

ปัจจัยพยากรณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Predicting Factors of Sustainable Tourism in Thailand

Received: July 28, 2025 / Received in revised form: February 3, 2026 / Accepted: March 17, 2026

ชวิศา เชยจรรยา Chavisa Cheyjanya*

ธাত্রี ใต้ฟ้าพูล Tatri Taiphapoon

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Chulalongkorn University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจผ่านช่องทางออนไลน์ มีวัตถุประสงค์หลัก คือ (1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินการชีวิต การแสวงหาข่าวสาร ทักษะคิด การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินการชีวิต การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทักษะคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (3) เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง จำนวน 418 คน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างสามารถจัดกลุ่มได้เป็น 9 กลุ่ม คือ กลุ่มล้าสมัยใจรักแฟชั่น กลุ่มตระหนักรู้ใส่ใจ สืบสาน ให้ความร่วมมือ กลุ่มนักรณรงค์ใส่ใจขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง กลุ่มใจรักความบันเทิง กลุ่มใส่ใจสุขภาพ ฝึกฝนกีฬา กลุ่มนักผจญภัยใจรักความท้าทาย กลุ่มใจรักการท่องเที่ยว กลุ่มสนใจสังคมใส่ใจการเมือง และกลุ่มครอบครัวคือชีวิต ทั้งนี้ผลการวิจัยยังพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทักษะคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้พบว่า ตัวแปรที่ร่วมกันอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบไปด้วย ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มตระหนักรู้ใส่ใจ สืบสาน ให้ความร่วมมือ รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มใจรักการท่องเที่ยว และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามลำดับซึ่งมีค่าพยากรณ์ที่ร้อยละ 66.7 ($R^2=0.667$) ใจ สืบสาน ให้ความร่วมมือ รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มใจรักการท่องเที่ยว และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามลำดับซึ่งมีค่าพยากรณ์ที่ร้อยละ 66.7 ($R^2=0.667$)

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, รูปแบบการดำเนินชีวิต, ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ชวิศา เชยจรรยา (ศศ.ม., สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2564, E-mail: chavisach@gmail.com) เป็นนิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และรองศาสตราจารย์ ดร.ธাত্রี ใต้ฟ้าพูล (นศ.ด. (นิเทศศาสตร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548) ปัจจุบันเป็นรองศาสตราจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

*Corresponding Author's E-mail: chavisach@gmail.com

Abstract

This research employed an online survey. The purposes of this research were to (1) investigate the lifestyles, information seeking behaviors, attitudes, subjective norms, perceived control behavior, intention and sustainable tourism behaviors among Thai tourists, (2) to examine the relationships between these factors and sustainable tourism behavior, and (3) to identify variables that explain sustainable tourism behaviors. Data was collected from 418 Thai tourists who travel in Thailand at least once a year. The findings revealed that the respondents' lifestyles could be categorized into nine groups: (1) Fashion and trend enthusiasts, (2) Aware, caring, preserving and collaborative individuals, (3) Change-driven advocates, (4) Entertainment Spree, (5) Health and sport enthusiasts, (6) Challenger seeker and daring adventurer, (7) Passionate travelers, (8) Socially aware and politically active citizens, and (9) Family-oriented individuals. The study also found that lifestyles, information-seeking behaviors, attitudes toward sustainable tourism, subjective norms, perceived control behavior, and intentions were all positively related to sustainable tourism behavior. Furthermore, the research identified key variables that explained sustainable tourism behavior, including sustainable tourism intention, subjective norms, perceived control behavior, information seeking behavior through radio, lifestyle patterns of aware, caring, preserving and collaborative individuals, passionate travelers, and attitudes toward sustainable tourism. These factors had significant influences on sustainable tourism behaviors which can explain sustainable tourism behavior at 66.7 percent ($R^2=0.667$)

Keywords: Sustainable Tourism, Communication for Sustainable Tourism, Lifestyles, Theory of Planned Behavior

ความเป็นมาและความสำคัญ

ความยั่งยืนเป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล อันเนื่องมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจ และการขยายตัวทางสังคมอย่างต่อเนื่องเป็นผลให้เกิดการตั้งคำถามถึงการรักษาสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อคงไว้ซึ่งศักยภาพในการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นหลัง การผสมผสานความสามารถในการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ควบคู่กับการยอมรับข้อจำกัดทางทรัพยากรจึงเป็นความท้าทายสำคัญของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Ward, 1973) ทั้งนี้องค์การสหประชาชาติได้กำหนดทิศทางของการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อเป็นกรอบในการดำเนินการในระดับสากล โดยมุ่งหมายให้ประเทศสมาชิกร่วมมือกันในการขับเคลื่อนวาระความยั่งยืนผ่านเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ทั้ง 17 ด้านเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมความยั่งยืนในทุกภาคส่วน และทุกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (UNESCO, n.d.) ซึ่งหมายรวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จัดว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูงเป็นอันดับหนึ่งทั้งในแง่ของการสร้างรายได้ อัตราการจ้างงาน และอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ โดยในปี 2566 ที่ผ่านม่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกสูงถึงร้อยละ 9.1 (WTTC, n.d.) และถือว่าเป็นตัวการสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลกไปข้างหน้า (Arya et al., 2024) อย่างไรก็ตามการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่งผลกระทบเชิงลบต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม โดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากถึงร้อยละ 8 (Rehman et al., 2024) และด้วยการเติบโตอย่างต่อเนื่องนี้ทำให้เกิดการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด และนำไปสู่ปัญหาความเสื่อมโทรมของสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (สถาบันเทคโนโลยีและ

สารสนเทศเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน, ม.ป.ป.) ซึ่งจัดเป็นปัญหาสำคัญที่ฝังรากลึกมาอย่างยาวนาน จึงต้องอาศัยแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนในการขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างสมดุลทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

ในบริบทของประเทศไทย การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้ประเทศอย่างมหาศาล โดยภาครัฐได้กำหนดนโยบายสำคัญเพื่อส่งเสริมการเติบโตของการท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ด้านความเติบโตของเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันในฐานะที่ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกขององค์การสหประชาชาติจึงได้มีการวางนโยบายเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควบคู่กันไปที่ครอบคลุมด้านการจัดการธรรมชาติ และตระหนักถึงความต้องการของชุมชน การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม (NBT, 2567) ซึ่งถือเป็นการให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งมิติของเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งให้ความสำคัญที่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยผ่านมิติทั้งสามด้านนั้นเอง การผลักดันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในบริบทของประเทศไทยต้องอาศัยการวางแผนทางด้านการสื่อสารผ่านการทำความเข้าใจนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นจะต้องทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และหล่อหลอมให้บุคคลนั้น ๆ เกิดพฤติกรรมดังกล่าว (Kotler, 1997) นอกจากนี้การทำความเข้าใจนักท่องเที่ยวผ่านการศึกษาแบบการดำเนินชีวิตยังช่วยให้เกิดความเข้าใจปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Kotler, 1997) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทสังคมปัจจุบันที่รูปแบบการดำเนินชีวิตนั้นเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาพสังคมที่ไม่หยุดนิ่ง กรอบแนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิต จึงต้องพิจารณาทั้งด้านกิจกรรม ความสนใจ (Interests) และด้านความคิดเห็นที่นักท่องเที่ยวมีทั้งต่อตนเองและมุมมองที่มีต่อการท่องเที่ยวในแง่อื่น ๆ (Plummer, 1974) การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษานักท่องเที่ยวไทยนั้นมีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใด และรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มไหนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั่นเอง

ในงานวิจัยนี้จึงทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่นำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผ่านการศึกษาว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีรูปแบบการดำเนินชีวิตและการเปิดรับสื่ออย่างไร รวมถึงทำการศึกษาว่าทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมนั้นส่งผลอย่างไรต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในที่สุด เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการออกแบบการสื่อสารเพื่อผลักดันความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในอนาคต จึงนำมาซึ่งคำถามวิจัย และวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

- (1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข่าวสาร ทรรศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทรรศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง รูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงออกมาโดยพิจารณาผ่านระดับของกิจกรรมที่บุคคลเข้าร่วม (Activity) ระดับความสนใจหรือสิ่งที่บุคคลให้ความสำคัญ (Interest) และระดับความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อตนเองหรือสิ่งต่าง ๆ รอบตัว (Opinion) โดยสะท้อนให้เห็นถึงตัวตนของบุคคลนั้น ๆ

การแสวงหาข่าวสาร หมายถึง การที่บุคคลเลือกใช้สื่อตามทัศนคติ และความสนใจของตนเอง โดยเป็นกระบวนการเพื่อตอบสนองความต้องการในข้อมูลข่าวสารของบุคคล ซึ่งพิจารณาจากความถี่ หรือความบ่อยครั้งในการเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อหาข่าวสาร และวัตถุประสงค์ในการใช้

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง ความคิดเห็น ความรู้สึก และความเชื่อที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยวัดผ่านระดับของความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของตนเองในสามมิติ ประกอบไปด้วยด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม และประเมินความคิดเห็นของบุคคลว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นส่งผลเชิงบวกหรือลบ

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึง มุมมองของบุคคลว่าสังคม หรือบุคคลรอบตัวมีความคิดเห็นอย่างไรต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งวัดจากระดับความคิดและความเชื่อของบุคคลว่าสังคม หรือ ปัจจัยภายนอก ได้แก่ แรงผลักดันจากบุคคลใกล้ชิด นโยบายภาครัฐ และการสนับสนุนจากผู้ประกอบการในภาคเอกชนเป็นแรงสนับสนุนที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม หมายถึง ระดับของความคิดของบุคคลที่มีต่อการควบคุมพฤติกรรมหรือกระทำพฤติกรรมนั้นหรือไม่ โดยวัดจากระดับความคิด หรือความเชื่อของบุคคลว่าตนเองสามารถมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมิติใดได้บ้าง ทั้งทางด้าน การกระตุ้นเศรษฐกิจ การพัฒนาสังคม และการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงพิจารณาว่าบุคคลมีความคิดเห็นต่อระดับความยากง่ายของการมีส่วนร่วมในพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง เจตนา หรือความมุ่งหมายที่จะทำ โดยวัดจากระดับของเจตนา หรือความมุ่งหมายที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมิติใดมิติหนึ่งทางเศรษฐกิจ สังคม หรือ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนความตั้งใจที่จะมีส่วนร่วมในพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนาคต

พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การกระทำ หรือการมีส่วนร่วมกับความยั่งยืนในการท่องเที่ยว ในมิติใดมิติหนึ่งทางเศรษฐกิจ สังคม หรือ สิ่งแวดล้อม โดยในงานวิจัยนี้วัดจากระดับการมีประสบการณ์หรือการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในแง่ของการผลักดันหรือกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ การสนับสนุนการเติบโตของสังคมและชุมชน และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การทบทวนวรรณกรรม

รูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ ปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวซึ่ง สะท้อนให้เห็นถึงตัวตนของบุคคลนั้น ๆ ในสภาพแวดล้อมหนึ่ง ๆ โดยสามารถใช้ในการวัดและจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะการใช้ชีวิตของบุคคลตามเกณฑ์ทางจิตวิทยา (Psychographic) ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไปแม้ว่าบุคคลนั้น ๆ จะอยู่ในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยกลุ่มเดียวกัน มีระดับทางสังคมเหมือนกัน หรือแม้แต่ประกอบอาชีพเดียวกันก็อาจมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันออกไป การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตจึงเป็นเครื่องมือที่ถูกใช้ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนมีประสิทธิภาพ (Kotler, 1997)

แนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิตเกิดขึ้นมาจากความเป็นพลวัตของการใช้ชีวิตในสังคม ในปี 1963 ที่นำเสนอวิธีการในการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านการประเมินโดยใช้กรอบแนวคิดที่ AIO Framework ซึ่งประกอบด้วยด้านกิจกรรม (Activities) ของบุคคลในแง่ของการใช้เวลาว่าบุคคลเลือกใช้เวลากับสิ่งใด ด้านความสนใจ (Interests) หรือสิ่งที่บุคคลให้ความสำคัญในสภาพแวดล้อมรอบตัว และด้านความคิดเห็น (Opinions) ต่อสิ่งต่าง ๆ และมุมมองที่มีต่อตนเองและมุมมองที่มีต่อโลกภายนอก (Plummer, 1974) โดยในงานวิจัยนี้ได้ใช้กรอบดังกล่าวเป็นแนวทางในการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยตามรูปแบบการดำเนินชีวิตควบคู่กับลักษณะทางประชากร

รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นตัวแปรต้นทาง ที่ส่งผลต่อตัวแปรอื่น ๆ ในงานวิจัยนี้ เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลเป็นการสะท้อนตัวตน รสนิยม หรือทางเลือกที่บุคคลมี และแสดงออกอย่างแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิตเพื่อทำความเข้าใจรูปแบบการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยทำการศึกษาและวัดผ่านกรอบ AIOs Framework ที่ประกอบด้วยกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของบุคคล รวมถึงใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว

การแสวงหาข่าวสาร

ด้วยธรรมชาติของการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงเป็นพลวัต และการเติบโตเทคโนโลยีที่อำนวยการสื่อสารสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ได้อย่างไร้ขีดจำกัด เป็นผลให้ข้อมูลข่าวสารหลั่งไหลเข้ามาจากทุกทิศทางและมนุษย์ท่วมทับไปด้วยข้อมูล โดย Schramm (1973) ได้อธิบายถึงความสามารถของมนุษย์ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมจากการเลือกเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตามความพึงพอใจของตน โดยเลือกจากวิธีการในการเข้าถึงสื่อ (Medium) และข้อความ (Message) ตามที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างเพียงพอ และความสะดวกในการเข้าถึง นอกจากนี้มนุษย์ยังมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสื่อตามทัศนคติ และความสนใจของตนเอง และเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการเปิดรับสื่อที่ขัดต่อทัศนคติและความสนใจของตนทั้งในกรณีรู้ตัวและไม่รู้ตัว รวมถึงมีแนวโน้มที่จะหลงลืมหรือปล่อยผ่านประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้องกับความสนใจของตนเอง โดยกระบวนการเหล่านี้ที่เกิดขึ้นเรียกว่า การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception) และการเลือกจดจำ (Selective Retention) (Klapper, 1960)

การแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking) คือ กระบวนการที่มนุษย์ใช้ในการเปลี่ยนแปลงสถานะความรู้ของตน ซึ่งเป็นกระบวนการทางปัญญาระดับสูง (High Level Cognitive Process) ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งข้อมูลและเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลบางประเภทเป็นรูปแบบใหม่ ผู้ใช้จึงจำเป็นต้องได้รับความรู้และทักษะใหม่ในการค้นหาข้อมูลเช่นเดียวกัน (Tubachi,

n.d.) ในขณะที่ Kiel and Layton (1981) ได้ทำการศึกษามิติในการแสวงหาข้อมูลของผู้บริโภค ได้วิเคราะห์พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลผ่านมิติทั้งสามด้านของการแสวงหาข้อมูล คือ (1) มิติของแหล่งข้อมูล (Sources of Information Dimension) (2) มิติของตราสินค้า (Brand Dimension) และ (3) มิติทางด้านเวลา (Time Dimension)

ในการวิจัยนี้จึงให้ความสำคัญที่ความถี่ในการใช้สื่อแต่ละประเภทเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารในมิติของแหล่งข้อมูล และมิติทางด้านเวลา (Kiel & Layton, 1981) และมุ่งศึกษาการแสวงหาข่าวสารในมิติของวัตถุประสงค์ของการเลือกใช้สื่อ นั้นว่าเป็นการตอบสนองความต้องการของบุคคลในด้านใด หรือมีลักษณะเนื้อหาอย่างไรตามมุมมองในการแสวงหาข่าวสารของ Schramm (1973) ว่าการแสวงหาข่าวสารขึ้นอยู่กับความสะดวกในการเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ ตลอดจนเนื้อหาของข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการของบุคคล

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล โดยทำความเข้าใจปัจจัยทางจิตวิทยาที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมหนึ่ง ๆ และใช้เพื่อทำนายพฤติกรรมที่เกิดจากการเลือกกระทำโดยเจตนา ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีรากฐานความคิดที่ว่ามนุษย์มักจะประพฤติปฏิบัติอย่างมีเหตุผล โดยเกิดจากการคำนึงถึงข้อมูลที่มีอยู่และพิจารณาผลกระทบจากการกระทำของตน ไม่ว่าจะเป็นผลทางตรงหรือทางอ้อม ซึ่งความตั้งใจของบุคคลที่จะกระทำ หรือไม่กระทำ เป็นปัจจัยที่กำหนดการกระทำนั้นโดยตรง (Ajzen, 1985)

หัวใจสำคัญของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน คือ การทำความเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ โดยความตั้งใจในการกระทำเกิดจาก (1) ปัจจัยส่วนบุคคล หรือทัศนคติส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมนั้น ๆ โดยที่บุคคลประเมินผลของพฤติกรรมว่าการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ จะส่งผลเชิงบวก หรือผลเชิงลบ (2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หรือมุมมองด้านแรงกดดัน หรือแรงสนับสนุนที่บุคคลหนึ่ง ๆ ได้รับเพื่อให้กระทำหรือไม่กระทำ พฤติกรรมนั้น (3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ซึ่งเป็นส่วนที่พัฒนามาภายหลัง โดยเป็นการประเมินความสามารถในกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ว่ามีอุปสรรคหรือการสนับสนุนหรือไม่ โดยประเมินจากประสบการณ์ หรือข้อมูลข่าวสารที่บุคคลนั้นได้รับ ซึ่งความเชื่อนี้เรียกว่าความเชื่อเกี่ยวกับปัจจัยควบคุม (Control Belief) โดยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมคือผลรวมของความเชื่อที่สนับสนุน และเป็นอุปสรรคต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ (อนุวัตร จุลินทร, ศุขวิโยเหลา และ เพ็ชรรัตน์ ไสยสมบัติ, 2562)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นกรอบแนวคิดทางจิตวิทยาที่แสดงให้เห็นว่าการกระทำของมนุษย์ เกิดมาจากความตั้งใจในการกระทำ ซึ่งเป็นผลมาจากทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม โดยปัจจัยทั้งสามนี้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของบุคคลในการกระทำพฤติกรรมเฉพาะ ซึ่งส่งผลไปสู่พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง (Rehman et al., 2024)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้ประยุกต์ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งของกรอบแนวคิดในการวิจัย และใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา เนื่องจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมุ่งให้ความสำคัญในปัจจัยที่ทำให้เกิดความตั้งใจในการกระทำหนึ่ง ๆ ที่สามารถนำไปสู่การกระทำพฤติกรรมนั้นได้ ผู้วิจัยจึงนำมาประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายและทำนายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยว่าเกิดมาจากปัจจัยด้านทัศนคติที่บุคคลมีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หรือการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของบุคคล

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกิดขึ้นเพื่อสนองตอบความจำเป็นในการพัฒนาสู่ความยั่งยืนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าประสงค์ของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่มีหัวใจสำคัญ คือ “การผสมผสานความมุ่งมั่นในการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ควบคู่ไปกับการยอมรับถึงขีดจำกัดของโลกในด้านทรัพยากรและมลพิษ” (Ward, 1973) ที่หมายถึงการมุ่งตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบันโดยไม่ทำให้ความสามารถของคนรุ่นหลังในการตอบสนองความ

ต้องการของตนเองลดน้อยลง นอกจากนี้ยังกล่าวได้ว่าเป็นการเรียกร้องความร่วมมือในการสร้างอนาคตที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ยั่งยืน และยืดหยุ่นเพื่อผู้คน และเพื่อโลก โดยการพัฒนายั่งยืนจะสำเร็จได้ด้วยการผสมผสานมิติทางด้านการเติบโตทางเศรษฐกิจ การมีส่วนร่วมของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (UNESCO, n.d.)

ในบริบทของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การพัฒนาสู่ความยั่งยืน คือ การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน ในขณะเดียวกันก็ปกป้องและเพิ่มโอกาสสำหรับอนาคต โดยมุ่งเน้นการจัดการทรัพยากรทั้งหมดในลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคม และคงไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงหมายถึงการท่องเที่ยวทุกประเภททั้งการท่องเที่ยวดั้งเดิมและการท่องเที่ยวทางเลือก โดยเป็นการดำเนินการให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนายั่งยืนและหมายถึงแนวทางเชิงบวกที่มุ่งลดความขัดแย้งที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรักษาศักยภาพและคุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติและมนุษย์ในระยะยาว (Liu, 2003)

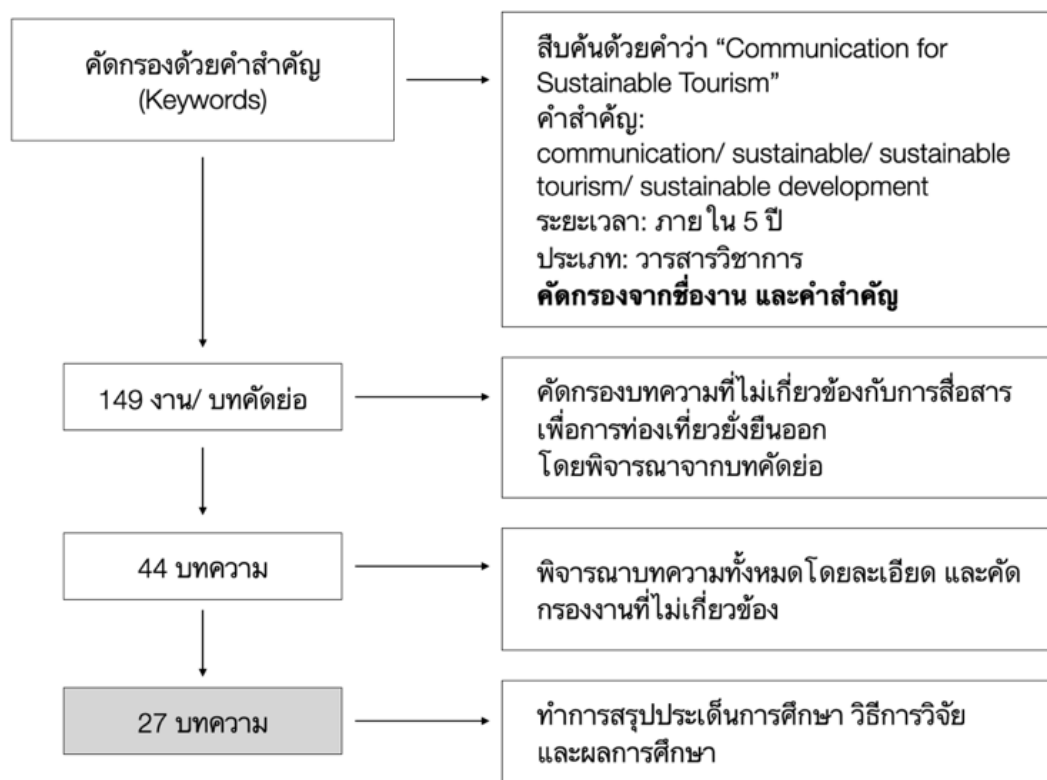
อย่างไรก็ดีการพัฒนาและการอนุรักษ์มีความหมายในเชิงขัดแย้งกัน เนื่องด้วยการพัฒนาเป็นผลให้เกิดการใช้ทรัพยากร ในขณะที่การอนุรักษ์สื่อความหมายถึงการรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรที่มีอยู่ ดังนั้นแนวคิดการพัฒนายั่งยืนในปัจจุบันจึงเป็นการประนีประนอมระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์ โดยทั้งสองปัจจัยนี้จะต้องพึ่งพาอาศัยกัน (Satterthwaite, 2006)

การพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนจึงเป็นการหาความสมดุลระหว่างมิติทั้งสามของความยั่งยืน หรือการมุ่งพัฒนาให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ การมีส่วนร่วมของสังคม และคงไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอันดี และในขณะเดียวกันจะต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนี้ให้เกิดขึ้นในบริบทของประเทศไทยที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นรายได้หลักของประเทศ และเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการผลักดันเศรษฐกิจการท่องเที่ยวให้เติบโตบนพื้นฐานของความยั่งยืน

ทั้งนี้งานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่นำไปสู่พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยได้ประยุกต์ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งของกรอบแนวคิดในการวิจัย และใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา เนื่องจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมุ่งให้ความสำคัญในปัจจัยที่ทำให้เกิดความตั้งใจในการกระทำหนึ่ง ๆ ที่สามารถนำไปสู่การกระทำพฤติกรรมนั้นได้ ผู้วิจัยจึงนำมาประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายและทำนายพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับชาติและนานาชาติอย่างเป็นระบบ (Systematic Literature Review) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาเพื่อหาช่องว่างในการวิจัยภายใต้ประเด็น ‘การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน’ ในบริบทไทย โดยได้ทำการสืบค้นจากฐานข้อมูลทางวิชาการ Chulalongkorn University Library Information Network และกำหนดกระบวนการสืบค้นและเกณฑ์ในการคัดกรองข้อมูล (Searching Method and Classification Criteria) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 กระบวนการสืบค้นและเกณฑ์ในการคัดกรองข้อมูล (Searching Method and Classification Criteria)

ทั้งนี้ จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่ผ่านมา ผู้วิจัยได้สรุปหัวข้อสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ออกเป็น 5 ด้าน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านแนวทางปฏิบัติ และแนวทางการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เป็นกลุ่มงานวิจัยที่นำเสนอแนวทางในการปฏิบัติที่ครอบคลุมแนวปฏิบัติในภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การ

สร้างคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติในแง่ของแนวทางการสื่อสาร โดย Arya et al. (2024) ทำการศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่ามิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมมีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยในมิติทางเศรษฐกิจ ทรัพยากรเงิน และต้นทุนของการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในขณะที่มิติทางด้านสังคมมุ่งเน้นที่ด้านสุขภาพและความปลอดภัย และโครงสร้างสีเขียวมีบทบาทที่สำคัญในมิติทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่นเดียวกับ Skeiseid และคณะ (2020) ที่ทำการศึกษาเครื่องมือทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อปฏิกิริยาของผู้บริโภคต่อการสื่อสารที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวสู่ทิศทางที่ยั่งยืน และชี้ให้เห็นว่าข้อความเชิงบวกทางสังคม (Social Desirable Message) นั้นส่งผลต่อความตั้งใจส่วนบุคคลในการเปลี่ยนแผนการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน และในการศึกษาของ Mazza (2023) ก็ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารสามารถสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างยั่งยืนได้เช่นเดียวกัน ยิ่งไปกว่านั้น Heikkinen และคณะ (2020) ยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในปัจจุบันที่เป็นไปตามบริบทเฉพาะซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของภาครัฐควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสาร และปรับปรุงรากฐานเพื่อรองรับเศรษฐกิจเครือข่ายที่กระจายตัว

ในแง่ของแนวปฏิบัติ Akash and Aram (2022) ได้นำเสนอแนวทางที่เป็นกรอบการดำรงชีวิตอย่างยั่งยืนเพื่อประเมินทุนทั้งห้าด้าน คือ ทุนทางธรรมชาติ ทุนทางกายภาพ ทุนทางการเงิน ทุนทางสังคม และทุนทางการสื่อสาร เพื่อกำหนดบทบาทของสินทรัพย์ทุนสำหรับการดำรงชีวิตจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมือง Mahabalipuram นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงในแต่ละมิติ โดยที่ทุนทางธรรมชาติสามารถรักษาไว้ได้โดยการพัฒนาทุนทางสังคมและชุมชน และในขณะเดียวกันก็อาศัยทุนทางการสื่อสารที่มีหน้าที่สำคัญในด้านการสร้างการตระหนักรู้ นอกจากนี้ Garanti (2023) ได้นำเสนอการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านแนวทางในการสื่อสาร โดยผลการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถอธิบายได้ว่าเป็น

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ Wu และคณะ (2024) ที่พบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

ด้านการดำเนินการของภาคธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในแง่ของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน Amatulli และคณะ (2021) ชี้ให้เห็นว่ากลยุทธ์การสื่อสารที่มุ่งเน้นด้านความยั่งยืนนำไปสู่ความต้องการในการจองที่พักที่สูงขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับกลยุทธ์การสื่อสารที่มุ่งเน้นด้านการบริการลูกค้า โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ Sun และคณะ (2021) พบว่าความยั่งยืนในแง่สิ่งแวดล้อมส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของโรงแรมที่พัก และเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการความตั้งใจในการจองโรงแรมออนไลน์ นอกจากนี้ Duric และ Potočnik Topler (2021) ยังได้นำเสนอตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนในธุรกิจการท่องเที่ยว และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการเผยแพร่รายงานสิ่งแวดล้อมในภาคธุรกิจอีกด้วย นอกจากนี้ในการวิจัยของ Rantsi และคณะ (2023) พบว่ามิติด้านสิ่งแวดล้อมเป็นเพียงมิติเดียวที่มีผลเชิงบวกต่อความยินดีที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยว

หากพิจารณาแนวทางการสื่อสารเพื่อการดำเนินธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น Chin และ Noorashid (2023) ได้เสนอแนะโมเดลปฏิสัมพันธ์ (Interaction Model) ซึ่งเป็นการส่งข้อมูลในลักษณะบนลงล่างจากผู้มีอำนาจหรือผู้นำชุมชนมาสู่ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการเพื่อสร้างความร่วมมือในแง่ความยั่งยืน ในขณะที่ León and Araña (2020) ได้ทำการศึกษาการสื่อสารในมิติของผู้ประกอบการไปสู่นักท่องเที่ยว โดยชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมได้ผ่านกลยุทธ์การสื่อสารทั้งวิธีการสื่อสารส่วนบุคคลและการสื่อสารที่ไม่ใช่บุคคล

ด้านเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

งานวิจัยในกลุ่มนี้มุ่งให้ความสำคัญที่ ‘เนื้อหา’ ที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดย Fennell and de Grosbois (2023) พบว่าเนื้อหาที่ได้รับการสื่อสารมาก

ที่สุดคือมิติด้านสิ่งแวดล้อมหรือ "การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ" อย่างไรก็ตามการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะต้องครอบคลุมในทุกมิติ ในขณะที่ Marchi และคณะ (2023) พบว่าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวปฏิบัติที่มุ่งเน้นความยั่งยืน มุ่งเน้นไปที่แนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม สังคมเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมเฉพาะมากกว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยทั่วไป เช่นเดียวกับ Koliouska and Andreopoulou (2023) ที่พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นอกจากนี้ Tiago และคณะ (2021) และ Gomez-Guillen and Baqué (2024) ได้ประเมินการสื่อสารดิจิทัลอย่างยั่งยืนของธุรกิจที่พัก เช่นเดียวกับ Pato and Duque (2021) ที่วิเคราะห์ข้อมูลที่พักการท่องเที่ยวชนบทผ่านทางเว็บไซต์เกี่ยวกับประเด็นด้านความยั่งยืน โดยที่ Spinelli (2021) ชี้ให้เห็นว่าเว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวในอิตาลีส่วนใหญ่ขาดการสื่อสารเกี่ยวกับความยั่งยืนที่เหมาะสม

ด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์

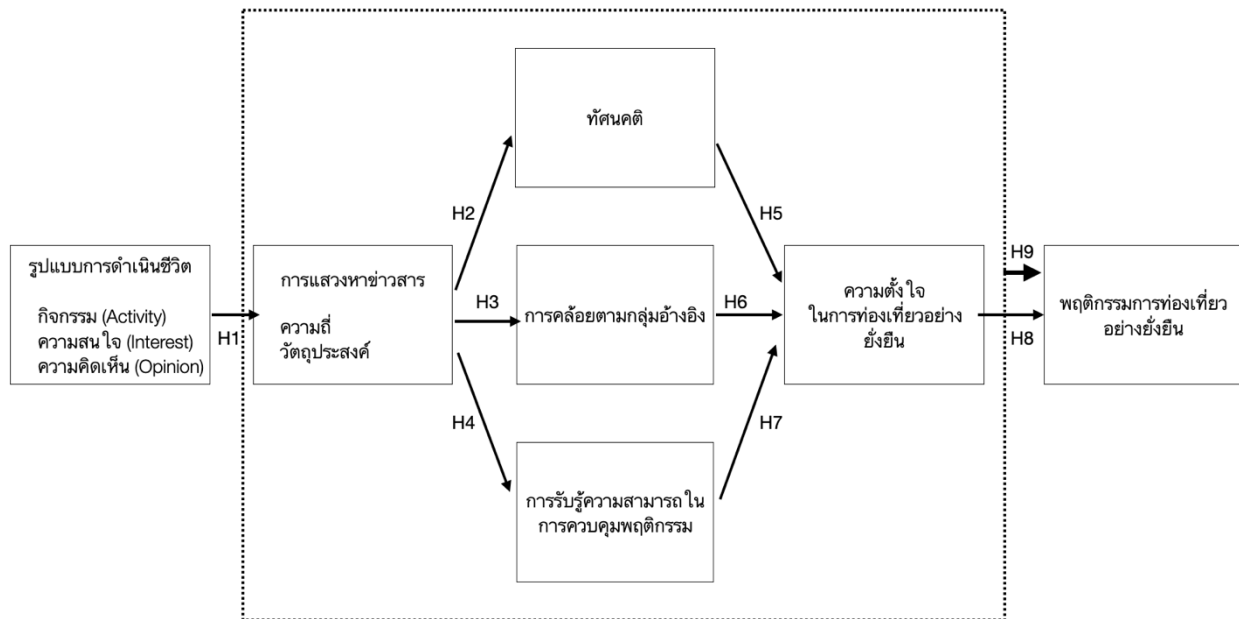
โดยเป็นงานวิจัยในกลุ่มที่มุ่งเน้นการศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้จากการศึกษาของ Runtiko และคณะ (2024) พบว่าสื่อสังคมออนไลน์บางประเภทถูกใช้งานอย่างไม่มีประสิทธิภาพ และมุ่งเน้นไปเพียงบางแง่มุมของกลยุทธ์ในการสื่อสารเท่านั้น โดยพบว่าอินสตาแกรมเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุดและใช้ในการเผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ Chan และ Imad (2024) ชี้ว่าการแบ่งปันเนื้อหา และการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลเชิงบวกกับภาพลักษณ์สีเขียวและนำไปสู่ความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกันในแง่ของการสื่อสารนโยบายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของภาครัฐนั้นพบว่าสื่อสังคมออนไลน์จัดเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารเชิงนโยบาย (Zitri et al., 2024)

ด้านงานวิจัยที่ทำการสังเคราะห์งานวิจัยที่ผ่านมา

การวิจัยในกลุ่มนี้เป็นการสังเคราะห์การศึกษาที่ผ่านมา โดย Vidal-Serrano และคณะ (2022) สะท้อนถึงความสนใจ

ทางวิชาการเกี่ยวกับประเด็นด้านความยั่งยืนที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยความยั่งยืนมักถูกศึกษาโดยพิจารณาเพียงหนึ่งหรือสองเสาหลักจากทั้งหมดสามเสาหลักด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่นเดียวกับ He และคณะ (2023) ที่พบว่างานวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิผลของการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่การศึกษาในมุมมองของวิธีการสื่อสารยังไม่เพียงพอ ในขณะที่ Balas and Abson (2022) ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะสร้างกรอบแนวคิดและวิธีการประเมินที่เชื่อมโยงกับบริบท เพื่อส่งเสริมการตัดสินใจที่มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย และการนำตัวชี้วัดไปใช้ในบริบทใหม่

จากการที่ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์งานวิจัย และสรุปงานวิจัยที่ผ่านมาออกมาเป็นประเด็นต่าง ๆ ที่มีการศึกษาในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ทั้งการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติและการสื่อสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภาพรวม แนวปฏิบัติของภาคธุรกิจหรือผู้ประกอบการในการขับเคลื่อนความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงเนื้อหาและช่องทางในการสื่อสาร ไปจนถึงงานวิจัยที่ทำการสรุปและสังเคราะห์การศึกษาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในบริบทประเทศไทย โดยทำการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตว่าในบริบทไทยนั้นนักท่องเที่ยวมีรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างไรและเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่มีความตั้งใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบกับการศึกษาในแง่การแสวงหาข่าวสารที่ส่งผลต่อทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งจากการศึกษาในอดีตแม้จะมีการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นกรอบในการศึกษา หากแต่ยังไม่มีผลงานมุมมองด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและการแสวงหาข่าวสารเพื่อการทำความเข้าใจในมิติของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนออกแบบการสื่อสารให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยมากที่สุด โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังรายละเอียดที่แสดงในแผนภาพ



แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 418 คนที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป การเก็บข้อมูลแบบสอบถามในการวิจัยนี้เป็นการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling Techniques) ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบ IOC ได้ค่ามากกว่า 0.5 ซึ่งผ่านเกณฑ์ และทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีค่า .81 ด้านสื่อที่ใช้ในการแสวงหาข่าวสารมีค่า .66 (*ค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.7 แต่เนื่องจากเป็นข้อคำถามด้านสื่อจึงไม่สามารถตัดออกได้) ด้านวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารมีค่า .93 ด้านทัศนคติมีค่า

.94 ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีค่า .91 ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีค่า .92 ด้านความตั้งใจมีค่า .92 และด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีค่า .90

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้วิธีแจกแจงความถี่ (Frequency) โดยใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ปัจจัยหรือตัวประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อลดตัวแปร (Data Reduction) ด้วยการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกัน โดยการวิเคราะห์ปัจจัยแบบ Principal Component Analysis และหมุนแกนแบบหมุนฉากด้วยวิธี Varimax เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิต รวมทั้งการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) โดย Pearson's Product Moment Correlation Coefficient ผู้วิจัยเลือกใช้เกณฑ์ของ Bartz (1999) ในการวัดระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

ระดับ 0.81 - 1.00 หมายถึง ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก

ระดับ 0.61 - 0.80 หมายถึง ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

ระดับ 0.41 - 0.60 หมายถึง ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ระดับ 0.21 - 0.40 หมายถึง ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ระดับ 0.00 - 0.20 หมายถึง ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐานซึ่งมีเกณฑ์ ดังนี้

r=0.00-0.20	มีค่าความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก
r=0.21-0.40	มีค่าความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
r=0.41-0.60	มีค่าความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
r=0.61-0.80	มีค่าความสัมพันธ์ในระดับสูง
r=0.81-1.00	มีค่าความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

ผลการวิจัย

จากการวิจัยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง จำนวน 418 คน

ตารางที่ 1 แสดงค่าวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบไลฟ์สไตล์

ปัจจัยของรูปแบบการดำเนินชีวิต	ด้าน	Factor Loading
ซื้อสินค้าตามกระแสนิยม	กิจกรรม	0.823
ติดตามเทรนด์แฟชั่น	ความสนใจ	0.775
สนใจสินค้าที่มีแบรนด์	ความสนใจ	0.710
การแต่งกายตามแฟชั่นสะท้อนรสนิยม	ความคิดเห็น	0.675
ชอบการท่องเที่ยวตามกระแส	กิจกรรม	0.662
ชอบการซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต/ แอปพลิเคชันต่าง ๆ	กิจกรรม	0.576

กลุ่มที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบตระหนักรู้ใส่ใจ สืบสาน ให้ความร่วมมือ (Aware, Caring, Preserving and Collaborative Individuals) เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการมี

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000-25,000 บาท

ผลการวิจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ปัจจัยรวมเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยนำปัจจัยด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นมาวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อลดจำนวนตัวแปร ใช้วิธีองค์ประกอบหลักสกัดปัจจัยมูมดาก (Varimax) สามารถวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็น 9 กลุ่ม ดังนี้

จากการวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต สามารถจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ 9 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบไลฟ์สไตล์แฟชั่น (Fashion and Trend Enthusiasts) เป็นกลุ่มที่สนใจสินค้าแฟชั่น การแต่งกาย หรือตราสินค้าที่กำลังเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยม โดยชื่นชอบความล้ำ การท่องเที่ยวตามความนิยม และเลือกบริโภคสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต

จิตสำนึกในการท่องเที่ยว และการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยเชื่อในความร่วมมือ อนุรักษ์สืบสาน และกระตุ้นการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 แสดงค่าวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบตระหนักรู้ ใส่ใจ ให้ความร่วมมือ

ปัจจัยของรูปแบบการดำเนินชีวิต	ด้าน	Factor Loading
คิดว่าแหล่งท่องเที่ยวถูกทำลายเพราะการขาดจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว	ความคิดเห็น	0.735
คิดว่าการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ	ความคิดเห็น	0.734
คิดว่าสิ่งแวดล้อมที่ดีส่งผลต่อสุขภาพ	ความคิดเห็น	0.705
คิดว่าทุกคนควรร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ความคิดเห็น	0.665
คิดว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ควรสืบสาน	ความคิดเห็น	0.592

กลุ่มที่ 3 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนักบรรณรักษ์ ใส่ใจขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง (Change-driven Advocates) เป็นกลุ่มที่สนใจประวัติศาสตร์ ความเป็นมาและวัฒนธรรม สนใจ

เพิ่มพูนความรู้ และการทำกิจกรรมบรรณรักษ์ที่ เพื่อการพัฒนาเปลี่ยนแปลงชุมชนและสังคมให้ดียิ่งขึ้น

ตารางที่ 3 แสดงค่าวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนักบรรณรักษ์ ใส่ใจขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยของรูปแบบการดำเนินชีวิต	ด้าน	Factor Loading
สนใจประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ผลงานศิลปะ	ความสนใจ	0.704
ชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	กิจกรรม	0.699
สนใจโครงการบรรณรักษ์เพื่อสังคม	ความสนใจ	0.697
เป็นอาสาสมัครร่วมกิจกรรมทางสังคม	กิจกรรม	0.565
สนใจโครงการอบรม สัมมนา หรือเวิร์คช็อปต่าง ๆ	ความสนใจ	0.480
ชอบการอ่านหนังสือ	กิจกรรม	0.374

กลุ่มที่ 4 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใจรักความบันเทิง (Entertainment Spree) เป็นที่ชื่นชอบความสนุกสนาน

บันเทิง รวมถึงเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ และใช้เวลาว่างกับสื่อโซเชียลมีเดีย

ตารางที่ 4 แสดงค่าวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใจรักความบันเทิง

ปัจจัยของรูปแบบการดำเนินชีวิต	ด้าน	Factor Loading
ชอบดูหนัง ฟังเพลง	กิจกรรม	0.849
สนใจภาพยนตร์ ดนตรี	ความสนใจ	0.801
สนใจงานดนตรี คอนเสิร์ต หรืองานกิจกรรมความบันเทิง	ความสนใจ	0.631
ชอบใช้เวลาว่างเล่นอินเทอร์เน็ต หรือโซเชียลมีเดีย	กิจกรรม	0.448

กลุ่มที่ 5 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใส่ใจสุขภาพ ฝึกฝีกกีฬา (Health and Sport Enthusiasts) เป็นที่ใส่ใจเรื่อง

สุขภาพ ชื่นชอบกิจกรรมการออกกำลังกาย การเล่นกีฬา ให้ความสนใจเรื่องการลงทุน ความมั่นคง และเป็นสมาชิกเฉพาะกลุ่ม

ตารางที่ 5 แสดงค่าวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใส่ใจสุขภาพ ฝึกฝึกกีฬา

ปัจจัยของรูปแบบการดำเนินชีวิต	ด้าน	Factor Loading
ชอบเล่นกีฬา ออกกำลังกาย	กิจกรรม	0.835
สนใจกีฬา การออกกำลังกาย หรือใส่ใจเรื่องสุขภาพ	ความสนใจ	0.833
สนใจการเงิน การลงทุน	ความสนใจ	0.524
เป็นสมาชิกเพจหรือกลุ่มที่สนใจ	กิจกรรม	0.343

กลุ่มที่ 6 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนักผจญภัย (Adventurer) เป็นกลุ่มชอบความตื่นเต้น ท้าทาย รักการผจญภัย ใจรักความท้าทาย (Challenger Seeker and Daring) การแสวงหากิจกรรมแปลกใหม่

ตารางที่ 6 แสดงค่าวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนักผจญภัยใจรักความท้าทาย

ปัจจัยของรูปแบบการดำเนินชีวิต	ด้าน	Factor Loading
ประสบการณ์ตื่นเต้นแปลกใหม่ทำให้มีความสุข	ความคิดเห็น	0.725
อยากมีประสบการณ์ใหม่ที่ตื่นเต้นท้าทาย	ความสนใจ	0.646
ชอบกิจกรรม Outdoor/ Adventure	กิจกรรม	0.584
ชอบการปาร์ตี้สังสรรค์	กิจกรรม	0.407

กลุ่มที่ 7 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใจรักการท่องเที่ยว (Passionate Traveler) เป็นกลุ่มที่มีหัวใจหลงใหลใน การท่องเที่ยว และเชื่อว่าการออกไปท่องเที่ยวคือการหา ประสบการณ์ใหม่ให้กับชีวิต และสะท้อนตัวตน

ตารางที่ 7 แสดงค่าวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบใจรักการท่องเที่ยว

ปัจจัยของรูปแบบการดำเนินชีวิต	ด้าน	Factor Loading
ชอบการท่องเที่ยวธรรมชาติ	กิจกรรม	0.696
สนใจการท่องเที่ยว	ความสนใจ	0.540
ถ่ายรูปสถานที่ที่ไปท่องเที่ยว	กิจกรรม	0.466
คิดว่าการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกตัวตน	ความคิดเห็น	0.406
คิดว่าการท่องเที่ยวคือการหาประสบการณ์ใหม่	ความคิดเห็น	0.395

กลุ่มที่ 8 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสนใจสังคม (Socially Aware and Politically Active Citizens) เป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจกับการติดตามเรื่องข่าวสาร การเมือง เหตุการณ์บ้านเมือง ความเป็นไปของสังคม โดยเชื่อว่า นโยบายที่ดีสามารถผลักดันการเปลี่ยนแปลงในสังคมได้ และเชื่อว่าสังคมที่ดีควรช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

ตารางที่ 8 แสดงค่าวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสนใจสังคมใส่ใจการเมือง

ปัจจัยของรูปแบบการดำเนินชีวิต	ด้าน	Factor Loading
สนใจข่าวสาร เหตุการณ์บ้านเมือง	ความสนใจ	0.717
คิดว่าการเมืองเป็นเรื่องของทุกคน	ความคิดเห็น	0.682
คิดว่าการศึกษาทั้งในและต่างประเทศไม่ต่างกัน	ความคิดเห็น	0.628
คิดว่านโยบายสามารถสนับสนุนความยั่งยืน	ความคิดเห็น	0.540
คิดว่าทุกคนในสังคมควรช่วยเหลือเกื้อกูลกัน	ความคิดเห็น	0.395
สนใจสื่อออนไลน์ทุกประเภท	ความสนใจ	0.499
คิดว่าสังคม สิ่งแวดล้อมที่ดีเริ่มที่ตนเอง	ความคิดเห็น	0.453

กลุ่มที่ 2 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบครอบครัว คือชีวิต (Family-oriented Individuals) เป็นกลุ่มที่ให้ ความสำคัญกับครอบครัว การทำกิจกรรมภายในครอบครัว และ เชื่อว่าครอบครัวคือพื้นฐานสำคัญของชีวิต

ตารางที่ 9 แสดงค่าวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบครอบครัวคือชีวิต

ปัจจัยของรูปแบบการดำเนินชีวิต	ด้าน	Factor Loading
ใช้เวลาร่วมกับครอบครัว	กิจกรรม	0.790
ต้องการมีฐานะการเงินที่มั่นคง	ความสนใจ	0.702
สนใจอาหาร ร้านอาหาร คาเฟ่	ความสนใจ	0.493
คิดว่าครอบครัวคือพื้นฐานสำคัญของชีวิต	ความคิดเห็น	0.393

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) พบว่า

สมมติฐานที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการแสวงหาข่าวสารของนักท่องเที่ยว พบว่า

รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตทุกกลุ่มมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารรวมทุกสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยทั้งหมดเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกหมายความว่า หากมีรูปแบบการดำเนินชีวิตในแบบนั้น ๆ มากก็จะมี การแสวงหาข่าวสารในสื่อนั้น ๆ มากด้วย ดังรายละเอียดในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการแสวงหาข่าวสาร

การแสวงหาข่าวสาร		รูปแบบการดำเนินชีวิต																	
		กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3		กลุ่ม 4		กลุ่ม 5		กลุ่ม 6		กลุ่ม 7		กลุ่ม 8		กลุ่ม 9	
		R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig	R	Sig
สื่อโทรทัศน์	(ด้านภาพ)	0.100	0.43	0.067	0.175	0.233**	0.001	0.43	0.385	0.139*	0.005	0.061	0.212	0.116*	0.019	0.289**	0.001	0.154*	0.002
				(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ปานกลาง)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)	
สื่อวิทยุ	(ด้านภาพ)	0.120	0.14	0.057	0.246	0.221**	0.001	0.025	0.615	0.140*	0.004	0.062	0.209	0.045	0.357	0.171**	0.001	0.085	0.084
				(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)	
นิตสาร/หนังสือพิมพ์	(ด้านภาพ)	0.135*	0.006	0.041	0.411	0.293**	0.001	0.034	0.489	0.212**	0.001	0.154*	0.002	0.042	0.392	0.187**	0.001	0.028	0.568
				(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)	
เว็บไซต์/บล็อก	(ด้านภาพ)	0.238**	0.001	0.198**	0.001	0.284**	0.001	0.032**	0.001	0.300**	0.001	0.257**	0.001	0.290**	0.001	0.267**	0.001	0.172**	0.001
		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)	
เฟซบุ๊ก	(ด้านภาพ)	0.113*	0.022	0.118*	0.016	0.155*	0.002	0.072	0.141	0.343**	0.001	0.154*	0.002	0.254**	0.001	0.223**	0.001	0.157**	0.001
		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)	
อินสตาแกรม	(ด้านภาพ)	0.364**	0.001	0.150*	0.002	0.082	0.097	0.460**	0.001	0.185**	0.001	0.296**	0.001	0.263**	0.001	0.138*	0.005	0.199**	0.001
		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ปานกลาง)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)	
เอ็กซ์	(ด้านภาพ)	0.209**	0.001	0.038	0.441	0.100*	0.042	0.395**	0.001	0.102*	0.037	0.113*	0.021	0.060	0.227	0.168**	0.001	0.030	0.542
		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)	
ยูทูบ	(ด้านภาพ)	0.138*	0.005	0.219**	0.001	0.116*	0.018	0.353**	0.001	0.108*	0.028	0.192**	0.001	0.193**	0.001	0.226**	0.001	0.081	0.100
		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)	
กูเกิล	(ด้านภาพ)	0.150*	0.002	0.269**	0.001	0.087	0.077	0.236**	0.001	0.142*(ด้านภาพ)	0.004	0.180**	0.001	0.181**	0.001	0.161**	0.001	0.197**	0.001
		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		มาก		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)	
สื่อดิจิทัล	(ปานกลาง)	0.457**	0.001	0.115*	0.020	0.182**	0.001	0.381**	0.001	0.271**	0.001	0.318**	0.001	0.246**	0.001	0.277**	0.001	0.266**	0.001
		(ปานกลาง)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)	
รวมทุกสื่อ	(ปานกลาง)	0.428**	0.001	0.251**	0.001	0.347**	0.001	0.454**	0.001	0.395**	0.001	0.357**	0.001	0.339**	0.001	0.433**	0.001	0.272**	0.001
		(ปานกลาง)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ปานกลาง)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ด้านภาพ)		(ปานกลาง)		(ด้านภาพ)	

สมมติฐานที่ 2 การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 11 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การแสวงหาข่าวสาร	ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ระดับนัยสำคัญ	การแปลความหมาย
สื่อโทรทัศน์	0.322**	0.001	ระดับต่ำ
สื่อวิทยุ	0.149**	0.002	ระดับต่ำมาก
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	0.188**	0.001	ระดับต่ำมาก
เว็บไซต์ บล็อก	0.276**	0.001	ระดับต่ำ
เฟสบุ๊ค	0.181**	0.001	ระดับต่ำมาก
อินสตาแกรม	0.108*	0.027	ระดับต่ำมาก
เอกซ์ (X)	0.081	0.099	ระดับต่ำมาก
ยูทูบ (Youtube)	0.235**	0.001	ระดับต่ำ
กูเกิล (Google)	0.224**	0.001	ระดับต่ำ
ติ๊กต็อก (Tiktok)	0.298**	0.001	ระดับต่ำ
รวมทุกสื่อ	0.416**	0.001	ระดับปานกลาง

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหา
ข่าวสารกับทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า การ
แสวงหาข่าวสารรวมทุกสื่อมีความสัมพันธ์กับทัศนคติการ
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
และเป็นความสัมพันธ์ในระดับระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตาม

สมมติฐานที่ 2 และเป็นไปในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงบวก
หมายความว่า หากมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่ออื่น ๆ มากก็จะ
มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากด้วย

สมมติฐานที่ 3 การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการ
คล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

ตารางที่ 12 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

การแสวงหาข่าวสาร	ค่าสหสัมพันธ์กับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	ระดับนัยสำคัญ	การแปลความหมาย
สื่อโทรทัศน์	0.310**	0.001	ระดับต่ำ
สื่อวิทยุ	0.186**	0.001	ระดับต่ำมาก
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	0.260**	0.001	ระดับต่ำ
เว็บไซต์ บล็อก	0.262**	0.001	ระดับต่ำ
เฟซบุ๊ก (Facebook)	0.157**	0.001	ระดับต่ำมาก
อินสตาแกรม (Instagram)	0.96	0.050	ระดับต่ำมาก
เอกซ์ (X)	0.114*	0.020	ระดับต่ำมาก
ยูทูบ (Youtube)	0.186**	0.001	ระดับต่ำมาก
กูเกิล (Google)	0.138**	0.005	ระดับต่ำมาก
ติ๊กต็อก (Tiktok)	0.275**	0.001	ระดับต่ำ
รวมทุกสื่อ	0.405**	0.001	ระดับต่ำ

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง พบว่า การแสวงหาข่าวสารรวมทุกสื่อมีความสัมพันธ์กับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 และเป็นไปในรูปแบบ

ความสัมพันธ์เชิงบวก หมายความว่า หากมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อเหล่านั้น ๆ มากก็จะมี การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมากด้วย

สมมติฐานที่ 4 การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ตารางที่ 13 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

การแสวงหาข่าวสาร	ค่าสหสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	ระดับนัยสำคัญ	การแปลความหมาย
สื่อโทรทัศน์	0.185**	0.001	ระดับต่ำมาก
สื่อวิทยุ	0.130*	0.008	ระดับต่ำมาก
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	0.127*	0.010	ระดับต่ำมาก
เว็บไซต์ บล็อก	0.274**	0.001	ระดับต่ำ
เฟซบุ๊ก (Facebook)	0.186**	0.001	ระดับต่ำมาก
อินสตาแกรม (Instagram)	0.147*	0.003	ระดับต่ำมาก
เอกซ์ (X)	0.079	0.105	ระดับต่ำมาก
ยูทูบ (Youtube)	0.207**	0.001	ระดับต่ำมาก
กูเกิล (Google)	0.177**	0.001	ระดับต่ำมาก
ติ๊กต็อก (Tiktok)	0.224**	0.001	ระดับต่ำ
รวมทุกสื่อ	0.350**	0.001	ระดับต่ำ

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมพบว่า การแสวงหาข่าวสารรวมทุกสื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ซึ่งเป็นไป

ตามสมมติฐานที่ 4 และเป็นไปในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงบวก หมายความว่า หากมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่ออื่น ๆ มากก็จะมีการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมากด้วย

สมมติฐานที่ 5 ทศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 14 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ทศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ค่าสหสัมพันธ์ กับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ระดับ นัยสำคัญ	การแปล ความหมาย
ทศนคติรวม	0.676**	0.001	ระดับสูง

หมายเหตุ:**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนพบว่า ทศนคติด้านการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 5 และเป็นไปในรูปแบบ

ความสัมพันธ์เชิงบวก และเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง หมายความว่า หากมีทศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากก็จะมี ความตั้งใจในการ

สมมติฐานที่ 6 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 15 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	ค่าสหสัมพันธ์กับความตั้งใจในการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน	ระดับ นัยสำคัญ	การแปล ความหมาย
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงรวม	0.597**	0.001	ระดับปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 6 และเป็นไปในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง หมายความว่า

หากมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมากก็จะมี ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากด้วย และเป็นความสัมพันธ์ในระดับ

สมมติฐานที่ 7 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 16 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์กับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ระดับนัยสำคัญ	การแปลความหมาย
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมรวม	0.675**	0.001	ระดับสูง

หมายเหตุ:**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 7 และเป็นไปในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงบวก

โดยเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง หมายความว่า หากมีการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมากก็จะมี ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากด้วย

สมมติฐานที่ 8 ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 17 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ค่าสหสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	ระดับนัยสำคัญ	การแปลความหมาย
ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนรวม	0.735**	0.001	ระดับสูง

หมายเหตุ:**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 8 และเป็นไปในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงบวก และเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง หมายความว่า หากมีความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากก็จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากด้วย

สมมติฐานที่ 9 รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข่าวสารทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการ

ควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจ สามารถร่วมกันอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีทั้งหมด 7 ตัวแปรตามลำดับ ได้แก่ ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มตระหนักรู้ ใส่ใจ สืบสาน ให้ความร่วมมือ รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มท่องเที่ยวคือชีวิต และ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 9 และเป็นไปในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงบวก ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ตัวแปรพยากรณ์	R ²	R ² Change	สัมประสิทธิ์ถดถอย		t	Sig	Collinearity	
			B	β			Tolerance	VIF
ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	0.545	0.545	0.430	0.392	8.107**	0.001	0.369	2.708
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	0.624	0.079	0.225	0.258	6.026**	0.001	0.470	2.126
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	0.642	0.018	0.125	0.133	3.082	0.002	0.461	2.167
การแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ	0.649	0.008	0.455	0.092	3.084*	0.002	0.962	1.039
รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่ม 2 (กลุ่มตระหนักรู้ ใส่ใจ สืบสาน ให้ความร่วมมือ)	0.656	0.006	0.239	0.123	3.559**	0.001	0.720	1.390
รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่ม 7 (กลุ่มท่องเที่ยวคือชีวิต)	0.663	0.007	0.181	0.098	2.644*	0.009	0.632	1.582
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	0.667	0.004	0.076	0.099	2.094*	0.037	0.383	2.612

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

***การตรวจสอบค่าความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยการใช้ Durbin Watson มีค่า 1.802 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระหว่าง 1.5-2.5

ผลการวิเคราะห์พบว่าทั้ง 7 ตัวแปรสามารถรวมกันพยากรณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ร้อยละ 66.7 โดยความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถพยากรณ์ได้มากที่สุด โดยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 54.5 ($R^2=0.545$) เมื่อนำไปรวมกลุ่มกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 62.4 ($R^2=0.624$) และจะพยากรณ์ได้ดียิ่งขึ้นเมื่อเพิ่มตัวแปรด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ตัวแปรด้านการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ ตัวแปรด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 7 และเมื่อเพิ่มตัวแปรสุดท้ายคือทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะทำให้ได้ค่าพยากรณ์สูงสุดที่ร้อยละ 66.7 ($R^2=0.667$)

อภิปรายผล

รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสาร

รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการแสวงหาข่าวสาร โดยกลุ่มใจรัก

ความบันเทิงมีค่าความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารรวมทุกสื่อสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากคนกลุ่มนี้เป็นคนกลุ่มที่ชอบเสพความบันเทิงในทุกรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ‘กลุ่มผู้แสวงหาประสบการณ์’ ของ Kotler (1997) ว่าเป็นกลุ่มที่มีความกระตือรือร้น ชื่นชอบความแปลกใหม่และท้าทาย โดยใช้จับจ่ายและใช้เวลาไปกับ ดนตรี ภาพยนตร์ หรือสื่อบันเทิงต่าง ๆ นอกจากนี้ยังพบว่าวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อคือเพื่อหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่สนใจ และเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลาย และสอดคล้องกับการศึกษาของ Berger และคณะ (2010) ที่อธิบายว่าการใช้สื่อเพื่อความบันเทิงเป็นหนึ่งในรูปแบบการสื่อสาร โดยตอบสนอง “แรงกระตุ้น” (Motivation) ทั้งในด้านความต้องการ แรงจูงใจ การตัดสินใจภายในที่ส่งผลต่อการเลือกสื่อ และกระบวนการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อความคาดหวังในตัวสาร กระบวนการประมวลผลข้อมูลอีกด้วย

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มใจรักความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับสื่ออินสตาแกรมมากที่สุด ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยอินสตาแกรมจัดเป็นสื่อที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ด้านความบันเทิงให้กับผู้ใช้ได้ ตามที่ Sadiku และคณะ (2024)

อธิบายว่าโซเชียลมีเดียอำนวยความสะดวกให้กิจกรรมการมีส่วนร่วม และผู้ใช้สามารถส่งต่อความบันเทิง และมีปฏิสัมพันธ์กับตัวสารได้อย่างหลากหลาย

จากการวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่กล่าวมาข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Plummer (1974) ที่อธิบายว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นหนึ่งในปัจจัยส่วนบุคคลและส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Acker (2016) ที่อธิบายรูปแบบการดำเนินชีวิตว่าเป็นรูปแบบของพฤติกรรมที่ถูกสังเกต และถ่ายทอดออกมาตามโครงสร้างเงื่อนไขในชีวิต โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มสะท้อนทางเลือกในการดำเนินชีวิตซึ่งถูกกำหนดโดยเงื่อนไขในชีวิตของแต่ละบุคคล จึงทำให้การแสดงออกไปจนถึงการเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ในการแสวงหาข่าวสารของแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันออกไป

การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การแสวงหาข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างรวมทุกสื่อมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยสื่อที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อดั้งเดิมเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อในด้านอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Hidayana (2023) ที่อธิบายบทบาทของสื่อดั้งเดิมในการแพร่ภาพกระจายเสียงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน และการหล่อหลอมความคิด รวมถึงเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารสู่แนวความคิดความยั่งยืน นอกจากนี้สื่อดั้งเดิมยังมีภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ รองลงมาคือสื่อดิจิทัล โดย Runtiko และคณะ (2024) ได้อธิบายประสิทธิภาพของสื่อดิจิทัลในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาและผลักดันการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และจัดว่าเป็นสื่อที่สามารถสร้างการเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและขยายกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง เนื่องจากผู้ใช้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับ Huber และคณะ (2022) ที่อธิบายเอกลักษณ์ของดิจิทัลในการนำเสนอเนื้อหาสาระสั้นจึงทำให้ดิจิทัลถูกใช้ในการสื่อสารประเด็นด้านความยั่งยืนและวิทยาศาสตร์ด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ยังพบว่าการแสวงหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์และบล็อกมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติด้านการท่องเที่ยวอย่าง

ยั่งยืนเป็นลำดับต่อมา ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ Spinelli (2021) ที่ศึกษาการสื่อสารประเด็นความยั่งยืนบนเว็บไซต์ โดยผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าเว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในอิตาลียังขาดการสื่อสารเกี่ยวกับความยั่งยืนที่เหมาะสม และสมบูรณ์ รวมถึงขาดความเชื่อมโยงระหว่างการประชุมที่ใช้ประเด็นด้านความยั่งยืนในการสื่อสารภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ในขณะที่สื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก อินสตาแกรมและเอ็กซ์คลับมีค่าความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของ Chan และ Imad (2024) ที่มีความเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์สีเขียวและนำไปสู่ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จะเห็นได้ว่าในแต่ละบริบทสังคมก็มีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งในบริบทของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นการแสวงหาข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ นั้นต่างมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการใช้สื่อประเภทที่แตกต่างกันก็ส่งผลต่อทัศนคติด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับที่ต่างกันอีกด้วย

การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การแสวงหาข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างรวมทุกสื่อมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเมื่อพิจารณาสื่อเป็นรายประเภทพบว่า สื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Sadiku และคณะ (2024) ที่ได้อธิบายบทบาทของสื่อในการหล่อหลอมเปลี่ยนแปลงความคิด ทั้งนี้การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงหมายถึงมุมมองของบุคคลที่มีแรงกดดันทางสังคมหรือบุคคลรอบข้างที่มีต่อบุคคลนั้นหากการกระทำ หรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น ๆ (Ajzen, 1985) โดยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในที่นี้เป็นผลมาจากการแสวงหาข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ว่ามีการสื่อสารในแง่ของแรงกระตุ้น หรือแรงกดดันจากทั้งบุคคลรอบตัว ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือแม้แต่ตัวสื่อเองหรือไม่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงแรงกระตุ้นดังกล่าวเพื่อนำไปสู่พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

โดยการแสวงหาข่าวสารสื่อในแต่ละประเภทนั้นมีความสัมพันธ์กับการคล้อยตามของนักท่องเที่ยวในการ

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Garanti (2023) ที่พบว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ บริการ และประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดต่างมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่า รวมถึงแบ่งปันประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทของการสื่อสารและกลุ่มอ้างอิงในการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในที่สุด

การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การแสวงหาข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างรวมทุกสื่อมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการแสวงหาข่าวสารจากเว็บไซต์ และบล็อกมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ ซึ่งตามการนิยามของ Ajzen (1985) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม คือความเชื่อของบุคคลต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ว่ามีอุปสรรคหรือการสนับสนุนหรือไม่ (อนุวัตร จุลินทร, ดุษฎี โยเหลา และ เพ็ชรรัตน์ ไสยสมบัติ, 2562) โดยการตีความของบุคคลถึงความสามารถของตนในการกระทำพฤติกรรมนั้นจะทำได้โดยง่าย หรือยาก ทั้งนี้ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างใช้การแสวงหาข่าวสารจากเว็บไซต์ และบล็อกในการประเมินความสามารถในการกระทำพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์อย่างหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับต่ำมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Janoušková et al. (2019) ที่ชี้ให้เห็นว่าแม้สื่อสิ่งพิมพ์ในฐานะสื่อดั้งเดิมจะมีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสาร และนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับความยั่งยืน แต่ยังไม่ครอบคลุมประเด็นที่มีความหลากหลายและซับซ้อนของการพัฒนาที่ยั่งยืน

การรับรู้ความสามารถในการกระทำพฤติกรรม ซึ่งในที่นี้คือพฤติกรรมมีส่วนร่วมในพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นเป็นผลมาจากการแสวงหาข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารในด้านนั้น ๆ ตามที่ Klapper (1960)

อธิบายว่า มนุษย์มีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสื่อที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความสนใจของตน ในขณะเดียวกันก็หลีกเลี่ยงการเปิดรับสื่อที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความสนใจของตนทั้งโดยที่รู้ตัว และไม่รู้ตัว เพื่อสนับสนุนความคิดของตนเอง นอกจากนี้ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมยังขึ้นอยู่กับทัศนคติอีกด้วย เพราะนอกจากการเลือกเปิดรับสื่อตามความสนใจแล้ว Klapper ยังอธิบายถึงการเลือกรับรู้ และตีความหมาย ว่าขึ้นอยู่กับบุคคลว่ามีการตีความอย่างไร และตีความจากรูปแบบหรือเงื่อนไขใดในสังคม และยังเป็นการตีความตามประสบการณ์ของบุคคลนั้น ๆ อีกด้วย

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนก็จะมีเจตนาตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาก ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ดังที่ Ajzen (1985) ได้อธิบายความตั้งใจในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนว่าสามารถอธิบายได้จากทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมนั้น ๆ โดยทัศนคติคือความคิดที่มีต่อพฤติกรรม หรือการที่บุคคลประเมินผลของพฤติกรรมหนึ่ง ๆ ว่าเป็นผลเชิงบวก หรือผลเชิงลบ และส่งผลต่อความตั้งใจการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ เช่นเดียวกับผลการศึกษา Rehman et al. (2024) ที่ชี้ให้เห็นว่าทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนำไปสู่ความตั้งใจที่สูงขึ้นในการมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในที่สุด

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านการให้สนับสนุนการท่องเที่ยวที่รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์มาก ตามมาด้วยมิติด้านสังคม ในการให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ช่วยเหลือและอนุรักษ์ชุมชน และมิติทางด้านเศรษฐกิจ คือทัศนคติว่าการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับสามเสาหลักของการพัฒนาที่ยั่งยืนของ Purvis และคณะ (2019) ว่าประกอบด้วยมิติทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยองค์ประกอบทั้งสามด้านเป็นมุมมองพื้นฐานของความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน รวมถึงต้องอาศัยความสมดุลของมิติ

เหล่านี้ เช่นเดียวกับ Arya และคณะ (2024) ที่นำเสนอกรอบแนวคิดแบบสามมิติ (Tri-dimensional Framework) ที่ประกอบไปด้วยมิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากผลการวิจัย พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับแรงกระตุ้นหรือแรงกดดันจากบุคคล หรือสังคมภายนอกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนก็มีความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่อธิบายการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงว่าเป็นมุมมองของบุคคลด้านแรงกดดันทางสังคมที่มีต่อตัวบุคคลนั้นหากการกระทำ หรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น ๆ โดยที่บุคคลจะเลือกกระทำพฤติกรรมหนึ่ง เมื่อคาดว่าบุคคลอื่นที่มีความสำคัญต่อบุคคลนั้นมองว่าเป็นพฤติกรรมที่ควรกระทำ และมีความสำคัญต่อความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม โดยที่น้ำหนักอิทธิพลนั้นแตกต่างกันออกไปตามแต่ละบุคคล (Ajzen, 1985) นอกจากนี้ Kotler (1997) ยังอธิบายกลุ่มอ้างอิง ว่าหมายถึงกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลทั้งทางตรงและทางอ้อมอีกด้วย

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่เป็นสื่อมากที่สุด โดยสื่อมีผลต่อการหล่อหลอมความคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสื่อมีผลต่อการกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนรองลงมา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Hidayana (2023) ที่อธิบายบทบาทของสื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อกระแสหลักที่มีบทบาทในการหล่อหลอมความคิดเห็น และเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล จึงเห็นได้ว่าสื่อมีบทบาทในการสนับสนุนผลักดันให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการคล้อยตามและนำไปสู่ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่ากลุ่มอ้างอิงที่เป็นบุคคลใกล้ชิดอย่างครอบครัวและเพื่อนมีค่าเฉลี่ยสูงรองลงมา โดยเป็นการสนับสนุนจากครอบครัวและเพื่อนในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการอธิบายกลุ่มอ้างอิงของ Kotler (1997) ว่ากลุ่มที่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่มากที่สุด คือ กลุ่มสมาชิก

แบบต้น โดยเป็นกลุ่มที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์ด้วยอย่างต่อเนื่อง และเป็นปฏิสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการนั่นเอง

ในขณะที่การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงหรือกลุ่มสมาชิกที่บุคคลมีความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการแบบภาครัฐ และภาคธุรกิจ หรือกลุ่มสมาชิกแบบรองตามการอธิบายของ Kotler (1997) นั้นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเป็นสองอันดับสุดท้าย ซึ่งสะท้อนว่านโยบายและแนวทางการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นไม่เพียงพอในการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการคล้อยตามได้ โดยผลการศึกษาในส่วนนี้ขัดแย้งกับผลการศึกษาของ Amatulli, De Angelis and Stoppani (2021) และ León and Araña (2020) ที่พบว่า การสื่อสารของภาครัฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนำไปสู่ความต้องการในการจองที่พักที่สูงขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่เป็นสื่อ และครอบครัวคนใกล้ชิดมากกว่าหน่วยงานหรือองค์กรจากภาครัฐกิจ

จะเห็นได้ว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในบริบทของประเทศไทยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นต้องอาศัยแรงกระตุ้นจากบุคคลใกล้ชิดอย่างครอบครัว และเพื่อน ในขณะเดียวกันก็ต้องอาศัยแรงกระตุ้นจากภาครัฐที่จัดเป็นผู้นำในการวางนโยบายเพื่อขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และจากผู้ประกอบการในภาคธุรกิจผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ตามที่ Rehman และคณะ (2024) ได้แสดงให้เห็นว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่นำไปสู่ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ในที่สุด

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากผลการวิจัย พบว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ก็มีความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามที่ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนอธิบายไว้ว่า ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม คือปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม โดยที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรมที่ตนเองสามารถควบคุมได้มากกว่าพฤติกรรมที่อยู่นอกเหนือการ

ควบคุมของตนเอง (Littlejohn, Foss, & Oetzel, 2021) โดยผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ Rehman et al. (2024) ที่อธิบายว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามกรอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ผลการวิจัยในส่วนนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการรับรู้ความสามารถในการกระทำของนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ว่ามิติทั้งสองมีความเกี่ยวเนื่องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง และสามารถกระทำได้อย่างง่ายดายโดยไม่ต้องพึ่งพิงบุคคล หรือองค์กรอื่น ๆ อย่างมิติทางเศรษฐกิจที่อาจต้องอาศัยการกระตุ้นของภาครัฐในแง่ของนโยบาย แม้ว่า Purvis และคณะ (2019) จะอธิบายว่ามิติทางเศรษฐกิจจัดเป็นมิติแรกด้านความยั่งยืนที่เกิดขึ้นจากเป้าหมายในการพัฒนาการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ เพื่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และการสร้างรายได้ แต่เมื่อพิจารณาถึงสิ่งแวดล้อมและสังคมแล้วนั้นนักท่องเที่ยวสามารถริเริ่มที่ตนเองได้โดยไม่ต้องพึ่งพิงบุคคลอื่นจึงทำให้มิติทั้งสองนี้มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ามิติทางเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ Ajzen (1985) ที่ได้อธิบายการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมว่าเป็นการที่บุคคลรับรู้ว่าตนเองสามารถกระทำพฤติกรรมนั้นได้ด้วยตนเอง โดยไม่ถูกควบคุมด้วยปัจจัยอื่น ๆ

ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากผลการวิจัย พบว่าความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสูงก็จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสูงด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ Ajzen ได้อธิบายพฤติกรรมตามแผนไว้ว่าความตั้งใจนั้นเกิดมาจากทัศนคติที่ การคล้อยตามแรงสนับสนุนหรือแรงกดดันจากบุคคลโดยรอบ และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมนั้นของตนเอง โดยจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจในระดับที่แตกต่างกันไปแต่ละบุคคล โดยความตั้งใจนี้จะส่งผลต่อพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งในที่นี้คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อนุวัตร จุลินทร, ดุษฎี โยเหลา และ เพ็ชรรัตน์ ไสยสมบัติ, 2562)

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยด้านความตั้งใจในการสนับสนุนและท้องถิ่นระหว่างการท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งเป็นความตั้งใจในมิติทางสังคม และในลำดับถัดมาคือความตั้งใจในการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยว ตามมาด้วยความตั้งใจในการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นความตั้งใจในมิติทางเศรษฐกิจ ซึ่งสะท้อนความตั้งใจในมิติทั้งสามด้านของการพัฒนาที่ยั่งยืน ตาม Purvis และคณะ (2019) ที่กล่าวถึงสามเสาหลักของความยั่งยืนและสอดคล้องกับ Cernat and Gourdon (2007) ที่อธิบายมิติทางด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่กับมิติทางสังคม โดยเป็นผลกดันการท่องเที่ยวที่มุ่งสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป

รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข่าวสาร ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจ สามารถร่วมกันอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากผลการศึกษาตัวแปรพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า ตัวแปรที่ร่วมกันอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบไปด้วย ความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มตระหนักรู้ ใส่ใจ สืบสานให้ความร่วมมือ รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มใจรักการท่องเที่ยว และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้มากที่สุด คือความตั้งใจในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้เนื่องจากการอบการศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ความตั้งใจเป็นตัวแปรชั้นกลางระหว่างทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่นำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Ajzen, 1985) กล่าวคือ “ความตั้งใจในพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ได้รับอิทธิพลจากทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยตัวแปรทั้งสามนี้ไม่สามารถส่งผลไปยังพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้โดยตรงแต่ต้องผ่านความตั้งใจในพฤติกรรมแล้วจึงจะส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Nguyen และคณะ (2023) ที่อธิบาย

ว่าความตั้งใจในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

นอกจากนี้พบว่าปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวได้รองลงมา ซึ่งการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของแบบจำลองพฤติกรรมตามแผนที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมในที่สุด โดยที่การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงจากการวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมทั้งการคล้อยตามสื่อ และบุคคลใกล้ชิดที่มีอิทธิพลทางความคิดทั้งครอบครัว และเพื่อน โดยที่ครอบครัวจัดว่าเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อบุคคลมากที่สุด (Kotler, 1997) นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการคล้อยตามอิทธิพลจากภาครัฐ และภาคเอกชนที่ล้วนร่วมกันสร้างแรงกระตุ้น สนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเป็นผลจากมุมมองที่บุคคลมีต่อแรงกดดันจากภายนอกให้กระทำหรือหลีกเลี่ยงพฤติกรรมหนึ่ง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Wang และคณะ (2018) ที่อธิบายว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นได้ทั้งการคล้อยตามที่ตัวบุคคลหรือกลุ่มองค์กร โดยที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะเชื่อฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของกลุ่มอ้างอิงนี้ในแง่ของการเลือกปฏิบัติ หรือไม่ปฏิบัติตามแนวทางเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งพฤติกรรมนั้น ๆ ของบุคคลสอดคล้องกับแรงกดดันทางสังคมที่บุคคลตีความ

ทั้งนี้จะสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดีขึ้นเมื่ออธิบายด้วยปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยที่การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมคือการที่บุคคลประเมินความสามารถในการกระทำพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนว่าสามารถกระทำได้ด้วยตนเอง โดยไม่มีอุปสรรคหรือการถูกควบคุมโดยบุคคล (Ajzen, 1985) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Wang et al. (2018) ที่พบว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อความตั้งใจในพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ การแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อวิทยุยังสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้เป็นอันดับถัดมา โดยสื่อวิทยุจัดว่าเป็นหนึ่งในสื่อมวลชนที่ใน

ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเข้าถึงได้ผ่านหลากหลายช่องทาง ทั้งช่องทางคลื่นวิทยุกระจายเสียงแบบดั้งเดิม และผ่านทางช่องทางออนไลน์ (Priestman, 2001) โดยวิทยุยังมีบทบาทของการเป็นสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสาร และหล่อหลอมความคิดและทัศนคติของผู้รับสารเกี่ยวกับประเด็นด้านความยั่งยืน และด้วยบทบาทนี้จึงทำให้วิทยุมีคุณลักษณะความน่าเชื่อถือ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Paudel และคณะ (2020) ในประเทศอินเดียที่อธิบายบทบาทของสื่อวิทยุการสื่อสารประเด็นด้านความยั่งยืนเพื่อให้ผู้รับสารตระหนักถึงความสำคัญของความยั่งยืน

ในขณะที่รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มตระหนักรู้ใส่ใจ สืบสาน ให้ความสำคัญร่วมมือก็สามารถร่วมอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ตระหนักถึงความสำคัญของการมีจิตสำนึกที่ดีในการท่องเที่ยวที่ต้องท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การให้คุณค่ากับประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมที่จะต้องสืบสานควบคู่กับการตระหนักถึงบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจให้เติบโต ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จัดว่าเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนในมิติทางสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจจึงทำให้นำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ยิ่งไปกว่านี้รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มใจรักการท่องเที่ยวก็สามารถร่วมอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่หลงใหลสนใจการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ชื่นชอบการท่องเที่ยวธรรมชาติ และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิเช่น การถ่ายรูปสถานที่ที่ได้ไปท่องเที่ยว โดยเป็นกลุ่มที่มีความเชื่อว่าการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนการหาประสบการณ์ที่เติมเต็มชีวิต และเป็นอีกรูปแบบหนึ่งในการแสดงออกและสะท้อนตัวตน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของ ธนพร ทองแดง และ พัทธนี เขยจรรยา (2562) ที่ได้อธิบายกลุ่มท่องเที่ยวคือชีวิต ว่าเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการเดินทาง การหาประสบการณ์แปลกใหม่ การเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลายแตกต่าง การท่องเที่ยวทำกิจกรรมที่อยู่ในกระแสนิยม ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มใจรักการท่องเที่ยวนี้ให้

ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ และมีใจรักในการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง การเติบโตอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในกลุ่มนี้ ทำให้สามารถร่วมอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้นั่นเอง

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นปัจจัยสุดท้ายที่สามารถใช้ในการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของแบบจำลองพฤติกรรมตามแผน ทั้งนี้ทัศนคติสะท้อนมุมมอง ความคิดที่บุคคลมีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยทัศนคติจะส่งผลต่อความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม และนำไปสู่การกระทำพฤติกรรมนั้นในที่สุด เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหรือการมีความคิดว่าการกระทำพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นจะส่งผลเชิงบวกก็จะทำให้เกิดการกระทำพฤติกรรมนั้นขึ้นจริง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Wang et al. (2018) ที่อธิบายว่าทัศนคติเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาปัจจัยพยากรณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Joو และคณะ (2020) ที่พบว่าแบบจำลองพฤติกรรมตามแผนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตชนบท นอกจากนี้จะเห็นได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตในกลุ่มที่มีใจรักการอนุรักษ์ และใจรักการท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการแสดงออกที่สะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับการรักษา อนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงกลุ่มที่ให้คุณค่ากับการท่องเที่ยวจึงเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้เช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยพยากรณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทย” สามารถนำมาใช้ในการวาง

นโยบายการสื่อสารเพื่อผลักดันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมควรให้ความสำคัญในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มตระหนักรู้ ใส่ใจ สืบสาน ให้ความร่วมมือ และกลุ่มรักการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความตระหนักถึงความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และมีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอยู่แล้ว จึงเป็นการง่ายที่จะสื่อสาร และเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

2. มุ่งเน้นการสื่อสารเชิงสนับสนุนทั้งจากบุคคลใกล้ชิด และภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการกระตุ้นกรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในมิติของสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

3. การเลือกใช้สื่อในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรที่จะยึดสื่อมวลชนเพื่อทำหน้าที่หลักในการให้ข้อมูล ควบคู่กับการประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็วในระยะเวลาอันสั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ดีกต่อก หรือการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์ บล็อกต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนให้ประเด็นกรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นที่รู้จัก และขยายความสนใจในวงกว้างขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยนี้มุ่งศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ซึ่งอุตสาหกรรมกรท่องเที่ยวในประเทศไทยยังมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาผ่านมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่น ๆ เพื่อให้ครอบคลุมและเกิดความเข้าใจบริบทของอุตสาหกรรมกรท่องเที่ยวไทยแบบองค์รวม

2. การวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นกรอบในการศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วยการศึกษาในแง่ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความตั้งใจในพฤติกรรมที่นำไปสู่พฤติกรรมหนึ่ง ๆ ในการวิจัยในอนาคตยังสามารถทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในพฤติกรรมที่นำไปสู่พฤติกรรมนั้น ๆ เพื่อ

ทำความเข้าใจว่าในกรณีใดบ้างที่แม้จะมีความตั้งใจ แต่ไม่ทำให้เกิดพฤติกรรมนั้น ๆ ขึ้น

3. นอกเหนือจากการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตผ่านกรอบกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (AIOs Framework) ยังสามารถใช้การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตวิธีอื่น ๆ เช่น การสำรวจค่านิยมและลักษณะการดำเนินชีวิตแบบ VALs เพื่อเป็นมุมมองและแนวทางใหม่ในการสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตในอนาคต

4. เนื่องด้วยการศึกษารั้วนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก จึงควรใช้วิธีการวิจัยแบบอื่นร่วมด้วยเพื่อผลการวิจัยที่หลากหลายแง่มุม และเพื่อหาแบบแผนที่ชัดเจน ในการพัฒนาสู่โมเดลการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป รวมถึงเพิ่มความน่าเชื่อถือให้ผลการวิจัยมากขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ธนพร ทองแดง และพัชนี เขยจรรยา. (2562). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อวีล๊อค ความน่าเชื่อถือและการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ชมวีล๊อค. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร*, 6(2), 4-5.
- สถาบันเทคโนโลยีและสารสนเทศเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. (ม.ป.ป.). *การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. https://www.nstda-tiis.or.th/our-rd-activities/sd-data/10yfp-scp/sustain_tourism/
- อนุวัตร จุลินทร, ดุชนฤ โยเหลา, และเพชรรัตน์ ไสยสมบัติ. (2562). ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน: การนำไปประยุกต์ใช้ด้านธุรกิจ. *Humanities, Social Sciences and arts, Silpakorn University*, 12(5), 128-145.
- NBT. (2567). เปิดตัวเลขเที่ยวไทย ปี 66 ทะลุพุ่ง 28 ล้านคน รวมรายได้ 54,400 ล้านบาท. <https://nbt2hd.prd.go.th/th/content/category/detail/id/2153/iid/246822>
- UNESCO. (n.d.). *เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน*. <https://thailand.un.org/th/sdgs>

ภาษาอังกฤษ

- Acker, V.V. (2016). Lifestyle and modal choices: Defining, measuring and using the 'lifestyle' concept. *Transportation Research Record*, 2495(1), 74-82.
- Ajzen, I. (1985). *Action Control*. Springer Series in Social Psychology.
- Akash, J. H., & Aram, I. A. (2022). A convergent parallel mixed method of study for assessing the role of communication in community participation towards sustainable tourism. *Environment, Development and Sustainability*, 24(11), 12672-12690.
- Amatulli, C., De Angelis, M., & Stoppani, A. (2021). The appeal of sustainability in luxury hospitality: An investigation on the role of perceived integrity. *Tourism Management*, 83, 104228.
- Arya, V., Auruskeviciene, V., Agarwal, S., Kokatnur, P., Kumar, H., & Verma, R. (2024). Let us take a walk to the sustainable tourism practices: a qualitative study through the lens of tourism experts. *Environmental Science and Pollution Research*, 31(9), 12892-12915.
- Balas, M., & Abson, D. J. (2022). Characterising and identifying gaps in sustainability assessments of tourism - a review. *Tourism Management Perspectives*, 43, 101004.
- Bartz, A. E. (1999). *Basic Statistical Concept*. Prentice-Hall.

- Berger, C. R., Roloff, M. E., & Roskos-Ewoldsen, D. R. (2010). *The Handbook of Communication Science*. SAGE Publications, Inc.
- Cernat, L., & Gourdon, J. (2007). *United Nations Conference on Trade and Development: Is the Concept of Sustainable Tourism Sustainable*. U. N. Publication. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctnecd20065_en.pdf
- Chan, T. J., & Imad, A. (2024). THE MEDIATING ROLE OF GREEN IMAGE BETWEEN SOCIAL MEDIA ATTRIBUTES AND THE INTENTION TO REVISIT GREEN RESORTS. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 8, 1-23.
- Chin, S., & Noorashid, N. (2023). *Communication, Leadership, and Community-based Tourism Empowerment in Brunei Darussalam*.
- Duric, Z., & Potočnik Topler, J. (2021). The Role of Performance and Environmental Sustainability Indicators in Hotel Competitiveness. *Sustainability*, 13(12), 6574. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/12/6574>
- Fennell, D. A., & de Grosbois, D. (2023). Communicating sustainability and ecotourism principles by ecolodges: a global analysis. *Tourism Recreation Research*, 48(3), 333-351.
- Garanti, Z. (2023). Value co-creation in smart tourism destinations. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 15(5), 468-475.
- Gomez-Guillen, J.-J., & Baqué, D. (2024). Sustainability and the environmental impact of the tourism industry: An analysis of the hotel sector in Catalonia, Spain. *Intangible Capital*, 20, 277.
- He, M., Blye, C.-J., & Halpenny, E. (2023). Impacts of environmental communication on pro-environmental intentions and behaviours: a systematic review on nature-based tourism context. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(8), 1921-1943.
- Heikkinen, H., Bjørst, L., & Pashkevich, A. (2020). Challenging Tourism Landscapes of Southwest Greenland: Identifying Social and Cultural Capital for Sustainable Tourism Development. *Arctic Anthropology*, 57, 212-228.
- Hidayana, N. (2023). Effectiveness of Traditional Media and Social Media Sustainability Communication in Influencing Green Consumption Intention. *Journal of Media and Information Warfare*, 16(1).
- Huber, B., Lepenies, R., Quesada Baena, L., & Allgaier, J. (2022). Beyond Individualized Responsibility Attributions? How Eco Influencers Communicate Sustainability on TikTok. *Environmental Communication*, 16(6), 713-722.
- Janoušková, S., Hák, T., Nečas, V., & Moldan, B. (2019). Sustainable Development—A Poorly Communicated Concept by Mass Media. Another Challenge for SDGs? *Sustainability*, 11(11), 3181. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/11/3181>
- Joo, Y., Seok, H., & Nam, Y. (2020). The Moderating Effect of Social Media Use on Sustainable Rural Tourism: A Theory of Planned Behavior Model. *Sustainability*, 12(10), 4095. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/10/4095>
- Kiel, G. C., & Layton, R. A. (1981). Dimensions of Consumer Information Seeking Behavior. *Journal of Marketing Research*, 18(2), 233-239.
- Klapper, J. T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. The Free Press, a Corporation.
- Koliouška, C., & Andreopoulou, Z. (2023). E-Tourism for Sustainable Development through Alternative Tourism Activities. *Sustainability*, 15(11), 8485. <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/11/8485>

- Kotler, P. (1997). *Marketing Management*. Northwestern University.
- León, C., & Araña, J. (2020). Tourist sustainable behaviour and personal communication. *Annals of Tourism Research*, 85, 102897.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of Human Communication*. Waveland Press, Inc.
- Liu, Z. (2003). Sustainable Tourism Development: A Critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6). <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/09669580308667216?needAccess=true>
- Marchi, V., Marasco, A., & Apicerni, V. (2023). Sustainability communication of tourism cities: A text mining approach. *Cities*, 143, 104590.
- Mazza, B. (2023). A Theoretical Model of Strategic Communication for the Sustainable Development of Sport Tourism. *Sustainability*, 15.
- Nguyen, V. H., Nguyen, T. H., Mai, L. H., Nguyen, T. T. P., Nguyen, T. M. L., & Nguyen, T. P. L. (2023). The factors affecting Vietnamese people's sustainable tourism intention: an empirical study with extended the theory of planned behavior (TPB). *The journal of future studies, strategic thinking and policy*, 25(6), 844-860.
- Pato, M. L., & Duque, A. S. (2021). Sustainability Communication in Rural Tourism: Website Content Analysis, in Viseu Dão Lafões Region (Portugal). *Sustainability*, 13(16), 8849. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/16/8849>
- Paudel, P. K., Bastola, R., & Lopchan, P. T. (2020). The coverage of environmental issues in FM radios in Nepal: the current status and challenges. *Heliyon*, 6(7).
- Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37.
- Priestman, C. (2001). *Web Radio: Radio Production for Internet Streaming* (1st Edition ed.). Routledge.
- Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 14(3), 681-695.
- Rantsi, M., Garrod, B., Sthapit, E., & Pesonen, J. (2023). Impact of sustainability communication on German tourists' willingness to pay for a Finnish cottage holiday. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 23(4), 283-299.
- Rehman, S. u., Khan, S. N., Antohi, V. M., Bashir, S., Fareed, M., Fortea, o., & Cristian, N. P. (2024). Open innovation big data analytics and its influence on sustainable tourism development: A multi-dimensional assessment of economic, policy, and behavioral factors. *Journal of Open Innovation, Market, and Complexity*, 10.
- Runtiko, A., Rosyadi, S., Yamin, M., & Hidayat, A. (2024). Social Media as A Strategic Communication Tool in The Development and Promotion of Ecotourism (The Case of a Small and Medium Ecotourism Enterprise in Pangalengan, West Java). *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 11, 206-222.
- Sadiku, M. N., Kotteti, C. M., & Sadiku, J. O. (2024). Social media in entertainment. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*, 05(01), 137-141.
- Satterthwaite, D. (2006). *Barbara Ward and the Origins of Sustainable Development* International Institute for Environment and Development.
- Schramm, W. (1973). *Men, Messages, and Media*. Stanford University.
- Skeiseid, H., Derdowski, L. A., Grah, Å. H., & Hansen, H. (2020). Motivating Sustainable Change in Tourism Behavior: The First- and Third-Person Effects of Hard and Soft Messages. *Sustainability*, 12(1-35).

- Spinelli, R. (2021). Communicating and Promoting Sustainability in Tourism: An Analysis of the Official Websites of the Italian Regions. *European Journal of Tourism Research*, 29, 2916.
- Sun, B., Liu, L. Y., Chan, W. W., Zhang, C. X., & Chen, X. (2021). Signals of Hotel Effort on Enhancing IAQ and Booking Intention: Effect of Customer's Body Mass Index Associated with Sustainable Marketing in Tourism. *Sustainability*, 13(3).
- Tiago, F., Gil, A., Stemberger, S., & Borges-Tiago, T. (2021). Digital sustainability communication in tourism. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(1), 27-34.
- Tubachi, P. (n.d.). INFORMATION SEEKING BEHAVIOR: AN OVERVIEW. *Researchgate*.
- Vidal-Serrano, L., Rodríguez, J., Rubio, L., & Narbona Reina, B. (2022). Information and Communication Technologies (Ict) As A Tool For Sustainable Tourism Management: A Bibliometric Analysis. *Cuadernos de Turismo*, 97-117.
- Wang, C., Zhang, J., Yu, P., & Hu, H. (2018). The theory of planned behavior as a model for understanding tourists' responsible environmental behaviors: The moderating role of environmental interpretations. *Journal of Cleaner Production*, 194, 425-434.
- Ward, B. (1973). *Only One Earth : The Care and Maintenance of a Small Planet*. W.W. Norton.
- WTTC. (n.d.). *Economic Impact Research*. World Travel & Tourism Council. <https://wttc.org/research/economic-impact>
- Wu, D., Li, H., Huang, Q., Li, C., & Liang, S. (2024). Measurement and determinants of smart destinations' sustainable performance: a two-stage analysis using DEA-Tobit model. *Current Issues in Tourism*, 27(4), 529-545.
- Zitri, I., Amil, Lestanata, Y., & Rahmat, A. F. (2024). Policy Communication on Twitter Social Media: Development of Sustainable Tourism Destinations in West Nusa Tenggara. *Jurnal Public Policy*, 10(1). <http://jurnal.utu.ac.id/jppolicy/article/view/7282/pdf>