

การพัฒนาแบบวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย

THE DEVELOPMENT OF THAI ECOTOURIST AUTHENTICITY TEST

อุษารดี ภู่มาลี
Usaradee Phumalee

ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Department of Conservations, Faculty of Forestry, Kasetsart University
E-mail: fforudp@ku.ac.th

Received:	May 18, 2021
Revised:	December 26, 2021
Accepted:	December 29, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบวัดและหาคุณภาพของแบบวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มาเยือนชาวไทยที่เดินทางมาเยือนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน จำนวน 1,244 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบและตรวจสอบความสอดคล้องภายใน โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ผลการตรวจสอบคุณภาพของข้อคำถาม พบว่า ความเที่ยงทั้งฉบับมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.910 โมเดลการวัดได้ค่า χ^2 เท่ากับ 0.01 ค่า p-value ของ χ^2 มีค่าเท่ากับ 9.34 ค่าดัชนี χ^2 / df มีค่าเท่ากับ 1.33 ค่าดัชนี CFI มีค่าเท่ากับ 1.00 ค่าดัชนี GFI มีค่าเท่ากับ 1.00 ค่าดัชนี AGFI มีค่าเท่ากับ 0.99 และค่า RMR เท่ากับ 0.005 ในขณะที่ค่าดัชนี RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.016 และค่าดัชนี CN มีค่าเท่ากับ 2472.46 สรุปได้ว่า มาตรวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความเหมาะสมและสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ

นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ABSTRACT

The purposes of this study were to develop and verify the validity of the ecotourist authenticity test of Thai tourists. A sample group of 1,244 subjects from Thai tourists visiting Khao Yai National Park, Doi Inthanon National Park, Kaeng Krachan National Park, Khao Laem Ya-Mu Ko Samet National Park and Similan Islands National

Park. The instrument used in the research was the ecotourist authenticity test of Thai tourists with the evaluation of construct validity by using Exploratory Factor Analysis and internal consistency (Cronbach's Alpha Coefficient). The investigation of test revealed results as follows: Alpha Coefficient=0.910, the measurement model revealed $\chi^2 = 0.01$, the p-value of = 9.34, $\chi^2 / df = 1.33$, CFI =1.00, GFI =1.00, AGFI = 0.99, RMR = 0.005, RMSEA = 0.016 and CN =2472.46. It can be summed up that the ecotourist authenticity test is appropriate and consistent with the empirical data.

Keywords

Ecotourist, Ecotourism

ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ รวมถึงแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่น และทรงคุณค่าในพื้นที่นั้น โดยมีเน้นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อธรรมชาติและมีการจัดการอย่างยั่งยืน ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ หรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างต่ำ อีกทั้งเน้นกระบวนการเรียนรู้ และการให้การศึกษาเกี่ยวกับระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความประทับใจ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า ซึ่งจะสร้างความตระหนักและจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการอนุรักษ์ ทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่าแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความยั่งยืนทั้งในด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพประสบการณ์นันทนาการของนักท่องเที่ยว และคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่น โดยในปัจจุบันกระแสนิยมการท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติได้มีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งจากการเพิ่มขึ้นของการประกาศพื้นที่คุ้มครองและกระแสการรณรงค์การท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุผลนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น Transparency Market Research (2017) ได้ชี้ให้เห็นว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้มีการเพิ่มขึ้นจาก ปี 2012 ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 7 มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 22 ในปี 2025 ซึ่งชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มว่ากระแสการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะค่อย ๆ เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของกลุ่มการท่องเที่ยวแบบมวลชน

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีหลากหลายทั้งในเรื่องของความหลากหลายรูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวตามฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ความหลากหลายของระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยมีตั้งแต่ประสบการณ์แบบเรียบง่าย ความท้าทายความยากลำบากไปจนถึงประสบการณ์การได้รับความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง และการประกอบกิจกรรม (Burton, 1998; Donohoe & Needham, 2006) จากประเด็นความหลากหลายนี้ทำให้ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความเชื่อมโยงกับลักษณะและรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายด้วยเช่นกัน จึงส่งผลกระทบต่อความหลากหลายของคุณลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความเชื่อและการรับรู้ที่ชัดเจนในด้านของประสบการณ์การท่องเที่ยว

ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวไม่ใช่แค่ความรู้สึกได้ใกล้ชิดธรรมชาติเหมือนกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั่วไป แต่อาจเกี่ยวข้องกับปัจจัย 4 ปัจจัย คือ กิจกรรมที่มีฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นฐานในการประกอบกิจกรรม กิจกรรมที่เน้นการอนุรักษ์ รูปแบบการจัดการที่ยั่งยืน และการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติ (Buckley, 1994; Burton, 1998) ในขณะที่ Fennell (2000) ระบุว่าปัจจัยที่ทำให้รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความหลากหลายคือ ระดับของการบริโภคทรัพยากร การให้คุณค่ากับทรัพยากรธรรมชาติ ทักษะในการประกอบกิจกรรม และระดับของการเรียนรู้จะเห็นได้ว่าการระบุขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถพิจารณาได้หลายมุมมองและขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกันไป

ทั้งนี้ความคิดเห็นของนักวิชาการที่แตกต่างกันนั้น ทำให้การกำหนดนิยาม รูปแบบกิจกรรม ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ ตลอดจนลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความแตกต่างกันไปด้วยเช่นกัน (Weaver & Lawton, 2007) ปัญหาดังกล่าวจึงส่งผลกระทบต่อรูปแบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่หากไม่มีการกำหนดลักษณะเฉพาะของประสบการณ์นั้นหนทางการและการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่แท้จริง อาจส่งผลกระทบต่อโอกาสที่จะทำให้การจัดการดังกล่าวก่อให้เกิดประสบการณ์นั้นหนทางการที่ไม่แตกต่างจากรูปแบบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั่วไป ดังนั้นการพัฒนาแบบวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่เป็นข้อมูลสำคัญในการกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในเรื่องของคุณลักษณะ พฤติกรรมการเดินทาง ความชอบ แรงจูงใจ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการให้บริการทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมกับประเภทของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อันจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับประสบการณ์นั้นหนทางการและการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

องค์ประกอบที่สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีองค์ประกอบใดบ้าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแบบวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย
2. เพื่อศึกษาหาคุณภาพของแบบวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาแบบวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทยในครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยสามารถกำหนดปัจจัยที่บ่งชี้ความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ 4 ปัจจัย ได้แก่ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ความชอบด้านการท่องเที่ยว เจตคติต่อสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจากการสังเคราะห์ปัจจัยบ่งชี้ทั้ง 4 ปัจจัยได้นำไปพัฒนาแบบวัดได้ ดังนี้

1. การกำหนดความหมายของความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืน โดยรวบรวมข้อมูลจากกรอบทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ความหมายของความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืนทั้งในและต่างประเทศ แล้วนำมาจัดกลุ่มความหมายของความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืน

2. การพัฒนาแบบวัด (Tool development) โดยนำลักษณะความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืนที่ได้จากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 มาจัดทำเป็นร่างแบบวัดความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืน โดยมีปัจจัยในการจำแนกความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืน 4 กลุ่มตัวแปรด้วยกันคือ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ความชอบด้านการท่องเที่ยว เจตคติต่อสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมต่อสิ่งแวดล้อม โดยรวมเป็นประเด็นข้อคำถามแบบเลือกตอบเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale) 5 ระดับตามระดับความถี่ของการแสดงพฤติกรรมและการแสดงความคิดเห็น

3. การทดสอบคุณภาพของแบบวัด โดยทำการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ค่าดัชนีเชิงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity index) และทำการวิเคราะห์รายข้อและหาความเที่ยงแบบวัดความสอดคล้องภายใน (Internal consistency reliability) ผู้วิจัยนำแบบวัดฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2 ไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำนวนอย่าง 36 คน เพื่อวิเคราะห์รายข้อ (Item analysis) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามกับแบบสอบถามทั้งฉบับ (Corrected item-total correlation) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.2 และทดสอบความเที่ยงของแบบวัดโดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป

3.1 การตรวจสอบอำนาจจำแนกของตัวชี้วัดความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืนเป็นรายตัวชี้วัด ซึ่งในแต่ละตัวชี้วัดจะมีแบบวัดที่แตกต่างกัน โดยใช้ค่าเฉลี่ยของข้อคำถามในแต่ละตัวชี้วัด โดยหาค่าอำนาจจำแนกด้วยการทดสอบค่าที (t -test)

3.2 การทดสอบความตรงเชิงโครงสร้างโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2 ไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไปที่เดินทางมาเยือนอุทยานแห่งชาติซึ่งได้ทำการคัดเลือกจากพื้นที่ศึกษาโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multistage sampling) โดยขั้นแรกได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบภูมิภาค (Cluster sampling) และพิจารณาอุทยานแห่งชาติที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยสูงสุด 3 อันดับแรกในแต่ละภูมิภาค จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random) โดยการจับฉลากเลือกอุทยานแห่งชาติ โดยได้อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เป็นตัวแทนอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นตัวแทนอุทยานแห่งชาติในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อุทยานแห่งชาติเอราวัณเป็นตัวแทนอุทยานแห่งชาติในภาคกลาง อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด เป็นตัวแทนอุทยานแห่งชาติในภาคตะวันออก และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลันเป็นตัวแทนอุทยานแห่งชาติในภาคใต้ โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงตุลาคม 2561 ถึงเดือนตุลาคม 2562 จำนวน 1,244 ตัวอย่าง ทั้งนี้ก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผู้วิจัยจะทดสอบสถิติ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และ Bartlett's test เพื่อทดสอบว่าข้อมูลนี้มีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยถ้าค่าสถิติ KMO มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบมีความเหมาะสมกับข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ Bartlett's test เพื่อทดสอบสมมติฐาน ถ้าผลการวิเคราะห์ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ยอมรับสมมติฐานทางเลือก แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันจึงจะ

วิเคราะห์ปัจจัยต่อ กรณีที่ยอมรับสมมติฐานหลัก ปฏิเสธสมมติฐานทางเลือก แสดงว่าตัวแปรไม่มี
ความสัมพันธ์กัน ข้อมูลนี้ไม่เหมาะสมต่อการวิเคราะห์ปัจจัยต่อ

ด้านการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผู้วิจัยใช้เทคนิค Principle Component Analysis และหมุน
แกนตัวประกอบด้วยวิธี Varimax กำหนดค่าไถ่แกนมากกว่าหรือเท่ากับ 1.0 และตัวแปรที่บรรยายตัว
ประกอบตั้งแต่ 3 ตัวขึ้นไป โดยแต่ละตัวแปรจะต้องมีน้ำหนักตัวประกอบตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป หลังจากนั้น
ผู้วิจัยจัดเรียงข้อคำถามเป็นองค์ประกอบ ตามผลการวิเคราะห์องค์ประกอบและวิเคราะห์ความเที่ยง
ของแบบวัดทั้งฉบับและตามองค์ประกอบโดยใช้การคำนวณค่า (Cronbach's Alpha Coefficient)

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาแบบวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวไทย พบว่า แบบวัดความเป็น
นักท่องเที่ยวชาวไทยประกอบด้วยตัวชี้วัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 4 องค์ประกอบ จำนวน
8 ตัวชี้วัด ได้แก่ (1) องค์ประกอบที่ 1 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว (Motivation) ประกอบด้วย
ข้อคำถาม 16 คำถาม (2) องค์ประกอบที่ 2 เจตคติต่อสิ่งแวดล้อม (Environment attitude)
ประกอบด้วยข้อคำถาม 16 คำถาม (3) องค์ประกอบที่ 3 พฤติกรรมต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental
behavior) ประกอบด้วยข้อคำถาม 12 คำถาม และ (4) องค์ประกอบที่ 4 ความชอบด้านการ
ท่องเที่ยว (Tourist preferences) ประกอบด้วยข้อคำถาม 10 ข้อคำถาม รวมทั้งสิ้น 54 คำถาม ทั้งนี้
ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน พบว่า ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยการ
หาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.60 -1.00 โดยค่า IOC ของคำถามแต่ละตอนและ
จากการวิเคราะห์ผล พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาคของแบบวัดโดยรวมคือ 0.910

2. ผลการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า
ตัวชี้วัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 4 องค์ประกอบ (8 ตัวชี้วัด) ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1
แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด M1 และ M2) องค์ประกอบที่ 2 เจตคติต่อสิ่งแวดล้อม
(ตัวชี้วัด A1 และ A2) องค์ประกอบที่ 3 พฤติกรรมต่อสิ่งแวดล้อม (ตัวชี้วัด B1 และ B2) และ
องค์ประกอบที่ 4 ความชอบด้านการท่องเที่ยว (ตัวชี้วัด P1 และ P2) ทั้ง 8 ตัวชี้วัดมีผลการทดสอบ
อำนาจการจำแนกของกลุ่มที่มีคะแนนสูงและกลุ่มที่มีคะแนนต่ำ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ .01 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ส่วนเบี่ยงเบนเฉลี่ย (Standard Error: SE) และค่าอำนาจการจำแนก

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5)	SD	SE	ค่าอำนาจ การจำแนก
				t
ด้านแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว				
แรงจูงใจด้านสัมผัสธรรมชาติและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (M1)	4.03	0.02	0.56	53.099***
แรงจูงใจด้านการศึกษาและเรียนรู้ (M2)	3.94	0.02	0.65	55.618***
ด้านเจตคติต่อสิ่งแวดล้อม				
กลุ่ม Ecocentrism (A1)	4.36	0.01	0.51	46.517***
กลุ่ม Anthropocentrism (A2)	4.33	0.01	0.50	45.426***
ด้านพฤติกรรมต่อสิ่งแวดล้อม				
พฤติกรรมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมทั่วไป (B1)	4.65	0.02	0.77	58.546***
พฤติกรรมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ (B2)	4.68	0.02	0.68	51.863***
ด้านความชอบด้านการท่องเที่ยว				
ความชอบด้านการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติ (P1)	4.15	0.02	0.62	35.819***
ความชอบในการสัมผัสธรรมชาติ (P2)	3.94	0.02	0.63	42.911***

หมายเหตุ *** = $p < .001$

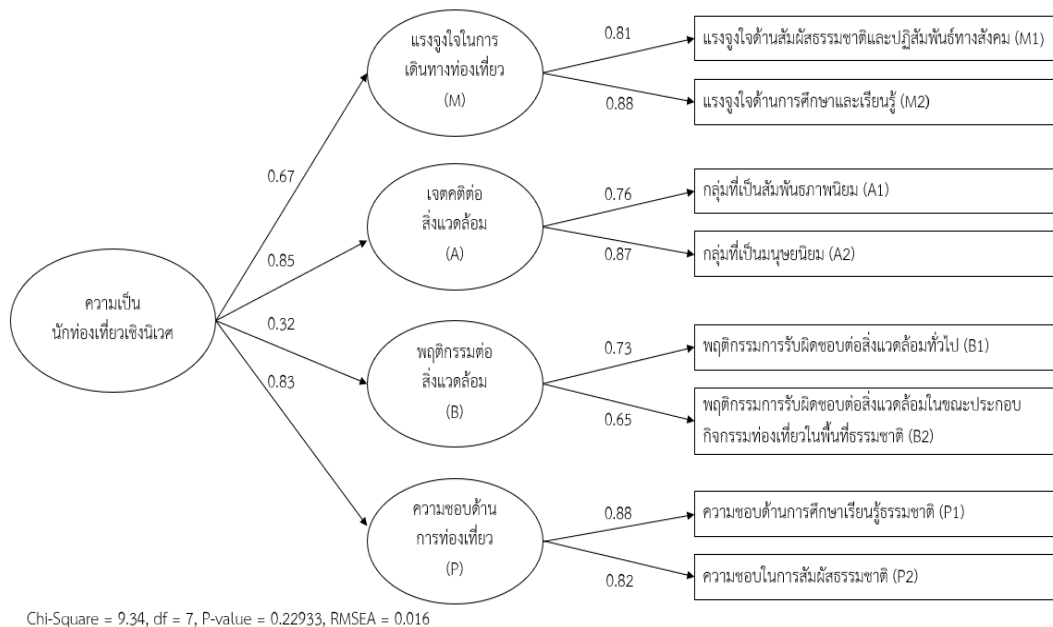
3. ผลการวิเคราะห์คุณภาพของแบบวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการวิเคราะห์วิเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลการวัด โดยตัวแปรองค์ประกอบความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีองค์ประกอบรวม จำนวน 8 องค์ประกอบผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 8 องค์ประกอบของความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศรวมทั้ง 28 คู่ พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้ง 28 คู่มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมากถึงสูงระหว่าง 0.070 ถึง 0.714 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 3750.214, df = 28, $p = 0.000$ ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.723 แสดงว่า ตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของตัวแปรสังเกตได้ของความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืนเวค

ตัวแปร	M1	M2	A1	A2	B1	B2	P1	P2
M1	1.000							
M2	0.711**	1.000						
A1	0.412**	0.439**	1.000					
A2	0.338**	0.376**	0.660**	1.000				
B1	0.150**	0.176**	0.218**	0.076**	1.000			
B2	0.105**	0.146**	0.142**	0.070**	0.459**	1.000		
P1	0.400**	0.365**	0.357**	0.440**	0.105**	0.167**	1.000	
P2	0.363**	0.424**	0.381**	0.471**	0.159**	0.195**	0.714**	1.000
\bar{X}	4.039	3.952	4.368	4.339	0.932	0.939	4.158	3.949
S.D.	0.525	0.618	0.460	0.451	0.147	0.127	0.590	0.605

Bartlett Test for Sphericity = 3750.214, df = 28, p = .000, KMO = 0.723

หมายเหตุ $n = 1,244$, ** $p < 0.01$



ภาพที่ 1 โมเดลการวัดความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืนเวค

จากภาพที่ 1 โมเดลการวัดได้ค่า χ^2 เท่ากับ 0.01 ค่า p-value ของ χ^2 มีค่าเท่ากับ 9.34 ซึ่งมากกว่า 0.05 ค่าดัชนี χ^2 / df มีค่าเท่ากับ 1.33 ซึ่งน้อยกว่า 2.00 ค่าดัชนี CFI มีค่าเท่ากับ 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี GFI มีค่าเท่ากับ 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี AGFI มีค่าเท่ากับ 0.99 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.90 และค่า RMR เท่ากับ 0.005 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0 ถึง 0.05 ในขณะที่ค่าดัชนี

RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.016 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 และค่าดัชนี CN มีค่าเท่ากับ 2472.46 ซึ่งมีความมากกว่า 200 สรุปได้ว่า มาตรการวัดความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงนิเวศ มีความเหมาะสมและสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าดัชนีความเหมาะสมของโมเดลการวัดความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงนิเวศ

ดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
χ^2 (P-value)	> 0.05	9.34 (0.229)	ผ่านเกณฑ์
df	-	7	-
χ^2 / df	< 2.00	1.33	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	1.00	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.99	ผ่านเกณฑ์
RMR	< 0.05	0.005	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.016	ผ่านเกณฑ์
CN	> 200	2472.46	ผ่านเกณฑ์

ทั้งนี้องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง ตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงนิเวศ ดังตารางที่ 4 สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4 องค์ประกอบและโมเดลการวัดเชิงยืนยันของความเป็นนักท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงนิเวศ

ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ		t	R^2	สปส. คะแนนองค์ประกอบ
	Beta	b (SE)			
องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง					
M1	0.81	0.46	-	0.66	0.64
M2	0.88	0.55(0.03)	20.58**	0.78	0.91
A1	0.76	0.37	-	0.57	0.41
A2	0.87	0.43(0.02)	18.74**	0.76	1.22
B1	0.73	0.55	-	0.53	0.71
B2	0.65	0.58(0.09)	6.24**	0.43	0.44

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ		t	R ²	สปส. คะแนน องค์ประกอบ
	Beta	b (SE)			
P1	0.88	0.53	-	0.77	0.88
P2	0.82	0.48(0.02)	21.85**	0.66	0.59
องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง					
M	0.67	0.66(0.04)	15.95**	0.45	-
A	0.85	0.79(0.04)	19.66**	0.73	-
B	0.32	0.31(0.05)	6.78**	0.10	-
P	0.83	0.83(0.04)	21.79**	0.69	-

หมายเหตุ t-values > 2.576 มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ = 0.01** ($p < 0.01$)

1. องค์ประกอบของแรงจูงใจ ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ แรงจูงใจด้านการศึกษาและเรียนรู้ (M2) และแรงจูงใจด้านสัมผัสธรรมชาติและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (M1) ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.88 และ 0.81 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวแปรสังเกตได้แรงจูงใจ ร้อยละ 78 และร้อยละ 66 ตามลำดับ

2. องค์ประกอบของเจตคติต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ กลุ่ม Anthropocentrism (A2) และกลุ่ม Ecocentrism (A1) ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87 และ 0.76 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวแปรสังเกตได้เจตคติต่อสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 76 และร้อยละ 57 ตามลำดับ

3. องค์ประกอบของพฤติกรรมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ พฤติกรรมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมทั่วไป (B1) และ พฤติกรรมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ (B2) ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.73 และ 0.65 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวแปรสังเกตได้พฤติกรรมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 53 และร้อยละ 43 ตามลำดับ

4. องค์ประกอบของความชอบ ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ ความชอบในการสัมผัสธรรมชาติ (P2) และความชอบด้านการศึกษารเรียนรู้ธรรมชาติ (P1) ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.88 และ 0.82 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวแปรสังเกตได้ความชอบ ร้อยละ 77 และร้อยละ 66 ตามลำดับ

ส่วนองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง ตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่ เจตคติต่อสิ่งแวดล้อม (A) ความชอบ (P) แรงจูงใจ (M) และพฤติกรรมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (B) ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85 0.83 0.67 และ 0.32 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวแปรสังเกตได้ความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 73 ร้อยละ 69 ร้อยละ 45 และร้อยละ 10 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาที่พบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ เจตคติต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพราะเจตคติต่อสิ่งแวดล้อมเป็นหนึ่งในปัจจัยที่บ่งชี้การแสดงพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การประกอบกิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยวที่มุ่งสู่ความยั่งยืน อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน มีนักวิจัยจำนวนไม่มากนักที่นำเอาตัวแปรด้านเจตคติต่อสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยในการกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Dolnicar, 2010) ซึ่ง Blamey and Braithwaite (1997) ได้ประยุกต์ใช้ตัวแปรค่านิยมทางสังคมเป็นตัวแปรในการจำแนกนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่นเดียวกับกับการศึกษาของ Yindeesuk (2016) ที่เจตคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยในส่วนของตัวแปรด้านความชอบของนักท่องเที่ยวที่มีน้ำหนักในการบ่งชี้ความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศรองลงมาจากตัวแปรเจตคติต่อสิ่งแวดล้อมนั้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Jaworski, Kohli & Sahay (2000) การขับเคลื่อนการตลาดการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความชอบของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับการศึกษาของ Chaminuka, Groeneveld, Selomane, & van Ierland (2012) ที่พบว่าความชอบของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่งผลต่อการเลือกที่พักและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งถ้าหากนักจัดการหรือผู้ประกอบการสามารถระบุความชอบเฉพาะของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ จะส่งผลต่อการนำข้อมูลไปใช้ในการจัดการหรือวางแผนธุรกิจที่จะมารองรับกลุ่มตลาดเฉพาะนี้ได้

นอกจากนั้นผลการศึกษาที่พบว่าองค์ประกอบของแรงจูงใจที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ แรงจูงใจด้านการศึกษาและเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Eagles (1992) ที่ทำการศึกษาจำแนกนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศออกจากนักท่องเที่ยวทั่วไป (mainstream tourists) โดยผลการศึกษาพบความแตกต่างอย่างชัดเจนในเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวทั่วไปกับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งแรงจูงใจหลักในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวแคนาดาเขียนคือแรงจูงใจในการเข้าไปเรียนรู้ธรรมชาติ ป่าฝนเขตร้อน และพื้นที่ธรรมชาติสันโดษ ในขณะที่นักท่องเที่ยวแคนาดาเขียนทั่วไปต้องการเดินทางไปสัมผัสอากาศอบอุ่น การได้ใช้เวลากับครอบครัวและกลุ่มเพื่อน ทั้งนี้ตัวแปรทั้งในเรื่องของเจตคติต่อสิ่งแวดล้อม ความชอบของนักท่องเที่ยว และแรงจูงใจนั้นถือเป็นตัวแปรบ่งชี้ที่สำคัญในการวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่ง Beaumont (2011) ได้สรุปไว้ว่า ลักษณะสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ องค์ประกอบของแรงจูงใจในการเรียนรู้ สัมผัสธรรมชาติและมีการมีความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะด้านการนำผลการวิจัยไปใช้ โดยแบบวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถใช้เป็นแนวทางในการออกแบบโปรแกรมการนำเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมกับลักษณะความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรดำเนินการศึกษาข้อมูลเชิงลึกจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเฉพาะเช่น นักท่องเที่ยวเดินป่า คุณก

ดังนั้น เพื่อให้สามารถพัฒนาข้อคำถามที่มีความสามารถในการจำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น
นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศกลุ่มย่อยได้

Reference

- Beaumont, N. (2011). The third criterion of ecotourism: Are ecotourists more concerned about sustainability than other tourists? **Journal of Ecotourism**. 10(2), 135-148.
- Blamey, R. K. & Braithwaite, V. A. (1997). A social values segmentation of the potential ecotourism market. **Journal of Sustainable Tourism**. 5(1), 29-45.
- Buckley, R. (1994). A Framework for ecotourism. **Annals of Tourism Research**. 21(3), 661-665.
- Burton, F. (1998). Can ecotourism objectives be achieved? **Annals of Tourism Research**. 25(23), 755-758.
- Chaminuka, P., Groeneveld, R. A., Selomane, A. O. & van Ierland, E. C. (2012). Tourist preferences for ecotourism in rural communities adjacent to Kruger National Park: A choice experiment approach. **Tourism Management**. 33, 168-176.
- Dolnicar, S. (2010). Identifying tourists with smaller environmental footprints. **Journal of Sustainable Tourism**. 18(6), 717-734.
- Donohoe, H. M. & Needham, R. D. (2006). Ecotourism: The Evolving Contemporary Definition. **Journal of Ecotourism**. 5(3), 192-210.
- Eagles, P. F. J. (1992). The travel motivations of Canadian ecotourists. **Journal of Travel Research**. 31(autumn), 3-7.
- Fennell, D. A. (2000). What's in a name? Conceptualizing natural resource-based tourism. **Tourism Recreation Research**. 25(1), 97-100.
- Jaworski, B., Kohli, A. K. & Sahay, A. (2000). Market-driven versus driving markets. **Journal of the Academy of Marketing Science**. 28(1), 45-54.
- Transparency Market Research. (2017). **Ecotourism Market - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends, and Forecast 2016 – 2024**. Retrieved from <https://www.transparencymarketresearch.com/ecotourism-market.html>.
- Weaver, D. B. & Lawton, L. J. (2007). Twenty years on: the state of contemporary ecotourism research. **Tourism Management**. 28(5), 1168-1179.
- Yindeesuk, C. (2016). **khwām̄rū̄ thatsanakhati læ phrut̄tikam k̄ānthō̄ngthī̄eo chō̄ng Niwēt̄ khō̄ng nakthō̄ngthī̄eo chā̄o Thai** [Ecotourism Knowledge, Attitudes and Behaviors of Thai Tourists]. Thesis for Master's Degree. Chon Buri: Burapha University.