

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว
กรณีศึกษา สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์
จังหวัดเชียงใหม่

The study of influence factors toward Tourism's decision making to
Ecotourism destinations: The Royal Agricultural Station Angkhang and
Inthanon

¹กิตติยา ดาวเวียงกัน, ลัดดา ปินตา

¹Kittiya Dawwiangkan, Ladda Pinta

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

Rajamangala University of Technology Lanna, Thailand

¹Corresponding Author Email: kittiya.pure36@gmail.com

Received April 6, 2020; Revised May 17, 2020; Accepted May 24, 2020

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เดินทางมาท่องเที่ยว 2) ระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยว 3) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวตามความคาดหวังและการรับรู้ 4) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เป็นการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ใช้วิธีการเก็บแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย แจกแจงความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแปรปรวนแบบทางเดียว วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ค้นหาตัวพยากรณ์และสร้างสมการพยากรณ์โดยใช้วิธี Stepwise เป็นการพยากรณ์โดยมีรูปแบบของสมการ ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านสถานที่ จำนวนครั้งในการเดินทาง วิธีการเดินทาง บุคคลร่วมเดินทาง วัตถุประสงค์ในการเดินทาง และฤดูในการเดินทางต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

2. ความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว ภาพรวมความคาดหวังและการรับรู้ อยู่ในระดับพอใจมาก ซึ่งมีค่าความต่างของค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 1.16

3. การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวตามความคาดหวังและการรับรู้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่าง อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่าด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก ด้านวัฒนธรรมและสังคม ด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจ ในขณะที่ ด้านอื่น ๆ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

คำสำคัญ: การตัดสินใจ; การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ; สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง; สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์

Abstract

The purpose of the research study were: 1) to study eco-tourists' behaviors that visit various destinations, 2) to study tourists' expectation(s) and perception(s) on eco-tourism, 3) to compare and determine if the service quality of various destination meet tourists' expectation(s) and perception(s), and 4) to study the factor(s) that have impacts on eco-tourists' decisions to travel to such destinations. This research was conducted on samples of tourists who were 20 years old and over, using convenience sampling method; 400 samples were collected. the instrument for data collection was a questionnaire. The statistics used were percentage, mean, frequency distribution, standard deviation, independent-sample T-test, and One-way ANOVA analysis, Multiple Regression Analysis Paired Sample T-test and Linear Regression Analysis. By using multiple regression coefficient is in order to seek forecaster and to create forecasting equation of Stepwise method and multiple regression analysis for pattern equation, and the results are as follows:

1.The behaviors of eco-tourists consist of location, a number of times traveling, the mean(s) to travel, travel companion(s), objective(s), and the season, which affect decision to travel, with the statistical significance of 0.01

2.Overall, the tourists' expectation(s) and perception(s) on eco-tourism are satisfactory, with the statistical significance of 1.16

3.The service quality comparison to meet the tourists' expectation(s) and perception(s) have different impacts decision making, with the statistical significance of 0.01 4.Factors that affect

the decision making are facilities, transportation, cultural and social factor, and marketing. On the other hand, other not affect the decision making. The statistical significance is at 0.01

Keywords: Tourism; Ecotourism; The Royal Agricultural Station Angkhang; The Royal Agricultural Station Inthanon

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบอาชีพทางการเกษตรที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ วัฒนธรรมการเกษตรที่เป็นวิถีชีวิต และเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการพัฒนาประเทศให้มีความยั่งยืน และไปในทิศทางเดียวกัน รัฐบาลประเทศไทยมีนโยบายที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักตัวหนึ่งในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจให้ดีขึ้น จากนโยบายของรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว 3 ด้านคือ ด้านการบริการ และการท่องเที่ยวโดยมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพ และมาตรฐานของบริการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการ การท่องเที่ยวด้านการพัฒนาภาคบริการ โดยปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นจัดให้หน่วยงาน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง (นโยบายของรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว, 2544) แต่ในทางตรงกันข้ามการท่องเที่ยวที่มีมากขึ้นนั้นกลับทำให้สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลงการจัดการการท่องเที่ยวโดยทั่วไปจึงมักประสบกับปัญหาที่สวนทางกันระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อีกทั้งได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบทชนมรรณเณม วัฒนธรรม ประเพณีรูปแบบกิจกรรมและการประกอบอาชีพการเกษตรหลากหลาย (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2555)

สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง เป็นสถานีวิจัยแห่งแรกของโครงการหลวง จัดตั้งขึ้นตามพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ว่า “ให้ช่วยเหลือ ช่วยตัวเอง” มีพระราชประสงค์ให้ชาวไทยภูเขาที่พักอาศัยอยู่ตามดอยต่าง ๆ ทางภาคเหนือเลิกปลูกฝิ่น และทำไร่เลื่อนลอย อันเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ป่าไม้ และต้นน้ำลำธารของประเทศถูกทำลาย ประชากรประมาณ 3,215 คน เป็นชาวไทยภูเขาเผ่าจีนยูนาน ไทใหญ่ มูเซอร์ดำ และปะหล่อง สภาพภูมิอากาศเย็นสบายตลอดปี (สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง, 2558)

สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ ตั้งอยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ราษฎรที่อาศัยบนพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยภูเขาเผ่ากะเหรี่ยงและเผ่าม้ง ซึ่งบุกรุกพื้นที่ป่าไม้ ทำไร่เลื่อนลอย ปลูกข้าวไร่ ข้าวโพด และฝิ่น ส่งผลให้ป่าที่เคยสมบูรณ์กลายเป็นป่าเสื่อมโทรมพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 มีพระราชประสงค์ที่จะช่วยเหลือชาวเขาเหล่านั้นให้มีพื้นที่ทำกินเป็นหลักแหล่ง ทั้งสองสถานที่ที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวภายในสถานีตลอดทั้งปีให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ ธรรมชาติ เกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และงานวิจัยต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ นอกจากนั้นยังมีสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบสถานี สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และ

สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ นอกจากจะมีสถานที่ให้เรียนรู้และท่องเที่ยวมากมายแล้วยังมีบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน (สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์, 2558)

เนื่องจากทั้งสองสถานียังตั้งอยู่ที่บนพื้นที่สูงมีภูเขาล้อมรอบทำให้สถานีมีอากาศที่เย็นสบายตลอดทั้งปี จึงเป็นสถานที่ ๆ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นจำนวนมากทำให้มีประชากรเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวกันมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบการกระแสดความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจมากท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมากขึ้นทำให้นักลงทุนหันมาสนใจลงทุนในธุรกิจที่พักแรมบริเวณสถานีอย่างมากในปัจจุบัน สืบเนื่องจากชาวเหตุการณ์ที่นายทุนได้ทำธุรกิจที่พักแรมพักบูกรุกพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ทางกรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้ทำการรื้อถอนแล้วฟื้นฟูพื้นที่กลับสู่ธรรมชาติ (ไทยรัฐ, 2561) ทำให้เกิดผลกระทบกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้ยังมีที่พักบางส่วนที่ไม่ได้บุกรุกพื้นที่ป่าและเป็นพื้นที่ของชาวบ้านเองอยู่อีกในตัวอำเภอประกอบกับสถานีเกษตรหลวงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีศักยภาพสูง มีการเดินทางที่สะดวก

ดังนั้นการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษา สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลให้ทราบถึง ในพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลได้จากการศึกษาดังกล่าว มาปรับใช้เป็นกลยุทธ์ให้เหมาะสมสถานการณ์หรือการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์แก่งานหน่วยงานที่สนใจนำไปประกอบการพัฒนาสถานที่เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรณีศึกษา สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวตามความคาดหวังและการรับรู้ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยว

หมายถึง การที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเดินทางออกจากที่พักหรือที่ทำงานไปยังสถานที่ต่าง ๆ ในระยะเวลาสั้น หรือยาว เพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น พักผ่อน เยี่ยมญาติ หรือชมธรรมชาติ

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

หมายถึง การท่องเที่ยวไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ เรียนรู้ทำความเข้าใจกับพัฒนาการทางวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อม ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดความเสียหายต่อระบบนิเวศ ในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ เพื่อให้ชาวบ้านในท้องถิ่น ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการอนุรักษ์ธรรมชาติแวดล้อม ภายใต้หลักการ คนที่ดูแลรักษาทรัพยากรย่อมสมควรได้รับประโยชน์จากการดูแลรักษา

กรมป่าไม้ (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิด การรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว หมายถึง การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลายๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่า เป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของแต่ละบุคคล ต้องดูสิ่งต่าง ๆ ประกอบกับการตัดสินใจ

ปัจจัยและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความมานะพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ Lovell (1980: 109) จากการศึกษา พบว่า อิทธิพลจากปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดจะค่อนข้างที่จะเด่นชัดเกี่ยวกับสาเหตุการกระตุ้นที่มากระตุ้นนักท่องเที่ยว และนำไปสู่การตัดสินใจท่องเที่ยว

ความคาดหวังและการรับรู้

ความคาดหวัง (Expectation Theory) หมายถึง เป็นความเชื่อหรือความคิดอย่างมีเหตุผล ในแนวทางที่เป็นไปได้ หรือเป็นความหวังที่คาดการณ์ว่าต้องการจะได้ในอนาคตของบุคคล ความคาดหวัง จึงเป็นสภาวะทางจิตที่บุคคลคาดคะเนล่วงหน้าแต่บางสิ่งบางอย่างว่าควรจะมี

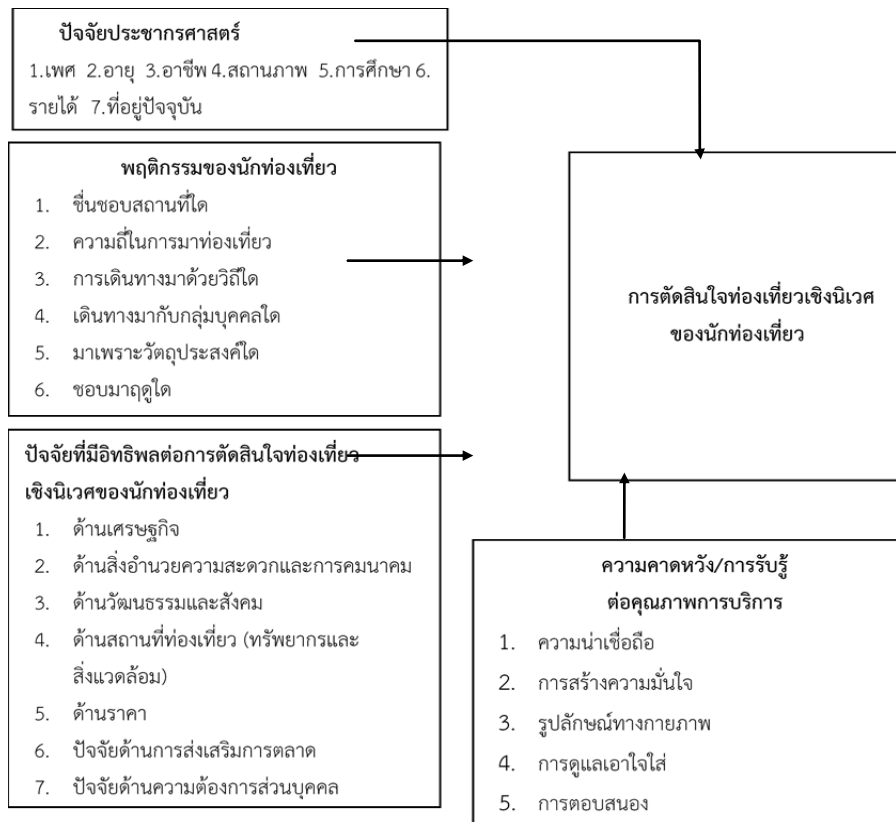
จิราภรณ์ ตั้งกิตติภาภรณ์ (2556, หน้า 79) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่ อินทรีย์ หรือสิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อม โดยผ่านทางอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า คือตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง กระบวนการนี้จะเริ่มจากอวัยวะรับสัมผัส (Sensory organ)

การประเมินคุณภาพและการบริการ

คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศ หรือความเหนือกว่าของการบริการ อ้างถึงไซเธมอล (Zeithaml, 1998 อ้างใน ลัดดา พุทธวาริ กานต์, 2550) พาราสุรามาน, ไชเธมอล และแบร์รี (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985 อ้างใน ยุวดี มีพรปัญญาวิโชค, 2553) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ คือ ประสิทธิภาพทั้งหมดซึ่งลูกค้า สามารถประเมินออกมาได้ นอกจากนั้นคุณภาพการบริการ คือ ตัวชี้วัดเพื่อประเมินระดับขั้นความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำเสนอบริการที่คุณภาพดีที่สุด ซึ่งสิ่งสำคัญอย่างมาก คือ การล่วงรู้ถึงสิ่งที่ ลูกค้า ต้องการอย่างแท้จริง (Exactly Wants) สิ่งที่คุณลูกค้ามีความชอบ (Preference) และสิ่งที่ลูกค้าชื่นชมยินดี (Delight) ลูกค้าที่รู้สึกชื่นชมยินดี คือ ภาวะที่ไม่ปรากฏความคาดหวังแต่จะกลายเป็นภาวะที่ เกินความคาดหวัง

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดตาม 1) แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ นันทา ศรีจรัส (2551) ด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ชื่นชอบสถานที่ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว การเดินทางมาด้วยวิธีใด เดินทางมากับกลุ่มบุคคลใด วัตถุประสงค์ที่มา ชอบมาฤดูใด 2) แนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ของ มนัสสา จินต์จันทร์วงศ์ (2549) และเสวี วงษ์มณฑา (2542) ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการคมนาคม ด้านวัฒนธรรมและสังคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว(ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม) ด้านราคา ด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ด้านความต้องการส่วนบุคคล 3) แนวคิดทฤษฎีคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริโภค SERVQUAL ของซีเทมส์ พาราสุรามานและคณะ (Zeithaml, Parasuraman, and Berry, 1985) ความน่าเชื่อถือ การสร้างความมั่นใจ รูปลักษณ์ทางกายภาพ การดูแลเอาใจใส่ การตอบสนอง



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(สำรวจ) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการสำรวจครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวสถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ระหว่างเดือนตุลาคม 2561 ถึง เดือนมีนาคม 2562 ซึ่งจากข้อมูลพบว่าปี 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 468,802 คน จึงทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น สำหรับการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์หรือคำนิยามที่ต้องการวัด

(IOC: Item–Objective Congruence) ระหว่าง 0.50–1.00 และผลการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามมีค่า ความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha) เท่ากับ 0.92

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การแจกแจงหาค่าความถี่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมุติฐานตัวแปรอิสระต่อกัน (Independent–Sample T–test) การวิเคราะห์การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (F–test หรือ One–way ANOVA Analysis) การเปรียบเทียบ (Paired Sample T–test) และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Coefficient) เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์และสร้างสมการพยากรณ์โดยใช้วิธี Stepwise วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้เป็นค่าพยากรณ์โดยมีรูปแบบของสมการ

ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.25 มีอายุ 20–30 ปี ร้อยละ 47.25 ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 29.00 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 55.75 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.00 ส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 51.75

2. ผลการวิจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ชื่นชอบเดินทางมายังสถานีเกษตรหลวงอ่างขาง ร้อยละ 72.00 ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรก ร้อยละ 54.25 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 43.00 เดินทางร่วมกับ คนในครอบครัว ร้อยละ 42.50 เดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 66.25 นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในฤดูหนาว ร้อยละ 79.00 ส่วนใหญ่รู้จักสถานที่จากอินเทอร์เน็ต / สังคม ร้อยละ 38.75

3. ผลการศึกษาระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพอใจต่อการบริการอยู่ในระดับพอใจมาก ซึ่งมีค่าความต่างของค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 1.16 จากผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ (Sig = 0.000) แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ ทำให้ตัวแปรนี้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 44.5 หรือมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 44.5 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.708 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้ (ตารางที่ 1 และ 2)

Y (การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว) = $-0.406 + 0.995$ (ปัจจัยการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ)

ตารางที่ 1 แสดงตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Model Summary)

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.667 ^a	0.445	0.442	0.708

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยความคาดหวัง/การรับรู้ ต่อคุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

dependent variable: word-of-mouth communication, $r = 0.667$, $R^2 = 0.445$, constant (a) = 0.708					
Independent variables	B	Be	std error	t	Sig
Constant	-.406		.503	-.807	.420
ปัจจัยความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ	.052	.038	.054	.950	.343
ปัจจัยการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ	.995	.679	.059	17.005	.000*

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวตามความคาดหวังและการรับรู้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ ผลการทดสอบพบว่ากลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (Paired Samples Test) ซึ่งเป็นการทดสอบระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่มประชากร นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ ที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 (Sig=0.000) (ตารางที่ 3) นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ ที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 (Sig=0.008)

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตัวแปรต้นที่มีอำนาจพยากรณ์ดีที่สุด ด้านสถานที่ท่องเที่ยว(ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม) คือ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.188 ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 22.30 หรือมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 22.30 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.842 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้ (ตารางที่ 3 และ 4)

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการตามความคาดหวัง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.473 ^a	0.223	0.209	0.842

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

dependent variable: word-of-mouth communication, $r = 0.473$, $R^2 = 0.223$, constant (a) = 0.842					
Independent variables	B	Be	std error	t	sig
Constant	4.269		.493	8.656	.000
1. ด้านเศรษฐกิจ	-.158	-.165	.046	-3.400	.001*
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการคมนาคม	-.010	-.013	.036	-.285	.775
3. ด้านวัฒนธรรมและสังคม	-.102	-.093	.052	-1.947	.052
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว (ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม)	.202	.188	.061	3.317	.001*
5. ด้านราคา	.145	.155	.055	2.622	.009*
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-.007	-.006	.060	-.119	.906
7. ด้านความต้องการส่วนบุคคล	.160	.181	.046	3.478	.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผลการวิจัย

วิจัยครั้งนี้ เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรก โดยรถยนต์ส่วนบุคคล เนื่องจากคิดว่าการเดินทางในลักษณะดังกล่าวเป็นการเดินทางที่มีความสะดวกและปลอดภัยสามารถเดินทางได้ตามความต้องการของผู้ที่มาเที่ยว สายทิพย์ บัวเผือก (2550) กล่าวว่า การศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัด

นันทบุรี ที่พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลเช่นเดียวกัน ส่วนใหญ่เดินทางร่วมกับคนในครอบครัว เนื่องจากสถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนที่เน้นการใช้ระยะเวลาในการเที่ยวชม ดังนั้นเวลาเดินทางจึงอาศัยการเดินทางมาพร้อมกันทั้งครอบครัว ส่วนใหญ่เดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน เนื่องจากสถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อน นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในฤดูหนาวเนื่องจากเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ได้รับความนิยมนสูงสุด ส่วนใหญ่รู้จักสถานที่จากอินเทอร์เน็ต / สังคม เนื่องจากปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ง่ายและเป็นแหล่งในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว งานวิจัยของสุรัชย์ จันทรจรัส และอาร์ม นาครทรรพ (2556) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการกลับมาเที่ยวซ้ำเชิงคานของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่รู้จักสถานที่จากอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกัน

ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพอใจต่อการบริการอยู่ในระดับพอใจมาก ซึ่งมีค่าความต่างของค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 1.16 ตัวชี้วัดเพื่อประเมินระดับชั้นความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำเสนอบริการที่คุณภาพดีที่สุดในสิ่งที่สำคัญอย่างมาก คือ การล่วงรู้ถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง (Exactly Wants) สิ่งที่ลูกค้ามีความชอบ (Preference) และสิ่งที่ลูกค้าชื่นชมยินดี (Delight) ลูกค้าที่รู้สึกชื่นชมยินดี คือ ภาวะที่ไม่ปรากฏความคาดหวังแต่จะกลายเป็นภาวะที่เกินความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ (ลัดดา พุททวารีกานต์, 2550) ได้กล่าวว่า “คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศ หรือความเหนือกว่าของการบริการ” สอดคล้องกับงานวิจัยของประภาพร ยางประยงค์ และสุริรัตน์ ช่วยมณี (2560) ได้ศึกษาถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาการท่องเที่ยวถ้ำภูผาเพชร จังหวัดสตูล ที่พบว่า จากการประเมินส่วนผสมทางการตลาดพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Edline (2006) ที่ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อন্নันทนาการ และสวนสาธารณะของเอกชนในนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา ความพึงพอใจในด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมนันทนาการ อยู่ในระดับมาก สำหรับความคิดเห็นทั่วไปมีความเห็นว่าควรปรับปรุงพัฒนาในด้านผู้ให้บริการ การรักษาความปลอดภัย และเครื่องอำนวยความสะดวกให้ทันสมัยมากกว่าที่เป็นอยู่

เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวตามความคาดหวังและการรับรู้ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก ความคาดหวังการรับรู้ของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2555) เรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวตามความคาดหวัง และความพึงพอใจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวสถานีวิจัยห้วยขาแข้งและสถานีวิจัยห้วยขาแข้ง จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน

สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ด้านราคา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการคมนาคม ด้านวัฒนธรรมและสังคม ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากในแง่ของการเดินทางท่องเที่ยวมีปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของบุคคล คือ ปัจจัยผลักดัน เป็นสภาพเงื่อนไขที่มากกระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันภายในของบุคคลให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็น สุขภาพอนามัย ความพึงพอใจ ศาสนา ธุรกิจและวิชาการ เพื่อนฝูงและญาติพี่น้อง ส่วนปัจจัยดึงดูด คือ สภาพเงื่อนไขภายนอกที่มากดึงดูดเร้าใจให้บุคคลได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางกายภาพ สภาพธรรมชาติ (ไปเที่ยวชม ไปสังเกต) สิ่งบันเทิงเริงรมย์ และเรื่องอื่น ๆ เช่น ความสุขภาพอ่อนโยน ความเป็นมิตรไมตรีของเจ้าบ้านหรือท้องถิ่น โดยจากการศึกษาจะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการคมนาคม ด้านวัฒนธรรมและสังคม ด้านความต้องการส่วนบุคคล ด้านสถานที่ท่องเที่ยว (ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม) ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนั้นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นจะนำปัจจัยต่างๆ มาพิจารณาประกอบกัน เพื่อเลือกจุดหมายปลายทางที่คิดว่าจะตอบสนองความต้องการของตนได้มากที่สุดหรือคุ้มค่าที่สุด และสามารถตอบสนองความต้องการความพึงพอใจของตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณวรรณ สุขเกษม (2553) ที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณี ลอมเศรษฐี (2554) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ปัจจัยที่ทำการศึกษาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวในระดับสูง ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า อิทธิพลจากปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดจะค่อนข้างที่จะเด่นชัดเกี่ยวกับสาเหตุการกระตุ้นที่มากกระตุ้นนักท่องเที่ยว และนำไปสู่การตัดสินใจท่องเที่ยว โดยปัจจัยผลักดันส่วนใหญ่เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล และมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ซึ่งอาจนำไปสู่ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยดึงดูดและเป็นปัจจัยภายนอกที่เกิดจากสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยว ที่ดึงดูดทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยว ปัจจัยทั้งสองจึงมีอิทธิพลร่วมกัน โดยปัจจัยดึงดูดที่เกิดจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะเห็นภาพชัดเจนมากยิ่งขึ้นกว่าปัจจัยผลักดันที่เกิดจากตัวบุคคลเองนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01

องค์ความรู้จากการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวกรณศึกษากรณศึกษา สถานิเกษตรหลวงอ่างขางและสถานิเกษตรหลวงอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปองค์ความรู้ที่ได้รับดังนี้



ภาพที่ 2 สรุปองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว จากภาพที่ 2 สามารถอธิบายได้ดังนี้

Behavior พฤติกรรม: การแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ สถานิเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานิเกษตรหลวงอินทนนท์ รวมถึงระยะเวลา ความถี่ วัตถุประสงค์ ในการท่องเที่ยวตลอดจนบุคคลที่มีผลต่อการท่องเที่ยว

External factors ปัจจัยภายนอก: ปัจจัยที่ไม่สามารถกำหนดได้เอง หรือไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกและการคมนาคม ด้านวัฒนธรรมและสังคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านความต้องการส่วนบุคคล

Expectation ความคาดหวัง: ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีถึงสถานที่ท่องเที่ยว โดยการคาดคะเนตามความรู้สึกนึกคิด เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าเกี่ยวกับภาพลักษณ์ บรรยากาศ ความสะดวกสบาย ความสะดวก หรือความคาดหวังว่าจะได้พบเห็น ของนักท่องเที่ยวต่อสถานิเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานิเกษตรหลวงอินทนนท์

Recognition การรับรู้: การรับรู้ หรือการพบเห็นด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว ตามความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อสถานิเกษตรหลวงอ่างขาง และสถานิเกษตรหลวงอินทนนท์

Comparison การเปรียบเทียบ: ความสามารถในการพิจารณา เปรียบเทียบใน 2 ลักษณะ คือการเทียบเคียงความเหมือน หรือความแตกต่างสิ่งหนึ่งหรือสิ่งอื่น ๆ โดยมีหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ และเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งกับสิ่งหนึ่ง เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตอบสนองความต้องการ

สรุป

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวสถานีวิสาหกิจ อ่างช้าง และสถานีวิสาหกิจอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัย 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว (ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม) 3) ด้านราคา 4) ด้านความต้องการส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ณ สถานีวิสาหกิจอ่างช้าง และสถานีวิสาหกิจอินทนนท์ และยิ่งศึกษาถึงความคาดหวัง/การรับรู้ ต่อคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกัน ดังนั้นสรุปได้ว่า การศึกษากระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย พฤติกรรมส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ ความคาดหวัง การรับรู้ และการเปรียบเทียบการบริการของแต่ละบุคคล เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ควรจัดให้สถานที่ที่มีที่จอดรถเพียงพอ เนื่องจากนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ในช่วงฤดูหนาวควรเพิ่มจำนวน เจ้าหน้าที่ในการอำนวยความสะดวก ควรมีการกำหนดมาตรฐานราคา ค่าเข้าชม ณ สถานที่ให้มีความเหมาะสม ราคาสินค้าในร้านขายสินค้า ผลิตภัณฑ์ของสถานที่ และความเหมาะสมของราคาอาหาร และเครื่องดื่ม เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งได้มีข้อเสนอแนะในการให้มีการตั้งราคาอาหาร เครื่องดื่มควรมีมาตรฐานเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว แม้ผลการศึกษาจะพบว่า ด้านเศรษฐกิจมีอิทธิพลน้อยที่สุด ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวมากนัก แต่อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ดังนั้นควรมีการศึกษาราคาที่มีความเหมาะสมและทำการกำหนดใช้ให้เป็นราคามาตรฐาน นอกจากนี้ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในช่องที่ประชาชนได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และควรกระตุ้นการรับรู้ด้วยการให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง ชัดเจนและเหมาะสม โดยเพิ่มช่องทางการรับรู้ของลูกค้าด้วยการสร้างสื่อทั้งแบบออนไลน์ เช่น การสร้างคลิปวิดีโอแนะนำสินค้าสถานที่ ผ่านทาง You Tube, Face Book, Line@ โดยพิจารณาปัจจัยที่ทำการศึกษาร่วมกันด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญ คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ แหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ และธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยควรให้ความสำคัญกับ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะดวกและการคมนาคม ด้านวัฒนธรรมและสังคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว (ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม) ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านความต้องการส่วนบุคคล สำหรับประเด็นในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการเปรียบเทียบการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว การนำตัวแปรที่ได้ไปทำการศึกษาเปรียบเทียบเพิ่มเติม และการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงพุทธ หรือการท่องเที่ยวแนวผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่หรือภาคเหนือ และเนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยในอนาคตควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ หรือ นักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กรมป่าไม้. (2548). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2560. Online : <http://www.forest.go.th>
- จิราภรณ์ ตั้งกิตติภาภรณ์. (2556). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประภาพร ยางประยงค์.(2559). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาการท่องเที่ยว ถ้ำภูผาเพชร จังหวัดสกล. *วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา*, 7(13),56-70.
- พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2555). *การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ลัดดา พุทธวาริกานต์. (2550). *พฤติกรรมและความพึงพอใจโดยรวมในการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดที่ร้าน True Coffee สาขาอาคารทรู ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก กรุงเทพฯ(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง. (2554). สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2562. เข้าถึงจาก : <http://www.angkhangstation.com/>.
- สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์. (2558). สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2562. เข้าถึงจาก: <http://www.royal-inthanon.com/>.

- สายทิพย์ บัวเฟือก. (2550). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*(สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุรัชย์ จันทร์จรัส และอาร์ม นาครทรรพ.(2556). ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการกลับมาเที่ยวซ้ำซ้ำเชียงคานของนักท่องเที่ยว. *วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง*, 9(3), 145–166.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). *คุณภาพแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ : สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.
- อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร*(การค้นคว้าแบบอิสระบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อุรวรรณ สุขเกษม. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำ*(การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร;
- ไทยรัฐ ออนไลน์. [อินเทอร์เน็ต].2561. [เข้าถึงเมื่อ 20 มีนาคม 2561]. เข้าถึงจาก : <https://www.thairath.co.th/news/local/north/1419435>
- Ealine, R. (2006). Satisfaction of Tourist in Private Park and Recreation in New York. *Dissertation Abstracts International*, 44(10): 1120–1128 A.
- A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. (1985). *The Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.