90 ที่เหลืออีกร้อยละ 88.10 เป็นผลจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

ตารางที่ 4.8: ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่างการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตัวแปร	B	S.E.	β	T	Sig.
ค่าคงที่	3.182	.185		17.246	.000
การเลือกเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	.035	.049	.047	.723	.470
การเลือกข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามความสนใจ	-.053	.059	-.066	-.894	.372
การเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์	.104	.054	.128	1.932	.054
การเลือกจำข้อมูลที่ได้เปิดรับผ่านสื่อสังคมออนไลน์	.161	.062	.179	2.579	.010*

Adjusted $R^2 = .070$, $F = 7.422$, $*p < 0.050$

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ การเลือกจำข้อมูลที่ได้เปิดรับผ่านสื่อสังคมออนไลน์

เมื่อพิจารณาความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐาน โดยการเลือกจำข้อมูลที่ได้เปิดรับผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\beta = .179$) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนการเลือกเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\beta = .047$) การเลือกข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามความสนใจ ($\beta = -.066$) และการเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ($\beta = .128$) ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 1.4 และปฏิเสธสมมติฐานย่อยที่ 1.1, 1.2 และ 1.3

สัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjusted $R^2 = 0.070$) แสดงให้เห็นว่า การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 0.70 ที่เหลืออีกร้อยละ 99.30 เป็นผลจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

ตารางที่ 4.9: ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตัวแปร	B	S.E.	β	T	Sig.
ค่าคงที่	2.617	.199		13.155	.000
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเข้าใจ	.056	.068	.063	.827	.409
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้สึก	-.003	.029	-.006	-.116	.907
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรม	.314	.079	.314	3.988	.000*

Adjusted $R^2 = .132$, $F = 20.076$, $*p < 0.050$

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรม

เมื่อพิจารณาความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐาน โดยทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านพฤติกรรม ($\beta = .314$) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเข้าใจ ($\beta = .063$) และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้สึก ($\beta = -.006$) ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย จึงยอมรับสมมติฐานย่อยที่ 2.3 และปฏิเสธสมมติฐานย่อยที่ 2.1 และ 2.2

สัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjusted $R^2 = 0.132$) แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 13.20 ที่เหลืออีกร้อยละ 86.80 เป็นผลจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

4.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.10: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.1 การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.2 การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามความสนใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3 การเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.4 การเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.1 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเข้าใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.2 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้สึกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.3 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้างานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย” โดยผู้วิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 284 คน มีอายุระหว่าง 18–25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001–30,000 บาท

5.1.2 ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (เช่น ชายหาด เกาะ น้ำตก ถ้ำ ภูเขา) เดินทางในช่วงวันหยุดเสาร์–อาทิตย์ ด้วยรถยนต์ส่วนตัว โดยร่วมเดินทางไปกับครอบครัว และใช้บริการโรงแรมทั่วไป (ที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน มี 10 ห้องขึ้นไป)

5.1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 4 ขั้นตอน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากและเห็นด้วยปานกลาง โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดเรื่องการเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับ และเห็นด้วยน้อยที่สุดเรื่องการเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เมื่อพิจารณารายขั้นตอน พบว่า

5.1.3.1 การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในการติดตามข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อิน스타그램 ฯลฯ และให้ความสำคัญน้อยที่สุดในการติดตามข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวของหน่วยงานการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น Newsletter ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

5.1.3.2 การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความสนใจ ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในการสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อความรื่นเริง ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน และให้ความสำคัญน้อยที่สุดในการสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมทางกีฬา และเพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ ศาสนา

5.1.3.3 การเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยพบว่า ในการอ่านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารแบบปากต่อปาก เช่น การแบ่งปันประสบการณ์และความคิดเห็นการท่องเที่ยวผ่านทางเฟซบุ๊ก และให้ความสำคัญน้อยที่สุดในการเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เกิดจากการแสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการหรือสินค้าการท่องเที่ยวจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยว

5.1.3.4 การเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับ ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยพบว่า ในการอ่านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารโปรแกรมการท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ และให้ความสำคัญน้อยที่สุดในการเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหรือเป็นที่นิยมในสังคมปัจจุบัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

5.1.4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดด้านความเข้าใจ และเห็นด้วยน้อยที่สุดด้านความรู้สึก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

5.1.4.1 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเข้าใจ เห็นด้วยในระดับมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และเห็นด้วยน้อยที่สุดว่าความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าใจง่าย

5.1.4.2 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้สึก เห็นด้วยในระดับมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดว่าทุกคนไม่มีสิทธิ์ที่จะใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำ ไฟฟ้า ตามความต้องการเมื่อไปท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าพวกเขาจะสามารถรับผิดชอบค่าใช้จ่ายได้ และเห็นด้วยน้อยที่สุดว่าทุกคนไม่มีสิทธิ์ที่จะเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ใด เมื่อใดก็ได้ ถึงแม้ว่าพวกเขาได้จ่ายเงินสำหรับซื้อประสบการณ์ส่วนตัว

5.1.4.3 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรม เห็นด้วยในระดับมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดว่าทุกคนต้องมีส่วนร่วมช่วยในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน และเห็นด้วยน้อยที่สุดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถทำได้ง่าย

5.1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดว่ามักเลือกไปสถานที่ที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น เดินทางได้โดยรถประจำทาง หรือขับรถส่วนตัวเข้าพื้นที่ได้ และเห็นด้วยน้อยที่สุดว่ามักเลือกไปสถานที่ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น วิถีชีวิตของวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (ที่อยู่อาศัย สภาพแวดล้อมของชุมชน ระบบนิเวศ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเข้าใจ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้สึกรู้สึก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้สึกรู้สึก ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษารูพบว่า การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Klapper (1960, pp. 19–25 อ้างใน ศิวะ จันทนาสุภาภรณ์, 2554, หน้า 9) ได้กล่าวว่า ขั้นตอนกระบวนการเลือกสรรข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารของบุคคลจากสื่อต่าง ๆ เปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสารด้วยการกลั่นกรองมี 4 ขั้นตอน

สมมติฐานที่ 1.1 การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษารูพบว่า การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมในการเปิดรับและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย” ผลการศึกษารูพบว่า พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ที่ส่งผลทางบวกกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยทั้งในประเด็นการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ และการเลือกสนใจสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่

ซึ่งกลุ่มผู้ที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์นั้นเป็นกลุ่มคนที่ชอบท่องเที่ยวและสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่านั้น จึงทำให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารของ Klapper (1960) โดยประกอบด้วย 4 ขั้นตอน แต่ในงานวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับ 2 ขั้นตอนคือ ขั้นที่ 1 การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากช่องทางหรือแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่ด้วยกันหลากหลาย เช่น เฟซบุ๊ก และยูทูบ ขั้นที่ 2 การเลือกตามความสนใจ (Selective Attention) บุคคลมีแนวโน้มที่จะเลือกให้ความสนใจสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ตามความสนใจตามความคิดเห็นของตนเอง เพื่อสนับสนุนทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยข้างต้นเป็นการศึกษากลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและเป็นกลุ่มเจนเนอร์เรชั่น วาย (Generation Y: Gen Y) ที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2523-2540 มีอายุระหว่าง 20-37 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการเที่ยวไทย

สมมติฐานที่ 1.2 การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามความสนใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาสรุปว่า การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามความสนใจไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำไม่มีความแตกต่างกันมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันในเรื่องจุดมุ่งหมายในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชม และกระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวครั้งแรก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยข้างต้นได้แก่ นักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยฉบับนี้ ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่มีความสนใจและมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สมมติฐานที่ 1.3 การเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาสรุปว่า การเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมลพรรณ ณ สมบูรณ์ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “คุณลักษณะเว็บไซต์การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ และภาพลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า

คุณลักษณะเว็บไซต์ ด้านความเชื่อมั่นของเว็บไซต์หรือความไว้วางใจ การสื่อสารแบบปากต่อปาก สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวออนไลน์ของคนวัยทำงานใน กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจเลือกซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครได้คิดเป็นร้อยละ 53 ในขณะที่คุณลักษณะเว็บไซต์ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คุณภาพของสารสนเทศ ความสนุกสนานของเว็บไซต์การตอบสนองความต้องการทางออนไลน์ความต้องการเฉพาะบุคคล และธุรกรรมออนไลน์ ภาพลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากงานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยวิธีการจับฉลากเพื่อสุ่มเลือก 1 เขต เป็นตัวแทนเขตจากแต่ละกลุ่มเขตการปกครอง กรุงเทพมหานคร ในขณะทำงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ซึ่งตัวอย่างที่ได้นั้น ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้กลุ่มที่เลือกนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สมมติฐานที่ 1.4 การเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาสรุพบว่า การเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรวรรณ แซ่จ้าว (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของทัศนคติและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว” ผลการศึกษพบว่า ระดับความรู้สึกพึงพอใจจากการเปิดการรับรู้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ด้านรูปแบบความน่าสนใจ บุคคลที่กรอกแบบข้อความมีความรู้สึกพึงพอใจต่อการนำเสนอข้อมูลโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในรูปแบบที่มีความแปลกใหม่ เช่น การนำเสนอข่าวสาร กิจกรรมการท่องเที่ยว ผ่านการบอกเล่าด้วยภาพ มากกว่าเขียนบรรยายข้อมูล ด้านการเข้าถึงข้อมูล บุคคลที่กรอกแบบข้อความรู้สึกพึงพอใจต่อความสะดวกในการค้นหาข้อมูลโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ และด้านความถูกต้องของเนื้อหา บุคคลที่กรอกแบบข้อความรู้สึกพึงพอใจต่อความชัดเจน รายละเอียดของข้อมูลโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่นำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาสรุพบว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูติگانต์ ยินดีสุข (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย”

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อนักท่องเที่ยวมีทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางบวกแล้วย่อมส่งผลไปถึงพฤติกรรมซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลอง KAP ที่ระบุว่า ทักษะคิดนั้นเกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคนซึ่งมีผลต่อการคิดและการกระทำ แต่อย่างไรก็ตาม ทักษะคิดสามารถเปลี่ยนแปลงได้จากอิทธิพลของสภาพแวดล้อม โดยการเปลี่ยนแปลงทักษะคิดจะขึ้นอยู่กับความรู้ เมื่อทักษะคิดเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะเกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมตามมา (อรรพรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2537, หน้า 35-43)

สมมติฐานที่ 2.1 ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเข้าใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาสรุปว่า ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเข้าใจ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพรรณราย ศรีวรชิน (2559) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง “การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยพยายามปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ในการท่องเที่ยว มีทักษะคิดเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ต่อทักษะคิดที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้คนส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเลือกรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความสนใจที่มีอยู่ และทักษะคิดของตนเอง แต่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่มีเนื้อหาขัดแย้งกับทักษะคิดและความสนใจของตนเอง เนื่องจากข้อคำถามในแบบสอบถามของงานวิจัยฉบับนี้ ตัวแปรทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเข้าใจ ถามความคิดเห็นว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าใจง่ายมากน้อยเพียงใด ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเลือกรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับทักษะคิดของตนเอง มากกว่าเนื้อหาที่ไม่สอดคล้อง จึงทำให้การทำความเข้าใจเป็นเรื่องที่เข้าถึงได้ยาก

สมมติฐานที่ 2.2 ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้ลึก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาสรุปว่า ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้ลึก ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อเทียบกับงานวิจัยของ กิตติธัช แสงสวิทย์ (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความยินดีจ่ายเพิ่มมากขึ้นของนักท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครเพื่อทางเลือกการท่องเที่ยวที่ติดต่อสถานที่” ผลวิจัยพบว่า ความเชื่อเรื่องสิ่งแวดล้อม ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและการรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว และความพึงพอใจในการท่องเที่ยวส่งผลทางบวกต่อความยินดีจ่ายเพิ่มมากขึ้นเพื่อทางเลือกการท่องเที่ยว

ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยข้อคำถามเพื่อวัดระดับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้สึก กล่าวถึง การรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเพื่อสิทธิในการเดินทางไปท่องเที่ยว การทำกิจกรรมที่ชื่นชอบ และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ณ สถานที่ท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.3 ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรม มีอิทธิพล

ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาสรุปว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ ชมภูศรี (2544) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” พบว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชามณูช สุวิทย์พันธุ์ (2545) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” และพบว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในธุรกิจหรือองค์กร

5.3.1.1 จากการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเลือกจำข้อมูลที่ได้เปิดรับผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นอันดับแรก ดังนั้นฝ่ายธุรกิจหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรมีการสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ให้ตรงกับ ความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเลือกจดจำข้อมูลข่าวสาร โดยมีการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือมีจุดเด่น ในเรื่องโปรแกรมการท่องเที่ยวสถานที่ที่น่าสนใจ, โปรโมชันส่วนลด, บทวิจารณ์แสดงความเห็นเรื่องการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ข้อมูลนั้น ๆ เป็นที่จดจำได้ อีกทั้งสามารถตอบโจทย์ การเปิดรับข้อมูลของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อีกทั้งเพื่อเป็นการสนับสนุนส่งเสริมให้บุคคลที่ ชอบท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปได้รู้จักและหันมาสนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากยิ่งขึ้น

5.3.1.2 จากการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้สึก โดยมีความเห็นเรื่อง

ความสามารถในการรับผิดชอบค่าใช้จ่าย แล้วหมายความว่าถึงการมีสิทธิในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใด เมื่อใดก็ได้ รวมถึงการทำกิจกรรมที่ตนเองชื่นชอบ และใช้ทรัพยากรธรรมชาติตามความต้องการองค์การที่เกี่ยวข้องจึงควรจูงใจให้ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวตระหนักและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทุกคนต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ไม่มีข้อยกเว้น รวมถึงให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลและชุมชน

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจากผลการวิจัยครั้งนี้ มีตัวแปรหลายองค์ประกอบที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกหรือเหตุผลที่ทำให้ตัวแปรเหล่านั้นไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5.3.2.2 ควรศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อการวางกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการรองรับกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม เนื่องจากมีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมถึงการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทัศนคติ และการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยตามทวีปหรือสัญชาติได้อีกด้วย ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมผู้บริโภคทุกกลุ่ม เนื่องจากมีข้อมูลรองรับซึ่งจะทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ

บรรณานุกรม

- กระทรวงสาธารณสุข กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กองสุขศึกษา. (2557). *ทฤษฎีเกี่ยวกับ การเปิดรับข่าวสาร*. สืบค้นจาก <http://www.hed.go.th>.
- กัลยา วาณิชบัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติธัช แสงสวีย์. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความยินดีจ่ายเพิ่มมากขึ้นของคน กรุงเทพมหานคร เพื่อทางเลือกการท่องเที่ยวที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม*. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชรินทร์พรรณ อะสีติรัตน์. (2553). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับวิถีชีวิตชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชุติกานต์ ยินดีสุข. (2559). *ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐชามณัฏ สุวิทย์พันธุ์. (2545). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: เทรนด์มาแรงแห่งอาเซียน. (2558). สืบค้นจาก <https://mgronline.com/mutualfund/detail/9580000068319>.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: บิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- พรรณราย ศรีวรชิน. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่าน สื่ออินเทอร์เน็ตกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงราย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พิจิตรา มงคลศรีพัฒน์. (2559). *พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการเที่ยวไทยแท้กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. การค้นคว้า อิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิมลพรรณ ณ สมบูรณ์. (2558). *คุณลักษณะเว็บไซต์ การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ และภาพลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวออนไลน์ ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.

- โพลชี้ภาพลักษณ์ท่องเที่ยวไทย คงเดิมถึงแย่ง ชุมชนแทบไม่ได้อ่านสสส. (2561). สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/1400233>.
- รัฐกานต์ สามสี. (2558). การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม จังหวัดตรัง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วศยาภาส บัวทองคำ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ป่าชายเลนบางปู จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- วันทิกา หิริญเทศ. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี. สืบค้นจาก http://www.rpu.ac.th/Library_web/doc/RC_RR/2556_Hotel_Wuntika.pdf.
- วีรวรรณ แซ่จำว. (2558). อิทธิพลของทัศนคติและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรีเพ็ญ ทรัพย์มณชัย. (2545). การวิเคราะห์การถดถอยเชิงธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2555). การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 9(2), 39-59.
- ศิวบูรณ์ ธนานุกุลชัย. (2554). ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองค่ายญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. (2554). ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). ตลาดไทยเที่ยวไทยปี 2560 ยังโตต่อเนื่อง--คาดช่วยสร้างรายได้กระจายสู่เศรษฐกิจประมาณ 9.30-9.38 แสนล้านบาท. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/InfoGraphic/Documents/2828.pdf>.
- อรรวรรณ ปิณฑน์โอวาท. (2537). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Fennell, D. A. (2015). *Ecotourism* (4th ed.). New Zealand: Routledge.
- Holloway, J. C. (2002). *The business of tourism*. Harlow: Prentice Hall.
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York: Free.

McGrew, G., & Wilson, M. J. (1982). *Decision making approaches and analysis*.

Manchester: Manchester University.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). New Jersey:

Prentice-Hall.

Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer behavior in tourism* (2nd ed.).

Oxford: Butterworth-Heinemann.

Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York:

Harper & Row.





แบบสอบถาม

เรื่อง

การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจัดทำเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาการค้นคว้าอิสระของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลมาใช้ในการศึกษา และจะใช้เป็นประโยชน์เพื่อการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นางสาวสุพรรณษา บุปผาพันธ์

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 18 - 25 ปี

☐ 26 - 35 ปี

☐ 36 - 45 ปี

☐ 46 - 55 ปี

☐ 56 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท

☐ สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

☐ นักเรียน/ นักศึกษา

☐ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน

☐ เจ้าของธุรกิจ/ อาชีพอิสระ

☐ แม่บ้าน/ พ่อบ้าน

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

☐ 15,001 - 30,000 บาท

☐ 30,001-50,000 บาท

☐ 50,001 - 100,000 บาท

☐ 100,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

6. ใน 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (เช่น ชายหาด เกาะ น้ำตก ถ้ำ ภูเขา)
- ☐ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (เช่น แหล่งโบราณสถาน/วัตถุ อุทยานประวัติศาสตร์ วัด)
- ☐ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (เช่น ตลาดน้ำ งานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ)
- ☐ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ให้ความบันเทิง (เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก)
7. ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด
- ☐ วันหยุดนักขัตฤกษ์ ☐ วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์
- ☐ วันธรรมดา ☐ โอกาสพิเศษ
8. รูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยวที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด
- ☐ เครื่องบิน ☐ รถยนต์ส่วนตัว
- ☐ รถโดยสารสาธารณะ ☐ รถเช่า
- ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....
9. บุคคลที่ท่านร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยบ่อยที่สุด
- ☐ ไม่มี ☐ เพื่อน
- ☐ คู่รัก ☐ คนที่ทำงาน
- ☐ ครอบครัว ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....
10. ประเภทของสถานที่พักที่ใช้บริการบ่อยที่สุด
- ☐ โรงแรมมาตรฐานระดับสากล (ที่พักที่ได้รับการยอมรับระดับสากล)
- ☐ โรงแรมทั่วไป (ที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน มี 10 ห้องขึ้นไป)
- ☐ เกสต์เฮาส์ (ที่พักที่เอาบ้านพักมาดัดแปลง เพื่อแบ่งเป็นห้องให้นักท่องเที่ยวเข้าพัก)
- ☐ โฮมสเตย์ (ที่พักที่นักท่องเที่ยวใช้ชีวิตอยู่ในบ้านเดียวกันกับคนท้องถิ่น)
- ☐ โฮสเทล (ที่พักราคาประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน)
- ☐ กางเต็นท์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ

การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์	ระดับความสำคัญ									
	มากที่สุด - น้อยที่สุด									
การเลือกเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Selective Exposure)										
1. ท่านติดตามข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้มากน้อยเพียงใด										
1.1 เว็บไซต์องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT), Unseen Tour Thailand, Travel Daily Asia ฯลฯ	5	4	3	2	1					
1.2 สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์, อิน스타그램 ฯลฯ	5	4	3	2	1					
1.3 บล็อกการเขียนแสดงความเห็นและบอกเล่าประสบการณ์ เช่น พันทิป, Trip advisor, EDT guide ฯลฯ	5	4	3	2	1					
1.4 นิตยสารออนไลน์ต่าง ๆ เช่น นิตยสารเที่ยวรอบโลก นิตยสารเพื่อนเดินทาง นิตยสาร Voyage นิตยสาร Travel & Leisure ฯลฯ	5	4	3	2	1					
1.5 จดหมายอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวของหน่วยงานการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น Newsletter ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	5	4	3	2	1					
การเลือกข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามความสนใจ (Selective Attention)										
2. ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ท่านสนใจข้อมูลข่าวสารต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด										
การเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อสังคมออนไลน์	ระดับความสำคัญ									
	มากที่สุด - น้อยที่สุด									
2.1 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย เช่น อาบแดด อาบน้ำแร่ สปา ฯลฯ	5	4	3	2	1					
2.2 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อความรื่นเริง ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน	5	4	3	2	1					
2.3 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมทางกีฬา	5	4	3	2	1					

2.4 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ ศาสนา	5	4	3	2	1
2.5 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ในแต่ละพื้นที่ หรือสถานที่ท่องเที่ยวตามความมีชื่อเสียง	5	4	3	2	1
การเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Selective Perception and Interpretation)					
3. ในการอ่านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ ท่านมีความต้องการเลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลข่าวสารประเภทดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด					
3.1 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth communications) เช่น การแบ่งปันประสบการณ์และความคิดเห็นการท่องเที่ยวผ่านทางเฟซบุ๊ก	5	4	3	2	1
3.2 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เกิดจากการแสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการหรือสินค้าการท่องเที่ยวจากผู้มีอิทธิพลทางความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยว (Opinion Leader)	5	4	3	2	1
3.3 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เกิดจากการเปรียบเทียบซึ่งแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นและจุดด้อยของการบริการหรือสินค้าการท่องเที่ยวนั้น ๆ	5	4	3	2	1
3.4 ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่เกิดจากองค์ประกอบรอบข้างของสื่อ (Media Context) เช่น ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูลข่าว	5	4	3	2	1
การเลือกจำข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้เปิดรับ (Selective Retention)					
4. ในการอ่านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ ท่านเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารประเภทดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด					
4.1 โปรโมชันส่วนลดต่าง ๆ เช่น สถานที่พัก สถานที่เข้าชม ฯลฯ	5	4	3	2	1
4.2 บทวิจารณ์แสดงความเห็นเรื่องการท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
4.3 เกร็ดความรู้หรือข้อแนะนำเรื่องการเดินทางการท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
4.4 โปรแกรมการท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ	5	4	3	2	1
4.5 ข่าวการท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหรือเป็นที่นิยมในสังคมปัจจุบัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความเข้าใจ	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด - น้อยที่สุด				
1. การเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น ช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม					
3. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าใจง่าย					
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านความรู้สึก	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด - น้อยที่สุด				
1. ทุกคนไม่มีสิทธิ์ที่จะเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ใด เมื่อใดก็ได้ ถึงแม้ว่าพวกเขาได้จ่ายเงินสำหรับซื้อประสบการณ์ส่วนตัว	5	4	3	2	1
2. ทุกคนไม่มีสิทธิ์ที่จะทำกิจกรรมอะไรก็ได้ที่พวกเขาชื่นชอบในการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าพวกเขาจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย	5	4	3	2	1
3. ทุกคนไม่มีสิทธิ์ที่จะใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำ ไฟฟ้า ตามความต้องการเมื่อไปท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าพวกเขาจะสามารถรับผิดชอบค่าใช้จ่ายได้	5	4	3	2	1
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านพฤติกรรม	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด - น้อยที่สุด				
1. ทุกคนต้องมีส่วนช่วยในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน	5	4	3	2	1
2. การเข้าร่วมกิจกรรมที่ได้เรียนรู้และใกล้ชิดธรรมชาติ ช่วยทำให้ท่านรักธรรมชาติมากขึ้น	5	4	3	2	1
3. การให้เงินสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ถือเป็นสิ่งที่เหมาะสม	5	4	3	2	1
4. การซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเป็นการช่วยสนับสนุนให้คนในชุมชนมีรายได้	5	4	3	2	1
5. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถทำได้ง่าย	5	4	3	2	1
6. ทุกครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวท่านจะพยายามไม่รบกวนสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด	5	4	3	2	1

7. ท่านมักจะช่วยเหลือชาวบ้านด้วยการเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตในชุมชน	5	4	3	2	1
8. ท่านมักจะศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชนของสถานที่ที่ฉันจะไปท่องเที่ยว เพื่อไม่ไปเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของเขา	5	4	3	2	1
9. ท่านยินดีที่จะมีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนกับองค์กรเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1
10. ถ้ามีโอกาสท่านจะแบ่งปันความรู้ให้กับคนอื่น เพื่อให้เขาเข้าใจความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ

การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด - น้อยที่สุด				
1. ท่านมักท่องเที่ยวในที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ทัศนียภาพความสวยงาม และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
2. ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น วิถีชีวิตของวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (ที่อยู่อาศัย สภาพแวดล้อมของชุมชน ระบบนิเวศ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม) เป็นสถานที่ที่ท่านมักเลือกไปเที่ยว	5	4	3	2	1
3. ท่านมักท่องเที่ยวในสภาพพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์และมีความเหมาะสมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
4. ท่านมักเลือกไปสถานที่ที่ท่านสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น เดินทางได้โดยรถประจำทาง หรือขับรถส่วนตัวเข้าพื้นที่ได้	5	4	3	2	1
5. อธิยาศัยและการบริการของคนในท้องถิ่น รวมถึงบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพียงพอในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว เป็นเหตุผลที่ท่านเลือกไปยังสถานที่นั้น	5	4	3	2	1

ผู้ทำวิจัยขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวสุพรรณษา บุปผาพันธ์
วันเกิด	19 ตุลาคม 2537
เบอร์ติดต่อ	086 844 2675
อีเมล	supansa.bub@gmail.com
ประวัติการศึกษา	
2549-2554	โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย (สายศิลป์-คำนวณ)
2555-2558	มหาวิทยาลัยศิลปากร นิเทศศาสตรบัณฑิต
2559-2561	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ประสบการณ์การทำงาน	
2561 บริษัท จีวายดีอี จำกัด	

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 22 เดือน มกราคม พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) สุพรรณ บุษมาพันธุ์ อยู่บ้านเลขที่ 2/1

ซอย จันทร์ 18/7 แขวง ถนน - ตำบล/แขวง ทุ่งวัดดอน

อำเภอ/เขต ลำพร จังหวัด กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10120

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 4590203274

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา -

คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “**ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ**” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “**ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ**” อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

การเก็บข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว
เชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวไทย

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “**วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์**”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..........ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาวจุฬพรพรชา บุบผาพันธ์)

ลงชื่อ..........ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์ อัญธิภา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ..........พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..........พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร