

พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด

Behavior and motivation of foreign tourists which affect low-carbon tourist attractions in Koh Mak Island, Trat province

อุมาพร บุญเพชรแก้ว (Umaporn Boonphetkaew)^{*}

อิสระพงษ์ พลธานี (Issarapong Poltanee)^{**}

กมลวรรณ อยู่คำ (Kamonwan Youkam)^{***}

ปัลลิดา ฐัฒพรกรณ์ (Palida Ruvacharakorn)^{***}

ปิยะวรรณ มาก่อเกียรติ (Piyawan Makokiat)^{***}

ยูธิกา ต่านภูวงศ์ (Yutika Danphuwong)^{***}

อชิติยา ตรีกดี (Athitiya Trukdee)^{***}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด 3) เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบ โลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จำนวน 400 คน โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความน่าจะเป็น และใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายข้อมูลพื้นฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน t-test และ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้สูงกว่า 20,100 เหรียญสหรัฐ มาจากทวีปยุโรป พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรก และเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด เพื่อสัมผัส

^{*} อาจารย์ประจำสาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Lecturer, Tourism innovation, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University, E-mail: faasupb@gmail.com)

^{**} อาจารย์ประจำสาขาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Lecturer, Tourism and Hotel Management, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University, E-mail: isara_aaa@hotmail.com)

^{***} นิสิตสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ Student of Hotel and Tourism Management Program, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University

ประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 - 5 วัน โดยจะเดินทางมากับคู่รักงบประมาณค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อวันมากกว่า 10,001 บาท มีการวางแผนรูปแบบการเดินทางด้วยตนเอง โดยการหาแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเกาะหมาก จังหวัดตราด จากอินเทอร์เน็ต และจะกลับมาท่องเที่ยวเกาะหมาก นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน เกาะหมากจังหวัดตราดที่มีเพศ ต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจที่เป็นแรงผลักดัน และปัจจัยดึงดูดของอายุในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: พฤติกรรม, แรงจูงใจนักท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน, เกาะหมาก

Abstract

The aims of this study are as follows: 1) To study the tourism behaviour of foreign tourists towards low-carbon tourism in Koh Mak Island, Trat province. 2) To study motivation patterns in tourism among foreign tourists towards low-carbon tourism in Koh Mak Island, Trat province. The people within this study were foreign tourists whom came to Koh Mak Island, Trat province for the purpose of travel. The amount of people studied was 400. The tool which was used for the study was a set of questionnaires. The statistics were selected and analysed by calculating the median and using standard deviation, which was then converted into percentages. Analysis of t-test and F-test in hypothesis testing.

The study found that the groups of tourists studied were mainly men who were between 25-34 years old. They were largely from Europe and graduated with a bachelor's degree. The Majority of them were employees of private companies. Their salary per year was higher than 20,100 US Dollars. Most of the studied tourists shared the same tourism behaviour which was travelling in Koh Mak Island for the first time. Their purpose of travel was to experience low-carbon tourism. The amount of days they spent travelling was between 1- 5 days. They traveled as couples and spent more than 10,001 baht a day on the island. The tourists planned the itinerary by themselves. They mainly traveled to the island on weekends. The tourists obtained the information of tourist attractions on the island from the internet. Their main purpose on the island was sunbathing. They would like to come back again if an opportunity arises in the future. The most important aspect which made low-carbon tourism in Koh Mak Island, Trat province attractive was the beautiful beach, sea and nature, which were well preserved. The tourist attractions on the island were safe for travelling and low-carbon tourism advertisement were the second and the third important aspects respectively. In addition, Moreover, the result found that

foreign tourists who traveled to Koh Mak Island in the form of low-carbon tourism with different genders, there were no statistically significant differences (at the level of 0.5). Considering different levels of education, income, and career, motivation is the driving force and factors influencing travel time were statistically significant differences at the level of 0.05.

Keywords: Behavior, Tourist motivation, Low-carbon tourist attractions, Koh Mak

บทนำ

ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลาย สวยงาม ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดจากธรรมชาติ หรือมนุษย์สร้างขึ้น ถือเป็นแหล่งสร้างรายได้ที่สำคัญให้กับประเทศ (ธณิศวีล กุลศรี, 2559) ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงและกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง และธุรกิจนำเที่ยว จึงมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ สามารถสร้างรายได้และอาชีพให้กับประชาชน ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นด้วยการมีอาชีพที่มั่นคงและมีรายได้ในแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน แต่ต้องคำนึงถึงระบบการผลิตที่สมดุลและเหมาะสม (Optimized) เกิดของเสียจากการผลิตน้อยที่สุด เน้นการใช้วัสดุและพลังงานอย่างคุ้มค่า มีการวางแผน สร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและลดปริมาณของเสียที่เกิดจากการผลิต ที่จะนำไปสู่การลดต้นทุน เพิ่มผลกำไร รวมถึงการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อให้อุตสาหกรรมรักษาความสมดุลภายใต้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐและสุภากร ภิญโญฉัตรจินดา, 2560)

การท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมตามมา เช่น น้ำเสีย การจัดการขยะที่ไม่เหมาะสม การจัดการระบบสาธารณูปโภคที่ไม่ทั่วถึง บางครั้งมีนักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยว เกิดผลกระทบต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น เป็นปัญหาที่เกิดจากผู้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวโดยไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม หรือขาดระบบการบริหารจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องเผชิญกับภัยคุกคามที่เกิดจากผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) หรือภาวะโลกร้อน เช่น ทำให้ช่วงฤดูการท่องเที่ยวสั้นลง เกิดความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ เกิดภัยธรรมชาติ ที่ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงและยาวนานขึ้น สิ่งเหล่านี้สร้างความเสียหายต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปสัมผัสธรรมชาติและ ชิมชั๊บบรรยากาศของชุมชนท้องถิ่น และเพลิดเพลินกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ต้องการจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการช่วยดูแลธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งอุดหนุนสินค้าชุมชน ซึ่งเกาะหมาก จังหวัดตราด ได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ช่วยผลักดัน Low Carbon Tourism จนกลายเป็นกระแสการท่องเที่ยวที่รักสิ่งแวดล้อม และทำให้ภาพลักษณ์ของเกาะหมาก จังหวัดตราด เป็นจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีการรณรงค์การท่องเที่ยวให้ทุกภาคส่วนดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความสะดวกสบายตั้งแต่การขนส่งสาธารณะ รวมไปถึงการเข้าพักสถานประกอบการที่ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การทำอาหารจะเน้นใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่ง และเน้นให้นักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่ดูแลรักษาธรรมชาติ เช่น กิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเก็บขยะรอบชายหาด ปีนจักรยานรอบเกาะหมาก เดินป่า ดำน้ำปลุกปะการัง เป็นต้น เกาะหมาก จังหวัดตราดจึงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมภายใต้โครงการ Low Carbon Destination เพื่อมุ่งเป้าหมายสู่การเป็น Green Island ในระดับสากล (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2558)

เกาะหมาก เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญของจังหวัดตราด ตั้งอยู่ที่บริเวณฝั่งอ่าวไทย ตั้งอยู่ระหว่างเกาะช้างและเกาะกูด มีพื้นที่ทั้งหมด 9,500 ไร่ ยังคงลักษณะทางธรรมชาติดั้งเดิม อนุรักษ์วิถีชาวบ้านไว้ อีกทั้งในเกาะหมากจะไม่มีร้านสะดวกซื้อชื่อดังและตึกสูง เพราะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่เป็นหลัก พร้อมเพิ่มกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวแทนการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว เพื่อลดปัญหาขยะ การใช้พลังงานไฟฟ้า รวมถึงสิ่งแวดล้อมที่จะถูกทำลายไปอย่างรวดเร็ว การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเกาะหมากเป็นไปในทิศทางเดียวกันด้วยความสามัคคีของผู้นำชุมชนและคนในชุมชน การบริหารจัดการต่างๆ จึงง่ายขึ้น มีการส่งเสริมให้ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า เลือกใช้แผงโซลาร์เซลล์ผลิตไฟฟ้าเพิ่มแสงสว่างตามทางเดิน ขณะที่การกำจัดขยะก็มีการสร้างเตาเผาขยะที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและมีการคัดแยกขยะ ซึ่งขยะเปียกที่เกิดจากอาหารสดจะนำมาหมักทำเป็นไบโอแก๊สและทำเป็นปุ๋ย อีกทั้งยังมีการปลูกผักสลัด ผักสวนครัว เพื่อรับประทานภายในเกาะหมาก เพื่อลดการขนส่งวัตถุดิบทางเรือ รวมถึงในอนาคตจะมีการเลี้ยงสัตว์เพื่อใช้บริโภคภายในเกาะอีกด้วย (ผู้จัดการออนไลน์, 2558)

เกาะหมาก จังหวัดตราด ยังคงเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ยังคงสภาพความสวยงามทางธรรมชาติ โดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด มองว่าจุดเด่นคือความเงียบสงบ (อิสระพงษ์ พลธานีและอุมาพร บุญเพชรแก้ว, 2560) การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนจากหน่วยงานต่างๆ รวมถึงคนในชุมชนเกาะหมาก จังหวัดตราด ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรม แรงจูงใจ และการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จะเป็นแนวทางในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจรูปแบบการท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเพื่อที่จะก่อให้เกิดความยั่งยืนในการท่องเที่ยวของเกาะหมากจังหวัดตราดต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบ โลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด
3. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบ โลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด

กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ลักษณะการเดินทาง 2) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 3) บุคคลที่ร่วมเดินทาง 4) งบประมาณ 5) รูปแบบการเดินทาง และ 6) แหล่งข้อมูลในการเดินทาง แรงจูงใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยผลักดัน และ 2) ปัจจัยดึงดูด

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

รวีวรรณ โปรงรุ่งโรจน์ (2558: 2) กล่าวว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกนั้นๆ

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2557: 2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นมองเห็นได้โดยทั่วไป ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว เป็นความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถมองเห็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยวได้ถูกต้องและธุรกิจสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ว่าต้องการซื้อบริการท่องเที่ยวอะไร ทำให้ถึงซื้อบริการนั้น ซื้อบริการเมื่อไหร่ ซื้อบริการที่ไหน และหลังจากซื้อบริการแล้วนักท่องเที่ยวจะประเมินบริการเหล่านั้นอย่างไร เป็นต้น หากต้องการให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องเรียนรู้ทุกสิ่งเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เช่น ศึกษาความต้องการ ความคิด การทำงาน การใช้เวลาว่างของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเข้าใจทั้งปัจจัยส่วนตัวและปัจจัยกลุ่มที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (2552) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายใน เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Motivation) หรือความต้องการที่จำเป็น (Needs) ของผู้บริโภค จัดอยู่ในการศึกษาทางด้านจิตวิทยา (Psychology) เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การศึกษาในด้านนี้มุ่งเน้นที่จะค้นหาถึงแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางและนักท่องเที่ยวทำการตัดสินใจอย่างไร นักท่องเที่ยวมีทัศนคติอย่างไรต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ได้เลือก นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์และได้เรียนรู้มากขึ้นแค่ไหนจากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้รับ นักท่องเที่ยวมีการปะทะสังสรรค์ (Interact) กับคนในพื้นที่และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ที่มากน้อยเพียงใด และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ที่ได้รับมากขึ้นแค่ไหน แรงจูงใจ (Motivation) เป็นอิทธิพลหลักของพฤติกรรมผู้บริโภค (เลิศพร ภาระสกุล, 2559: 181)

แรงจูงใจในการเดินทางแรงจูงใจ หรือสิ่งกระตุ้นให้คนเดินทางเป็นสิ่งสำคัญ ที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้ 2 ประเภท (วัชรภรณ์ รัชย์ศรี, 2551) ดังนี้

1. ปัจจัยดึง (Pull Factor) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริมหรือดึงดูดให้คนเดินทางไปได้แก่ 1) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor) ประเทศใดที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศนั้นมีอำนาจทางการซื้อสูง และมีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้มาก 2) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศและสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากประเทศของตน เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่าง 3) ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural factor) กำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคมนั้น ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีประเพณีงานเทศกาลประวัติศาสตร์สามารถเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้คนในสังคมอื่นเดินทางมายังท้องถิ่นของตนได้ 4) ปัจจัยทางการเมือง (Political factor) ประเทศที่มีสภาวะการณ์ทางการเมืองมั่นคงย่อมทำให้คนในประเทศอื่นเดินทางมาประเทศตนได้ 5) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology) การพัฒนาทางเทคโนโลยีทางการสื่อสาร การคมนาคม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งบันเทิงเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้น สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ 6) สื่อ (Media) สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดค่านิยม การตัดสินใจของคนเนื่องจากสื่อมวลชนจะถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชนและสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่แต่ละแห่งได้ถ้าข่าวสารหรือข้อมูลที่ปรากฏบนสื่อเป็นภาพที่ดีก็สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางในทางตรงกันข้าม ถ้าข้อมูลปรากฏในเชิงลบก็อาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน

2. ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทาง ซึ่ง Maslow (1954) กล่าวเรื่องปัจจัยผลักดันว่า “คนจะมีพฤติกรรมแสดงออกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง” ดังนั้น ความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคน จึงเป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมแสดงออกของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลาย ความเครียด และต้องการที่จะได้รับความสะดวกสบายความสนุกสนาน ความบันเทิง ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการทางกาย (Physiological Need) 2) นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พักสถานที่ท่องเที่ยวร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาดนอกจากนี้ต้องการให้ผู้บริการมีความซื่อสัตย์จริงใจและสามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกต้องซึ่งจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง (Safety Need) 3) นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทาย หรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของตนเองอยู่เสมอ และคาดหวังให้ผู้บริการสามารถจดจำ ชื่อ นามสกุล ข้อมูลส่วนตัวของตนเองได้อย่างถูกต้อง เพราะแสดงถึงการเป็นที่ยอมรับและยกย่องนับถือในสังคมนั้น ๆ (Social Need และ Esteem Need) 4) นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้ได้เห็น ได้ยิน ได้ลอง สิ่งใหม่ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่มีคุณภาพเพื่อสะสมประสบการณ์ที่เสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตนเอง (Esteem Need) 5) นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยไม่สนใจว่าท้องถิ่นนั้น จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอยู่ใกล้เมืองหรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเรียนรู้หรือพยายามทำความรู้จักเข้าใจวัฒนธรรมและวิถีความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นและมักจดหรือบันทึกสิ่งที่ตนได้พบเห็น เพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน

การท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน (Low Carbon Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์บนสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ส่งผลให้สภาพแวดล้อมมีความสมบูรณ์ขึ้นภายใต้สภาพพื้นที่เฉพาะเจาะจง (Liu Min, 2011)

การท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน (Low Carbon Tourism) เป็นการท่องเที่ยวลักษณะหนึ่งที่ประสานกันระหว่างคนในชุมชนกับธรรมชาติที่อยู่รอบ ๆ ได้อย่างลงตัว (Zhou Gefen, 2013)

การท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน (Low Carbon Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในเรื่องของการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และลดการใช้พลังงาน โดยอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น นักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น (นิคมศม อักษรประดิษฐ์, 2558)

ท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน คือ การท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อนและการทำกิจกรรม ที่ไม่เพิ่มการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศ เช่น ปิดเครื่องปรับอากาศ ปิดไฟเมื่อไม่อยู่ห้องพัก สั่งอาหารเมนูที่หาได้เองจากในท้องถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องเปลี่ยนค่านิยม ลดใช้พลังงาน ลดการขนส่งวัตถุดิบจากระยะไกล อย่างเช่น ถ้าเป็นเกาะก็ต้องขนส่งจากฝั่ง อาหารทะเลก็จากประมงเล็ก ๆ รอบเกาะ ไม่ต้องมี ห้องเย็น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ก็จะสามารถลดการใช้ น้ำมัน และลดคาร์บอนในที่สุด (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2559)

การศึกษาแนวคิดการตัดสินใจทางการท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมาในข้างต้นมีประเด็นสำคัญที่เชื่อมโยงงานวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรม แรงจูงใจ และการเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จะเป็นแนวทางในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว ให้มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สนใจรูปแบบการท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเพื่อที่จะก่อให้เกิดความยั่งยืนในการท่องเที่ยวของเกาะหมากจังหวัดตราดต่อไป

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด ซึ่งมีกระบวนการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราด จากข้อมูล ปี พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 171,588 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความน่าจะเป็น และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนประชากร จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำจำนวนประชากรทั้งหมดไปคำนวณสูตรตามทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หมายความว่า จะยอมให้มีระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 ดังนั้นค่า $e = 0.05$ (อัศวิน แสงพิบูล, 2556)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล 1 ประเภทได้แก่ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยศึกษาจากทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การศึกษามีความน่าเชื่อถือและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 เป็นส่วนเนื้อหาข้อแบบสอบถามที่ใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลเชิงปริมาณสำหรับกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะของคำถามปลายปิด (Close - end Questions) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบจำนวน 5 ระดับ ตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) ได้แก่ นำมาหาเกณฑ์เฉลี่ยระดับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน ที่เกาะหมาก จังหวัดตราด สามารถกำหนดได้ (ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์. 2558) ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความคิดต่อเห็นแรงจูงใจ
4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แบบสอบถามที่สร้างขึ้น ได้ผ่านการพิจารณา โดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหาภาพลักษณ์และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงการ ตรวจสอบภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม ตลอดจนความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-objective Congruence Index: IOC) จากผลการประเมิน ข้อคำถามในแบบสอบถามจำนวน 33 ข้อ พบว่าผลการวิเคราะห์ IOC มีค่าคะแนนข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.70 - 1.00 คะแนน

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามจากการทดสอบความสอดคล้องระหว่าง ข้อคำถาม ทดลองแจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และทำการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น พบว่า มีค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.712

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายข้อมูลพื้นฐาน การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ผู้วิจัยจะใช้สถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย สถิติ Independent Sample t-test ที่จะใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 กลุ่ม คือ เพศชาย และเพศหญิง ส่วนค่าสถิติ One way ANOVA (F-test) จะใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีมากกว่า 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบ รายคู่ โดยใช้วิธี Sheffe

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์ คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด

นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 มีอาชีพพนักงานเอกชน มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 คน ส่วนใหญ่มีรายได้สูง กว่า 20,100 เหรียญสหรัฐต่อปี มีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 ส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป มีจำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรก มีจำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 ส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด เพื่อสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบ โลว์คาร์บอน มีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 - 5 วัน มีจำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราดกับคู่รัก มีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 ส่วนใหญ่มีงบประมาณค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อวันมากกว่า 10,001 บาท มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 ส่วนใหญ่วางแผนรูปแบบการเดินทางด้วยตนเอง มีจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนใหญ่นิยมเดินทางมา ท่องเที่ยวช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มีจำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 ส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเกาะ หมาก จังหวัดตราด จากอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 ส่วนใหญ่มีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยว

เกาะหมาก จังหวัดตราด มีจำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 ส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมการนอนอาบแดด เพื่อพักผ่อนริมชายหาด มีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด

ตารางที่ 1 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ในภาพรวม

แรงจูงใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ปัจจัยผลักดัน	3.82	0.58	มาก
ปัจจัยดึงดูด	3.88	0.60	มาก
รวม	3.85	0.01	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ในภาพรวมมีระดับมาก ($\bar{X}=3.85$, S.D.=0.01) เมื่อพิจารณาปัจจัยของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับของแรงจูงใจมากที่สุดในด้านของปัจจัยดึงดูดโดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$, S.D.=0.20) รองลงมา คือ ปัจจัยผลักดัน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$, S.D.=0.18) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ในด้านของปัจจัยผลักดัน

ปัจจัยผลักดัน	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. ต้องการได้ชื่อว่าเคยมาท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน	3.10	1.07	ปานกลาง
2. หลีกหนีความวุ่นวายในเมืองมาพักผ่อนแบบส่วนตัวและหาความเงียบสงบที่เกาะหมาก	4.33	0.86	มากที่สุด
3. หลีกหนีมลพิษทางอากาศจากในเมืองมาสู่แหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน	3.86	0.96	มาก
4. เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบธรรมชาติ	3.78	1.04	มาก
5. เพื่อสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติทะเลที่สะอาดและสวยงาม	4.55	0.70	มากที่สุด
6. เพื่อได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ในการท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน	3.28	0.95	ปานกลาง
รวม	3.82	0.93	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ในด้านของปัจจัยผลักดันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$, S.D.=0.93) เมื่อพิจารณาปัจจัยผลักดันแต่ละข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับของแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด มากที่สุดในประเด็นเรื่องของการมาเพื่อสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติทะเลที่สะอาดและสวยงาม

(\bar{X} =4.55 , S.D.=0.70) ประเด็นเรื่องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในเมืองมาพักผ่อนแบบส่วนตัวและหาความเงียบสงบ (\bar{X} =4.33 , S.D.=0.86) รองลงมาคือประเด็นเรื่องการหลีกเลี่ยงมลพิษทางอากาศจากในเมืองมาสู่แหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.86 , S.D.=0.96) ประเด็นเรื่องการเดินทางที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบธรรมชาติ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.78 , S.D.=1.04) และระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด คือ ประเด็นเรื่องการได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ในการท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} =3.28 , S.D.=0.95) ประเด็นเรื่องการได้ชื่อว่าเคยมาท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} =3.10 , S.D.=1.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ในด้านของปัจจัยดึงดูด

ปัจจัยดึงดูด	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. หาดทรายขาวสะอาดและปราศจากมลพิษทางทะเล	4.77	0.50	มากที่สุด
2. สัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชนดั้งเดิมบนเกาะหมาก เช่น ปลุกผักสวนครัวแบบเกษตรอินทรีย์, การแสดงของชาวพื้นบ้าน	3.80	0.94	มาก
3. กิจกรรมและกีฬาบนเกาะหมากที่มีการลดใช้พลังงานและลดปริมาณการปล่อยก๊าซที่เป็นมลพิษ เช่น เล่นเรือใบท้องคู, ปั่นจักรยานรอบเกาะ	3.87	0.92	มาก
4. สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะมีความปลอดภัย	4.02	1.03	มาก
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เป็นจุดเด่นของเกาะหมาก	3.09	1.04	ปานกลาง
6. มีโครงสร้างพื้นฐานการอำนวยความสะดวกที่ครบครัน	3.75	0.99	มาก
รวม	3.88	0.90	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ในด้านของปัจจัยดึงดูดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.88 , S.D.=0.90) เมื่อพิจารณาปัจจัยดึงดูดแต่ละข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับของแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะหมาก จังหวัดตราด มากที่สุดในประเด็นเรื่องของหาดทรายขาวสะอาดและปราศจากมลพิษทางทะเล (\bar{X} =4.77 , S.D.=0.50) รองลงมา คือประเด็นเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะมีความปลอดภัย โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.02 , S.D.=1.03) ประเด็นเรื่องกิจกรรมและกีฬาบนเกาะหมากที่มีการลดใช้พลังงานและลดปริมาณการปล่อยก๊าซที่เป็นมลพิษ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.87 , S.D.=0.92) ประเด็นเรื่องการสัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชนดั้งเดิมบนเกาะหมาก เช่น ปลุกผักสวนครัวแบบเกษตรอินทรีย์ การแสดงของชาวพื้นบ้าน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.80 , S.D.=0.94) ประเด็นเรื่องการมีโครงสร้างพื้นฐานการอำนวยความสะดวกที่ครบครัน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.75 , S.D.=0.99) และระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์

การท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เป็นจุดเด่นของเกาะหมาก โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.09$, S.D.=1.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One –way Anova/ F-test)

ตัวแปร	ปัจจัยส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	อาชีพ
	t-test	F-test	F-test	F-test	F-test
ปัจจัยผลักดัน	.542	1.103	3.389*	4.464*	2.549*
ปัจจัยดึงดูด	.969	4.623*	2.136	.176	.635

*. ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way ANOVA/F-test) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน เกาะหมาก จังหวัดตราดที่มี เพศ ต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพที่ต่างกัน มีแรงจูงใจที่เป็นแรงผลักดัน และปัจจัยดึงดูดของอายุในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

อภิปรายผล

1. แรงจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบ โลว์คาร์บอนที่ เกาะหมาก จังหวัดตราด

จากผลของการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบ โลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยใช้หลักการแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ มาเป็นตัวเปรียบเทียบเพื่อให้การวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นและสามารถ อภิปรายผลของการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่ เกาะหมาก จังหวัดตราด พบว่า เพื่อสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติทะเลที่สะอาดและสวยงามมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีของเดิน อร่ามศรี (2557) ที่ได้กล่าวว่า ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) นับเป็นปัจจัยจูงใจทางด้านจิตวิทยา สังคม หรือความต้องการภายในตัวบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นมูลเหตุภายใน ของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวตามทฤษฎีลำดับขั้นแรงจูงใจในการเดินทาง เช่น ขั้นผ่อนคลายอารมณ์ เป็นขั้นที่ถูกลำหนดจากตัวนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายที่ต้องการพักผ่อนหรือ ทำให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น หรือการผ่อนคลายอารมณ์ นับเป็นจุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวที่จะเริ่มเดินทางท่องเที่ยว เป็นครั้งแรก เช่น นักท่องเที่ยววัยรุ่นอาจได้รับแรงจูงใจจากความต้องการการพักผ่อนหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อ ความเพลิดเพลิน เช่น การเดินทางเพื่อไปดำน้ำ ปีนเขา ซึม้า วัยนี้ อาบแดด ฯลฯ ซึ่งขั้นผ่อนคลายอารมณ์นี้ นับว่า

เป็นแรงจูงใจขั้นพื้นฐานในลำดับขั้นความต้องการทางด้านกายภาพ (Physical needs) และนักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศและสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากประเทศของตน เพื่อหาสิ่งชดเชยในสิ่งที่ตนไม่มี สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อใกล้ชิดกับธรรมชาติและท่องเที่ยวมากที่สุด เช่นกัน

แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด พบว่า มีโครงสร้างพื้นฐานการอำนวยความสะดวกที่ครบครันอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ เดน อร่ามศรี (2557) ที่ได้กล่าวว่า ปัจจัยดึงดูดเป็นปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ไกล ๆ เนื่องจากเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าบริเวณนั้นไม่มีสิ่งดึงดูดใจก็จะไม่เกิดการท่องเที่ยวขึ้น นั้นแสดงให้เห็นว่าสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจซึ่งนอกจากความสวยงามแล้ว ยังต้องมีองค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ สะพาน ถนน สนามบิน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่พักมีมาตรฐานที่สามารถยอมรับได้อยู่ในระดับมาก เช่นกัน

2. การเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบ โลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน เกาะหมากจังหวัดตราดที่มีเพศต่างกันมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 อาจเป็นเพราะในปัจจุบันความแตกต่างทางด้านเพศมีผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวน้อยลงเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวยังเกาะหมากได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ส่วนระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจที่เป็นแรงผลักดัน และปัจจัยดึงดูดของอายุในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 อาจเนื่องมาจากระดับการศึกษาจะส่งผลกระทบต่อรายได้ และการประกอบอาชีพที่ต่างกันในการมีรายได้ในการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การศึกษาในระดับปริญญาตรีจะมีโอกาสในการเก็บเงินจากการประกอบอาชีพที่มีรายได้จากรายรับที่สูงกว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริศนา มั่นภา (2559) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว แบบเชิงเกษตรที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิคินีย์ มายอร์ (2555) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และสถานภาพต่างกันมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนองแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. ควรเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนในพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงการท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน เช่น การให้นักท่องเที่ยวร่วมปลูกผักปลอดสารพิษร่วมกับคนในชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวเที่ยวได้ทำกิจกรรมที่เป็นการลดมลพิษซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน การให้ความรู้ในเรื่องของการใช้วัสดุคุณภาพในการทำอาหารบนเกาะแทนการใช้การขนส่งเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับความเป็นโลว์คาร์บอนมากยิ่งขึ้น

2. ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่มากขึ้น เช่น การปั่นจักรยานชมบรรยากาศรอบเกาะแทนการขึ้นรถจักรยานยนต์หรือการใช้รถสองแถว เพื่อเป็นการลดปริมาณมลพิษในอากาศ การเล่นเรือใบท่องเที่ยวแทนการขึ้นเจ็ทสกี ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเดินทางมายังเกาะหมาก จังหวัดตราด เพื่อมาทำกิจกรรมในสิ่งที่ตนเองยังไม่เคยได้ทำ การร่วมกิจกรรมประมงกับชาวประมงท้องถิ่น

3. ปัจจัยดึงดูดที่เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด คือหาดทรายขาวสะอาดและปราศจากมลพิษทางทะเล นอกจากนี้สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะยังมีความปลอดภัย ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่ท่องเที่ยวไม่ปรากฏรายงานนักท่องเที่ยวเกิดอุบัติเหตุจากกิจกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงเหตุการณ์การทำร้ายนักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์จุดเด่นในประเด็นดังกล่าว รวมทั้งกิจกรรมและให้ความรู้ในเรื่องของการท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนให้มากขึ้นในทุกช่องทางการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ เป็นต้น เพื่อเป็นการทำให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลในเรื่องของการท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอน อีกทั้งยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวที่เกาะหมาก จังหวัดตราดได้เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด เท่านั้น ดังนั้นหากมีการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ด้วย เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับว่า พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติดกับนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร เพื่อนำผลมาประกอบการดำเนินการกลยุทธ์ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด ต่อไป

2. ควรศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด เพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด มากน้อยเพียงใด เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของสถานที่ท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนบนเกาะหมาก จังหวัดตราด ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- Aksornpradit, N. (2015). *krabuānkān boṛihañ chatkān kānthoṅgthiēo bæp khabōṅ tam (Low Carbon Tourism) koṛani sukṣā phūnthī ko māḥ chāngwat trat*[Management Process for Low Carbon Tourism: A Case Study of Koh Mak in Trad Province]. Master of Education Program Graduate School, Silpakorn University
- นิคมศม อักษรประดิษฐ์. (2558). กระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) กรณีศึกษาพื้นที่เกาะหมาก จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Aramsri, D. (2014). *patchai phlak dan læ patchai dungdūt*[Pull Factor and Push Factor]. Retrieved on January 2, 2018 from http://hh132.blogspot.com/2014/08/1_20.html?m=1.
- เด่น อร่ามศรี. (2557). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด. เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2561. เข้าถึงได้จาก http://hh132.blogspot.com/2014/08/1_20.html?m=1.
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration. (2015). *อพท. nung chuḥbræñ Low Carbon Holiday Mudjai nakthoṅgthiēo khunnaphāp sū chāngwat trat*[]. Retrieved on January 2, 2018 from <http://www.trattown.com/th/travel/low-carbon-holiday/>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2558). *อพท. 1 ชูแบรนด์ Low Carbon Holiday มัดใจนักท่องเที่ยวคุณภาพสู่จังหวัดตราด*. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.trattown.com/th/travel/low-carbon-holiday/> .
- Kunsri, T. (2016). *kānphatthana kānthoṅgthiēo choēng prawattisāt : koṛani sukṣā phiphitthaphan sirinthoṅ tambon nōnburi amphoē sahat khan chāngwat kān sin*[Low Carbon Holiday for Quality tourists to Trat Province]. *Veridian E-Journal* 9, 3(September – December), 2-3.
- ธনীศวัล กุลศรี. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. *Veridian E-Journal* 9, 3(กันยายน – ธันวาคม), 2-3.
- Manager Online. (2015). *ko māḥ withī Low carbon chumchon tonbæp nēramit suk yangyūn*[Koh Mak Way of Low carbon The prototype community of happiness]. Retrieved on November 20, 2017 from <http://www.manager.co.th/Smes/ViewNew s.aspx?NewsID=9580000016904>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2558). เกาะหมาก วิถี Low carbon ชุมชนต้นแบบเนรมิตสุขยั่งยืน. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/Smes/ViewNew s.aspx?NewsID=9580000016904>.

- Mayor, V. (2012). *kānsuksā ræng chūngchāi kånthōngthiēo læ khwāmphungphoḥchāi khōng nakthōngthiēo chāo Thai thī doenthāng mā thōngthiēo bōḡnamrōḡ raksa wārin læ bōḡnamrōḡ phōḡ rang chāngwat Ranong*. [A Study of Motivations and Satisfactions of Tourists Visiting Raksawarin and Pornrang Hot Springs In Ranong Provençe]. Master of Arts Development of Tourism Management. Dhurakij Pundit University.
- วิดิเนีย มายอร์. (2555). การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Munpao, P. (2016). *phruttkam kāntatsinchāi thōngthiēo choēng kaset : kōḡanī suksā khloḡng mahā Sawat chāngwat Nakhōḡ Pathom*. [Agrotourism Decision Making Behaviors:a case study of Mahasawas Canal in Nakornpatom Province]. *Journal of Thonburi University* 10,22 (May – August), 104 – 110.
- ปรีศนา มั่นเภา. (2559). พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี* 10,22 (เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม), 104 – 110.
- Nakpaen, S. (2012). *phruttkam læ ræng chūngchāi khōng nakthōngthiēo chāo tāng chāt nai kān mā kō pha ngan chāngwat suratthānī*. [Tourism Behaviors and Motivating Factors of Foreign Tourists Visiting In Pha-Ngan Island, Surat Thani Province]. Master of Arts Development of Tourism Management. Dhurakij Pundit University.
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Pharasakun, L. (2016). *phruttkam nakthōngthiēo*[Tourist Behavior]. Bangkok: Chulalongkorn University.
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2559). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Pinprathomrat, P and Pinyochatchinda, S. (2017). *kān wikhroḡ prasitthiphāp choēng Niwēt sēthakit ‘utsāhākam ‘āhān kōḡanī suksā nikhom ‘utsāhākam bāng chan lāt kra bang samut sākoḡ bāng phlī læ bāng pū*. [Eco-Efficiency Analysis of Food Industry:Case of Bang Chun, Lad Krabung, Samut Sakorn Bank Plee, and Bang Pu Industrial Estate]. *Veridian E-Journal* 10, 3(September – December), 716-735.
- ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐและสุภาพร ภิญโญฉัตรจินดา (2560). การวิเคราะห์ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจอุตสาหกรรมอาหารกรณีศึกษา นิคมอุตสาหกรรมบางชัน ลาดกระบัง สมุทรสาคร บางพลี และบางปู. *Veridian E-Journal* 10, 3(กันยายน – ธันวาคม), 716-735.

- Poltanee, I. and Boonphetkaew, U. (2017). ‘ongprakop̄ sakkayaphāp̄ khoṅg læng thoṅgthiēo thāng thalē ko māk changwat trat̄ [The Component of Potential in Marine Tourism Attraction Koh Mak Trat] Province. Liberal Arts review 12,24(July – December), 95-102
- อิสระพงษ์ พลธานีและอุมาพร บุญเพชรแก้ว. (2560). องค์ประกอบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล เกาะหมาก จังหวัดตราด. ศิลปศาสตร์ปริทัศน์ 12,24(กรกฎาคม – ธันวาคม), 95-102
- Proirungrot, R. (2015). phruttkam nakthoṅgthiēo [Tourist Behavior]. Bangkok: O.S. Printing House.
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- Rayapsri, W. (2008). phruttkam kānthoṅgthiēo choēng phut khoṅg nakthoṅgthiēo chāo Thai læ chāo tāng chāt thīma thīēo wat nai boṛiwen̄ ko Rattanakosin Krung Thēp Maha Nakhō . [Buddhist tourism behavior of Thai tourists and Foreigners who visit the temple in Rattanakosin Island, Bangkok]. Master of Science Degree in Ecotourism Planning and Management Srinakharinwirot University.
- วัชรภรณ์ รัชย์ศรี. (2551). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติที่มาเที่ยว วัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์กรุงเทพมหานคร. ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- Ruangraphan, C. (2015). sathiti phūnthān. [Basic statistics]. Khon Kean: Khon Kean University.
- ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์. (2558). สถิติพื้นฐาน. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Sangpikul, A. (2013). rabiap withī wīchai dān kānthoṅgthiēo læ rōnggrām . [Research methodology for tourism and hospitality]. Bangkok: Dhurakij Pundit University.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Tittangwatthana, B. (2014). phruttkam nakthoṅgthiēo [Tourist Behavior]. Bangkok: Fernkhaluang.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพ็รินซ์ฮาลวง.
- Tourism Authority of Thailand. (2553). chet Greens sotsai saichai singwætloṅm [7 Greens]. Retrieved on November 20, 2017 from <https://7greens.tourismthailand.org/>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). 7 Greens สดใสใส่ใจสิ่งแวดล้อม. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2560. เข้าถึงได้จาก <https://7greens.tourismthailand.org/>.
- Utthayan, C. (2009). phruttkam nakthoṅgthiēo [Tourist Behavior]. Retrieved on January 2, 2018 from <https://touristbehaviour.wordpress.com/>.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2552). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เข้าถึงเมื่อ 2 มกราคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/>.

ภาษาต่างประเทศ

Liu Min. (2011). Low-carbon Tourism Development of Changdao Island Low-carbon Economy.

Accessed June 20. Available from [http://www.seiofbluemountain.com/upload/product/201112/2011jscx0a15 .pdf](http://www.seiofbluemountain.com/upload/product/201112/2011jscx0a15.pdf)

Zhou Gefen. (2013). Research on Low-carbon Rural Tourism Development in Western Minority Regions in China —from the perspective of Neoinstitutional economics. *Journal of Contemporary Research in Business* 4,10(March),117-125