

รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา
พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยวและแรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะ
เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์ที่คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี*

Structural Model, Causal Relationship between Psychological Factors Decision
making Behavior and Inspiration for Public Mind for Environmental
Conservation That has Influence on Ecotourism Behavior at
Kham Chanod, Ban Dung District, Udon Thani Province

ปิยะภรณ์ ไพทยาภรณ์

Piyaporn Phaithayaporn

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Faculty of Management UdonThani Rajabhat University, Thailand.

Corresponding Author's Email: piyaporn2720@gmail.com



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยาพฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยวและแรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแหล่งท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 637 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.482-0.719 และมีความเที่ยงแต่ละตอนอยู่ระหว่าง 0.932-0.953 วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยาพฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยวและแรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแหล่งท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานีมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง ดังนี้ $\chi^2/df=1.50$, p-value=0.016 RMSEA=0.028 RMR= 0.0081 NFI=1 NNFI=1 GFI=0.99 AGFI=0.96 โดยตัวแปรอิสระทั้งหมด รวมกัน

*Received April 7, 2021; Revised August 14, 2021; Accepted February 13, 2022



อธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้ ร้อยละ 81 ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงสูงที่สุดต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คือ แรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.52 และ 0.42 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านจิตวิทยามีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้วยขนาดอิทธิพล 0.89

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านจิตวิทยา; พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว; แรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม; พฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์; รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

Abstract

The research article aimed at developing a structural model of causal relationships between psychological factors for travel decision-making behavior and inspiration for public mind in the environmental conservation that affect ecotourism behavior in Kham Chanod sacred attraction, Ban Dung District, Udon Thani Province. A sample group was acquired by way of quota sampling and consisted of 637 Thai tourists who visited Kham Chanod sacred attraction, Ban Dung District, Udon Thani Province. The instrument for collecting data was a 5-point Likert scale with discriminative index from 0.482 – 0.719 and discriminant validity from 0.932 – 0.953. The statistic used for data analysis was structural equation model (SEM).

From the study, it has been found that a structural model of causal relationships between psychological factors for travel decision-making behavior and inspiration for public mind in the environmental conservation that affect ecotourism behavior in Kham Chanod sacred attraction. The Goodness-of-Fit (GoF) of a model using empirical evidence is measured using the following index of consistency: $\chi^2/df=1.50$, p-value = 0.016 RMSEA= 0.028 RMR= 0.0081 NFI=1 NNFI=1 GFI=0.99 AGFI= 0.96. All independent variables have direct effect on ecotourism behavior at a percentage of 81. Factors that have direct effect on ecotourism behavior are the inspiration for public mind in the environmental conservation, and followed by travel decision-making behavior with the effect size of 0.52 and 0.42, respectively. The psychological factors with indirect effect on ecotourism behavior have the effect size of 0.89.

Keywords: Psychological Factors; Travel Decision-Making Behavior; Inspiration for Public Mind in Environmental Conservation; Ecotourism Behavior; Structural Model of Causal Relationship

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศมาอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่อุตสาหกรรมอื่นๆ บางประเภทมีการชะลอตัวและถดถอยในบางช่วงเวลา



เนื่องจากได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ สถิติที่แสดงให้เห็นถึงผลกระทบในเชิงบวกของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม คือ ในช่วงปี พ.ศ. 2556-2559 ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 13.65 ต่อปี โดยในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2560 มีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 876,682 ล้านบาท ส่วนรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ พบว่ามีรายได้เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย ร้อยละ 10.75 ต่อปี และในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2560 รายได้จากที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่ากับ 382,000 ล้านบาท (Department of Tourism, 2017) แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากที่สุดแห่งหนึ่ง คือ คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงวัฒนธรรมที่ศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่เลื่อมใสศรัทธาของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี และจังหวัดใกล้เคียงเป็นจำนวนมาก เนื่องจากในตำนานมีความเชื่อว่าเป็นสถานที่ซึ่งเชื่อมต่อกับเมืองบาดาลที่อยู่ของพญานาค ซึ่งปกครองโดยพญานาคราชปู่ศรีสุทโธ และองค์แม่ศรีพญานาคราชเทวี ประกอบกับภูมิประเทศของคำชะโนดมีลักษณะคล้ายเกาะปกคลุมด้วยผืนป่าคำชะโนด จนมีลักษณะคล้ายผืนป่าลอยน้ำ และมีต้นคำชะโนดที่มีอายุยาวนานซึ่งพบเห็นได้แห่งเดียวในประเทศไทย จึงทำให้ประชาชนจากทุกสารทิศเข้ามาเที่ยวคำชะโนดเป็นจำนวนมากประมาณ 5,000 คนต่อวัน (Thai PBS, 2019)

จากการศึกษาแนวทางอนุรักษ์และพัฒนาภูมิทัศน์พื้นที่คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี (Niamnapa, 2014) พบว่า คำชะโนดได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวมาตั้งแต่ พ.ศ. 2547 การพัฒนาดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อระบบนิเวศ และทำให้ความหมายเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่คำชะโนดเปลี่ยนไป ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงในพื้นที่คำชะโนดขณะนี้ คือ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะขยะมูลฝอยซึ่งเกิดขึ้นจากเครื่องเล่นหวี ปริมาณมากกว่า 100 ลูกदानขนาดใหญ่ต่อวัน คว้นธูปและเปลวเทียนปริมาณมากจากการไหว้บูชา ซึ่งทำลายต้นชะโนดจนแห้งตาย (Chiangkwangkun, 2017) และเกิดปัญหาการขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจระหว่างผู้ค้าในพื้นที่และผู้ค้านอกพื้นที่ (Thai PBS, 2019) จึงสรุปประเด็นปัญหาสำคัญได้ 3 ประเด็น คือ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาเชิงวัฒนธรรม และปัญหาการขัดแย้งผลประโยชน์ของกลุ่มธุรกิจ

สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาในพื้นที่คำชะโนดดังกล่าว ส่วนหนึ่งมาจากนักท่องเที่ยวขาดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ ซึ่งหมายถึงการกระทำหรือการแสดงออกทุกอย่างของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองสถานการณ์ต่างๆ ในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยพฤติกรรมที่แสดงออกนี้ไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือสร้างความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดงามในแหล่งวัฒนธรรมนั้นๆ (Komil, 2010) ซึ่ง Tiangkamon (2016) ได้กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมคือ แรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ พฤติกรรมการตัดสินใจมาเที่ยว ซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการ กล่าวคือการที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในรูปแบบใดหรือท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใด ย่อมผ่านกระบวนการในการพิจารณา 5 ขั้นตอน คือ 1) การตระหนักถึงความต้องการในการท่องเที่ยว 2) การหาข้อมูลรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อประกอบการตัดสินใจ 3) การประเมินทางเลือกหรือการเปรียบเทียบทางเลือก



4) การตัดสินใจ และ 5) พฤติกรรมหลังการตัดสินใจ (Akanakun, 2005) ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว คือปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้ แรงจูงใจ ทักษะบุคลิกภาพ และการเรียนรู้ (Sangchoey, 2007)

จากสาเหตุของปัญหาดังกล่าวจึงควรแก้ปัญหาโดยการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวคำชะโนด ซึ่งเป็นสารสนเทศสำคัญที่จะนำไปใช้ในการวางแผนแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในพื้นที่คำชะโนด ต่อไปดังเช่น Ananet et al. (2009) (as cited in Tiangkamol, 2016) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมศึกษา และ Chatchawalpanich, and Saomuang (2015) ได้ศึกษา รูปแบบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากที่มาของปัญหาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษารูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยวและแรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแหล่งท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงสารสนเทศสำคัญในการนำไปใช้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์คำชะโนดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยวและแรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแหล่งท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ระหว่างเดือนตุลาคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562

2) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ระหว่างเดือนตุลาคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 จำนวน 637 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยอาศัยหลักเกณฑ์การกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงเส้น (Linear Structure Relationship Model: LISREL Model) ซึ่งกำหนดให้มีขนาดตัวอย่าง 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling)

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัยมีขั้นตอนการสร้างและการพัฒนา ดังนี้

1) ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว แรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านจิตวิทยา



ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการตัดสินใจท่องเที่ยว พร้อมศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามเพื่อวัดตัวแปรที่มีลักษณะแบบจิตพิสัย

2) สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง โดยใช้คำถามแบบเช็ครายการ(Check List)และคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคอร์ท

3) นำแบบสอบถามฉบับร่างไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แล้ววิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) พบว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.6 – 1.0

4) ปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับทดลองเพื่อนำไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 40 คน

5) หาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยหาค่าอำนาจจำแนกจากสูตร สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สันซึ่งพบว่า คำถามมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.482-0.719 และหาความเที่ยงของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้สูตร สัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Alpha Cronbach Coefficient) พบว่าค่าความเที่ยงของแบบสอบถามแต่ละตอนมีค่าดังนี้ปัจจัยด้านจิตวิทยา มีความเที่ยง 0.932 พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว มีความเที่ยง 0.953 แรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความเที่ยง 0.947 และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีความเที่ยง 0.953

6) จัดทำแบบสอบถามฉบับจริง เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) นัดประชุมพนักงานเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวางแผนการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการชี้แจงให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และรายละเอียดของแบบสอบถาม โดยการอธิบายความหมายของข้อคำถามแต่ละข้อ และวิธีการตอบ

2) ลงมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี โดยการเลือกแบบโควตาตามแผนที่วางไว้ จนกระทั่งครบ 637 คน

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบสี่ขั้นตอน (Sugswang, 2017) กล่าวคือ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) 2) ตรวจสอบโมเดลการวัด (Measurement Model) โดยใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) 3) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่หนึ่ง (1st order Confirmatory Factor Analysis) และ 4) วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Model)

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อพัฒนารูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยวและแรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแหล่งท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์คำชะโนด อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ พบว่า ตัวบ่งชี้ในกลุ่มของตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ .01 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรแฝงแต่ละตัวพบว่า สามารถรวมกลุ่มตัวบ่งชี้ได้ 3-4 องค์ประกอบ โดยองค์ประกอบทั้งหมดในกลุ่มของตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝงได้ระหว่างร้อยละ 62.79 -68.55 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	องค์ประกอบ (ตัวแปรสังเกตได้)	Eigen value	Percent of variance	Cumulative percent of variance
ปัจจัยด้านจิตวิทยา	1. การเรียนรู้จากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	3.926	18.697	18.697
	2. การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	3.373	16.064	34.761
	3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	3.03	14.43	49.19
	4. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	2.961	14.102	63.296
KMO = 0.917				
Bartlett's Test $\chi^2 = 7258.928$ p value = .000				
พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว	1. พฤติกรรมหลังการตัดสินใจมาเที่ยว	4.315	17.981	17.981
	2. การประเมินทางเลือกและการตัดสินใจมาเที่ยว	4.112	17.135	35.116
	3. การแสวงหาข้อมูลในการมาเที่ยว	4.045	16.85	51.97
	4. ความตระหนักในความต้องการมาเที่ยว	3.435	14.313	66.284
KMO = 0.944				
Bartlett's Test $\chi^2 = 10371.432$ p value = .000				
แรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะ	1. สิ่งแวดล้อมและเหตุการณ์ที่ประทับใจ	4.838	28.459	28.459
	2. บุคคลที่เป็นแบบอย่างในการอนุรักษ์	3.908	22.986	51.445
	3. การรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านสื่อ	2.908	17.103	68.548
KMO = 0.944				
Bartlett's Test $\chi^2 = 7752.826$ p value = .000				
พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	1. พฤติกรรมการจัดขยะและการรีไซเคิล	5.601	21.543	21.543
	2. พฤติกรรมการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	4.114	15.823	37.366
	3. พฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน	3.591	13.81	51.18
	4. พฤติกรรมการอนุรักษ์น้ำ	3.020	11.614	62.793
KMO = 0.938				
Bartlett's Test $\chi^2 = 10,760.176$ p value = .000				

2. ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรแฝงพบว่าโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงทุกตัวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวแปรแฝงที่มีความเที่ยงเชิงโครงสร้างในการวัดสูงที่สุดคือ พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว รองลงมา คือ แรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

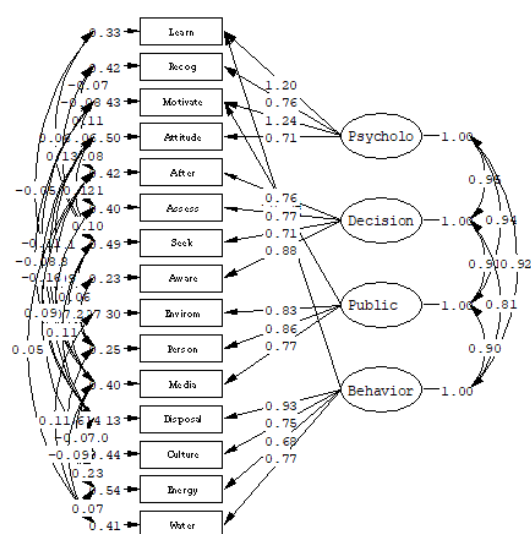
ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	λ	t	R^2	e_i
ปัจจัยด้านจิตวิทยา	1. การเรียนรู้จากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	0.74	19.36**	0.54	0.46
	2. การรับรู้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	0.60	14.77**	0.36	0.64
	3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	0.80	21.60**	0.65	0.35
	4. ทักษะคิดในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	0.77	20.69**	0.60	0.40
Construct reliability = 0.821					
$\chi^2 = 0.029, df = 1$ p-value=0.87 RMSEA=.000 RMR=.00039 NFI=1 NNFI=1 GFI= 1 AGFI=1					
พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว	1. พฤติกรรมหลังการตัดสินใจมาเที่ยว	0.81	23.20**	0.66	0.34
	2. การประเมินทางเลือกและการตัดสินใจมาเที่ยว	0.85	25.32**	0.72	0.28
	3. การแสวงหาข้อมูลในการมาเที่ยว	0.78	21.71**	0.61	0.39
	4. ความตระหนักในความต้องการมาเที่ยว	0.81	23.80**	0.66	0.34
Construct reliability = 0.887					
$\chi^2 = 0.013, df = 1$ p-value=0.91 RMSEA=.000 RMR=.00028 NFI=1 NNFI=1 GFI= 1 AGFI=1					
แรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะ	1. สิ่งแวดล้อมและเหตุการณ์ที่ประทับใจ	0.86	24.90**	0.74	0.26
	2. บุคคลที่เป็นแบบอย่างในการอนุรักษ์	0.86	24.98**	0.74	0.26
	3. การรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านสื่อ	0.76	21.30**	0.58	0.42
Construct reliability = 0.867					
$\chi^2 = 0.000, df = 0$ p-value=1.00 RMSEA=.000 RMR=.000 NFI=1 NNFI=1 GFI= 1 AGFI=1					
พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	1. พฤติกรรมการกำจัดขยะและการรีไซเคิล	0.85	24.43**	0.73	0.27
	2. พฤติกรรมการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	0.71	19.03**	0.50	0.50
	3. พฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน	0.73	20.00**	0.54	0.46
	4. พฤติกรรมการอนุรักษ์น้ำ	0.82	23.13**	0.67	0.33
Construct reliability = 0.861					
$\chi^2 = 0.42, df = 1$ p-value=0.52 RMSEA=.000 RMR=.0011 NFI=1 NNFI=1 GFI= 1 AGFI=1					

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง พบว่ารูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา พฤติกรรมการตัดสินใจมาเที่ยวที่ค่าคะแนน แรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยปัจจัยแต่ละคู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังตารางที่ 3 และรูปที่ 1

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่ 1

ตัวแปรสังเกตได้/ องค์ประกอบ	ตัวแปรแฝง/ปัจจัย											
	Psychology			Decision			Public			Behavior		
	<i>b</i>	β	S.E.	<i>b</i>	β	S.E.	<i>b</i>	β	S.E.	<i>b</i>	β	S.E.
Learn	.82	1.20	.08	-	-	-	-	-	-	-.29	-.43	0.08
Recog	.51	.76	.02	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Motivate	.78	1.24	.15	-	-	-	-.34	.54	.15	-	-	-
Attitude	.48	.71	.02	-	-	-	-	-	-	-	-	-
After	-	-	-	.54	.76	.02	-	-	-	-	-	-
Assess	-	-	-	.50	.77	.02	-	-	-	-	-	-
Seek	-	-	-	.53	.71	.03	-	-	-	-	-	-
Aware	-	-	-	.63	.88	.02	-	-	-	-	-	-
Envirom	-	-	-	-	-	-	.57	.83	.02	-	-	-
Person	-	-	-	-	-	-	.56	.86	.02	-	-	-
Media	-	-	-	-	-	-	.65	.77	.03	-	-	-
Disposal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.59	.93	.02
Culture	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.57	.75	.03
Energy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.51	.68	.03
Water	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.50	.77	.02
ตัวแปรแฝง/ปัจจัย	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์											
	Psychology			Decision			Public			Behavior		
Psychology	1			-			-			-		
Decision	0.95**			1			-			-		
Public	0.94**			0.91**			1			-		
Behavior	0.92**			0.81**			0.90**			1		

 $\chi^2/df = 1.46$ p-value = 0.018 RMSEA=0.027 RMR=.0072 NFI=1 NNFI=1 GFI=.98 AGFI=.96


Chi-Square=73.18, df=50, P-value=0.01796, RMSEA=0.027

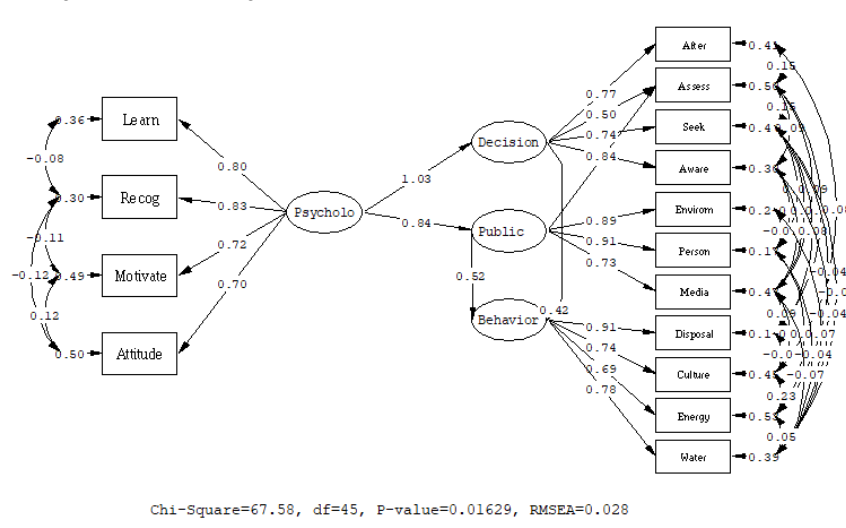
รูปภาพที่ 1 รูปแบบองค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่ 1

4. ผลการวิเคราะห์รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยปัจจัยด้านจิตวิทยา พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว และแรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้ร้อยละ 81 ตัวแปรที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูงสุด คือแรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รองลงมา คือพฤติกรรมการตัดสินใจมาเที่ยว ส่วนปัจจัยทางจิตวิทยานั้น มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยส่งผลผ่านพฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยวและ แรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดังตารางที่ 4 และรูปที่ 2

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

ตัวแปรแฝงอิสระ	ค่าอิทธิพล	ตัวแปรแฝงตาม								
		Decision			Public			Behavior		
		TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE
Psychology	β	1.03**	1.03**	-	0.84**	0.84**	-	0.86**	-	0.86**
	b	1	1	-	0.87	0.87	-	0.89	-	0.89
	(S.E.)	(0.04)	(0.04)	-	(0.04)	(0.04)	-	(0.04)	-	(0.04)
Decision	β	-	-	-	-	-	-	0.42**	0.42**	-
	b	-	-	-	-	-	-	0.44	0.44	-
	(S.E.)	-	-	-	-	-	-	(0.07)	(0.07)	-
Public	β	-	-	-	-	-	-	0.52**	0.52**	-
	b	-	-	-	-	-	-	0.51	0.51	-
	(S.E.)	-	-	-	-	-	-	(0.07)	(0.07)	-
R^2		1.00			0.70			0.81		
$\chi^2 = 67.58 \quad df. = 45 \quad p\text{-value} = 0.016 \quad RMSEA = .028 \quad RMR = .0081 \quad NFI = 1 \quad NNFI = 1 \quad GFI = .99 \quad AGFI = .96$										

** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ .01



รูปภาพที่ 2 รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

องค์ความรู้ใหม่

ค้นพบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวที่คำชะโนด กล่าวคือ ปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากที่สุดคือ แรงบันดาลใจในการมีจิตอาสาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว ส่วนปัจจัยด้านจิตวิทยาเป็นเพียงปัจจัยที่ส่งผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังรูปที่ 3



รูปภาพที่ 3 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับคำชะโนด ได้แก่ วิถีชีวิตของชุมชน ความเชื่อและพิธีกรรมทางศาสนา บรรยากาศที่ทำให้เกิดความรู้สึกสงบ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และธรรมชาติที่แปลกใหม่ ประกอบกับได้รับรู้เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำชะโนดจากแหล่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ จนทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในข้อปฏิบัติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีแหล่งดึงดูดใจที่คำชะโนดเป็นแรงจูงใจ ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวคำชะโนดและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จึงส่งผลโดยตรงให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวที่คำชะโนด โดยผ่านพฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งกล่าวว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจท่องเที่ยวประกอบด้วย การรับรู้ แรงจูงใจ ทัศนคติ การเรียนรู้ และบุคลิกภาพ (Sangchoey, 2007; Akangkun, 2005) และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งกล่าวว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ประกอบด้วยปัจจัยภายนอก ได้แก่ ราคา กระแสนิยม ความแปลกใหม่ ฯลฯ และปัจจัยภายในหรือปัจจัยด้านจิตวิทยา



ซึ่งประกอบด้วย แรงจูงใจ การรับรู้ บุคลิกภาพและทัศนคติ Jinjantarawong (2006) และผลการวิจัยของ Chatchawalpanich, and Saomuang (2015) ที่ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศไทย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยามีอิทธิพลทางอ้อมต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นอกจากนี้ปัจจัยด้านจิตวิทยายังมีอิทธิพลโดยตรงต่อแรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เนื่องจาก เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ และได้รับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำชะโนด โดยมีแหล่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวที่คำชะโนดเป็นแรงจูงใจในการมาเที่ยว ประกอบกับมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำชะโนดแล้ว ย่อมส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและเหตุการณ์ที่ประทับใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทั้งที่ประสบโดยตรงด้วยตนเอง หรือได้รับฟังเรื่องราวจากต้นเรื่องอื่นๆ รวมถึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในตัวบุคคลที่เป็นนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จนกระทั่งนำบุคคลนั้นมายึดเป็นต้นแบบในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และได้รับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งเป็นผลโดยตรงจากการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำชะโนด จึงส่งผลให้เกิดเป็นแรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมขึ้นมา สอดคล้องกับทฤษฎีแรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย (Tiangkamon, 2016) นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยวและแรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้น ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำชะโนด เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักถึงความต้องการของตนในการมาเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำชะโนดแล้ว และได้แสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำชะโนดจากบุคคลใกล้ชิด หรือหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวรวมถึงจากสื่อต่างๆ จนกระทั่งได้ข้อมูลเพียงพอที่สามารถนำมาใช้ประเมินเพื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อื่นๆ จึงตัดสินใจมาเที่ยวที่คำชะโนด จนกระทั่งเกิดความพึงพอใจในการได้มาเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำชะโนด นักท่องเที่ยวเหล่านั้นย่อมตระหนักถึงความสำคัญต่อความรับผิดชอบในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในขณะที่มาเที่ยวที่คำชะโนด ทำให้เกิดการรับรู้ถึงความสามารถแห่งตนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ จึงส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้น แสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ออกมา สอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้ความสามารถแห่งตน (Bandura, 1977) ซึ่งมีหลักการสำคัญคือ การรับรู้ความสามารถของตนเองในการปฏิบัติกิจกรรมใดๆ จะส่งผลต่อการกระทำของบุคคลในการปฏิบัติกิจกรรมนั้นได้ประสบความสำเร็จ มากกว่าไม่มีการรับรู้ว่าคุณมีความสามารถในการปฏิบัติกิจกรรมดังกล่าว และสาเหตุที่แรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้น เนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์ที่ประทับใจกับเหตุการณ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และมีบุคคลที่เป็นตัวอย่างของนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นแบบอย่างที่ดี รวมถึงได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านทางสื่อต่างๆ ย่อมหล่อหลอมจิตใจของนักท่องเที่ยวเหล่านั้น ให้รักในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในขณะที่มาเที่ยวที่คำชะโนด ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของการท่องเที่ยวแบบองค์รวม โดย Perechang et al. (2013) (as cited in Tiangkamol, 2016) จากความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วในเบื้องต้น จึงทำให้ปัจจัยด้านจิตวิทยาส่งผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยผ่านพฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว และแรงบันดาลใจในการมีจิต



สาธารณะเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับ Ross (1998) (as cited in Meetavornkul, 2002) ซึ่งกล่าวว่าปัจจัยด้านจิตวิทยามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

สรุป

ผลการพัฒนารูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำชะโนด พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ประกอบด้วยปัจจัยด้านจิตวิทยา พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว และแรงบันดาลใจในการมีจิตอาสาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูงสุด คือ แรงบันดาลใจในการมีจิตอาสาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว ส่วนปัจจัยด้านจิตวิทยามีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยผ่าน พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว และแรงบันดาลใจในการมีจิตอาสาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์พบว่าแรงบันดาลใจในการมีจิตอาสาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยวส่งผลทางตรงต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวที่คำชะโนด ควรร่วมมือกันสร้างแรงบันดาลใจในการมีจิตอาสาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว โดยจัดโครงการรณรงค์เผยแพร่ เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความสวยงามของสิ่งแวดล้อมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเกิดความประทับใจกับเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อมดังกล่าว พร้อมทั้งเชิดชูเกียรติ และเผยแพร่ประวัติผลงานของนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่สำคัญให้เป็นบุคคลตัวอย่าง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบและเกิดความประทับใจจนยึดถือเป็นบุคคลต้นแบบในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ และควรจัดทำข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่คำชะโนด ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน ของที่ระลึก ภาพลักษณ์ ความปลอดภัย รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เคียง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยวที่คำชะโนดได้มีข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในมาเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในเชิงคุณภาพเพื่อยืนยันความถูกต้องของรูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา พฤติกรรมการตัดสินใจเที่ยว และแรงบันดาลใจในการมีจิตอาสาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำชะโนด



References

- Akangkun, S. (2005). *Tourist Behaviour*. (2nd ed.). Konkaen: KlungnanaVithaya Press.
- Awatchanakan, P. (2015). *Marketing factors and sustainable tourist behavior in the area of Laplae Uttaradit Province*. (Master's Thesis). Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University. Bangkok.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Chatchawalpanich, K., & Saomuang, S. (2015). The Decision-Making Models for the Ecotourism of Thai Tourists in Thailand. *EAU Heritage Journal Social Science and Humanity*, 5(1), 210-222.
- Chiangkwangkun, K. (2017). *Kham Chanot encountered severe problems, tourists littering inside and outside the area, staff urged to solve*. Retrieved May 25, 2020, from <https://www.thairath.co.th/news/local/861240>.
- Department of Tourism, (2017). *Tourism Situation in Thailand. Available Annual Report 2017*. Retrieved May 20, 2020, from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411.
- Jinjantarawong, M. (2006). *Lifestyle and Behavior in land Ecotourism of Tourists Target Group*. (Master's Thesis). Dhurakij Pundit University. Bangkok.
- Komil, I. (2010). *Eco-Tourism- A Case Study of Bann Wand Nam Mok, Nongkhai Province* (Research Report). Bangkok: Department of Cultural Promotion.
- Kwanmuang et al. (2009). *Tourist Behaviour*. Retrieved May 17, 2020, from <https://tourismatbuu.wordpress.com>.
- Meetavornkul, S. (2002). *Service Psychology and Tourist Behaviour in Tourism Resource Management, Unit 1-8*. Nonthaburi: Sukhothaimathirath Open University Press.
- Niamnapa, C. (2014). *Landscape Conservation and Development Guidelines for Kham-Chanot, Amphoe Ban Dung, Changwat Udon Thani*. (Master's Thesis). Chulalongkorn University. Bangkok.
- Sangchoey, T. (2007). *Tourism and Hospitality Industry*. NakhonPathom: Silpakorn University.
- Sirarungrotkanok, P. (2016). *Behavior and Satisfaction of Thai Tourists in Tourism Logistics management: A Case Study of Amphawa Floating Market, Samut Songkhram Province*. (Master's Thesis). Burapha University. Chon Buri.
- Suksawang, P. (2017). *Structural Equation Modeling*. (2nd ed.) Chonburi: A.P. Blueprint.
- ThaiPBS, (2019). *Conflict of Interest at Kam Chanot, Udon Thani Province*. Retrieved May 25, 2020, from <https://news.thaipbs.or.th/content/271751>.

- Tiangkamol, N. K. (2016). *Theory development with Lisrel Research*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Wanitwetphibun, D. (2017). *Factors Influencing Thai Tourists Deciding to Buy a Tour to China*. (Master's Thesis). Business Administration, Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University. Bangkok.