

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนไทย และเพื่อศึกษาถึงเพื่อศึกษาถึงการใช้ส่วนประสมทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดเยาวชนไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสารที่เกี่ยวข้อง และแบบสอบถามจากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนไทยด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 ปี เรียนอยู่คณะสังคมศาสตร์ ระดับชั้นปีที่ 2 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในด้านการส่งเสริมการขายมากที่สุด และเยาวชนมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขณะเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อยมาก โดยที่มีพฤติกรรมการช่วยแนะนำให้บุคคลที่รู้จักได้มีโอกาสได้สัมผัสกับการท่องเที่ยวธรรมชาติหรือการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นเช่นเดียวกับตัวเยาวชนมากที่สุด

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านของอายุ และระดับชั้นปี มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลในด้านของเพศ โปรแกรมวิชา และรายได้ต่อเดือน กับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชนไทย ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านของอายุ และระดับชั้นปี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลในด้านของเพศ โปรแกรมวิชา และรายได้ต่อเดือน กับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชนไทย ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

The purposes of this study were (1) to provide ecotourism promotion guideline that is applicable for Thai youth and (2) to examine appropriate tools of ecotourism promotion in accordance with the Thai youth market.

The sample of this study comprised Bachelor's degree students at Naresuan University. The data collected from related literature and questionnaires were statistically analyzed with the use of percentage, mean, standard deviation and Chi-square for the analysis of relations between personal factors and ecotourism promotion. All analyses were conducted in order to follow the conceptual framework of the study.

It was found that the largest group of respondents were female, second year students, who had monthly income of between 6,000 – 7,000 baht. Most of them have participated in ecotourism activities previously. The sample had opinion that advertising on television and on the radio were the most influential on decision-making to travel for ecotourism. Public relations about an educational trip were the second influence. Sales promotion and personal selling were the least important, compared to the advertisement and the public relations.

The findings revealed the following:

There was significant difference between age, levels of students and Ecotourism promotion for Thai youth at the level of 0.05.

There was significant difference at the level of 0.05 between age, levels of students and ecotourism behaviors.

Finally, it was found that students who have previously participated in ecotourism activities usually were exposed to more ecotourism information from the mass media than the students who had never participated in such activities.