

บทความวิจัย (Research Article)

อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคที่มีต่อ
รูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลก

The Influence of Facilitating Factors in adjustment of Consumption
Behavior toward the Thai tourists' Sustainable Consumption Patterns
in Phitsanulok Province

นภาพรณ์ อุ่นปรีชาวนิชย์* และธนศ อุ่นปรีชาวนิชย์
Naphaphon Oonprechavanich* and Thanet Oonprechavanich

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยเพศชายและเพศหญิงในจังหวัดพิษณุโลกที่มีต่อปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน (2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคที่ส่งผลมีต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลก ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 400 ราย สถิติอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสองกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent sample t-test) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Stepwise ผลการศึกษา พบว่า (1) นักท่องเที่ยวไทยเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน ไม่แตกต่างกัน และ (2) ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคที่ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลกคือ 1) สารสนเทศด้านความยั่งยืน 2) การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม 3) คุณค่าที่ได้รับ 4) บทบาทของสังคมที่เข้มแข็ง และ 5) นโยบายของรัฐบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.630 และ Durbin-Watson เท่ากับ 1.802

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภค การบริโภคที่ยั่งยืน นักท่องเที่ยวไทย

Abstract

The purposes of this study were to (1) compare the attitude of Thai male and female tourists in Phitsanulok Province towards the facilitating factors in adjustment of sustainable consumption behavior (2) study the facilitating factors in adjustment of sustainable consumption behavior that affect the Thai tourists' sustainable consumption patterns in Phitsanulok Province. The

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก 65000

Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University, Phitsanulok 65000

*Corresponding author; email: aj.cherry2125@gmail.com

(Received: 17 March 2021; Revised: 12 June 2021; Accepted: 29 June 2021)

data, which were collected by questionnaires, were drawn from 400 respondents. In this study, independent sample t-test and multiple regression analysis method were used for hypothesis testing at a statistical significant level of 0.05. According to the analysis, we found (1) there is no difference between the attitude of Thai male and female tourists in Phitsanulok Province towards the facilitating factors in adjustment of sustainable consumption behavior and (2) there were 5 facilitating factors in adjustment of consumption behavior that affect the Thai tourists' sustainable consumption patterns in Phitsanulok Province: 1) sustainability information 2) environment awareness 3) value perception 4) role of social empowerment and 5) government policies. A coefficient of determination of $R^2 = 0.630$ and Durbin-Watson = 1.802 were obtained.

Keywords: Consumption behavior, Sustainable consumption, Thai tourists

บทนำ

การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ได้รับความสำคัญมากยิ่งขึ้น เมื่อสหประชาชาติได้จัดให้มีการประชุมสุดยอดระดับโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (UN Conference on Environment and Development : UNCED) หรือการประชุม Earth Summit ที่กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อปี พ.ศ. 2535 ผลการประชุมนี้ ผู้แทนของ 178 ประเทศรวมทั้งประเทศไทย ได้ร่วมลงนามรับรองแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ซึ่งถือเป็นแผนแม่บทของโลกที่ประเทศสมาชิกต้องตระหนักถึง ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและเห็นถึงความสำคัญที่จะต้องร่วมกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนให้เกิดขึ้นในโลก โดยกำหนดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล พร้อมทั้งกระตุ้นให้รัฐบาลประเทศต่างๆ สร้างกลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม ในขณะเดียวกันก็ให้การคุ้มครองทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เพื่อผลประโยชน์ของคนในรุ่นต่อไป ทั้งนี้ควรเปิดโอกาสให้กลุ่มต่างๆ ในสังคมเข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางที่สุด ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืนร่วมกันต่อไปได้ (จุฑาทิพย์ คล้ายทับทิม, 2553)

สำหรับประเทศไทยรัฐบาลได้จัดตั้งคณะทำงาน เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ 12 จัดทำแผนขับเคลื่อนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน พ.ศ. 2560-2579 หรือ Sustainable Consumption and Production Roadmap 2017-2036 (SCP Roadmap 2017-2036) ที่เชื่อมโยงและสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จนเกิดสภาพสังคมที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมการผลิตและการบริโภคของประเทศไทยให้มีรูปแบบหรือคุณลักษณะในทิศทางตามความคาดหวังของโลกดังที่กำหนดไว้ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2560)

จังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมหรือมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการขั้นสุดท้าย (Gross Provincial Product: GPP) ต่อประชากรของจังหวัดประมาณปีละ 104,517 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.6 ของ GDP ประเทศ อยู่ในลำดับที่ 4 ของ 17 จังหวัดภาคเหนือของไทย รองจากจังหวัดลำพูน กำแพงเพชร และเชียงใหม่ (สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) โดยมีปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจคือ ราคาสินค้าเกษตร การจ้างงานและภาวะค่าตอบแทนภาคราชการ รวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัด ซึ่งจากข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลกในปี 2562 จังหวัดพิษณุโลกมีรายได้จาก

การมาเยือนของนักท่องเที่ยวรวมโดยประมาณ 8,973 ล้านบาท โดยเป็นรายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวไทยถึงประมาณ 8,224 ล้านบาท (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, 2563) จากความสำคัญด้านรายได้จากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นนี้ ผู้ว่าราชการจังหวัดพิษณุโลกจึงได้กำหนด “แผนพัฒนาจังหวัดพิษณุโลกระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2563-2582)” โดยได้กำหนดแผนการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้ตลอดทั้งปี สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ด้านการพัฒนาเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมายให้กลุ่มจังหวัดในเขตภาคเหนือซึ่งมีจังหวัดพิษณุโลกรวมด้วย เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, สำนักงานจังหวัดพิษณุโลก, 2563) ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างงาน/สร้างรายได้ให้กับประชาชนในจังหวัดแล้ว ยังเป็นการให้ความสำคัญต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วยกัน เป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์จังหวัด และเพื่อเป็นแนวทางในการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติอีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคสู่รูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลกนั้น ได้อาศัยการประยุกต์ใช้จากทฤษฎีการเปลี่ยนผ่านของ Meleis, et.al. (2000) ที่อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างเงื่อนไขของการเปลี่ยนผ่าน (transition conditions) ซึ่งประกอบด้วย เงื่อนไขส่วนบุคคล ชุมชน และสังคมที่ส่งเสริมต่อรูปแบบของการตอบสนอง (patterns of response) ที่มีต่อความรู้สึกเชื่อมโยงหรือเกี่ยวข้องสัมพันธ์ (feeling connected) การมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน (interacting) ซึ่งจะส่งผลต่อรูปแบบพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ/การใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ แหล่งข้อมูล สถานที่ เวลา วิธีการซื้อ ความถี่ในการซื้อ งบประมาณ และปริมาณการซื้อ Schiffman & Kanuk (2007)

นอกจากนี้จากแบบจำลอง Motivation-Opportunity-Ability (MOA) ของ Ölander & Thøgersen (1995) และงานวิจัยของ Zhang & Wakkary, (2011) พบว่า รูปแบบพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมสู่รูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนได้นั้น มีปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทศนคติ หรือความคิดเห็นในการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งบ่งชี้สิ่งนั้นว่าชอบ หรือไม่ชอบ น่าพอใจหรือไม่น่าพอใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค และปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน ซึ่งจะส่งผลต่อความต้องการและแรงจูงใจ ทำให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการบริโภคสู่การบริโภคที่ยั่งยืน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยเพศชายและเพศหญิงในจังหวัดพิษณุโลกที่มีต่อปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน และปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนที่ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลก ทั้งนี้เพื่อให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือสนับสนุนให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลก สอดคล้องกับแผนการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกในเชิงธรรมชาติและเชิงประวัติศาสตร์ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยเพศชายและเพศหญิงในจังหวัดพิษณุโลกที่มีต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคนิยมที่ยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย
- 1) สารสนเทศด้านความยั่งยืน 2) การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม 3) คุณค่าที่ได้รับ 4) บทบาทของสังคมที่เข้มแข็ง และ
 - 5) นโยบายของรัฐบาล ที่ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคนิยมที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลก

สมมติฐานของการวิจัย

1. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยเพศชายและเพศหญิงในจังหวัดพิษณุโลกที่มีต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคนิยมที่ยั่งยืนแตกต่างกัน
2. ปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคนิยมที่ยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย 1) สารสนเทศด้านความยั่งยืน 2) การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม 3) คุณค่าที่ได้รับ 4) บทบาทของสังคมที่เข้มแข็ง และ 5) นโยบายของรัฐบาล มีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริโภคนิยมที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (ข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและกึ่งวิชาการ บทความวารสาร รวมถึงรายงานวิจัยต่างๆ) ในส่วนของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคนิยมรูปแบบการบริโภคนิยมที่ยั่งยืน พบว่า

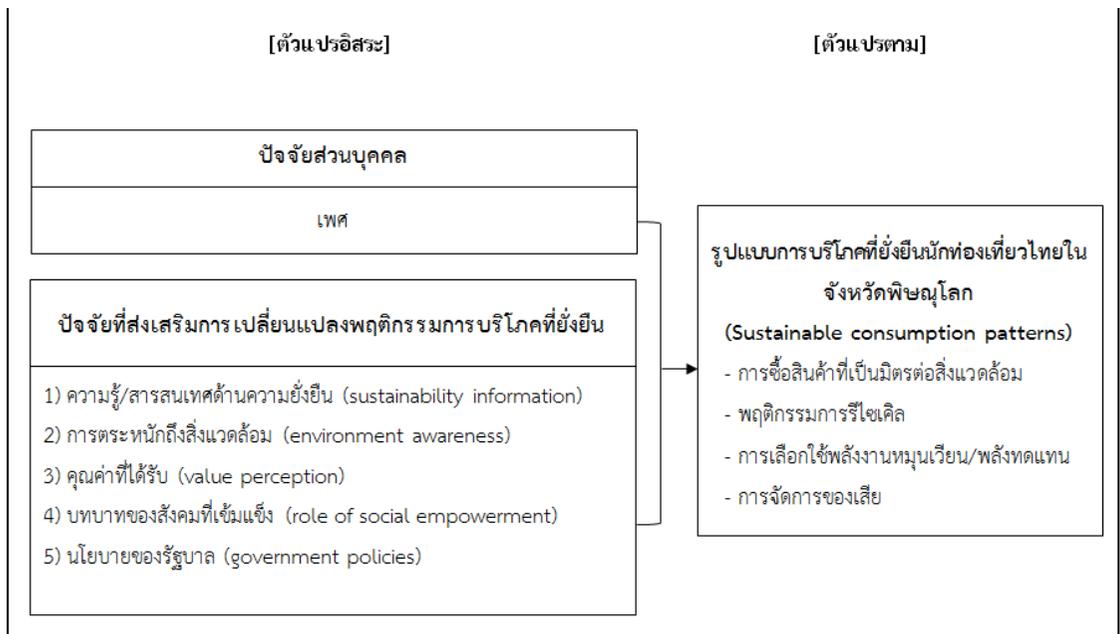
ทัศนคติหรือความคิดเห็นของแต่ละบุคคลจะมีระดับที่แตกต่างกันไปจากเรียนรู้ ประสบการณ์ ความนึกคิด และความรู้สึกทางใจ (พงศศักดิ์ ศรีสมทรัพย์ และปิยะนุช เงินคล้าย, 2550) รวมถึงงานวิจัยของ Lee (2009) พบว่าทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อม การเอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อม การรับรู้ความรุนแรงของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม อิทธิพลของกลุ่มเพื่อน เอกลักษณะ/วิธีการเฉพาะตัวในการปกป้องสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความแตกต่างกันระหว่างวัยรุ่นเพศชายและเพศหญิงในประเทศฮ่องกง และงานวิจัยของ Wang, Wong & Narayanan (2020) พบว่า เพศชายและหญิงในประเทศจีนมีทัศนคติและความตั้งใจเลือกพักโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน สำหรับงานวิจัยของสมชาย เพชรธำไพ และสุพรรณ สิริศักดิ์ (2563) พบว่า รูปแบบการจัดการขยะมูลฝอยในจังหวัดพิษณุโลกนั้น เพศหญิงมีการร่วมมือในการจัดการขยะมูลฝอยในพื้นที่ระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามจากงานวิจัยของไฉไล ศักดิ์วิรวงศ์ (2555) พบว่าความต้องการในการบริโภคที่นอกเหนือจากความจำเป็นและความตระหนักกับจิตสำนึกของประชาชนจะเป็นตัวขับเคลื่อนวิธีการบริโภค โดยมีค่านิยม ความเชื่อ ความสนใจ ฐานะทางเศรษฐกิจ เป็นตัวกระตุ้นความต้องการซึ่งสามารถส่งเสริมให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคผ่านทางการศึกษา การเรียนรู้ ประสบการณ์ การปรับตัว และการปรับทัศนคติอยู่ในระดับพอเหมาะ นอกจากนี้งานวิจัยของ McKercher, Pang & Prideaux (2011) และ Passafaro (2020) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตลอดจนทัศนคติด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยังคงต้องดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาแนวคิด ทฤษฎี และองค์ความรู้ควบคู่กันต่อไป

จากแนวคิดและทฤษฎีการเปลี่ยนผ่านของ Meleis et al. (2000) ที่มีลักษณะเป็นกระบวนการโดยเป็นความรู้สึกของการเคลื่อนที่ (Movement) การพัฒนา (Development) และการผ่าน (Flow) จากจุดหนึ่งหรือสถานะหนึ่งไปสู่อีกจุดหนึ่งหรือสถานะหนึ่งของชีวิต โดยเหตุการณ์ที่นำไปสู่การเปลี่ยนผ่าน ดังเช่น การฟื้นฟูสุขภาพ การเปลี่ยนแปลงตามวัยหรือสถานการณ์ เป็นต้น และแบบจำลอง Motivation-Opportunity-Ability (MOA) ของ Ölander & Thøgersen (1995) ที่อธิบายถึง โอกาส ความสามารถ และแรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการบริโภค หรือกล่าวได้ว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคนิยมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการบริโภคของผู้บริโภค ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า

ปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน ประกอบด้วย 1) ความรู้/สารสนเทศด้านความยั่งยืน (Sustainability information) (Zhao & Huang, 2020) 2) การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม (Environmental awareness) (Feijoo & Moreira, 2020) 3) คุณค่าที่ได้รับ (Value perception) (Maccioni, Borgianni & Basso, 2019) 4) บทบาทของสังคมที่เข้มแข็ง (Role of Social empowerment) (Stender & Walter, 2019) และ 5) นโยบายของรัฐบาล (Government policies) (Bokolo, Majid & Romli, 2019)

รูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืน ประกอบด้วย 1) การซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (green purchase decision) (Chayomchai, 2019) 2) พฤติกรรมการรีไซเคิล (recycling behavior) (Khan, Ahmed, Najmi & Younus, 2019) 3) การเลือกใช้พลังงานหมุนเวียน/พลังทดแทน (renewable energy pattern) (สุสิทธิ์ สุบัน, 2562; Vainio, Pulkka, Paloniemi, Varho & Tapio, 2020) 4) การจัดการของเสีย (waste management) (นภัส น้ำใจตรง, 2561; Rajmohan, Ramya, Viswanathan & Varjani, 2019)

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ตามภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ประชากรของการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก ประมาณ 187,678 รายต่อเดือน หรือประมาณ 2,252,136 รายต่อปี (สำนักงานด้านการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, 2563) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย โดยค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05 (Yamane, 1973) ใช้การสุ่มแบบเจาะจงกับนักท่องเที่ยวไทยที่มีรูปแบบพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเก็บข้อมูลที่ พระราชวัง

จันทร์ วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร โรงแรมท็อปแลนด์ โรงแรมรัตนปาร์ค น้ำตกชาติตระการ อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง ทำการเก็บข้อมูลในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2563

เครื่องมือวิจัย จากกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย: เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 คือ ปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน ที่ประกอบด้วย: ด้านความรู้/สารสนเทศด้านความยั่งยืน ด้านการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ด้านคุณค่าที่ได้รับ ด้านบทบาทของสังคมที่เข้มแข็ง และด้านนโยบายของรัฐบาล สำหรับส่วนที่ 3 คือ รูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทย ที่ประกอบด้วย: การซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการรีไซเคิล การเลือกใช้พลังงานหมุนเวียน/พลังงานทดแทน และการจัดการของเสีย

การทดสอบเครื่องมือวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน โดยมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของรายข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Rovinelli & Hambleton , 1977) จากนั้นนำไปทดสอบ กับนักท่องเที่ยวไทยที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 30 ราย ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ในส่วนที่ 2 คือ ปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน และส่วนที่ 3 คือ รูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทย มีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.878 และ 0.901 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง (Cronbach, 1970)

การวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ศึกษาด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัยด้วยสถิติอ้างอิง ได้แก่ 1) การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยเพศชายและเพศหญิงในจังหวัดพิษณุโลกที่มีต่อปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน ด้วยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างสองกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent sample t-test) และ 2) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลกที่ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืน โดยด้วยวิธี Stepwise ซึ่งข้อดีของวิธีการนี้คือ สามารถลดข้อบกพร่องของวิธีการเลือกตัวแปร โดยวิธีการเพิ่มตัวแปร (Forward Selection) และวิธีการเลือกตัวแปรโดยวิธีการลดตัวแปร (Backward Selection) (Montgomery, Peck & Vining, 2021) และการทดสอบ 1) ความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปรโดยใช้ค่าสถิติ Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งหากค่า Tolerance ของตัวแปรเข้าใกล้ 1 แสดงว่า ตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน แต่ถ้าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าเกิดปัญหา Multicollinearity และหากค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าใกล้ 10 แสดงว่า ระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในสมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นมีมาก นั่นคือ เกิดปัญหา Multicollinearity และ 2) ค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าต้องเป็นอิสระกัน (Autocorrelation) โดยพิจารณาจากค่า Durbin-Watson ถ้ามีค่าเข้าใกล้ 2 (ค่าระหว่าง 1.5-2.5) จะสามารถสรุปได้ว่า ค่าความคลาดเคลื่อนมีความเป็นอิสระต่อกัน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ราย เป็นเพศหญิง 204 ราย (ร้อยละ 51.0) เพศชาย 196 ราย (ร้อยละ 49.0) มีอายุระหว่าง 27-33 ปีมากที่สุดจำนวน 125 ราย (ร้อยละ 31.25) รองลงมาอยู่ระหว่าง 34-40 ปีจำนวน 96 ราย (ร้อยละ 24.0) มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 179 ราย (ร้อยละ 44.75) รองลงมาคือ อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 105 ราย (ร้อยละ 26.25) มีสถานภาพเป็นโสดมากที่สุดจำนวน 215 ราย (ร้อยละ 53.75) รองลงมาคือ สมรสแล้วจำนวน 138 ราย (ร้อยละ 34.5) โดยเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดจำนวน 115 ราย (ร้อยละ 28.75) รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 99 ราย (ร้อยละ 24.75) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาทมากที่สุดจำนวน 139 ราย (ร้อยละ 34.75) รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001-35,000 บาทจำนวน 121 ราย (ร้อยละ 30.25)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริการโลกที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก แสดงผลตามตาราง 1

ตาราง 1 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลกที่มีต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริการโลกที่ยั่งยืน

ปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมบริการโลกที่ยั่งยืน	ระดับความคิดเห็น			
	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล	ลำดับ
ความรู้/สารสนเทศด้านความยั่งยืน (SI)	4.275	0.531	มาก	4
การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม (EA)	4.283	0.547	มาก	3
คุณค่าที่ได้รับ (VP)	4.321	0.564	มาก	1
บทบาทของสังคมที่เข้มแข็ง (SE)	4.286	0.601	มาก	2
นโยบายของรัฐบาล (GP)	4.237	0.535	มาก	5
โดยรวม	4.289	0.486	มาก	

จากตาราง 1 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลกที่มีต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริการโลกที่ยั่งยืนโดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.289) และเมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยก็มีความคิดเห็นในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยเรียงปัจจัยตามระดับความคิดเห็น ได้ดังนี้ 1) คุณค่าที่ได้รับ (VP) 2) บทบาทของสังคมที่เข้มแข็ง (SE) 3) การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม (EA) 4) ความรู้/สารสนเทศด้านความยั่งยืน (SI) และ 5) นโยบายของรัฐบาล (GP) ตามลำดับ

การวิเคราะห์รูปแบบการบริการโลกที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลก แสดงผลตามตาราง 2

ตาราง 2 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลกที่มีต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืน

รูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืน	ระดับความคิดเห็น			
	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล	ลำดับ
การซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (GD)	4.256	0.579	มาก	1
พฤติกรรมการใช้ไซเคิล (RB)	4.172	0.628	มาก	2
การเลือกใช้พลังงานทดแทน/หมุนเวียน (RP)	4.028	0.668	มาก	4
การจัดการของเสีย (WM)	4.083	0.863	มาก	3
โดยรวม	4.135	0.538	มาก	

จากตาราง 2 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลกที่มีต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.135$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยก็มีความคิดเห็นในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยเรียงปัจจัยตามระดับความคิดเห็น ได้ดังนี้ 1) การซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (GD) 2) พฤติกรรมการใช้ไซเคิล (RB) 3) การจัดการของเสีย (WM) และ 4) การเลือกใช้พลังงานทดแทน/หมุนเวียน (RP) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อทดสอบความแตกต่างด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยเพศชายและเพศหญิงในจังหวัดพิษณุโลกที่มีต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภคที่ยั่งยืนทั้งรายองค์ประกอบและองค์ประกอบโดยรวม ด้วยนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการทดสอบแสดงตามตาราง 3

ตาราง 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยเพศชายและเพศหญิงในจังหวัดพิษณุโลกที่มีต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภคที่ยั่งยืน

ปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภคที่ยั่งยืน	เพศ				t	Sig.
	หญิง (n=204)		ชาย (n=196)			
	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		
ความรู้/สารสนเทศด้านความยั่งยืน (SI)	4.303	0.553	4.246	0.503	1.070	0.285
การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม (EA)	4.239	0.570	4.324	0.502	-1.581	0.115
คุณค่าที่ได้รับ (VP)	4.247	0.588	4.326	0.513	-1.429	0.154
บทบาทของสังคมที่เข้มแข็ง (SE)	4.256	0.626	4.312	0.567	-0.943	0.346
นโยบายของรัฐบาล(GP)	4.352	0.557	4.288	0.546	1.194	0.233
โดยรวม	4.280	0.506	4.299	0.455	-0.407	0.684

จากตาราง 3 พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลกทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนอยู่ในระดับมากทั้งรายองค์ประกอบและองค์ประกอบโดยรวม (ค่าเฉลี่ยเลขคณิตอยู่ระหว่าง 4.239 ถึง 4.352)

ผลการทดสอบสมมติฐาน (1) ของการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยเพศชายและเพศหญิงในจังหวัดพิษณุโลกที่มีต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{sig} > 0.05$) ทั้งรายองค์ประกอบและองค์ประกอบโดยรวม

จากนั้นผู้วิจัยได้นำปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนข้างต้น มาเพื่ออธิบายถึง อิทธิพลที่มีต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลก ด้วยสถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณวิธี Stepwise ซึ่งผลการทดสอบแสดงตามตาราง 4

ตาราง 4 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจปรับแก้ (Adjust R^2) และ ค่า Durbin-Watson ของปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนที่ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลก

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	0.460	0.153				2.997
ความรู้/สารสนเทศด้านความยั่งยืน (SI)	0.209	0.040	0.239	5.179	.000	0.439	2.276
การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม (EA)	0.178	0.0420	0.196	4.277	.000	0.446	2.242
คุณค่าที่ได้รับ (VP)	0.202	0.045	0.194	4.436	.000	0.491	2.037
บทบาทของสังคมที่เข้มแข็ง (SE)	0.171	0.041	0.190	4.135	.000	0.443	2.255
นโยบายของรัฐบาล (GP)	0.138	0.032	0.159	4.287	.000	0.681	1.468
	R=0.794	R ² =0.630	Adj. R ² =0.626	Durbin-Watson=1.802			

จากตาราง 4 พบว่า การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) ถือว่าผ่านเกณฑ์ ทั้งนี้เพราะ ค่า Tolerance ของปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนอยู่ระหว่าง 0.439 ถึง 0.681 (มากกว่า 0.19) และ ค่า VIF ของปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนอยู่ระหว่าง 1.468 ถึง 2.276 (น้อยกว่า 5.30) (ปวีณา คำพุกกะ, 2556)

จากความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกิดขึ้นสามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) ได้เท่ากับ 0.630 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจปรับแก้ (Adjust R^2) เท่ากับ 0.626 และ Durbin-Watson เท่ากับ 1.802 นอกจากนี้อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลกสามารถแสดงสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$Z'_{SCP} = 0.239SI + 0.196EA + 0.194VP + 0.190SE + 0.159GP$$

ผลการทดสอบสมมติฐาน (2) ของการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน ที่ประกอบด้วย 1) ความรู้/สารสนเทศด้านความยั่งยืน (SI) 2) การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม (EA) 3) คุณค่าที่ได้รับ (VP) 4) บทบาทของสังคมที่เข้มแข็ง (SE) และ 5) นโยบายของรัฐบาล (GP) ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลก (SCP)

สรุปและอภิปรายผล

ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ของการวิจัย: นักท่องเที่ยวไทยเพศชายและเพศหญิงในจังหวัดพิษณุโลกมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในรายองค์ประกอบและองค์ประกอบโดยรวม อธิบายได้ว่า การดำเนินนโยบายของภาครัฐและเอกชนเพื่อให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารด้านความยั่งยืน ทำให้นักท่องเที่ยวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงได้ที่ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ยอมเปิดกว้างและเกิดการยอมรับ ทำให้คุณค่าการประเมินของนักท่องเที่ยวไทยจากผลประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภคสูงกว่าต้นทุนที่ต้องเสียไป รวมถึงนโยบายของรัฐบาลและบทบาทของสังคมที่เข้มแข็งที่แสดงความชัดเจนในการณรงค์ ตามแผนแม่บทการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ (พ.ศ. 2559 - 2564) ซึ่งภาครัฐและเอกชนได้ร่วมมือกันดำเนินงานเพื่อลดและเลิกใช้พลาสติกประเภทที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง (single-use plastic) โดยห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อแจกถุงพลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stringer, Mortimer & Payne (2020) พบว่า การยอมรับหรือการยอมเปิดใจของบุคคลต่อการช่วยเหลือสังคม/สิ่งแวดล้อมที่มากกว่าความพึงพอใจหรือความสะดวกสบายของตัวเอง จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ/จริยธรรมต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และงานวิจัยของ ไฉไล ศักดิ์วิรวงศ์ (2555) พบว่า ค่านิยม ความเชื่อ ความสนใจ จะเป็นตัวกระตุ้น/ส่งเสริมให้ เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริโภคผ่านการเรียนรู้ ประสบการณ์ การปรับตัว และการปรับทัศนคติ และงานวิจัยของรัตนาวดี ไสจุล (2558) พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงแนวความคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน และกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม พบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภคโดยรวมแล้วไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ของการวิจัย: สามารถแยกการพิจารณาตามบทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบในส่วนต่างๆ ได้ดังนี้

บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบต่อการนำเสนอความรู้/สารสนเทศด้านความยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยวควรเป็นหน้าที่ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดพิษณุโลก รวมถึงสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก จะมีส่วนเกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์ หรือการนำเสนอความรู้/สารสนเทศด้านความยั่งยืน (SI) ในลักษณะของการให้ข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนสารสนเทศด้านความยั่งยืนของความจริงที่ปรากฏ มีความถูกต้องทันต่อเหตุการณ์ โดยการนำเสนอที่ต่อเนื่องตลอดเวลา ตรงประเด็น และมีความเหมาะสม อาศัยความร่วมมือของสื่อมวลชนต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนนั้นในการเผยแพร่อย่างรวดเร็ว ส่งผ่านเครือข่ายที่สามารถสื่อสารได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ ซึ่งนับเป็นยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์ที่จะส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Camison (2020) พบว่า ยุทธวิธีด้านการประชาสัมพันธ์จะส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว และรูปแบบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยว

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนสามารถพิจารณาได้จาก 1) การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม (EA) คือ การที่นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลกมีจิตใจสำนึกใน

การรักษาสิ่งแวดล้อมที่ประกอบด้วย ความรู้ที่ชัดเจนอย่างทอ้งแท้ ความรักและห่วงแหน ความวิตกแห่งโย รวมถึง การปฏิบัติอย่างจริงจัง หรือคือ การรู้ว่าสิ่งใดก่อให้เกิดผลดีและผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม มีความรักและห่วงแหนใน ความงามของธรรมชาติ ความรู้สึกเป็นห่วงและกังวลถึงสิ่งที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม ไม่ตักตวงผลประโยชน์จาก ธรรมชาติโดยปราศจากความพอเพียง วิตกและความห่วงโยในสภาพภัยแล้งและวิกฤตการณ์การขาดแคลนน้ำ รวมถึง การปฏิบัติอย่างจริงจังเพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อมในวิสัยที่สามารถกระทำได้ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Lerro, Raimondo & Freda (2016) และ Han, Chua, Ariza-Montes & Untaru (2020) 2) คุณค่าที่ นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลกได้รับ (VP) คือ การประเมินถึงผลประโยชน์/คุณค่าโดยรวมที่ได้รับกับ ความ สบายหรือต้นทุนที่เกิดขึ้น หากประเมินแล้วเกิดความคุ้มค่า หรือผลประโยชน์/คุณค่าโดยรวมที่ได้รับมากกว่าความ สบายหรือต้นทุนที่เกิดขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดพิษณุโลกจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภคสู่รูปแบบ การบริโภคที่ยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Birtwistle & Moore (2007) และ Young et al. (2010) รวมถึง งานวิจัยของ Patwary, Omar & Tahir (2021) พบว่า แรงจูงใจจากการได้รับคุณค่าที่ดีกว่า และการยอมรับการ เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นยอมส่งผลทางบวกต่อจริยธรรมด้านการท่องเที่ยวในการเลือกที่พักและร้านอาหารที่คำนึงถึง ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของชุมชนที่เข้มแข็งของแหล่งท่องเที่ยว และกลุ่มทางสังคม (SE) ใน จังหวัดพิษณุโลกต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนนั้น พัฒนาบุคลากรและส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการ ท่องเที่ยว พัฒนาขีดความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดท่องเที่ยว รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมของทุก ภาคส่วนในการอนุรักษ์ ป้องกันฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาแหล่งน้ำและบริหารจัดการ น้ำอย่างเป็นระบบ ป้องกันและลดมลพิษ ณ แหล่งกำเนิด ส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ศิลปกรรมเมือง เก้า และศาสนสถานที่สำคัญ รวมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการบริหารจัดการพลังงาน ภายใต้หลักธรรมาภิ บาล หรือคือสามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข มีความรักสามัคคี และร่วมกันเป็นพลัง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอย่าง ยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เด้จ จินดา (2553) และ Vlek & Steg (2007) บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบ ของรัฐบาลที่มีต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืน หน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้องต้องทำการสำรวจ ตรวจสอบ และมี ส่วนร่วมในแนวปฏิบัติและนโยบายการดำเนินชีวิตที่ยั่งยืน นอกจากนี้ยังต้องมีการรณรงค์ และให้ความรู้ด้านการจัด การพลังงานของชุมชนอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจากงานวิจัยของ สุสิทธิ์ สุปัน (2562) พบว่า คนในชุมชนนาเหลียง อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดยโสธรยังไม่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการพลังงานชุมชนในระดับท้องถิ่น เนื่องจากยังขาด ความรู้และประสบการณ์ทางด้านพลังงาน และงานวิจัยของนายสุพีร์ ดาวเรือง (2561) พบว่า ความกังวลต่อ สิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงแรมส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมรักษ์สิ่งแวดล้อม และนำไปสู่ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเรื่องการรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมจะส่งผลเชิงบวก ต่อพฤติกรรมการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนตัว ตลอดจนงานวิจัยของ Roxas, Rivera & Gutierrez (2020) พบว่า การกำกับดูแลของชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่เข้มแข็งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคที่ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยว

รัฐบาลยังต้องให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบาย (GP) ที่ยกระดับการมีปฏิสัมพันธ์/การทำงานร่วมกัน โดยมุ่งเน้นความร่วมมือระหว่างหน่วยงานราชการและเอกชน การเคารพด้านสิทธิมนุษยชน รวมถึงนโยบายด้านการ ป้องกันถึงผลกระทบล่วงหน้าเพื่อการบริโภคที่ยั่งยืน สอดคล้องกับการดำเนินนโยบายของรัฐบาล กระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้เชิญชวนประชาชนเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2563 ที่ ผ่านมา หรือเป็นวันในการเริ่มรณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติก “Every Say No To Plastic Bags” โดยห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อทั่วประเทศ มากกว่า 70 บริษัท พร้อมใจกันยกเลิกแจกถุงพลาสติกหูหิ้วให้กับ

ลูกค้า เชิญชวนให้ใช้ถุงผ้ากระเป๋าสะพายแทนถุงพลาสติกหูหิ้ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Torkington, Stanford & Guiver (2020) พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันของพื้นที่ท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงเป้าหมายทางเศรษฐกิจและการลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับระบบนิเวศและความยั่งยืนของสังคม จากแผนการดำเนินงานร่วมกันของทุกฝ่ายที่มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากบทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนเพื่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืน ทำให้นักท่องเที่ยวไทยเกิดทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบริโภคนำไปสู่รูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนในลักษณะที่ลดความฟุ่มเฟือย ลดการผลิตขยะ เกิดการคัดแยกขยะ และการใช้ประโยชน์จากมูลฝอย มีการรณรงค์และเกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วม ตลอดจนเกิดการใช้พลังงานหมุนเวียน/พลังงานทดแทน และการประหยัดพลังงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ในการนำเสนอความรู้/สารสนเทศด้านความยั่งยืน รวมถึงการสื่อสารและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง นับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการปลูกจิตสำนึกที่ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยด้วย

2. ภาครัฐฯ รวมถึงหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง นอกจากจะต้องดำเนินนโยบายตามที่กำหนดไว้อย่างเป็นรูปธรรมแล้ว การสร้างความชัดเจนของรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการและประชาชน/ผู้บริโภคก็เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นเช่นกันต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยอีกด้วย

3. ชุมชนและกลุ่มทางสังคมในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก ควรสร้างระบบการจัดการแบบมีส่วนร่วมในการดูแลติดตาม และการรณรงค์/ปลูกจิตสำนึกเพื่อส่งเสริมต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืน จำเป็นต้องดำเนินการบริหารจัดการและบูรณาการเครื่องมือด้านการบริหารจัดการต่างๆ อย่างเหมาะสมและถูกต้องกับสถานการณ์

อย่างไรก็ตามการวิจัยนี้ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบโดยนักท่องเที่ยวไทยในช่วงระยะเวลาที่การระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งนับเป็นข้อจำกัดหนึ่งที่เกิดขึ้นกับการวิจัยในครั้งนี้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงข้อจำกัดหรือปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคสู่รูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทยที่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องประสบอยู่ทั้งในส่วนของภาครัฐบาล สื่อ ชุมชนและกลุ่มทางสังคม

2. การศึกษาปัจจัยที่เป็นอุปสรรค/ยังยั้งต่อการเปลี่ยนผ่านพฤติกรรมบริโภคที่ส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืนของนักท่องเที่ยวไทย

เอกสารอ้างอิง

กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. สำนักงานจังหวัดพิษณุโลก. (2563). *แผนพัฒนาจังหวัดพิษณุโลก ระยะเวลา 20 ปี (พ.ศ. 2563 -2582)*. สืบค้น 15 พฤษภาคม 15, 2563. จาก <https://www.opsmoac.go.th/phitsanulok-strategic-files-421191791803>.

- จุกาทิพย์ คล้ายทับทิม. (2553). *การเมืองเรื่องสิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- ไฉไล ศักดิ์วิรพงศ์. (2555). พันธกรณีร่วมกันของประเทศสมาชิกในการประชุมนานาชาติ มีผลต่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การผลิตที่ยั่งยืนในประเทศไทย. *วารสารร่วมพฤษภูมิ มหาวิทยาลัยเกริก*, 31(1), 26-48.
- นภัส น้ำใจตรง. (2561). *พฤติกรรมกรรมการจัดการขยะมูลฝอยของชุมชนในตำบลกระทู้มั่ง อำเภอสว่างพราน จังหวัดนครปฐม*. (วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- ปวีณา คำพุกกะ. (2556). *วิจัยธุรกิจ*. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- เผด็จ จินดา. (2553). ระบบสารสนเทศ ชุมชน เพื่อ การ พัฒนา อย่าง ยั่งยืน. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*, 28(1). มกราคม-เมษายน, 93-106.
- พงศ์สัมพันธ์ ศรีสมทรัพย์ และปิยะนุช เงินคล้าย. (2550). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ. คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัตนาวดี ไสจุล. (2558). *พฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวเรือนวายชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สมชาย เพชรอำไพ และสุทธรรศน์ สิทธิศักดิ์. (2563). รูปแบบการจัดการขยะมูลฝอยของจังหวัด พิษณุโลก. *วารสารวิชาการกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ*, 16(2), 57-67.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก. (2563). *สถิติด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก ปี 2560-2563*. สืบค้น 30 มิถุนายน 2563 จาก https://phitsanulok.mots.go.th/more_news.php?cid=49.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สำนักนายกรัฐมนตรี. (2561). *ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. 2561*. สืบค้น 17 เมษายน 2563 จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5628&filename=gross_regional.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2560). *แผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2560-2564*. สืบค้น 15 เมษายน 2563. จาก <http://www.onep.go.th/ebook/spd/environment-plan-2560-2564.pdf>.
- สุพิร์ ดาวเรือง. (2561). *พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเรื่องการรักษาสีสิ่งแวดล้อม: ผลกระทบของการไหลล้นจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนตัวไปสู่การทำงาน*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- สุสิทธิ์ สุบัน. (2562). การจัดการพลังงาน ชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนนาเหลียง อำเภอเวียงสา จังหวัดน่าน. *วารสารพัฒนาลังคม*, 21(2), 45-63.
- Birtwistle, G., & Moore, C. M. (2007). Fashion clothing—where does it all end up?. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(3), 210-216.
- Camison, C. (2020). Competitiveness and Sustainability in Tourist Firms and Destinations. *Sustainability*, 12(6), 1-6.
- Chayomchai, A. (2019). Key Factors Affecting Product Awareness and Purchase Decision: A Study on Green Marketing and Consumer Attitudes in Green-Based City. *Asian Administration and Management Review*, 2(2), 10-22.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.

- Feijoo, G., & Moreira, M. T. (2020). Fostering environmental awareness towards responsible food consumption and reduced food waste in Chemical Engineering students. *Education for Chemical Engineers*.
- Han, H., Chua, B. L., Ariza-Montes, A., & Untaru, E. N. (2020). Effect of environmental corporate social responsibility on green attitude and norm activation process for sustainable consumption: Airline versus restaurant. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1851-1864.
- Jnr, Bogolo. A., Majid, M. A., & Romli, A. (2019). Green information technology adoption towards a sustainability policy agenda for government-based institutions. *Journal of Science and Technology Policy Management*.
- Khan, F., Ahmed, W., Najmi, A., & Younus, M. (2019). Managing plastic waste disposal by assessing consumers' recycling behavior: the case of a densely populated developing country. *Environmental Science and Pollution Research*, 26(32), 33054-33066.
- Lee, K. (2009). Gender differences in Hong Kong adolescent consumers' green purchasing behavior. *Journal of consumer marketing*.
- Lerro, M., Raimondo, M., & Freda, R. (2016). DETERMINANTS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SUPPORT: A CONSUMERS' PERSPECTIVE. *Quality-access to success*, 17.
- Maccioni, L., Borgianni, Y., & Basso, D. (2019). Value perception of green products: an exploratory study combining conscious answers and unconscious behavioral aspects. *Sustainability*, 11(5), 1226.
- McKercher, B., Pang, S. F., & Prideaux, B. (2011). Do gender and nationality affect attitudes towards tourism and the environment?. *International Journal of Tourism Research*, 13(3), 266-300.
- Meleis, A. I., Sawyer, L. M., Im, E. O., Messias, D. K. H., & Schumacher, K. (2000). Experiencing transitions: an emerging middle-range theory. *Advances in nursing science*, 23(1), 12-28.
- Montgomery, D. C., Peck, E. A., & Vining, G. G. (2021). *Introduction to linear regression analysis*. John Wiley & Sons.
- Ölander, F & Thøgersen, J. (1995). Understanding of consumer behaviour as a prerequisite for environmental protection. *Journal of consumer policy*, 18(4), 345-385.
- Passafaro, P. (2020). Attitudes and tourists' sustainable behavior: An overview of the literature and discussion of some theoretical and methodological issues. *Journal of Travel Research*, 59(4), 579-601.
- Patwary, A. K., Omar, H., & Tahir, S. (2021). The impact of perceived environmental responsibility on tourists' intention to visit green hotel: the mediating role of attitude. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 34(1), 9-13.

- Rajmohan, K. V. S., Ramya, C., Viswanathan, M. R., & Varjani, S. (2019). Plastic pollutants: effective waste management for pollution control and abatement. *Current Opinion in Environmental Science & Health*, 12, 72-84.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Roxas, F. M. Y., Rivera, J. P. R., & Gutierrez, E. L. M. (2020). Mapping stakeholders' roles in governing sustainable tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 387-398.
- Schiffmanm, L.G. & Kanuk, L.L. (2007). *Consumer Behavior*. 9th Edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Stender, M., & Walter, A. (2019). The role of social sustainability in building assessment. *Building Research & Information*, 47(5), 598-610.
- Stringer, T., Mortimer, G., & Payne, A. R. (2020). Do ethical concerns and personal values influence the purchase intention of fast-fashion clothing?. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rdEd. New York. Harper and Row Publications.
- Torkington, K., Stanford, D., & Guiver, J. (2020). Discourse (s) of growth and sustainability in national tourism policy documents. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(7), 1041-1062.
- Vainio, A., Pulkka, A., Paloniemi, R., Varho, V., & Tapio, P. (2020). Citizens' sustainable, future-oriented energy behaviours in energy transition. *Journal of Cleaner Production*, 245.
- Vlek, C., & Steg, L. (2007). Human Behavior and Environmental Sustainability: Problems, Driving Forces and Research Topics. *Journal of social issues*, 63(1), 1-19.
- Wang, L., Wong, P. P., & Narayanan, E. A. (2020). The demographic impact of consumer green purchase intention toward green hotel selection in China. *Tourism and Hospitality Research*, 20(2), 210-222.
- Young, W., Hwang, K., McDonald, S., & Oates, C. J. (2010). Sustainable consumption: green consumer behaviour when purchasing products. *Sustainable development*, 18(1), 20-31.
- Zhang, X., & Wakkary, R. (2011). Design analysis: understanding e-waste recycling by generation y. In *Proceedings of the 2011 Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces* (pp. 1-8).
- Zhao, W., & Huang, L. (2020, February). Marketing Management Learning Dynamic Fermentation Innovation Based on Knowledge Information Ecosystem. In *The International Conference on Cyber Security Intelligence and Analytics* (pp. 289-294). Springer, Cham.