

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน
ของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร



นาย วรวิทย์ อุ่นจิตร

ศูนย์วิทยทรัพยากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

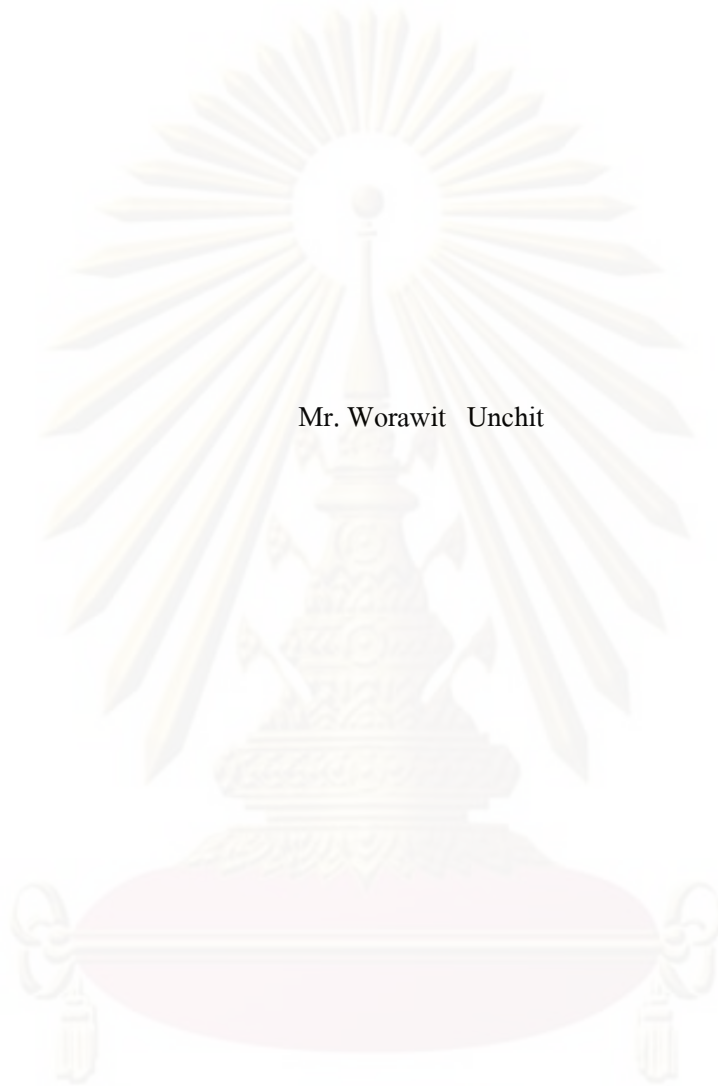
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A STUDY OF TOURISM BEHAVIOR ON ANTI-GLOBAL WARMING CONCEPT
OF UNIVERSITY STUDENTS IN BANGKOK METROPOLIS

Mr. Worawit Unchit



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน
ของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร

โดย

นายวรวิทย์ อุ่นจิตร

สาขาวิชา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย


คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทฉบับนี้



คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

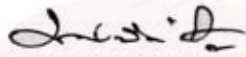
(รองศาสตราจารย์ ดร. วิจิต คณึงสุขเกษม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ประธานกรรมการ

(ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ)



อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. สุธา ขาวเขียว)



กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. คณิต เขียววิชัย)

รววิทย์ อุ่นจิตร : การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิต
นักศึกษาในกรุงเทพมหานคร(A STUDY OF TOURISM BEHAVIOR ON ANTI-GLOBAL
WARMING CONCEPT OF UNIVERSITY STUDENTS IN BANGKOK METROPOLIS)

อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย, 146 หน้า

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิต
นักศึกษาในกรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบการศึกษพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิต
นักศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรของนิสิตนักศึกษา และสถาบันอุดมศึกษา^๑กับเอกชน
กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในสถาบันอุดมศึกษาทั้งรัฐบาลและเอกชนที่ตั้งอยู่ในเขต
กรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ใช้
จำนวน 450 คน โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูล โดยหาค่าร้อยละ(%) ค่าเฉลี่ย(\bar{X})
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) การทดสอบค่า “ที” (t-test) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis
of variance: ANOVA) กรณีพบค่าความแตกต่างจะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe
Method) ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7 Greens Concept) นิสิตนักศึกษามีระดับความ
คิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.80$) เมื่อพิจารณา
เป็นรายด้านแล้ว พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน

2. เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens
Concept) ตามลักษณะประชากรของนิสิตนักศึกษา ผลการวิจัย พบว่ามีความแตกต่างกันในด้านลักษณะประเภท
ประชากร ได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี ภูมิภาค รายได้ต่อเดือน การรับรู้ข้อมูล จากเพื่อน/ญาติ จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/
คู่มือท่องเที่ยว จากโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สาขาวิชา.....วิทยาศาสตร์การกีฬา.....ลายมือชื่อนิสิต.....^๑.....^๒.....
ปีการศึกษา.....2552.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

5178635039 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS : TOURISM BEHAVIOR/ ANTI-GLOBAL WARNING / CONCEPT/
UNIVERSITY STUDENTS

WORAWIT UNCHIT : A STUDY OF TOURISM BEHAVIOR ON ANTI-
GLOBAL WARMING CONCEPT OF UNIVERSITY STUDENTS IN
BANGKOK METROPOLIS.

THESIS ADVISOR: ASSOC.PROF. TEPPRASIT GULTHAWATVICHAI, 146 pp.

The purposes of this study were to study tourism behavior on anti-global warming concept of university students in Bangkok Metropolis as well as to compare demographic and university students between government and private institutes of tourism behavior on anti-global warming concept in Bangkok Metropolis. The sample were university students in both government and private university located in Bangkok Metropolis. Data was collected by questionnaire from 450 students of both government and private universities. For analyzing data, percentage (%), mean(\bar{X}), standard deviations (S.D.) were employed. The difference of demographic profile of university students were compared by independent sample tests (t-test independent) and analysis of Variance (One-way Anova). If the results were significantly differences at .05 level, Scheffe method would then be employed.

The results were as follow:

1. The university students' opinion towards tourism behavior on anti-global warming concept (7 Greens Concept) were found to be in high level of all aspects (\bar{X} = 2.80).
2. Comparison of university students' behavior classified by gender, class level, birthplace, monthly income, perception, pull relations, publishing, media channels and university of university students was found to be significant differences at statistical 0.05 level.

Field of Study.....Sports Science.....Student's Signature..... *Worawit Unchit*.....
 Academic Year... ..2009.....Advisor's Signature..... *Assoc. Prof. Tepprasit Gulthawatvichai*.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุศลวิชิตชัย ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร. ประพัฒน์ ลักษณะพิสุทธ์ ให้ความกรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ พร้อมทั้งแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ยิ่ง ขอขอบคุณ ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาฝ่ายวิชาการ ที่ให้คำแนะนำตั้งแต่การเรียน จนถึงการทำวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. สุธา ขาวเขียว ที่กรุณาสละเวลาเป็นกรรมการ และช่วยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล พร้อมกับข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี รองศาสตราจารย์ ดร. คณิต เขียววิชัย ที่กรุณาสละเวลามาเป็นกรรมการวิทยานิพนธ์อีกท่านหนึ่ง

ขอขอบพระคุณคุณดวงกมล จันสุริยวงศ์ สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ซึ่งกรุณาสละเวลาตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ สำนักหอสมุดกลาง ห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์ ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ ห้องสมุดคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ หอสมุด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ห้องสมุดสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นสถานที่ใช้ในการค้นคว้าวิจัย อำนวยความสะดวก และให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลต่างๆ และผู้เขียนหนังสือทุกเล่มที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้อ้างอิงในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้างของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ช่วยเป็นกำลังใจ และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยวทุก คน และตอนเรียนพิเศษ รุ่นที่ 3 สำหรับความรัก ความจริงใจที่มีต่อกัน และนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษารัฐบาลและเอกชน ที่ช่วยสละเวลาในกรอกแบบสอบถาม เพื่อให้ข้อมูลของวิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ท้ายที่สุดนี้ สำหรับคุณความดีและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยต้องขอขอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดานายทองสาย อุ่นจิตร และ มารดานางสว่างจิตร อุ่นจิตร ซึ่งเป็นผู้ให้กำเนิด ให้ความหวังใจ ช่วยเหลือ สนับสนุน เชื่อมั่นในการตัดสินใจของลูก และอยู่เคียงข้างให้กำลังใจเสมอมา จนทำให้ผู้วิจัยพบกับความสำเร็จในครั้งนี้ คุณครูอาจารย์ผู้เคยอบรมสั่งสอน ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์ของการวิจัย.....	5
คำจำกัดความของการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ความรู้และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภค.....	8
ความรู้และความสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	24
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	31
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเยาวชน.....	39
ความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อน.....	45
แนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อด้านภัยโลกร้อน.....	51
รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	57
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	64
ประชากร.....	64
กลุ่มตัวอย่าง.....	64
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	69

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	70
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	71
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	74
การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	74
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	74
ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน.....	79
ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้าน ภัยโลกร้อน เปรียบเทียบลักษณะประชากรของนิสิตนักศึกษา.....	87
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	99
สรุปผลการวิจัย.....	99
อภิปรายผล	105
ข้อเสนอแนะ.....	111
รายการอ้างอิง.....	115
ภาคผนวก.....	121
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	122
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	124
ภาคผนวก ค เครื่องมือในการทำวิจัย.....	139
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	146

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา จำแนกตามภูมิภาค.....	74
2	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศ.....	75
3	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามการศึกษาในชั้นปี.....	75
4	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา จำแนกตามมหาวิทยาลัย.....	76
5	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	76
6	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามการได้รับรายได้ต่อเดือน.....	77
7	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา จำแนกตามการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	77
8	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา จำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยว.....	78
9	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว.....	78
10	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกร ท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในแต่ละด้าน.....	79
11	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกร ท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านหัวใจสีเขียว.....	80
12	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกร ท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว.....	81
13	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกร ท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว.....	82
14	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกร ท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านกิจกรรมสีเขียว.....	83
15	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกร ท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านชุมชนสีเขียว.....	84
16	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกร ท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านการบริการสีเขียว.....	85
17	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกร ท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	86
18	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกร ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ของนักศึกษา จำแนกตามเพศ.....	87

ตารางที่

หน้า

19	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ของนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี.....	88
20	การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ในภาพรวม ของนักศึกษาจำแนกตามชั้นปี	89
21	การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ด้านหัวใจสีเขียวของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี.....	89
22	การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียวของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี.....	90
23	การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ด้านชุมชนสีเขียวของนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี.....	90
24	การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ด้านการบริการสีเขียว ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี.....	91
25	การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี.....	91
26	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามสถาบันอุดมศึกษา รัฐบาล กับเอกชน.....	92
27	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามภูมิภาค	93
28	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	94
29	การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	95

ตารางที่

30	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรท่งเท่ชวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ของนัศดนักศัศกษา จ้แนกตามการรับรู้ข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ.....	96
31	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรท่งเท่ชวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ของนัศดนักศัศกษา จ้แนกตามการรับรู้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์/นัศดสาร/คู้มมือท่งเท่ชว.....	97
32	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรท่งเท่ชวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept) ของนัศดนักศัศกษา จ้แนกตามการรับรู้ข้อมูลจากโทรทัศน์/วัศย/อินเทอร์เน็ต.....	98



ศูนย์วัศยทรรัศพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิด ด้านภัยโลกร้อน ของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร”.....	7
2	แผนภูมิแสดงความต้องการลำดับขั้นตามทฤษฎีของมาสโลว์.....	11



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศในปี 2549 ถึง 847,600 ล้านบาท เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย การท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญต่อการจ้างงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการมีความต้องการแรงงานในปี 2550 ประมาณ 950,000 คน และคาดว่าจะมีการจ้างงานเพิ่มขึ้นอีกเป็นประมาณ 1,047,000 คน ในปี 2552 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) ในยุทธศาสตร์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550-2555 ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน โดยการปรับโครงสร้างภาคบริการ ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาค บนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม และเป็นไทย และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เพื่อขยายฐานการผลิตและการตลาดธุรกิจบริการครอบคลุมระดับภูมิภาค บนฐานการสร้าง ความแตกต่างและความชำนาญเฉพาะด้านของบริการ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม, 2549) หลังจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ดำเนินการจัดทำแผนและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เกิดสัมฤทธิ์ผล สามารถทำรายได้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 1 มาถึง 2 ทศวรรษ ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 14.8 ล้านคน ทำรายได้เข้าประเทศมากกว่า 450,000 ล้านบาท และมีคนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่า 75 ล้านคน/ครั้ง(สมบัติ กาญจน กิจ, 2552) ผลจากการเร่งส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมา โดยมีการนำทรัพยากรมาใช้อย่างฟุ่มเฟือย ก่อให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวหลัก เกิดปัญหาอาชญากรรมความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเพิ่มขึ้น พฤติกรรมและค่านิยมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไป เกิดความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ระหว่าง พื้นที่และผู้ประกอบการกับชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งเกิดวงจรตัดราคาและลดราคาคุณภาพสินค้า ซึ่งสุดท้ายส่งผลให้การพัฒนาในระยะยาวขาดความสมดุลและยั่งยืนทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบกับสถานการณ์ท่องเที่ยวแต่ละปี ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกที่มีความผันผวนเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาไม่สามารถควบคุมได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

ปัจจุบันท่ามกลาง วิกฤตการณ์ของโลกต่างๆมากมาย คือ ประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศโลก วิกฤติพลังงาน และวิกฤติอาหาร (เกษม วัฒนชัย, 2550) การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคธุรกิจจำนวนไม่กี่ราย ที่มีผลกระทบครอบคลุมกิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจทั้งหมด อีกทั้งยังเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการจ้างงานที่สำคัญประการหนึ่งในโลก กำลังพัฒนา เราจึงสามารถและจำต้องแสดงบทบาทในการเคลื่อนไหวเพื่อจัดการกับความท้าทายสองประการ นั่นคือการตอบสนองต่อสภาพภูมิอากาศและการบรรเทาความยากจนในฐานะหน่วยงานที่เป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวของสหประชาชาติ สิ่งที่ต้องจัดการการท่องเที่ยวโลกได้นำเข้าสู่เวทีการประชุม ตั้งแต่สมัยประชุมดาวอสจนถึงสมัยประชุมบาหลีในปี 2550 ได้แสดงให้เห็นความมุ่งมั่นของเราที่จะดำเนินการอย่างแข็งขัน ในการดำเนินแนวทางเพื่อรักษาความเป็นกลางเชิงคาร์บอนในการท่องเที่ยว เราสนับสนุนการนำนโยบายต่างๆ ซึ่งส่งเสริมการนำนโยบายต่างๆ ซึ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อันสะท้อนถึงการตอบสนองต่อเรื่องของสภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อม ไปประยุกต์ใช้โดยเร่งด่วน

ประเทศไทยมีชื่อเสียงโดดเด่นในเรื่องความอุดมสมบูรณ์ และความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากพากันเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เพื่อชื่นชมสัมผัสความงดงามเหล่านี้ กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของสาเหตุปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางภูมิอากาศ แต่ปัญหาการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศก็ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว ที่ผ่านมามีต้องยอมรับว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นนั้นอาจมีส่วนในการก่อผลกระทบต่อความสมบูรณ์สวยงามทางกายภาพ สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศในภาพรวมของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีคุณค่าได้ สำหรับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ ฤดูกาลที่แปรปรวน ฤดูร้อนยาวนานขึ้น ในขณะที่ฤดูหนาวกลับสั้นลง อุณหภูมิสูงขึ้น ฝนตกหนักเป็นระยะเวลานาน และรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้เกิดภัยธรรมชาติที่ร้ายแรงตามมา พื้นที่ชายฝั่งทะเลได้รับผลกระทบจากกระแสน้ำขึ้น การกัดเซาะชายหาด ฯลฯ เหล่านี้ล้วนเป็นสัญญาณเตือนภัยถึงหายนะที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยที่เคยสร้างรายได้มหาศาลให้แก่ประเทศตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ที่ผ่านมา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2552)

ด้วยเหตุนี้เอง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมาตลอดระยะเวลา 49 ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ในปี 2551 ได้เร่งดำเนินงานเพื่อเพิ่มความตระหนักให้แก่ส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยได้ดำเนินโครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม “ท่องเที่ยวสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” ขึ้นเพื่อส่งเสริมและชักชวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ร่วมกันปกป้องสภาพภูมิอากาศ และแสดงจุดยืนและภาพลักษณ์ของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยให้นานาชาติได้รับรู้ และเพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของ

นักท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อให้โครงการนี้มีกรอบหรือทิศทางในการดำเนินงานที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม ทั้งในด้านบทบาทภารกิจ และด้านกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้กำหนดหลักการที่มีพื้นฐานมาจากองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว จนตกผลึกเป็นแนวทางการท่องเที่ยวที่สื่อถึงการท่องเที่ยวที่ใส่ใจหรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่เรียกว่า “แนวคิดด้านภัยโลกร้อน” หรือ “7 Greens Concept” โดยประกอบด้วย หัวใจสีเขียว (Green Heart), รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics), แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction), กิจกรรมสีเขียว (Green Activity), ชุมชนสีเขียว (Green Community), การบริการสีเขียว (Green Service) และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus)

ในอดีตแม้ว่าภาครัฐจะให้ความสำคัญ ต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยการกำหนดนโยบายระดับชาติเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นฐานทรัพยากรที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเช่นกัน หากบทเรียนที่ผ่านมาทำให้ทราบว่าแม้ภาครัฐจะมีบทบาทผู้ดูแลในรูปของกฎหมายและมาตรการการดำเนินการต่างๆ อย่างไรก็ตาม แต่ปัญหาสิ่งแวดล้อมเชื่อมโยงโทรมของทรัพยากรธรรมชาติกลับทวีความรุนแรงมากขึ้น เพราะว่าสภาพสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติต่างมีความเคลื่อนไหว หรือมีความเป็นพลวัตอย่างต่อเนื่องเพื่อไปสู่จุดสมดุล โดยไม่ต้องเข้าไปจัดการใดๆทั้งสิ้น “หากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นเนื่องจากมี “คน” เข้าไปเกี่ยวข้องเพราะฉะนั้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและทำนุบำรุงสภาพสิ่งแวดล้อม(ในที่นี้อาจหมายถึงรวมถึงทรัพยากรทางวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน) ในทัศนะของนักวิชาการด้านการอนุรักษ์ จึงให้ความสำคัญไปที่ “คน” ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อความยั่งยืน หรือเชื่อมโยงโทรมของทรัพยากร ดังนั้นกลยุทธ์ในการให้การศึกษา สร้างความเข้าใจ เพื่อนำไปสู่การเกิดจิตสำนึก และความตระหนักต่อการอนุรักษ์ทรัพยากร จึงเกิดขึ้นควบคู่ไปกับนโยบายในด้านอื่นๆ โดยให้ความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะ ได้แก่ เยาวชน ในด้านการท่องเที่ยวก็เช่นกัน ที่มีความจำเป็นต้องใช้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เป็นฐานทรัพยากรสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หากวัตถุประสงค์ดังกล่าวมีความเชื่อมโยงโทรมด้วยสาเหตุต่างๆ ที่อาจรวมถึงจากการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวด้วย เช่นกัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ก็มีอาจเดินไปสู่จุดที่เรียกว่าความยั่งยืนได้” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

เยาวชนจัดเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ ที่สามารถใช้เวลาว่างและใช้จ่ายได้อย่างอิสระในการทำกิจกรรมต่างๆ กิจกรรมที่ควรส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ในกลุ่มนี้ คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวและทัศนศึกษา ทั้งนี้เพราะว่าการท่องเที่ยวและทัศนศึกษาเป็นกระบวนการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตได้เป็นอย่างดี เป็นการศึกษาเพื่อชีวิต ซึ่งจะเป็นกิจกรรมการเรียนการสอนในชั้นเรียนหรือเป็นกิจกรรมเสริมหลักสูตรก็ได้ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นสื่อในการสอนวิชาต่างๆได้ เช่นการจัดการท่องเที่ยวทัศนศึกษา (สมบัติ กาญจนกิจ , 2542) ในปีที่ผ่านมาได้มีโครงการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเยาวชนหลายโครงการ อย่างเช่น โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่

ใจสิ่งแวดล้อม(Young Creative Traveler)ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่เน้นการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวเยาวชนเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เกิดกระแสการรับรู้ และมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน ในปี 2552 ได้จัดทำโครงการปฏิญญารักษาสีเขียวเพื่อสร้างกระแสการรับรู้เรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยณรงค์และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนให้เกิดการตระหนักและเห็นความสำคัญในการร่วมมือดำเนินการเพื่อลดภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้น จากโครงการดังกล่าวแสดงถึงการดำเนินงานที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน สามารถที่จะพัฒนาให้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้ในอนาคต อันจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติโดยรวม ก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากภาวะโลกร้อนเป็นกระแสและมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศไทยมีการตื่นตัวของประชาชนและองค์กรต่างๆ มา กมาย ยิ่งในกรุงเทพมหานครที่เป็นศูนย์กลางการศึกษาที่มีจำนวนนิสิตนักศึกษา สถาบันอุดมศึกษาจำนวนมาก กลุ่มนิสิตนักศึกษากลุ่มนี้ที่เป็นนักท่องเที่ยวเยาวชนในระดับสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นทั้งรัฐบาลและเอกชน เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องภาวะโลกร้อนได้ดี หากมีการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ให้เกิดความรับรู้ ความตระหนักในการมีจิตสำนึกในการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม และช่วยลดภาวะโลกร้อนเป็นอย่างมาก อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนสามารถกำหนดบทบาทและแนวทางการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายที่เหมาะสมสอดคล้องในการลดปัญหาจากภาวะโลกร้อน อันนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องทำการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถาบันอุดมศึกษา รัฐบาล กับเอกชน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาทั้ง รัฐบาลและเอกชนที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ โดยมีสภาพเป็นนิสิตนักศึกษาของมหาวิทยาลัยนั้น ในปีการศึกษา 2552 จำนวน 659,672 คน(สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2551) โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 450 คน มาจากตัวแทนของกลุ่มประชากรที่เป็นนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีใน สถาบันอุดมศึกษาทั้งรัฐบาลและเอกชนที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การวิจัยครั้งนี้ได้ ทำการศึกษาพฤติกรรมทางท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของ นิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรที่หนาแน่น โดยมี จำนวนประชากรที่เป็นนิสิตนักศึกษากระจายตามสถาบันอุดมศึกษา รัฐบาลและเอกชน เป็นวัยที่มี วุฒิภาวะมากพอ สามารถที่จะรับรู้ภาวะโลกร้อนได้เป็นอย่างดี ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ ทำการศึกษาที่เกิดขึ้นระหว่างเดือน 1 ธันวาคม 2552 ถึง 31 มกราคม 2553 รวมทั้งสิ้น 2 เดือน

3. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ ตัวแปรต้น คือ เพศ อายุ การศึกษา ภูมิฐานะ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การรับรู้ข่าวสาร และความคิดเห็นตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ที่มีต่อพฤติกรรมทางท่องเที่ยว ส่วนตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมทางท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร และวิธีการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

พฤติกรรมทางท่องเที่ยว หมายถึง ความคิดเห็นของ นิสิตนักศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในที่นี้ หมายถึง นิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดด้านภัยโลกร้อน หมายถึง การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิธี และ /หรือแนวทาง ในการท่องเที่ยวต้องรับผิดชอบต่อปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7 Greens Concept)ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แก่ หัวใจสีเขียว (Green Heart), รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics), แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction), กิจกรรมสีเขียว(Green Activity), ชุมชนสีเขียว(Green Community), การบริการสีเขียว(Green Service) และ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม(Green Plus)

นิสิตนักศึกษา หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีของสถาบันอุดมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ทั้ง สถาบันอุดมศึกษา รัฐบาลและเอกชนในกรุงเทพมหานคร ที่ยังคงสภาพเป็นนิสิตนักศึกษาในปี 2552

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

แนวคิดด้านภัยโลกร้อน คือ 7 Greens Concept หมายถึง การปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวของเยาวชน เพื่อด้านภัยโลกร้อน โดยมีสาระสำคัญ 7 ประการ ได้แก่ หัวใจสีเขียว (Green Heart), รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics), แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction), กิจกรรมสีเขียว (Green Activity), ชุมชนสีเขียว (Green Community), การบริการสีเขียว (Green Service) และ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus)

หัวใจสีเขียว (Green Heart) หมายถึง ความคิดเห็น ของเยาวชนที่มีต่อ คุณค่าของ สิ่งแวดล้อม และภัยคุกคามจากภาวะ โลกร้อนที่มีต่อการท่องเที่ยว

รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) หมายถึง รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของ เยาวชนที่เน้นการประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และ ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม

แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เยาวชนไปเยือน โดยมีการบริหารจัดการในการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อม และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อย่างถูกวิธี

กิจกรรมสีเขียว (Green Activity) หมายถึง กิจกรรมท่องเที่ยวของเยาวชน ที่ส่งผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ชุมชนสีเขียว (Green Community) หมายถึง ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เยาวชนได้รับรู้ โดยมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และดำรงไว้ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของ ชุมชน

การบริการสีเขียว (Green Service) หมายถึง รูปแบบการให้บริการ ต่อเยาวชนของธุรกิจ ท่องเที่ยว ต่างๆ ที่ ดำเนินการ เพื่อ รักษาสิ่งแวดล้อม และ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการ ให้บริการต่างๆ

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) หมายถึง การแสดงออกของ เยาวชนทางด้านร่างกาย หรือสติปัญญา ในกิจกรรมทางด้านการ ท่องเที่ยวที่ช่วยเหลือสังคม และ ปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อมที่ไม่ก่อให้เกิดภาวะ โลกร้อน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.สามารถทราบถึงพฤติกรรมกรท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษา ในกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้ นำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อ การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนสำหรับตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศที่เหมาะสมแก่หน่วยงาน ต่างๆ ต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย



ปัจจัยด้านลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยว ในที่นี้คือ นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัย ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการรับรู้ข่าวสาร ที่มีระดับความคิดเห็นในแนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อต้านภัยโลกร้อน ทั้ง 7 ด้าน (7 Greens Concept) ส่งผลต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวตามแนวคิดต้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิต นักศึกษาในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ความรู้และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภค
2. ความรู้และความสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเยาวชน
5. ความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อน
6. แนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อด้านภัยโลกร้อน
7. รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความรู้และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (อ้างถึงในปราโมชน์ รอดจรัส , 2549) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือปฏิกิริยา ของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการ ได้รับและการใช้สินค้าและบริการทาง เศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจ ซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆ เหล่านั้น

วิลเลียม เอ็ม ไพรด์ คิว ซี เฟอร์เรล (William M. Pride Q.C. Ferrell อ้างถึงใน วิเชียร วงศ์ นิชชากุล และคณะ , 2552) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะเป็นการปฏิบัติของแต่ละบุคคลที่จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการซื้อและการใช้สินค้า และ/หรือบริการต่างๆ

อินเจล แบล็คเอล และมินิออร์ท (Engel, Blackuell and Miniord 1993 อ้างถึงในทัศนียา โครตรบรรเทา, 2545) ได้ให้คำนิยามของพฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงการท่องเที่ยวว่าหมายถึง หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้ และการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ลูอีส เมาทินโฮ (Luiz Moutinho, 2000) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กระบวนการของ การซื้อ และจัด การ ข้อมูลในทิศทางของการตัดสินใจซื้อ การใช้ และ ประเมินสินค้าและบริการ กระบวนการนี้ รวมถึงขั้นตอนของการ ค้นหา การซื้อ การใช้ การ

ประเมินผล และการจำหน่ายสินค้าและบริการ การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวนำเสนอในด้านที่ไม่ซ้ำกัน บาง ก็คือ การ ลงทุน ที่ไม่สามารถจับต้องได้ หรือไม่มีผลลัพธ์กลับคืนมา และการซื้อบ่อย ครั้งจะต้องเตรียมการ และวางแผน ของการ ออม ให้มากในช่วง เวลา นั้น นี่คือ การที่นักท่องเที่ยวง ลงทุนในช่วง วันหยุด โดยไม่ ได้คาด หวังออกมาในรูปของผลตอบแทนหรือ ทางเศรษฐกิจในการซื้อของตนเอง เพื่อสิ่งที่พึงพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้

สมาคมการตลาดของชาวอเมริกัน (The American Marketing Association อ้างถึงใน Schiffman และ Kanuk, 2004) ได้ให้ความหมายถึงพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า เป็นปฏิกริยาของการไม่หยุดนิ่ง ของผลลัพธ์และ ความรู้ ต่อพฤติกรรม และกิจกรรมทางสิ่งแวดล้อม โดยที่มนุษย์ดำเนินการในการแลกเปลี่ยน ของชีวิต ซึ่งมีอย่างน้อยสามแนวคิดที่สำคัญในความหมายนี้ คือ 1. พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นแบบไม่หยุดนิ่ง 2. มันเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ และมีผลต่อพฤติกรรม และกิจกรรม สิ่งแวดล้อม และ 3. มันเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน

เช็ท มิททอล และนิวแมน (Sheth, Mittal และ Newman, 1999) ได้นิยามความหมายของพฤติกรรมของลูกค้านี้ไว้ว่า เป็นกิจกรรมทางด้าน ร่างกายและจิตใจ ดำเนินการโดยครอบครัว และ ลูกค้านี้ทางธุรกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจ และการดำเนินการ ในการจ่าย สำหรับการซื้อ และ การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนั้น ความหมายของพฤติกรรมของลูกค้านี้ รวมถึงความหลากหลายของกิจกรรม และจำนวนบทบาทที่ผู้คนสามารถดำเนินการดังกล่าวได้

ชิฟแมน และคานัค (Schiffman และ Kanuk, 2000) ได้การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่า เป็นวิธีการให้บุคคลได้ตัดสินใจใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ของพวกเขา (เวลา, เงิน, ความพยายาม) ในการ บริโภครายการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการศึกษาสิ่งที่พวกเขา เชื่อว่า ทำไมพวกเขาซื้อ เมื่อ ไรที่พวกเขาซื้อ, สถานที่ที่พวกเขาซื้อ, ความถี่ที่พวกเขาซื้อ และความถี่ที่พวกเขาใช้มัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

วิเชียร วงศ์นิชชากุล และคณะ(2552) ได้กล่าวถึง ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยว ทำให้พฤติกรรมการเดินทาง รวมถึงการเลือกซื้อรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ปัจจัยดังกล่าวสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยภายใน

- 1.1 การจูงใจ
- 1.2 สิ่งจูงใจ
- 1.3 การรับรู้
- 1.4 การเรียนรู้
- 1.5 บุคลิกภาพ
- 1.6 ทักษะคติ

2. ปัจจัยภายนอก

2.1 กลุ่มอ้างอิง

2.2 ชั้นทางสังคม

2.3 ครอบครัว

2.4 วัฒนธรรม

ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ (Internal Variables Affecting Buying Behavior)

ปัจจัยภายในจะเกิดขึ้นภายในตัวบุคคลแต่ละคน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากตัวกระตุ้น (Stimulus) แล้วทำให้ตัวผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมออกมา เช่น การซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าก็ได้ ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีลักษณะเป็นกระบวนการที่จะตอบสนองต่อตัวกระตุ้นตลอดเวลาตัวกระตุ้นในที่นี้ก็คือ ส่วนประสมทางการตลาดและกิจกรรมทางการตลาดด้านอื่นๆ เช่น สภาพของกลุ่มแข่งขันสถานะแวดล้อมทางการตลาด เป็นต้น

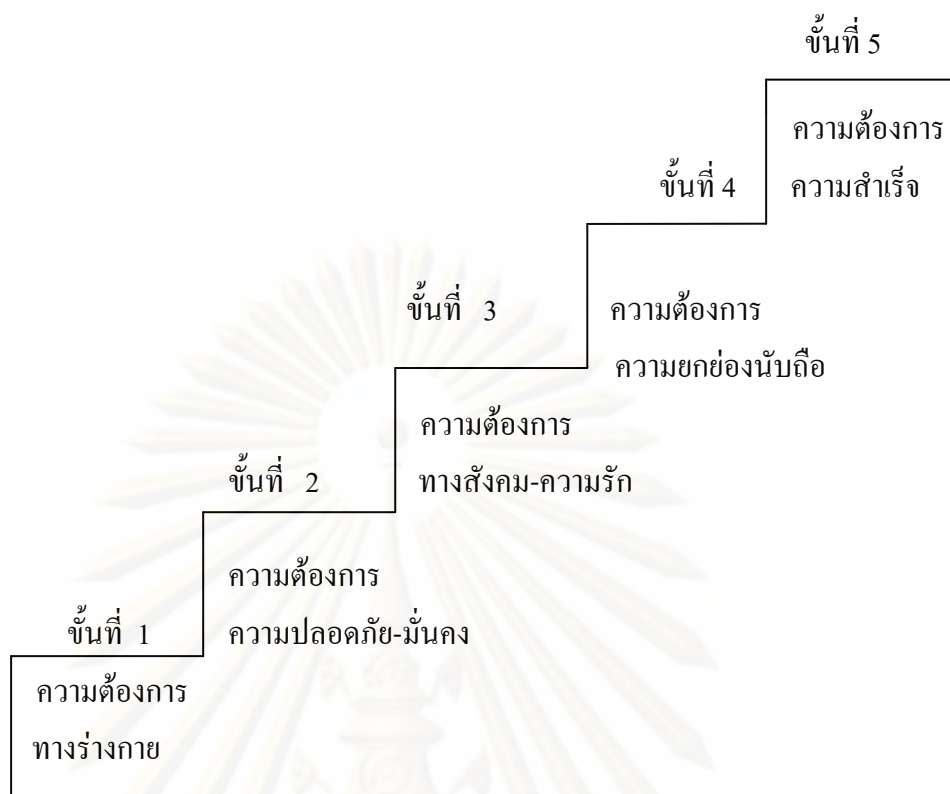
การจูงใจ (Motivation)

การจูงใจ หมายถึง แรงผลักดัน ความมุ่งประสงค์ หรือความต้องการต่างๆ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของสิ่งที่ตามมา คือ นักวิชาการอื่นๆ อธิบายเกี่ยวกับการจูงใจว่า ถึงแม้จะเป็นปัจจัยสำคัญเพื่อการเข้าใจพฤติกรรมมนุษย์ก็ตาม แต่ก็มิใช่ปัจจัยประการเดียว การเข้าใจเรื่องราวของพฤติกรรมผู้บริโภค จำต้องศึกษาเรื่องสิ่งจูงใจขยายคลุมออกไปถึงเรื่องราวของความเข้าใจและการเรียนรู้ควบคู่กันไปอยู่เสมอ การตัดสินใจของผู้บริโภคจึงมักได้รับอิทธิพลจากสิ่งจูงใจหลายชนิดมากกว่าสิ่งจูงใจชนิดหนึ่งใดโดยเฉพาะ

สิ่งจูงใจ (Motives)

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548) ในแนวคิดไว้ว่า สิ่งที่แสดงออกเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายชนิดต่างๆ ก็คือ ความต้องการที่ได้เลือกเฟ้นไว้แล้วนั่นเอง และสิ่งจูงใจเหล่านี้จะฝังแน่นอยู่ตลอดเวลา และซึ่งจะต่อต้านต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยภายนอก สิ่งจูงใจนี้จะเป็นส่วนประกอบทางจิตวิทยาที่สำคัญยิ่งของตัวคน และในเวลาเดียวกันก็จะได้รับการเสริมเข้าไปจากประสบการณ์ที่ได้รับตลอดชั่วชีวิตของเขา ด้วยเหตุนี้จึงเป็นการสมควรที่จะได้ทราบถึงลักษณะและระเบียบของมัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับการทำงานทางการตลาดให้เข้ากับสิ่งจูงใจดังกล่าว ซึ่งเรื่องดังกล่าวนี้ถือได้ว่าเป็นตัวสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมทั้งหลาย

ความต้องการต่างๆของบุคคลเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมต่างกัน สำหรับนักการตลาดลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs) จากทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) เป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแสดงพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกมา



ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงความต้องการลำดับขั้นตามทฤษฎีของมาสโลว์
(Maslow, 1970)

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์มีข้อสมมติฐาน ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่สิ้นสุด ถ้าความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่ โดยไม่มีที่สิ้นสุด ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

2. ความต้องการของมนุษย์มีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะถูกเรียกร้องให้ตอบสนองทันที

3. มนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือมากกว่าก่อน และจะสนใจความต้องการที่มีความสำคัญรองลงมาในลำดับต่อไป

ทักซ์ซิล ฉัตรแก้ว (2551) ให้แนวคิดไว้ว่า มาสโลว์มองความต้องการของมนุษย์เป็นลักษณะขั้นจากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุดและสรุปว่า เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองจะมีความต้องการอื่นในระดับสูงต่อไป ขั้นของความต้องการไล่เรียงตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงขั้นสูงสุดมีอยู่ 5 ขั้นด้วยกัน

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (The Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น คนเราต้องการอากาศเพื่อหายใจ ต้องการน้ำและอาหาร ต้องการน้ำและอาหาร ต้องการนอนหลับพักผ่อน ไม่ชอบความเจ็บปวด รวมถึงความต้องการทางเพศ เป็นที่ชุมนุมของความ ต้องการพื้นฐานทุกประเภท

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง(The Safety and Security Needs) หากตอบสนองความต้องการขั้นที่หนึ่งแล้ว ก็จะเริ่ม มีความรู้สึกสนใจในด้านความปลอดภัย ต้องการการปกป้อง หรืออีกนัยหนึ่ง เป็นความต้องการเพื่อบรรเทาความกลัวและกังวล ความต้องการลักษณะนี้ก็คือ ความต้องการบ้านที่ปลอดภัย การงานที่มั่นคง แผนการดำรงชีวิต หลังจากรีไทร์จากงานแล้ว หรือการมีกรมธรรม์ประกันชีวิตและประกันภัย เป็นต้น

ขั้นที่ 3 ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (The Love and Belonging Needs) ความต้องการถัดมา หลังจากที่สองขั้นแรกได้รับการตอบสนองแล้ว จะเป็นความต้องการความรักและความผูกพัน แต่ละคนจะเริ่มรู้สึกอยากมีเพื่อนสนิท มีคนรัก และเป็นที่รักข องทุกคนที่รายรอบ หากมองในแง่ร้ายหน่อยก็คือ ความกลัวที่จะอยู่อย่าง โดดเดี่ยว และไม่ยอมรับในสังคม ในชีวิตประจำวัน ความต้องการขั้นนี้จะแสดงออกด้วยความต้องการที่จะแต่งงาน มีครอบครัว การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นสมาชิกของแก๊งหรือสมาชิกชมรมต่างๆ

ขั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (The Esteem Needs) มาสโลว์ได้ให้ความหมายไว้สองเวอร์ชัน คือ ความต้องการการยกย่องแบบต่ำและแบบสูง แบบแรกเป็นความต้องการเคารพจากผู้อื่น ต้องการมีหน้าตาในสังคม มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม แบบที่สองคือ ความต้องการความเคารพตัวเอง (Self-respect) จะเห็นได้จากความต้องการเป็นคนที่มีความมั่นใจ ต้องการเอาชนะ อิศระ ยืนได้ด้วยตนเอง สาเหตุที่ความต้องการแบบที่สองนี้เป็นแบบที่สูงกว่า ก็เพราะเมื่อมีความรู้สึกเคารพตัวเองแล้ว ยกที่จะเสียไป ไม่เหมือนแบบแรก

ความต้องการใน 4 ขั้นแรก มาสโลว์เรียกว่า เป็น Deficit Needs(D-needs) หรือความต้องการที่มี “ความพร่อง” ถ้าไม่สามารถตอบสนองได้เพียงพอ เราก็จะรู้สึก “ต้องการ” อยู่ทุกครั้งไป แต่เมื่อความต้องการแต่ละระดับถูกตอบสนอง เราก็ไม่รู้สึกอะไร อีกนัยหนึ่ง ไม่มีแรงจูงใจอะไรที่จะทำให้เราต้องการ เหมือนกับคำพูดที่ว่า “เราไม่เคยคิดถึงน้ำจนกระทั่งรู้สึกว่ากระหายน้ำ”

ขั้นที่ 5 ความต้องการในการบรรลุศักยภาพ (Self-Actualization) เป็นขั้นความต้องการที่แตกต่างไปจาก 4 ขั้นแรกบางครั้ง มาสโลว์เรียกความต้องการระดับนี้ว่า “Growth Motivation” หรือ “Being Needs (B-needs)” ซึ่งตรงข้ามกับ D-needs

Self-Actualization เป็นความต้องการที่เมื่อรู้สึกต่อไปเรื่อยๆ และถ้าเราตอบสนองความต้องการนี้ไปแล้ว มันก็มีพลังแรงเพิ่มขึ้นไปอีก ความต้องการนี้ก็คือ ความปรารถนาที่จะเป็นอย่างที่ คุณอยากจะเป็น อยากเป็นคนสมบูรณ์แบบเท่าที่คุณจะทำได้ ซึ่งความรู้สึก ที่ว่านี้ จะไม่เกิดขึ้นถ้า ความต้องการที่ต่ำกว่ายังไม่ได้รับสนองมากเพียงพอ เพราะถ้ารู้สึกหิว ก็ต้องหาอาหารมาตอบสนอง

ก่อน ถ้าไม่มีความรู้สึกภูมิใจในตนเอง ก็ต้องต่อสู้เพื่อให้ได้มา หรือหาอย่างอื่นมาทดแทน ถ้าไม่ได้ รับการตอบสนองก็จะไม่มีกำลังที่จะไปเติมเต็มความต้องการขั้นที่ 5 นี้ได้

การรับรู้(Perception)

การรับรู้ หมายความว่าถึง กระบวนการที่บุคคลหนึ่งรับตัวกระตุ้นต่างๆ เข้ามาทำการตีความ และแสดงอาการปฏิบัติตอบ ปัญหาสำคัญในที่นี้ก็คือปัญหาเกี่ยวกับความเข้าใจ ที่ได้จากการตีความ ภายหลังจากที่ได้รับรู้สิ่งต่างๆ เข้ามาแล้ว วนั้นเอง การรับรู้จะเกี่ยวข้องกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 ชนิด ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การสูดกลิ่น การชิมรสชาติ การได้รับความรู้สึก (สัมผัส) ทั้งหมดนี้ รวมเรียกว่า “กลไกที่ได้รับความรู้สึกเข้ามาทางประสาทสัมผัส”(Sensory Mechanisms)

ดังนั้น การรับรู้ของบุคคลแต่ละคนแตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับความรู้ และประสบการณ์ในอดีต ความรู้สึก(Feelings) และปัจจัยภายในตัวอื่นๆ ของแต่ละคน ขีดขั้นต่างๆ ของการรับเข้ามาทางประสาทสัมผัส(Sensory Thresholds)

กระบวนการรับสิ่งต่างๆ เข้ามาโดยประสาทสัมผัส เช่น การมองเห็น การได้ยิน การสูด กลิ่น การชิมรสชาติ การสัมผัส ต่างก็มีขีดจำกัดของการรับรู้แตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจะ ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันแต่ต่างกันที่รูปแบบ สีกลิ่นหรือแม้แต่ตราหือ เป็นต้น

การเรียนรู้(Learning)

การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมที่เป็นการเปลี่ย วนโดยถาวร อันสืบเนื่องมาจากผลของการได้เคยทดลองกระทำและการมีประสบการณ์

อนันต์ เชื้อชาตญกิจการ (2551) ได้แบ่งการเรียนรู้ ออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การเรียนรู้แบบการสร้างเงื่อนไขแบบคลาสสิก(Classical Conditioning) ตัวอย่างเช่น การทดลองของ Pavlov เมื่อนำทฤษฎีการเรียนรู้อย่างมีเงื่อนไขแบบคลาสสิกมาใช้กับการท่องเที่ยว อาจพิจารณาจากตัวอย่างกรณีที่นักท่องเที่ยวคนหนึ่งไปเที่ยวยังภูชี้ฟ้าหลายครั้ง และทุกครั้งจะไปช่วงฤดูหนาว ขณะที่นักท่องเที่ยวพักอยู่บนภูชี้ฟ้า นักท่องเที่ยวจะตอบสนองต่ออากาศที่หนาวเย็นด้วยความรู้สึก สดชื่น และ เมื่อทุกครั้งที่นักท่องเที่ยวคน นั้นนึกถึงภูชี้ฟ้าเมื่อไรหรือเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวประเภทดอยที่ได้ก็ติดตาม หรือเดินทางไปภูชี้ฟ้าอีกครั้งในหน้าร้อนก็ตาม นักท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความเย็นดังที่เคยสัมผัสมาในอดีต

2. การเรียนรู้อย่างมีเงื่อนไขแบบมุ่งผล(Operant Conditioning)

การเสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement) เป็นการตอบสนองในทางบวกจากการที่บุคคลได้กระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ดีหรือเหมาะสม เมื่อบุคคลได้รับรางวัล เขาจะทำในสิ่งนั้นซ้ำอีก เพราะเห็นว่าการกระทำนั้นส่งผลตามมาในแง่บวก เช่น การรับไมล์สะสมสำหรับ ผู้โดยสารที่เป็นสมาชิก Royal Orchid Plus ของสายการบินไทย โดยกลุ่ม Star Alliance กลุ่ม Worldperk กลุ่ม Oneworld กลุ่ม Qualifyer Group กลุ่ม KLM/NW กลุ่ม SKY Team เป็นต้น

บุคลิกภาพ(Personality)

บุคลิกภาพ เป็นโครงสร้างทางจิตวิทยาที่มีความซับซ้อนที่เกี่ยวกับ เรื่องความเข้าใจตนเอง ของบุคคลคุณลักษณะท่าทางและบทบาท

บุคลิกภาพ หมายถึง ผลรวมของแบบแผนของคุณลักษณะของบุคคลแต่ละคนที่ทำให้เขามี ลักษณะเฉพาะตัว

อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่พยายามจะเข้าใจถึงปัจจัยผันแปรที่เป็นตัวประกอบที่มีอยู่ภายใน ของแต่ละคน ซึ่งความเข้าใจตนเองเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคล ความเข้าใจ ตนเองเป็นวิธีการที่บุคคลเข้าใจ หรือมองตัวเองว่าเป็นอย่างไร ดังนั้น ถ้านักการตลาดได้ทราบถึง ความเข้าใจตนเองของผู้บริโภค จะช่วยทำให้คาดการณ์ไว้ว่าเป้าหมายของผู้บริโภคคืออะไร และ แนวโน้มพฤติกรรมของเขาเป็น ะอย่างไร ก็นับได้ว่าเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการดำเนินงาน ทางด้านการตลาด

การศึกษาอีกประการหนึ่งที่เป็นประโยชน์ต่อนักการตลาด คือ การรู้ถึงคุณลักษณะท่าทาง ของบุคลิกภาพ เช่น ผู้บริโภคที่มีลักษณะเป็นคนชอบอิสระ เป็นคนกันเอง เป็นคนขี้สงสาร เป็นคน ชอบสังคม เป็นคนชอบ การแข่งขัน เป็นคนโอ้อวด คนสมัยใหม่หรือโบราณ เป็นต้น นักการตลาด สามารถกำหนดผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพของผู้บริโภคแต่ละประเภทได้ ตัวอย่าง การ โฆษณาเพชรและเครื่องประดับ ก็อาจจะดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่ชอบเข้าสังคม หรือคนที่ชอบโอ้อวด ในเรื่องการแต่งกาย เป็นต้น

ทัศนคติ(Attitudes)

ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงหรือความรู้สึกนึกคิด ที่เกิดจากการเรียนรู้ในการ ตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นใดๆ ไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ

ดังนั้น ข้อสรุปที่เป็นประโยชน์สำหรับนักการตลาด ก็คือ

1. จงพยายามดำเนินการธุรกิจให้ตรงกับทัศนคติ และความต้องการของผู้บริโภค
2. จงเลือกวิธีการทางการตลาดที่ดีเท่านั้น เพื่อเป็นตัวเสริมให้เป็นที่ไปตามความต้องการ ของผู้บริโภคจึงจะคุ้มค่า นั่นคือการสร้างอรรถประโยชน์อย่างแท้จริง ดีกว่าที่จะใช้กลยุทธ์การลด ราคาหรือแจกของแถมอย่างบ้าระห่ำเหมือนที่ปฏิบัติกันอยู่ในปัจจุบัน จนผู้บริโภค คิดว่าการแถม การลด เป็นการผลักภาระไปให้ผู้บริโภค โดยรวมกับราคาขายไปด้วยแล้ว

ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (External Variables Affecting Buying Behavior)

กลุ่มอ้างอิง(Reference Groups)

หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนที่ผู้อื่นใช้เปรียบเทียบหรือใช้เป็นมาตรฐานในการเกิดค่านิยม

และทัศนคติแล้วกลายเป็นสิ่งซึ่งนำความประพาศโดยทั่วไปหรือเฉพาะเจาะจง หรือหมายถึง บุคคล หรือกลุ่มคนที่ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือและมีความสนิทสนมอยู่เป็นทุนเดิมก่อนแล้ว จึงทำให้กลุ่มคนเหล่านี้มีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็นที่สามารถ ทำให้ผู้บริโภคคล้อยตามได้โดยง่าย

การแบ่งกลุ่มอ้างอิงมีการแบ่งได้หลายวิธี แต่ในระดับนี้จะแบ่งออกเป็น 4 วิธี ดังนี้

1. กลุ่มอ้างอิงบรรทัดฐาน (Normative Reference Group) เป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมหรือค่านิยมของผู้บริโภคโดยทั่วไป เช่น วิธีการที่ถูกต้องใน การรับประทานอาหาร เป็นต้น

2. กลุ่มอ้างอิงเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Reference Group) เป็นกลุ่มอ้างอิงที่สร้างบรรทัดฐาน โดยใช้เกณฑ์ในสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจง และมีสินค้าหรือบริการเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย วิธีการเปรียบเทียบกัน เช่น การขับรถยี่ห้อที่ผลิตจากประเทศ แลบุญโรจะเพิ่มความน่าเชื่อถือ หรือ คุณมีรถยนต์ หรือทันสมัยกว่ายี่ห้อที่ผลิตจากประเทศแถบเอเชีย เป็นต้น

3. กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม (Indirect Reference Group) เป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งทางบวกหรือทางลบก็ได้ โดยผลกระทบของคนกลุ่มนี้จะส่งผ่านมาทางสื่อต่างๆ หรืออาจบังเอิญต้องพบหรือผ่านไปเห็น ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ดังนี้

3.1 กลุ่มสร้างแรงบันดาลใจ (Aspiration Group) หมายถึง กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในทางบวก คือ ความชื่นชม ชื่นชอบ รักใคร และเลียนแบบ เช่น ดารา นักร้อง นักกีฬา นักธุรกิจ นักการเมือง เป็นต้น

3.2 กลุ่มที่หลีกเลี่ยง (Avoidance Group) หมายถึง กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในทางลบ คือ ดุด่า เกลียดชัง ไม่ชอบ และหลีกเลี่ยง เช่น กลุ่มผู้ติดยาเสพติด กลุ่มเล่นการพนัน กลุ่มอันธพาล เป็นต้น

4. กลุ่มอ้างอิงทางตรง (Direct Reference Group) เป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนมากจะเป็นไปในทางบวก โดยผลกระทบของคนกลุ่มนี้จะเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์หรือติดต่อพบปะกัน โดยตรงเป็นประจำ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ดังนี้

4.1 กลุ่มที่มีการติดต่อกันเป็นประจำ (Contractual Group) หมายถึง กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้บริโภคเฉพาะภายในกลุ่มของตนเอง ผลกระทบที่เกิดขึ้นมากจะเป็นสิ่งที่ดีและมีประโยชน์เป็นหลัก เช่น พ่อ แม่ พี่น้อง ญาติ เพื่อนสนิท เป็นต้น

4.2 กลุ่มปฐมภูมิและทุติยภูมิ (Primary and Secondary Associative Group) หมายถึง กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะปฏิบัติตามด้วยความดีและความดีของการติดต่อ โดยกลุ่มปฐมภูมิจะหมายถึงกลุ่มที่สมัครใจเป็นสมาชิกอย่างไม่เป็นทางการ แต่อาจจะพบกันบ่อยๆ เช่น เพื่อร่วมรับประทานอาหารด้วยกันทุกวัน เป็นต้น ส่วนกลุ่มทุติยภูมิ หมายถึง กลุ่มที่สมัครใจเป็นสมาชิกอย่างเป็นทางการแต่พบกันไม่บ่อยนัก เช่น เพื่อนสมาชิกสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย เพื่อนสมาชิกชมรมยิงปืน เป็นต้น

ดังนั้น นักการตลาดและนักโฆษณา ก็สามารถศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่จะนิยมชมชอบสินค้าและ/หรือบริการได้โดยง่าย ถ้ามีการอ้างอิงถึงกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยตรง

ชั้นทางสังคม(Social Class)

การจัดลำดับบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่มๆ นั้น จะเป็นการจำแนกให้เห็นข้อได้เปรียบที่นักการตลาด หรือนักโฆษณา จะได้วางตำแหน่งสินค้าได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ดี โดยส่วนมากแล้วมักนิยมแบ่งชั้นทางสังคมตามอาชีพ รายได้ ฐานะการดำรงชีวิต ตำแหน่ง หน้าที่ การศึกษา เป็นต้น

ชั้นทางสังคมจะแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 3 ระดับ ดังนี้ คือ

ก. ชั้นสังคมระดับสูง (Upper Class) เป็นชั้นทางสังคมที่ค่อนข้างร่ำรวยมาก ฐานะทางการเงินดี ใ้ห้รู้ ซึ่งยังแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มคนที่อยู่ในระดับสูงมาก (Upper Upper Class) ได้แก่ พวกผู้ดีเก่าที่ได้รับมรดกจำนวนมาก ร่ำรวยมหาศาล สามารถหาซื้อสินค้าที่มีราคาแพงมาก หรือสินค้าฟุ่มเฟือยได้อย่างสบาย คนกลุ่มนี้จึงมีอำนาจซื้อสูง เช่น ซื้อรถยนต์ ราคาแพงมากๆ บ้านราคาสูงลิบ หรือพวกเครื่องประดับระดับเพชรต่างๆ เป็นต้น

2. กลุ่มคนที่อยู่ในระดับสูงรองลงมา (Lower Upper Class) ได้แก่ พวกผู้บริหารระดับสูงๆ เจ้าของกิจการ เศรษฐี ซึ่งคนกลุ่มนี้ก็มีอำนาจซื้อสูงเช่นกัน

ข. ชั้นสังคมระดับกลาง (Middle Class) เป็นชั้นทางสังคมที่มีฐานะทางการเงินดีพอประมาณ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มคนที่มีฐานะและประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานอยู่ในระดับดีพอสมควร (Upper Middle Class) ที่สามารถจับจ่ายหาซื้อสินค้าจำพวก บ้านเสื้อผ้า รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ ได้อย่างสบาย แต่สินค้าจะอยู่ในระดับดีไม่ถึงกับเลิศหรู เช่น รถยนต์ ก็อาจจะเป็นยี่ห้อทั่วไป (ญี่ปุ่น) ที่มีสมรรถนะความคงทน ความสวยดี ประหยัดน้ำมัน เป็นต้น

2. กลุ่มคนที่มีฐานะรองลงมาอีกระดับ (Lower Middle Class) ได้แก่ พนักงานระดับปฏิบัติงานและข้าราชการระดับปฏิบัติงาน คนกลุ่มนี้จะซื้อสินค้าที่มีราคาปานกลางไม่ถูกหรือแพงเกินไป ถ้าเป็นสินค้าอุปโภคอาจเน้นสินค้าที่มีคุณภาพที่มีราคาถูกกว่าคู่แข่ง โดยไม่ค่อยยึดติดกับตราหือมากนัก

ค. ชั้นสังคมระดับต่ำ (Lower Class) เป็นชั้นทางสังคมที่มีฐานะทางการเงินไม่ค่อยดีนัก ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มคนที่มีฐานะการเงินอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ (Upper Lower Class) แต่จะหาซื้อสินค้าที่เหมาะสมกับสถานะของตนเอง เช่น การซื้อสินค้าคุณภาพพอใช้ที่มีราคาถูก และต้องเป็นสินค้าที่

จำเป็นแก่ชีวิตประจำวัน และเพื่อการดำรงชีพเป็นส่วนใหญ่ หรือถ้าเป็นสินค้าที่นอกเหนือจากนี้ก็อาจจะต้องซื้อมาในลักษณะของการผ่อนส่งได้เช่นกัน

2. กลุ่มชนที่มีรายได้น้อย(Lower Lower Class)ส่วนมากจะประกอบอาชีพเป็นกรรมกร หรือลูกจ้าง การซื้อสินค้าก็จะคล้ายกับข้อ 1 แต่สถานะความเป็นอยู่อาจอยู่ในฐานะที่ต่ำกว่ามากกว่า

ครอบครัว(Family)

บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจค่อนข้างมาก อีกทั้งสามารถชักจูงหรือแนะนำในการก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อราคาสินค้าได้อีกด้วย ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องคำนึงถึงพฤติกรรม การซื้อของครอบครัวด้วยว่า ถ้าทำการเสนอขายสินค้าและ/หรือบริการให้ได้ผลดี จะต้องว่าลักษณะการบริโภคของครอบครัวหนึ่งๆ นั้นเป็นเช่นไร ตัวอย่าง การซื้อรถยนต์ให้คุณแม่ขับนั้นต้องวิเคราะห์ก่อนว่า ใครมีบทบาทในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด หรือต้องร่วมกันตัดสินใจทั้งครอบครัว เช่น คุณแม่อาจเป็นผู้ใช้รถยนต์ แต่ผู้ริเริ่มที่อยากให้คุณแม่มีรถขับไปทำงาน คือ คุณพ่อ เพราะการจราจร ทำให้เสียเวลามากและบางครั้งคุณพ่อก็มีงานมากไม่มีเวลาขับไปส่งไปรับ แต่การตัดสินใจซื้อจะต้องเรียกพวกลูกๆ มาร่วมกันตัดสินใจ เพราะลูกคนโตก็รีบรื้ออยากให้อุ้มให้เขา ก่อนมานานแล้ว ส่วนผู้มีอิทธิพลในการซื้อ คือ คุณปู่ เพราะคุณปู่เป็นผู้ที่ทุกคนในบ้านให้ความเคารพเป็นอย่างสูง และจะให้คำปรึกษาเรื่องสำคัญๆ เกี่ยวกับปัญหาโดยตลอด ทุกคนจะเชื่อฟังทุกอย่าง และเมื่อทุกอย่างลงตัวว่าจะตัดสินใจซื้อรถยนต์แน่ ผู้ซื้อก็คือ คุณพ่อนั่นเองที่จะเป็นคนเลือกยี่ห้อ ขนาดของเครื่องยนต์ ลักษณะของรูปทรง และสีคัน ดังนั้น เป็นต้น นี่ก็คือลักษณะครอบครัวของประเทศไทยโดยส่วนมาก ซึ่งจะแตกต่างจากประเทศสหรัฐอเมริกาหรือประเทศในแถบยุโรป ซึ่งครอบครัวจะมีเฉพาะสามี ภรรยา และลูกเล็กๆ ส่วนปู่- ย่า ตา-ยาย ก็จะอยู่คนละบ้านไม่รวมเป็นครอบครัวเดียวกัน การตัดสินใจภายในครอบครัวก็จะต่างจากกันไป

วัฒนธรรม(Culture)

วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน บุคคลเรียนรู้วัฒนธรรมของเขาภายใต้กระบวนการทางสังคม วัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดถึงพฤติกรรมของบุคคล และทำให้เกิดความต้องการขึ้น

วัฒนธรรมของกลุ่มใดๆ หรือชนชาติใดก็ตาม ส่วนใหญ่จะแสดงออกในด้านค่านิยม (Values) ซึ่งจะมีลักษณะเฉพาะของคนกลุ่มนั้นๆ รวมถึงการแสดงแบบของพฤติกรรมต่างๆ ที่แสดงออกมาเป็นประจำ เช่น วัฒนธรรมไทย เจอกันหรือลากันก็จะยกมือไหว้ แต่ถ้าเป็นฝรั่งก็จะใช้การจับมือ ถ้าเป็นญี่ปุ่นก็จะใช้การโค้งคำนับ เป็นต้น

นอกจากที่วัฒนธรรมจะแสดงออกในด้านค่านิยมแล้ว วัฒนธรรมยังเกี่ยวข้องกับความเชื่อ (Belief) ความรู้สึก(Feeling) และความนึกคิด(Thinking) ของคนในสังคมอีกด้วย วัฒนธรรมจึงแบ่งออกเป็นหลักได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

4.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน(Basic Culture) เป็นสัญลักษณ์หรือเอกลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นมาจนเป็นที่ยอมรับจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง และสามารถเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของคนในสังคมนั้นๆ ให้อยอมรับได้เป็นอย่างดี ตัวอย่างเช่น ประเทศไทย มีวัฒนธรรมรักสงบ อ่อนน้อมถ่อมตน โอบอ้อมอารี มีเมตตา ชอบช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันหรือผู้ที่อ่อนแอกว่า เป็นต้น

4.2 วัฒนธรรมย่อย(Subculture) เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่มภายในสังคมนั้น ซึ่งจะมีเอกลักษณ์เฉพาะสมาชิกของกลุ่มที่มีพื้นฐานแตกต่างกันตามลักษณะ ดังนี้

4.2.1 กลุ่มเชื้อชาติ (National Groups) เช่น คนจีนชอบสีแดง เพราะเป็นสีมงคล เป็นต้น

4.2.2 กลุ่มศาสนา(Religious Groups) เช่น คนนับถือศาสนาอิสลามนิยมไปแสวงบุญที่นครเมกกะ เป็นต้น

4.2.3 กลุ่มสีผิว(Racial Groups) เช่น คนผิวดำ(นิโกร) นิยมหรือชื่นชอบดนตรีและกีฬาส่วนใหญ่ เป็นต้น

4.2.4 พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Area) เช่น การดำรงชีวิตของคนที่อยู่ทั่วโลกเหนือ เช่น ชาวเอสกีโม จะนิยมใส่เสื้อผ้าขนสัตว์หนาๆ ป้องกันความหนาวเย็นและรับประทานสัตว์น้ำเป็นหลัก เป็นต้น

4.2.5 กลุ่มอาชีพ (Occupational) เช่น กลุ่มแพทย์ จะเป็นคนที่มีความสามารถสูง มั่นใจในตนเองสูงความรู้ดี ฉลาด และเสียสละ เป็นต้น

4.2.6 กลุ่มย่อยด้านอายุและเพศ(Age and Sex) กรณีเด็กและผู้ใหญ่จะนิยมหรือมีมุมมองที่แตกต่างกันเช่น เด็กวัยรุ่นนิยมการแต่งตัวตามแฟชั่นและสมัยนิยม แต่ผู้ใหญ่สูงอายุนิยมการแต่งตัวที่สุภาพและเรียบร้อย เป็นต้น กรณีผู้หญิงกับผู้ชาย เช่น ผู้หญิงส่วนใหญ่จะชอบความละเอียดอ่อนพิถีพิถันดูแลเอาใจใส่ในบ้าน งานครัว เป็นพิเศษ และสำหรับผู้ชายจะไม่ค่อยพิถีพิถันในเรื่องงานบ้านงานครัว ยกเว้นบางคนเท่านั้น เป็นต้น (วิเชียร วงศ์นิชชากุล และคณะ , 2552)

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว (2545) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่

1. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่แตกต่างกันและดีขึ้น การพัฒนาการทางการคมนาคมขนส่งและการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย ความสงบสุขของสังคม และสื่อมวลชน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว

ปัจจุบันนี้ โดยเฉพาะคนในสังคมเมืองมีความต้องการที่จะเดินทางด้วยเหตุผลแตกต่างกัน และรสนิยมในการซื้อต่างกันไปด้วย อย่างไรก็ตาม มีคนจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถจะเดินทางหรือซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Products) ได้ ไม่ใช่เป็นเพราะว่าคนกลุ่มนี้ไม่มีความต้องการในการเดินทาง แต่เป็นเพราะต้องเผชิญปัจจัยบางประการที่กีดกันไม่ให้ซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าออกประเทศ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาดการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยเหล่านี้ เพื่อเข้าใจพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว และสามารถเตรียมกิจกรรมการตลาด เพื่อแก้ไขสถานการณ์ทางการตลาดที่อาจเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยเหล่านี้

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ(Economic Factor)

สถานะเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศมีผลกระทบต่อระดับของอุปสงค์ (Demand) และปริมาณการซื้อ สภาพเศรษฐกิจที่ดีหรือกำลังเติบโตย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การประชุม การศึกษา หรือแม้กระทั่งพักผ่อน ในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น อเมริกา ญี่ปุ่น และเยอรมนีตะวันตก(ก่อนที่จะรวมตัวกับเยอรมนีตะวันออก) ประชากรมีรายได้ต่อหัวสูงมาก และ 2 ใน 3 ของประชากรทั้งหมดสามารถที่จะจ่ายค่าเดินทางไปยังท้องถิ่นหรือประเทศอื่นๆได้ ในทางกลับกันประเทศที่กำลังพัฒนา เช่น บางประเทศในเอเชีย และประเทศส่วนใหญ่ในแอฟริกา ระบบและสภาพเศรษฐกิจที่ ยังไม่พัฒนาย่อมมีผลให้ประชากรจำนวนน้อยที่สามารถซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้สะดวก ดังนั้นรูปแบบการบริการต่างๆ ให้เหมาะสมกับสภาพและฐานะของกลุ่มลูกค้าที่มีอำนาจทางการซื้อสูง

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์(Demographic Factor)

ลักษณะของประชากรโดยส่วนร่วมมีผลต่อรูปแบบ ของอุปสงค์ และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ อย่างปัจจัยเศรษฐกิจที่กล่าวมาข้างต้น แต่ลักษณะประชากรเป็นสิ่งที่กำหนดแนวทางและรูปแบบของตลาดว่า ควรเน้นที่จะผลิตในรูปแบบใด ลักษณะของประชากรที่กล่าวถึงนี้ ได้แก่ ขนาด และองค์ประกอบของครอบครัว อายุ การศึกษา รายได้ และประสบการณ์

ถ้าผู้ประกอบการ สามารถคาดคะเนจำนวนประชากรของแต่ละกลุ่มได้ ก็จะสามารถคำนวณและทำลายได้ว่า ประชากรกลุ่มใดเป็นผู้อุปโภคบริโภคหรือรายสำคัญ เช่น ในสังคมของคนที่มีการศึกษาและประเทศที่พัฒนาแล้ว ครอบครัวจะมีขนาดเล็กและมีบุตรเพียงไม่กี่คน ผู้หญิงที่แต่งงานแล้ว ยังคงทำงานเต็มเวลา การหย่าร้างและการอยู่เป็น โสดมีมากขึ้น ลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นเอื้ออำนวยให้ประชาชนสามารถเดินทาง เนื่องจากไม่มีพันธะทางครอบครัว และมีเงินหรือ

รายได้เพียงพอที่จะสามารถซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวสามารถทำนายได้ว่า กลุ่มประชากรที่มีลักษณะข้างต้นเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญกลุ่มหนึ่ง เพราะนับวันจำนวนของประชากรกลุ่มนี้จะมีมากขึ้น รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้น จึงควรมีลักษณะเหมาะสมกับครอบครัวที่มีขนาดเล็กมากกว่าครอบครัวที่มีขนาดใหญ่ หากไม่มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะของผู้อุปโภคส่วนใหญ่ ย่อมทำให้การตลาดของหน่วยงานนั้นๆ เติบโตหรือพัฒนาไปได้อย่างช้าๆ

ปัจจัยทางภูมิศาสตร์(Geographic Factor)

ลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศผู้อุปโภค มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของธุรกิจนำเที่ยว และเป็นสิ่งที่กำหนดประเภทของจุดหมายปลายทางที่ผู้บริโภครต้องการไป คนที่อยู่ในประเทศหรือท้องถิ่นที่แวดล้อมด้วยทะเลและเกาะ จะไม่รู้สึกรู้สึกรต้องการเดินทางไปพักผ่อนยังท้องถิ่นที่มีลักษณะแบบเดียวกัน แต่กลับนิยมเดินทางไปยังสถานที่แตกต่างออกไป เช่น ภูเขา เมือง เป็นต้น ในทางตรงกันข้าม คนที่อาศัยในแถบบริเวณอากาศหนาว เช่น ชาวแสกนดิเนเวีย กลับนิยมที่จะมาพักผ่อนในประเทศที่มีอากาศที่อบอุ่นหรือบริเวณชายทะเล เพื่อแสวงบรรยากาศที่ประเทศของตนไม่มี นอกจากสภาพอากาศและลักษณะทั่วไปของภูมิประเทศแล้ว ขนาดของชุมชนเมือง จะสะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจ คนในชุมชนเมืองจะมีการศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจสูงกว่าคนนอกเมืองหรือคนชนบท ย่อมเป็นที่แน่นอนว่า คนที่อาศัยหรืออยู่ในสิ่งแวดล้อมของเมืองใหญ่ๆ เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ มีอำนาจในการซื้อผลิตภัณฑ์มากกว่าคนที่อาศัยอยู่ในเมืองที่เล็กกว่า และเป็นที่น่าสังเกตว่าคนที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่นิยมซื้อรายการนำเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ (Day Visit) มากกว่าคนที่อยู่ในชุมชนเล็กๆ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงควรเลือกทำเลที่ตั้งหรือจุดหมายปลายทางของการเดินทางให้สัมพันธ์กับอุปสงค์ที่กำหนดโดยลักษณะภูมิศาสตร์

ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม(Socio-Cultural Factor)

รูปแบบของวัฒนธรรม และทัศนคติของคนในสังคม มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภคหรือลูกค้าว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในรูปแบบใด และบ่อยครั้งเพียงใด เช่น วัฒนธรรม และทัศนคติของสังคมของประเทศแถบตะวันออก ไม่เอื้ออำนวยให้ผู้หญิงเดินทางไปยังประเทศอื่นๆ ที่อยู่ห่างไกล ผู้เดินทางหรือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จึงเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง แต่ในทางกลับกันทัศนคติของสังคมชาวตะวันตกเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้เดินทางและซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากกว่าผู้หญิงชาวเอเชีย เป็นต้น

ปัจจัยทางการเมือง(Politic Factor)

การเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการเมืองของรัฐบาลในแต่ละประเทศก็ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวด้วย เช่น ในช่วงทศวรรษที่ 80 รัฐบาลอังกฤษได้ลดข้อบังคับเกี่ยวกับรถโดยสารเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว (Coach) ซึ่งมีผลทำให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องต้องพัฒนามาตรฐานของรถ และ

ประชาชนในประเทศนิยมที่จะใช้บริการรถโดยสาร และรถเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น นโยบายของ ประเทศญี่ปุ่น ก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่า การเมืองมีส่วนสนับสนุนประชาชนเดินทาง ได้เช่นเดียวกัน เพราะเป็นที่รู้จักกันว่า ประเทศญี่ปุ่น ได้กำไรดุลการค้าโลกตลอดมา ในขณะที่ ประเทศอื่นๆ แม้แต่ประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น อเมริกา อังกฤษ ฯลฯ ยังขาดดุลการค้าให้แก่ญี่ปุ่น ประเทศต่างๆ จึงได้ร่วมกันทางการเมือง และเศรษฐกิจที่จะให้ญี่ปุ่นสั่งสินค้ามากขึ้น หรือนำ เงินตราไปใช้ที่ต่างประเทศเพื่อความสมดุลทางการค้า ด้วยเหตุนี้รัฐบาลญี่ปุ่นจึงสนับสนุนให้ ประชาชนญี่ปุ่นเดินทางออกต่างประเทศกันมากขึ้น เป็นต้น

สื่อมวลชน(Media)

สื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารมีบทบาทอย่างยิ่งต่อผู้บริโภค ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพราะสื่อมวลชนเหล่านี้จะถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชน และในขณะเดียวกันก็สามารถกำหนดภาพพจน์ของผู้ประกอบการ และ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้

เวลา สภาพแวดล้อม และสุขภาพของผู้บริโภค

เวลา สภาพแวดล้อม และสุขภาพของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนตัดสินใจจะท่องเที่ยวหรือไม่ท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้มีส่วนสัมพันธ์กัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเป็น ตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่นนักท่องเที่ยวในเขตซีกโลกเหนือก็มักจะหลบอากาศหนาวเย็นมา เที่ยวในช่วงเดือน พฤศจิกายน-มีนาคม เป็นต้น ส่วนครอบครัวและสุขภาพของนักท่องเที่ยวก็จะ เป็นตัวกำหนดว่านักท่องเที่ยวอายุเท่าไรที่จะเข้ามาเที่ยวบ้าง ซึ่งมีผลเชื่อมโยงไปถึงฐานะและ ปริมาณการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

ปัจจัยทางเทคโนโลยี

ในปัจจุบันนี้ระบบข่าวสารข้อมูลและการดำเนินการติดต่อกับหน่วยงานการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น บริษัททัวร์ บริษัทสายการบิน โรงแรม ฯลฯ สามารถใช้ระบบการติดต่อที่รวดเร็วและทันสมัย มากขึ้น เช่น การจองที่นั่ง หรือห้องพักด้วยตนเอง โดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งให้ทั้งความรวดเร็ว และแม่นยำถูกต้อง พร้อมกับให้อิสระแก่นักท่องเที่ยวที่จะสามารถเลือกได้ตามที่ใจตนเองต้องการ มากยิ่งขึ้น หน่วยงานซึ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งหลายจำเป็นต้องแสวงหาระบบ เทคโนโลยีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของตนมากยิ่งขึ้น เพื่อความ ได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด

ลักษณะของความต้องการและพฤติกรรม

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ลักษณะของความต้องการและ พฤติกรรมของลูกค้าโดยทั่วไปสรุปได้ดังนี้

1. ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละคนไม่เหมือนกัน ลูกค้าแต่ละคนมี

ความต้องการและพฤติกรรมไม่เหมือนกัน เช่น ศรรมชอบรับประทานข้าว แต่สุจิรา ชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยว นอกจากนี้แม้แต่คนที่เป็นฝาแฝดกันยังมีความต้องการและพฤติกรรมไม่เหมือนกัน

พฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกันมากขึ้น หากมีวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องหรือลูกค้าอยู่ในประเทศที่แตกต่างกัน เช่น ในการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบการช้อปปิ้งและเดินช้อปปิ้งอย่างมาก แต่คนไทยไม่ชอบการตากแดดหรือการเดินทางวัฒนธรรมและวัตถุโบราณของชาวต่างประเทศอย่างยาวนาน ในทางตรงข้าม ชาวตะวันตกชอบแบบธรรมชาติ อยู่กับสายลม แสงแดด คลื่นทะเล และป่าไม้ ชอบศึกษาวัฒนธรรมมากกว่าการเดินทางช้อปปิ้ง

นอกจากนี้ คนไทยนิยม ธรรมชาติเหมือนกัน แต่ต้องแต่งเต็มสี่ส้นของชีวิตด้วยงานรื่นเริง เช่น มีเทศกาลอาหาร มีการจัดงานดนตรี จัดงานประกวดแฟนซีต่างๆ นี้คือสาเหตุว่าทำไมในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้คนไทยเที่ยวทั่วไทยโดยจัดงานตลอดทั้งปีให้คนไทย “ไม่ไปไม่รู้” นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มต่างมีความเหมือนกันในบางสิ่งคือความชอบธรรมชาติ แต่มีความต่างอยู่ต่างชัดเจน นักการตลาดต้องเข้าใจ เอาใจใส่ และลงมือสร้างกลยุทธ์เอาใจลูกค้าได้แล้ว ลูกค้าก็จะไม่ไปไหน

2. ความต้องการและพฤติกรรมและพฤติกรรมของลูกค้าสามารถจัดเป็นกลุ่มได้ มี ลูกค้าอีกหลายคนชอบรับประทานข้าวเหมือนศรรม แต่ในขณะที่เดียวกัน จะมีลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยวเหมือนสุจิรา ทำให้เกิดกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

3. ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงได้ ลูกค้ามีความต้องการ มีพฤติกรรมไม่คงที่และเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ความชอบของศรรม อาจเปลี่ยนแปลงได้ ในอนาคตศรรมอาจเปลี่ยนมาชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยวมกกว่าข้าวก็ได้ ในปัจจุบันจะพบว่า ลูกค้าชอบความทันสมัยมากขึ้น ชอบเดินในห้างสรรพสินค้า ใช้สินค้าราคาแพง ชอบการทำสีผม ซึ่งในอดีตไม่เป็นเช่นนี้(สถาบันฝึกรวมวิชาการ โรงแรมและการท่องเที่ยว, 2545)

ประเภทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

โคเฮิน (Cohen อ้างถึงใน นุชนารถ รัตนวงศ์ชัย , ม.ป.ป.) ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะร่วมทางพฤติกรรมและบทบาททางสังคมมาจัดประเภทของนักท่องเที่ยวเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม(Organized Mass Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อรายการนำเที่ยวกับบริษัทจัดนำเที่ยวที่ได้เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทาง ที่พัก มีอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์หรือนำทางไว้เรียบร้อยแล้ว โดยนักท่องเที่ยวไม่ต้องวางแผนการเดินทาง นักท่องเที่ยว กลุ่มนี้ต้องการเพียงพักผ่อน ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลินและความแปลกใหม่ โดยไม่ได้คาดหวังที่จะได้ความรู้ ทำความคุ้นเคยหรือทำความเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น

2. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มอิสระหรือปัจเจกกลุ่ม (Individual Mass Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางชำนาญและสามารถเดินทางเองโดยไม่มีผู้นำที่ช่วยคอยดูแลแต่ยังคงให้บริษัทจัดนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยวตามแผนการเดินทางหรือความประสงค์ของตน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการคล้ายกับกลุ่มแรก คือ ต้องการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียง สวยงาม สะดวกสบาย และต้องการที่จะพักผ่อน ได้รับความสนุกสนานจากการเดินทางเท่านั้น

3. นักสำรวจ (Explorer) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยว 2 กลุ่มแรก (non-institutionalized type) คือ หลีกเลียง เส้นทาง สถานที่ และกิจกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วไป นิยมแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางใหม่ด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่คาดหวังที่จะได้รับความสะดวกสบายหรือความสนุกสนาน แต่ต้องการที่บรรลุความมุ่งมั่นของตน (Self-Actualization) จึงพอใจที่จะศึกษาและทำความเข้าใจวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นและเปิดใจกว้างสำหรับประสบการณ์ใหม่

4. นักเดินทางอาสาสมัคร (Drifter) นักเดินทางกลุ่มนี้มีพฤติกรรมคล้ายกับนักสำรวจ คือ เดินทางโดยลำพัง ไม่ซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว ไม่สนใจไปสถานที่ที่มีชื่อเสียงและหลีกเลียงกิจกรรมหรือประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวทั่วไปนิยม ไม่เดินทางไปยังที่ต่างๆ ในฐานะของนักท่องเที่ยว แต่ไปในฐานะเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม นักเดินทางอาสาสมัครไม่เพียงแต่ศึกษาและเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นเท่านั้น แต่จะใช้ชีวิตความเป็นอยู่เช่นเดียวกับคนท้องถิ่นหรือคนในสังคมนั้น เพราะต้องการแสวงหาความหมายและคุณค่าของชีวิตและต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมท้องถิ่น พวกเขาอาสาสมัครกลุ่มนี้ ได้แก่ นักสอนศาสนา หมอ และครู ที่เข้าไปอยู่และทำประโยชน์ให้แก่สังคมท้องถิ่น

โคเฮิน (Cohen อ้างถึงใน อนันต์ เชื้อชาญกิจการ , 2551) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนทางด้านร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความพยายามหาแนวทางเพื่อลี้ภัยความจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวที่ขมุกขมูงหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้สัมผัส
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง(The Experimental Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบพูดคุยกับคนท้องถิ่น เรียนรู้ชีวิตความเป็นอยู่ และปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น และจะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นเป็นเวลานาน

สันติชัย เอื้องประสิทธิ์(2549) กล่าวว่า ปัจจุบันตลาดนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านโครงสร้างประชากรและพฤติกรรม ตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญจะมีประชากรที่สูงอายุและคนที่เกษียณอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กำลังเติบโต เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มหนุ่มสาว นักท่องเที่ยวในกลุ่มหนุ่มสาวนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้มีประสบการณ์การเรียนรู้ และคาดหวังที่จะได้รับบริโภคสินค้าท่องเที่ยวตามคุณค่าที่ตนคาดหวัง(

ความรู้และความสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (2551) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวประกอบไปด้วยกิจกรรมของบุคคลที่เดินทางจากที่หนึ่ง ซึ่งเป็นที่พักแรมไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อพำนักชั่วคราว ไม่มากกว่า 1 ปีติดต่อกัน เพื่อพักผ่อนในช่วงเวลาว่าง ประกอบธุรกิจ และจุดประสงค์ใดๆ ก็ได้

โกลเนอร์ และริชชี (Goeldner and Ritchie, 2006) ให้แนวคิดไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการ กิจกรรมและผลที่ได้รับที่เกิดจากความสัมพันธ์ภาพ และมีปฏิกริยาในหมู่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว เจ้าของ รัฐบาล เจ้าของชุมชน และรายรอบด้วยสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง ในการดึงดูดและต้อนรับผู้มาเยี่ยมชมเยือน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวไว้ ว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ของบุคคลที่เดินทางและพักอาศัยในสถานที่อื่นที่ไม่ใช่ ที่อยู่อาศัยปกติเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อธุรกิจและเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เป็นเวลาติดต่อกันไม่เกิน 1 ปี

การใช้แนวคิดแบบกว้างนี้ทำให้เกิดความเป็นไปได้ในการวินิจฉัยเพื่อจำแนกการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และการท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทั้งหมดของผู้มาเยือน(Visitor) รวมไปถึง นักท่องเที่ยว (ผู้เยี่ยมชมแบบค้างคืน) (Over-night visitors) และ ผู้มาเยือนและจากสถานที่นั้นไปภายในวันเดียวกัน (same-day visitors)

ในพจนานุกรมเว็บสเตอร์ (Webster Dictionary อ้างถึงใน สุริยะ เลียมประชนารากร , 2549) ได้ให้ความหมายว่า “tourism(n)” 1. The traveling for recreation 2.The guidance or management of tourist 3. a : the promotion or encouragement touring b: the accommodation of tourists ซึ่งจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่ครอบคลุมทั่วทั้งกระบวนการท่องเที่ยว

หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลา (Leisure time) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนแปลงบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อ ประกอบอาชีพ และไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างๆ ต่อไปนี้

1. เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
2. เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
3. เพื่อการศึกษา
4. เพื่อการกีฬาและบันเทิง
5. เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
6. เพื่องานอดิเรก
7. เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
8. เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
9. เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

บาวสัน และบาวด์โบวี (Lawson and Baud Bovy อ้างถึงใน สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส, 2537) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้าเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่ง ที่ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส (2537) ได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1.1 ความสำคัญต่อการสร้างรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ

1.2 ความสำคัญต่อการปรับและเพิ่มมูลค่าการค้าและบริการของประเทศ

1.3 ความสำคัญต่อการเพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ(GDP)

1.4 ความสำคัญต่อการกระจายรายได้และการจ้างงาน

2. ความสำคัญต่อสังคมและวัฒนธรรม

2.1 การท่องเที่ยวสร้างสันติภาพให้แก่โลก

2.2 การท่องเที่ยวช่วยฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม

2.3 การท่องเที่ยวทำให้ประชาชนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในท้องถิ่น

2.4 การท่องเที่ยวส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพจิตที่ดี

2.5 การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนรู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

2.6 การท่องเที่ยวเสริมสร้างพื้นฐานของสังคมที่ดี

3. ความสำคัญต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ต้องพึ่งพาทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในระดับสูง ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าว ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจึงได้รับการดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพที่ดี ทั้งนี้ได้มีความพยายามเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวอย่างเข้มข้น โดยการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและธรรมชาติในท้องถิ่นให้น่าอยู่มากขึ้น รวมทั้งการออกมาตรการต่างๆ เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น โรงแรมขนาดใหญ่จะต้องมีการจัดทำแบบประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม หรือ EIA (Environment Impact Assessment) เพื่อลดปัญหาน้ำเสียที่เกิดจากสถานพักแรม เป็นต้น

ในปัจจุบันประเทศทั่วโลกที่เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้ร่วมกันศึกษาการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่โดยให้สอดคล้องกับธรรมชาติและทำลายสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ภายใต้โครงการ “โลกสีเขียว” (Green Globe) ของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก ซึ่งประเทศไทยได้เข้าร่วมโครงการนี้เช่นกัน โดยใช้พื้นที่เกาะสมุยเป็นโครงการนำร่องตามแนวคิดดังกล่าว

นอกจากนี้ ด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงได้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(Ecotourism) ขึ้น เพื่อการท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างถูกวิธี และเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (sustainable tourism) ซึ่งรวมถึงการวางแผนการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับ(carrying capacity) ของแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยว การกำหนดขอบเขตพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวจะเข้าถึงธรรมชาติได้ โดยป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงธรรมชาติส่วนที่บอบบาง การออกแนวทางการปฏิบัติ(code of conduct) ให้แก่นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการขึ้นทะเบียนบริษัทท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์เชิงอนุรักษ์ เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์และมาตรการในการตรวจสอบบริษัทนำเที่ยว

จึงอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญและให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์และรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

นอกจากนี้ สมบัติกาญจนกิจ (2552) ได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่สำคัญยิ่งของรัฐบาลทุกประเทศ และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้มีการประกาศเป็นนโยบายขององค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization) ร่วมมือกับองค์การสหประชาชาติ (UNESCO) จากการประชุม สูดยอดแห่งโลก (The Rio Earth Summit, 1992) ณ เมืองริโอ เดอจาเนโร ประเทศบราซิล ทำให้เกิดปฏิญญาสากลเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นหลักการพัฒนาการตามกฎบัตรที่ 21 (Agenda 21) เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการเดินทาง ดังนี้

1. การเดินทางและการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตให้มนุษย์ดำรงชีวิตให้กลมกลืนกับธรรมชาติ
2. การเดินทางและการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศน์
3. การเดินทางและการท่องเที่ยว ควรอยู่บนพื้นฐานของรูปแบบของการอุปโภคและบริโภคอย่างยั่งยืน
4. ระดับนานาชาติ ควรร่วมมือกันในการส่งเสริมระบบเศรษฐกิจแบบเปิด และการค้าเสรีในระดับนานาชาติ ซึ่งรูปแบบการบริการท่องเที่ยว สามารถยืนอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืนได้
5. การเดินทางและการท่องเที่ยว สันติภาพ และการพัฒนา และการป้องกันสิ่งแวดล้อม ควรจะอยู่ในรูปแบบพึ่งพากันและกัน สนับสนุนกัน และเชื่อมโยงกัน
6. กลุ่มอนุรักษ์นิยม ด้านการท่องเที่ยว ควรหันมาสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
7. กระบวนการที่จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยว ควรที่จะได้รับความร่วมมือและความมีส่วนร่วมจากภาคประชาชน ในส่วนของการวางแผนพัฒนาในระดับท้องถิ่น
8. ประเด็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวควรที่จะได้รับความร่วมมือและความมีส่วนร่วมจากภาคประชาชน ในส่วนของการวางแผนพัฒนาในระดับท้องถิ่น
9. ควรมีระบบการเตือนภัยธรรมชาติ ที่จะส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวทั่วไปและคนในท้องถิ่น
10. การเดินทางและการท่องเที่ยว ควรสร้างงานแก่สตรีและชนพื้นเมือง ที่ว่างงาน
11. การพัฒนาการท่องเที่ยว ควรดำรงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น
12. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ควรเคารพหรือปฏิบัติตามกฎการรักษาสภาพแวดล้อมระดับนานาชาติ

รูปแบบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2549) ได้แบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวได้ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ(Domestic Tourism)หมายถึงผู้พำนักอาศัยที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศและเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
2. การท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Tourism) หมายถึงผู้พำนักอาศัยที่มีถิ่นพำนักในต่างประเทศและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอีกประเทศหนึ่ง
3. การท่องเที่ยวขาออก(Outbound Tourism) หมายถึงผู้พำนักอาศัยที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศและเดินทางออกไปยังประเทศอื่น

รูปแบบเดียวกันของการท่องเที่ยวอาจจะอธิบายได้โดยแทนที่คำว่า “ประเทศ” ด้วยคำว่า “ภูมิภาค” ในกรณีนี้รูปแบบการท่องเที่ยวเหล่านี้จะไม่ได้หมายความถึงประเทศอีกต่อไป แต่จะเป็นภูมิภาคแทน คำว่า “ภูมิภาค” อาจจะหมายความถึงพื้นที่ภายในประเทศนั้นหรือกลุ่มประเทศซึ่งรวมเป็นภูมิภาค รูปแบบพื้นฐาน 3 ประเภทของการท่องเที่ยว สามารถนำมาผสมความหมายรวมกันได้หลายวิธี เพื่อที่จะก่อให้เกิดการแตกแขนงประเภทการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism) ประกอบด้วยการท่องเที่ยวภายในประเทศ(Domestic Tourism) และการท่องเที่ยวขาเข้า(Inbound Tourism)
2. การท่องเที่ยวระดับชาติ(National Tourism) ประกอบด้วยการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) และการท่องเที่ยวขาออก(Outbound Tourism)
3. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ(International Tourism) ประกอบด้วยการท่องเที่ยวขาเข้า(Inbound Tourism)และการท่องเที่ยวขาออก(Outbound Tourism)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ,2540) ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (Traditional Attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆ ของภูมิประเทศ (Scenic Attractions) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attraction) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว(Other Attractions)

สำหรับประเทศไทยนั้น ททท . โดยบริษัทหรือหน่วยงานที่ปรึกษาต่างๆ มักแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย ในประเทศไทย โดย ททท. ได้ให้คำจำกัดความที่เกี่ยวข้องบางส่วน โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550) ได้จำแนกผู้มาเยือน (Visitors) ออกจากผู้เดินทางประเภทอื่น (Other Travelers) ได้แก่

3.1 การเดินทางจะต้องเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยปกติ และไม่นับรวมการเดินทางประจำไปยังทำงานหรือสถานศึกษาและที่อยู่ภูมิลำเนาของบุคคลนั้นๆ

3.2 การพักค้างคืนในสถานที่ที่ไปเยือนนั้นติดต่อกันได้ไม่เกิน 1 ปี ถ้าผู้มาเยือนพักค้างคืนในสถานที่นั้นเกินระยะเวลาที่กำหนดจะกลายเป็นผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในสถานที่ที่ไปเยือน

3.3 วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้นต้องนอกเหนือไปจากการประกอบอาชีพหรือหารายได้ภายในสถานที่นั้น ซึ่งจะไม่นับรวมการเคลื่อนไหวนของผู้ย้ายถิ่น เพื่อการเดินทางไปทำงาน

ผลกระทบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2552) ได้เสนอผลกระทบทางลบที่สำคัญของการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

1.1 ปัญหาการทำลายทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับนักท่องเที่ยว และตอบสนองต่อกิจกรรมท่องเที่ยว โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อระบบนิเวศ

1.2 ปัญหาการใช้ทรัพยากรธรรมชาติโดยปราศจากการบริหารจัดการที่ดี ขาดข้อควรปฏิบัติเพื่ออนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว

1.3 ปัญหาขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลมากเกินไปจนขีดความสามารถในการรองรับและการจัดการของพื้นที่

1.4 ปัญหาน้ำเสียจากสถานประกอบการท่องเที่ยวที่ขาดการบำบัดก่อนปล่อยลงสู่แม่น้ำลำคลองหรือทะเล ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

1.5 ปัญหาการบุกรุกพื้นที่ป่า ทะเล พื้นที่สาธารณะเพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และการปลูกสร้างสิ่งก่อสร้างที่ไม่กลมกลืนกับธรรมชาติ นอกจากจะเป็นการทำลายระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม ยังทำลายทัศนียภาพความงดงาม เกิดทัศนอุจาด แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม

1.6 ปัญหาความแออัดในระบบการขนส่ง การจราจรติดขัด ก่อให้เกิดมลภาวะทางอากาศ การปล่อยก๊าซคาร์บอน ไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศ เป็นสาเหตุให้เกิดภาวะโลกร้อนมากขึ้น

1.7 ปัญหาการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่รบกวนถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าส่งผลให้พฤติกรรมหากิน การสืบพันธุ์ตามธรรมชาติของสัตว์ป่าที่เปลี่ยนแปลงไป อาจทำให้สัตว์ป่าสูญพันธุ์

2. ผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรม

2.1 เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และค่านิยมของสังคม ชุมชนท้องถิ่น เกิดการเลียนแบบนักท่องเที่ยว ทำให้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่สำคัญหายไป นอกจากนี้ ยังเกิดการพัฒนารูปแบบของวัฒนธรรม ประเพณีที่มุ่งเป้าหมายที่รายได้ทางการท่องเที่ยว มากกว่าการคำนึงถึงความเป็นดั้งเดิม ปัญหาการทำลายโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปวัตถุทั้งโดยเจตนาและไม่เจตนาของทั้งคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

2.2 รบกวนวิถีการดำรงชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น เกิดความแออัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่

2.3 เกิดความขัดแย้งระหว่างคนในท้องถิ่นกับคนภายนอกที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน

2.4 เกิดปัญหาการหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว คำกล่าวเกินควร ด้วยคำนึงถึงเพียงผลประโยชน์ที่ได้รับในระยะเวลาสั้น

2.5 เกิดการพัฒนารูปแบบสินค้าของที่ระลึกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้ขาดเอกลักษณ์หรือคุณค่าดั้งเดิม รวมถึงคุณภาพมาตรฐาน

2.6 เป็นส่วนหนึ่งที่กระตุ้นให้เกิดปัญหาสังคม ได้แก่ ปัญหายาเสพติด การขายบริการทางเพศ ปัญหาครอบครัว การอพยพแรงงานคนหนุ่มสาวเข้าไปทำงานในพื้นที่ท่องเที่ยว

3. ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ

3.1 เกิดการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นธรรมและการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจไม่ทั่วถึง

3.2 รายได้ทางการท่องเที่ยวไหลออกนอกประเทศ หากมีสัดส่วนการลงทุนของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากกว่าผู้ประกอบการไทย

3.3 เกิดปัญหาการแย่งชิงผลประโยชน์กันระหว่างผู้ประกอบการภายนอกและชุมชนท้องถิ่น และระหว่างชุมชนท้องถิ่น

3.4 เกิดปัญหาการตัดราคาสินค้าและบริการเพื่อแข่งขันนักท่องเที่ยว โดยไม่คำนึงถึงการคำนวณต้นทุนทางทรัพยากรท่องเที่ยว และเป็นผลให้ทรัพยากรท่องเที่ยวเสื่อมโทรม รวมถึงสินค้าและบริการขาดคุณภาพและมาตรฐาน

3.5 ปัญหาค่าครองชีพและราคาที่ดินในพื้นที่ท่องเที่ยวสูงกว่าพื้นที่อื่น ก่อให้เกิดผลกระทบต่อคนในท้องถิ่น

3.6 การเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจคนในพื้นที่ท่องเที่ยวพึ่งพิงการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลัก ในขณะที่การท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวสูงต่อปัจจัยต่างๆ หากเกิดเหตุการณ์วิกฤตขึ้น ทำให้เศรษฐกิจในพื้นที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บัทเลอร์ (Butler, 1993 อ้างถึงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) ได้ให้ความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สามารถดำรงคุณค่าหรือความเป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวได้ยาวนานไม่มีที่สิ้นสุด และไม่สร้างความเสื่อมโทรมหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมของแหล่งและบริเวณโดยรอบ

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO, 2537 อ้างถึงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ว่าหมายถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สนองความจำเป็นของนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวพร้อมมีการปกป้องรักษาและจัดการ ทรัพยากรที่สามารถคงความเป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมได้ในระยะยาว

องค์การการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable tourism.net, 2008 อ้างถึงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) นิยามการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หมายถึง ความใส่ใจ ทบทวนบทบาท และปรับเปลี่ยนพฤติกรรม โดยให้ความสำคัญกับสมดุลแห่งการใช้ทรัพยากร ซึ่งจำเป็นต้องตระหนักถึงความจำกัด ที่สำคัญ คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ติดตามผลกระทบ และวางแผนการจัดการให้มีประสิทธิภาพ ความหมายของความยั่งยืน คือการมองไปไกลในอนาคตเบื้องหน้าในระยะยาว 10-20 ปีขึ้นไป มิใช่กิจกรรมที่ทำกำไรเพียงระยะสั้น จบลงพร้อมกับความเสียหาย หากแต่เป็นการมองและเปลี่ยนแปลงอย่างช้าๆ ในกระบวนการที่ย้อนกลับไม่ได้ การท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกับภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ ไม่อาจก้าวหน้าไปสู่ความยั่งยืนได้โดยสมบูรณ์ หากปราศจากความร่วมมือกันทุกฝ่าย นี้คือ ข้อเท็จจริงส่วนหนึ่งในสถานการณ์โลกปัจจุบันที่อาจกระทบถึงการท่องเที่ยว

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2550) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์ และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม

และสุนทรียภาพแก่สมาชิกของสังคมอย่างเสมอภาคกันทั้งในปัจจุบันและในอนาคต โดยใช้ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องอย่างชาญฉลาด ซึ่งจะต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น ภายใต้อิทธิพลความสามารถของธรรมชาติที่จะรองรับได้ และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ให้สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น ไว้ให้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2540) ได้นำผลจากการประชุม Globe 90' Conference ที่เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา ในปี พ.ศ. 2533 โดยได้ให้คำจำกัดความของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า เป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกันก็ปกป้องและสงวนรักษาไว้ให้อนุชนรุ่นต่อไป เพราะฉะนั้นการท่องเที่ยวลักษณะนี้ จึงครอบคลุมความหมายถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ และสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย

ศูนย์เพื่อวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย (2549) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีนัยยะอันหมายถึง แนวทางการพัฒนาที่มุ่งให้เกิดความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านสังคม เศรษฐกิจ และการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2550) ได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในการปาฐกถาพิเศษในเรื่อง การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยไทยในยุคโลกาภิวัตน์ บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระแสอนุรักษนิยม ดังนั้น จึงต้องแสวงหาความสมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษนิยม เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนว่าจะทำอย่างไรให้อยู่ในโลกนี้คือ โลกหนึ่งคือการบริโภค อีกโลกหนึ่งคือการสร้างความยั่งยืนให้กับชีวิต

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มี ความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนยาว

ภราเดช พัทฒวิเชียร (2539) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมได้อย่างต่อเนื่องยาวนาน โดยไม่ก่อให้เกิดความเสียหายและเสื่อมโทรมต่อสิ่งแวดล้อม

หลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ไพฑูรย์ พงศบุตร (2550) ได้อธิบายความหมายของหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การที่จะให้ท้องถิ่นนั้นมีการท่องเที่ยวต่อไปในระยะยาวนาน มิใช่เพียงชั่วระยะเวลาสั้นๆ แล้วหมดไป การจะทำให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืนได้ต้องอาศัยวิธีการต่างๆ ดังนี้

1.ดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ชั่วลูกชั่วหลาน มิใช่เพียงเพื่อคนรุ่นปัจจุบันเท่านั้น เช่น ทรัพยากรป่าไม้ ทรัพยากรน้ำ ทรัพยากรสัตว์ป่า

2.ลดปริมาณของเสียที่จะเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะ น้ำเสีย

3.มีการกระจายรายได้และผลประโยชน์แก่คนในท้องถิ่น โดยให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มิใช่ให้คนภายนอกเข้ามาผูกขาดผลประโยชน์แต่เพียงฝ่ายเดียว

4.มีการประชุมวางแผนงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ โดยให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการประชุมกับหน่วยงานหรือองค์กรที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน

นอกจากนี้ เซอร์เลย์ อีเบอร์ (Shirley Eber, 1993 อ้างถึงในสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540) แบ่งหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ดังนี้

1. การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว

2. การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็น และการลดของเสีย (Reducing Over-consumption and Waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย

3. การรักษาและส่งเสริม ความหลากหลาย (Maintaining Diversity) ของทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ (Integrating Tourism into Planning) การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรม ทางเศรษฐกิจของ ท้องถิ่น โดย พิจารณาด้าน ราคาและคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ (Supporting Local Economic) ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย

6. การมีส่วนร่วม อย่างเต็มที่ของ ท้องถิ่น ในสาขาการท่องเที่ยว (Involving Local Communities) ไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชากรและ สิ่งแวดล้อม โดยรวม แต่ยัง ช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวอีกด้วย

7. การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กร และสถาบันที่เกี่ยวข้อง(Consulting Stakeholders and the Public) มีความจำเป็นในการที่จะร่วมงานไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหา และลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

8. การฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว

9. การตลาดที่จัดเตรียม ข้อมูลข่าวสาร อย่างพร้อมมูล (Marketing Tourism Responsibly) จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และจะช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

10. การวิจัยและติดตามผล ตรวจสอบประสิทธิภาพ (Undertaking Research) จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

ศูนย์เพื่อวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย (2549) ได้อธิบายให้เห็นถึงหลักการสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. สมาชิกของชุมชนจะต้องควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวของชุมชน กำหนดแหล่งทรัพยากรที่จะต้องเข้าร่วมในการดำเนินการตามแนวทางและกลยุทธ์ที่ได้กำหนดขึ้น รวมทั้งการเข้า มามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานด้านบริการสาธารณูปโภคและการอำนวยความสะดวกต่างๆ

2. นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวควรพัฒนาขึ้นจากความร่วมมือของกลุ่มต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่

3. การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจะต้องรวมถึง โอกาสในการจ้างงานที่มีคุณภาพ การจัดการงานที่ดี และเหมาะสมให้กับคนในพื้นที่ควรจะเป็นส่วนหนึ่งของภาพรวมของการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ และหนึ่งในกระบวนการจ้างงานที่มีคุณภาพนั้น คือการให้โอกาสคนท้องถิ่นเข้าร่วมบริหารจัดการ โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้า ฯลฯ นอกจากนี้ การให้การศึกษา การฝึกอบรมกับคนในท้องถิ่น และการให้โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการประกอบธุรกิจ ก็ถือเป็นส่วนสำคัญของนโยบายการพัฒนาประเภทนี้ด้วย

4. การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวควรเป็นไปอย่างกว้างขวางในแต่ละพื้นที่ๆ มีการพัฒนาการท่องเที่ยวความสัมพันธ์และการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มต่างๆ ตลอดจนการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนในการวางแผน ในการพัฒนา และการดำเนินงานบริหารทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการบริการด้านต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่ามีการกระจายของผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกันในระหว่างสมาชิกชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการต่างๆ

5. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องให้ความเสมอภาคระหว่างคนรุ่นต่างๆ การกระจาย ต้นทุนและผลประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องเกิดขึ้นทั้งในคนรุ่นปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม กับคนรุ่นต่อไป เราทุกคน ไม่ว่าจะเป็น นักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว และชุมชนควรจะรักษาทรัพยากรไว้ให้อยู่ในสภาพที่ดีไม่น้อยกว่าสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องหลีกเลี่ยงการใช้ทรัพยากรที่ไม่สามารถนำกลับมาสู่สภาพ เดิมได้

6. การวางแผนระยะยาวเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อ เป็นหลักประกันว่าพื้นที่นั้นๆ จะไม่เสียหายจากการดำเนินกิจกรรมใดๆ เพียงเพื่อประโยชน์ระยะ สั้น และละทิ้งไปเมื่อนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจหมดความสนใจและย้ายไปที่อื่น การวางแผนระยะ ยาวจะช่วยส่งเสริมให้มีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในเชิงรุก เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของพื้นที่ และช่วยสร้าง ความสัมพันธ์เชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของท้องถิ่น

7. ความกลมกลืนเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องสร้างให้เกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยว สถานที่ และ ชุมชน องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การสนับสนุนอย่างกว้างขวางจากผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียประโยชน์ ในพื้นที่ และความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและมนุษย์ ตลอดจนการตระหนักถึงความสำคัญของการร่วมมือระหว่างรัฐบาลชุมชนท้องถิ่น และ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนองค์กรไม่แสวงกำไรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน และ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

8. กลยุทธ์และแผนด้านการท่องเที่ยวจะต้องได้รับการเชื่อมโยงเข้ากับนวัตกรรม และ แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับต่างๆ

9. ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดเกิดขึ้นระหว่างผู้กำหนดนโยบายและผู้ปฏิบัติในระดับต่างๆ ตลอดจนหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องมีความจำเป็น มาก โดยเฉพาะนโยบาย ด้านการท่องเที่ยวและนโยบายสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ให้บริการด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการขนส่ง ที่ จอดรถ ความสามารถในการรองรับด้านน้ำดื่ม น้ำใช้ ความสามารถในการกำจัดน้ำเสีย จะต้องได้รับ การพิจารณารวมกันกับแผนการท่องเที่ยวและการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

10. การประสานความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และธุรกิจการ ท่องเที่ยว เป็นสิ่งจำเป็นเนื่องจากแต่ละธุรกิจหรือการดำเนินงานด้านหนึ่งด้านใด ย่อมมีผลกระทบ ต่อการประกอบการหรือคุณภาพการทำงานของธุรกิจด้านอื่นๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

11. มีความจำเป็นที่จ ะต้องทำการประเมินผลกระทบที่จะเกิดจากการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับของพื้นที่จะต้องได้รับการพิจารณา โดยครอบคลุมทั้ง ข้อจำกัดและการพัฒนาด้านกายภาพ ด้านธรรมชาติ ด้านสังคมและวัฒนธรรม จะต้องมีความ สอดคล้องกับข้อจำกัดของท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม แผนแ ละการดำเนินงานใดๆ ควรได้รับการ ประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ และมีการปรับปรุงแก้ไขตามความเหมาะสม

12. จะต้องมีการพัฒนาแนวทางหรือหลักเกณฑ์สำหรับการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการประเมินผลกระทบ นอกจากนี้จะต้องมีการสร้างประมวลจรรยาบรรณในการปฏิบัติ สำหรับการท่องเที่ยว ในทุกระดับ ทั้งในระดับชาติ ระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาดัชนีชี้วัดและชี้วัดจำกัดสำหรับใช้ชี้วัดผลกระทบ และความสำเร็จของโครงการท่องเที่ยว กลยุทธ์สำหรับการปกป้องและติดตามตรวจสอบเป็นสิ่งจำเป็น หากชุมชนต้องการปกป้องรักษา ทรัพยากรซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยวของพวกเขา

13. การวางแผนการท่องเที่ยว จะต้องเปลี่ยนแปลงจากแนวทางดั้งเดิมที่เน้นการเติบโตของอุตสาหกรรมมาเป็นการให้ความสำคัญของโอกาสในการจ้างงาน และการพัฒนารายได้ รวมทั้งคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นด้วย และในขณะเดียวกันก็ต้องแน่ใจว่า การตัดสินใจในแต่ละขั้นตอนของการพัฒนานั้นสะท้อนให้เห็นถึงการตระหนักในคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การบริการจัดการและการใช้ทรัพยากร สาธารณะต่างๆ เช่น น้ำ อากาศ และที่ดินของส่วนรวม ควรมีความรับผิดชอบที่สามารถตรวจสอบได้ในฐานะของผู้ใช้ ทั้ง นี้เพื่อให้เป็นที่แน่ชัดว่า ทรัพยากรเหล่านี้ไม่ถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด

14. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาการศึกษาและหลักสูตรอบรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจให้กับสาธารณะชน ตลอดจนส่งเสริมความสามารถทางธุรกิจ การประกอบอาชีพ และความเชี่ยวชาญในสาขาอาชีพต่างๆ

15. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนรวมถึงการส่งเสริมกิจกรรมและการดำเนินการที่จะช่วยส่งเสริมลักษณะเด่นของสภาพภูมิทัศน์และพื้นที่ในบริเวณนั้น ความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และโอกาสในการใช้ประโยชน์ของพื้นที่กิจกรรมต่างๆ ควรมุ่งให้เกิด ประสบการณ์ที่มีคุณภาพ อันนำไปสู่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ขณะที่ยังยึดมั่นในหลักการอื่นๆ ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

16. ขนาดและประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวจะต้องสะท้อนให้เห็นข้อจำกัดและขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากรในพื้นที่ โดย เน้นการส่งเสริมให้จัดสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดเล็ก และบริการที่มีผลกระทบน้อย

17. กระบวนการบริหารจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะต้องช่วยดำรงรักษาไว้ซึ่ง ทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา ทั้งนี้โดยใช้หลักเกณฑ์และมาตรฐานของสากล

18. การทำการตลาดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ควรให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของ ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับในขณะที่ยังเน้นหลักการข้ออื่นๆ ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น การส่งเสริมการตลาดดังกล่าวควรกระทำอย่างมีสำนึกรับผิดชอบ และสะท้อนจริยธรรมของการบริหารจัดการของแหล่งพื้นที่การท่องเที่ยว

หลักเกณฑ์เหล่านี้เป็นต้องการความมุ่งมั่นและอาจกล่าวได้ว่า การดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จเป็นสิ่งที่ยากมาก ที่จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอยู่กับหลักเกณฑ์เหล่านี้ อย่างไรก็ตาม ในการวางแผนด้านการท่องเที่ยวทุกครั้ง ควรที่จะนำหลักการเหล่านี้มาพิจารณาใช้เป็นเป้าหมายในการวางแผนดำเนินการ

ระเบียบสากลว่าด้วยจรรยาบรรณสำหรับการท่องเที่ยว (The Global Code of Ethics for Tourism อ้างถึงใน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2545) ซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เป็นแนวทางสำหรับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการพัฒนาและดำเนินการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบ ได้แก่ รัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่น ชุมชนท้องถิ่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบุคลากร รวมทั้งนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ในที่นี้จะนำเสนอในเกณฑ์ข้อที่ 3 คือ การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่จะนำมาซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

1. ผู้มีส่วนได้เสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกฝ่ายควรจะร่วมกันปกป้องรักษาสีงแวดล้อมตามธรรมชาติ เพื่อที่จะทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้า ทางเศรษฐกิจที่มั่นคง ต่อเนื่อง และยั่งยืน ซึ่งจะสมกับความต้องการและความมุ่งหวังของชนรุ่นต่างๆ ทั้งในปัจจุบันและในอนาคตอย่างเท่าเทียมกัน

2. รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใดๆ ทั้งหมดที่ช่วยในการประหยัดทรัพยากรที่มีค่าและหาได้ยาก โดยเฉพาะน้ำและพลังงาน และช่วยในการป้องกันการเกิดขยะของเสียได้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ ควรได้รับความสำคัญมาเป็นอันดับต้น และควรได้รับการสนับสนุนจากผู้มีอำนาจของรัฐในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับประเทศ

3. การจัดเวลาท่องเที่ยวให้เหลื่อมกัน และบริหารพื้นที่ที่มีการหลั่งไหลของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน โดยเฉพาะที่เนื่องมาจากการลาพักร้อน และช่วงปิดภาคเรียน และการจัดให้มีวันหยุดกระจายกันออกไปมากขึ้น เป็นสิ่งที่พึงกระทำเพื่อที่จะเป็นการลดผลกระทบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และเพื่อช่วยเพิ่มผลดีแก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น

4. ควรมีการออกแบบ โครงสร้างพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวและการวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการปกป้องรักษามรดกทางธรรมชาติซึ่งประกอบไปด้วยระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ และเอื้อต่อการรักษาคุ่มครองสัตว์และพืชต่างๆ ที่ใกล้จะสูญพันธุ์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวควรจะบังคับให้มีการควบคุมและจำกัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินอยู่ในพื้นที่ที่มีแนวโน้มนดังกล่าวสูง ได้แก่ พื้นที่ที่เป็นทะเลทราย ขั้วโลก ภูเขาสูง ชายฝั่งทะเล ป่าดงดิบ หริอพื้นที่ชุ่มน้ำ ซึ่งเอื้อต่อการก่อตั้งพื้นที่สงวนทางธรรมชาติและเขตคุ้มครอง

5. การท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นับเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ช่วยยกระดับของการท่องเที่ยวได้อย่างดีเยี่ยม แต่โดยมีเงื่อนไขว่าการท่องเที่ยวดังกล่าวต้องเคารพต่อ อมรดกทางธรรมชาติและประชาชนในท้องถิ่น และคำนึงถึงความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ

เป้าหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นสิ่งที่การพัฒนาในทุกๆด้านของการท่องเที่ยว จะต้องมุ่งยึดถือเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนทั้ง 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สถานการณ์สิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน นับได้ว่าอยู่ในขั้นวิกฤตอันเนื่องมาจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการพัฒนาในด้านต่างๆ โดยปราศจากการจัดการที่ดีพอ จึงส่งผลให้ทรัพยากร เกิดความเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงต้องร่วมมือกันอย่างเต็มที่รวมไปถึงการท่องเที่ยวที่จะต้องมีการวางแผนและจัดการที่ดี พอที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ อีกทั้งควรเร่งช่วยกันอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพทางธรรมชาติให้คงเดิมไว้ให้มากที่สุด

ความยั่งยืนของสังคมและวัฒนธรรม สังคมและวัฒนธรรมไทยท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ได้รับผลกระทบจากกระแสวัฒนธรรมตะวันตกจนน่าเป็นห่วงว่าเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรมไทยจะเลือนหายไปมากที่สุด จึงเกิดความพยายามที่จะฟื้นฟู อนุรักษ์ และสืบสานให้คงอยู่ต่อไป จึงถือว่าเป็นเป้าหมายอีกด้านหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยว เพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืนต้องคำนึงถึง

ความยั่งยืนของเศรษฐกิจ เมื่อมีการจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สภาพทางสังคม และวัฒนธรรม สภาพของการพัฒนาทางเศรษฐกิจจะเกิดการพัฒนาขึ้นไปด้วย ถึงแม้ว่าจะไม่ส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่รวดเร็ว หรือก้าวกระโดด แต่ก็สามารถเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจแบบค่อยเป็นค่อยไป ส่งผลต่อการพัฒนาอย่างมั่นคงและยั่งยืนมากกว่าการพัฒนาเศรษฐกิจในรูปแบบอื่นๆ เรียกได้ว่าเป็นการพัฒนาที่สอดคล้องกับแนวทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างพอเพียงขององค์สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ซึ่งจะเกิดสมดุลภาพ ระหว่าง สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ นั่นเอง

โศรยา หอมชื่น (2552) ได้นำเสนอ โครงการ การท่องเที่ยว ที่มีการบริหารจัดการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีเกณฑ์หลัก (Core criteria) ในการพิจารณาคัดเลือกสินค้าน้ำและการบริการทางการท่องเที่ยวที่มีการดำเนินงานหรือบริหารจัดการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมใน 2 ส่วน ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 การบริหารจัดการองค์กรที่คำนึงถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 2 คือ ด้านการบริการจัดการที่คำนึงถึงความยั่งยืนของชุมชนและสังคม ทั้งนี้ได้มีการศึกษาแบบอย่างจากมาตรฐานที่ใช้ในระดับสากล เช่น

1. กฎบัตรเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตป้องกันสงวนรักษา (The European Charter for Sustainable Tourism in Protected Area) ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดย EUROPARC Federation หรือองค์กรที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ ธรรมชาติของประเทศในทวีปยุโรป เพื่อจัดทำแผนการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตอนุรักษ์ธรรมชาติ

2. โปรแกรมมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แห่งชาติ (National Ecotourism Accreditation Program-NEAP) ซึ่งจัดตั้งโดยสมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของออสเตรเลีย (Ecotourism Accreditation of Australia) และเครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศออสเตรเลีย (Australian Tourism Operators Network) โดยออกมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Nature and Ecotourism Certification Program) ซึ่งครอบคลุมในส่วนที่เป็นบริการ ที่พัก บริษัททัวร์ และแหล่งท่องเที่ยว

3. กฎบัตรสีเขียวโลก 21 (Green Globe 21) เป็นมาตรฐานระดับนานาชาติ ที่ถูกพัฒนาขึ้นในปี 1994 โดยการท่องเที่ยวโลกและสหพันธ์ท่องเที่ยว (World Travel and Tourism Council - WTTC) มีจุดประสงค์หลักเพื่อสร้างความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อม และยกระดับการจัดการสิ่งแวดล้อมในธุรกิจการท่องเที่ยวโดยมีสาระสำคัญพื้นฐานจาก กฎบัตร 21(Agenda 21) ของการประชุมสหประชาชาติเกี่ยวกับโลก (UN Earth Summit ,1992)

4. กำหนดกฎเกณฑ์ธุรกิจท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism Business Scheme -GTBS) คือสินค้าและบริการของการท่องเที่ยวที่เป็นฉลากเขียว (Eco-label) ของสหราชอาณาจักร ก่อตั้งเมื่อปี 1998 มีสมาชิกร่วมมากกว่า 450 บริษัท ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศสกอตแลนด์

5. ตราอนุรักษ์แห่งยุโรป (EU Eco-label) เป็นมาตรฐานด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่จะนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจให้กับ ลูกค้าผู้มาใช้บริการโดยวัตถุประสงค์ของ มาตรฐานตราอนุรักษ์แห่งยุโรป (EU Eco-label) เพื่อ

5.1 จำกัดการใช้ทรัพยากร

5.2 ลดการผลิตของเสีย

5.3 สนับสนุนการใช้ทรัพยากรทดแทน รวมถึงสิ่งที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเยาวชน

ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวเยาวชน

โสภณา สุจริตกุล (2544) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเยาวชนเริ่มก่อร่างสร้างตัวในราวทศวรรษ 1930 เมื่อมีการก่อตั้งสหพันธ์การท่องเที่ยวนักเรียนนานาชาติ (IYHF-International Youth Hostel Federation) นับเป็นการเริ่มต้นรวมตัวของผู้ให้บริการด้านที่พักสำหรับเยาวชนในระดับนานาชาติเป็นครั้งแรก จากนั้นในช่วงทศวรรษ 1940 JEAN BARRAUD ได้ก่อตั้ง BVJ ซึ่งต่อมาได้

ก่อตั้ง FIYTO สมาชิกมีเพียง 8 ราย จาก 8 ประเทศ ติดตามมาด้วยการก่อตั้ง สหพันธ์การท่องเที่ยว นักศึกษานานาชาติ (ISTC-International Student Travel Confederation) ซึ่งเป็นการรวมตัวกันเป็น ครั้งแรกของผู้จัดรายการนำเที่ยวสำหรับเยาวชน ทศวรรษถัดไปคือ 1950 Horizon Holiday และ คลับเมด (Club Med) ก็ก่อกำเนิดขึ้น เพื่อบริการนักท่องเที่ยววัยเยาว์ คู่มือนำเที่ยวแบบประหยัคก็ เกิดขึ้น ในช่วงทศวรรษนี้เช่นกัน โดยพัฒนามาจากคู่มือชื่อ “EUROPE ON \$5 A DAY” ของ Arther Frommer แถบยุโรปตะวันออกก็เริ่มพัฒนารายการนำเที่ยวสำหรับเยาวชน จากนั้นในช่วงทศวรรษ 1960 LET'S GO EUROPE คู่มือนำเที่ยวสำหรับเยาวชนฉบับแรกของโลกได้แจ้งกำเนิดโดยการ จัดทำของนักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์ตวาร์ด และในทศวรรษ 1970 SHOESTRING และ LONEKY PLANET ของ Tony และ Manreen Wheeler ก็แจ้งเกิดตามมา เมื่อคู่มือต่างๆ เริ่มแจ้งเกิด บริการ ต่างๆ ก็แจ้งเกิดในช่วงเวลาไล่เลี่ยกัน เช่น โรงแรมสำหรับเยาวชนแห่งแรกในยุโรป (โรงแรม Hans Brinker ในกรุงอัมสเตอร์ดัม) ค่ารถไฟราคาเยาวชนในเขตยุโรป , สมาชิกบัตร ISIC (International Student Identity Card) เพิ่มขึ้นถึง 1 ล้านคน และสมาชิก FIYTO เพิ่มเป็น 50 ราย จาก 20 ประเทศ เป็นต้น คึกคักกันเป็นเรื่อ งเป็นราวข้ามไปยังทศวรรษ 1980 เมื่อคู่มือนำเที่ยวชื่อดังฉบับก่อน ก่อกำเนิดขึ้น (Rough Guide) แถมด้วยการประชุมด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเยาวชนที่เกิดขึ้นเป็น ครั้งแรกที่ประเทศศรีลังกา ในขณะที่สหภาพยุโรปให้ความสนใจและรวมเอาเรื่องการท่องเที่ยว เยาวชนเข้าเป็นภาระงานของฝ่ายท่องเที่ยวสหภาพ ภาคเอกชนก็ขยับเขยื้อนเคลื่อน ไหวกันมากขึ้น ที่ เด่นชัดเห็นจะเป็นการรวมตัวกันของผู้ประกอบการที่พักเยาวชนในออสเตรเลียในนาม Backpackers และในไอร์แลนด์, การเปิดรีสอร์ตสำหรับคนวัยเยาว์แห่งแรกในแถบเมดิเตอร์เรเนียน (Pink Palace in Crete), การเปิดตัวการ์ด Euro<26 และการเข้าเป็นสมาชิก WTO และ UNESCO ของ FIYTO และช่วงทศวรรษ 1990 นับว่าเทคโนโลยีด้านต่างๆ ก้าวล้ำไปมาก อะไรๆ ก็พัฒนาตาม ไปด้วยรวมถึงเรื่องการท่องเที่ยวเยาวชน WTO ให้ความสนใจในตลาดนี้อย่างเด่นชัดขึ้นโดยมีการ เก็บสถิติตัวเลขและเผยแพร่อย่างเป็นทางการ ตลอดจนจัดให้มีการประชุมระดับนานาชาติเป็นครั้งแรก ในปี 1991 ที่กรุงเดลี ในช่วงนี้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเยาวชนกับผลกระทบเชิงเศรษฐศาสตร์ ถูกนำเสนอเป็นครั้งแรก (กรณีเมืองฟลอเรนซ์ และประเทศออสเตรเลีย) หน่วยงานต่างๆ พัฒนา บริการและสร้างพันธมิตรมากมาย เช่น IYHF ให้บริการสำรองห้องพักรถทางอิเล็กทรอนิกส์ ISTC ให้บริการสมาชิกบัตร ISIC และ GO 25 โดยมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นปีละ 7 ล้านคน, FIYTO ร่วม ดำเนินงานกับ ISTC และการประชุมการท่องเที่ยวเยาวชนนักศึกษาแห่งโลก (WYSTC-World Youth and Student Travel Conference) และเข้าเป็นสมาชิก PATA ความเคลื่อนไหวอื่นที่น่าสนใจ ของทศวรรษนี้ ได้แก่ การพัฒนารายการ Young Europe ของสหภาพยุโรป ซึ่งเน้นการแลกเปลี่ยน นักเรียนและการเรียนภาษาต่างประเทศ , การก่อตั้ง Wheatcroft โดยคณะกรรมการส่งเสริม การท่องเที่ยวยุโรป เพื่อทำการศึกษาด้านการท่องเที่ยวเยาวชน, การก่อตั้งหน่วยงานของรัฐเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเยาวชนโดยฝรั่งเศสเป็นประเทศแรกที่ตั้งหน่วยงานนี้เป็นการเฉพาะ , European Travel

Monitors เผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเยาวชนรายปี การให้บริการที่น่าสนใจมากมาย เช่น JOJO (JumOnJumpOff Bus Service) ในออสเตรเลีย, การกำหนดราคาและบริการพิเศษแก่เยาวชนของสายการบิน, รถทัวร์ และบริษัทนำเที่ยว ตลอดจนการเปิดตัวคู่มือท่องเที่ยวเยาวชนใหม่ๆ (VELBINGER ของเยอรมัน ROUTARD ของฝรั่งเศส, UK : THE GUIDE ของอังกฤษ) เหล่านี้มีส่วนช่วยให้การท่องเที่ยวเยาวชนเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 1 ใน 5 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก

พิจาริณี โลหะชัยกุล (2551) ได้กล่าวไว้ว่า ภายใต้การจัดระเบียบโลกในยุคศตวรรษที่ 21 ที่การพัฒนาเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าไปอย่างไม่หยุดยั้ง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงผู้คนต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีการพัฒนาการ ไปอย่างรวดเร็ว และแตกต่างไปจากยุคก่อนหน้าเป็นอย่างมาก โดยเฉพา การท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชนนับได้ ว่ามีความสำคัญ จากสถิติของ The World Youth Student & Educational (WYSE) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มเยาวชนมีจำนวน 58,152,000 คนในปี 2002 หรือประมาณ 20% ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยคาดว่า จะมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว กว่า 2 เท่าภายในปี 2010 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนกว่า 300 ล้านคน ในปี 2002-2007 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 หรือ 3,000 ดอลลาร์สหรัฐ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนร้อยละ 70 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อเรียนภาษารวมทั้งเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง ซึ่งจะสร้างประสบการณ์ในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว โดยในปี 2005 ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนเดินทางโดยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาษามากที่สุด ตามด้วย สเปนและเยอรมัน สำหรับประเทศอังกฤษ เป็นจุดหมายที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน ขณะที่ประเทศออสเตรเลีย เป็นจุดหมายใหม่ที่มีอัตราเติบโตของตลาดนี้อย่างน่า สนใจ โดยในปี 2007 นักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลียและสหรัฐอเมริกาอันดับที่ 1 ตามด้วย ฝรั่งเศส สเปน อิตาลี เยอรมนีอังกฤษ และประเทศไทยในอันดับที่ 8 ตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนเป็นตลาดที่องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวใน หลายประเทศ ให้ความสนใจ โดยร้อยละ 60 ขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญในการส่งเสริมตลาด โดยมีการจัดทำแผนรองรับตลาดกลุ่มนี้ ใน ระยะ 5 ปี นักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนมีแนวโน้มของจำนวนวันพักเฉลี่ยลดลง ในปี 2007 เมื่อเทียบกับปี 2002 แต่ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ร้อยละ 40 จากจำนวน 1,875 ดอลลาร์สหรัฐ เป็น 2,600 ดอลลาร์สหรัฐ ที่พักประเภทบ้านพักเยาวชน (Youth Hostel) เป็นที่นิยม โดยที่พักประเภทโรงแรมเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นในลำดับตามมา ธุรกิจที่พักสำหรับเยาวชนในภูมิภาคยุโรปมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก เนื่องจากรัฐบาลทั่วโลกต่างคิดว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชน มีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างมาก

การประชุมรัฐมนตรีท่องเที่ยวอาเซียน ครั้งที่สิบสอง(กระทรวงการต่างประเทศ, ออนไลน์) เมื่อวันที่ 8 มกราคม 2551 กรุงเทพมหานคร ประเทศเวียดนาม ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเยาวชน

รัฐมนตรีเอกอัครราชทูตและมีความยินดีกับความสำเร็จของ ASEAN+ 3 คือ โครงการ Youth Festival จัดขึ้นในสิงคโปร์ตั้งแต่ 29 กรกฎาคม - 3 สิงหาคม 2551 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้เยาวชนมีส่วนร่วมกับการกิจการเยาวชนในภูมิภาค และเยาวชนช่วยขอบุณวัฒนธรรมหลากหลายภายในภูมิภาค รัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวอาเซียน ได้ชื่นชมประเทศไทยเป็น ประธานของอาเซียนที่ใกล้จะมาถึง โดยจะให้มีการจัดกิจกรรม ได้แก่ ASEAN Tourism Youth โดยเอกอัครราชทูต โครงการที่จะจัดขึ้นในวัน 15-24 มกราคม 2552, ASEAN Family Rally ที่จะจัดขึ้นใน 1-3 มีนาคม 2552 และ 8-10 มีนาคม 2552 และ ASEAN Youth Football จะจัดขึ้นในมิถุนายน 2552 นอกจากนี้ยังมองไปข้างหน้า ของ ASEAN +3 ที่จะดำเนินการประชุมของนักเรียนนักศึกษาในเรื่องการท่องเที่ยว จะจัดขึ้นในบาหลี, อินโดนีเซียใน มิถุนายน 2553 รัฐมนตรีมีความยินดีที่จะประกาศที่ 2552-2553 เป็นเยาวชน ปีท่องเที่ยวเยาวชน อาเซียน ซึ่งที่ผ่านมาเกี่ยวกับกิจกรรม นั้น หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวระดับชาติของอาเซียน จะทำงานร่วมกับ ACE ASEANTA และโครงการเพื่อพัฒนาแคมเปญ กลยุทธ์เยาวชน

ความหมายของเยาวชน

ตามท้องที่การสหประชาชาติได้ประกาศให้ปี พ .ศ. 2528 เป็นปีเยาวชนสากล (อ้างถึงในสำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพ และพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ , 2552) และขอให้ประเทศสมาชิกร่วมเฉลิมฉลองปีเยาวชนสากล ภายใต้คำขวัญ “การพัฒนาการมีส่วนร่วมและสันติภาพ (Participation Development and Peace) ดังนั้น เพื่อที่จะมุ่งเน้นให้เยาวชน ซึ่งหมายถึงคนหนุ่มสาวที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี ได้ตระหนักถึงความสำคัญของตนเอง ที่จะเป็พลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติในอนาคต และสามารถช่วยสร้างเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

พระราชบัญญัติส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ พ .ศ. 2521 (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2552) อันเป็นพระราชบัญญัติของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ ระบุว่า เยาวชน หมายถึง บุคคลที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ .ศ. 2522 (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2552) ให้ ททท. มีอำนาจกระทำกิจการต่าง ๆ ภายในขอบแห่ง วัตถุประสงค์ตาม มาตรา 8 และอำนาจเช่นนี้ให้รวมถึง ข้อ 3 ส่งเสริมการทัศนศึกษา

เซอร์ ฟรานซิส เบคอน (Sir Francis Bacon อ้างถึงในหม่อมหลวงดุษฎี ชุมสายและฉวีพันธ์ พรหมโยธี, 2527) ได้ให้ความสำคัญของการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับเยาวชนไว้ว่า “การเดินทางเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา สำหรับผู้ใหญ่เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ ผู้ที่เดินทางเข้าไปในประเทศหนึ่ง โดยยังมีได้รู้ภาษาของประเทศนั้น ไปโรงเรียน มิได้ไปเที่ยว”

กราเชช พัทฒวิเชียร(2551) ได้ให้ความสำคัญของเยาวชนไว้ว่า เป็น วยแห่งการเจริญเติบโต เป็นวัยแห่งการเรียนรู้ ทั้งการเรียนรู้ตามหลักสูตรในระบบการศึกษาและการเรียนรู้โลกกว้าง การเดินทางท่องเที่ยวที่วัยนั้นเป็นการเรียนรู้และเก็บเกี่ยวประสบการณ์ในโลก กว้างที่ดียิ่ง หากเด็กและเยาวชนที่ได้รับการปลูกฝังให้มีนิสัยรักการเดินทางท่องเที่ยว และรู้ จักที่จะท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้โลกกว้างอย่างถูกวิธี โดยมีการชี้แนะแนวทางที่ถูกต้องจากผู้ใหญ่แล้ว เยาวชนผู้นั้นก็จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีหูตากว้างไกล และเป็นผู้ที่มีนิสัยรักการเรียนรู้อย่างไม่จบสิ้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเยาวชนเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม สำหรับคำว่า “การท่องเที่ยว” ในเนื้อหาของการท่องเที่ยวเยาวชน ยังคงสามารถใช้ความหมายโดยทั่วไปมาอธิบายการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ได้ คือ การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง เมื่อรวมความหมายของคำสำคัญข้างต้น

จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเยาวชน เป็นลักษณะการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง ที่ให้ความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ได้แก่ เยาวชนและมีรูปแบบกิจกรรม การเตรียมความพร้อมก่อนการเดินทาง ตลอดจนการปฏิบัติตัวระหว่างการประกอบกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งสะท้อนออกมาในลักษณะของการทัศนศึกษา เพื่อการศึกษาหาความรู้ และเปิดรับประสบการณ์แปลกใหม่น่าประทับใจจากแหล่ง ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวน้อยที่สุด ทั้งนี้ ผลจากการเดินทางท่องเที่ยวของเยาวชนไทยในแต่ละครั้ง จะเป็นรากฐานในการสร้างทัศนคติที่ดีต่อสภาพแวดล้อม และทรัพยากรการท่องเที่ยวในภาพรวม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552) มีการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในตลาดกลุ่มเยาวชนที่สำคัญ ได้แก่

1. คนรุ่นหัวแม่โป้ง (Thumb Generation) เป็นคำที่ใช้เรียกคนกลุ่มใหม่ในหลายประเทศทั่วโลก โดยเป็นผลมาจากที่คนกลุ่มนี้ใช้หัวแม่มือในการใช้ชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เทคโนโลยี คนพันธุ์หัวแม่โป้ง เป็นคำที่ใช้เรียกคนกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และอวัยวะที่เรียกว่า หัวมีมือ มีบทบาทต่อคนรุ่นนี้มาก คือ คนรุ่นนี้มักใช้หัวแม่มือในการพิมพ์ข้อความบนแป้นโทรศัพท์มือถือ กดริโมท ลักษณะสำคัญของ Thumb Generation คือ ชื่นชอบเทคโนโลยี ชี้ เหงา ใจร้อย และมีงานอดิเรก คือ การส่ง SMS และเล่นเกมในโทรศัพท์มือถือ มีการพูดคุยผ่านโปรแกรม Messenger เช่น MSN, Yahoo, Google Talk การแบ่งปันข้อมูลเพื่อความบันเทิงบน Social Network เช่น Youtube, imeem, Flickr การเผยแพร่บทความทางอินเทอร์เน็ตผ่าน weblog ชื่อดัง เช่น Blogger, Wordpress ตลอดจนการเป็นสมาชิกชุมชนออนไลน์ เช่น Facebook, Hi5, Myspace เป็นต้น เด็กที่วียนเวียนอยู่กับการดู

หนัง ฟังเพลง ออนไลน์ และเขียนบล็อก ลองฟังเด็ก แล้วพยายามเข้าใจและ KIT(Keep In Touch) ASAP(As Soon As Possible)

ลักษณะพื้นฐานของเด็ก ที่พบเจออย่างดาษดื่น คือ ตา ดูหนัง หู ฟังเพลง มือ ซ้าย ออนไลน์ มือขวา เขียนบล็อก การทำทุกอย่างในเวลาเดียวกัน และมุ่งทำทุกอย่างให้สั้น รวดเร็ว ตัดตอน เช่น การใช้ภาษาในอินเทอร์เน็ต เช่น LOL : Laugh Out Loud, OMG : Oh My God หรือ brb : be right back เป็นต้น หรือเกมออนไลน์ยอดฮิต ชื่อ GTA(Grand Theft Auto) ที่ผู้เล่นจะได้แต้มจากการฆ่า ตำรวจ ขायโคเคน และทูปตีโสเภณี หรือชื่อวงดนตรีแร็ป คือ murdure.inc หรือ Deathrow ซึ่งร้องเพลงเกี่ยวกับการข่มขืนผู้หญิงและการฆ่าตำรวจ

2. กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี 1980-1999 (Generation Y) โดยในวัฒนธรรมตะวันตกพบว่า กลุ่ม Generation Y จะคุ้นเคยกับ Personal Computer ตลอดจนเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เป็นอย่างดี นอกจากนี้ Generation Y นิยมบรรยากาศที่เป็นบวก มีความเป็นมิตร กันเอง สนุกสนานรื่นเริง(Fun) ติดเพื่อน(Friends) ชอบความรวดเร็วทันใจ (Fast) ต้องการความยืดหยุ่น (Flexible) และต้องการความมี “ตัวตน” (Fame) สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เสนอขายจึงควรตอบสนองต่อความต้องการของคนกลุ่มดังกล่าว เช่น การขายรายการนำเที่ยว

เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร (2550) ให้แนวคิดไว้ว่า โดยที่มีลักษณะเฉพาะเพื่อตอบสนอง ความต้องการด้านความมีตัวตน โดยอาจจะสร้างจุดขายที่แตกต่าง ตลอดจนการเสนอขายรายการนำเที่ยว ที่มี Theme เกี่ยวกับความสนุกสนาน ทั้งนี้ สินค้าและบริการที่เสนอขายควรนำเสนอผ่านสื่อ Online เนื่องจากคนในกลุ่ม Generation Y ส่วนใหญ่เสพติดเทคโนโลยี บุคลิกภาพ ทัศนคติ ค่า นิยม และแนวโน้มของพฤติกรรม มีอยู่ 13 ประการ คือ

1. เป็นตัวของตัวเองสูง
2. ความอดทนต่ำ
3. อยากรู้ อยากเห็น
4. ทำทาทกกฎหมาย
5. ทะเยอทะยานสูง
6. คุ้นเคยกับเทคโนโลยี
7. ชอบการเปลี่ยนแปลง
8. กระตือรือร้น
9. มองโลกในแง่ดีมาก
10. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
11. มั่นใจในตนเองสูง
12. ไม่เคารพผู้อาวุโสกว่า
13. มีความจงรักภักดีต่อองค์กรต่ำ

ความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อน

ความหมายของภาวะโลกร้อน

สำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานคร (2550) ได้ให้ความหมายของคำว่า ภาวะโลกร้อน (Global Warming) ไว้ว่า เป็นปรากฏการณ์อันเนื่องมาจากโลกไม่สามารถระบายความร้อนออกไปได้ จึงทำให้อุณหภูมิสูงขึ้น ปัจจุบันโลกของเรากำลังถูกปกคลุมด้วยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases) ที่มากเกินไปของธรรมชาติ ซึ่งก๊าซเรือนกระจกจะทำการเก็บกักความร้อนไม่ให้สะท้อนออกนอกผิวโลก ทำให้อุณหภูมิพื้นผิวโลกเพิ่มสูงขึ้น องค์การสหประชาชาติได้ประมาณการว่า อุณหภูมิของโลกจะสูงขึ้นโดยเฉลี่ย 2-4 องศา ส่งผลให้ระดับน้ำทะเลสูงขึ้น 20-50 ซม. ในเวลาอีก 10-50 ปีนับจากปัจจุบัน โดยสาเหตุหลักที่ทำให้ภูมิอากาศโลกร้อนขึ้น ประกอบด้วย ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2), ก๊าซมีเทน (CH_4), ก๊าซไนตรัสออกไซด์ (N_2O), คลอโรฟลูโอโรคาร์บอน (CFC_2), และโอโซน (O_3) ซึ่งมาจากการดำเนินกิจกรรมของมนุษย์ ได้แก่ การใช้ไฟฟ้า การใช้ไฟฟ้า การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงในการขนส่ง และภาคอุตสาหกรรม ฯลฯ การปล่อยก๊าซดังกล่าวเป็นจำนวนมากมีส่วนในการเร่งให้เกิดภาวะโลกร้อน นอกจากนี้ ภาวะโลกร้อนยังส่งผลกระทบต่อทางด้านภัยพิบัติทางธรรมชาติ โดยเฉพาะความแปรปรวนของฤดูกาล การละลายของน้ำแข็งบริเวณขั้วโลก ซึ่งจะส่งผลให้เกิดน้ำท่วมโลกในอนาคต จะเห็นได้ว่าภาวะโลกร้อนเป็นวิกฤตที่จะนำมาซึ่งความสูญเสียในหลายๆด้าน

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2550) ได้ให้ความหมายของคำว่า “ภาวะโลกร้อน” (Global warming) หมายถึง การที่ชั้นบรรยากาศตั้งแต่ผิวโลกขึ้นไปมีอุณหภูมิสูงขึ้น อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงลักษณะสภาพของภูมิอากาศ เช่น อุณหภูมิ ฝน ลม เป็นต้น ส่งผลกระทบต่อชีวิตและทำให้ระบบนิเวศมีการเปลี่ยนแปลง

พุทธชาติ ทองแถม(2551) ได้สรุปความหมายของภาวะโลกร้อนไว้ว่า ภาวะโลกร้อน (Global warming) หมายถึง ภาวะร้อนอบอ้าวของอากาศอันเนื่องมาจากอุณหภูมิสูงขึ้น เพราะการเพิ่มขึ้นของก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมต่างๆ ในภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะกิจกรรมที่มีการเผาไหม้ น้ำมัน ถ่านหิน และการตัด ต้นไม้ทำลายป่า การทำการเกษตร การปศุสัตว์ ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ อาทิ การขับขียานพาหนะ การใช้เชื้อเพลิงในการหุงต้ม การใช้ไฟฟ้า ในกิจกรรมต่างๆ ส่งผลทำให้ก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศมีความเข้มข้นเพิ่ม มากขึ้น ทำให้สภาพอากาศของโลกเปลี่ยนแปลง ไปได้ และส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตบนโลกอย่างรุนแรง โดยก๊าซเรือนกระจก อาทิ คาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) มีเทน (NH_4) และไนตรัสออกไซด์ (N_2O) จะทำหน้าที่เหมือนหลังคากระจกของโลกป้องกันไม่ให้ความร้อนจากดวงอาทิตย์ที่ส่องลงมาถึงพื้นโลกสะท้อนกลับออกไปได้หมด จึงทำให้อุณหภูมิของโลกเหมาะสมกับการดำรงชีวิตบนโลกได้ แต่การเพิ่มอย่างต่อเนื่องของก๊าซเรือนกระจกต่างๆ เหล่านี้ โดยเฉพาะก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) ที่ออกมา

จากโรงงานอุตสาหกรรม รถยนต์ หรือการกระทำใดๆ ที่เผาเชื้อเพลิงฟอสซิล เช่น ถ่านหิน น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ หรือสารประกอบไฮโดรคาร์บอน ส่งผลให้ระดับปริมาณก๊าซเรือนกระจกในบรรยากาศเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว”

สาเหตุของภาวะโลกร้อน

ก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases) เป็นชื่อเรียกรวมของก๊าซต่างๆ ที่มีอยู่โดยธรรมชาติ ในชั้นบรรยากาศของโลก อาทิ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ก๊าซมีเทน ก๊าซโอโซน รวมทั้งก๊าซไนตรัสออกไซด์ ก๊าซเรือนกระจกมีคุณสมบัติพิเศษคือสามารถดูดกลืนและคายรังสีคลื่นยาวช่วงอินฟราเรด ได้ดีมาก เนื่องจากโลกได้รับพลังงานจากดวงอาทิตย์ตลอดเวลา เมื่อดวงอาทิตย์ส่งคลื่นความร้อนลงสู่ผิวโลก พื้นผิวโลกบางส่วนจะดูดซับไว้และจะสะท้อนคลื่นความร้อนบางส่วนขึ้นสู่ชั้นบรรยากาศ แต่จะถูกก๊าซเรือนกระจกที่มีอยู่โดยธรรมชาติในชั้นบรรยากาศเก็บกักคลื่นความร้อนนั้นไว้แล้วจะส่งกลับมายังพื้นโลกอีกครั้งเหมือนกับการทำหน้าที่ของเรือนกระจกปลูกต้นไม้ ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์เรือนกระจก (Greenhouse effect)

ปรากฏการณ์ เรือนกระจก เป็นกลไกของธรรมชาติที่ทำให้ระบบบรรยากาศของโลกเกิดความสมดุล ทำให้มีวัฏจักรตามธรรมชาติ เช่น วัฏจักรน้ำ อากาศ และฤดูกาลต่างๆ ดำเนินไปอย่างสมดุลเอื้ออำนวยต่อการดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิตทุกชนิดบนโลกใบเดียวกัน แต่เมื่อชั้นบรรยากาศของโลกมีปริมาณก๊าซเรือนกระจกอันเป็นผลมาจากกิจกรรมของมนุษย์เพิ่มมากขึ้นจนเกินสมดุลของธรรมชาติ นั้นหมายถึงคลื่นความร้อนจะถูกเก็บกักและถูกปลดปล่อยสู่ผิวโลกในปริมาณที่มากขึ้นเช่นกัน ในทางตรงข้ามถ้าก๊าซเรือนกระจกมีปริมาณที่เหมาะสมก็จะช่วยเก็บกักความร้อน ทำให้เราสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า มหันตภัยที่รู้จักกันในชื่อว่า ภาวะโลกร้อน (Global warming) ที่กำลังอยู่ในความสนใจพร้อมกับสร้างความตื่นตระหนกให้กับสังคมทั่วโลก ซึ่งแม้แต่วงการวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมทั่วโลกก็กำลังตื่นตัว เกิดจากการที่มนุษย์ทำลายความสมดุลทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับการแผ่รังสี (Radioactive Energy Balance) ระหว่างดวงอาทิตย์โลก และบรรยากาศ

ก๊าซเรือนกระจกนอกจากจะส่งผลกระทบต่ออุณหภูมิของพื้นผิวโลกโดยตรงแล้วยังส่งผลกระทบต่อทางอ้อมด้วย คือ ก๊าซเรือนกระจกจะไปทำปฏิกิริยากับก๊าซอื่นๆ และเกิดเป็นก๊าซเรือนกระจกชนิดใหม่ขึ้นมา หรือบางชนิดอาจรวมตัวกับโอโซนในชั้นบรรยากาศลดน้อยลง ส่งผลให้รังสีคลื่นสั้นที่ส่องผ่านชั้นโอโซนลงมายังพื้นผิวโลกได้มากขึ้น รวมทั้งปล่อยให้รังสีที่ทำอันตรายต่อมนุษย์และสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ส่องผ่านลงมาทำอันตรายกับสิ่งมีชีวิตบนโลกได้ด้วย อย่างไรก็ตาม ถ้าหากในชั้นบรรยากาศไม่มีกลุ่มก๊าซเรือนกระจกตามธรรมชาติเหล่านี้แล้วโลกของเราก็จะมีอุณหภูมิลดลงเหลือเพียง -20 องศาเซลเซียส ซึ่งโดยปกติอุณหภูมิบนพื้นผิวโลกโดยเฉลี่ยมีค่าประมาณ 15 องศาเซลเซียส สิ่งมีชีวิตต่างๆ ก็จะล้มตายและโลกก็จะเข้าสู่ยุคน้ำแข็งอีกครั้งหนึ่ง

ทั้งนี้ ก๊าซเรือนกระจกที่ถูกควบคุมโดยพิธีสารเกียวโตมี 6 ชนิด โคนจะต้องเป็นก๊าซที่เกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ ได้แก่ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์(CO_2) ก๊าซมีเทน(CH_4) ก๊าซไนตรัสออกไซด์(N_2O) ก๊าซไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) ก๊าซเพอร์ฟลูออโรคาร์บอน (PFCs) และก๊าซซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์(SF_6) นอกจากนี้ ยังมีก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ที่สำคัญอีกชนิดหนึ่ง คือ สารคลอโรฟลูออโรคาร์บอน(CFCs) ซึ่งใช้เป็นสารทำความเย็นและใช้ในการผลิตโฟม แต่ไม่ถูกกำหนดในพิธีสารเกียวโต เนื่องจากเป็นสารที่ถูกจำกัดการใช้ในพิธีสารมอนทรีออลแล้ว

1. ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์(CO_2)

ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในชั้นบรรยากาศเกิดจากธรรมชาติและเกิดจากฝีมือมนุษย์ เช่น การเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิลในรูปแบบต่างๆ ทั้งจากกระบวนการผลิตในภาคอุตสาหกรรม การผลิตพลังงานไฟฟ้า และในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น การใช้ไฟฟ้า กระบวนการคมนาคมขนส่ง ควันท่อไอเสียจากยานพาหนะ เป็นต้น เชื้อเพลิงเหล่านี้มีสารคาร์บอนเป็นองค์ประกอบหลัก เมื่อถูกเผาไหม้จะเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกสู่บรรยากาศ รวมทั้งการตัดไม้ทำลายป่า เพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยหรือการเกษตรกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตัดไม้ทำลายป่า เพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยหรือการเกษตรกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตัดไม้ทำลายป่านั้นเป็นตัวการสำคัญที่สุดในการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ขึ้นสู่ชั้นบรรยากาศ เนื่องจากต้นไม้และป่าไม้สามารถดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ไว้ก่อนที่จะลอยขึ้นสู่ชั้นบรรยากาศ ดังนั้น เมื่อพื้นที่ป่าลดน้อยลงปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จึงขึ้นไปสะสมอยู่ในชั้นบรรยากาศได้มากขึ้น ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ถือว่าเป็นก๊าซที่ทำให้เกิดพลังงานความร้อนสะสมในบรรยากาศของโลกมากที่สุด ในบรรดาก๊าซเรือนกระจกชนิดอื่นๆ

2. ก๊าซมีเทน(CH_4)

เป็นก๊าซที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการย่อยสลายสารอินทรีย์ โดยการกระทำของแบคทีเรียที่ไม่ใช่ ออกซิเจนหรือการหมักในสภาพไร้อากาศ เช่น ท้องนาที่น้ำท่วมขัง กิจกรรมปศุสัตว์ เช่น ฟาร์มวัวขนาดใหญ่ ซึ่งมีการศึกษาพบว่าในแต่ละวัน วัว 1 ตัว เรอก๊าซมีเทนออกมาถึง 0.5 ปอนด์ นอกจากนี้การเผาไหม้เชื้อเพลิงประเภทถ่านหิน น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติ โดยเฉพาะการเผาไหม้ที่เกิดจากธรรมชาติและเกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงต่างๆ สามารถทำให้เกิดก๊าซมีเทนในบรรยากาศสูงถึงร้อยละ 20 ของก๊าซมีเทนในชั้นบรรยากาศทั้งหมด รวมทั้งการบำบัดน้ำเสีย และการฝังกลบขยะ เป็นต้น โดยในช่วงสิบปีที่ผ่านมาก๊าซมีเทนมีระดับการเพิ่มขึ้นประมาณหนึ่งเปอร์เซ็นต์ทุกๆ ปี

3. ก๊าซไนตรัสออกไซด์(N_2O)

ก๊าซไนตรัสออกไซด์ในธรรมชาติ เกิดจากการปล่อยย่อยสลายซากสิ่งมีชีวิต โดยแบคทีเรีย และจากการใช้ปุ๋ยไนเตรดในไร่นา การขยายพื้นที่เพาะปลูก การเผาไหม้ เผาหญ้า มูลสัตว์ที่ย่อยสลาย ซึ่งมีอยู่มากในภาวะปกติ แต่อัตราการเพิ่มปริมาณดังกล่าวก็จัดอยู่ในภาวะที่สมดุลใน

ธรรมชาติ ส่วนก๊าซในตรัสออกไซด์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำของมนุษย์นั้นมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบต่อตรงต่อการเพิ่มพลังงานความร้อน สะสมบนพื้นผิวโลก เนื่องจากอุตสาหกรรมที่ใช้กรดไนตริกในกระบวนการผลิต เช่น อุตสาหกรรมผลิตเส้นใยในลอน อุตสาหกรรมเคมี อุตสาหกรรมพลาสติกบางชนิด เป็นต้น

4. ก๊าซไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน(HFCs)

เป็นก๊าซเรือนกระจกที่ไม่มีอยู่ตามธรรมชาติ แต่เป็นก๊าซที่เกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ที่สังเคราะห์ขึ้นมาใช้ในภาคอุตสาหกรรม สารไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) คือสารที่นำมาใช้แทนสารคลอโรฟลูออโรคาร์บอน (CFCs) ซึ่งถูกห้ามใช้ในระบบทำความเย็นและในส่วนอื่นๆ เนื่องจากเป็นสารที่ทำลายโอโซนในชั้นบรรยากาศ ส่งผลให้เกิดรูรั่วในชั้นโอโซน อันเป็นสาเหตุให้รังสีคลื่นสั้นที่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตบนพื้นโลกส่องผ่านลงมาถึงพื้นโลกได้มากขึ้น ซึ่งสารคลอโรฟลูออโรคาร์บอน(CFCs) เองยังเป็นก๊าซเรือนกระจกที่ก่อปฏิกิริยาเรือนกระจกมาก

5. ก๊าซเพอร์ฟลูออโรคาร์บอน(PFCs)

เป็นก๊าซเรือนกระจกที่ไม่มีอยู่ตามธรรมชาติ แต่เป็นก๊าซที่เกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ เช่น การถลุงอะลูมิเนียม การผลิตสารกึ่งตัวนำ รวมทั้งระบบไฟฟ้าที่ใช้แสงสว่างตามเมืองต่างๆ เป็นต้น

6. ก๊าซซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์(SF₆)

เป็นก๊าซเรือนกระจกที่ไม่มีอยู่ตามธรรมชาติ แต่เป็นก๊าซที่เกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ เช่นเดียวกันกับก๊าซเพอร์ฟลูออโรคาร์บอน(PFCs)

นอกจากนี้ สาเหตุของภาวะโลกร้อนประการสำคัญเกิดจากเคมีภัณฑ์ที่นำมาใช้งาน อุตสาหกรรม อย่างสารกลุ่มคลอโรฟลูออโรคาร์บอน (Chlorofluorocarbons : CFC) นิยมใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น และเครื่องทำความเย็นอื่นๆ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมพลาสติก โฟม และกระป๋องสเปรย์

คลอโรฟลูออโรคาร์บอน หรือที่เรียกว่า ซีเอฟซี คือ สารประกอบมีเทน อีเทน หรือเอทิลีน ซึ่งอย่างน้อยจะต้องมีฟลูออรีนอยู่หนึ่งอะตอมต่อหนึ่งโมเลกุล เป็นสารที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นขึ้น มีคุณสมบัติเฉพาะตัว คือ เป็น สารที่สามารถคงอยู่ในบรรยากาศโดยไม่เสื่อมกลายเป็นเวลานานมากและทำลายโอโซน โดยเมื่อลอยขึ้นสู่บรรยากาศจะจับตัวกับออกซิเจนและโอโซน ทำให้สมดุลทางธรรมชาติในการผลิตโอโซนถูกทำลายลง ปริมาณโอโซนในชั้นบรรยากาศดังกล่าวจึงลดปริมาณลง ยังผลให้รังสีจากนอกโลกโดยเฉพาะรังสีอัลตราไวโอเล็ต(Ultraviolet) ผ่านเข้าสู่ชั้นบรรยากาศ และลงสู่พื้นโลกมากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ , 2537)

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม(2550) ได้ระบุว่าจากรายงานของคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Intergovernmental Panel on Climate Change : IPCC) ซึ่ง

เป็นหน่วยงานด้านวิชาการที่จัดตั้งขึ้น โดยโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environmental Programme : UNEP) ร่วมกับองค์การอุตุนิยมวิทยาโลก (World Meteorological Organization : WTO) เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ โดยเฉพาะ พบว่า การเปลี่ยนแปลงปริมาณก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศโลก อันเนื่องมาจากกิจกรรมของมนุษย์ได้ กลายมาเป็นสาเหตุสำคัญของการเกิดภาวะโลกร้อน (Global warming) เนื่องจากภายหลังการปฏิวัติ อุตสาหกรรมในประเทศตะวันตกในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 18 ได้ขยายตัวของเศรษฐกิจและ อุตสาหกรรม ทำให้มีการใช้พลังงานจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิลในปริมาณมาก ก่อให้เกิดการ ปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และก๊าซเรือนกระจกอื่นๆ เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากเกินกว่าที่ ธรรมชาติจะรักษาสมดุลได้ โดยปกติแล้วก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จะถูกดูดซับโดยป่าไม้และไฟโต แพลงตอนในมหาสมุทรตามธรรมชาติตามวัฏจักรคาร์บอน แต่การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ ที่ดิน โดยการเปลี่ยนพื้นที่ทำเกษตรกรรมและพื้นที่เพื่อการใช้งานประเภทอื่นๆ ได้ทำให้พื้นที่ป่าไม้ ซึ่งเป็นกลไกทางธรรมชาติ ที่ช่วยในการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จากชั้นบรรยากาศลด น้อยลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้กระบวนการย่อยสลายสารอินทรีย์ก็เป็นอีก สาเหตุหนึ่งของการ ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สำคัญ ได้แก่ การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งเกิดจากการย่อยสลาย ในสภาพที่มีออกซิเจน และก๊าซมีเทน ซึ่งเกิดจากการย่อยสลายในสภาพที่ไร้ออกซิเจน การเพิ่ม ของก๊าซเรือนกระจกดังกล่าวส่งผลให้ปริมาณของรังสีอินฟราเรดที่ถูกเก็บกักอยู่ในชั้นบรรยากาศ โลกเพิ่มขึ้น และทำให้อุณหภูมิเฉลี่ยของบรรยากาศและพื้นผิวโลก มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนก่อให้เกิดภาวะที่เรียกกันว่าภาวะโลกร้อน

การเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ โลก(Intergovernmental Panel on Climate Change-IPCC) ขององค์การสหประชาชาติ ได้รายงาน (ครั้งที่ 4) ว่า มนุษย์เป็นผู้ทำให้บรรยากาศของโลกมีก๊าซ เรือนกระจกเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และทำให้อุณหภูมิของ โลกเพิ่มขึ้น อย่างไม่เคยมีมาก่อน ธารน้ำแข็งและหิมะจะละลาย ระดับน้ำทะเลจะสูงขึ้น นอกจากนี้ พื้นผิวของ โลกร้อยละ 70 ซึ่งเป็นพื้นผิวน้ำ จะดูดซึมก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ทำให้น้ำในทะเลเป็นกรดมาก ขึ้น ทำให้แนวหินทางทะเลเสียไป จึงควรได้มีการเร่งวิจัยว่าเกิดอะไรขึ้น กับแนวหินทางทะเล เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ เมื่อก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ถูกน้ำทะเลดูดซึม จะทำให้ เกิดผล 2 ประการคือ (1) น้ำจะขยายตัว และ(2) จะมี drain pulverization มากขึ้น มีการระเหยเป็นไอ มากขึ้น และไอน้ำที่อยู่ในบรรยากาศมากมาย จะก่อให้เกิดพื้นดินที่มีฝนตกมากขึ้น โดยประเทศไทย จะเป็นบริเวณที่ได้รับผลกระทบดังกล่าว ดังนั้น หากจัดการไม่ดี จะทำให้เกิดน้ำท่วม ดินถล่ม และ ภัยธรรมชาติรุนแรงอื่นๆ ในบางพื้นที่ ดังเช่นที่เคยเกิดขึ้นในประเทศจีนและพม่า แต่หากจัดการ ได้ดี อาจทำให้สามารถเพิ่มผลิตภาพด้านการเกษตรของประเทศ

ผลการศึกษาโดยการจำลองสภาพภูมิอากาศของประเทศไทยในอนาคตภายใต้เงื่อนไขที่ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในบรรยากาศเพิ่มปริมาณสูงขึ้นบ่งชี้ว่า ทิศทางและแนวโน้มของการ

เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในประเทศไทยในอนาคตจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่มีฝนมากขึ้น ในเกือบทุกภาคของประเทศไทย ส่วนอุณหภูมิสูงสุดและต่ำสุดในประเทศไทยจะไม่เปลี่ยนแปลง ไปจากเดิมมากนัก อาจเพิ่มสูงขึ้นประมาณ 1-3 °C แต่พื้นที่ที่มีอากาศร้อนจะแผ่ขยายเป็นวงกว้างมากขึ้น และการเปลี่ยนแปลงในเชิงของอุณหภูมิที่สำคัญประการหนึ่งคือ จำนวนวันที่อากาศใน รอบปีจะลดลงอย่างเห็นได้ชัด และในทางกลับกัน จำนวนวันที่อากาศร้อนในรอบปีจะเพิ่มมากขึ้น เช่นกัน ซึ่งหากจะกล่าวในอีกนัยหนึ่งคือ แม้ว่าประเทศไทยโดยเฉลี่ยแล้วจะไม่ร้อนขึ้นมากนัก แต่ จะร้อนนานขึ้นกว่าเดิมมาก โดยที่ฤดูร้อนจะยาวขึ้นกว่าเดิมอย่างเห็นได้ชัด และฤดูหนาวในประเทศไทยจะหดสั้นลง โดยที่ปริมาณฝนรวมเพิ่มขึ้นเกือบทุกพื้นที่ อีกประเด็นหนึ่งที่มีความสำคัญ คือ ความแปรปรวนหรือความแตกต่างระหว่างฤดูคือฤดู หรือในระหว่างปีต่อปีอาจเพิ่มสูงขึ้นด้วย เช่นกัน(สำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานคร, 2550)

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเช่นนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความแปรปรวนของสภาพ ภูมิอากาศที่เพิ่มสูงขึ้นในอนาคต อาจจะทำให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับภัยพิบัติทางธรรมชาติที่ รุนแรงหรือบ่อยครั้งกว่าเดิม โดยเฉพาะปัญหาน้ำท่วมอันเนื่องมาจากปริมาณน้ำฝนที่เพิ่มสูงขึ้นใน อนาคต กรุงเทพมหานครซึ่งตั้งอยู่ในเขตปากแม่น้ำจึงมีความเสี่ยงที่จะ เกิดจากปริมาณน้ำที่เพิ่ม สูงขึ้นในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ประกอบกับลมในอ่าวไทย ภายใต้อิทธิพลของมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ที่มีกำลังมาแรงขึ้นในอนาคตจะหนุนให้น้ำทะเลสูงขึ้น ยิ่งจะทำให้กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นพื้นที่ที่มี ความลาดชันต่ำอีกทั้งมีระดับความสูงของพื้นที่ใกล้เคียง กับระดับน้ำทะเล ตกอยู่ในภาวะเสี่ยงมาก ขึ้น นอกจากนี้ อุณหภูมิที่เพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งระยะเวลาที่มีอากาศร้อนในรอบปีจะยืดยาวขึ้นกว่าเดิม ประกอบกับปริมาณฝนโดยเฉลี่ยจะเพิ่มสูงขึ้นเช่นกันนี้ อาจนำมาซึ่งปัญหาโรคระบาดซึ่งแพร่ ระบาดโดยแมลงและน้ำ เช่น โรคไข้เลือดออก โ รคฉี่หนู เป็นต้น ตลอดจนพายุฤดูร้อนและลม กรรโชกแรง ซึ่งจะคุกคามต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร นับแต่ ก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 มนุษย์ตระหนักได้ว่า ชีวิตกำลังดำเนินไปบนโลกที่ไม่เหมือนเดิม ภาวะโลกร ้อน ได้บั่นทอนความมั่นคงแห่งอนาคต ความมั่งคั่ง จากอุตสาหกรรม และเศรษฐกิจที่ขยายตัว ต่อเนื่อง นับตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 ไม่อาจยืนยันการมีชีวิตที่ดีได้อีกต่อไป องค์ความรู้ที่สั่งสมมาจาก ความพยายามทำความเข้าใจธรรมชาติ ตลอดระยะเวลากว่า 5,000 ปี อาจใช้ไม่ได้ผล

เนื่องจากโลกร้อนเป็นเรื่องกว้างและเกี่ยวข้องกับหลายศาสตร์หลายระบบ การมองประเด็น อุบัติใหม่ จึงต้องมองภาพกว้างให้ครอบคลุม และวางกำหนดประเด็นอย่างเป็นระบบ การปล่อยก๊าซ เรือนกระจกจากกิจกรรมของมนุษย์เป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการทำให้เกิดภาวะโลกร้อนและการ เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผลที่ตามมาคือการปรับตัวของระบบต่างๆ เช่น ด้านสังคม เศรษฐกิจ และทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การปรับตัวดังกล่าวส่งผลกระทบต่อทำให้มีการเปลี่ยนแปลง และตอบสนองภายในและระหว่างระบบต่างๆ และจะส่งผลย้อนกลับทั้งที่เป็นในทางบวกและลบ ต่อระบบสภาพภูมิอากาศเองและส่งผลให้เกิดอุบัติเหตุใหม่ๆ ตามมา เช่น อุณหภูมิ โลกที่สูงขึ้น

ส่งผลกระทบต่อระดับแรกต่อการละลายของน้ำแข็งที่ขั้วโลก และปริมาณฝนที่ตกผิดปกติ ผลกระทบที่เกิดขึ้นตามมา ได้แก่ ระดับน้ำทะเลสูงขึ้น อากาศแปรปรวน ฤดูกาลเปลี่ยนแปลง รวมทั้งน้ำท่วมและความแห้งแล้ง ทั้งหมดนี้ ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ทำให้เกษตรกรต้องมีการปรับระบบการปลูกพืช เพื่อให้สามารถคงการผลิตอาหารได้ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังส่งผลกระทบต่อด้านสังคม เช่น การปรับตัวของชุมชน และสุขภาพ ทั้งสองด้านนี้ ส่งผลกระทบซึ่งกันและกัน เช่น การเปลี่ยนแปลงของการเกษตรภายใต้ฤดูกาลที่เปลี่ยนไปย่อมส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่กับชุมชนเกษตรกรด้วย นอกจากนี้ ทั้งสองด้านยังเกี่ยวพันกับเศรษฐกิจด้วย ไม่ว่าจะเป็นการคิดกันทางการค้า หรือประเด็นใหม่ที่มาทับกับพิธีสารเกียวโต เช่น คาร์บอนเครดิต เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2551)

แนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อต้านภัยโลกร้อน

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) จนกลายเป็นวิกฤติภาวะโลกร้อน (Global Warming) เกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ทุกหมู่เหล่าเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากภาคอุตสาหกรรม การผลิต การคมนาคมขนส่ง การเกษตรและการป่าไม้รวมทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยว The International Panel on Climate Change (IPCC) ประมาณการว่า การปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สำคัญ เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ มีเทน จากแหล่งต่าง ๆ มีปริมาณรวมกันในโลกทั้งสิ้น 26,400 ล้านตันในปี ค.ศ. 2006 และคาดว่าวิกฤติภาวะโลกร้อนนี้จะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ หากทุกภาคส่วนต่างๆ ยังขาดมาตรการและการปฏิบัติเพื่อควบคุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีประสิทธิภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมาตลอดระยะเวลา 49 ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปกป้องรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ นับตั้งแต่องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (อสท.) ได้ก่อตั้งขึ้นในปี 2503 หรือที่ต่อมาได้ปรับเปลี่ยนเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในปัจจุบัน ได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศมาโดยตลอด ในปี 2520 ได้มีการกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) เป็นครั้งแรก เป็นผลให้เกิดรายได้หมุนเวียนต่อเนื่องยาวนานมีมูลค่านับแสนล้านบาทต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แต่ในการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กลับทำให้สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวและภาพพจน์ของการท่องเที่ยวถดถอยลง เพื่อป้องกันและบรรเทาปัญหาที่เกิดขึ้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วางกลยุทธ์ในการพัฒนาภายใต้แผนการดำเนินการที่ชัดเจนหลัก “พัฒนาคู่อนุรักษ์ พิทักษ์ท่องเที่ยวไทย” มีการจัดตั้งหน่วยงานระดับกอง ได้แก่ กองอนุรักษ์ เพื่อทำหน้าที่ในการส่งเสริมและผลักดันให้ทุกภาคส่วน ที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการลดปัญหา

ที่จะกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมุ่งบริหารจัดการให้ไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลจากการดำเนินงานส่งผลในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายใต้การส่งเสริมการท่องเที่ยวหลายประการ

ภาวะโลกร้อนแตกต่างไปจากวิกฤติสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เนื่องจากส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในทุกระนาบความสัมพันธ์ แต่ในขณะเดียวกัน กลับเป็นสิ่งที่เรารู้จักมันน้อยที่สุด ยิ่งติดตามศึกษา ยิ่งปรากฏความจริงเด่นชัดมากขึ้นว่าภาวะโลกร้อน มิใช่เพียงสถานการณ์ที่อุณหภูมิผิวโลกเพิ่มขึ้น 2-4 องศา ทำให้แผ่นน้ำแข็งขั้วโลก หรือธารน้ำแข็งละลาย น้ำทะเลเพิ่มสูงขึ้นจนท่วมเกาะปะการังเล็กๆ และพื้นที่ลุ่มต่ำในหลายประเทศเท่านั้น หากแต่ความจริง สิ่งที่น่าหวาดหวั่นที่สุดของภาวะโลกร้อน คือ ผลกระทบอันยุ่งเหยิงจากความแปรปรวนของสภาพดินฟ้าอากาศ ที่มนุษย์ไม่สามารถเข้าใจได้ทั้งหมด(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

นอกจากนี้ นานาชาติยังให้ความสนใจต่อการบรรเทาปัญหาโลกร้อนและเริ่มมีความพยายามที่จะมีมาตรการลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการเดินทาง โดยจะเก็บภาษีคาร์บอนจากสายการบินในบางประเทศในทวีปยุโรป เช่น ประเทศอังกฤษได้เพิ่ม Air Passenger Duty (APD) ในสนามบินอังกฤษทุกแห่งจาก 9.65 เหรียญสหรัฐฯ เป็น 19.30 เหรียญสหรัฐฯ ในเดือนกุมภาพันธ์ 2550 ซึ่งอาจมีผลต่อการเดินทางในระยะยาวและต่อทัศนคติของผู้บริโภคในระยะยาว(มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, 2550) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ กับเรื่องการบรรเทาความยากจน จะ คงเป็นปัญหาอยู่ท่ามกลางชุมชน ของโลก การท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญทั้ง สอง นั่นคือ ภาค รัฐบาล และภาค เอกชน ต้อง ให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นในปี จัย เหล่านี้ ในการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยว และภูมิอากาศ และกลยุทธ์การแก้ปัญหาความยากจน พวกเขาจะ พึ่งพากันและจะต้องดำเนินการในรูปแบบองค์รวม (Tourism Authority of Thailand, 2009)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งถูกมองว่าเป็นทั้งเหยื่อและผู้ก่อให้เกิดผลกระทบจำเป็นอยู่ ว่าจะต้องมีการปรับตัวให้ทันสภาพการณ์ และมีส่วนช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในฐานะหน่วยงานที่มีบทบาทด้านการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวของประเทศ ตระหนักถึงความสำคัญของผลกระทบจากวิกฤติภาวะโลกร้อน เช่นเดียวกับกระแสสังคมโลก จึงได้กำหนดโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อลดปัญหาจากภาวะโลกร้อน และเป็นการสร้างภาพลักษณ์หรือจุดยืนของประเทศไทยต่อชาวโลก โดยบูรณาการความร่วมมือและองค์ความรู้ต่างๆ จากทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อกำหนดบทบาทและแนวทางดำเนินการของแต่ละฝ่ายที่เหมาะสมสอดคล้องในการลดปัญหาจากภาวะโลกร้อนอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่อง 3 ปี โดยดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2551 และต่อเนื่องไปจนถึง 2553

โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้ส่งผลให้ภา ภาครัฐ และเอกชนจะได้ให้ความสำคัญ ในส่วนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำเสนอนโยบายด้านการวางแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี 2552-2553 และแนวโน้ม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคตไว้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ โดยเฉพาะกระแสการใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม จากกระแสการรณรงค์ลดสถานะโลกร้อน ทำให้สินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ลดการก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจก อาทิ การคมนาคมขนส่งที่ใช้พลังงานทางเลือก และสินค้าที่ช่วยดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ อาทิ กิจกรรมกิจกรรมการปลูกต้นไม้ จึงเป็นที่นิยม นอกจากนั้น จากกระแสทางลบที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งทำลายสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวในรูปแบบที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงชุมชน จึงกลายเป็นสินค้าที่อยู่ในความต้องการของนักท่องเที่ยว (อภกพล พฤกษ์วัน, 2552)

ในปี 2551 ททท. จึงได้จัดทำโครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขึ้น เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรับรู้ ตระหนักและปรับตัวต่อปัญหาภาวะโลกร้อน และได้มีส่วนร่วมส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเป็นการท่องเที่ยวที่ลดภาวะโลกร้อน นับเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจของประเทศ และสนองตอบต่อกระแสการท่องเที่ยวโลก อันจะนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์และจุดยืนของประเทศไทย และเป็นช่องทางทางการตลาดหรือเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวให้กับกลุ่ม นักท่องเที่ยวคุณภาพ ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทยในตลาดการท่องเที่ยวโลก พร้อมกันนี้ยังเป็นการดำเนินโครงการเพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการเทิดพระเกียรติและถวายเป็นราชสักการะแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เนื่องในวโรกาสทรงเจริญพระชนมพรรษา 84 พรรษา ในปี พ.ศ. 2554 ในฐานะทรงเป็นพระมหากษัตริย์ที่ริเริ่มและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและทรงเป็นนักพัฒนา ซึ่งได้พระราชทานปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” ถือเป็นแนวทางที่มุ่งเน้นความสมดุล และความยั่งยืน โดยเน้นหลักความพอประมาณและการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอที่จะต้านทานและลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ โดยจัดทำแนวทางในการดำเนินการในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมให้ผู้เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชนชุมชนและประชาชนทั่วไป ตลอดจนนักท่องเที่ยว เพื่อดำเนินโครงการดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรม

ซึ่งภายใต้โครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อมดังกล่าวได้กำหนดกรอบแนวความคิด 7 ประการ (7 Greens Concept) เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานในการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อม และการลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกของภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางการคิดที่สื่อถึงการท่องเที่ยวที่ใส่ใจหรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่เรียกว่า “แนวคิด 7 Greens” หรือ “7 Greens Concept” โดยประกอบด้วย

หัวใจสีเขียว (Green Heart) คือผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีทัศนคติ ความรู้สึกรักหวงแหน การรับรู้ และตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม และภัยคุกคามจากภาวะ

โลกร้อนที่มีต่อการท่องเที่ยว พร้อมมีการปฏิบัติเพื่อป้องกันรักษาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ด้วยความรู้ความเข้าใจและวิธีการที่ถูกต้องและเหมาะสม

แนวปฏิบัติที่ 1 สร้างการรับรู้ และความตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่นให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

แนวปฏิบัติที่ 2 สร้างการรับรู้ และความตระหนักเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก หรือภาวะโลกร้อนที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว และผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งการปรับตัวเพื่อรับมือกับภาวะโลกร้อน และแนวทางปฏิบัติช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกชนิดต่างๆ

แนวปฏิบัติที่ 3 ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแสดงออกถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น รวมทั้งการปรับตัวเพื่อรับมือกับภาวะโลกร้อน

แนวปฏิบัติที่ 4 ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการปฏิบัติที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกชนิดต่างๆ

รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) คือ วิธีการเดินทางและรูปแบบการให้บริการในระบบการคมนาคมหรือการขนส่งทางการท่องเที่ยวจากแหล่งพำนัก/อาศัยไปยัง แหล่งท่องเที่ยว ที่เน้นการประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม

แนวปฏิบัติที่ 1 รมรงค์ให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวจากที่พักอาศัยไปยังแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกซื้อหรือเลือกใช้ยานพาหนะที่ประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานทดแทน

แนวปฏิบัติที่ 2 รมรงค์ให้นักท่องเที่ยวปรับเปลี่ยนวิธีการเดินทาง และพฤติกรรมการใช้ยานพาหนะส่วนตัว จากที่พักอาศัยไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ช่วยประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการเปลี่ยนมาใช้พลังงานทดแทน

แนวปฏิบัติที่ 3 ผู้ประกอบการขนส่งทางการท่องเที่ยวทั้งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ รวมทั้ง Supply Chain ปรับเปลี่ยนวิถีดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสามารถลดการใช้พลังงานหรือใช้พลังงานทดแทน

แนวปฏิบัติที่ 4 รัฐให้การส่งเสริมแก่ผู้ประกอบการขนส่งทางการท่องเที่ยวทั้งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ รวมทั้ง Supply Chain ที่มีกิจการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และลดการใช้พลังงานหรือใช้พลังงานทดแทนในรูปของภาษีและแรงจูงใจอื่นๆ

แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการตามกรอบนโยบายและการดำเนินงานในทิศทางของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ให้

ความระมัดระวังหรือมีปณิธาน (Commitment) อย่างชัดเจนในการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อม และ
ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อย่างถูกวิธี

แนวปฏิบัติที่ 1 มีการพัฒนาหรือปรับปรุงระบบการบริหารจัดการแหล่งที่เป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อม และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

แนวปฏิบัติที่ 2 มีการปฏิบัติที่มุ่งเน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

แนวปฏิบัติที่ 3 มีการปฏิบัติที่มุ่งเน้นการรักษา มรดกทางวัฒนธรรม และสร้างผลกระทบที่
น้อยที่สุด

แนวปฏิบัติที่ 4 มีการปฏิบัติที่มุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้านสังคม และเศรษฐกิจแก่
ชุมชนโดยรอบ และเกิดผลกระทบทางลบน้อยที่สุด

กิจกรรมสีเขียว (Green Activity) คือ กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับ
คุณค่าของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลิน หรือ
สนุกสนานให้โอกาสในการเรียนรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวโดยส่งผลกระทบต่อ
ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

แนวปฏิบัติที่ 1 เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทจัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้อง
กลมกลืนกับคุณค่าและความโดดเด่นของทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อมมากที่สุด และสร้างผลกระทบ
ทางลบน้อยที่สุด

แนวปฏิบัติที่ 2 กิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดให้มีขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทให้
ประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ และ/หรือวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของ
ท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

แนวปฏิบัติที่ 3 บริษัทหรือผู้ประกอบการนำเที่ยว จัดรายการนำเที่ยวที่เป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อมและลดการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ หรือใช้พลังงานสะอาด

แนวปฏิบัติที่ 4 มัคคุเทศก์อาชีพและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ดำเนินกิจกรรมนำเที่ยวที่เป็นมิตร
กับสิ่งแวดล้อมและถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
ตามกรอบจรรยาบรรณได้อย่างสูงสุด

ชุมชนสีเขียว (Green Community) คือ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้งในเมืองและชนบท ที่มี
การบริหารจัดการการท่องเที่ยว วิถีชีวิตที่ยั่งยืน พร้อมมีการดำเนินงานที่เน้นการอนุรักษ์
สิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

แนวปฏิบัติที่ 1 มีการปรับปรุงหรือพัฒนาให้มีระบบการบริหารจัดการชุมชนที่เป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อม และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายใต้กรอบแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

แนวปฏิบัติที่ 2 มีการปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งภายในชุมชน และบริเวณโดยรอบ
รวมทั้งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

แนวปฏิบัติที่ 3 มีการปฏิบัติที่มุ่งเน้นการถ่ายทอด สืบสานและดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่น

แนวปฏิบัติที่ 4 มีการปฏิบัติที่มุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสภาพสังคม และเศรษฐกิจ ของชุมชนโดยรวม และก่อให้เกิดผลกระทบทางลบน้อยที่สุด

แนวปฏิบัติที่ 5 มีการต้อนรับและบริการต่างๆ แก่พนักงานที่เกี่ยวข้องที่ได้มาตรฐานและสะท้อน ถึงความเป็นไทยที่ดี

การบริการสีเขียว (Green Service) คือ รูปแบบการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวแขนง ต่างๆ ที่สร้างความประทับใจแก่พนักงานที่เกี่ยวข้อง ด้วยมาตรฐานคุณภาพที่ดี ควบคู่กับการมีปณิธาน และ การดำเนินการรักษาสีสิ่งแวดล้อม พร้อมช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากการให้บริการต่างๆ

แนวปฏิบัติที่ 1 ผู้ประกอบการที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวทุกแขนงมีการพัฒนาหรือ ปรับปรุงระบบการบริหารจัดการธุรกิจและการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และลดการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกชนิดต่างๆ

แนวปฏิบัติที่ 2 มีการปฏิบัติที่มุ่งเน้นการรักษาสิ่งแวดล้อมและลดการปล่อยก๊าซเรือน กระจกชนิดต่างๆ

แนวปฏิบัติที่ 3 ผู้ประกอบการที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวทุกแขนงมีการปฏิบัติที่ ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อมรดกทางวัฒนธรรมและสร้างผลกระทบน้อยที่สุด

แนวปฏิบัติที่ 4 ผู้ประกอบการที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวทุกแขนงมีการปฏิบัติที่ ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้านสังคม และเศรษฐกิจแก่ชุมชน โดยรอบและสร้างผลกระทบทางลบ น้อยที่สุด

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) คือ การแสดงออกของบุคคล กลุ่ม บุคคลและอง ค์กรในการสนับสนุนร่างกาย หรือสติปัญญา หรือบริจาคทุนทรัพย์ เพื่อร่วมมือ ดำเนินการ ในการปกป้องรักษาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมที่ช่วยลดภัย คุกคามอันเกิดจากภาวะโลกร้อน

แนวปฏิบัติที่ 1 บุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีส่วนร่วม หรือ สนับสนุนการรักษาหรือฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซ เรือนกระจก

แนวปฏิบัติที่ 2 จัดตั้งสำนักงาน “ภาคีสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว ” เพื่อเป็นศูนย์กลาง ประสานความร่วมมือ ระดมทุนทรัพย์ และรับรองมาตรฐานทางการท่องเที่ยว

แนวปฏิบัติที่ 3 ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยและค้นคว้าออกแบบสิ่งประดิษฐ์ ที่สามารถใช้สนับสนุนการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูหรือรักษาสีสิ่งแวดล้อม และลดการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกชนิดต่างๆ จากการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี ททท. มีความมั่นใจว่าทั้งโครงการที่ ททท. ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นโครงการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม และการสนับสนุนมูลนิธิโดยไม่เชิงพาณิชย์รองรับมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่ที่พักประเภทต่างๆ รวมทั้งสนับสนุนสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัยดำเนินโครงการ Cooperate Social Responsibility-Marketing Access Partnership (CSR-MAP) จะเป็นก้าวสำคัญในการผลักดันให้เกิดการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากมีการดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลง (MOUs) กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) และสถาบันการศึกษาให้เป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม โดยมีจุดมุ่งหมายที่เน้นความยั่งยืนของการท่องเที่ยวและการดำเนินกิจกรรมที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งในระยะสั้นและระยะยาวด้วยแล้ว โอกาสของความสำเร็จในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทยก็มีความเป็นไปได้สูง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ใน เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงบอเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์” ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก จะมีผลต่อพฤติกรรมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน การเปิดรับข่าวสารส่วนใหญ่ได้จากสื่อบุคคล เช่น ญาติ พี่น้อง เพื่อน หัวหน้าชุมชน และประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ต่ำ แต่มีความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับดี

ศกฉวรรณ พาเรือง (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบจากปัจจัยการใช้เวลาว่าง 6 กิจกรรมของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่าสามารถจัดองค์ประกอบได้ 2 องค์ประกอบ คือ กิจกรรมที่ต้องลงมือกระทำ (Active Activity) และกิจกรรมที่ไม่ต้องลงมือกระทำ (Passive Activity) ลักษณะปัจจัยทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษา คือ ตัวแปรชั้นปี, สาขาวิชา, ภูมิภาค และบุคคลที่พักอาศัยด้วย กิจกรรมที่ต้องลงมือกระทำ (Active Activity) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พฤติกรรมเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และความรู้ในประเด็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไม่พบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ศรีหญิง ศรีชชา (2544) ได้วิจัยเรื่อง “การเปิดรับ และการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา” ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า 1. นิสิตนักศึกษาที่กำลัง

ศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาสังคมศาสตร์ -มนุษยศาสตร์ 2. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ 3. นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน โดยเฉพาะด้านอุปกรณ์และสถานที่ใช้ นอกจากนี้ พบว่านิสิตนักศึกษาค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตโดยการ Search Engine มากกว่าการค้นหามาจากแหล่งข้อมูล (WWW) ซึ่งรูปแบบในการนำเสนอที่น่าสนใจเป็นเหตุผลสำคัญในการแสวงหาข่าวสาร และต้องการข้อมูลที่มีรายละเอียด มีภาพเหมือนจริงประกอบ และสามารถ Link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้ ปัญหาที่พบในการแสวงหาข่าวสารบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดเกี่ยวกับข้อมูล คือ ไม่มีการประชาสัมพันธ์แหล่งข้อมูลให้เป็นที่รู้จัก

สรินทร์นา เลิศกิตติอมรกุล (2546) ได้ทำการศึกษา “พฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ” ผลการศึกษาสรุปได้ว่ากิจกรรมหลักคือ การเที่ยวถ้ำและน้ำตก ในเดือนเมษายน และธันวาคม เป็นระยะเวลา 3 วัน โดยเฉลี่ยเดินทาง 2 ครั้ง ต่อปี ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,000-1,999 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางคือ คำชวนจากเพื่อน พบว่าประเภทของสถาบันการศึกษาและรายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาพบว่า ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวควรทำเป็นกลุ่มเพื่อลดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัว ควรให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น ข้อเสนอแนะในการศึกษาในครั้งต่อไปควรจะศึกษาถึงแนวทางในการจัดการทรัพยากรและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และทิศทางของความสัมพัทธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเชิงลึกต่อไป

อัศวิน แสงพิบูล (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ” การวิจัยครั้งนี้ เป็นการสำรวจความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชน 2) สำรวจทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ 3) สำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านต่างๆของเยาวชน ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ คือ เยาวชนไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อายุระหว่าง 11-25 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับอุดมศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ ข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (accidental sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (SPSS) สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติแบบที (t-test) การวิเคราะห์ ความแปรปรวน (F-test) และไค-

สแควร์ (Chi-Square test) จากการรวบรวมเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 404 คน ได้ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1)เยาวชนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง โดยเยาวชนในระดับอุดมศึกษามีค่าเฉลี่ยความรู้สูงสุด รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตามลำดับ ในส่วนของทัศนคติ พบว่า เยาวชนมี ทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเยาวชนในระดับอุดมศึกษามีค่าเฉลี่ยทัศนคติสูงสุด รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตามลำดับ สำหรับด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชน พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 66.0 เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในขณะที่ร้อยละ 34.0 ไม่เคยมีประสบการณ์ โดยมีสาเหตุหลักมาจาก เยาวชนไม่มีข้อมูลหรือไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2) เยาวชนที่มีอายุ เพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้และทัศนคติ ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

3) เยาวชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่แตกต่างกันในด้านการเลือกที่พักแรม การใช้จ่าย การเลือกช่วงเวลา และใช้เวลาในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับแนวทางในการส่งเสริมความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชน คือ องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลข่าวสาร หรือความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่เยาวชนให้มากขึ้น ให้เห็นความสำคัญและจุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งกระตุ้นและส่งเสริมให้เยาวชน มีส่วนร่วมในกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มากขึ้น โดยอาจพิจารณาเลือกใช้วิธีการดำเนินการ ให้เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของเยาวชนให้มากที่สุด

ปฐมพงษ์ ก๊อสดาร์ (2548) ได้ทำการศึกษา “ความต้องการ ความพึงพอใจและปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ด” ในด้านสถานที่ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวไทยที่เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบค่า t-test ผลการวิจัยพบว่า

- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีอายุระหว่าง 20-30 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท

- นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ต้องการสถานที่ที่สวยงาม ส่วนด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรมนักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกประเด็นและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยว

ต้องการเข้าร่วมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เจ็บตึก การดำเนินาคูปะการัง พายเรือแคนู จักรยานเสือภูเขา และกิจกรรมเดินชมธรรมชาติ ส่วนกิจกรรมที่ต้องการเข้าร่วมในระดับน้อย คือ วินเซิร์ฟ

- นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรม ในทุกประเด็น ส่วนความพึงพอใจที่ต้องการเข้าร่วมในระดับน้อย ได้แก่ จำนวนและความสะอาดของห้องน้ำ จำนวนที่รองรับขยะ ราคาค่าบริการและส่วนลด

- ปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบว่ามีปัญหาระดับมาก ได้แก่ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริหารจัดการทุกประเด็น และด้านสถานที่ ได้แก่ ความสกปรกและขาดความปลอดภัย ส่วนด้านอื่นๆ นักท่องเที่ยวพบว่ามีปัญหาน้อย

- นักท่องเที่ยวที่เพศและอาชีพต่างกัน มีความต้องการ ความพึงพอใจ และปัญหา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ยกเว้นความพึงพอใจและปัญหาด้านกิจกรรม เพศต่างกันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

พิมศิริ สมสกุล (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารและประสิทธิภาพของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาในส่วนของกระบวนการสื่อสารของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” พบว่า กลยุทธ์หลักคือ การใช้สื่อมวลชนประเภท สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางในการเผยแพร่โครงการรณรงค์ รองลงมาคือ สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจ ประเภทป้ายรณรงค์ต่างๆ แผ่นพับ โปสเตอร์ คอลัมน์เซ็นเตอร์ และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ สร้างความตระหนักและก่อให้เกิดพฤติกรรมนักรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สำหรับผลการศึกษาในส่วนของประสิทธิภาพโครงการรณรงค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์อยู่ในระดับต่ำ มีความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และมีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง

อภิศักดิ์ คู่กระสังข์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง “สภาพและปัญหาของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษาไทย ปี 2548” พบว่า สภาพของการเดินทางภายในประเทศระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน พบว่า มีความแตกต่างกัน ส่วนความแตกต่างของสภาพการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวนิสิตนักศึกษาระหว่างภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เหนือ ใต้ กลาง และตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า สภาพการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิตนักศึกษาในแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกัน และปัญหาของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิตนักศึกษาไทย ในปี 2548 พบว่า ห้องน้ำไม่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 17.3 ห้องน้ำในที่พักไม่สะอาด ร้อยละ 25.1 ของที่ระลึกมีราคาแพง ร้อยละ 27.1 อาหารไม่สะอาด ร้อยละ 30.8 สภาพยานพาหนะไม่ดี ร้อยละ 17.1 และเจ้าหน้าที่/พนักงานด้านการท่องเที่ยว พูดยาไม่สุภาพ ร้อยละ 17.7

วรินา สุนทรชัย (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้และพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสถานะโลกร้อน” ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเรื่องสถานะโลกร้อนมาก แต่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลางเท่า นั้น และคิดว่าการณรงค์ในปัจจุบันมีส่วนทำให้ใส่ใจเรื่องโลกร้อนมาก กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากว่าสินค้าและบริการควรปรับตัวให้มีส่วนช่วยลดโลกร้อนมากขึ้นและจะทำให้พิจารณาซื้อสินค้าเหล่านี้มากกว่าสินค้าอื่นทั่วไป โดยกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมต่างๆ ที่มีส่วนช่วยลดโลกร้อนอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ส่วนสิ่งที่ทำให้เกิดการรับรู้และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ โทรทัศน์ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการร่วมลดโลกร้อนนั้น เพศหญิงจะมีพฤติกรรมช่วยลดโลกร้อนมากกว่าเพศชาย และผู้ที่มีอายุเยอะกว่าจะมีพฤติกรรมช่วยลดโลกร้อนมากกว่า ส่วนอาชีพรายได้ การศึกษา และสถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการช่วยลดโลกร้อนอย่างมีนัยสำคัญ

จารุเนตร วิเศษสิงห์ (2551) ได้ทำศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของเยาวชนไทย” ผลการวิจัยพบว่า เยาวชนไทยที่ เพศ อาชีพ และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ .05 ยกเว้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งธรรมชาติ และกิจกรรมส่งเสริมทางประวัติศาสตร์และ /แหล่งโบราณคดี เพศแตกต่างกัน ซึ่งไม่มี แตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ .05

งานวิจัยต่างประเทศ

แฟลช (Flash, 1972) ได้ทำวิจัยเรื่อง “การสมัครใจเข้าร่วมนันทนาการของทหารผ่านศึกเวียดนามในโรงพยาบาลในเมืองวาโกและมลรัฐเท็กซัส” เพื่อการศึกษาความพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการของทหารผ่านศึกในเวียดนาม โดยส่งแบบสอบถามไปยังทหารผ่านศึกเวียดนาม อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 103 คน ผลวิจัยพบว่า ทหารมีความพอใจที่จะเลือกเล่นบิลเลียด ร้อยละ 32 ฟังเพลงยอดนิยมจากเทปบันทึกเสียงร้อยละ 22 ฟังรายการวิทยุร้อยละ 21 ท่องเที่ยวทางน้ำร้อยละ 19 เล่นโบว์ลิ่งร้อยละ 17 ว่ายน้ำร้อยละ 17 ยิงปืนยาวร้อยละ 16 ดูโทรทัศน์ร้อยละ 16 จัมน้ำร้อยละ 15 ยิงปืนร้อยละ 15 ฟังเพลงลูกทุ่งตะวันตกจากเทปบันทึกเสียงร้อยละ 14 ทำงานเกี่ยวกับเครื่องหนัง ร้อยละ 12 ร่วมสังสรรค์ ร้อยละ 12 เดินร่ำ ร้อยละ 12 เล่นเบสบอล ร้อยละ 11 เล่นซอฟบอล ร้อยละ 11 เล่นโดมิโน ร้อยละ 11 และทำการศึกษาถึงระดับครอบครัวพบว่า มีความสัมพันธ์กับการเลือกด้วย

รอสกี (Roski, 1989) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “กีฬาและสุขภาพที่เกี่ยวกับคุณค่าและผลย้อนกลับที่เกิดขึ้นในกิจกรรมการออกกำลังกายของเด็กวัยรุ่นในระหว่างเวลาว่าง” ผู้วิจัยได้ศึกษาสำรวจทางด้านกีฬาที่วัยรุ่น เด็กวัยรุ่นที่มีความคิดเห็นว่า การที่มีสุขภาพดีและสมรรถภาพทางกายที่ดีนั้น เป็นพวกที่เล่นกีฬา ความเปลี่ยนแปลงทางสุขภาพที่เกิดขึ้นจะลดลงโดยเกี่ยวข้องกับความตั้งใจที่จะ

เล่นกีฬาซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ตามลำดับคือ สมรรถภาพทางกายการเข้าร่วมกีฬาในฐานะต่างๆ บรรยากาศในครอบครัว ในชั้นเรียน และในการทำงานเป็นหมู่คณะ ผลการวิจัยทั้งหมดที่เกิดขึ้น คือ สาเหตุที่ชอบเล่นกีฬาของวัยรุ่นและกิจกรรมการออกกำลังกายที่ทำให้พอใจในเวลาว่าง

ไทเดสเวลล์ และฟอล์คเนอร์ (Tideeswell and Faulker, 1999) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ในรัฐควีนแลนด์ ประเทศออสเตรเลีย โดยการทำการศึกษาดังกล่าววิเคราะห์ค่าถดถอย (Regression Analysis) จากนักท่องเที่ยวจำนวน 2,280 คน พบว่า “ถ้านักท่องเที่ยวมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียมาก่อน และเคยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมากขึ้น”

แกรนด์ไฮ-อะโรรา และชอ (Grandhi-Aroara and Shaw, 2000) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การค้นหาความแปลกใหม่ และการเข้าร่วมซ้ำในกิจกรรมพิเศษของการท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจ ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ จัดขึ้นอย่างเป็นพิเศษ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะกลับไปเที่ยวซ้ำหรือกลับไปร่วมกิจกรรมนั้นๆ อีก

เบเกอร์ และครอมตัน (Baker and Crompton, 2000 : อ้างถึงในยูงทอง รวมสุข , 2549) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของสินค้าและบริการ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวพบว่า การจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ถ้ามีผลการปฏิบัติงานดี สินค้าและบริการมีคุณภาพจะมีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจและพฤติกรรมความตั้งใจในทางบวกสูง ทำให้รับรู้ได้ถึงผลของการเพิ่มความจงรักภักดีและการหวนกลับมาเที่ยวอีกในอนาคต การสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ทำให้เป็นที่จดจำ เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวมีความยินดีที่จะจ่ายมากขึ้น หากสินค้าหรือบริการมีราคาเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มผลกำไรให้กับการท่องเที่ยว ช่วยให้สถานที่ที่มีชื่อเสียงมากขึ้น เพิ่มความน่าดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวใหม่ และยังคงรักษานักท่องเที่ยวเก่าไว้ตลอดจนการบอกเล่าต่อกันในสิ่งที่ดี รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากสื่อต่าง ๆ ในการมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในนามของชุมชนจะได้รับการสนับสนุนขององค์กรต่างๆมากขึ้น

โคซาค (Kosak, 2001) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยว ชาวอังกฤษและชาวเยอรมันต่อแหล่งท่องเที่ยวในตุรกีเพื่อตรวจสอบว่าเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระดับความพึงพอใจหรือไม่ และได้พบว่านักท่องเที่ยวชาวอังกฤษมีระดับความพึงพอใจที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งสองชาติต่อแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับ

1. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวอันประกอบด้วยคุณภาพของการต้อนรับ และเอาใจใส่แขกผู้มาเยือน การบริการห้องพัก การบริการรถรับส่ง การบริการที่สนามบิน และการใช้ภาษาในการสื่อสารของพนักงานบริการ

2. ปัจจัยด้านคุณภาพสินค้าซึ่งประกอบด้วย ความสะอาดและคุณภาพของอุปกรณ์เครื่องใช้ อำนาจความสะดวก

3. ระดับของราคา



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิต นักศึกษาในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือ แบบสอบถาม สํารวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษ ในกรุงเทพมหานคร โดยมีการกำหนดแนวทางและขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษา รัฐบาลและเอกชนในกรุงเทพมหานครที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ โดยมีสถานภาพเป็นนิสิตศึกษา ในปีการศึกษา 2550 จำนวน 659,672 คน แบ่งเป็นเพศชาย 302,015 คน และเพศหญิง 357,657 คน(สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา , ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่าง

จากสูตรวิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรตามแนวคิดของทาโร ยามาเน่(Taro Yamane 1967 อ้างถึงในประคอง วรรณสุต, 2542)โดยกำหนดความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95 % และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 % จากสูตรการคำนวณดังนี้

สูตร

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

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

จำนวนประชากรนิสิตนักศึกษา ปี 2552 ของสถาบันอุดมศึกษา^๑รัฐบาล และเอกชนรวมกัน ในกรุงเทพมหานคร เท่ากับ 659,672 คน ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$n = \frac{659,672}{1 + 659,672 (0.05)^2}$$

$$n = 399.75$$

จากผลการคำนวณ ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 หน่วย ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นจำนวนทั้งสิ้น 450 หน่วย ซึ่งผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามากกว่าที่คำนวณไว้ เพื่อให้ ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด ความคลื่อนไหวไว้ไม่เกิน 0.05 และค่าสถิติที่ใกล้ค่าที่ควรจะได้จากประชากร

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือการสุ่มนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาปริญญาตรี ทั้งสถาบันอุดมศึกษา^๑รัฐบาลและเอกชน เพื่อที่จะสามารถตอบคำถามได้ตรงตามตัวแปรที่กำหนดไว้ พฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน(Multi-stage Sampling) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งพวก(Stratified Random Sampling) นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาในกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 46 แห่ง โดยการจำแนกเป็น 2 กลุ่มสถาบันสถาบันอุดมศึกษา^๑รัฐบาล และสถาบันอุดมศึกษาเอกชน คือ

กลุ่มที่ 1 สถาบันอุดมศึกษา^๑รัฐบาล ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 24 สถาบัน ดังนี้

-มหาวิทยาลัยของรัฐ เดิม ได้แก่

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
5. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
6. มหาวิทยาลัยศิลปากร
7. มหาวิทยาลัยมหิดล
8. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
9. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
10. สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน

11. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
12. มหาวิทยาลัยรามคำแหง

-มหาวิทยาลัยของรัฐ ใหม่ ได้แก่

1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ขุนารด
3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตอุเทนถวาย
4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข
จักรวรรดิ
6. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตเพาะช่าง
7. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
8. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
9. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
10. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
11. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
12. มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

กลุ่มที่ 2 สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 22 สถาบัน ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
2. มหาวิทยาลัยเกริก
3. มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
4. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
5. มหาวิทยาลัยธนบุรี
6. มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
7. มหาวิทยาลัยสยาม
8. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
9. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
10. มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
11. มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
12. มหาวิทยาลัยศรีปทุม

13. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
14. วิทยาลัยเซนต์หลุยส์
15. วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
16. วิทยาลัยดุสิตธานี
17. วิทยาลัยทองสุข
18. วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม
19. วิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
20. วิทยาลัยมิชชัน
21. วิทยาลัยรัชต์ภาคย์
22. สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2552.

2. เลือกสถาบันอุดมศึกษา จากทั้งหมด 2 กลุ่ม โดยใช้แผนการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มธรรมดา(Simple Random Sampling) ด้วยวิธีจับฉลากเลือกกลุ่มตัวอย่าง จากตัวแทนของสถาบันต่างๆ ทั้ง จากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล จำนวน 24 สถาบัน ได้กลุ่มตัวอย่าง 8 สถาบันและสถาบันอุดมศึกษาของเอกชน จำนวน 22 สถาบัน ได้กลุ่มตัวอย่าง 7 สถาบัน กระจายสัดส่วน ในมหาวิทยาลัยอย่างละเท่าๆกัน เพื่อสามารถเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานครได้ โดยได้ตัวแทนกลุ่มประชากร ดังนี้

กลุ่มที่ 1 สถาบันอุดมศึกษารัฐบาล ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 24 สถาบัน สามารถสุ่มตัวแทนได้ทั้งหมด 8 สถาบัน

มหาวิทยาลัยในสังกัดของรัฐ จำนวน 8 สถาบัน คือ

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
3. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
4. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
6. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตอุเทนถวาย
7. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

8. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กลุ่มที่ 2 สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 22 สถาบัน สามารถสุ่มตัวแทนได้ทั้งหมด 7 สถาบัน

1. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
2. มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
3. มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
4. มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
5. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
6. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
7. มหาวิทยาลัยศรีปทุม

3. ใช้วิธีสุ่มแบบกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน (Quota Sampling) โดยแบ่งตามมหาวิทยาลัย ดังต่อไปนี้

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
2. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
3. มหาวิทยาลัยรามคำแหง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
4. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
6. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตอุเทนถวาย	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
7. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
8. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
9. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
10. มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
11. มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
12. มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
13. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
14. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน
15. มหาวิทยาลัยศรีปทุม	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	30	คน

รวมกลุ่มตัวอย่าง 450 คน

4. เก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 แห่ง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก(Convenience Sampling Method) โดยเก็บข้อมูลยังสถานที่ที่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างอยู่อย่างหนาแน่น เช่น โรงอาหาร ลานกิจกรรม ชุมชมรม ที่นั่งอ่านหนังสือ เป็นต้น

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้มีวิธีการสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ภาวะโลกร้อน การท่องเที่ยว แนวคิดด้านภัยโลกร้อน ข้อมูลทั่วไป ภาวะโลกร้อน และนิสิตนักศึกษาสถาบันของรัฐ และเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อสร้างแบบสอบถาม การทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยทำการ ทดสอบหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 4 ท่าน ประกอบด้วย นักวิชาการ 3 ท่าน, เจ้าหน้าที่สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย 1 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้เพื่อขอคำแนะนำและนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม และครอบคลุมเนื้อหาที่วิจัย

3. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้ค่าแอลฟา ในการทดสอบความเชื่อถือของแบบสอบถามก่อนที่จะมีการเก็บข้อมูลจริง โดยนำไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคุณสมบัติ ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยให้ทดลองตอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามในแต่ละข้อ แต่ละตอนของแบบสอบถามสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการ และคำถามที่ใช้เหมาะสมหรือไม่ มีความยาก หรือง่าย ต่อความเข้าใจเพียงใด แล้วนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความเชื่อถือ (Reliability) โดยการทดสอบ จากโปรแกรมสำเร็จรูปทางเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) ซึ่งค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเท่ากับ 0.974 ดังนั้น จึงใช้แบบสอบถามนี้ในการวิจัยต่อไป

4. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้ชัดเจน ตลอดจนรูปแบบการจัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อให้เหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามโครงการ อนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ข้อคำถามในแบบสอบถามมี ทั้งชนิดเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และแบบปลายเปิด (Open Ended) โดยออกแบบเนื้อหาของแบบสอบถาม แบ่งออก 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

1. จังหวัดที่เป็นภูมิลำเนา
2. เพศ
3. การศึกษา
4. สาขาวิชา
5. มหาวิทยาลัย
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
7. แหล่งรายได้ต่อเดือน
8. ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
9. ความถี่ในการท่องเที่ยว
10. ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) แบ่งเป็น 7 ตอน ได้แก่

1. หัวใจสีเขียว(Green Heart)
2. รูปแบบการเดินทางสีเขียว(Green Logistics)
3. แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว(Green Attraction)
4. กิจกรรมสีเขียว(Green Activity)
5. ชุมชนสีเขียว(Green Community)
6. การบริการสีเขียว(Green Service)
7. ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม(Green Plus)

โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบให้เลือกตอบ คือ มากที่สุด , มาก, น้อย, น้อยที่สุด ที่ บอกระดับแรงจูงใจมากน้อย 4 ระดับ (Likert Scale) การให้คะแนนในข้อความเป็น 4,3,2,1

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้าน ภัยโลกร้อนของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด(Open end)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวม ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ ดำเนินตามขั้นตอนและ รายละเอียดดังต่อไปนี้

แบบสอบถาม

1. วางแผนการดำเนินงานเก็บข้อมูล กำหนดวันเดินทาง
 2. ทำการเก็บข้อมูลโดยการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง บริเวณมหาวิทยาลัยทั้งสถาบันรัฐ และเอกชนเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครทั้ง 15 แห่ง โดยเฉลี่ยจำนวนกลุ่มตัวอย่างสถาบันละ 30 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 450 คน ได้แก่

- 2.1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2.2 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
- 2.3 มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- 2.4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
- 2.5 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- 2.6 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตอุเทนถวาย
- 2.7 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- 2.8 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- 2.9 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- 2.10 มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- 2.11 มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
- 2.12 มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
- 2.13 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- 2.14 มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- 2.15 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

โดยเดินแจกแบบสอบถามแก่ นิสิตนักศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านและตอบ แบบสอบถามด้วยตนเอง และผู้วิจัยจะเก็บแบบสอบถามหลังจาก นิสิตนักศึกษา ได้ตอบ แบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว

3. ช่วงระยะเวลาเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 โดยเก็บข้อมูลยังสถานที่ที่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างอยู่อย่างหนาแน่น เช่น โรงอาหาร ลานกิจกรรม ชุมชมรม ที่นั่งอ่านหนังสือ เป็นต้น

4. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และนำ ข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รับรวบรวมได้ทั้งหมด ผู้วิจัยนำมาตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนสมบูรณ์ และนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) โดยทำการวิเคราะห์แบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ เป็นส่วนๆตามแบบสอบถาม ดังนี้

1. ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ จังหวัดที่เป็นภูมิลำเนา เพศ การศึกษา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แหล่งรายได้ต่อเดือน ข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว และลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปตารางและความเรียง

2. ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของ พฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ โดยการหาการแจกแจงความถี่ (Frequency) การหาร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และการลำดับความสำคัญของปัจจัยจากค่าคะแนนเฉลี่ย นำเสนอในรูปตารางและความเรียง

3. เปรียบเทียบความแตกต่าง ของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากแบบสอบถามที่เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำแนกตามลักษณะประชากร และจำแนกตามสถาบันอุดมศึกษารัฐบาลกับเอกชน ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าที (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of variance: ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe method) จะกำหนดค่าตอบจัดระดับความสำคัญไว้ 4 ระดับๆ ช่วงละเท่าๆกัน โดยความกว้างของแต่ละช่วง โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale ดังนี้

มากที่สุด	ให้เท่ากับระดับ 4 คะแนน
มาก	ให้เท่ากับระดับ 3 คะแนน
น้อย	ให้เท่ากับระดับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้เท่ากับระดับ 1 คะแนน

จากการแบ่งระดับเป็น 4 ระดับ สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยการกำหนดอันตรภาคชั้น (ยุทธ ไทยวรรณ, 2545) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรายภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{4-1}{4} \\
 &= 0.75
 \end{aligned}$$

ดังนั้น สามารถกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมได้ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
1.00-1.75 หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านภัยโลกร้อนน้อยที่สุด
1.76-2.25 หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านภัยโลกร้อนน้อย
2.26-3.25 หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านภัยโลกร้อนมาก
3.26-4.00 หมายถึง	มีระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้านภัยโลกร้อนมากที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร ” ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนิสิตนักศึกษา

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7 Greens Concept) เปรียบเทียบลักษณะประชากรของนิสิตนักศึกษา

ผลการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ทางสถิติผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล นำมาเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 1-9

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนิสิตนักศึกษา

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	172	38.22
ต่างจังหวัด	278	61.78
รวม	450	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงว่า นิสิตนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 61.78 และมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 38.22

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	197	43.78
หญิง	253	56.22
รวม	450	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงว่า นิสิตนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 56.22 และเป็นเพศชาย จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 43.78

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามการศึกษาในชั้นปี

ชั้นปี	จำนวน	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 1	89	19.78
ชั้นปีที่ 2	118	26.22
ชั้นปีที่ 3	116	25.78
ชั้นปีที่ 4	127	28.22
รวม	450	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงว่า นิสิตนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ชั้นปีที่ 4 จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 28.22 รองลงมาอยู่ชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 118 และ 116 คน คิดเป็นร้อยละ 26.22 และ 25.78 ตามลำดับ และมีจำนวนน้อยที่สุดคือ นิสิตนักศึกษาที่อยู่ชั้นปีที่ 1 จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 19.78

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัย	จำนวน	ร้อยละ
เอกชน	211	46.89
รัฐบาล	239	53.11
รวม	450	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงว่า นิสิต นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยรัฐบาล จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 53.11 และศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 46.89

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ไม่รวมค่าที่พัก)

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2,000 บาท	30	6.67
2,001- 5,000 บาท	175	38.89
5,001-8,000 บาท	122	27.11
8,001-11,000 บาท	66	14.67
11,001-14,000 บาท	36	8.00
มากกว่า 14,000 บาท	21	4.67
รวม	450	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงว่า นิสิตนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 2,001- 5,000 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 5,001-8,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 27.11 และมีจำนวนน้อยที่สุดคือ นิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 2,000 บาท และมากกว่า 14,000 บาท ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกันคือ จำนวน 30 และ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และ 4.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามการได้รับรายได้ต่อเดือน

ได้รับรายได้ต่อเดือนมาจาก	จำนวน	ร้อยละ
พ่อแม่/ผู้ปกครอง	377	83.78
ทำงานเอง	57	12.67
เงินกู้	16	3.56
รวม	450	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงว่า นิสิตนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีได้รับรายได้ต่อเดือนจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง จำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 83.78 รองลงมา มีได้รับรายได้ต่อเดือนจากการทำงานเอง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 และมีจำนวนน้อยที่สุดคือ นิสิตนักศึกษาที่ได้รับรายได้ต่อเดือนจากเงินกู้ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.56

ตารางที่ 7 จำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

รับข้อมูลจาก	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ญาติ	234	23.83
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว	232	23.63
โทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต	375	38.19
บริษัททัวร์	31	3.16
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	99	10.08
อื่น ๆ	11	1.12
รวม	982	100.00

*เป็นคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 7 แสดงว่า นิสิตนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้รับข้อมูลจากโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 38.19 รองลงมาคือเพื่อน/ญาติ และหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 234 และ 232 คน คิดเป็นร้อยละ 23.83 และ 23.63 ตามลำดับ และมีจำนวนน้อยที่สุดคือ นิสิตนักศึกษาที่ได้รับข้อมูลอื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.12

ตารางที่ 8 จำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยว

ความถี่ในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ครั้ง/ปี	329	73.11
6-10 ครั้ง/ปี	71	15.78
11-15 ครั้ง/ปี	22	4.89
มากกว่า 15 ครั้ง/ปี	28	6.22
รวม	450	100.00

จากตารางที่ 8 แสดงว่า นิสิตนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ท่องเที่ยว 1-5 ครั้ง/ปี จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 73.11 รองลงมา 6-10 ครั้ง/ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 15.78 และมีจำนวนน้อยที่สุดคือ นิสิตนักศึกษาที่ท่องเที่ยวมากกว่า 15 ครั้ง/ปี และ 11-15 ครั้ง/ปี ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 28 และ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.22 และ 4.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว

ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เที่ยวเอง	173	19.91
เพื่อน/ญาติ	303	34.87
ครอบครัว	309	35.56
กิจกรรมของชมรมเชิงอนุรักษ์กับสิ่งแวดล้อม	48	5.52
บริษัททัวร์	24	2.76
อื่น ๆ	12	1.38
รวม	869	100.00

*เป็นคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 แสดงว่า นิสิตนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว และเพื่อน/ญาติ ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 309 และ 303 คน คิดเป็นร้อยละ 35.56 และ 34.87 ตามลำดับ รองลงมาคือ เที่ยวเอง จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 19.91 และมีจำนวนน้อยที่สุดคือ นักศึกษาที่เดินทางท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 1.38

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิด
ด้านภัยโลกร้อน(7 Greens Concept)

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัย
โลกร้อน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของ
ข้อมูลเป็นรายชื่อ ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 10-17

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7 Greens Concept)	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. หัวใจสีเขียว (Green Heart)	2.83	0.39	มาก
2. รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics)	2.62	0.47	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction)	3.05	0.46	มาก
4. กิจกรรมสีเขียว (Green Activity)	2.90	0.48	มาก
5. ชุมชนสีเขียว (Green Community)	2.82	0.45	มาก
6. การบริการสีเขียว (Green Service)	2.80	0.50	มาก
7. ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus)	2.56	0.56	มาก
รวม	2.80	0.33	มาก

จากตารางที่ 10 แสดงว่า นิสิตนักศึกษา มีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมกา
รท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.80$) เมื่อพิจารณาเป็น
รายด้านแล้ว พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านหัวใจสีเขียว (Green Heart)

ด้านหัวใจสีเขียว (Green Heart)	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. หาข้อมูลก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว เช่น อ่านคู่มือท่องเที่ยว ค้นหาทางสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น	2.84	0.75	มาก
2. ได้รับผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่น น้ำเน่าเสีย ขยะ ภาวะมลพิษ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น	2.63	0.69	มาก
3. สามารถอธิบายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก หรือภาวะโลกร้อนที่มีต่อการท่องเที่ยว	2.68	0.64	มาก
4. เตรียมพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว โดยปฏิบัติตัวก่อนการเดินทางจนกระทั่งสิ้นสุดการเดินทางที่ลดภาวะโลกร้อน เช่น การลดใช้ถุงพลาสติก การนำสัมภาระการเดินทางเฉพาะสิ่งที่จำเป็น เป็นต้น	2.79	0.67	มาก
5. เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความเชื่อของท้องถิ่นที่มีต่อสิ่งแวดล้อม	3.23	0.63	มาก
รวม	2.83	0.39	มาก

จากตารางที่ 11 แสดงว่า นิสิตนักศึกษามีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านหัวใจสีเขียว (Green Heart) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.83$) และทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics)

ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics)	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. เลือกใช้บริการรถสาธารณะแทนการใช้รถส่วนตัวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	2.53	0.91	มาก
2. เลือกเดินทาง โดยใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวจากรายการนำเที่ยวที่ช่วยลดภาวะโลกร้อน	2.11	0.83	น้อย
3. เลือกใช้ยานพาหนะที่ประหยัดพลังงาน และช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์	2.60	0.76	มาก
4. หลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว	2.87	0.81	มาก
5. หลีกเลี่ยงการเดินทางไปกลับระหว่างที่พักอาศัยกับแหล่งท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่มีการจราจรติดขัด	3.00	0.69	มาก
รวม	2.62	0.47	มาก

จากตารางที่ 12 แสดงว่า นิสิตนักศึกษามีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.62$) โดยความคิดเห็น ในเรื่องหลีกเลี่ยงการเดินทางไปกลับระหว่างที่พักอาศัยกับแหล่งท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่มีการจราจรติดขัด, หลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ,เลือกใช้ยานพาหนะที่ประหยัดพลังงาน และช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนได ออกไซด์, และเลือกใช้บริการรถสาธารณะแทนการใช้รถส่วนตัวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.00$, $\bar{X} = 2.87$, $\bar{X} = 2.60$ และ $\bar{X} = 2.53$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว
(Green Attraction)

ด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction)	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด	3.15	0.61	มาก
2. ทิ้งขยะตามประเภทในที่จัดให้ และนำขยะ ออกจากแหล่งท่องเที่ยวทุกครั้ง	3.16	0.70	มาก
3. เลือกเดินตามเส้นทางที่จัดให้ ไม่เดินลัด หรือเดินออกนอกเส้นทางที่กำหนดไว้ใน แหล่งท่องเที่ยว	3.02	0.66	มาก
4. มีส่วนช่วยแนะนำผู้อื่น และคอยดูแลมิให้ ทำลายแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม	2.64	0.74	มาก
5. ไม่ซื้อชิ้นส่วนของสัตว์หรือโบราณวัตถุ หรือสินค้าที่ทำมาจากสัตว์ หรือพืชหายาก หรือกำลังสูญพันธุ์ต่างๆ ที่นำมาจากแหล่ง ท่องเที่ยวหรือแหล่งอื่นๆ	3.29	0.85	มากที่สุด
รวม	3.05	0.46	มาก

จากตารางที่ 13 แสดงว่า นิสิตนักศึกษา มีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมกา
รท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) ภาพรวม
อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.05$) โดยความคิดเห็นในเรื่อง ไม่ซื้อชิ้นส่วนของสัตว์หรือโบราณวัตถุ
หรือสินค้าที่ทำมาจากสัตว์ หรือพืชหายาก หรือกำลังสูญพันธุ์ต่างๆ ที่นำมาจากแหล่งท่องเที่ยว
หรือแหล่งอื่นๆใด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 3.29$)

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านกิจกรรมสีเขียว (Green
Activity)

ด้านกิจกรรมสีเขียว (Green Activity)	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับ คุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว และ กิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก น้อยที่สุด	2.61	0.74	มาก
2. เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ให้ ประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับ ทรัพยากรธรรมชาติ และ/หรือวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่นแก่ นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด	2.59	0.74	มาก
3. ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ขณะประกอบ กิจกรรม เช่น ไม่เดินลัดเส้นทาง ไม่เก็บ กล้วยไม้หรือถอนลูกไม้ ไม่ขีดเขียนหรือ แกะสลักพันสีตามหินผา และต้นไม้ เป็น ต้น	3.16	0.68	มาก
4. ปฏิบัติตามป้ายให้ความรู้อย่างเคร่งครัด ใน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่ง ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี หรือชุมชน	3.22	0.65	มาก
5. เข้าร่วมกิจกรรมที่เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ ที่รองรับได้ในแหล่งท่องเที่ยว หรือรับฟัง ข้อควรปฏิบัติ และไม่ควรปฏิบัติจาก เจ้าหน้าที่ก่อน ระหว่างและหลังการดำเนิน กิจกรรม	2.95	0.68	มาก
รวม	2.90	0.48	มาก

จากตารางที่ 14 แสดงว่า นิสิตนักศึกษา มีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านกิจกรรมสีเขียว (Green Activity) ภาพรวม อยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X} = 2.90$) และทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้าน ชุมชนสีเขียว (Green Community)

ด้านชุมชนสีเขียว (Green Community)	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. บอกได้ว่าชุมชนมีวิถีวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด	2.63	0.59	มาก
2. เลือกใช้วัสดุเศษที่ทิ้งอื่นที่ให้ข้อมูลอย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริง	2.54	0.78	มาก
3. ปฏิบัติตามกฎหมาย หรือข้อบังคับต่างๆ ของชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด	3.03	0.63	มาก
4. เลือกชุมชนที่มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	2.90	0.65	มาก
5. เลือกซื้อวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชน และสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สินค้าหัตถกรรม สินค้าของที่ระลึก เป็นต้น	3.00	0.67	มาก
รวม	2.82	0.45	มาก

จากตารางที่ 15 แสดงว่า นิสิตนักศึกษา มีระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้าน ภัยโลกร้อน ด้านชุมชนสีเขียว (Green Community) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.82$) และทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านการบริการสีเขียว (Green Service)

ด้าน การบริการสีเขียว (Green Service)	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. เลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีนโยบาย และการ ดำเนินงานเพื่อลดภาวะโลกร้อน หรือปล่อย ก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุด	2.77	0.67	มาก
2. เลือกใช้บริการจากธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆที่มี แนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่ง ท่องเที่ยว เช่น Clean Food Good Taste , นโยบายประหยัดน้ำ,พลังงาน เป็นต้น	2.84	0.64	มาก
3. เลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ที่มีมาตรฐาน และ จรรยาบรรณในการส่งเสริมอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญในเรื่องการ อนุรักษ์ และช่วยลดภาวะโลกร้อน	2.72	0.71	มาก
4. เลือกบริการท่องเที่ยวที่ได้มีส่วนร่วมใน กิจกรรมทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ วิถีชีวิตของคนท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด	2.85	0.72	มาก
5. เลือกการบริการจากสถานประกอบการที่ ได้รับมาตรฐานสิ่งแวดล้อม โดยมีสิ่งสร้าง ความเชื่อมั่นต่างๆ เช่น รางวัลอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวไทย เกียรติบัตรความเป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม เป็นต้น	2.81	0.69	มาก
รวม	2.80	0.50	มาก

จากตารางที่ 16 แสดงว่า นิสิตนักศึกษา มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้าน การบริการสีเขียว (Green Service) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.80$) และทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ในด้านความรับผิดชอบต่อ
ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม(Green Plus)

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม(Green Plus)	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. อาสาสมัครเข้าดำเนินกิจกรรมหรือ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการรักษาหรือฟื้นฟู สิ่งแวดล้อมและการลดการลดภาวะ โลกร ร้อนในแหล่งท่องเที่ยว	2.42	0.69	มาก
2. สนับสนุนให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็น กิจกรรมพิเศษ ที่ช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่นที่ ด้อยโอกาส หรืออยู่ในเขตทุรกันดาร หรือ ที่ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำ ท่วม แห้งแล้ง ไฟไหม้ เป็นต้น	2.76	0.74	มาก
3. เข้ารับการอบรม หรือเข้าร่วมสัมมนาด้าน การท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ในการฟื้นฟูหรือ รักษาสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงวิธีการลด ภาวะโลกร้อน	2.40	0.79	มาก
4. มีส่วนร่วมในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม โครงการ หรือการดำเนินงานด้าน การท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการลด ภาวะโลกร้อน ไปสู่สังคมต่างๆ ทั้งใน มหาวิทยาลัย และภายนอกมหาวิทยาลัย	2.46	0.78	มาก
5. ปฏิบัติการในการช่วยเหลือสังคมและ สิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซ เรือนกระจกด้วยการแนะนำนักท่องเที่ยวที่ มีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสม	2.73	0.77	มาก
รวม	2.56	0.56	มาก

จากตารางที่ 17 แสดงว่า นักศึกษามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus)
ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.56$) และทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวตามแนวคิด
ด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) เปรียบเทียบลักษณะประชากรของนิสิตนักศึกษา
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัย
โลกร้อน เปรียบเทียบลักษณะประชากรของนิสิตนักศึกษา ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์
ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูลเป็นรายชื่อ ปรากฏผลวิเคราะห์
ข้อมูลดังตารางที่ 18-32

ตารางที่ 18 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกร
ท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา
จำแนกตามเพศ ด้วยค่า “ที” (T-test)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ พฤติกรรมกรท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน	ชาย		หญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. หัวใจสีเขียว (Green Heart)	2.77	0.40	2.88	0.37	-3.282	0.001*
2. รูปแบบการเดินทางสีเขียว(Green Logistics)	2.59	0.47	2.64	0.46	-1.210	0.227
3. แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction)	2.98	0.48	3.11	0.44	-2.759	0.006*
4. กิจกรรมสีเขียว (Green Activity)	2.86	0.49	2.94	0.48	-1.589	0.113
5. ชุมชนสีเขียว (Green Community)	2.76	0.47	2.86	0.42	-2.315	0.021*
6. การบริการสีเขียว (Green Service)	2.73	0.52	2.85	0.49	-2.477	0.014*
7. ความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (Green Plus)	2.55	0.55	2.56	0.57	-0.240	0.810
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.75	0.35	2.83	0.31	-2.687	0.008*

* $p < 0.05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 18 แสดงว่า การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับ
ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิต
นักศึกษา จำแนกตามเพศ พบว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมี ระดับความ
คิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในภาพรวม
ด้านหัวใจสีเขียว(Green Heart), ด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว(Green Attraction), ด้านชุมชนสีเขียว
(Green Community) และด้านการบริการสีเขียว(Green Service) แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี ด้วยค่า “เอฟ” (F-test)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวตาม แนวคิดด้านภัยโลกร้อน	ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4		F	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. หัวใจสีเขียว (Green Heart)	2.84	0.41	2.76	0.34	2.92	0.42	2.81	0.37	3.855	0.010*
2. รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics)	2.73	0.53	2.57	0.44	2.64	0.44	2.57	0.46	2.771	0.041*
3. แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction)	3.08	0.50	2.96	0.53	3.12	0.43	3.06	0.39	2.438	0.064
4. กิจกรรมสีเขียว (Green Activity)	2.95	0.52	2.86	0.49	2.99	0.46	2.84	0.47	2.577	0.053
5. ชุมชนสีเขียว (Green Community)	2.86	0.42	2.75	0.46	2.92	0.45	2.76	0.43	3.609	0.013*
6. การบริการสีเขียว (Green Service)	2.93	0.49	2.71	0.56	2.85	0.45	2.74	0.49	4.389	0.005*
7. ความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (Green Plus)	2.62	0.57	2.57	0.57	2.62	0.55	2.43	0.54	3.124	0.026*
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.86	0.35	2.74	0.33	2.87	0.31	2.74	0.31	5.095	0.002*

* $p < 0.05$ ($F_{3,446; .95} = 2.60$)

จากตารางที่ 19 แสดงว่า การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตาม ชั้นปี พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับชั้นปีต่างกัน มี ระดับความ คิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) โดยภาพรวมด้านหัวใจสีเขียว (Green Heart), ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics), ด้านชุมชนสีเขียว (Green Community), ด้านการบริการสีเขียว (Green Service) และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ่ แสดงผลดังตารางที่ 20 - 25

ตารางที่ 20 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในภาพรวม ของ นิสิตนักศึกษาจำแนกตามชั้นปี

ชั้นปี	\bar{X}	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
ชั้นปีที่ 1	2.86	-	0.12*	0.01	0.12*
ชั้นปีที่ 2	2.74		-	0.13*	0.00
ชั้นปีที่ 3	2.87			-	0.13*
ชั้นปีที่ 4	2.74				-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 20 แสดงว่า ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) โดยภาพรวมของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี พบว่า นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 1 แตกต่างกับนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 2 แตกต่างกับนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 3

ตารางที่ 21 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านหัวใจสีเขียว (Green Heart) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี

ชั้นปี	\bar{X}	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
ชั้นปีที่ 1	2.84	-	0.08	0.08	0.03
ชั้นปีที่ 2	2.76		-	0.16*	0.05
ชั้นปีที่ 3	2.92			-	0.11
ชั้นปีที่ 4	2.81				-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 21 แสดงว่า ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านหัวใจสีเขียว (Green Heart) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี พบว่า นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีความแตกต่างกับนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 3

ตารางที่ 22 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี

ชั้นปี	\bar{X}	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
ชั้นปีที่ 1	2.73	-	0.16*	0.09	0.16*
ชั้นปีที่ 2	2.57		-	0.07	0.00
ชั้นปีที่ 3	2.64			-	0.07
ชั้นปีที่ 4	2.57				-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 22 แสดงว่า ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี พบว่า นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 1 แตกต่างกับนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 4

ตารางที่ 23 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านชุมชนสีเขียว (Green Community) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี

ชั้นปี	\bar{X}	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
ชั้นปีที่ 1	2.86		0.11	0.06	0.10
ชั้นปีที่ 2	2.75			0.17*	0.01
ชั้นปีที่ 3	2.92				0.16*
ชั้นปีที่ 4	2.76				

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 23 แสดงว่า ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านชุมชนสีเขียว (Green Community) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี พบว่า นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 2 แตกต่างกับนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 4

ตารางที่ 24 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านการบริการสีเขียว (Green Service) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี

ชั้นปี	\bar{X}	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
ชั้นปีที่ 1	2.93	-	0.22*	0.08	0.19*
ชั้นปีที่ 2	2.71		-	0.14	0.03
ชั้นปีที่ 3	2.85			-	0.11
ชั้นปีที่ 4	2.74				-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 24 แสดงว่า ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านการบริการสีเขียว (Green Service) ของนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี พบว่า นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีความแตกต่างกับนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 4

ตารางที่ 25 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี

ชั้นปี	\bar{X}	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
ชั้นปีที่ 1	2.62	-	0.05	0.00	0.19*
ชั้นปีที่ 2	2.57		-	0.05	0.14
ชั้นปีที่ 3	2.62			-	0.19*
ชั้นปีที่ 4	2.43				-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 25 แสดงว่า ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตาม ชั้นปี พบว่า นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 1 แตกต่างกับนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 4

ตารางที่ 26 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามสถาบันอุดมศึกษา รัฐบาล กับเอกชน ด้วยค่า “ที” (T-test)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน	สถาบันอุดมศึกษา				t	p
	เอกชน		รัฐบาล			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. หัวใจสีเขียว (Green Heart)	2.87	0.40	2.80	0.37	2.051	0.041*
2. รูปแบบการเดินทางสีเขียว(Green Logistics)	2.63	0.44	2.61	0.49	0.566	0.572
3. แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction)	3.08	0.43	3.03	0.49	1.213	0.226
4. กิจกรรมสีเขียว (Green Activity)	2.93	0.47	2.88	0.49	1.187	0.236
5. ชุมชนสีเขียว (Green Community)	2.87	0.43	2.77	0.45	2.380	0.018*
6. การบริการสีเขียว (Green Service)	2.82	0.50	2.78	0.50	0.858	0.391
7. ความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (Green Plus)	2.55	0.55	2.56	0.57	-0.204	0.839
ภาพรวม	2.82	0.31	2.78	0.34	1.544	0.123

* $p < 0.05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 26 แสดงว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิต นักศึกษา จำแนกตาม ภูมิภาค พบว่า นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาใน สถาบันอุดมศึกษา รัฐบาลและ เอกชน มีระดับความ คิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในด้านหัวใจสีเขียว(Green Heart) และด้านชุมชนสีเขียว(Green Community) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรการ
ท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา
จำแนกตามภูมิลำเนา ด้วยค่า “ที” (T-test)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ พฤติกรรมกรรการท่องเที่ยว ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน	กรุงเทพมหานคร		ต่างจังหวัด		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. หัวใจสีเขียว (Green Heart)	2.85	0.42	2.82	0.37	0.932	0.352
2. รูปแบบการเดินทางสีเขียว(Green Logistics)	2.60	0.45	2.63	0.48	-0.839	0.402
3. แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction)	3.05	0.45	3.05	0.47	0.080	0.937
4. กิจกรรมสีเขียว (Green Activity)	2.85	0.47	2.94	0.49	-1.861	0.063
5. ชุมชนสีเขียว (Green Community)	2.84	0.43	2.80	0.45	0.886	0.376
6. การบริการสีเขียว (Green Service)	2.83	0.50	2.78	0.51	0.906	0.365
7. ความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (Green Plus)	2.49	0.56	2.60	0.56	-2.068	0.039*
ภาพรวม	2.79	0.32	2.80	0.34	-0.513	0.608

* $p < 0.05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 27 แสดงว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น
เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิต
นักศึกษา จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและ
ต่างจังหวัด มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7
Greens Concept) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครมี
ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำกว่านิสิตนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามรายได้ต่อเดือนด้วยค่า “เอฟ” (F-test)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ พฤติกรรมท่องเที่ยว ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน	น้อยกว่า 2,000 บาท		2,001- 5,000 บาท		5,001- 8,000 บาท		8,001- 11,000 บาท		11,001- 14,000 บาท		มากกว่า 14,000 บาท		F	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. หัวใจสีเขียว (Green Heart)	2.73	0.25	2.80	0.39	2.88	0.38	2.87	0.37	2.81	0.44	2.84	0.49	1.210	0.303
2. รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics)	2.70	0.38	2.64	0.45	2.66	0.50	2.58	0.44	2.43	0.43	2.51	0.60	2.068	0.068
3. แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction)	2.91	0.41	3.03	0.47	3.11	0.45	3.07	0.45	3.04	0.50	3.07	0.47	1.090	0.365
4. กิจกรรมสีเขียว (Green Activity)	2.79	0.35	2.93	0.47	2.90	0.49	2.97	0.48	2.83	0.62	2.80	0.46	1.135	0.341
5. ชุมชนสีเขียว (Green Community)	2.87	0.38	2.80	0.43	2.84	0.43	2.86	0.45	2.74	0.55	2.70	0.51	0.800	0.550
6. การบริการสีเขียว (Green Service)	2.83	0.34	2.80	0.51	2.82	0.49	2.85	0.49	2.74	0.58	2.52	0.57	1.568	0.168
7. ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม (Green Plus)	2.71	0.43	2.60	0.57	2.49	0.58	2.64	0.52	2.39	0.50	2.38	0.64	2.434	0.034*
ภาพรวม	2.79	0.24	2.80	0.33	2.81	0.32	2.83	0.33	2.71	0.38	2.69	0.40	1.185	0.315

* $p < 0.05$ ($F_{5,444; .95} = 2.21$)

จากตารางที่ 28 แสดงว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้อง ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของแชฟเฟ่ แสดงผลดังตารางที่ 28

ตารางที่ 29 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านความ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า					
		2,000 บาท	2,001- 5,000 บาท	5,001- 8,000 บาท	8,001- 11,000 บาท	11,001- 14,000 บาท	มากกว่า 14,000 บาท
ต่ำกว่า 10,000 บาท	2.71	-	0.11	0.22	0.07	0.32*	0.33*
10,001 - 20,000 บาท	2.60		-	0.11	0.04	0.21	0.22
20,001 - 30,000 บาท	2.49			-	0.15	0.10	0.11
30,001 - 40,000 บาท	2.64				-	0.25	0.26
40,001 - 50,000 บาท	2.39					-	0.01
มากกว่า 50,000 บาท	2.38						-

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 29 แสดงว่า ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้าน Green Plus (ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูง กว่านิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ต่อ เดือน 40,001 - 50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท

ตารางที่ 30 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ ด้วย “ค่าที” (T-test)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน	แหล่งอื่น ๆ		เพื่อน/ญาติ		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. หัวใจสีเขียว (Green Heart)	2.81	0.38	2.85	0.39	-1.176	0.240
2. รูปแบบการเดินทางสีเขียว(Green Logistics)	2.67	0.47	2.58	0.46	2.126	0.034*
3. แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction)	3.04	0.45	3.07	0.47	-0.760	0.448
4. กิจกรรมสีเขียว (Green Activity)	2.90	0.49	2.91	0.47	-0.089	0.929
5. ชุมชนสีเขียว (Green Community)	2.83	0.41	2.81	0.48	0.437	0.662
6. การบริการสีเขียว (Green Service)	2.84	0.49	2.76	0.51	1.763	0.079
7. ความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (Green Plus)	2.54	0.54	2.57	0.58	-0.436	0.663
ภาพรวม	2.80	0.32	2.79	0.34	0.423	0.673

* $p < 0.05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 30 แสดงว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิต นักศึกษา จำแนกตาม การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน /ญาติ พบว่า นิสิตนักศึกษาที่รับ ข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน /ญาติ มีระดับความ คิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตาม แนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในด้าน รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว ด้วยค่า “ที” (T-test)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน	แหล่งอื่น ๆ		หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร/คู่มือ ท่องเที่ยว		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. หัวใจสีเขียว (Green Heart)	2.77	0.38	2.89		
2. รูปแบบการเดินทางสีเขียว(Green Logistics)	2.62	0.48	2.62	0.46	-0.073	0.942
3. แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction)	3.04	0.45	3.06	0.47	-0.414	0.679
4. กิจกรรมสีเขียว (Green Activity)	2.93	0.49	2.88	0.48	1.120	0.263
5. ชุมชนสีเขียว (Green Community)	2.82	0.44	2.81	0.45	0.175	0.861
6. การบริการสีเขียว (Green Service)	2.82	0.48	2.77	0.52	1.084	0.279
7. ความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (Green Plus)	2.56	0.56	2.55	0.56	0.184	0.854
ภาพรวม	2.80	0.32	2.80	0.34	-0.091	0.928

* $p < 0.05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 31 แสดงว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิต นักศึกษา จำแนกตาม การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจาก หนังสือพิมพ์ /นิตยสาร /คู่มือท่องเที่ยว พบว่า นิสิตนักศึกษาที่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจาก หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว มีระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในด้านหัวใจสีเขียว(Green Heart)แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลจากโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต ด้วยค่า “ที” (T-test)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน	แหล่งอื่น ๆ		โทรทัศน์/วิทยุ/ อินเทอร์เน็ต		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. หัวใจสีเขียว (Green Heart)	2.81	0.41	2.84	0.38	-0.666	0.506
2. รูปแบบการเดินทางสีเขียว(Green Logistics)	2.52	0.45	2.64	0.47	-2.094	0.037*
3. แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction)	2.95	0.52	3.07	0.45	-1.972	0.051
4. กิจกรรมสีเขียว (Green Activity)	2.79	0.53	2.93	0.47	-2.174	0.030*
5. ชุมชนสีเขียว (Green Community)	2.74	0.51	2.83	0.43	-1.513	0.133
6. การบริการสีเขียว (Green Service)	2.68	0.58	2.82	0.48	-1.945	0.055
7. ความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (Green Plus)	2.43	0.59	2.58	0.55	-2.205	0.028*
ภาพรวม	2.70	0.36	2.82	0.32	-2.778	0.006*

* $p < 0.05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 32 แสดงว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจาก โทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต พบว่า นิสิตนักศึกษาที่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจาก โทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในภาพรวม ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) ด้านกิจกรรมสีเขียว (Green Activity) และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถาบันอุดมศึกษา รัฐบาล กับเอกชน สำหรับเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ

แบบสอบถามความคิดเห็น ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร ใน 7 ด้าน คือ ด้านหัวใจสีเขียว(Green Heart), ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว(Green Logistics), ด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว(Green Attraction), ด้านกิจกรรมสีเขียว(Green Activity), ด้านชุมชนสีเขียว(Green Community), ด้านการบริการสีเขียว (Green Service)และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำนวน 450 คน ผลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาค่าจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผู้วิจัยทำการเปรียบเทียบความคิดเห็นของ พฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร อธิบายให้ทราบถึง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ใช้ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) จำแนกตาม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ สำหรับผลการศึกษา เสนอตามขั้นตอนดังนี้

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนิสิตนักศึกษา

1.1 ภูมิภาคที่แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 61.78 และมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 38.22

1.2 เพศ แสดงให้เห็นว่า นิสิต นักศึกษา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 56.22 และเป็นเพศชาย จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 43.78

1.3 ชั้นปี แสดงให้เห็นว่า นิสิต นักศึกษา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ชั้นปีที่ 4 จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 28.22 รองลงมาอยู่ชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 118 และ 116 คน คิดเป็นร้อยละ 26.22 และ 25.78 ตามลำดับ และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำที่สุดคือ นิสิต นักศึกษาที่อยู่ชั้นปีที่ 1 จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 19.78

1.4 มหาวิทยาลัย แสดงให้เห็นว่า นิสิต นักศึกษา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย รัฐบาล จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 53.11 และศึกษาอยู่ใน มหาวิทยาลัย เอกชน จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 46.89

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงให้เห็นว่า นิสิต นักศึกษา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 2,001- 5,000 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 5,001-8,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 27.11 และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำที่สุดคือ นิสิต นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 2,000 บาท และมากกว่า 14,000 บาท ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกันคือ จำนวน 30 และ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และ 4.67

1.6 แหล่งรายได้ต่อเดือน ที่ได้รับ แสดงให้เห็นว่า นิสิต นักศึกษา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีได้รับรายได้ต่อเดือนจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง จำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 83.78 รองลงมา มีได้รับรายได้ต่อเดือนจากการ ทำงานเอง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำที่สุด คือ นักศึกษาที่ได้รับรายได้ต่อเดือนจากเงินกู้ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.56

1.7 แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับ แสดงให้เห็นว่า นิสิต นักศึกษา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้รับข้อมูลจาก โทรทัศน์ /วิทยุ/อินเทอร์เน็ต จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 38.19 รองลงมาคือ เพื่อน /ญาติ และ หนังสือพิมพ์ /นิตยสาร /คู่มือท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 234 และ 232 คน คิดเป็นร้อยละ 23.83 และ 23.63 ตามลำดับ และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำที่สุดคือ นักศึกษาที่ได้รับข้อมูลอื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.12

1.8 ความถี่ในการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า นิสิต นักศึกษา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ท่องเที่ยว 1-5 ครั้ง/ปี จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 73.11 รองลงมา 6-10 ครั้ง/ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 15.78 และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำที่สุดคือ นิสิต นักศึกษาที่ท่องเที่ยวมากกว่า 15 ครั้ง/ปี และ 10-15 ครั้ง/ปี ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 28 และ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.22 และ 4.89 ตามลำดับ

1.9 ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า นิสิต นักศึกษา ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เดินทางท่องเที่ยวกับ ครอบครัว และเพื่อน /ญาติ ซึ่งมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 309 และ 303 คน คิดเป็นร้อยละ 35.56 และ 34.87 ตามลำดับ รองลงมาคือ เที่ยวเอง จำนวน 173 คน คิด

เป็นร้อยละ 19.91 และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำที่สุดคือ นิสิตนักศึกษาที่เดินทางท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 1.38

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7

Greens Concept)

ภาพรวมผลการวิจัย พบว่า นิสิตนักศึกษามีความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 2.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละด้านพบว่า

2.1 ด้านหัวใจสีเขียว(Green Heart) แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านหัวใจสีเขียว(Green Heart) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.83$) โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในเรื่องเคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความเชื่อของท้องถิ่นที่มีต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.23$) ในเรื่องหาข้อมูลก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว เช่น อ่านคู่มือท่องเที่ยว ค้นหาทางสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น อยู่ในอันดับรองลงมา ($\bar{X} = 2.84$) และมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น ในเรื่อง ได้รับผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่น น้ำเน่าเสีย ขยะ ภาวะมลพิษ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ($\bar{X} = 2.63$)

2.2 ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว(Green Logistics) แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็น อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 2.62$) โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในเรื่อง หลีกเลี่ยงการเดินทางไปกลับระหว่างที่พักอาศัยกับแหล่งท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่มีการจราจรติดขัด ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.00$) มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในเรื่อง หลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว มีความคิดเห็น อยู่ในอันดับรองลงมา ($\bar{X} = 2.87$) และมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในเรื่องเลือกเดินทาง โดยใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวจากรายการนำเที่ยวที่ช่วยลดภาวะโลกร้อน ค่าเฉลี่ยความคิดเห็น อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.11$)

2.3 ด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) ระดับของความคิดเห็น อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.05$) โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในเรื่องไม่ซื้อชิ้นส่วนของสัตว์หรือโบราณวัตถุ หรือสินค้าที่ทำมาจากสัตว์ หรือพืชหายาก หรือกำลังสูญพันธุ์ต่างๆ ที่นำมาจากแหล่งท่องเที่ยว หรือแหล่งอื่นๆใด ระดับของความคิดเห็น มากที่สุด ($\bar{X} = 3.29$) มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในเรื่อง ทิ้งขยะตามประเภทในที่จัดให้ และนำขยะออกจากแหล่งท่องเที่ยวทุกครั้ง และปฏิบัติตามกฎระเบียบของ แหล่งท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่อย่าง

เคร่งครัด และมีส่วนช่วยแนะนำผู้อื่น และคอยดูแลมิให้ทำลาย แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม ระดับความคิดเห็นอยู่ในอันดับรองลงมา ($\bar{X} = 3.16, 3.15$ และ 2.64) ตามลำดับ

2.4 ด้านกิจกรรมสีเขียว (Green Activity) แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านกิจกรรมสีเขียว (Green Activity) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.90$) ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในเรื่องปฏิบัติมา มัปายให้ความรู้อย่างเคร่งครัด ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี หรือชุมชน ,ในเรื่องช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ขณะประกอบกิจกรรม เช่น ไม่เดินลัดเส้นทาง ไม่เก็บกล้วยไม้หรือดอกไม้ ไม่ขีดเขียนหรือแกะสลักพันสีตามหินผา และต้นไม้ เป็นต้น และในเรื่องเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว และกิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุด และเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและ/หรือวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด ($\bar{X} = 3.22, 3.16, 2.61,$ และ 2.59) ตามลำดับ

2.5 ด้านชุมชนสีเขียว (Green Community) แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านชุมชนสีเขียว (Green Community) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.82$) ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในเรื่องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ หรือข้อบังคับต่างๆของชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด , ในเรื่องเลือกซื้อวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชน และสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สินค้าหัตถกรรม สินค้าของที่ระลึก เป็นต้น , และเรื่องเลือกใช้วัสดุภัณฑ์ท้องถิ่นที่ให้ข้อมูลอย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริง ($\bar{X} = 3.03, 3.00$) ($\bar{X} = 2.54$) ตามลำดับ

2.6 ด้านการบริการสีเขียว (Green Service) แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านการบริการสีเขียว (Green Service) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.80$) ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในเรื่องเลือกบริการท่องเที่ยวที่ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถี ชีวิตของคนท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด , เลือกใช้บริการจากธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆที่มีแนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น Clean Food Good Taste , นโยบายประหยัดน้ำ,พลังงาน เป็นต้น , เรื่องเลือกการบริการจากสถานประกอบการที่ได้รับมาตรฐานสิ่งแวดล้อม โดยมีสิ่งสร้างความเชื่อมั่นต่างๆ เช่น รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เป็นต้น และเรื่องเลือกใช้บริการมัคคุเทศก์ที่มีมาตรฐาน และจรรยาบรรณ ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญในเรื่องการอนุรักษ์ และช่วยลดภาวะโลกร้อน ($\bar{X} = 2.85, 2.84, 2.81$ และ 2.72) ตามลำดับ

2.7 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษามี ความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.80$) โดยมีค่าเฉลี่ยของ

ความคิดเห็นในเรื่องสนับสนุนให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมพิเศษ ที่ช่วยเหลือชุมชน ท้องถิ่นที่ด้อยโอกาส หรืออยู่ในเขตทุรกันดาร หรือที่ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม แห้งแล้ง ไฟไหม้ เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.76$) มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในเรื่องปฏิบัติการ ในการช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยการแนะนำ นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสม อยู่ในอันดับรองลงมา ($\bar{X} = 2.73$) และค่าเฉลี่ย ของความคิดเห็นในเรื่องมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรม โครงการ หรือการ ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนว ทางในการลดภาวะโลกร้อนไปสู่สังคมต่างๆ ทั้งใน มหาวิทยาลัย และภายนอกมหาวิทยาลัย , ในเรื่องอาสาสมัครเข้าดำเนินกิจกรรมหรือโครงการที่ เกี่ยวข้องกับการรักษาหรือฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม และการลดการลดภาวะโลกร้อนในแหล่งท่องเที่ยว และเข้ารับการอบรม หรือเข้าร่วมสัมมนาด้านการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ในการฟื้นฟูหรือรักษา สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงวิธีการลดภาวะโลกร้อน อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.46, 2.42$ และ 2.40) ตามลำดับ

3.ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) เปรียบเทียบลักษณะประชากรของนิสิตนักศึกษา

3.1 นิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมี ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตาม แนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในภาพรวม ด้านหัวใจสีเขียว(Green Heart) ด้านแหล่ง ท่องเที่ยวสีเขียว(Green Attraction) ด้านชุมชนสีเขียว(Green Community) และด้านการบริการสีเขียว (Green Service) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาชายมีความ คิดเห็นค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่ำกว่านิสิตนักศึกษาหญิง

3.2 นิสิตนักศึกษาที่มีระดับชั้นปีต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตาม แนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในภาพรวมด้าน หัวใจสีเขียว (Green Heart) ด้าน รูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) ด้านชุมชนสีเขียว(Green Community) ด้านการบริการ สีเขียว(Green Service) และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟ เฟ พบว่า

3.2.1 ในภาพรวม พบว่า นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในภาพรวม ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่ำ กว่านิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4

3.2.2 ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) พบว่า นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มี ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้าน

ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว(Green Logistics) ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่ำกว่านิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 3

3.2.3 ด้าน Green Logistics (สีเขียว) พบว่า นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 4 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่เขียวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้าน หัวใจสีเขียว(Green Heart) ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่ำกว่านิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 1

3.2.4 ด้านชุมชนสีเขียว(Green Community) พบว่า นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 4 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่เขียวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านชุมชนสีเขียว(Green Community) ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่ำกว่านิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 3

3.2.5 ด้านการบริการสีเขียว (Green Service) พบว่า นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 4 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่เขียวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านการบริการสีเขียว(Green Service) ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่ำกว่านิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 1

3.2.6 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) พบว่า นิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่เขียวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่ำกว่านิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 3

3.3 นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาใน สถาบันอุดมศึกษารัฐบาลและเอกชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่เขียวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในด้านหัวใจสีเขียว(Green Heart) และด้านชุมชนสีเขียว(Green Community) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาใน สถาบันอุดมศึกษารัฐบาล ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากกว่านิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

3.4 นิสิตนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่เขียวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม(Green Plus) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่ำกว่านิสิตนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด

3.5 นิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่เขียวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่เขียวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้าน Green Plus (ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม) ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น มากกว่านิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท

3.6 นิสิตนักศึกษาที่รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน/ญาติ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาที่รับข้อมูล การท่องเที่ยวจากเพื่อน /ญาติ มีค่าเฉลี่ยระดับค วามคิดเห็น ต่ำกว่านิสิตนักศึกษาที่รับข้อมูลการ ท่องเที่ยวจากแหล่งอื่น ๆ

3.7 นิสิตนักศึกษาที่รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว มีความ คิดเห็นเกี่ยวกับพ ุติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในด้าน หัวใจสีเขียว(Green Heart) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาที่ รั บข้อมูลการท่องเที่ยวจาก หนังสือพิมพ์ /นิตยสาร /คู่มือท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น มากกว่านิสิตนักศึกษาที่รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งอื่น ๆ

3.8 นิสิตนักศึกษาที่รับข้อมูลการท่องเที่ยวจาก โทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต มีความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในภาพรวม ด้าน รูปแบบการเดินทางสีเขียว(Green Logistics) ด้านกิจกรรมสีเขียว (Green Activity) ด้านความ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม(Green Plus) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักศึกษาที่รับข้อมูลการท่องเที่ยวจาก โทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น มากกว่านิสิตนักศึกษาที่รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งอื่น ๆ

อภิปรายผล

จากผลการ ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมกรท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่เป็นข้อตรวจพบ และนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. อภิปรายตามข้อมูลทั่วไปของนิสิตนักศึกษา

1.1 นิสิตนักศึกษาที่เป็น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 มีรายได้ต่อ เดือน 2,001- 8,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปฐมพงษ์ ก้อสตาร์ (2548) ได้ทำการศึกษา “ความต้องการ ความพึงพอใจและปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อกิจกรรมการท ่องเที่ยวเชิงผจญ ภัยบริเวณเกาะเสม็ด ” พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีรายได้ เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของวิเชียร วงศ์นิชชากุล และคณะ (2552) ที่ว่า เพศหญิง เป็นเพศที่ให้ความจะชอบความละเอียดอ่อนพิถีพิถันดูแลเอาใจใส่ ต่างๆ

1.2 นิสิตนักศึกษาที่เป็น นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูล การท่องเที่ยว จาก โทรทัศน์/ วิทยุ/อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมศิริ สมสกุล (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารและประสิทธิภาพของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ” พบว่า กระบวนการสื่อสารของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยว

รุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม” พบว่า กลยุทธ์หลักคือ การใช้สื่อมวลชนประเภท สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเผยแพร่โครงการณรงค์

1.3 นิสิตนักศึกษาที่เป็น นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ท่องเที่ยว 1-5 ครั้ง/ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสรินทร์นา เลิศกิตติอมรกุล (2546) ได้ทำการศึกษา “พฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” พบว่า นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานคร โดยเฉลี่ยเดินทาง 2 ครั้ง ต่อปี

1.4 นิสิตนักศึกษาที่เป็น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับ ครอบครัว และเพื่อน /ญาติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา วิรัชทรงษ์ (2546) ได้ทำการศึกษา “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการให้บริการท่องเที่ยวทางรถไฟแบบเช่าไป – เย็นกลับของการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือก เดินทางโดย มีครอบครัว / ญาติ เป็นบุคคลที่ร่วมเดินทางมาด้วยมากที่สุด รองลงมาคือ เดินทางร่วมกับ เพื่อนร่วมงาน และเพื่อนเรียน

1.5 นิสิตนักศึกษามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน โดยรวมอยู่ในระดับ มาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ รินา สุนทรชัย(2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้และพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสภาวะโลกร้อน ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเรื่องสภาวะโลก ร้อนมาก และคิดว่าการณรงค์ในปัจจุบันมีส่วนทำให้ใส่ใจเรื่องโลกร้อนมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงจันทร์ สุทธาโรจน์ (2539) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตห้ามล่าสัตว์ป่า บึงบอเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ ” พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับดี

2.อภิปรายความคิดเห็นของพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7 Greens Concept)

2.1 ด้านหัวใจสีเขียว(Green Heart) พบว่า นิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านหัวใจสีเขียว (Green Heart) อยู่ในระดับ มาก โดยเฉพาะ เรื่องเคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ ความเชื่อของท้องถิ่นที่มีต่อสิ่งแวดล้อม มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิด 7 Greens” หรือ “7 Greens Concept” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ภายใต้โครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม ที่ระบุว่า หัวใจสีเขียว(Green Heart) คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรม มท่องเที่ยว มีทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด การรับรู้ และตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม และภัยคุกคามจากภาวะโลกร้อน ที่มีต่อการท่องเที่ยว พร้อมมีการปฏิบัติเพื่อป้องกันรักษาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการลด การปล่อยก๊าซเรือนกระจก ด้วยความรู้ความเข้าใจและวิธีการที่ ถูกต้องและเหมาะสม อีกทั้งสร้าง การรับรู้ และความตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อทรัพยากรท่องเที่ยวทั้ง

ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังสอดคล้อง อกกับแผนป้องกัน และปราบปรามการทุจริต ประจำปี 2552- 255 ของ สำนักงานพัฒนา นโยบายและแผน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่ระบุไว้ว่า คุ้มครองและฟื้นฟูพื้นที่อนุรักษ์ที่มีความสำคัญ เชิงระบบนิเวศ เพื่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ

2.2 ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) พบว่า นิสิตนักศึกษามีความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) อยู่ในระดับ มาก โดยเฉพาะ เรื่อง หลีกเลี่ยงการเดินทางไปกลับระหว่างที่พักอาศัยกับ แหล่งท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่มีการจราจรติดขัดมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “7 Greens” หรือ “7 Greens Concept” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ภายใต้โครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม ที่ระบุว่ารูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) คือ วิธีการเดินทางและรูปแบบการให้บริการ ในระบบการคมนาคมหรือการขนส่งทางการท่องเที่ยวจากแหล่งพำนัก /อาศัยไปยัง แหล่งท่องเที่ยว ที่เน้นการประหยัดพลังงาน การ ใช้พลังงานทดแทน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และช่วย รักษาสิ่งแวดล้อม และยังสอดคล้องกับองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ที่มีการจัดรถโดยสาร โดยใช้ก๊าซ NGV และรถรางไฟฟ้า ประชาชนใช้รถสาธารณะแทนการใช้รถยนต์ในการ เดินทางท่องเที่ยวไปเช้า-เย็นกลับ

2.3 ด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) พบว่า นิสิตนักศึกษามี ความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องไม่ซื้อชิ้นส่วนของสัตว์หรือโบราณวัตถุ หรือสินค้าที่ทำ มาจากสัตว์ หรือพืชหายาก หรือกำลังสูญพันธุ์ต่างๆ ที่นำมาจากแหล่งท่องเที่ยว หรือแหล่งอื่นๆ ใด มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิด “7 Greens” หรือ “7 Greens Concept” ของการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศ (ททท.) ภายใต้โครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม ที่ระบุว่า แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการตามกรอบนโยบายและการดำเนินงานใน ทิศทางของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ให้ความระมัดระวัง หรือมีปณิธาน (Commitment) อย่างชัดเจนในการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อม และช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อย่างถูกวิธี และมีการปฏิบัติที่มุ่งเน้นการรักษา มรดกทางวัฒนธรรม และสร้างผลกระทบที่น้อย ที่สุด และยังสอดคล้องกับระเบียบกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ว่าด้วยการอนุญาตให้ ล่าสัตว์ป่า เก็บหรือทำอันตรายแก่รังของสัตว์ป่า ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เพื่อการศึกษาหรือวิจัย ทางวิชาการ พ.ศ.2546 ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

2.4 ด้านกิจกรรมสีเขียว (Green Activity) พบว่า นิสิตนักศึกษามี ความคิดเห็น เกี่ยวกับ พฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านกิจกรรมสีเขียว (Green Activity) อยู่ใน ระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องปฏิบัติตามป้ายให้ความรู้อย่างเคร่งครัด ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

แหล่งประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี หรือชุมชน และช่วยรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม ขณะประกอบกิจกรรม เช่น ไม่เดินตัดเส้นทาง ไม่เก็บกล้วยไม้หรือถนอกล้วยไม้ ไม่ขีดเขียนหรือแกะสลักพ่นสีตามหินผา และต้นไม้ เป็นต้นมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด 7 Greens” หรือ “7 Greens Concept” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ภายใต้โครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม ที่ระบุว่า กิจกรรมสีเขียว (Green Activity) คือ กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับคุณค่าของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลิน หรือสนุกสนานให้โอกาสในการเรียนรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวโดยส่งผลกระทบต่อทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และยังสอดคล้องกับกฎ ระเบียบ และข้อบังคับในอุทยานแห่งชาติต่างๆ ของกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช รวมไปถึงอุทยานประวัติศาสตร์ต่างๆ ในความควบคุมของกรมศิลปากรอีกด้วย

2.5 ด้านชุมชนสีเขียว (Green Community) พบว่า นิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านชุมชนสีเขียว (Green Community) อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ หรือข้อบังคับต่างๆ ของชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด 7 Greens” หรือ “7 Greens Concept” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ภายใต้โครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม ที่ระบุว่า ชุมชนสีเขียว (Green Community) คือ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้งในเมืองและชนบท ที่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน พร้อมมีการดำเนินงานที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และมีแนวทางในการปฏิบัติ ที่มุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสภาพสังคม และเศรษฐกิจของชุมชนโดยรวม และก่อให้เกิดผลกระทบทางลบน้อยที่สุด และยังสอดคล้องกับมาตรฐานที่פקเพื่อการท่องเที่ยวของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญในเรื่องกฎเกณฑ์ และข้อบังคับที่ชุมชนต้องปฏิบัติตามในแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง

2.6 ด้านการบริการสีเขียว (Green Service) พบว่า นิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมมารท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านการบริการสีเขียว (Green Service) อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในเรื่องเลือกบริการท่องเที่ยวที่ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด และเลือกใช้บริการจากธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีแนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น Clean Food Good Taste, นโยบายประหยัดน้ำ, พลังงาน เป็นต้น มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด 7 Greens” หรือ “7 Greens Concept” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ภายใต้โครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม ที่ระบุว่า การบริการสีเขียว (Green Service) คือ รูปแบบการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวแขนงต่างๆ ที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ด้วยมาตรฐานคุณภาพที่ดี ควบคู่กับการมีปณิธานและการดำเนินการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม พร้อมช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากการใช้บริการต่างๆ และ

สอดคล้องตามโครงการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่สำหรับเกณฑ์การตัดสินรางวัล ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในมิติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2.7 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) แสดงให้เห็นว่า นิสิต นักศึกษามี ความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องสนับสนุนให้มี กิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมพิเศษ ที่ช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่นที่ด้อยโอกาส หรืออยู่ในเขต ทุรกันดาร หรือที่ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม แห้งแล้ง ไฟไหม้ เป็นต้น มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด แนวคิด 7 Greens” หรือ “7 Greens Concept” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ภายใต้โครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อม ที่ระบุว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) คือ การแสดงออกของบุคคล กลุ่มบุคคลและองค์กรในการสนับสนุน แรงกาย หรือสติปัญญา หรือบริจาคทุนทรัพย์ เพื่อร่วมมือดำเนินการ ในการปกป้องรักษาและฟื้นฟู สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมที่ช่วยลดภัยคุกคามอันเกิดจากภาวะ โลกร้อน และสอดคล้องตามโครงการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคม และนอกจากนี้ หน่วยงาน องค์กรภาครัฐและเอกชน สมาคม ชมรมต่างๆ ยังให้ความสำคัญต่อ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

3. การอภิปรายวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ของลักษณะทางประชากร

3.1 นิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมี ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในภาพรวมด้าน หัวใจสีเขียว (Green Heart) ด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) ด้านชุมชนสีเขียว (Green Community) และด้านการบริการสีเขียว (Green Service) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาชายมีความคิดเห็นน้อยกว่า นิสิตนักศึกษาหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรินา สุนทรชัย (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้และพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสภาวะโลกร้อน ” พบว่า เพศหญิงจะมีพฤติกรรมช่วยลดโลกร้อนมากกว่าเพศชาย อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัสวิน แสงพิบูล (2546) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ” พบว่า เยาวชนที่มี เพศ และระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความรู้และทักษะ ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

3.2 นิสิตนักศึกษาที่มีระดับชั้นปีต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัย โลกร้อน (7 Greens Concept) ในภาพรวม ด้านหัวใจสีเขียว (Green Heart) ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) ด้านชุมชนสีเขียว (Green Community) ด้านการ

บริการสีเขียว (Green Service) และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) น้อยกว่าทุกชั้นปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศกลวรรณ พาเรือง (2540) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ” พบว่าตัวแปรชั้นปี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษา

3.3 นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาใน สถาบันอุดมศึกษารัฐบาลและเอกชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในด้าน ด้านหัวใจสีเขียว (Green Heart) และด้านชุมชนสีเขียว(Green Community) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาใน สถาบันอุดมศึกษารัฐบาล มีความคิดเห็นมากกว่า นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ อภิศักดิ์ คู่กระสังข์ (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “สภาพและปัญหาของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษาไทย ปี 2548” พบว่าสภาพของการเดินทางภายในประเทศระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐบาล และเอกชน พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

3.4 นิสิต นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด มีความ คิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม(Green Plus) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย นิสิตนักศึกษาที่มี ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นน้อยกว่า นิสิต นักศึกษาที่มี ภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศกลวรรณ พาเรือง (2540) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่อง “องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมกรท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขต กรุงเทพมหานคร” พบว่า ตัวแปร ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของนิสิตนักศึกษา

3.5 นิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus)แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) มากกว่านิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ วรินา สุนทรชัย(2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้และพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสภาวะ โลกร้อน ” พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรช่วยลดโลกร้อน อย่างมีนัยสำคัญ

3.6 นิสิตนักศึกษาที่รับข้อมูลการท่องเที่ยวจาก โทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน (7 Greens Concept) ในภาพรวม ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว (Green Logistics) ด้านกิจกรรมสีเขียว (Green Activity) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม(Green Plus) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาที่รับข้อมูลการท่องเที่ยวจาก โทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต มีความคิดเห็นมากกว่า นักศึกษาที่รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่ง อื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมศิริ สมสกุล (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารและประสิทธิภาพของโครงการรณรงค์ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาในส่วนของกระบวนการสื่อสารของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ” พบว่า กลยุทธ์หลักคือ การใช้สื่อมวลชนประเภท สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเผยแพร่โครงการรณรงค์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วริณา สุนทรชัย (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้และพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสภาวะโลกร้อน ” พบว่า สื่อที่ทำให้เกิดการรับรู้และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือโทรทัศน์

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของ นิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. นิสิตนักศึกษา มีความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านหัวใจสีเขียว(Green Heart) อยู่ในระดับมาก ซึ่งถือนักท่องเที่ยวมีความตระหนักที่จะช่วยลดภาวะโลกร้อน แต่เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความตระหนักมากยิ่งขึ้น ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสร้างการรับรู้ และความตระหนักถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อทรัพยากรท่องเที่ยวทั้ง ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2. นิสิตนักศึกษา มีความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว(Green Logistics) อยู่ในระดับมาก ซึ่งถือนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี แต่มีบางเรื่องที่นิสิตนักศึกษา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยคือเรื่อง การเลือกเดินทาง โดยใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวจากรายการนำเที่ยวที่ช่วยลดภาวะโลกร้อน ซึ่ง นิสิตนักศึกษา ไม่คิดว่าจะช่วยลดภาวะโลกร้อน หากใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว ดังนั้นทางผู้ประกอบการขนส่งทางท่องเที่ยวทั้งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ รวมทั้งห่วงโซ่อุปทาน(Supply Chain) ควรปรับเปลี่ยนวิถีดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสามารถลดการใช้พลังงานหรือใช้พลังงานทดแทน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดี และอาจหันมาใช้บริการเพิ่มขึ้น

3. นิสิตนักศึกษา มีความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวความคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (Green Attraction) อยู่ในระดับมาก ซึ่งถื่อนว่านิสิตนักศึกษา มีความตระหนักในด้านนี้ แต่เพื่อให้ นิสิต นักศึกษาตระหนักมากยิ่งขึ้นทางผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการปฏิบัติที่มุ่งเน้นการรักษา มรดกทางวัฒนธรรม และสร้างผลกระทบที่น้อยที่สุด อีกทั้งควรณรงค์ให้ประชาชนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวช่วยกันอนุรักษ์ และดูแลทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษา มีความคิดเห็นในเรื่องการมีส่วนช่วยแนะนำผู้อื่น และคอยดูแลมิให้ทำลายแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าทุกปัจจัย

4. นิสิตนักศึกษา มีความคิดเห็น เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวความคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านกิจกรรมสีเขียว (Green Activity) อยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละข้อพบว่า เรื่องของ การเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับคุณค่าของทรัพย์สิน การท่องเที่ยว และกิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุด และเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและ/หรือวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด นิสิตนักศึกษา มีความคิดเห็นน้อยกว่าทุกเรื่อง และมีแนวโน้มที่จะมีความคิดเห็นไปในทิศทางระดับน้อย ซึ่งหมายความว่า นิสิตนักศึกษา ไม่ค่อยได้ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์มากนัก ดังนั้นทางผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกลมกลืนกับคุณค่าและควมโดดเด่นของทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด และมีความน่าสนใจ และให้ประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและ /หรือวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากยิ่งขึ้น

5. นิสิตนักศึกษา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวความคิดด้านภัยโลกร้อน ด้านชุมชนสีเขียว (Green Community) อยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละข้อพบว่า เรื่องของการเลือกใช้มัลติเทคท์ท้องถิ่นที่ให้ข้อมูลอย่างถูกต้องตรงตามความเป็นจริงน้อยกว่าทุกปัจจัย และมีแนวโน้มที่จะมีความคิดเห็นไปในทิศทางระดับน้อย ดังนั้นทางมัลติเทคท์อาชีพและมัลติเทคท์ท้องถิ่น ควรมีการให้ข้อมูลที่เป็นจริงและถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว ตามกรอบจรรยาบรรณของมัลติเทคท์ และควรดำเนินกิจกรรมนำเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

6. นิสิตนักศึกษา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวความคิดด้านภัยโลกร้อน ด้าน การบริการสีเขียว (Green Service) อยู่ในระดับมาก ซึ่งถื่อนว่านิสิตนักศึกษา มีความตระหนักที่จะช่วยลดภาวะโลกร้อน แต่เพื่อให้ นิสิต นักศึกษา มีความตระหนักมากยิ่งขึ้น ทาง ผู้ประกอบการที่ให้บริการทางการท่องเที่ยวทุกแขนง ควรมีการพัฒนาหรือปรับปรุงระบบการบริหารจัดการธุรกิจ และการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกชนิดต่างๆ ตลอดจนมุ่งเน้นการรักษาสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีการดำเนินการ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อมรดกทาง

วัฒนธรรมและสร้างผลกระทบน้อยที่สุด และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้านสังคม และเศรษฐกิจแก่ชุมชนโดยรอบและสร้างผลกระทบทางลบน้อยที่สุด

7. นิสิตนักศึกษาที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Green Plus) อยู่ในระดับมาก แต่มีบางเรื่องที่ นิสิตนักศึกษาที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยคือเรื่องของการอาสาสมัครเข้าดำเนินกิจกรรมหรือโครงการที่เกี่ยวข้องกับการรักษา หรือฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมและการลดการลดภาวะโลกร้อนในแหล่งท่องเที่ยวและเข้ารับการอบรม หรือเข้าร่วมสัมมนาด้านการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ในการฟื้นฟูหรือรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงวิธีการลดภาวะโลกร้อน ดังนั้นทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการ ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการ ศึกษาวิจัยและค้นคว้าออกแบบสิ่งประดิษฐ์ ที่สามารถใช้นับสนุนการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูหรือรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกชนิดต่างๆ จากการท่องเที่ยว ตลอดจนมีการรณรงค์ให้บุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีส่วนร่วมหรือสนับสนุน การรักษาหรือฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อปกป้อง โลกใบนี้ให้คงอยู่ตราบนานรุ่นลูก รุ่นหลาน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรมีการจัดทำกลยุทธ์ในการส่งเสริมการ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เชนินเวศหรือ เชนอนุรักษ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลอดจนกำหนดนโยบายหรือวางแผนการประชาสัมพันธ์ รณรงค์ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

2. องค์กรบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) และองค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) ควรมีนโยบายกำหนดให้ผู้ประกอบการ และประชาชนในชุมชน โดยเฉพาะ นิสิตนักศึกษา หรือเยาวชน ซึ่งเป็นบุคลากรที่สำคัญยิ่งของประเทศชาติ ที่จะเติบโตในอนาคต ให้ความร่วมมือ ในการช่วยลด การปล่อยก๊าซเรือนกระจกชนิดต่างๆ

3. จังหวัด และเทศบาล ควรกำหนดแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ด้วยการให้วัด ชุมชน หน่วยงานราชการ และผู้ประกอบการ ร่วมมือกันในการพัฒนาอนุรักษ์ และรักษาแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะเรื่องของการตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อม และภัยคุกคามจากภาวะโลกร้อนที่มีต่อการท่องเที่ยว เช่น วัด ในประเทศไทย โดยเฉพาะวัดป่าต่างๆ ที่มีแนวคิดในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการใช้หลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา ให้ประชาชนได้ตระหนัก และให้ความสำคัญกับป่าไม้ในชุมชน เป็นต้น

4. จังหวัด และเทศบาล ควรร่วมมือกับภาครัฐให้การส่งเสริมแก่ผู้ประกอบการขนส่งทางการท่องเที่ยวทั้งทางอากาศ ทา งบก และทางน้ำ รวม ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ที่มีการ

ดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และลดการใช้พลังงานหรือใช้พลังงานทดแทนในรูปของ ภาษีและแรงจูงใจอื่นๆ

5. สถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ทั้งรัฐบาลและเอกชน ควรนำนโยบายในด้านการรักษา ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมมาบรรจุในหลักสูตร และนำแนวคิดสีเขียวทั้ง 7 ประการ (7 Greens Concept) มาเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการ กิจกรรมต่างๆ ทั้งภายใน และภายนอก มหาวิทยาลัย เพื่อให้ นิสิตนักศึกษาได้เรียนรู้ และเกิดจิตสำนึกที่ดีต่อทรัพยากรธรรมชาติ และ สิ่งแวดล้อม ที่จะก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในเรื่องดังนี้

1. เรื่องการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัย โลกร้อน
2. เรื่องความพึงพอใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์
3. เรื่องการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแหล่ง ท่องเที่ยว
4. เรื่องปัจจัยของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศจากภาวะ โลก ร้อน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กระทรวงการต่างประเทศ. การประชุมรัฐมนตรีท่องเที่ยวอาเซียนครั้งที่สิบสอง.[ออนไลน์]. 2552.

แหล่งที่มา : <http://www.mfa.go.th/web/2632.php> [20 ตุลาคม 2552]

กระทรวงการต่างประเทศ. องค์การสหประชาชาติได้ประกาศให้ปี พ.ศ. 2528 ปีเยาวชนสากล

[ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา : <http://www.opp.go.th> [20 ตุลาคม 2552]

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. เอกสารเผยแพร่ระเบียบสากลว่าด้วยจรรยาบรรณสำหรับการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2545.

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. ความหมายของปรากฏการณ์เรือนกระจก.

[ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา : <http://www.deqp.go.th/Greenhouse/meaning.jsp?languageID=th> [22 กันยายน 2552]

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. การรับมือกับภาวะโลกร้อนของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (เอกสารอัดสำเนา), 2550.

เกษม วัฒนชัย. สรุปผลการนำเสนอและอภิปราย เรื่อง วิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี 2570. กรุงเทพฯ :

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. คู่มือการจัดทัศนศึกษาสำหรับเยาวชน. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ ประจำปี 2549.

กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. เอกสารประกอบการสัมมนา เปิดมุมมองใหม่ ท่องเที่ยวไทย.

กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. เข้าใจ เข้าถึง แนวโน้มการท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.

เอกสารประกอบการสัมมนาเปิดมุมมองใหม่ท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ :

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. คู่มือผู้ประกอบการ-นักท่องเที่ยว เพื่อเข้าใจภาวะโลกร้อน จาก

พลังงานถึงถุงผ้า แนวปฏิบัติสู่การท่องเที่ยวสีเขียวที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ :

กองส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แนวทางการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อม. เอกสารประกอบการสัมมนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน งานสมัชชา

คุณธรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. การปรับตัวและการร่วมลดภาวะโลกร้อนของอุตสาหกรรม

- ท่องเที่ยวตามแนวคิด 7 Greens. [ออนไลน์].2/2552(เมษายน - มิถุนายน). แหล่งที่มา : <http://www.etajournal.com>. [2 ธันวาคม 2552]
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อพวกเราอย่างไร. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (สิ่งตีพิมพ์) 2550.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. เอกสารโครงการปฏิญญารักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(ปี 2551-2553). กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552.
- คณะกรรมการกฤษฎีกา, สำนักงาน. พระราชบัญญัติส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. 2521[ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.krisdika.go.th> [30 กรกฎาคม 2552]
- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10(พ.ศ. 2550-2554). กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์สุทรไพศาล, 2549.
- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. ยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยวไทยในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10(พ.ศ. 2550-2554). กรุงเทพฯ : สหมิตรพรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2550.
- คณะกรรมการการอุดมศึกษา, สำนักงาน. ข้อมูลสถิตินักศึกษา สารสนเทศอุดมศึกษา ปี 2551 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.mua.go.th>. [30 กรกฎาคม 2552]
- จารุเนตร วิเศษสิงห์. ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2549.
- ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- ทักษ์ศิลป์ นัทรแก้ว. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาส โลว์(Hierarchy of Needs). MBA The Knowledge Provide. (พฤษภาคม 2551), 51-52.
- ทัศนียา โคตรบรรเทา. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. มหาสารคาม : โครงการจัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2545.
- นุชนารถ รัตนสุขศรีชัย. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในกลุ่มมืออบรมมัคคุเทศก์ เล่มที่ 2 ภาคความรู้เฉพาะอาชีพ. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (ม.ป.ป.).

- พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2522. ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 96(4
พฤษภาคม 2552) : กรุงเทพมหานคร (ม.ป.ท.), 2522.
- พุทธรชาติ ทองแถม. ภาวะโลกร้อน มหันตภัยใกล้ตัวมนุษย์. กรุงเทพฯ : กลุ่มงานบริหารวิชาการ
สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2551.
- พูนศิริ วัจนะภูมิ. ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ. เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ หน่วยที่
1-7 . พิมพ์ครั้งที่ 9 . นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2547.
- พิจาริณี โล่ห์ชัยยะกุล. สรุปสาระสำคัญจากการประชุมทิศทางกรท่องเที่ยวโลกปี2009
วันที่ 5-8 พฤศจิกายน 2551 ที่สาธารณรัฐอิตาลี.[ออนไลน์].1(มกราคม - มีนาคม 2552).
แหล่งที่มา : <http://www.etatjournal.com>. [2 ธันวาคม 2552]
- พิมศิริ สมสกุล. กระบวนการสื่อสารและประสิทธิภาพของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่
ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2548.
- พัฒนาการท่องเที่ยว, สำนักงาน. คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ :
สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2550.
- ไพฑูริย์ พงศบุตร. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ใน
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. กรุงเทพฯ : โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน
โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว, 2550.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิชาการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย, 2542.
- ปฐมพงษ์ ก้อสदार. ความต้องการ ความพึงพอใจและปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรม
การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- ปรีชา แดงโรจน์. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย, 2544.
- ประคอง วรรณสุด. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :
อินเตอร์-เทคพรีนติ้งจำกัด, 2542.
- ภราเดช พัทฒวิเชียร. พัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน. จุลสารการท่องเที่ยว. 15,
12 (เมษายน-มิถุนายน 2539) : 4.
- ภราเดช พัทฒวิเชียร. ครบรอบ 48 ปีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. อนุสาร อ.ส.ท. .
8 (มีนาคม 2551) : 48.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด. ทิศทางกรท่องเที่ยวไทย. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551.

ยุทธ ไถยวรรณ. พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น, 2545.

วิเชียร วงศ์นิชชากุล และคณะ. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2552.

วรินา สุนทรชัย. การรับรู้และพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสถานะโลกร้อน. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

ศกวรรณ พาเรือง. องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ศุภชัยเพื่อวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย. แนวทางการวางแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ : ศุภชัยเพื่อวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

ศรีหญิง ศรีक्षा. การเปิดรับ และการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

โศรยา หอมชื่น. การสร้างความคิดเห็นผ่านอุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยว. กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 3(กรกฎาคม - กันยายน 2552). [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://www.etatjournal.com>. [2 ธันวาคม 2552]

สมบัติ กาญจนกิจ. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. เอกสารประกอบการสัมมนายุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน และหลักสูตรการท่องเที่ยว : การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและพอเพียง, 2552.

สมบัติ กาญจนกิจ. ทำอย่างไรการท่องเที่ยวเยาวชนจะเฟื่องฟู. รวบรวมบทความกีฬา นันทนาการ กับสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : สามเจริญพาณิชย์, 2549.

สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว. การจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545.

สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว. การท่องเที่ยวและการต้อนรับนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545.

- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : รายงานผลการดำเนินการ : รายงานขั้นสุดท้าย. กรุงเทพฯ : การ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540.
- สรินทร์นา เลิศกิตติอมรกุล. พฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานครฯ ที่
มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต
สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. รายงานการพิจารณาศึกษาเรื่อง ทิศทางท่องเที่ยวไทยบนฐานแนวคิด
เศรษฐกิจพอเพียงของคณะกรรมการอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว สภานิติบัญญัติ
แห่งชาติ, กรุงเทพฯ : คณะกรรมการอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว, 2550.
- สำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานคร. หนังสือรายงานและแผนปฏิบัติการว่าด้วยการลดปัญหาภาวะ
โลกร้อนของกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550-2554. สำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานคร
กรุงเทพมหานคร, 2550.
- สุวัฒน์ จากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใจ. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-7. หน่วยที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว .นนทบุรี :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, 2537.
- เสาวคนธ์ วิทวัสโอพา. Gen Y จับให้มันคั่นให้เวิร์ก. กรุงเทพฯ : เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป, 2550.
- โสภณา สุจริตกุล. อดีต...ปัจจุบัน...อนาคตการท่องเที่ยวเยาวชน. คอลัมน์ ท่องเที่ยวเยาวชน.
วารสารธุรกิจท่องเที่ยว. 14 (5 พฤษภาคม 2544) :26-27.
- หม่อมหลวงคู่ย์ ชุมสาย และฉวีพันธ์ พรหมโยธี. ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2527.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544, อ้างถึง
ใน ปราโมชน์ รอดจรัส. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, 2549.
- อังกกพล พลฤกษ์วัน. นโยบายด้านการวางแผนการตลาดทางการท่องเที่ยว ปี 2552. ในเอกสาร
ประกอบการสัมมนายุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน และหลักสูตรการท่องเที่ยว : การจัดการ
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและพอเพียง, 2552.
- อนันต์ เชื้อชาชาญกิจการ. เอกสารคำสอนวิชาหลักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว(HT 206). กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2551.
- อภิศักดิ์ คู่กระสังข์. สภาพและปัญหาของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนิสิต นักศึกษา
ไทย ปี 2548. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

อัศวิน แสงพิบูล. ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ : คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2545.

ภาษาอังกฤษ

Baker, D.A. and Crompton, J.L. Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions.

Annals of Tourism Research, 27(February 2000) :785-804.

Flash, S. W. Political science in population studies. Lexington, Mass : Lexington Books, 1972.

Francesco Frangialli . Summary Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges . 2009.[Online] Available from <http://www.unwto.com> . [2 December 2009]

Jagdish, N. S, Banwari M. and Bruce I. Customer Behavior and beyond. USA. : The Dryden Press Harcourt Brace College Publishers, 1999.

Kozak, M. Comparative assessment of tourist satisfaction with destinations across two Nationalities. Tourism Management. 22(April 2000.), pp. 391-401.

Maslow, A.h. Motivation and Personality. New York : Harper and Row, 1970.

Moutinho. Strategic Management in Tourism. Consumer Behavior. London : CABI Publishing, 2000.

Yamane, T. An Introductory analysis. Tokyo: Harper International Edition, 1973.

Schiffman and Kanuk M., Consumer Behavior. Sixth edition. New jersey : Prentice Hall International Inc, 2000 .p 6.

Schiffman and Kanuk M, L.L. Consumer Behavior, Pearson, New Jersey, 2004.

Tideswell and Faulker . Multidestination travel patterns of international of international visitors to Queensland. Journal of the Travel Research Issue 38(May 1999)

Tourism Authority of Thailand. Sustainable Tourism Development for Thailand Report. Madrid : World Tourism Organization, 2001.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย

- | | |
|---|--|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ | ประธานแขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการกีฬา
และนันทนาการ
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. ประพัฒน์ ลักษณ์พิสุทธิ์ | อาจารย์ประจำแขนงวิชาการจัดการนันทนาการ
การท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร. สุธา ขาวเขียว | หัวหน้าภาควิชาวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม
คณะวิศวกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 4. นางดวงกมล จันสุริยวงศ์ | นายกสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
และผจญภัย
สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย |

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๐๙๙ ไล

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน รองอธิการบดีฝ่ายวิเทศและประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ๋นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ๋นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/ ๐๐๐๗๔

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๗๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ๋นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ สาขาวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้ด้วยดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ๋นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/ ๐๐๐ ๙๔

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕

มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ๋นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้ด้วยดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ๋นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณิงสุเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๐๗๖

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ่นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้ด้วยดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ่นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๐๙๖

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีปทุม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ่นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ่นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/ ๐๐๐๙๖

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ่นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ่นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๐ ๙๖

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตอุเทนถวาย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ่นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลชวีชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ่นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตอุเทนถวาย ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๐ ๖๑

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ๋นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลชวีชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ๋นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ในระหว่างวันที่ ๑๕ มกราคม ถึงวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต กนิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ร่าง
พิมพ์
ตรวจ
ทาน



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/00๐ ๙๘

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ่นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ สาขาวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ่นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๐๙๖

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ๋นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้ด้วยดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ๋นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

วาง	
พิมพ์	
ตรวจ	
ทวน	



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๐ ๙๖

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน Deputy Vice President for Student Affairs, Assumption University (A.Bancha Skuldee)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ่นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ่นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๐๙๖

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕

มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ่ณจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้ด้วยดี ในครั้งนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ่ณจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาส

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๐ ๕๑

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ่นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้อย่างดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ่นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/ ๐๐๐๗๖

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม๑ เขตปทุมวัน
กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายวรวิทย์ อุ๋นจิตร นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นายวรวิทย์ อุ๋นจิตร เข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ในระหว่างวันที่ ๑๘ มกราคม ถึงวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชิต คณึงสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ภาคผนวก ค
เครื่องมือในการทำวิจัย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แบบสอบถาม “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน
ของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร”

แบบสอบถามนี้ สร้างขึ้นเพื่อใช้ ในการเก็บข้อมูลประกอบวิทยานิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย เพื่อการศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน ของนิสิตนักศึกษาใน
กรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบพฤติกรรมดังกล่าว ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามหรือผลการศึกษานี้จะเป็น
ประโยชน์ต่อการวิจัย และจะไม่มีผลกระทบต่อท่าน โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อ ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านที่
สละเวลาให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่ตรงกับความคิดเห็น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง และเติมคำลงในช่องว่างที่ตรงตามความเป็นจริง

1. จังหวัดที่เป็นภูมิลำเนาของท่าน จังหวัด.....

2. เพศ ชาย หญิง

3. กำลังศึกษาอยู่ชั้นปี

ชั้นปีที่ 1 ชั้นปีที่ 2 ชั้นปีที่ 3 ชั้นปีที่ 4 (ระบุ).....

4. สาขาวิชา.....

5. มหาวิทยาลัย..... เอกชน รัฐบาล

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน(ไม่รวมค่าที่พัก)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 2,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2,001- 5,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5,001-8,000 บาท | <input type="checkbox"/> 8,001-11,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 11,001-14,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 14,000 บาท |

7. ได้รับรายได้ต่อเดือนมาจาก

- | | | | |
|---|----------------------------------|---|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> พ่อแม่/ผู้ปกครอง | <input type="checkbox"/> พี่น้อง | <input type="checkbox"/> ญาติ | <input type="checkbox"/> เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> ทำงานเอง | <input type="checkbox"/> เงินกู้ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ(ระบุ)..... | |

8. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากที่ใด(ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> เพื่อน/ญาติ | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> โทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> บริษัททัวร์ |
| <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ(ระบุ)..... |

9. ในระยะเวลา 1 ปี ท่านท่องเที่ยวบ่อยเพียงใด (ที่ต้องพักอาศัยอย่างน้อย 1 คืน)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1-5 ครั้ง/ปี | <input type="checkbox"/> 6-10 ครั้ง/ปี |
| <input type="checkbox"/> 11-15 ครั้ง/ปี | <input type="checkbox"/> มากกว่า 15 ครั้ง/ปี |

10. ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน คือ (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

- เที่ยงเอง เพื่อน/ญาติ
 ครอบครัว กิจกรรมของชมรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
 บริษัททัวร์ อื่น ๆ(ระบุ).....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน

(7 Greens Concept)

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

รายการความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยว ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept)	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	มาก (3)	มากที่สุด (4)
1.Green Heart (หัวใจสีเขียว)				
1.1 หาข้อมูลก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว เช่น อ่านคู่มือ ท่องเที่ยว ค้นหาทางสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น				
1.2 ได้รับผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่ง ท่องเที่ยว เช่น น้ำเน่าเสีย ขยะ ภาวะมลพิษ ความเสื่อม โทรมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น				
1.3 สามารถอธิบายเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศของโลก หรือภาวะโลกร้อนที่มีต่อการ ท่องเที่ยว				
1.4 เตรียมพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว โดยปฏิบัติตัว ก่อนการเดินทางจนกระทั่งสิ้นสุดการเดินทางที่ลดภาวะ โลกร้อน เช่น การลดใช้ถุงพลาสติก การนำสัมภาระการ เดินทางเฉพาะสิ่งที่จำเป็น เป็นต้น				
1.5 เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ เกี่ยวข้องกับการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความเชื่อของท้องถิ่นที่มีต่อ สิ่งแวดล้อม				
2.Green Logistics(รูปแบบการเดินทางสีเขียว)				
2.1 เลือกใช้บริการรถสาธารณะแทนการใช้รถส่วนตัว เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว				

รายการความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept)	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	มาก (3)	มากที่สุด (4)
2.2 เลือกเดินทาง โดยใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวจากรายการนำเที่ยวที่ช่วยลดภาวะโลกร้อน				
2.3 เลือกใช้ยานพาหนะที่ประหยัดพลังงาน และช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์				
2.4 หลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว				
2.5 หลีกเลี่ยงการเดินทางไปกลับระหว่างที่พักอาศัยกับแหล่งท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่มีการจราจรติดขัด				
3. Green Attraction (แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว)				
3.1 ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด				
3.2 ทิ้งขยะตามประเภทในที่จัดให้ และนำขยะออกจากแหล่งท่องเที่ยวทุกครั้ง				
3.3 เลือกเดินตามเส้นทางที่จัดให้ ไม่เดินลัด หรือเดินออกนอกเส้นทางที่กำหนดไว้ในแหล่งท่องเที่ยว				
3.4 มีส่วนช่วยแนะนำผู้อื่น และคอยดูแลมิให้ทำลายแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม				
3.5 ไม่ซื้อชิ้นส่วนของสัตว์หรือโบราณวัตถุ หรือสินค้าที่ทำมาจากสัตว์ หรือพืชหายาก หรือกำลังสูญพันธุ์ต่างๆ ที่นำมาจากแหล่งท่องเที่ยว หรือแหล่งอื่นๆใด				
4. Green Activity (กิจกรรมสีเขียว)				
4.1 เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว และกิจกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุด				
4.2 เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ และ/หรือวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด				

รายการความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept)	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	มาก (3)	มากที่สุด (4)
4.3 ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ขณะประกอบกิจกรรม เช่น ไม่เดินลัดเส้นทาง ไม่เก็บกล้วยไม้หรือถอนลูกไม้ ไม่ขีด เขียนหรือแกะสลักพันธุ์ตามหินผา และต้นไม้ เป็นต้น				
4.4 ปฏิบัติตามป้ายให้ความรู้อย่างเคร่งครัด ในแหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์ หรือ โบราณคดี หรือชุมชน				
4.5 เข้าร่วมกิจกรรมที่เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ที่รองรับ ได้ในแหล่งท่องเที่ยว หรือรับฟังข้อควร ปฏิบัติ และไม่ควร ปฏิบัติจากเจ้าหน้าที่ก่อน ระหว่างและหลังการ ดำเนินกิจกรรม				
5. Green Community (ชุมชนสีเขียว)				
5.1 บอกได้ว่าชุมชนมีวิถีวัฒนธรรม ประเพณี และวิถี ชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด				
5.2 เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ให้ข้อมูลอย่างถูกต้องตรง ตามความเป็นจริง				
5.3 ปฏิบัติตามกฎหมาย หรือข้อบังคับต่างๆของชุมชนที่ มีแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด				
5.4 เลือกชุมชนที่มีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม				
5.5 เลือกซื้อวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชน และ สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ สินค้าหัตถกรรม สินค้าของที่ระลึก เป็นต้น				
6. Green Service (การบริการสีเขียว)				
6.1 เลือกใช้บริการจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวที่มีนโยบาย และการดำเนินงานเพื่อลดภาวะ โลกร้อน หรือปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุด				
6.2 เลือกใช้บริการจากธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆที่มีแนวคิด ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น Clean Food Good Taste ,นโยบายประหยัดน้ำ,พลังงาน เป็นต้น				

รายการความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่งเที่ยวตามแนวคิดด้านภัยโลกร้อน(7Greens Concept)	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	มาก (3)	มากที่สุด (4)
6.3 เลือกลงใช้บริการมัคคุเทศก์ที่มีมาตรฐาน และจรรยบรณนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่งเที่ยว โดยให้ความสำคัญในเรื่องการอนุรักษ์ และช่วยลดภาวะโลกร้อน				
6.4 เลือกลงบริการท่งเที่ยวที่ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนท่งถิ่นอย่างใกล้ชิด				
6.5 เลือกลงการบริการจากสถานประกอบการที่ได้รับมาตรฐานสิ่งแวดล้อม โดยมีสิ่งสร้างความเชื่อมั่นต่างๆ เช่น รางวัลอุตสาหกรรมท่งเที่ยวไทย เกียรติบัตรความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น				
7. Green Plus (ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม)				
7.1 อาสาสมัครเข้าดำเนินกิจกรรมหรือ อโครงการที่เกี่ยวข้องกับการรักษาหรือฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมและการลดการลดภาวะโลกร้อนในแหล่งท่งเที่ยว				
7.2 สนับสนุนให้มีกิจกรรมท่งเที่ยวที่เป็นกิจกรรมพิเศษ ที่ช่วยเหลือชุมชนท่งถิ่นที่ด้อยโอกาส หรืออยู่ในเขตทุรกันดาร หรือที่ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม แห้งแล้ง ไฟไหม้ เป็นต้น				
7.3 เข้าร่วมการอบรม หรือเข้าร่วมสัมมนาด้านการท่งเที่ยวที่ให้ความรู้ในการฟื้นฟูหรือรักษาสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงวิธีการลดภาวะโลกร้อน				
7.4 มีส่วนร่วมในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการ หรือการดำเนินงานด้านการท่งเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการลดภาวะโลกร้อนไปสู่สังคมต่างๆ ทั้งในมหาวิทยาลัย และภายนอกมหาวิทยาลัย				
7.5 ปฏิบัติการในการช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยการแนะนำ				

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ-นามสกุล	นายวรวิทย์ อุ่นจิตร
วัน เดือน ปี เกิด	14 กุมภาพันธ์ 2525
ประวัติการศึกษา -	<p>เข้ารับการศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตรการกีฬา (แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว) คณะวิทยาศาสตรการกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2551</p> <p>-ศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม) (เกียรตินิยมอันดับสอง) คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2548</p> <p>-ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2549</p>
ประสบการณ์การทำงาน	<p>-วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ พ.ศ. 2548</p> <p>-โรงแรมเจดับบลิวแมริออท กรุงเทพฯ พ.ศ. 2549</p>
ตำแหน่งหน้าที่ สถานที่ทำงาน	<p>พนักงานการตลาด 3 งานท่องเที่ยวภายในประเทศ ภูมิภาคภาคกลาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์</p> <p>เลขที่ 39/9 ถนนเพชรเกษม ตำบลหัวหิน</p> <p>อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110</p>

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย