

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาที่พยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้เสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าพิสัย ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรทางจิตวิทยาผู้บริโภคและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมุติฐานในการวิจัย

1.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเพื่อทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1

1.2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (stepwise regression analysis) เพื่อทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2

1.3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical regression analysis) เพื่อทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 3

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติม

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวนในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและชุมชนชาวไทยภูเขาในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยจำแนกตามอายุ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง (N = 400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	188	47.00
หญิง	212	53.00
รวม	400	100.00
อายุ (เฉลี่ย 28.18 ปี)		
ไม่เกิน 20 ปี	91	22.75
21 – 30 ปี	185	46.25
31 – 40 ปี	68	17.00
41 – 50 ปี	34	8.50
51 ปีขึ้นไป	22	5.50
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	6	1.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	8	2.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	51	12.75

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา (ต่อ)		
อนุปริญญา	42	10.50
ปริญญาตรี	255	63.75
ปริญญาโท	37	9.25
ปริญญาเอก	1	0.25
รวม	400	100.00
อาชีพ		
รับราชการ	65	16.25
พนักงานบริษัทเอกชน	106	26.50
กิจการส่วนตัว	51	12.75
นักเรียน/นักศึกษา	152	38.00
อื่นๆ	26	6.50
รวม	400	100.00
ระดับรายได้		
ไม่เกิน 10,000 บาท	235	58.75
10,001 - 20,000 บาท	95	23.75
20,001 - 30,000 บาท	43	10.75
30,001 - 40,000 บาท	14	3.50
40,001 - 50,000 บาท	4	1.00
สูงกว่า 50,000 บาท	9	2.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.0 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.25 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.75 และส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างกำลังทำการศึกษาอยู่ คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือทำงานในบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และรับราชการ ร้อยละ 16.25 โดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.75

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าพิสัย ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรทางจิตวิทยาผู้บริโภคและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตารางที่ 3 ค่าพิสัย ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน คะแนนวิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม คะแนนทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม คะแนนพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว (N = 400)

ตัวแปร	ค่าพิสัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. คะแนนลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน	25 – 100	61.18	11.28
2. คะแนนวิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม	41 – 105	71.44	11.23
3. คะแนนทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม	65 – 148	121.21	14.16
4. คะแนนพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	45 – 145	98.68	19.73
5. คะแนนพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	22 – 94	66.81	12.13

จากตารางที่ 3 พบว่า

1. คะแนนด้านลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน มีค่าพิสัยอยู่ระหว่าง 25 – 100 จากคะแนนที่เป็นไปได้ คือ 20 – 100 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 61.18 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 11.28
2. คะแนนด้านด้านวิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม มีค่าพิสัยระหว่าง 41 - 105 จากคะแนนที่เป็นไปได้ คือ 22 - 110 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 71.44 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 11.23
3. คะแนนด้านทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าพิสัยระหว่าง 65 – 148 จากคะแนนที่เป็นไปได้ คือ 30 – 150 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 121.21 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 14.16
4. คะแนนด้านพฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีค่าพิสัยระหว่าง 45 – 145 จากคะแนนที่เป็นไปได้ คือ 32 - 160 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 98.68 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 19.73
5. คะแนนด้านพฤติกรรมกาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว มีค่าพิสัยอยู่ระหว่าง 22 – 94 จากคะแนนที่เป็นไปได้ 19 – 95 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 66.81 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 12.13

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมมุติฐานในการวิจัย

3.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเพื่อทดสอบสมมุติฐาน ข้อที่ 1

สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภค ด้านลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน วิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และลักษณะทางประชากร ด้านอายุ รายได้ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตารางที่ 4 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน วิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ลักษณะทางประชากรด้านอายุ รายได้ ระดับการศึกษาและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Dogmatism	1.000	-.094	-.245**	.079	-.094	-.178**	-.299**	-.139**
2. Green Lifestyle		1.000	.396**	.418**	.228**	.199**	.056	.469**
3. Attitude			1.000	.334**	.122**	0.66	.047	.468**
4. Media Exposure				1.000	.069	.031	-.023	.605**
5. Age					1.000	.721**	.230**	.109*
6. Income						1.000	.335**	.128*
7. Education							1.000	.072
8. Eco-behavior								1.000

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภค ด้านลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .01$) มีค่า $r = -.139$ ส่วนวิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .01$) มีค่า $r = .469$, $.468$ และ $.605$ ตามลำดับ

และปัจจัยทางลักษณะประชากร ด้านอายุและรายได้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .05$) มีค่า $r = .109$ และ $.128$ ตามลำดับ ในขณะที่ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ปรากฏว่า

1. ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนมีความสัมพันธ์ทางลบกับทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม รายได้ และระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .01$)
2. วิธีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยว อายุและรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .01$)
3. ทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .01$)
4. อายุมีความสัมพันธ์กับรายได้และระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .01$)
5. รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .01$)

แต่ไม่พบความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่าง

1. ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนกับวิธีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและอายุ
2. วิธีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อมกับระดับการศึกษา
3. ทัศนคติเชิงจริยธรรมกับรายได้และระดับการศึกษา
4. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับอายุ รายได้ และระดับการศึกษา

3.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2

สมมุติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภค ด้านลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน ทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม วิธีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและปัจจัยทางลักษณะประชากร ด้านอายุ รายได้ ระดับการศึกษา สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐานที่ 2 ใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (stepwise multiple regression analysis) โดยมีวิธีการเลือกตัวแปรเข้ามาวิเคราะห์ด้วยการพิจารณาจากค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ซึ่งหากตัวแปรอิสระตัวใดมีค่าความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุด ก็จะถูกนำเข้ามาสมการพยากรณ์ตัวแปรตามก่อน จากนั้นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในลำดับต่อมาจะถูกนำเข้ามาร่วมพยากรณ์ตามลำดับความสัมพันธ์ โดยแยกการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่ละกลุ่มตัวแปร ได้แก่ กลุ่มปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคและลักษณะทางประชากร

3.2.1 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อคัดเลือกปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภครที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตารางที่ 5 ค่าสถิติพื้นฐานและเมตริกสหสัมพันธ์ของตัวแปรเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภครกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว (N = 400)

ตัวแปร	1	2	3	4	5
1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	1.000	-.139**	.469**	.468**	.605**
2. ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน		1.000	-.094	.245**	.079
3. วิธีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม			1.000	.396**	.418**
4. ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม				1.000	.334**
5. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร					1.000
ค่าเฉลี่ย (Mean)	66.81	61.18	71.44	121.21	98.68
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	12.13	11.28	11.23	14.16	19.73

**P < 0.01

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด คือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีระดับความสัมพันธ์เท่ากับ .605 และรองลงมาคือ วิธีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม และบุคลิกภาพแบบยึดมั่นในความคิดของตน ซึ่งมีความสัมพันธ์เท่ากับ .469, .468 และ -.139 ตามลำดับ

เมื่อได้ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากนั้นก็ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน เพื่อพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ด้วยตัวแปรเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภค 4 ตัวแปร ได้แก่ ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน วิธีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม ทศนคติ เชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน เพื่อคัดเลือกปัจจัยทางด้านจิตวิทยาผู้บริโภคที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปร	R	R ²	1: R ²	R ² _{adj}	F	1: F	B	β	t
(Constant)							9.386		1.776
1	.605	.366	.366	.365	230.234**	230.234**	.287	.467	11.288**
1 + 2	.668	.446	.079	.443	159.778**	56.954**	.184	.215	5.158**
1 + 2 + 3	.687	.472	.026	.468	117.880**	19.331**	.193	.178	4.259**
1 + 2 + 3 + 4	.694	.482	.010	.477	91.932**	7.914**	-.115	-.107	-2.813**

** P < 0.01

โดยที่

ตัวแปรที่ 1 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปรที่ 2 หมายถึง ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรที่ 3 หมายถึง วิธีชีวิตรักษสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรที่ 4 หมายถึง ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน

จากตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 1

ในขั้นตอนที่ 1 พบว่า ตัวแปรอิสระที่เป็นตัวพยากรณ์ตัวแรกและถูกนำเข้าไปในสมการเพื่อพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว คือ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุด ($r = .605$) ผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีอำนาจในการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ร้อยละ 36.6 ($R^2 = .366, p < .01$)

ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 2

ในขั้นตอนนี้พบว่า ตัวแปรอิสระที่ถูกนำเข้ามารวมพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามสูงเป็นอันดับสอง โดยมีค่า $r = .468$ ผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้พบว่า ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อมทำให้อำนาจในการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 44.6 ($R^2 = .446, p < .01$)

ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 3

ในขั้นตอนนี้ พบว่าตัวแปรอิสระที่ถูกนำเข้ามารวมพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ วิธีชีวิตรักษสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยมีค่า $r = .469$ และผลการ

วิเคราะห์ในขั้นตอนที่พบว่ามีวิธีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม ทำให้อำนาจพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 47.2 ($R^2 = .472, p < .01$)

ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 4

ในขั้นตอนนี้ ตัวแปรอิสระที่ถูกนำเข้ามาช่วยพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน ซึ่งเป็นปัจจัยด้านจิตวิทยาผู้บริโภคตัวสุดท้ายที่จะให้พยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีค่า $r = -.139$ ผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่พบว่ามีลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนทำให้อำนาจในการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 48.2 ($R^2 = .482, p < .01$)

จากผลการวิเคราะห์ทั้ง 4 ขั้นตอนสามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมที่เปิดรับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นตัวแปรทางจิตวิทยาผู้บริโภคที่มีอำนาจในการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ดีที่สุด ($\beta = .467$) โดยที่ตัวแปรด้านทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม ($\beta = .215$) และวิธีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม ($\beta = .178$) เป็นตัวพยากรณ์ที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีในระดับรองลงมา ตามลำดับ ส่วนลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน เป็นตัวพยากรณ์ตัวสุดท้ายที่เข้าสู่สมการพยากรณ์และมีอำนาจในการพยากรณ์ได้น้อยที่สุด ($\beta = -.107$)

เมื่อพิจารณาเครื่องหมายหน้าค่า β พบว่าตัวแปรด้านพฤติกรรมที่เปิดรับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม วิธีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม มีเครื่องหมายหน้าค่า β เป็นบวก แสดงว่าตัวแปรทางจิตวิทยาผู้บริโภคทั้ง 3 ด้านมีอำนาจในการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในทางบวก คือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในปริมาณที่มาก มีทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อมในทางบวก และมีวิธีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อมสูง นักท่องเที่ยวก็จะมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสูงตามไปด้วย ส่วนตัวแปรทางจิตวิทยาผู้บริโภคด้านลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน มีเครื่องหมายหน้าค่า β เป็นลบ แสดงว่าลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนมีอำนาจในการพยากรณ์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในทางลบ หมายความว่า ยิ่งนักท่องเที่ยวมีลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนสูงมากเท่าใด ก็จะมีแนวโน้มว่าจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน้อยลง

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคในทุกด้าน ได้แก่ ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน วิธีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม ทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อใช้ปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคทั้ง 4 ด้านในการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะสามารถพยากรณ์ได้ถึงร้อยละ 48.2 ($R^2 = .482$) หมายความว่า เมื่อมีนักท่องเที่ยวทั้งหมด 100 คน จะสามารถ

พยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ถูกต้องประมาณ 48 คน ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2 ของการวิจัย

โดยสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$y' = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_k x_k$$

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ = 9.386 + .287 (พฤติกรรมเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ) + .184 (ทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม) + .193 (วิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม) - .115 (ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน)

3.2.2 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อคัดเลือกปัจจัยลักษณะทางประชากรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตารางที่ 7 ค่าสถิติพื้นฐานและเมตริกสหสัมพันธ์ของตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว (N = 400)

ตัวแปร	1	2	3	4
1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	1.000	.109*	.128*	.072
2. อายุ		1.000	.721**	.230**
3. รายได้			1.000	.335**
4. ระดับการศึกษา				1.000
ค่าเฉลี่ย (Mean)	66.81	28.18	2.73	4.62
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	12.13	10.14	1.71	1.00

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

จากตารางที่ 7 พบว่า ลักษณะทางประชากรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด คือ รายได้ต่อเดือน โดยมีระดับความสัมพันธ์เท่ากับ .128 และรองลงมาคือ อายุ และระดับการศึกษา ซึ่งมีความสัมพันธ์เท่ากับ .109 และ .072 ตามลำดับ

เมื่อได้ค่าความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรแต่ละด้านกับตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว จากนั้นก็ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน เพื่อพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ด้วยลักษณะทางประชากรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อคัดเลือกปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปร	R	R ²	R ² _{adj}	F	F	B	β	t
(Constant)						64.332		56.729**
■ รายได้	.128	.016	.014	6.655*	6.655*	.910	.128	2.580*

* P < 0.05

** P < 0.01

จากตารางที่ 8 แสดงว่าปัจจัยทางลักษณะประชากรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างมีนัยสำคัญ คือ ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว (β = .128) ซึ่งมีค่า r = .128 ซึ่งเป็นปัจจัยทางลักษณะประชากรเพียงด้านเดียวที่เข้าสู่สมการพยากรณ์ โดยมีสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงบวก ส่วนอายุและระดับการศึกษาไม่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้

อธิบายได้ว่า รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 1.6 (R² = .016) หมายความว่า นักท่องเที่ยว 100 คน ปัจจัยด้านรายได้ จะเป็นตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างถูกต้องเพียงแค่ 1 - 2 คน ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่ต่ำมาก

ดังนั้นจึงสรุป ได้ว่า ปัจจัยทางลักษณะประชากรเพียงแค่ด้านเดียวเท่านั้น ซึ่งได้แก่ รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (P < .05) ส่วนปัจจัยด้านอายุและระดับการศึกษาไม่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ โดยสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$y' = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_k x_k$$

$$\text{พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ} = 64.332 + .910 (\text{รายได้})$$

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 5 - 8 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ได้ว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภค ด้านลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน วิธีชีวิตรักษสิ่งแวดล้อม ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยทางลักษณะประชากร มีเพียงรายได้ต่อเดือนเท่านั้นที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนอายุและระดับการศึกษาไม่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ ซึ่งถือว่าการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 2 เพียงบางส่วน

3.3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้นเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภค ด้านลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนเองทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม วิธีชีวิตรักษสิ่งแวดล้อม การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและปัจจัยทางลักษณะประชากร ด้านอายุ รายได้ ระดับการศึกษา สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้น (Hierarchical regression analysis) โดยเลือกตัวแปรเข้าสู่การวิเคราะห์การถดถอยทีละชุดตัวแปรเพื่อหาความสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ ชุดตัวแปรด้านปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคและชุดตัวแปรด้านลักษณะทางประชากร เพื่อวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของตัวแปร ว่าจะสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้หรือไม่ ผลการวิเคราะห์แสดงไว้ใน ตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น เพื่อศึกษาความสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคและลักษณะประชากร

ตัวแปร	B	β	t	ค่าในแต่ละชั้น
ขั้นที่ 1 (Constant)	9.386		1.766	
1. ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนเอง	-.115	-.107	-.2813**	R = .694
2. วิธีชีวิตรักษสิ่งแวดล้อม	.193	.178	4.259**	R ² = .482
3. ทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อมพฤติกรรม	.184	.215	5.158**	κR^2 = .482
4. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	.287	.467	11.288**	F = 91.932** κF = 91.932**
ขั้นที่ 2 (Constant)	7.202		1.190	
1. ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนเอง	-9.643E-02	-.090	-2.245*	
2. วิธีชีวิตรักษสิ่งแวดล้อม	.187	.173	4.048**	

ตัวแปร	B	β	t	ค่าในแต่ละขั้น
3. ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อ สิ่งแวดล้อมพฤติกรรมกร	.191	.223	5.316**	R = .698 R ² = .487 κR^2 = .005
4. พฤติกรรมการเปิดรับข่าว สารข้อมูลการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ	.288	.468	11.309**	F = 53.131 κF = 1.205
5. อายุ	-8.192E-02	-.068	-1.296	
6. รายได้	.644	.091	1.668	
7. ระดับการศึกษา	.258	.021	.532	

** $P < .01$, * $P < .05$

จากตารางที่ 9 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น ตามลำดับต่อไปนี้
ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 1

ตัวแปรปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคทั้ง 4 ด้าน สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้ร้อยละ 48.2 ($R^2 = .482$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 91.932, p < .01$) และพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด ($\beta = .467$) ที่ค่าคงที่ 9.386

ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนที่ 2

มีการเพิ่มตัวแปรปัจจัยลักษณะทางประชากร 3 ด้าน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ปรากฏว่ายังสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 53.131, p < .01$) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับขั้นตอนที่ 1 จะสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้เพิ่มขึ้น ($\kappa R^2 = .005$) แต่เป็นการเพิ่มขึ้นเพียงจำนวนน้อย ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติของการเปลี่ยนแปลง ($\kappa F = 1.205, P > .05$) และทำให้อำนาจในการพยากรณ์เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.5 เดิมจาก ร้อยละ 48.2 เป็นร้อยละ 48.7 นอกจากนี้ยังพบอีกว่าผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีผลทางบวกต่อการเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด ($\beta = .468$) รองลงมาคือ ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม ($\beta = .223$) วิถีชีวิตรักษ์สิ่งแวดล้อม ($\beta = .173$) ตามลำดับ ส่วนลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนมีผลทางลบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ($\beta = -.090$) ที่ค่าคงที่ 7.202

ส่วนในแง่ของปัจจัยลักษณะทางประชากร พบว่า ไม่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ เนื่องจาก

- 1) อายุกับวิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กันสูง ($r = .228, p < .01$) แต่อายุมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามต่ำกว่า ($r = .119, p < .05, t = -1.296, p > .05$)
- 2) ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนสูง ($r = -.299, p < .01$) แต่ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามต่ำกว่า ($r = .072, p > .05, t = .532, p > .05$)
- 3) รายได้มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อมสูง ($r = .199, p < .01$) แต่รายได้มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในระดับต่ำกว่า ($r = .128, p < .05, t = 1.668, p > .05$)

ผลการวิเคราะห์ครั้งนี้สามารถเขียนเป็นสมการในรูปคะแนนดิบ ได้ดังนี้

$$y' = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_k x_k$$

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ = $.7202 - 9.643E-02$ (ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน) + $.187$ (วิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อม) + $.191$ (ทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม) + $.288$ (พฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ) - $8.192E-02$ (อายุ) + $.258$ (ระดับการศึกษา) + $.644$ (รายได้)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรทางด้านลักษณะประชากรไม่สามารถร่วมกับปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภค ในการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 และเมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานข้อที่ 3 ควบคู่กับผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานข้อที่ 2 แล้ว จะพบว่าในสมมติฐานข้อที่ 2 แสดงให้เห็นว่า เมื่อใช้ปัจจัยทางลักษณะประชากรในการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพียงอย่างเดียว ตัวแปรด้านรายได้จะสามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญ ($P < .05$) แต่พอนำปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคมาเข้าร่วมเพื่อการพยากรณ์ตามสมมติฐานข้อที่ 3 พบว่า ไม่มีตัวแปรของปัจจัยลักษณะประชากรใดเลยที่สามารถเข้าร่วมในการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ มีเพียงปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคเท่านั้นที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .01$)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติม

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ นอกจากการทดสอบสมมติฐานแล้ว ผู้วิจัยยังมีข้อมูลที่อยู่นอกเหนือสมมติฐานแต่มีความน่าสนใจ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว นักการศึกษาและนักการตลาดสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในงานของตนได้ นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

4.1 การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามคะแนนที่ได้จากแบบวัดปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคในด้านต่างๆ ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มที่มีคะแนนสูงและกลุ่มที่มีคะแนนต่ำ โดยใช้ค่าเฉลี่ยของกลุ่มเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง กำหนดให้ผู้ที่มีคะแนนมากกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่ม จัดอยู่ในกลุ่มสูง และคะแนนน้อยกว่าหรือเท่ากับค่าเฉลี่ยของกลุ่ม จัดอยู่ในกลุ่มต่ำ ดังแสดงในตารางที่ 10 - 19

ตารางที่ 10 ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนสูงและกลุ่มที่มีลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนต่ำ (N = 400)

ลักษณะยึดมั่นในความคิด ของตน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
กลุ่มสูง	208	52	69.745	6.759
กลุ่มต่ำ	192	48	51.901	7.046
รวม	400	100		

จากตารางที่ 10 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนสูง คิดเป็นร้อยละ 52 โดยมีค่าเฉลี่ยของกลุ่มเท่ากับ 69.745 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 6.759 และอีกร้อยละ 48 มีลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยของกลุ่มเท่ากับ 51.901 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.046

ตารางที่ 11 ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวิถีชีวิตรักษสิ่งแวดล้อมสูงและกลุ่มที่มีวิถีชีวิตรักษสิ่งแวดล้อมต่ำ (N = 400)

วิถีชีวิตรักษสิ่งแวดล้อม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
กลุ่มสูง	204	51	77.525	8.143
กลุ่มต่ำ	196	49	65.102	10.476
รวม	400	100		

จากตารางที่ 11 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อมสูง คิดเป็นร้อยละ 51 โดยมีค่าเฉลี่ยของกลุ่มเท่ากับ 77.525 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 8.143 และอีกร้อยละ 49 มีวิถีชีวิตรักษาสีสิ่งแวดล้อมต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยของกลุ่มเท่ากับ 65.102 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.476

ตารางที่ 12 ค่าสถิติพื้นฐานของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อมสูงและกลุ่มที่มีทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ (N = 400)

ทัศนคติเชิงจริยธรรม ต่อสิ่งแวดล้อม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
กลุ่มสูง	230	57.7	130.952	6.369
กลุ่มต่ำ	170	42.5	108.018	10.699
รวม	400	100		

จากตารางที่ 12 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อมสูง คิดเป็นร้อยละ 57.7 โดยมีค่าเฉลี่ยของกลุ่มเท่ากับ 130.952 ส่วนอีกร้อยละ 42.5 มีทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยของกลุ่มเท่ากับ 108.018 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.699

ตารางที่ 13 ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรม的开รับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสูงและกลุ่มที่มีพฤติกรรม的开รับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่ำ (N = 400)

พฤติกรรม的开รับ ข้อมูลข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
กลุ่มสูง	208	52	112.567	11.483
กลุ่มต่ำ	192	48	83.635	15.261
รวม	400	100		

จากตารางที่ 13 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรม的开รับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับสูงกับนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรม的开รับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

อยู่ในระดับต่ำ มีสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนักโดยคิดเป็นร้อยละ 52 และ 48 ตามลำดับ โดยที่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสูง มีค่าเท่ากับ 112.567 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 11.483 และค่าเฉลี่ยของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่ำ มีค่าเท่ากับ 83.635 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 15.261

ตารางที่ 14 ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสูงและกลุ่มที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่ำ (N = 400)

พฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
กลุ่มสูง	196	49	76.255	6.419
กลุ่มต่ำ	204	51	57.735	8.994
รวม	400	100		

จากตารางที่ 14 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่ำ คิดเป็นร้อยละ 51 โดยมีค่าเฉลี่ยของกลุ่มเท่ากับ 57.735 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 8.994 ส่วนอีก ร้อยละ 49 มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสูง โดยมีค่าเฉลี่ยของกลุ่มเท่ากับ 76.255 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 6.419

4.2 ความสัมพันธ์และความสามารถในการพยากรณ์ของสื่อแต่ละประเภทที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ประเภทของสื่อ	1	2	3	4
1. สื่อมวลชน	1.000	.609**	.615**	.420**
2. สื่อบุคคล		1.000	.691**	.436**
3. สื่อเฉพาะกิจ			1.000	.469**
4. พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ				1.000

** P < .01

จากตารางที่ 15 พบว่า สื่อทุกประเภทมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยที่สื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากที่สุดค่า $r = .469$ รองลงมาคือ สื่อบุคคลและสื่อมวลชน มีค่า $r = .436$ และ .420 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ความสามารถพยากรณ์ของการเปิดรับสื่อแต่ละประเภทที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ประเภทของสื่อ	R	R ²	R ² _{adj}	F	F	B	β	t
(Constant)						48.842		20.064**
1	.469	.220	.218	112.32**	112.32**	.644	.238	3.756**
1 + 2	.503	.253	.249	67.234**	17.588**	.325	.198	3.144**
1 + 2 + 3	.516	.266	.216	47.891**	7.039**	.400	.153	2.053**

** P < 0.01

โดยที่

สื่อประเภทที่ 1	หมายถึง	สื่อเฉพาะกิจ
สื่อประเภทที่ 2	หมายถึง	สื่อบุคคล
สื่อประเภทที่ 3	หมายถึง	สื่อมวลชน

จากตารางที่ 16 พบว่าการเปิดรับสื่อทุกประเภทสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพยากรณ์ได้ร้อยละ 26.6 ($R^2 = .266$) ซึ่งสื่อเฉพาะกิจเป็นตัวพยากรณ์ที่ดีที่สุด ($\beta = .238$) รองลงมาคือ สื่อบุคคล ($\beta = .198$) และสื่อมวลชน ($\beta = .153$)

4.3 หน่วยงานที่สนับสนุนหรือผลิตสื่อที่นักท่องเที่ยวยอมรับและเหตุผลในการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวย

ตารางที่ 17 ค่าความถี่ร้อยละของหน่วยงานที่สนับสนุนหรือผลิตสื่อแต่ละประเภทที่นักท่องเที่ยวยอมรับ

แหล่งข้อมูล	จำนวนนักท่องเที่ยวย	คิดเป็นร้อยละ
1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	283	70.8
2. หน่วยงานราชการ	179	44.8
3. สถาบันการศึกษา	146	36.5
4. ประสบการณ์ของตนเองและคนรู้จัก	179	44.8
5. องค์การพัฒนาเอกชนเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	83	20.8
6. ธุรกิจการท่องเที่ยว	119	29.8
7. สื่อมวลชน	192	48.0
8. อื่นๆ	13	3.3

จากตารางที่ 17 แสดงว่าแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวยอมรับส่วนใหญ่คือสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รองลงมาคือ สื่อมวลชน โดยที่สื่อของหน่วยงานราชการและประสบการณ์ของตนเองและคนรู้จัก ซึ่งนักท่องเที่ยวยมีการเปิดรับในปริมาณเท่ากันเป็นสื่อได้รับความนิยมเป็นอันดับต่อมา และกลุ่มตัวอย่างเคยรับสื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอื่นๆ ทั้งหมด 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 โดยแหล่งสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุ ได้แก่ ตำราเรียน และเอกสารประกอบการประชุมสัมมนาในงานต่างๆ

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลในการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวน

เหตุผลในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
1. สนใจและชื่นชอบในเนื้อหาสาระ	273	68.3
2. เห็นว่าเป็นที่นิยม จึงต้องติดตามเพื่อความทันสมัย	56	14.0
3. ได้รับการยัดเยียดหรือทราบข้อมูลโดยบังเอิญ เช่น การโฆษณาในวิทยุหรือโทรทัศน์	40	10
4. ได้รับคำแนะนำจากเพื่อนและ/หรือญาติ	116	29.0
5. ต้องการความบันเทิงใจและผ่อนคลายอารมณ์	171	42.8
6. ไม่เคยเปิดรับ	20	5.0
7. อื่นๆ	20	5.0

จากตารางที่ 18 แสดงว่าเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุดได้แก่ นักท่องเที่ยวมีความสนใจและชื่นชอบในเนื้อหาสาระของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยคิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ ต้องการความสนุกสนานบันเทิงใจ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อนและญาติ คิดเป็นร้อยละ 42.8 และ 29.0 ตามลำดับ อีกทั้งมีนักท่องเที่ยวเลือกคำตอบอื่นๆ อีก 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 โดยที่มิได้ระบุเหตุผลอื่นๆนอกเหนือจากที่ผู้วิจัยให้ไว้

4.3 กิจกรรมเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวเคยทำ

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับกิจกรรมเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวเคยทำ

กิจกรรมเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวเคยทำ	จำนวนนักท่องเที่ยว	คิดเป็นร้อยละ
1. เดินป่าด้วยเส้นทางเดินเท้า	277	69.3
2. ศึกษาธรรมชาติ	238	59.5
3. พายเรือ เช่น แคนู คะยัค เรือใบ ฯลฯ	66	16.5
4. ถ่ายภาพ/บันทึกเสียงธรรมชาติ	206	51.5
5. ดูนก/ส่องสัตว์	162	40.5
6. ชี้อ่าง/นั่งช้าง	79	19.8
7. เทียวถ้ำ/น้ำตก	350	87.5
8. เรียนรู้การผลิตสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก	184	46.0
9. ชมความงาม ศึกษาความเป็นมาทางประวัติศาสตร์	246	61.5
10. ตั้งแคมป์	250	62.5
11. ศึกษาและชื่นชมศิลปวัฒนธรรม	165	41.3
12. ล่องเรือ/ล่องแพ	161	40.3
13. ดำน้ำลึก/ดูปะการังน้ำตื้น	97	24.3
14. ปีนเขา/ไต่เขา	83	20.8
15. ชี้อ่างตามเส้นทางธรรมชาติ	79	19.8
16. ศึกษาท้องฟ้า/ดูดาว	124	31.0
17. ศึกษาและเรียนรู้พฤติกรรมชุมชน	142	35.5
18. ไม่เคยทำ	3	0.8
19. อื่นๆ	5	1.3

จากข้อมูลในตารางที่ 19 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยพฤติกรรมที่นิยมที่สุดได้แก่ การเทียวถ้ำ/น้ำตก การเดินป่าด้วยเส้นทางเดินเท้า การตั้งแคมป์ และชมความงาม ศึกษาความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ โดยคิดเป็น ร้อยละ 87.5, 69.3, 62.5, และ 61.5 ตามลำดับ