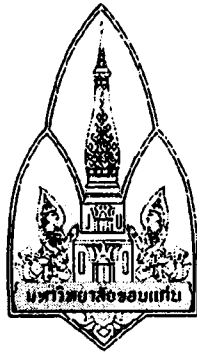


ได้รับกิตติมถนาการ



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

เรื่อง

แนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนต่ออนาคตการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

THE FUTURE OF SUSTAINABLE TOURISM

DUE TO THE YOUTH TRAVEL FORM PREDISPOSITIONS

โดย

รองศาสตราจารย์ ดร.นพมาศ สุวชาติ

๖ ๑๔๐๘๒๑๑๒

๑๗๓๑๘๐๑๑

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

กันยายน 2555

## บทคัดย่อ

ชื่อโครงการ : แนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนต่ออนาคตการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ระยะเวลาโครงการ : วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2554 ถึง วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2555

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนด้วยการวัดค่าการบริโภคสีเขียวและค่าการเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำแนกกลุ่มเยาวชนตามระดับการท่องเที่ยวสีเขียว จำแนกกลุ่มตามความกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้ได้ศึกษากิจกรรมนันทนาการที่มีผลต่อการจำแนกกลุ่มตามความกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามได้คำตอบจากเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 19 ถึง 24 ปี จำนวน 900 คน ผลการวิจัยพบว่าเยาวชนส่วนใหญ่มีการบริโภคสีเขียวในระดับมาก ( $\bar{X}=2.72$ ) มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก ( $\bar{X}=2.68$ ) การบริโภคสีเขียวมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกกลุ่มตามสีเขียว 6 ระดับ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มสีเขียวเข้มร้อยละ 65.6 กลุ่มสีเขียวปานกลางร้อยละ 25.7 กลุ่มสีเขียวเข้มมากร้อยละ 7.8 กลุ่มสีเขียวอ่อนร้อยละ 0.8 และกลุ่มสีเขียวอ่อนมากร้อยละ 0.2 โดยที่ อายุ เพศ การศึกษา รายได้ ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการจำแนกกลุ่มนี้ เขตท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการจำแนกกลุ่มตามระดับสีเขียว เมื่อทำการจำแนกรูปแบบวิถีชีวิตด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมนันทนาการ 24 ประเภท พบว่า เยาวชนมีรูปแบบวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน 6 รูปแบบ ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งชื่อดังนี้ กลุ่มสุขภาพและสิ่งแวดล้อม กลุ่มประสบการณ์ตื่นเต้น รื่นเริงสังสรรค์ กลุ่มสนใจภาพยนตร์ กลุ่มสนใจวัฒนธรรม กลุ่มกิจกรรมในอาคาร และกลุ่มแสวงหาความรู้ รูปแบบวิถีชีวิตทั้ง 6 แบบนี้อธิบายความผันแปรของความชอบในกิจกรรมนันทนาการได้ร้อยละ 56.6 เมื่อใช้เทคนิคการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มเพื่อศึกษากิจกรรมนันทนาการที่มีผลต่อการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมออกจากกลุ่มกระตือรือร้นน้อย พบว่า การเป็นอาสาสมัคร การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการปกป้องและฟื้นฟูธรรมชาติ การฟังเพลงคลาสสิก การเข้าร่วมกิจกรรมในเทศกาลต่างๆ การเล่นกีฬา และการอ่านหนังสือตำราเรียน (ตามลำดับ) มีผลต่อการจำแนกกลุ่มนี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการจำแนกกลุ่มตามความกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า เยาวชนร้อยละ 79.1 เป็นกลุ่มกระตือรือร้นน้อยต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และร้อยละ 20.9 เป็นกลุ่มกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยที่ อายุ เพศ การศึกษา และรายได้ ไม่มีผลต่อการจำแนกกลุ่มนี้

คำสำคัญ: แนวโน้ม การท่องเที่ยว เยาวชน การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รูปแบบวิถีชีวิต

## ABSTRACT

**Project Title:** THE FUTURE OF SUSTAINABLE TOURISM DUE TO THE YOUTH TRAVEL FORM PREDISPOSITIONS

**Project Duration:** December, 1, 2011 - September, 30, 2012.

This research has the objective for studies the youth travel form predispositions, with green consumers values and environment-friendly-travel (EFT) values measurement. To classify the youth travel by green values level and separate green consumers from the not so green. This research also investigates the role of leisure activities toward EFT activeness categories. The main research instrument employed for this study was questionnaires that were self-administered to 900 respondents. A respondent must be 19 - 24 years old. The results showed high green consumer values ( $\bar{X}=2.72$ ), and high EFT values ( $\bar{X}=2.68$ ). There were statistically significant relationship between green consumer values and EFT values. When classified the youth by green shading, there were five major forms of EFT travel; very dark green, dark green, medium green, light green, and very light green. We found that 65.6% of youth were dark green group, 25.7% were medium green group, 7.8% were very dark green, 0.8% were light green group, and 0.2% were very light green group. There were no statistically significant differences based on age, gender, education, and income. The tourism area preference was the importance factor of distinguish between these groups. Factor analysis was used to reduce the youths' assessment of importance of 24 leisure activities in life into six different cultural patterns. We termed these patterns "health and environmental concern", "adventure, fun and party", "interest in movie", "interest in culture", "indoor", and "interest in learning." These six patterns explained 56.6% of the variance in youth preferences. Discriminant analysis was used to explore the importance leisure activities preference factor of separate green consumers (active group) from the not so green (less active group). There were statistically significant differences based on voluntary service, environment/nature conservation, classic music, special event, sports, and books, respectively. When classified the youth by activeness categories. We found that 79.1% of youth were less active group, 20.9 % were active group. There were no statistically significant differences based on age, gender, education, and income.

**Keywords :** Predisposition, Travel, Youth, Environment-Friendly Travel , Cultural Pattern

## คำนำ

ทรัพยากรธรรมชาติเป็นองค์ประกอบหลักที่นำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวและถือเป็นทุนชนิดหนึ่งและเป็นปัจจัยการผลิตที่ใช้สร้างรายได้ให้ประเทศอย่างต่อเนื่อง ธรรมชาติที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวมากเกินไปโดยไม่มีการควบคุมอย่างเหมาะสมย่อมนำให้เกิดปัญหาความไม่ยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวตามมา ในขณะที่การท่องเที่ยวได้สร้างสินค้าและบริการจำนวนหนึ่งขึ้นมาก็มีการปลดปล่อยของเสียตามมาด้วย ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งทำลายธรรมชาติและหากไม่มีการจัดการที่ดี ในที่สุดก็จะส่งผลให้เกิดมลภาวะ การเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมอันเกิดจากการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ หากเยาวชนในปัจจุบันไม่ตระหนัก รับผิดชอบต่อคุณค่าของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ตระหนัก รับผิดชอบต่อภัยคุกคามจากภาวะโลกร้อนที่มีต่อการท่องเที่ยว ไม่เห็นความสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ขาดจิตสำนึกของอารยธรรมรักษ์สิ่งแวดล้อม การยอมปล่อยให้ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวเสื่อมโทรม จะส่งผลกระทบต่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเป็นการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนและไม่เป็นธรรมต่อชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้ใช้ทรัพยากรมาแต่เดิม ปัญหาความเสื่อมโทรมและผลกระทบต่างๆ ทำให้ทรัพยากรท่องเที่ยวด้วยคุณค่าลงไม่อาจสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเยี่ยมเยือนเหมือนเดิมได้อีก ก็ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในพื้นที่ได้รับผลกระทบต่อไปได้ นอกจากนี้ยังมีประเด็นผลกระทบด้านทรัพยากรธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้สถานการณ์และแนวโน้มความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทวีความรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะปัญหามลพิษ อุณหภูมิโลกที่ร้อนขึ้น การกัดเซาะของชายฝั่ง ภาวะภัยแล้งและน้ำท่วม ส่งผลกระทบต่อความงดงามและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง หากนักท่องเที่ยวขาดความตระหนัก ระมัดระวังด้านสิ่งแวดล้อม ปล่อยปละละเลย มั่งง่าย หรือแม้กระทั่งกระทำการใดๆ ที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ที่มีผลกระทบในด้านลบ ก็ย่อมเป็นสาเหตุของการทำลายสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งทรัพยากรหรือชุมชนต่างๆ ให้เสื่อมโทรมลงไป อาจกล่าวได้ว่าประชาชนผู้บริโภคก็มีส่วนก่อให้เกิดปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าภาคธุรกิจ ดังนั้น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจึงเป็นเรื่องประชาชนทั่วไปควรสนใจ และการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นและไม่กระทบต่อสภาพแวดล้อม ถึงแม้ว่า การท่องเที่ยวมีผลกระทบทางลบต่อมรดกทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และสังคมของชุมชนท้องถิ่น สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวก็ยังเป็นส่วนสำคัญต่อชุมชนที่เป็นจุดหมายทางการท่องเที่ยวโดยอาจเป็นแหล่งรายได้หลักและแหล่งการจ้างงานสำหรับคนท้องถิ่น แต่หากมีการวางแผนและการจัดการที่ดี การท่องเที่ยวก็จะกลายเป็นพลังผลักดันให้เกิดการอนุรักษ์มรดกเหล่านั้นไว้ให้อยู่คู่กับชุมชนสืบไป

รองศาสตราจารย์ ดร. นพมาศ สุวชาติ

กันยายน พ.ศ. 2555

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจาก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ประจำปีงบประมาณเงินรายได้ 2555

## สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อ	1
	ABSTRACT	2
	คำนำ	3
	กิตติกรรมประกาศ	4
	สารบัญ	6
	สารบัญตาราง	8
	สารบัญภาพ	10
บทที่	ชื่อหัวข้อ	หน้าที่
1	<b>บทนำ</b>	1
	ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย	1
	วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	1
	กรอบแนวความคิด สมมุติฐานของการวิจัย	3
	ขอบเขตการศึกษา	8
	ข้อตกลงเบื้องต้น	9
	นิยามศัพท์เฉพาะ	6
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
2	<b>การทบทวนวรรณกรรมและสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง</b>	11
	ผู้บริโภคนิสัย	11
	นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	12
	การสร้างหัวใจสีเขียวในฐานะนักท่องเที่ยว	15
	ลักษณะเด่นของนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	16
	รูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชน	17
	ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน	17
	การบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	18
	แนวคิด “เที่ยวหัวใจใหม่...เมืองไทยยั่งยืน”	19
	การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	21
	แนวทางการปฏิบัติสู่การเป็นนักท่องเที่ยวสีเขียว	22
	งานวิจัยเกี่ยวกับผู้บริโภคนิสัยและนักท่องเที่ยวสีเขียว	24
	โครงการศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ	25
	สังคมและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ : กรณีศึกษาอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน	
3	<b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>	29
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
	มาตรฐานค่า	32
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	34

บทที่	ชื่อหัวข้อ	หน้า
	ระเบียบวิธีวิจัยโดยสรุป	39
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	40
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล	40
	ผลการวิเคราะห์เพื่อประเมินค่าผู้บริโภคนีเซีย	44
	ผลการวิเคราะห์เพื่อประเมินค่าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	45
	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคนีเซียกับการท่องเที่ยว EFT	46
	ผลการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มเยาวชนตามระดับความแตกต่างของนีเซีย	47
	ผลการวิเคราะห์การใช้เวลาว่างของเยาวชน	50
	ผลการวิเคราะห์รูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชน	68
	ผลการจัดกลุ่มเยาวชนตามระดับความกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	78
	ผลการวิเคราะห์กิจกรรมนันทนาการที่มีผลในการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้น	79
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มกระตือรือร้น	96
5	สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	99
	สรุปและอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ที่ 1	99
	สรุปและอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ที่ 2	100
	สรุปและอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ที่ 3	100
	สรุปและอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ที่ 4	100
	สรุปและอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ที่ 5	101
	สรุปผล ตามวัตถุประสงค์ที่ 6	102
	สรุปและอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ที่ 7	103
	สรุปและอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ที่ 8	103
	ข้อเสนอแนะในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	104
	บรรณานุกรม	106
	ภาคผนวก	110

## สารบัญตาราง

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้าที่
1.1	โครงสร้างแบบสอบถาม	7
2.1	ตัวแปรจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	13
2.2	โครงสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	27
3.1	กลุ่มตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์	30
3.2	สรุประเบียบวิธีวิจัย	39
4.1	การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลภูมิศาสตร์	40
4.2	การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	42
4.3	การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	43
4.4	การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	43
4.5	การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	43
4.6	การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเขตการท่องเที่ยว	44
4.7	ค่าเฉลี่ยผู้บริโภคนิสัยเที่ยวของเยาวชน	44
4.8	ค่าเฉลี่ยการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	45
4.9	Chi-Square Tests และค่าสถิติ Contingency Coefficient	46
4.10	รูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนจำแนกตามระดับความแตกต่างของสีเขียว	47
4.11	Kruskal-Wallis test results for profile	48
4.12	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการเป็นอาสาสมัคร	51
4.13	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อกิจกรรมกลางแจ้ง	51
4.14	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อกิจกรรมเกี่ยวกับโภชนาการ	52
4.15	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพ	52
4.16	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ	53
4.17	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อกิจกรรมในโทรศัพท์เคลื่อนที่	53
4.18	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม	54
4.19	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการเล่นกีฬา	54
4.20	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์	55
4.21	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่องานเลี้ยงสังสรรค์	55
4.22	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการหารายได้เมื่อมีเวลาว่าง	56
4.23	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการเล่นดนตรีและร้องเพลง	56
4.24	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการดูโทรทัศน์	57
4.25	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการดูละครเวที	57
4.26	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อกิจกรรมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์	58
4.27	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการดูหนังในโรงภาพยนตร์	58
4.28	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการเดินทางท่องเที่ยว	59
4.29	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการเดินร่ำ	59
4.30	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อเพลงคลาสสิก	60



4.31	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อเพลงป๊อป/ร็อก/อื่นๆ	60
4.32	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อศิลปะหัตถกรรม	61
4.33	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการไปอยู่กับเพื่อน	61
4.34	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการอ่านนิตยสาร/การ์ตูน	62
4.35	จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการอ่านหนังสือ/ตำรา	62
4.36	การจัดอันดับความสำคัญของกิจกรรมในวิถีชีวิตของเยาวชน	63
4.37	Kruskal-Wallis test results for leisure activities	64
4.38	ความสำคัญของกิจกรรมนันทนาการแต่ละประเภทจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยว	65
4.39	KMO and Bartlett's Test	69
4.40	ค่า Initial Communalities และ Extraction Communalities	69
4.41	ค่าความผันแปรทั้งหมด (Total Variance)	71
4.42	Component Matrix	72
4.43	Rotated Component Matrix	73
4.44	ผลการจำแนกกลุ่มด้วยเทคนิค Factor Analysis	75
4.45	Weighted factors rating for component	77
4.46	จำนวน ร้อยละจำแนกตาม Activeness categories	79
4.47	Test of Normality	80
4.48	Box's M Test of Equality of Covariance Matrices	81
4.49	ค่าสถิติของแต่ละตัวแปรจำแนกในแต่ละกลุ่ม	82
4.50	Tests of Equality of Group Means	84
4.51	Leisure Activities with regard to tourism products-Active VS. Less Active Groups	85
4.52	Pooled within-Groups Matrices	86
4.53	Variables Entered/Removed	88
4.54	Variables in Analysis	88
4.55	Variables Not in Analysis	89
4.56	Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients	94
4.57	Structure Matrix	94
4.58	Functions at Group Centroids	95
4.59	Prior Probabilities for Groups	95
4.60	Classification Results	95
4.61	Predicted Group for Analysis	96
4.62	Chi-Square Tests อายุและActiveness Categories	96
4.63	Chi-Square Tests เพศและActiveness Categories	97
4.64	Chi-Square Tests ระดับการศึกษาและActiveness Categories	97
4.65	Chi-Square Tests รายได้และActiveness Categories	98
4.66	กิจกรรมนันทนาการที่สำคัญมีผลต่อการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้น	103

## สารบัญภาพ

### ชื่อภาพ

- |     |  |        |
|-----|--|--------|
| 1.1 | กรอบแนวความคิดงานวิจัย   | หน้า 7 |
| 2.1 | Characteristics of Hard and Soft Ecotourism                          | 14     |
| 5.1 | สัดส่วนร้อยละแต่ละประเภทรูปแบบการท่องเที่ยวจำแนกด้วยค่าเฉลี่ยสีเขียว | 100    |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งของโลกที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่หลากหลายประเภทตั้งแต่ความงามหรือความโดดเด่นของธรรมชาติทั้งทางบกและชายฝั่งทะเล ความวิจิตรของศิลปะและความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ไปจนถึงวิถีชีวิตชุมชนชนบทในภูมิภาคต่างๆ ประกอบด้วยคนไทยมีลักษณะนิสัยจิตใจอบอุ่นเอื้อเฟื้อและเป็นมิตร จึงทำให้ประเทศไทยมีภาพลักษณ์โดยรวมเป็นที่ชื่นชอบและกล่าวถึงของชาวโลกมาเป็นเวลาช้านาน ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย เช่น โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2550). การท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจไทย) โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาท (รายงานเศรษฐกิจและการเงิน ปี 2553. ธนาคารแห่งประเทศไทย) แม้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะให้ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจเป็นมูลค่าสูงและให้ประโยชน์แก่สังคมในหลายด้าน ขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็ว มุ่งเน้นแต่ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจในระยะสั้น ขาดการควบคุมและการกำหนดทิศทางการพัฒนา ก็ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว เพราะการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องพึ่งพาอาศัยทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จึงพบว่าแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม ความโดดเด่นหรือเอกลักษณ์ถูกเปลี่ยนแปลง ตัวอย่างเช่น ผลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนนอกพื้นที่มาท่องเที่ยวอำเภอป่าบอนจำนวนมาก แม้สภาพทางเศรษฐกิจจะดีขึ้น แต่ส่งผลกระทบต่อสภาพสังคมอำเภอป่าบอน มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบอาชีพ วิถีชีวิตความเป็นอยู่เปลี่ยนไป เกิดแหล่งมั่วสุม มีเสียงดังจากแหล่งท่องเที่ยว ยามค่ำคืน สร้างค่านิยมบริโภคสูง มีปัญหาการจราจรในเขตเมือง และมีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของอาชญากรรมด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ มีปัญหาการบุกรุกพื้นที่สาธารณะหรือเขตอนุรักษ์ เกิดปัญหาการเพิ่มของขยะในแหล่งท่องเที่ยว (วรลักษณ์ จรรย์รักษ์และคณะ, 2551). โครงการศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ : กรณีศึกษาอำเภอป่าบอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน) อีกตัวอย่างของการทำลายสภาพแวดล้อมและโบราณวัตถุที่โบราณสถานเวียงกุมกาม มีนักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่ชอบปีนป่ายโบราณสถาน รวมถึงขีดเขียน สลักชื่อตัวเองลงไปบนก้อนอิฐ (จากการสำรวจ 24 ก.ค. 53) ยังมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการและสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับนักท่องเที่ยว ยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จนเกินขีดความสามารถรองรับได้ของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่บนธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ปัญหาความเสื่อมโทรมและผลกระทบต่างๆ ก็มากขึ้น วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตก็เปลี่ยนแปลงไป การขยายตัวของ การท่องเที่ยวโดยเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จากแหล่งท่องเที่ยวในขณะที่การรองรับขยายไปไม่ทัน ถึงแม้ว่ามีผลต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ คนในพื้นที่ท่องเที่ยวพึ่งพิงการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลัก ปัญหาความเสื่อมโทรมและผลกระทบต่างๆ ทำให้

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้วยคุณค่าลงไม่อาจสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเยี่ยมชมเหมือนเดิมได้อีก ก็ส่งผลต่อเศรษฐกิจในพื้นที่ได้รับผลกระทบต่อไปได้ นอกจากนี้ยังมีประเด็นผลกระทบด้านทรัพยากรธรรมชาติและ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่งผลให้สถานการณ์และแนวโน้มความเสื่อมโทรมของ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทวีความรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะปัญหามลพิษ อุณหภูมิโลกที่ร้อนขึ้น การกัดเซาะของชายฝั่ง ภาวะภัยแล้งและน้ำท่วม ส่งผลต่อความงดงามและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ หลายแห่ง หากนักท่องเที่ยวขาดความตระหนัก ระมัดระวังด้านสิ่งแวดล้อม ปล่อยปละละเลย มักร่าง หรือ แม้กระทั่งกระทำการใดๆ ที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ที่มีผลกระทบในด้านลบ ก็ย่อมเป็นสาเหตุของการทำลายสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งทรัพยากร หรือชุมชนต่างๆ ให้เสื่อมโทรมลงไป อาจกล่าวได้ว่าประชาชนผู้บริโภคมีส่วนร่วม ก่อให้เกิดปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าภาคธุรกิจ ดังนั้น การอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจึงเป็นเรื่องประชาชนทั่วไปควรสนใจ และการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องใช้ ความระมัดระวังในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นและไม่กระทบต่อสภาพแวดล้อม ถึงแม้ว่า การท่องเที่ยวมีผลกระทบทางลบต่อมรดกทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และสังคมของชุมชนท้องถิ่น สำหรับ ประเทศไทย การท่องเที่ยวก็ยังเป็นส่วนสำคัญต่อชุมชนที่เป็นจุดหมายทางการท่องเที่ยวโดยอาจเป็นแหล่ง รายได้หลักและแหล่งการจ้างงานสำหรับคนท้องถิ่น แต่หากมีการวางแผนและการจัดการที่ดี การท่องเที่ยวก็ จะกลายเป็นพลังผลักดันให้เกิดการอนุรักษ์มรดกเหล่านั้นไว้ให้อยู่คู่กับชุมชนสืบไป

ยุทธศาสตร์การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ หากเยาวชนในปัจจุบันไม่ตระหนัก รับรู้ถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและภัยคุกคามจากภาวะโลกร้อนที่มีต่อการท่องเที่ยว ไม่เห็นความสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม ขาดจิตสำนึกของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพราะการปล่อยให้ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นทรัพยากร ท่องเที่ยวเสื่อมโทรม จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเป็นการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนและไม่เป็นธรรมต่อ ชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้ใช้ทรัพยากรมาแต่เดิม (มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, 2555. การท่องเที่ยวไทย จากนโยบายสู่ราก หญ้า. หน้าที่ 58) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับการ บริโภคและการท่องเที่ยวของเยาวชน รวมถึงศึกษาการใช้เวลาว่างและกิจกรรมนันทนาการที่มีอิทธิพลใน การจำแนกกลุ่มกระตือรือร้นต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงบรรยายโดยใช้ระเบียบวิธี วิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อประเมินค่าการบริโภคสีเขียวของเยาวชน
2. เพื่อประเมินค่าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของเยาวชน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคสีเขียวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
4. เพื่อจัดกลุ่มเยาวชนตามระดับความแตกต่างของสีเขียว (Green Shading Categories)
5. เพื่อศึกษาการใช้เวลาว่างของเยาวชน
6. เพื่อศึกษารูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชน
7. เพื่อจำแนกกลุ่มเยาวชนตามระดับความกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Activeness Categories)
8. เพื่อศึกษากิจกรรมนันทนาการที่มีผลในการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้น (active consumers) และ กลุ่มกระตือรือร้นน้อย (less active consumers) ต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

## กรอบแนวความคิด สมมติฐานของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาแนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนด้วยการวัดระดับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับการบริโภค (การประเมินค่าความเป็นผู้บริโภคสีเขียว (Green Consumer Values) จากงานวิจัยของ Haws, Winterich, และ Naylor. 2010.) และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของเยาวชน (การประเมินค่าความเป็นนักท่องเที่ยวสีเขียว เกณฑ์ตาม ททท. 2554 และ คัดแปลงจากงานวิจัยของ Weaver and Lawton, 2002) ในที่นี้ เรียกว่า แบบวัดระดับกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environment-friendly Activity Scale) รวมถึงศึกษารูปแบบวิถีชีวิต (จากกิจกรรมที่กระทำในเวลาว่าง) โดยใช้ตัวแปรกิจกรรมนันทนาการตามงานวิจัยของ Elisabeth, Stefan, Thomas, and Manuela. (2010) บูรณาการกับประเภทกิจกรรมนันทนาการที่จัดทำโดยกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (แผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2550-2554)

เนื่องจาก “ผู้บริโภคสีเขียว” “การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” และ “รูปแบบวิถีชีวิต” มีลักษณะเป็นความคิดเชิงปัญหา ซึ่งเป็นการยากที่จะทำการวัดได้โดยตรง จึงจำเป็นต้องกำหนดความคิดเชิงปัญหาดังกล่าวให้ออกมาในรูปแบบเชิงโครงสร้าง (construct) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนิยามความคิดรวบยอดของ “ผู้บริโภคสีเขียว” “การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” และ “รูปแบบวิถีชีวิต” ให้ออกมาเป็นรูปของนิยามเชิงปฏิบัติการ (operational definition) ดังนี้

ผู้บริโภคสีเขียว (Green consumer) หมายถึง บุคคลที่มีความตระหนักถึงผลกระทบจากการซื้อและการบริโภคสินค้าต่อสิ่งแวดล้อม (Haws, Winterich, and Naylor. 2010.) หลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบด้านลบ (negative impact) ซึ่งมีความตระหนักถึงผลกระทบหลายประเด็น เช่น สุขภาพของคนและสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรจำนวนมาก การทิ้งโดยไม่จำเป็น การทารุณสัตว์ การใช้วัสดุที่เป็นอันตราย และ/หรือ ส่งผลร้ายต่อประเทศอื่นๆ (Elkington and Hailes. 1988.) โดยที่

ตัวแปรที่จะใช้ในการประเมินค่าความเป็นผู้บริโภคสีเขียว ประกอบด้วย 6 รายการดังนี้

1. การให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ที่ใช้/ซื้อที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม
2. เมื่อต้องตัดสินใจทำสิ่งใดหรือปฏิบัติการใดๆ จะตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมาก
3. ในการซื้อสินค้าจะตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมทุกครั้ง
4. มีความตระหนักถึงการลดลงของทรัพยากรบนโลก
5. ประกาศได้ว่าเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
6. พฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนใหญ่ไม่มีความสะดวกสบาย ทั้งนี้เพื่อเพิ่มระดับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environment-friendly Tourism) หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวด้วยใจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เคารพในวิถีแห่งธรรมชาติ ตระหนักและระมัดระวังผลกระทบที่จะตามมาทุกครั้งที่ประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เลือกกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เลือกท่องเที่ยวชุมชนสีเขียว ไปเรียนรู้และทำความเข้าใจการอยู่ร่วมกันของชุมชนที่เกื้อกูลต่อการรักษา ทรัพยากรธรรมชาติ แทนการไปเที่ยวชมที่เน้นไปทางวัฒนธรรม เลือกการเดินทางในประเทศและภายในพื้นที่ที่ประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานทดแทน ลดพึ่งพาการใช้รถยนต์ให้น้อยที่สุด ถ้าเป็นไปได้ก็ใช้บริการขนส่งสาธารณะ หรือใช้บริการรถไฟ หลีกเลี่ยงการเดินทางด้วยเครื่องบิน สนับสนุนโรงแรมที่มีมาตรการประหยัดพลังงานหรือบริการสีเขียว มีระบบบริหารจัดการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ให้ความร่วมมือกับโรงแรมด้วยการประหยัดน้ำ ไม่เปลี่ยนผ้าเช็ดตัวหรือผ้าปูที่นอนทุกวัน เยือนแหล่งท่องเที่ยวสีเขียวให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการโดยคำนึงถึงเรื่องการรักษาความยั่งยืนของ

หรือช่วยกันเป็นหูเป็นตา ร่วมดูแลสิ่งแวดล้อมในทุก ๆ ที่ที่ไปเยือน เพิ่มสีเขียวให้ธรรมชาติ  
 หรือกิจกรรมคืนความเขียวขจีและความสมบูรณ์สู่สิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่า เก็บขยะ และอื่น ๆ (สืบค้น 1  
 พฤษภาคม 2555 จาก [www.environnet.in.th](http://www.environnet.in.th)) โดยที่

ตัวแปรที่จะใช้ในการประเมินค่าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 23 รายการดังนี้

1. ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
2. การปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว
3. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว
4. ระยะเวลาเพื่อการท่องเที่ยว
5. ขนาดของกลุ่ม
6. การใช้พลังงานในการท่องเที่ยว
7. การพึ่งพาตนเอง/ทดสอบความสามารถ
8. การได้รับการบริการระหว่างท่องเที่ยว
9. มุ่งเน้นแสวงหาประสบการณ์ด้วยตัวเอง
10. การจัดโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยว
11. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบและปัญหาจากการท่องเที่ยวก่อนออกเดินทางและระหว่างที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว
12. คัดแยกขยะและทิ้งตามประเภทในที่ที่จัดให้
13. นำขยะและสิ่งปฏิกูลออกจากแหล่งท่องเที่ยวไปจัดการเอง
14. ใช้ยานพาหนะในแหล่งท่องเที่ยวที่ประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานทดแทนและปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุด
15. เลือกรายการนำเที่ยวที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด
16. ตั้งเดินที่พักแรมในบริเวณที่จัดให้เท่านั้น
17. เดินตามเส้นทางที่จัดให้เท่านั้น ไม่เคยเดินลัด หรือ เดินออกนอกเส้นทางเลยในระหว่างท่องเที่ยว
18. ไม่เคยให้อาหารสัตว์ป่าทุกชนิดในระหว่างท่องเที่ยว
19. ไม่เคยสัมผัสหรือแตะต้องตัวสัตว์ป่าในระหว่างท่องเที่ยว
20. ไม่ซื้อชิ้นส่วนของสัตว์หรือโบราณวัตถุ หรือสินค้าที่ทำจากสัตว์ หรือพืชที่หายาก หรือกำลังสูญพันธุ์ เช่น กระเป๋าหนังหรือขนสัตว์ กระจดองหอย และเต่าทะเล เป็นต้น
21. ไม่เก็บรวบรวมซากพืชซากสัตว์ เปลือกหอย ก้อนหิน และอื่นๆ มาเป็นสมบัติของตัวเอง
22. แจ้งถึงการฝ่าฝืนหรือกระทำผิดกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวอื่นให้เจ้าหน้าที่รับผิดชอบรับทราบ
23. ไม่เคยแสดงกริยาท่าทางหรือใช้คำพูดที่สื่อไปในทางลบหลู่ ไม่ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น

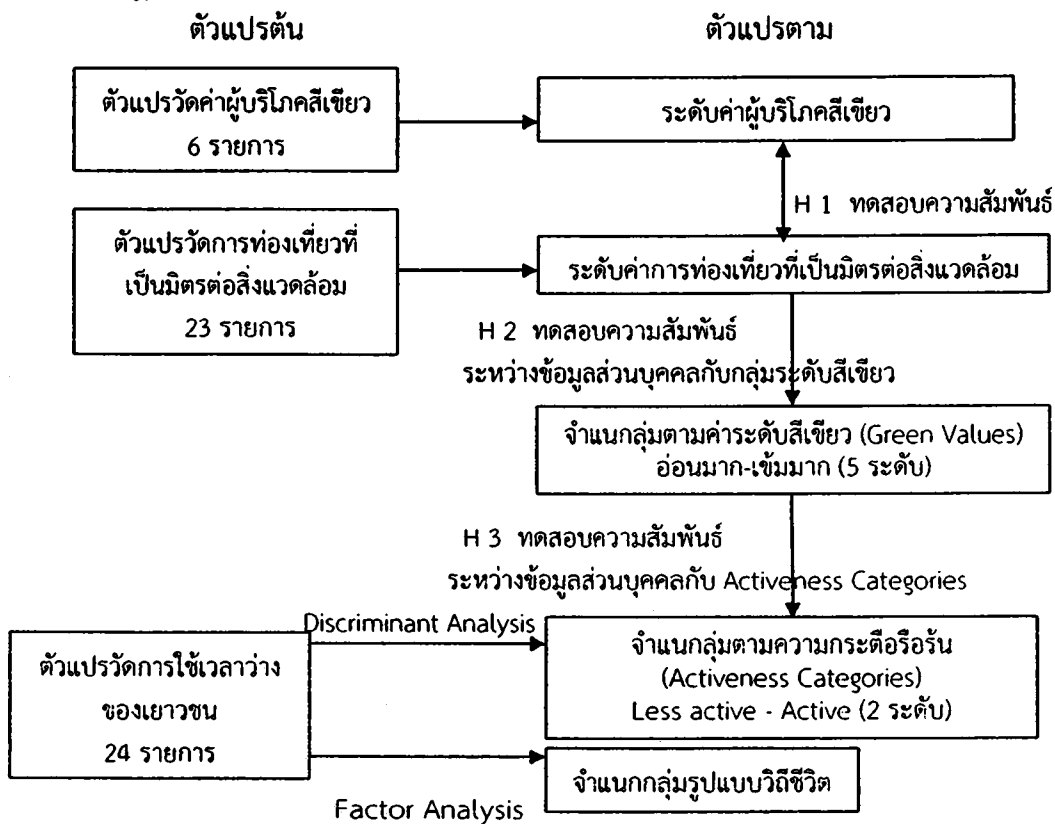
รูปแบบวิถีชีวิต (Cultural Patterns) หมายถึง กิจกรรมที่กระทำในยามว่างจากภารกิจงานประจำ หรือที่เรียกว่า นันทนาการ โดยที่ ตัวแปรที่จะใช้ในการประเมินรูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชน พัฒนามาจากงานวิจัยของ Elisabeth, Stefan, Thomas, and Manuela. (2010) บูรณาการกับกิจกรรมนันทนาการที่จัดทำโดยกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (แผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2550-2554) ประกอบด้วย 24 รายการดังนี้

1. การบริการอาสาสมัคร (Voluntary Service)
2. กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปีนเขา ซี่จักรยาน (hiking/biking/outdoor)
3. กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ(อาหารเพื่อสุขภาพ) (Nutrition)
4. กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ (Health)

<sup>1</sup> นันทนาการ (recreation) หมายถึง กิจกรรมที่กระทำในยามว่างจากภารกิจงานประจำ ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมกระทำด้วยความสมัครใจและมีความพึงพอใจ โดยกิจกรรมนั้นไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และกฎหมายบ้านเมือง ทำให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตดี (แผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ พ.ศ. 2550 - 2554 โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

9. กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ (Special Event)
6. กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone)
7. กิจกรรมเพื่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (environment/nature conservation)
8. กีฬา (Sports)
9. ขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์ (Car/motorbike)
10. งานเลี้ยงสังสรรค์ (Party)
11. ใช้เวลาว่างในการหารายได้ (Income)
12. ดนตรีและร้องเพลง (Music and Singing)
13. ดูโทรทัศน์ (Television)
14. ดูละคร (Theater)
15. ดูนั่ง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วีดีโอ (computer/video)
16. ดูนั่งในโรงภาพยนตร์ (Cinema)
17. เดินทางท่องเที่ยว (Traveling)
18. เต้นรำ (Dances)
19. ฟังเพลงคลาสสิก (classic music)
20. ฟังเพลงป๊อป/ร็อก (pop/rock music)
21. ศิลปหัตถกรรม (Art and Crafts)
22. อยู่กับเพื่อน (Friends)
23. อ่านนิตยสาร/การ์ตูน (Journals/comics)
24. อ่านหนังสือ (books)

จากนิยามเชิงปฏิบัติการข้างต้น แสดงเป็นภาพกรอบแนวความคิดงานวิจัย ตามภาพที่ 1.1 ต่อไปนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคซีเรียกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

$H_1$  : การบริโภคซีเรียมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

$H_0$  : การบริโภคซีเรียไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ  $r = 0$

$H_1$  : การบริโภคซีเรียมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ  $r \neq 0$

การปฏิเสธ  $H_0$  พิจารณาจากค่า Sig. จากผลลัพธ์โดยการคำนวณด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปทางสถิติ โดยจะปฏิเสธ  $H_0$  ถ้า Significance ของค่าสถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ในที่นี้ กำหนดให้ ยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ 5% หรือ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05 หรือ  $\alpha = .05$

สมมติฐานที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (อายุ, เพศ, การศึกษา, รายได้, และ เขตท่องเที่ยว)กับรูปแบบการท่องเที่ยวตามระดับค่าซีเรีย

$H_2$  : ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (อายุ, เพศ, การศึกษา, รายได้, และ เขตท่องเที่ยว)มีความสัมพันธ์กับการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยว

$H_0$  : ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (อายุ, เพศ, การศึกษา, รายได้, และ เขตท่องเที่ยว) ไม่มีความสัมพันธ์กับการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยว หรือ  $r = 0$

$H_1$  : ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (อายุ, เพศ, การศึกษา, รายได้, และ เขตท่องเที่ยว) มีความสัมพันธ์กับการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยว หรือ  $r \neq 0$

การปฏิเสธ  $H_0$  พิจารณาจากค่า Sig. จากผลลัพธ์โดยการคำนวณด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปทางสถิติ โดยจะปฏิเสธ  $H_0$  ถ้า Significance ของค่าสถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ในที่นี้ กำหนดให้ ยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ 5% หรือ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05 หรือ  $\alpha = .05$

สมมติฐานที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับ Activeness Categories

ข้อมูลส่วนบุคคลของสมมติฐานที่ 3 หมายถึง อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เพื่ออธิบายลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic characteristics) ของกลุ่ม active consumers และ less active consumers ในที่นี้ ผู้วิจัยใช้สถิติทดสอบ Pearson Chi-Square (คำนวณโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร "Activeness Categories" (2 ระดับ) กับตัวแปร "ลักษณะด้านประชากรศาสตร์" ประกอบด้วย อายุ(6 ระดับ) เพศ(2 ระดับ) ระดับการศึกษา(4 ระดับ) และรายได้(6 ระดับ)

$H_3$  : ข้อมูลส่วนบุคคล (อายุ, เพศ, การศึกษา, รายได้)มีความสัมพันธ์กับการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้น

$H_0$  : ข้อมูลส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้น หรือ  $r = 0$

$H_1$  : ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้น หรือ  $r \neq 0$

เขตปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  ถ้า Sig. ของสถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $\alpha = 0.05$ )



จากการกำหนดค่านิยามเชิงปฏิบัติการและกรอบแนวคิดนำไปสู่โครงสร้างข้อคำถามและกลุ่มค่า  
ที่ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม ดังตารางที่ 1.1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1 โครงสร้างแบบสอบถาม

ตัวแปรหลัก	ตัวแปรย่อย	กลุ่มค่าประเมินค่า	ตีความ
1. ความเป็น ผู้บริโภคสีเขียว Green Consumer Values	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ที่ใช้/ซื้อที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>2. เมื่อต้องตัดสินใจทำสิ่งใดหรือปฏิบัติการใดๆจะตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมาก</li> <li>3. ในการซื้อสินค้าจะตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมทุกครั้ง</li> <li>4. มีความตระหนักถึงการลดลงของทรัพยากรบนโลก</li> <li>5. ประกาศได้ว่าเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>6. พฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนใหญ่ไม่มีความสะดวกสบาย ทั้งนี้เพื่อเพิ่มระดับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น</li> </ol>	ไม่เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง-เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง (สเกล 5 ระดับ)	ไม่เห็นด้วย = ความเป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมน้อย เห็นด้วย=ความ เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมสูง
2. ความเป็น นักท่องเที่ยวสีเขียว Environment- friendly- tourist Scale	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>8. การปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>9. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว</li> <li>10. ระยะเวลาเพื่อการท่องเที่ยว</li> <li>11. ขนาดของกลุ่ม</li> <li>12. การใช้พลังกำลังในการท่องเที่ยว</li> <li>13. การพึ่งพาตนเอง/ทดสอบความสามารถ</li> <li>14. การได้รับการบริการระหว่างท่องเที่ยว</li> <li>15. มุ่งเน้นแสวงหาประสบการณ์ด้วยตัวเอง</li> <li>16. การจัดโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยว</li> <li>17. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบและปัญหาจากการท่องเที่ยวก่อนออกเดินทางและระหว่างที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>18. คัดแยกขยะและทิ้งตามประเภทในที่ที่จัดให้</li> <li>19. นำขยะและสิ่งปฏิกูลออกจากแหล่งท่องเที่ยวไปจัดการเอง</li> <li>20. ใช้ยานพาหนะในแหล่งท่องเที่ยวที่ประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานทดแทนและปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุด</li> <li>21. เลือกรายการนำเที่ยวที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด</li> <li>22. ตั้งเดินที่พักแรมในบริเวณที่จัดให้เท่านั้น</li> <li>23. เดินตามเส้นทางที่จัดให้เท่านั้น ไม่เคยเดินลัด หรือ เดินออกนอกเส้นทางเลยในระหว่างท่องเที่ยว</li> <li>24. ไม่เคยให้อาหารสัตว์ป่าทุกชนิดในระหว่างท่องเที่ยว</li> <li>25. ไม่เคยสัมผัสหรือแตะต้องตัวสัตว์ป่าในระหว่างท่องเที่ยว</li> <li>26. ไม่ซื้อชิ้นส่วนของสัตว์หรือโบราณวัตถุ หรือสินค้าที่ทำจากสัตว์หรือพืชที่หายาก หรือกำลังสูญพันธุ์ เช่น กระเป๋าหนังหรือขนสัตว์ กระดองหอย และเต่าทะเล เป็นต้น</li> <li>27. ไม่เก็บรวบรวมซากพืชซากสัตว์ เปลือกหอย ก้อนหิน และอื่นๆ มาเป็นสมบัติของตัวเอง</li> <li>28. แจ้งถึงการฝ่าฝืนหรือกระทำผิดกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวอื่นให้เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบรับทราบ ไม่เคยแสดงกริยาทำทางหรือใช้คำพูดที่สื่อไปในทางลบหลู่ ไม่ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น</li> </ol>	ไม่เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง-เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง (สเกล 5 ระดับ)	ไม่เห็นด้วย = ความเป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมน้อย เห็นด้วย=ความ เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมสูง

ตารางที่ 1.1 โครงสร้างแบบสอบถาม (ต่อ)

ประเภทหลัก	ตัวแปรย่อย	กลุ่มค่าประเมินค่า	ตีความ
กิจกรรม นันทนาการ	1. การบริการอาสาสมัคร (Voluntary Service) 2. กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปีนเขา ซี่จักรยาน (hiking/biking/outdoor) 3. กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ(อาหารเพื่อสุขภาพ) (Nutrition) 4. กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ (Health) 5. กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ (Special Event) กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone) 7. กิจกรรมเพื่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (environment/nature conservation) 8. กีฬา (Sports) 9. ขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์ (Car/motorbike) 10. งานเลี้ยงสังสรรค์ (Party) 11. ใช้เวลาว่างในการหารายได้ (Income) 12. ดนตรีและร้องเพลง (Music and Singing) 13. ดูโทรทัศน์ (Television) 14. ดูละคร (Theater) 15. ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วีดีโอ (computer/video) 16. ดูหนังในโรงภาพยนตร์ (Cinema) 17. เดินทางท่องเที่ยว (Traveling) 18. เต้นรำ (Dances) 19. ฟังเพลงคลาสสิก (classic music) 20. ฟังเพลงป๊อป/ร็อก (pop/rock music) 21. ศิลปหัตถกรรม (Art and Crafts) 22. ไปอยู่กับเพื่อน (Friends) 23. อ่านนิตยสาร/การ์ตูน (Journals/comics) 24. อ่านหนังสือ/ตำราเรียน (books)	ไม่ชอบเลย-ชอบ มากที่สุด (สเกล 5 ระดับ)	ไม่ชอบ= ไม่สำคัญต่อวิถี ชีวิต ชอบ = สำคัญต่อ วิถีชีวิต

#### ขอบเขตการศึกษา

1. งานวิจัยนี้ทำการประเมินแนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนด้วยการวัดระดับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับการบริโภค (การประเมินค่าความเป็นผู้บริโภคสีเขียว จากงานวิจัยของ Haws, Winterich, และ Naylor. 2010.) และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของเยาวชน (การประเมินค่าความเป็นนักท่องเที่ยวสีเขียว เกณฑ์ตาม ททท. 2554 และตัวแปรจากงานวิจัยของ Weaver and Lawton, 2002) ในที่นี้ เรียกว่า แบบวัดระดับกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environment-friendly Activity Scale) รวมถึงศึกษารูปแบบวิถีชีวิต (จากกิจกรรมที่กระทำในเวลาว่าง) โดยใช้ตัวแปรกิจกรรมนันทนาการตามงานวิจัยของ Elisabeth, Stefan, Thomas, and Manuela. (2010) บูรณาการกับประเภทกิจกรรมนันทนาการที่จัดทำโดยกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (แผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2550-2554)

2. พื้นที่ที่ทำการเก็บข้อมูล คือ แหล่งท่องเที่ยวของวัยรุ่นและสถาบันการศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด

3. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2555 ถึง 15 สิงหาคม 2555

4. ขอบเขตด้านประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะสำรวจข้อมูลจากบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 19 ปี และมีเพศไม่เกิน 24 ปีบริบูรณ์

#### เครื่องมือเบื้องต้น

การประเมินค่าความเป็นผู้บริโภคสีเขียว การประเมินค่าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการศึกษารูปแบบวิถีชีวิต (จากกิจกรรมที่กระทำในเวลาว่าง) ได้กำหนดมาตรฐานค่าของ Likert 5-point-type of Summated Rating Scales. สุชีรา ภักทรายุทธวรรณ์. 2545. คู่มือการวัดทางจิตวิทยา. หน้าที่ 149) กำหนดให้สเกลที่ใช้วัด มีค่าคะแนน 5 ระดับ โดยค่าน้อยที่สุด คือ เลข 0 และมากที่สุด คือ เลข 4 เป็นการกำหนดค่าอย่างชัดเจน จึงได้ข้อมูลเชิงปริมาณ (เป็นมาตรการวัดระดับเรียงอันดับ หรือ ordinal measurement scale) ที่ใช้เพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงปริมาณได้

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้บริโภคสีเขียว (Green Consumer) หรือ ผู้บริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environment-friendly Consumer) หมายถึง บุคคลที่มีความตระหนักถึงผลกระทบจากการซื้อและการบริโภคสินค้าต่อสิ่งแวดล้อม (Haws, Winterich, and Naylor. 2010.) หลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบด้านลบ ซึ่งมีความตระหนักถึงผลกระทบหลายประเด็น เช่น สุขภาพของคนและสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรจำนวนมาก การทิ้งโดยไม่จำเป็น การทารุณสัตว์ การใช้วัสดุที่เป็นอันตราย และ/หรือ ส่งผลร้ายต่อประเทศอื่นๆ (Elkington and Hailes. 1988.)

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environment-friendly Tourism) หมายถึง ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวด้วยใจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เคารพในวิถีแห่งธรรมชาติ ตระหนักและระมัดระวังผลกระทบที่จะตามมาทุกครั้งที่ประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เลือกกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เลือกท่องเที่ยวชุมชนสีเขียว ไปเรียนรู้และทำความเข้าใจการอยู่ร่วมกันของชุมชนที่เกื้อกูลต่อการรักษา ทรัพยากรธรรมชาติ แทนการไปเที่ยวชมที่เน้นไปทางวัฒนธรรม เลือกการเดินทางในประเทศและภายในพื้นที่ที่ประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานทดแทน ลดพึ่งพาการใช้รถยนต์ให้น้อยที่สุด ถ้าเป็นไปได้ก็ใช้บริการขนส่งสาธารณะ หรือใช้บริการรถไฟ หลีกเลี่ยงการเดินทางด้วยเครื่องบิน สนับสนุนโรงแรมที่มีมาตรการประหยัดพลังงานหรือบริการสีเขียว มีระบบบริหารจัดการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ให้ความร่วมมือกับโรงแรมด้วยการประหยัดน้ำ ไม่เปลี่ยนผ้าเช็ดตัวหรือผ้าปูที่นอนทุกวัน เยือนแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการโดยคำนึงถึงเรื่องการรักษาความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ หรือช่วยกันเป็นหูเป็นตาร่วมดูแลสิ่งแวดล้อมในทุก ๆ ที่ที่ไปเยือน เพิ่มสีเขียวให้ธรรมชาติ ทำกิจกรรมคืนความเขียวขจีและความสมบูรณ์สู่สิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่า เก็บขยะ และอื่น ๆ

รูปแบบวิถีชีวิต (Cultural Pattern) หมายถึง รูปแบบการใช้ชีวิตที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่เยาวชนนิยมกระทำเมื่อมีเวลาว่าง เป็นการจัดกลุ่มเยาวชนที่มีความชอบคล้ายกันไว้ในกลุ่มเดียวกัน หรือ เรียกว่า มีรูปแบบวิถีชีวิตคล้ายกัน

ระยะเวลาดำเนินการ ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2554 - 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555

แผนการดำเนินงานตลอดโครงการ

แผนการปฏิบัติงาน ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2554 - 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 ตามผังการทำงานดังนี้

กิจกรรม	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.
	54	55.										
1. ออกแบบงานวิจัยและขออนุมัติ	→											
2. พัฒนาแบบสอบถาม			→									
3. การรวบรวมข้อมูล									→			
4. บันทึกข้อมูล									→			
5. ประมวลผลและวิเคราะห์										→		
6. สรุปผลและจัดพิมพ์รายงานฉบับสมบูรณ์											→	
7. จัดทำบทความวิจัยภาษาอังกฤษ												→
8. ตรวจสอบความถูกต้องของการใช้ภาษาต่างประเทศโดยสถาบันภาษาต่างประเทศ												→
9. เผยแพร่ผลงานวิจัย												→

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- นำผลวิจัยไปใช้ในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวมุ่งความสำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวชน
- เพื่อส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่จะผนวกเข้ากับปัญหาโลกร้อน ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมของโลกและเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศ
- เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนและสมดุลกับสภาพแวดล้อม
- เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถพัฒนาแบบยั่งยืนและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก
- เพื่อปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้สมดุล
- เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามกรอบนโยบายรัฐบาล
- เพื่อกำหนดเป้าหมายทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ชัดเจน เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้เป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน
- เป็นการดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะเวลา ยาวนานจนถึงชั่วลูกชั่วหลาน มิใช่เพียงเพื่อคนรุ่นปัจจุบันเท่านั้น

## การทบทวนวรรณกรรมและสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

### การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้เป็นการวัดระดับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคและการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษารูปแบบการใช้เวลาว่างของเยาวชน ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และรูปแบบการใช้เวลาว่างของเยาวชน ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหัวข้อสำคัญต่างๆ ได้แก่

1. ผู้บริโภคสีเขียว (K. L. Haws, K. P. Winterich, and R. W. Naylor. 2010.)
2. นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Weaver and Lawton. 2002.)
3. การสร้าง หัวใจสีเขียว ในฐานะนักท่องเที่ยว (คู่มือผู้ประกอบการ-นักท่องเที่ยว เพื่อความเข้าใจภาวะโลกร้อน)
4. ลักษณะเด่นของนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (S. Dolnicar, G. I. Crouch, and P. Long. 2008.)
5. รูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชน (E. Gotschi, S. Yogel, T. Lindenthal, and M. Larcher. 2010.)
6. สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง
  - 6.1 ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน
  - 6.2 การบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
  - 6.3 แนวคิด “เที่ยวหัวใจใหม่...เมืองไทยยั่งยืน”
  - 6.4 การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
  - 6.5 แนวทางการปฏิบัติสู่การเป็นนักท่องเที่ยวสีเขียว
7. งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
  - 7.1 งานวิจัยเกี่ยวกับผู้บริโภคสีเขียวและนักท่องเที่ยวสีเขียว
  - 7.2 โครงการศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ : กรณีศึกษาอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน (วรลักษณ์ จรรย์รักษ์และคณะ. 2551.)

1. ผู้บริโภคสีเขียว (K. L. Haws, K. P. Winterich, and R. W. Naylor. 2010.)

Kelly L. Haws และคณะ (2010) ได้อธิบายความหมายของคำว่า “ผู้บริโภคสีเขียว หรือ Green consumer” ไว้ว่า ผู้บริโภคสีเขียวคือบุคคลที่มีความโน้มเอียงต่อความตระหนักถึงผลกระทบจากการซื้อและการบริโภคสินค้าต่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคที่มีค่านิยมสีเขียวอย่างเข้มข้น (stronger green values) จะตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญที่จะบริโภคโดยคำนึงถึงการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม Haws, Winterich, และ Naylor (2010) ได้พัฒนาเครื่องมือวัดค่าความเป็นผู้บริโภคสีเขียวจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจำนวนมากและให้ผู้บริโภควิพากษ์ด้วยแบบสอบถามปลายเปิด ต่อมานำไปสร้างเป็นแบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 58 รายการ/ข้อ แล้วนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 264 คน หลังจากนั้นได้ใช้เทคนิคการสกัดปัจจัย จัดกลุ่มตัวแปรให้คงเหลือตัวแปรสำคัญที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นผู้บริโภคสีเขียวได้อย่างดี ผลการสกัดปัจจัยนี้ทำให้มีตัวแปรจำแนก 6 รายการ ซึ่งมีค่า Reliability = 0.95 ผลวิจัยพบว่า

ทัศนคติสีเขียว (Green attitudes) มีความสัมพันธ์อย่างมากระหว่างการรายงานถึงพฤติกรรมสีเขียวของตนเอง และทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมจริงๆ ก็เป็นผู้ปฏิบัติตามแนวความคิดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย (actual green behavior) Haws, Winterich, และ Naylor ได้ระบุว่า การประเมินค่าความเป็นผู้บริโภคสีเขียว (Green Consumer Values) ประกอบด้วย 6 รายการดังนี้

1. ให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ที่ใช้/ซื้อที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม
2. เมื่อต้องตัดสินใจทำอะไรหรือปฏิบัติการใดๆ จะตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมาก
3. ในการซื้อสินค้าจะตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมทุกครั้ง
4. มีความตระหนักถึงการลดลงของทรัพยากรบนโลก
5. ประกาศได้ว่าเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
6. พฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนใหญ่ไม่มีความสุขสบาย ทั้งนี้เพื่อเพิ่มระดับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น

จากงานวิจัยของ Haws, Winterich, และ Naylor. (2010) ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นข้อคำถามในการประเมินค่าความเป็นผู้บริโภคสีเขียว (Green Consumer Values) หรือ มาตรฐานค่าความเป็นผู้บริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (William O. Bearden, Richard G. Netemeyer, and Kelly L. Haws. 2011. Multi-item Measures for Marketing and Consumer Behavior Research, 3<sup>rd</sup> edition. หน้า 172 – 173) ข้อคำถามที่สามารถบ่งบอกถึง Green Consumer Values ประกอบด้วย 6 รายการดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่ฉันใช้ ต้องไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นเรื่องสำคัญสำหรับฉันมาก
2. เมื่อต้องตัดสินใจทำอะไรหรือปฏิบัติการใดๆ ฉันตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมาก
3. ฉันตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมทุกครั้งเมื่อซื้อสินค้า
4. ฉันมีความตระหนักถึงการลดลงของทรัพยากรบนโลก
5. ฉันสามารถประกาศได้ว่าเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
6. ฉันมีความตั้งใจที่ไม่มีความสุขสบาย ทั้งนี้เพื่อเพิ่มระดับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น

## 2. นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ<sup>2</sup> (Weaver and Lawton, 2002)

งานวิจัยของ Weaver and Lawton, 2002 (โครงการวิจัยชื่อเรื่อง A study of overnight ecotourists in Lamington National Park, Australia.) พบว่านักท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีระดับความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันโดยพวกเขาได้จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม (Typologies of Ecotourists) คือ Harder, Softer และ Structured ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบเข้มข้น (Hard ecotourist) หมายถึง ผู้ที่ชอบผจญภัยในระดับสูง (ประกอบด้วย ความชอบใช้พลังกำลังในการท่องเที่ยวมาก ชอบการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแบบยาก ๆ ลำบาก ๆ ชอบการพึ่งพาตนเอง/ทดสอบความสามารถของตนเองมาก ชอบสภาพแวดล้อมที่เป็นป่าธรรมชาติ) มีความเอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อมในระดับสูง (ประกอบด้วย การใช้ทรัพยากรธรรมชาติน้อยที่สุดหรือลดลงอย่างมาก ลดการปล่อยมลพิษเข้าสู่สภาพแวดล้อมทุกเรื่องอย่างเคร่งครัด) สามารถการละทิ้งความสุขสบายได้ในระดับสูง (ประกอบด้วย ต้องการบริการระหว่างท่องเที่ยวเล็กน้อยและจัดโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยว

<sup>2</sup> ททท. ได้มอบหมายให้ราชบัณฑิตยสถานกำหนดความหมายของคำว่า Ecotourism คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เที่ยวยัง ภายใต้อาการจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ผู้เยี่ยมชม) มีความตั้งใจที่จะเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระยะเวลาสั้น (ประกอบด้วย มีวัตถุประสงค์พักผ่อนหย่อนใจเฉพาะและมีระยะเวลาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า 3 วัน) มีความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อมในระดับสูง ประกอบด้วย ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวทุกข้ออย่างเคร่งครัด จำนวนเพื่อนร่วมเดินทางไม่เกิน 3 คน)

2. นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบผ่อนปรน (Soft ecotourist) หมายถึง ผู้ที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับต่ำในทุกปัจจัย ได้แก่ ผู้ที่ชอบผจญภัยต่ำ มีความเอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ สามารถละทิ้งความสะดวกสบายได้ต่ำ มีความตั้งใจที่จะเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่ำ มีความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ

3. นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบผสม (Structured ecotourist) หมายถึง ผู้ที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผสมกันระหว่างแบบเข้มข้นและผ่อนปรน คือ มีความเอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อมในระดับสูง ความชอบใช้พลังกำลังในการท่องเที่ยวมาก แต่มีลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบผ่อนปรนด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ระยะเวลา ขนาดของกลุ่ม และมีความต้องการความสะดวกสบาย

Weaver and Lawton พบว่าตัวแปรหรือตัวชี้วัดสำคัญที่สามารถอธิบายความแตกต่างระหว่างกลุ่มได้ชัดเจนประกอบด้วย 10 ตัวแปรจำแนกกลุ่ม ตามตารางที่ 2.1 และ ภาพที่ 3.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตัวแปรจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ลำดับที่	ตัวแปรจำแนกกลุ่ม	กลุ่มค่าประเมินค่า
1	ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	น้อย - มาก
2	การปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว	ทำบ้าง บางข้อ - ทุกข้ออย่างเคร่งครัด
3	วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว	หลายอย่าง - พักผ่อนโดยเฉพาะ
4	ระยะเวลาเพื่อการท่องเที่ยว	1 ถึง 3 วัน - มากกว่า 3 วัน
5	ขนาดของกลุ่ม	ไม่จำกัด - ไม่เกิน 3 คน
6	การใช้พลังกำลังในการท่องเที่ยว	น้อย - มาก
7	การพึ่งพาตนเอง/ทดสอบความสามารถ	น้อย - มาก
8	การได้รับการบริการระหว่างท่องเที่ยว	บริการมาก - บริการเล็กน้อย
9	มุ่งเน้นแสวงหาประสบการณ์ด้วยตัวเอง	น้อย - มาก
10	การจัดโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยว	ซื้อแพ็คเกจทัวร์ - วางแผนและจัดการเองทั้งหมด

HARD (Active, Deep)	SOFT (Passive, Shallow)
the ecotourism spectrum	
Strong environment commitment	Moderate environment commitment
Enhance sustainability	Steady state sustainability
Specialized trips	Multi-purpose trips
Long trips	Shot trips
Small groups	Larger groups
Physically active	Physically passive
Physical challenge	Physical comfort
Few if any services expected	Services expected
Emphasis on personal experience	Emphasis on interpretation
Make own travel arrangements	Rely on travel agents and tour operators

Source : Weaver and Lawton, 2002

ภาพที่ ๑.1 Characteristics of Hard and Soft Ecotourism

จากงานวิจัยของ Weaver and Lawton (2002) ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นข้อคำถามในการประเมินค่าความเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environment-friendly Scale) ข้อคำถามที่สามารถบ่งบอกถึงนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 10 รายการดังนี้

1. ฉันตระหนักและระมัดระวังผลกระทบที่จะตามมาทุกครั้งที่ประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก
2. ฉันปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวและเชื่อฟังเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด
3. ฉันเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเพียงอย่างเดียว
4. ฉันกำหนดระยะเวลาเพื่อการท่องเที่ยวไม่เกิน 3 วัน
5. ฉันชอบมีเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยวไม่เกิน 3 คน
6. ฉันชอบการเดินทางท่องเที่ยวที่ต้องใช้พลังกำลังอย่างมาก
7. ฉันชอบการเดินทางท่องเที่ยวที่ทำหาย/ทดสอบความสามารถอย่างมาก
8. ฉันต้องการการบริการระหว่างท่องเที่ยวเพียงเล็กน้อยเท่านั้น
9. ฉันต้องการเรียนรู้จากประสบการณ์ด้วยตัวเองมากกว่าเรียนรู้จากแหล่งข้อมูล
10. ฉันวางแผนโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวและบริหารจัดการเกี่ยวกับการเดินทางทั้งหมดด้วยตัวเอง



5. การสร้าง หัวใจสีเขียว ในฐานะนักท่องเที่ยว (ผู้เยี่ยมชมธรรมชาติ) นักท่องเที่ยว เพื่อความเข้าใจภาวะ  
 2555). ททท. [http://7greens.tourismthailand.org/index.php?mode=greenvideo&type=green\\_heart](http://7greens.tourismthailand.org/index.php?mode=greenvideo&type=green_heart) เข้าถึง  
 (หน้า 2555)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จําแนกการส่งเสริมหัวใจสีเขียวสำหรับนักท่องเที่ยว โดยจัดทําเป็น  
 แนวทางการปฏิบัติที่สามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดผลอย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวที่ต้องการสร้างหัวใจสีเขียว  
 สามารถปฏิบัติได้ด้วยการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกชนิดต่างๆ ด้วยการ

1. ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อม กิจกรรม ผลกระทบและปัญหาของการ  
 จัดการจากเอกสารข้อมูลก่อนออกเดินทางและระหว่างที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว
2. ปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวและเชื่อฟังเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัดโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าแหล่ง  
 ท่องเที่ยวนั้นมีระบบนิเวศที่สำคัญและเปราะบาง หรือมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดีสูง หรือ  
 เป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเก่าแก่น่าศึกษาเรียนรู้
3. ทิ้งขยะและสิ่งปฏิกูลตามประเภทในที่ที่จัดให้ และหากสามารถนำขยะและสิ่งปฏิกูลออกจากแหล่ง  
 ท่องเที่ยวไปจัดการเองได้ ก็จะช่วยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
4. เลือกใช้ยานพาหนะในแหล่งท่องเที่ยวที่ประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานทดแทน และปล่อยก๊าซเรือน  
 กระจกน้อยที่สุด
5. ถ้าเลือกเดินทางโดยใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวให้เลือกโปรแกรมหรือรายการนำเที่ยวที่มีผลกระทบต่อ  
 ทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยววน้อยที่สุด
6. ดั้งเดินเท้าหรือปั่นจักรยานในบริเวณที่จัดให้เท่านั้น
7. ควรเดินตามเส้นทางที่จัดให้ ไม่ควรเดินลัด เพราะอาจเหยียบย่ำกล้าไม้ ลูกไม้ และ ก่อให้เกิดการกัดเซาะพังทลาย  
 ของดินเร็วขึ้น
8. ละเว้นการให้อาหารสัตว์ป่าทุกชนิด เพราะเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ผิดไปจากธรรมชาติ
9. ละเว้นการสัมผัสหรือแตะต้องตัวสัตว์ป่า
10. ไม่ซื้อชิ้นส่วนของสัตว์หรือโบราณวัตถุ หรือสินค้าที่ทำจากสัตว์ หรือพืชที่หายาก หรือกำลังสูญพันธุ์ เช่น  
 กระเป๋าหนังหรือขนสัตว์ กระดองหอย และเต่าทะเล เป็นต้น
11. ไม่เก็บรวบรวมซากพืชซากสัตว์ เปลือกหอย ก้อนหิน และอื่นๆ มาเป็นสมบัติของตัวเอง
12. แจ้งถึงการฝ่าฝืนหรือกระทำผิดกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวอื่นให้เจ้าหน้าที่ที่  
 รับผิดชอบรับทราบ
13. ไม่แสดงกริยาท่าทาง หรือใช้คำพูดที่สื่อไปในทางลบหลู่ ไม่ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของ  
 คนท้องถิ่น

จากแนวทางการสร้างหัวใจสีเขียวสำหรับนักท่องเที่ยว (2555) ผู้วิจัยได้นำมาดัดแปลงเพื่อใช้เป็นข้อ  
 คำถามในการประเมินค่าความเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environment-friendly Scale)  
 เพิ่มเติมจากของ Weaver and Lawton (2002) เพื่อให้ทันสมัยและครอบคลุมสิ่งที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
 ต้องการสร้างให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนในประเทศไทย ข้อคำถามที่เพิ่มเติมอีก 13 รายการ  
 ดังนี้

1. ฉันศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบและปัญหาจากการท่องเที่ยวก่อนออกเดินทางและระหว่างที่อยู่ใน  
 แหล่งท่องเที่ยวทุกครั้งที่ได้เดินทางท่องเที่ยว
2. ฉันคัดแยกขยะและทิ้งตามประเภทในที่ที่จัดให้
3. ฉันนำขยะและสิ่งปฏิกูลออกจากแหล่งท่องเที่ยวไปจัดการเอง

มิใช่ยานพาหนะในแหล่งท่องเที่ยวที่ประหลาดหรือแปลกประหลาดที่ใช้พลังงานทดแทนและปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุด

ฉันเลือกการรำน่าเที่ยวที่มีผลกระทบต่อทวีปหรือทวีปย่อยส่วนแวล้อมของแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด  
ฉันตั้งเต็นท์พักแรมในบริเวณที่จัดให้เท่านั้น

ฉันเดินตามเส้นทางที่จัดให้เท่านั้น ไม่เคยเดินลัด ทัด เดินออกนอกเส้นทางเลยในระหว่างท่องเที่ยว

ฉันไม่เคยให้อาหารสัตว์ป่าทุกชนิดในระหว่างท่องเที่ยว

ฉันไม่เคยสัมผัสหรือแตะต้องตัวสัตว์ป่าในระหว่างท่องเที่ยว

10. ฉันไม่ซื้อชิ้นส่วนของสัตว์หรือโบราณวัตถุ หรือสินค้าที่ทำจากสัตว์ หรือพืชที่หายาก หรือกำลังสูญพันธุ์ เช่น กระเป๋าหนังหรือขนสัตว์ กระดองหอย และเต่าทะเล เป็นต้น

11. ฉันไม่เก็บรวบรวมซากพืชซากสัตว์ เปลือกหอย ก้อนหิน และอื่นๆ มาเป็นสมบัติของตัวเอง

12. ฉันแจ้งถึงการฝ่าฝืนหรือกระทำผิดกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวอื่นให้เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบรับทราบ

13. ฉันไม่เคยแสดงกริยาท่าทางหรือใช้คำพูดที่ส่อไปในทางลบหลู่ ไม่ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น

4. ลักษณะเด่นของนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Sara Dolnicar, Geoffrey I. Crouch, and Patrick Long, 2008. บทความวิจัยชื่อ Environment-friendly Tourist: What Do We Really Know About Them?)

S. Dolnicar และคณะ ได้วิเคราะห์เนื้อหา(content analysis)จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(sustainable tourism) และ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(ecotourism) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environment-friendly Tourist: EFT) มีลักษณะเด่น 14 ข้อ (เรียงลำดับตามสัดส่วนงานวิจัยและความถี่) ดังนี้

1. ระดับการศึกษาสูง (ร้อยละ 20 จำนวน 8 เรื่อง)
2. อายุ วัยกลางคน (ร้อยละ 31 จำนวน 5 เรื่อง) ผู้สูงอายุ (ร้อยละ 13 จำนวน 2 เรื่อง)
3. มีความสนใจในการเรียนรู้ (ร้อยละ 38 จำนวน 6 เรื่อง)
4. ระดับรายได้สูง (ร้อยละ 31 จำนวน 5 เรื่อง)
5. มีความเกี่ยวข้อง/สัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมสูง(ร้อยละ 19 จำนวน 3 เรื่อง)
6. มีการใช้จ่ายสูง (ร้อยละ 13 จำนวน 2 เรื่อง)
7. มีตระหนักต่อสิ่งแวดล้อมสูง (ร้อยละ 13 จำนวน 2 เรื่อง)
8. มีความสนใจด้านวัฒนธรรม (ร้อยละ 13 จำนวน 2 เรื่อง)
9. เพศ หญิง (ร้อยละ 13 จำนวน 2 เรื่อง)
10. มีความสนใจเรื่องสุขภาพ (ร้อยละ 6 จำนวน 1 เรื่อง)
11. มีการเคลื่อนที่คล่องแคล่ว กระตือรือร้น (ร้อยละ 6 จำนวน 1 เรื่อง)
12. ค้นหาประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น ชอบผจญภัย (ร้อยละ 6 จำนวน 1 เรื่อง)
13. อาชีพ ระดับผู้เชี่ยวชาญ (Professional occupation) (ร้อยละ 6 จำนวน 1 เรื่อง)
14. ตั้งใจที่จะละทิ้งความสะดวกสบาย (ร้อยละ 6 จำนวน 1 เรื่อง)

จากลักษณะเด่น 14 ข้อของนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยพบว่า ข้อที่ 3, 5, 7, 8 และ 12 เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่กระทำในเวลาว่างได้ ดังนั้นผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนด

และปัจจัยแนวคิดด้าน รูปแบบการใช้เวลาว่างของคนไทย โดยยกมื่อนำมาบูรณาการกับงานวิจัยของ Elisabeth และคณะ (2010) เพื่อใช้เป็นข้อคำถามในการจัดกลุ่มเยาวชนตามกิจกรรมที่ชอบทำในเวลาว่าง (leisure activities) หรือที่เรียกว่า รูปแบบวิถีชีวิต (cultural patterns)

5. รูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชน (E. Gotscha, S. Vogel, T. Lindenthal, and M. Larcher. 2010.)

จากงานวิจัยของ Elisabeth, Stefan, Thomas, and Manuela. (2010) ได้ทำการสำรวจการใช้เวลาว่างของเยาวชนอายุ 14-20 ปี จำนวน 340 คน ในประเทศออสเตรีย โดยให้เยาวชนประเมินค่าความสำคัญของกิจกรรมในเวลาว่าง (leisure activities) 17 ชนิด จากนั้นได้ใช้เทคนิคการสกัดปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อหาค่าคะแนนความสัมพันธ์ใกล้เคียงกันไว้ในกลุ่มเดียวกันและค่า factor loading > 0.450 เท่านั้น ทำให้กิจกรรม 17 ชนิดลดเหลือ 4 รูปแบบ ซึ่ง Elisabeth และคณะ เรียกว่า รูปแบบวิถีชีวิต (cultural patterns) โดยการวิเคราะห์พบว่า เยาวชนมีรูปแบบวิถีชีวิต 4 รูปแบบ ได้แก่

1. วิถีชีวิตแบบคลาสสิก (Classic) เยาวชนในกลุ่มนี้ชอบดูละคร อ่านหนังสือและฟังเพลงคลาสสิก
2. วิถีชีวิตเพื่อสุขภาพ (Health) เยาวชนในกลุ่มนี้ทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ โภชนาการ กิจกรรมกลางแจ้ง กิจกรรมเพื่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการอยู่กับเพื่อน
3. วิถีชีวิตแบบสังสรรค์เฮฮา (Party & Fun) เยาวชนในกลุ่มนี้ชอบงานเลี้ยงสังสรรค์/เต้นรำ/ดูหนังเดินทางท่องเที่ยว ขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์ และใช้เวลาว่างในการหารายได้
4. วิถีชีวิตดิจิทัล (Digital) เยาวชนในกลุ่มนี้ชอบดูโทรทัศน์ ทำกิจกรรมที่มีเครื่องใช้ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนร่วมเช่น คอมพิวเตอร์ วิดีโอ ชอบอ่านนิตยสาร/หนังสือการ์ตูน

Elisabeth และคณะ พบว่า ค่า factor loading ของ กีฬาและเพลงป๊อป/ร็อก (pop/rock music) มีค่า < 0.45 จึงไม่สามารถจัดอยู่ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งได้ และไม่สามารถแยกออกเป็นองค์ประกอบหลัก (component) ได้ด้วย

จากงานวิจัยของ Elisabeth และคณะ ผู้วิจัยได้นำกิจกรรมทั้ง 17 ชนิดมาใช้ในการจัดกลุ่มสำหรับเยาวชนไทยต่อไป โดยจะนำ กีฬา และ เพลงป๊อป/ร็อก มาใช้เป็นตัวแปรด้วย

## 6. สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

### 6.1 ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน

การประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 14 (The 14th ASEAN Summit) ซึ่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพระหว่างวันที่ 27 กุมภาพันธ์ ถึงวันที่ 1 มีนาคม 2552 ประเทศอาเซียนได้มีมติเห็นชอบที่จะให้ความสำคัญในเรื่องการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาค (Intra-ASEAN Travel and Tourism) เพื่อให้เกิดการกระตุ้นทางเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวของอาเซียน ได้แก่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชน อาเซียนจึงสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวของเยาวชนโดยประกาศให้ปี 2552-2553 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวเยาวชน (Youth Travellers' Years 200-2010) การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียน ระหว่าง ปี 2554-2558 การส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมโยงของเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN Tourism Connectivity Corridors) และการสร้างมาตรการจูงใจให้นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอาเซียนเดินทางในภูมิภาคมากขึ้น การส่งเสริมการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางเรือสำหรับเยาวชน การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี อินเดียและรัสเซีย โดยเน้นการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนและประเทศเครือข่ายให้มากขึ้น ทั้งนี้ ประเทศไทยจะได้รับประโยชน์จากตลาดท่องเที่ยวอาเซียนและการสร้างจุดขายร่วมกับประเทศอาเซียนให้กับ

ที่เชื่อมโยงจากทั่วโลก โดยขณะนี้อาเซียนได้มีการจัดทำกรอบความตกลงยกเว้นการตรวจลงตรา (visa exemption) ให้กับนักท่องเที่ยวอาเซียนและกำลังเจรจาจัดทำความตกลง single visa ให้กับนักท่องเที่ยวจากประเทศที่สาม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาของไทยก็ได้จัดทำโครงการเพื่อสนับสนุนการเดินทางของเยาวชน 2 โครงการ ได้แก่ โครงการทูตท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Youth Ambassadors) ระหว่างวันที่ 15-24 มกราคม 2552 และโครงการฟุตบอลเยาวชนอาเซียน (ASEAN Youth Football Cup) ในเดือนมิถุนายน 2552

อาเซียนได้ร่วมหารือกันในการหาแนวทางการกระตุ้นธุรกิจการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจของโลกอยู่ในขณะนี้ โดยพยายามฟื้นฟูการท่องเที่ยวและจัดให้มีการนำเที่ยวในรูปแบบใหม่ เพื่อดึงดูดลูกค้า นอกจากนี้ยังได้มีการหารือกันถึงเรื่องการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2554-2558 (ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015) การส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมโยงของเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน การจัดตั้ง ASEAN Tourism Investment Corridor และวางแผนร่วมกันในการคัดเลือกโรงแรมในประเทศอาเซียนให้ใช้ชื่อ ASEAN Green Hotel การจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม รวมทั้งจัดฝึกอบรมภาษาให้กับมัคคุเทศก์ของสมาชิกอาเซียนและจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในเรื่องการตลาดให้กับเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน

## 6.2 การบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันการณรงค์ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นที่น่าสนใจแก่ประชาชนทั่วโลกนั้น ปัจจัยที่สำคัญมิใช่เฉพาะธุรกิจเท่านั้นที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ด้านประชาชนผู้บริโภคก็มีส่วนก่อให้เกิดปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ดังนั้น ผู้บริโภคที่จะช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน ทุกคนจึงมีภารกิจในการใช้ชีวิตตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงเข้านอน ในการบริโภค การใช้ทรัพยากรอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนใหญ่แล้วจะทำให้ต้องฝืนกับความสบาย และความฟุ่มเฟือยที่เป็นอยู่ เครื่องมือสำคัญของการปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิต คือ ความมีเหตุผล การมีสติในการใช้ชีวิต ที่สำคัญได้แก่ ทุกช่วงชีวิตที่ผ่านมาเราได้ใช้ทรัพยากรอย่างมหาศาล สำหรับคนหนึ่งคน ตั้งแต่เกิดจนตาย โดยไม่คำนึงถึงคนในรุ่นลูกหลาน การตอบสนองต่อการณรงค์ต่าง ๆ เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม พลังงานเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ แล้วก็จางหายไปแนวคิดการใช้ชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ จากกระแสการบริโภคแบบฟุ่มเฟือย สู่การบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือการบริโภคที่ยั่งยืน โดยมีมุมการปรับเปลี่ยนจากวิถีการบริโภคที่แตกต่างตามวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาคของโลก ประเทศไทยใช้หลักการเศรษฐกิจพอเพียงในการใช้ชีวิต การบริโภคที่พอดี พอประมาณ ตามความจำเป็นพื้นฐานและนำมาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยคำนึงถึงความสามารถที่รองรับได้ของระบบนิเวศน์ ซึ่งก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสุขในการดำเนินชีวิตที่สามารถพึ่งตนเองได้มีการแบ่งปันให้กับสังคมรอบข้าง และรักษาทรัพยากรให้สามารถใช้ในการกิจกรรมการผลิตและบริการอย่างต่อเนื่องไปถึงรุ่นอนาคต (เจริญพงศ์ มงคลหอมกุล. 2011. กลุ่มงานแผนสิ่งแวดล้อม. [www.manager.co.th](http://www.manager.co.th))

แนวคิดการใช้ชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเผยแพร่ต่อสาธารณชนโดยสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) (เจริญพงศ์ มงคลหอมกุล. 2011. กลุ่มงานแผนสิ่งแวดล้อม.) แนะนำดังนี้

1. เปลี่ยนหลอดไฟจากหลอดไส้เป็นหลอดตะเกียบ และเปลี่ยนหลอดฟลูออโร ( T8 ) เป็นหลอดฟลูออโรใหม่เบอร์ 5 ( T5 ) ซึ่งกินไฟเพียง 28 วัตต์ โดยหากเราเปลี่ยนมาใช้หลอด T5 แทนหลอด T8 ซึ่งมีอยู่ 200 ล้าน

1. ในครัวประเทศ จะประหยัดไฟได้ปีละ 9,000 ล้านบาทต่อปี ลดการนำเข้าเชื้อเพลิง 100 ล้านบาทต่อปี ลดการปล่อย CO<sub>2</sub> ได้ถึง 4,600 ล้านกิโลกรัม

2. แอร์ เป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าที่กินไฟสูงถึง 40% ของปริมาณการใช้ไฟฟ้าของบ้าน 1 หลัง การปรับอุณหภูมิแอร์ให้อยู่ที่ 25 องศาเซลเซียส ช่วยลดการใช้พลังงานลงได้ 5-10% และช่วยลด CO<sub>2</sub>

3. คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะทั่วไป กินไฟประมาณ 400-500 วัตต์ โดยตัว CPU กินไฟประมาณ 150 วัตต์ เปรียบเหมือนมอเตอร์ ที่ปัจจุบันนิยมใช้เป็นจอ LCD กินไฟประมาณ 300 วัตต์ หากต้องการหยุดใช้งาน คอมพิวเตอร์ชั่วคราว ควรปิดสวิตช์หน้าจอทุกครั้ง จะช่วยประหยัดพลังงาน และช่วยลด CO<sub>2</sub>

4. ปลุกต้นไม้ นอกจากจะช่วยเพิ่มความสดชื่น กรองฝุ่น กรองเสียง ยังช่วยบังแดดเป็นฉนวนกันความร้อนอีกด้วย โดยต้นไม้ สามารถดูดซับ CO<sub>2</sub> ตลอดอายุของต้นไม้

5. การขับรถ ควรใช้ความเร็วที่สม่ำเสมอ หรือตามที่กฎหมายกำหนด จะช่วยประหยัดน้ำมัน รวมทั้งยังช่วยเพิ่มความปลอดภัยและป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการเดินทาง โดยหากขับรถด้วยความเร็วไม่เกิน 90 กม./ชม. จะช่วยลดปริมาณ CO<sub>2</sub> ได้

6. การเปิดช่องหน้าต่าง ประตู จะทำให้ลมพัดผ่านเข้า - ออกตัวบ้าน ทำให้บ้านเย็นสบาย โดยในแต่ละห้องในบ้านควรเปิดทางให้ลมมีทางเข้า และทางออกเพื่อให้อากาศภายในถ่ายเทสะดวกและระบายความร้อนได้ดี ช่วยลดการใช้แอร์ลงได้

7. งดใช้ถุงพลาสติก ในแต่ละปีมีถุงพลาสติกถูกผลิตออกสู่ตลาดมากกว่า 50,000 ล้านถุง และมีเพียง 3% ของถุงพลาสติกที่ถูกนำไป “ รีไซเคิล ” กลับมาใช้ใหม่อีกครั้ง โดยถุงพลาสติกแต่ละใบต้องใช้เวลารวมถึงพันปี กว่าที่จะย่อยสลายหมดไปจากโลก

8. ถอดปลั๊กเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ได้ใช้งานทุกครั้ง เพราะเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เสียบปลั๊กทิ้งไว้ แม้จะปิดสวิตช์ไปแล้ว ยังคงเกิดแรงดันไฟฟ้าอยู่ การถอดปลั๊กเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ได้ใช้งานช่วยลด CO<sub>2</sub> ได้

9. หมั่นตรวจเช็คลมยาง ให้ตรงตามความต้องการของรถ เพราะหากยางสึกหรอหรือลมอ่อนจะทำให้การทรงตัวของรถไม่ดี และสิ้นเปลืองน้ำมัน ( ความดันลมยางต่ำกว่ามาตรฐานทุก 1 ปอนด์ต่อตารางนิ้ว จะทำให้สิ้นเปลืองน้ำมันเพิ่มขึ้น 2% ) และควรตรวจเช็คความดันลมยางอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือทุกๆ ระยะทาง 500 กิโลเมตร

10. บริโภคให้น้อยลง เน้นนโยบาย 4RS (Rethink, Reduce, Reuse, Recycle) ทำได้หลายวิธี อาทิ การใช้กระดาษให้มีประสิทธิภาพสูงสุด จะช่วยลดการตัดต้นไม้ลงได้ การกินอาหารก็ควรกินให้หมดไม่เหลือให้เป็นขยะเน่าเสีย ซึ่งการรีไซเคิลขยะในบ้าน จะช่วยลด CO<sub>2</sub>

ดังนั้น เพื่อเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการบริโภคอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประชาชนผู้บริโภค ต้องปรับพฤติกรรมการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของตนเองให้เป็นนิสัย และเมื่อสามารถปรับพฤติกรรมได้แล้ว ก็ช่วยเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์เป็นแบบอย่างให้กับบุคคลทั่วไป และสังคม พร้อมทั้งร่วมรณรงค์ลดกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างเช่นการใช้ของที่มีฉลากสีเขียว หรือวัสดุที่ทำมาจากธรรมชาติ

6.3 แนวคิด “เที่ยวหัวใจใหม่...เมืองไทยยั่งยืน” (<http://7greens.tourismthailand.org>. ททท. เข้าถึง 1 มค. 55)

ประเทศไทยได้เข้าร่วมลงนามและเป็นภาคีในกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (UNFCCC) รวมทั้งได้ร่วมลงนามรับรองพิธีสารโตเกียวร่วมรับผิดชอบการดำเนินการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ดังนั้น ประเทศไทยจะต้องเตรียมพร้อมรองรับผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยการคำนึงถึงการ

ท่องเที่ยวที่สะอาด (Green Tourism) การพัฒนาภาคฐานแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนาบุคลากรที่  
 ฝึกอบรมการการท่องเที่ยวในทุกระดับให้มีศักยภาพพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงบนพื้นฐานการเติบโตของ  
 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุลและยั่งยืน ดังนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกปัจจุบัน เริ่มก้าวเข้าสู่  
 ยุคของการเปลี่ยนถ่ายจากรูปแบบเก่าที่ยึดถือ “ปริมาณนักท่องเที่ยว” มาสู่รูปแบบใหม่ที่มุ่งเน้นถึงคุณภาพ  
 และความยั่งยืนหรือที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการรณรงค์ปลูก  
 ฝังให้นักท่องเที่ยวเกิดขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมรักษาแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ มี  
 แนวคิดตั้งอยู่บนฐานความสมดุลของมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งเสริม  
 และพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนได้อย่างแท้จริงนั้น จำเป็นจะต้องมีการปกป้องและบำรุงรักษา  
 สิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ส่งเสริมให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณโดยรอบ มีคุณภาพ  
 ชีวิตและความมั่นคงทางสังคมดีขึ้น และกระจายประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องด้วยความเป็น  
 ธรรม ตั้งแต่พ.ศ. 2553 ถึงพ.ศ. 2554 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ดำเนินงานรณรงค์เรื่องการ  
 ท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก ภายใต้กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้ สร้างจิตสำนึกให้  
 เยาวชน รักษาสิ่งแวดล้อม รวมถึงสร้างแนวคิดใหม่ในการท่องเที่ยวที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตามหลัก  
 แนวคิด “เที่ยวหัวใจใหม่...เมืองไทยยั่งยืน” ตามนโยบายของททท. โครงการปฏิญญารักษาสีเขียว พ.ศ.  
 2551 โดยจะสร้างการท่องเที่ยวแบบเบียดเบียนธรรมชาติให้น้อยลง คำนึงคุณค่าธรรมชาติให้มากขึ้น เพื่อดำเนิน  
 โครงการดังกล่าวอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม ททท. ได้กำหนดแนวคิด 7 Greens และกำหนดกรอบในการปฏิบัติงาน  
 ภายใต้แนวคิด 7 ประการ ที่อยู่บนพื้นฐานเกณฑ์มาตรฐานรับรองการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหรือการท่องเที่ยวที่  
 เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคมที่ใช้กันอยู่ในระดับสากล รวมทั้ง “เกณฑ์สำหรับการท่องเที่ยว  
 อย่างยั่งยืน” ที่จัดทำขึ้นโดยกองทุนสหประชาชาติ (UN Foundation) ร่วมกับหน่วยงานสากลอื่นๆ และธุรกิจ  
 การท่องเที่ยวขนาดใหญ่ของโลกในปี 2551 ซึ่งได้จัดทำมีพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือโครงการ  
 ปฏิญญา (Memorandum of Understanding) เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2552 ภารกิจของททท. ที่มีต่อ  
 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

1. Green Heart: หัวใจสีเขียว มีเป้าหมายเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มี  
 การรับรู้และตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและการปรับตัวเพื่อรับมือกับภาวะโลกร้อนพร้อมมีการปฏิบัติ  
 เพื่อรักษาสีเขียว และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยวิธีการที่ถูกต้องเหมาะสม โครงการที่สำคัญใน  
 ภารกิจหัวใจสีเขียวคือ โครงการเยาวชนท่องเที่ยวหัวใจสีเขียว เป็นโครงการที่ดำเนินงานต่อเนื่องตั้งแต่พ.ศ.  
 2553 ถึงพ.ศ. 2554 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการขยายฐานนักท่องเที่ยวในมิติการเรียนรู้ให้เพิ่มมากขึ้น และ  
 เป็นการส่งเสริมให้เยาวชนท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก สร้างสรรค์ ด้วยความ เข้าใจและด้วยหัวใจ รวมถึงสร้าง  
 แนวคิดใหม่ในการท่องเที่ยวที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตามหลักแนวคิด “เที่ยวหัวใจใหม่...เมืองไทยยั่งยืน”  
 ตอบสนองนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. Green Logistics: รูปแบบการเดินทางสีเขียว มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดปรับเปลี่ยนวิธีการเดินทาง  
 หรือรูปแบบการให้บริการด้านการคมนาคมขนส่ง เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเน้นการเสนอขาย  
 กิจกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ยานพาหนะที่เน้นการประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทน การลดการปล่อยก๊าซ  
 เรือนกระจกและช่วยรักษาสีเขียว เช่น การขี่จักรยาน การเดินทางด้วยขนส่งมวลชน (รถไฟ รถประจำ  
 ทาง) ในการนี้ ททท. ได้รณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อหรือเลือกใช้นโยบายที่ประหยัดพลังงานหรือใช้  
 พลังงานทดแทนที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวจากที่พักอาศัยไปยังแหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนและส่งเสริม  
 ผู้ประกอบการขนส่งทางการท่องเที่ยวทั้งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ รวมทั้งเครือข่ายธุรกิจปรับเปลี่ยนวิธี

กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสามารถลดการใช้พลังงานหรือใช้พลังงานทดแทนในรูปของภาษี หรือเงินจูงใจอื่นๆ

3. Green Attraction: แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว สนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาและบริหาร อย่างเป็นระบบตามกรอบนโยบายที่สะท้อนถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และมีปณิธานในการปกป้องและอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่เป็นหลัก มีการปฏิบัติที่มุ่งเน้นการรักษา มรดกทาง วัฒนธรรม และสร้างผลกระทบน้อยที่สุด มีการปฏิบัติที่มุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้านสังคม และเศรษฐกิจ โดยรอบและเกิดผลกระทบน้อยที่สุด

4. Green Community: ชุมชนสีเขียว สนับสนุนการเสนอขายแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั้งชุมชนเมือง และชนบท ที่ให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและดำรงไว้ซึ่ง วัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน มีการปฏิบัติที่มุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสภาพสังคม และเศรษฐกิจของชุมชนโดยรวมและก่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด มีการต้อนรับและบริการต่างๆ แก่ นักท่องเที่ยวได้มาตรฐานและสะท้อนถึงความเป็นไทยที่ดี

5. Green Activity: กิจกรรมสีเขียว สนับสนุนการเสนอขายกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้อง กับกลืนกับคุณค่าของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลิน หรือ สนุกสนาน ให้โอกาสในการเรียนรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว โดยส่งผลกระทบต่อทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด รวมทั้งอยู่ภายใต้ขอบเขตความเหมาะสมของจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่/ครั้ง

6. Green Service: การบริการสีเขียว สนับสนุนการเสนอขายรูปแบบการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว แขนงต่าง ๆ ที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยมาตรฐานคุณภาพที่ดี ควบคู่ไปกับการมีปณิธานและ การดำเนินการรักษาสีสิ่งแวดล้อม พร้อมช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการให้บริการต่างๆ มีการปฏิบัติ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อมรดกทางวัฒนธรรมและสร้างผลกระทบน้อยที่สุด มีการปฏิบัติที่ก่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุดด้านสังคมและเศรษฐกิจแก่ชุมชนโดยรอบและสร้างผลกระทบน้อยที่สุด

7. Green Plus: ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองสู่ สังคม ด้วยการสนับสนุนและส่งเสริมให้บุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กรให้การสนับสนุนร่างกาย หรือสติปัญญา หรือ บริจาคทุนทรัพย์ เพื่อร่วมมือดำเนินการในการปกป้องรักษาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ/หรือลดภัยคุกคามจากภาวะโลกร้อน รวมถึงการจัดกิจกรรม ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ชุมชน

#### 6.4 การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (www.environment.in.th เข้าถึง 1 มกราคม 2555)

ปัจจุบันเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก ประชาชนเริ่มให้ความสนใจและตื่นตัว ต่อกระแสการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังนั้น ในการเดินทางไปท่องเที่ยวแต่ละครั้งนอกจาก จะมีความประทับใจกับสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว ยังควรมีความตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการ ท่องเที่ยวด้วย ซึ่งหากทุกคนร่วมด้วยช่วยกันก็จะเป็นการดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้สามารถใช้ประโยชน์ ต่อไปได้ในระยะเวลา ยาวนานจนถึงชั่วลูกชั่วหลาน

##### แนวคิด/วิธีของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1. เที่ยวด้วยใจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (GREEN HEART) ทุกอย่างต้องเริ่มที่ใจ หัวใจที่เคารพในวิถี แห่งธรรมชาติตระหนักและระมัดระวังผลกระทบที่จะตามมาทุกครั้งทีประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2. เลือกกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (GREEN ACTIVITY) กิจกรรมท่องเที่ยวที่ตื่นอกจาก จะให้ความสนุกสนานแล้วจะต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การเดินป่า พายเรือชมวิถีชีวิตริมฝั่งแม่น้ำ หรือขี่

การขยายการศึกษาเส้นทางธรรมชาติ และหากเป็นกิจกรรมที่สร้างโอกาสการเรียนรู้ทั้งในเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรมก็จะทำให้เกิดประโยชน์ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

3. เลือกท่องเที่ยวชุมชนสีเขียว (GREEN COMMUNITY) ไปเรียนรู้และทำความเข้าใจการอยู่ร่วมกันของชุมชนที่เกื้อกูลต่อการรักษา ทรัพยากรธรรมชาติ แทนการไปเที่ยวชมที่เน้นไปทางวัตถุนิยม

4. เลือกการขนส่งสีเขียว (GREEN LOGISTIC) การเดินทางในประเทศและภายในพื้นที่ เลือกวิธีที่ประหยัดพลังงาน หรือใช้พลังงานทดแทน ลดพึ่งพาการใช้รถยนต์ให้น้อยที่สุด ถ้าเป็นไปได้ก็ใช้บริการขนส่งสาธารณะ หรือใช้บริการรถไฟ หลีกเลี่ยงการเดินทางด้วยเครื่องบิน

5. สนับสนุนบริการสีเขียว (GREEN SERVICE) มองหาโรงแรมที่มีมาตรการประหยัดพลังงาน หรือมีระบบบริหารจัดการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ให้ความร่วมมือกับโรงแรมด้วยการประหยัดน้ำ ไม่เปลี่ยนผ้าเช็ดตัวหรือผ้าปูที่นอนทุกวัน

6. เยือนแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว (GREEN ATTRACTION) ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการโดย คำนึงถึงเรื่องการรักษาความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ หรือช่วยกันเป็นหูเป็นตาร่วมดูแลสิ่งแวดล้อมในทุก ๆ ที่ที่ไปเยือน

7. เพิ่มสีเขียวให้ธรรมชาติ (GREEN PLUS) หาโอกาสทำกิจกรรมคืนความเขียวขจีและความสมบูรณ์สู่สิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่า เก็บขยะ และอื่น ๆ

วิธีการเลือกสถานประกอบการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1. ได้รับสัญลักษณ์ใบไม้เขียว หรือได้รับ ISO 14001
2. มีมาตรการประหยัดพลังงานหรือมีระบบบริหารจัดการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม
3. มีการออกแบบที่กลมกลืนและรักษาธรรมชาติ
4. มีระบบบริหารจัดการขยะและระบบจัดการน้ำเสีย
5. ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้
6. ใช้วัตถุดิบหรือผลผลิตที่มีในท้องถิ่น
7. พักอาศัยอยู่กับชาวบ้านหากเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในหมู่บ้านที่มีรูปแบบโฮมสเตย์

6.5 แนวทางการปฏิบัติสู่การเป็นนักท่องเที่ยวสีเขียว (โครงการเยาวชนท่องเที่ยวหัวใจสีเขียว

<http://7greens.tourismthailand.org> เข้าถึง 1 มกราคม 2555)

โครงการเยาวชนท่องเที่ยวหัวใจสีเขียวปี 2 ภายใต้กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้ สร้างจิตสำนึกให้เยาวชน รักษาสิ่งแวดล้อม เป็นโครงการที่ดำเนินงานต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2553 ถึงปี 2554 โดยจะสร้างการท่องเที่ยวแบบเบียดเบียนธรรมชาติให้น้อยลง คืนสมดุลธรรมชาติให้มากขึ้น ตามหลักแนวคิด เที่ยวหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน ตอบสนองนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งโครงการเยาวชนท่องเที่ยวหัวใจสีเขียว เป็นโครงการที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมในการประกวด “นวัตกรรมด้านการตลาดการท่องเที่ยว” ปี 2554 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แนวทางการปฏิบัติสู่การเป็นนักท่องเที่ยวสีเขียว ดังรายการต่อไปนี้

1. การเตรียมตัวเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว
  - จัดสัมภาระให้เบา ถ้ากระเป๋าเดินทางของนักท่องเที่ยวทุกคนบนโลกเบาลงกว่าที่เคยจัด คนละ 8 กิโลกรัม จะประหยัดน้ำมันไปได้ 1.500 ล้านลิตรต่อปีเลยทีเดียว
  - แบ่งบรรจุสบู่ แชมพู ยาสีฟันไปเอง ผลิตภัณฑ์ของโรงแรมก่อปัญหาขยะพลาสติกมหาศาลแต่ละปี โหนจะต้องแบ่งบรรจุขวด ผ่านระบบขนส่ง ซึ่งเสียทั้งพลังงานและสร้างมลพิษ



- ใช้การสื่อสารออนไลน์ ระบบอีทีคิกเป็นระบบดิจิทัล ในพื้นที่มหาวิทยาลัย กระดาษ ยังไม่หลงทาง ปลอดภัย น้ำมันอีกด้วย
- ศึกษาข้อมูลเพื่อให้เตรียมตัว ปฏิบัติงานและพักผ่อนได้อย่างเหมาะสม

### 2. การใช้พลังงานไฟฟ้าเมื่อเดินทางท่องเที่ยว

- ปรับเปลี่ยนค่านิยมที่ว่า เสียเงินไปแล้วต้องใช้ให้คุ้ม การพักโรงแรมก็สามารถประหยัดเพื่อช่วยโลกได้
- รู้สึกเสมอว่า มาตรฐานบริการที่สะดวกสบายจนเกินไป หมายถึงการใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลือง และนำไปสู่การเร่งให้เกิดภาวะโลกร้อน
- สนับสนุนผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับการลดการใช้พลังงานอย่างจริงจัง
- การท่องเที่ยว คือการแสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน ไม่จำเป็นต้องอยู่ในห้องปรับอากาศ หรือเปิดเครื่องปรับอากาศรอไว้เพื่อให้ห้องพักเย็นตลอดเวลา ดูโทรทัศน์รายการโปรดเหมือนอยู่ที่บ้าน หรือเปิดไฟทุกดวงจนสว่างจ้า
- ใช้ถ่านแบบชาร์จซ้ำได้กับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ
- ไม่ต้องส่งผ้าเช็ดตัวซักทุกวัน เพราะปกติเมื่ออยู่บ้านเราก็ไม่ได้ซักผ้าเช็ดตัวทุกครั้งที่ใช้

### 3. การใช้น้ำเมื่อเดินทางท่องเที่ยว

- เตรียมกระติกน้ำ งดซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก
- ช่วยโรงแรมที่พักประหยัดน้ำจะสร้างหลักเกณฑ์การใช้น้ำที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ไม่ใช้อ่างอาบน้ำ เพราะสิ้นเปลืองน้ำกว่าเปิดจากฝักบัวถึง 10 เท่าๆ
- รายงานท่อรั่ว แดก ไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบทันที
- อย่าใช้น้ำอย่างสิ้นเปลืองด้วยเหตุผลว่ามีคนจ่ายให้ หรือพักโรงแรมแล้วต้องใช้ให้คุ้ม

### 4. ระบบการขนส่งเมื่อเดินทางท่องเที่ยว

- เลือกระบบขนส่งสาธารณะแบบรวม เพราะเป็นระบบที่ขนส่งได้มากที่สุดเมื่อเทียบกับสัดส่วนพลังงานที่ถูกใช้ไป
- หากจำเป็นต้องเดินทางด้วยเครื่องบิน ควรชดเชยคาร์บอนไดออกไซด์จากการบินด้วยวิธีการคาร์บอนออฟเซตตั้ง
- ซื้อสินค้าที่ผลิตจากในท้องถิ่นนั้นจริง ๆ
- การท่องเที่ยวคือการเก็บเกี่ยวประสบการณ์ และความทรงจำ ลดการซื้อปิ้งลงให้มากที่สุด เพราะยิ่งซื้อมากยิ่งขึ้นเป็นการกระตุ้นกระบวนการขนส่งสินค้าให้ต้องส่งไกลยิ่งขึ้น
- ทดลองอาหารจากผลผลิตพื้นบ้าน เพราะผักริมรั้วที่ถูกนำมาปรุงอาหารแทบไม่ปลดปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์เลย
- เตรียมกระติกน้ำดื่มแก่ ๆ เพื่อลดการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด เพราะน้ำดื่มบรรจุขวดไม่เพียงสิ้นเปลืองขวด ยังเพิ่มขยะและสูญเสียพลังงานไปกับการขนส่งอีกมหาศาล
- อย่าเห็นแก่จำนวน เช่น การท่องเที่ยววันเดียว 9 แห่ง สิ้นเปลืองพลังงานมากกว่าเที่ยวแห่งเดียว
- เมื่อไม่ซื้อ ก็ไม่มีการขนส่ง

### 5. การเลือกซื้อสินค้าเมื่อเดินทางท่องเที่ยว

- ไม่ซื้อสินค้าคุณภาพต่ำ แม้ราคาถูกแต่เสียง่าย สิ้นเปลืองพลังงานและทรัพยากร อีกทั้งยังเป็นขยะที่กำจัดยาก

- กำหนดงบประมาณอยู่ งบจำกัด เพื่อการดำเนินงานที่เป็นไปได้ แทนการตกอยู่ในบรรยากาศของการซื้อไม่อื่น
- ซื่อไปสกรัดแทนของฝาก อาจให้คุณค่าทางใจให้กับคนที่ผู้รับไม่ได้ต้องการ
- เลือกเครื่องดื่มจากขวดแก้ว แทนกระป๋องพลาสติก

## 7. งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

### 7.1 งานวิจัยเกี่ยวกับผู้บริโภคสีเขียวและนักท่องเที่ยวสีเขียว

ในประเทศออสเตรเลียมีงานวิจัยพบว่าประชาชนมีความตระหนักเพิ่มมากขึ้นต่อผลกระทบจากการใช้ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน การปล่อยพลังงานจากรถยนต์ การขนส่งระยะทางไกล และการพัฒนาที่มากเกินไป การส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนรุ่นอนาคตได้ เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเพิ่มความระมัดระวังในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการมากขึ้น พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นี้ ได้ถูกส่งผ่านไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวด้วย (Jackson, 2004) ถึงแม้ว่ามีคำถามมากมายเกี่ยวกับผู้บริโภคสีเขียวในปัจจุบัน (Peattie, 2001.) ผู้บริโภคสีเขียวได้ถูกอธิบายลักษณะไว้ว่าเป็นบุคคลที่สนใจในการปกป้องตัวเองและโลก ช่วยพลังในการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Ottman, 1992) มีส่วนร่วมในแนวคิดการบริโภคสีเขียว (Mintel, 1994) ผลการวิจัยที่ทำหายของ Witherspoon (1994) พบว่าประมาณครึ่งหนึ่งของผู้บริโภคที่เรียกร้องให้สังคมมีค่านิยมสีเขียว (green values) ไม่ถ้าย้อนแนวความคิดนี้ไปสู่การซื้อสินค้าอย่างจริงจัง Witherspoon ยังกล่าวด้วยว่ามีผู้บริโภคเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่ยึดมั่นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากงานวิจัยเกี่ยวกับการบริโภคตามแนวความคิดสีเขียวมีประเด็นปัญหาอยู่มากเกี่ยวกับความซับซ้อนในพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น สิ่งไม่ดีจำนวนมากที่มีผลต่อผู้บริโภคและสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อบุคคลตลอดเวลา (Font and Buckley, 2001)

ค่านิยมของผู้บริโภคสีเขียว (green consumer) ได้ถูกเผยแพร่โดย Elkington and Hailes ในปี 1988 พวกเขาอธิบายไว้ว่า ผู้บริโภคสีเขียว คือ ผู้ที่หลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบด้านลบ (negative impact) ซึ่งมีความตระหนักถึงผลกระทบหลายประเด็น เช่น สุขภาพของคนและสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรจำนวนมาก การทิ้งโดยไม่จำเป็น การทารุณสัตว์ การใช้วัสดุที่เป็นอันตราย และ/หรือ ส่งผลร้ายต่อประเทศอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยอีกมากมายที่อธิบายและแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้ (Peattie, 2001a) งานวิจัยก่อนหน้านี้พยายามอธิบายลักษณะของผู้บริโภคสีเขียวด้วยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ซึ่งไม่สามารถใช้จำแนกได้อย่างถูกต้องนักเนื่องจากมีงานวิจัยหลายเรื่องที่ได้ผลไม่ตรงกัน (Peattie, 2001a) ตัวแปรอื่นที่ใช้วัดผู้บริโภคสีเขียวคือ ความตระหนักและความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ตัวแปรนี้ก็ยังไม่สามารถใช้จำแนกได้ว่าใครคือผู้ซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตัวจริง เมื่อนักวิจัยสรุปได้ว่าความเชื่อ (beliefs) ไม่จำเป็นต้องส่งผ่านไปสู่การซื้อ ยิ่งทำให้การจำแนกผู้บริโภคสีเขียวด้วยตัวแปรด้านประชากรศาสตร์และ/หรือค่านิยมทำได้ยากมากขึ้น (Peattie, 2001b) ความไม่สอดคล้องกันของผลวิจัยหลายเรื่องและการไม่สามารถบอกถึงความเป็นผู้บริโภคสีเขียวได้อย่างเที่ยงตรงจึงเป็นที่สนใจของนักวิจัยจำนวนมาก (McDonal et al, 2006) ซึ่งเขาได้นำเสนอแนวความคิดของผู้บริโภคสีเขียวที่มีระดับแตกต่างกัน (shades of green) - จากระดับสีเขียวเข้มจนถึงไม่มีสีเขียว McDonal และคณะได้จำแนกกลุ่มผู้บริโภคสีเขียวออกเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มเปลี่ยนแปลง (Translators) กลุ่มยกเว้น (Exceptors) และกลุ่มคัดเลือก (Selectors) ระดับแตกต่างกันของสีเขียวบ่งบอกถึงความแตกต่างกันของความตระหนัก ความรู้ความเข้าใจในประเด็นสิ่งแวดล้อมที่ตนคิดทั่วไปเกี่ยวกับความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและการดำรงชีวิต เช่น สุขภาพ การใช้ชีวิตในครัวเรือน McDonal และคณะพบว่า แม้ว่าจะเป็นผู้บริโภคระดับเขียวเข้ม (dark green consumer) ก็ยังตระหนักถึง

มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นบางครั้งที่หลีกเลี่ยงได้ ดังนั้น ไม่มีสิ่งที่ยืนยันว่ามีผู้บริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง (totally green consumer) สำหรับกลุ่มที่มีระดับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อย กลุ่มเปลี่ยนแปลง กลุ่มยกเว้น) มีหลักฐานแสดงชัดเจนว่าพวกเขาคำนึงถึงความคุ้มค่าของราคาที่ต้องจ่ายเพื่อผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย เขาซื้อสินค้าหรือแบรนด์ที่มีความขายอยู่เมื่อมีความต้องการซื้อ ถึงแม้ว่ามีข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก็ตาม กลุ่มคัดเลือกเป็นกลุ่มที่พบความขัดแย้งในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด แต่เมื่อในการตัดสินใจมักจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมในขณะที่ตัดสินใจชื่อนั้นหมายความว่า ไม่อาจพยากรณ์ได้ว่าใครอยู่ในกลุ่มคัดเลือกเนื่องจากพฤติกรรมกรรมการซื้อของพวกเขาเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อม กลุ่มยกเว้น ดูเหมือนเข้าใจประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมแต่ยังไม่มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มเปลี่ยนแปลงคือกลุ่มที่ตระหนักถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มอื่น เป็นกลุ่มที่เตรียมตัวเป็นผู้บริโภคสีเขียวและรู้สึกผิดทุกครั้งที่มีพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม กลุ่มนี้ก็ยังไม่ได้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดเวลา McDonald และคณะได้อธิบายไว้ว่า การพัฒนาเป็นผู้บริโภคสีเขียวเริ่มจากการเปลี่ยนแปลงวิถีการใช้ชีวิต (lifestyles) พวกเขาเชื่อว่า คนเราเริ่มจากเป็นกลุ่มคัดเลือก(Selectors)ก่อน เมื่อเริ่มกิจกรรมเข้าไปอย่างช้าๆจะเข้าสู่กลุ่มยกเว้น (Exceptor) พวกเขาพบว่ากลุ่มคนที่มีความวิตกกังวลว่ายังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมน้อยเกินไปมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงมากกว่ากลุ่มคนที่ยอมรับ(หรือไม่เคยคิดถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมเลย)ว่ามีพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ ในเชิงจิตวิทยา พฤติกรรมสีเขียว หรือ green behavior (หรือ pro-environmental) ถูกอธิบายไว้ในเรื่องของ ค่านิยม-ความเชื่อ-บรรทัดฐาน (value-beliefs-norms) (Steg, et al, 2005)

7.2 วรลักษณ์ จรรย์รักษ์และคณะ. 2551. โครงการศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ : กรณีศึกษาอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ประเภทการวิจัย การวิจัยเชิงสำรวจ

คณะผู้วิจัย นางสาววรลักษณ์ จรรย์รักษ์, นายณิรวาส์ ประเทืองไพศรี, นางสาวดุจฤดี คงสุวรรณ, นางสาวภัทรี พันธุ์ พันธุ์ สาขาวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

คณะที่ปรึกษาโครงการ ผศ. ธนิตา ปิงเมือง นายพรวิษณุ ธารพร

การศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ : กรณีศึกษาอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสภาพพื้นที่ในเบื้องต้นทางด้านภูมิศาสตร์โดยเน้นภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเขตอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และเพื่อศึกษาผลกระทบในเบื้องต้นจากการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ทั้งนี้โดยเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในระยะ 5 ปี คือตั้งแต่ พ. ศ. 2546 - 2550 วิธีการศึกษาใช้การศึกษาจากข้อมูลมือสอง (เอกสาร ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต) การลงพื้นที่สำรวจสภาพทั่วไป โดยอาศัยเครื่องมือ เช่น กล้องถ่ายภาพ และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการโดยใช้แนวคำถามกึ่งโครงสร้าง มีการนำข้อมูลจากการสำรวจในเบื้องต้นมากำหนดพื้นที่เพื่อลง Focus Group แบบเจาะจง ได้แก่ พื้นที่ ต. แม่มาตัง ต. เมืองแปง มีการสัมภาษณ์ผู้รู้ในพื้นที่ และจัดเวทีระดมข้อมูล ความคิดเห็น กับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย สาขารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาเขตอำเภอปาย

๒๐  
๒๕๕๑  
๑๕/๖/๕๑

ผลการศึกษา พบว่า ในด้านภูมิศาสตร์มีแหล่งท่องเที่ยว อำเภอป่าตองตั้งอยู่ทางตอนบนของจังหวัดภูเก็ต มีพื้นที่ 2,244.7 ตารางกิโลเมตร ลักษณะพื้นที่ทางภูมิศาสตร์เป็นที่ราบแอ่งกระทะ ล้อมรอบด้วยภูเขา มีแม่น้ำสำคัญสองสายได้แก่ แม่น้ำป่าตอง และแม่น้ำเขตร มีอาณาเขตทางทิศเหนือติดกับประเทศพม่า ด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์สวยงามและสภาพภูมิอากาศดี จึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ลักษณะการใช้ที่ดินและน้ำของอำเภอป่าตองเที่ยว พบว่ามีการขยายพื้นที่สร้างสถานบริการด้านการท่องเที่ยวมากขึ้นทุกปี พื้นที่การเกษตรมีเกษตรกรบ้านซื้อจากนายทุนเพื่อสร้างรีสอร์ทโรงแรม เกสท์เฮ้าส์มากขึ้น บางส่วนมีการบุกรุกพื้นที่อนุรักษ์ ส่วนลุ่มน้ำ แหล่งน้ำสำคัญของอำเภอป่าตองส่วนใหญ่เป็นแหล่งน้ำธรรมชาติ เช่น น้ำฝน แม่น้ำป่าตอง แม่น้ำของชุมชนแหล่งน้ำใต้ดิน ซึ่งข้อมูลด้านการใช้น้ำพบว่ายังขาดฐานข้อมูลในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ แต่ข้อมูลจากกรมชลประทานในพื้นที่พบว่า ในบางพื้นที่ของอำเภอป่าตองมีปัญหาเรื่องการใช้น้ำ และระบบการผลิตน้ำประปายังไม่เพียงพอ สำหรับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวช่วงแรก ๆ ที่มาป่าตองส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ เพราะโดยสภาพพื้นที่และอากาศเหมาะกับการเป็นเมืองพักผ่อน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ เดินป่า ล่องแพ ล่องเรือ ทัวร์มอเตอร์ไซด์ และท่องเที่ยวแบบ Home Stay เป็นต้น ระยะเวลาหลัง ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีมากขึ้น ในส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยว การมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีทั้งมาเป็นคณะทัวร์ มาเป็นกลุ่ม และหนุ่มสาวจะมาเป็นคู่ ๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ไม่นิยมพักในพื้นที่สะดวกสบาย แต่เน้นสถานบริการที่ใกล้ชิดธรรมชาติ ระยะเวลาแรกนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มารูปแบบแบกเป้ (backpacker) ปัจจุบันนักท่องเที่ยวจะมีระดับสูงขึ้น จึงเกิดโรงแรมและรีสอร์ทที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีระดับมากขึ้น โดยมีการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในภาคอื่นในการจัดเส้นทางท่องเที่ยวตามฤดูกาล ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกสบาย และชอบซื้อของ (ช้อปปิ้ง) ชอบเที่ยวในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ หรือช่วงฤดูหนาว ผลจากการมีชาวต่างชาติและคนนอกพื้นที่มาท่องเที่ยวมาก แม้สภาพทางเศรษฐกิจจะดีขึ้น แต่ส่งผลกระทบต่อสภาพสังคมอำเภอป่าตอง มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบอาชีพ วิถีชีวิตความเป็นอยู่เปลี่ยนแปลงไป เกิดแหล่งมั่วสุม มีเสียงดังจากแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน สร้างค่านิยมบริโภคสูง มีปัญหาการจราจรในเขตเมือง และมีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของอาชญากรรม ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ มีปัญหาการบุกรุกพื้นที่สาธารณะหรือเขตอนุรักษ์ เกิดปัญหาการเพิ่มของขยะในแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา ควรศึกษาในเชิงลึกอย่างรอบด้าน ครอบคลุมด้านวัฒนธรรม มีการศึกษาอย่างต่อเนื่องและมีการทบทวนเพื่อประเมินผลกระทบทั้งในด้านบวกและด้านลบของการท่องเที่ยวต่ออำเภอป่าตอง เพื่อหาแนวทางป้องกันปัญหาการแตกสลายของชุมชนในระยะยาว รวมถึงหาแนวทางวางนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป ส่วนข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยมีเป้าหมายการสร้างพื้นที่นาร่องในการส่งเสริมการป้องกันและแก้ไข ปัญหา รวมทั้งการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ทั้งในแง่มุมมองเศรษฐกิจเพื่อชุมชน และความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยพื้นที่ที่น่าพัฒนาเป็นโครงการนาร่องในรูปแบบการศึกษาวิจัยแบบ R & D ได้แก่ พื้นที่ หมู่ 2 ต. เมืองแปง ซึ่งมีน้ำพุร้อนเมืองแปง เป็นแหล่งท่องเที่ยว และมีแนวโน้มที่บุคคลภายนอกจะเข้ามาซื้อที่ดินมากขึ้น ขณะเดียวกันผู้นำและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องการพัฒนาเป็นแหล่งรายได้ของชุมชน แต่ยังคงขาดความรู้ในการจัดการ

สรุป จากการกำหนดค่านิยมเชิงปฏิบัติการ ครอบคลุมแนวคิด และการทบทวนวรรณกรรมนำไปสู่ การตั้งข้อคำถามและกลุ่มคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ดังตารางที่ 2.2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 โครงร่างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

Green Consumer Values		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่สนใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1	ฉันพกถุงที่ฉันใช้ ต้องไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม และเรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญสำหรับฉันมาก					
2	ฉันตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมาก เมื่อต้องตัดสินใจทำสิ่งใดหรือปฏิบัติการใดๆ					
3	ฉันตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมทุกครั้งเมื่อซื้อสินค้า					
4	ฉันตระหนักถึงการลดลงของทรัพยากรบนโลก					
5	ฉันสามารถประกาศได้ว่าเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม					
6	ฉันมีความตั้งใจที่ไม่มีความสะทกสะท้าน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มระดับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น					
Environment-friendly- tourist Scale		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่สนใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1	ฉันตระหนักและระมัดระวังผลกระทบที่จะตามมาทุกครั้งที่ประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก					
2	ฉันปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวและเชื่อฟังเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด					
3	ฉันเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเพียงอย่างเดียว					
4	ฉันกำหนดระยะเวลาเพื่อการท่องเที่ยวไม่เกิน 3 วัน					
5	ฉันชอบมีเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยวไม่เกิน 3 คน					
6	ฉันชอบการเดินทางท่องเที่ยวที่ต้องใช้พลังกำลังอย่างมาก					
7	ฉันชอบการเดินทางท่องเที่ยวที่ทำหาย/ทดสอบความสามารถอย่างมาก					
8	ฉันต้องการการบริการระหว่างท่องเที่ยวเพียงเล็กน้อยเท่านั้น					
9	ฉันต้องการเรียนรู้จากประสบการณ์ด้วยตัวเองมากกว่าเรียนรู้จากแหล่งข้อมูล					
10	ฉันวางแผนโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวและบริหารจัดการเกี่ยวกับการเดินทางทั้งหมดด้วยตัวเอง					
11	ฉันศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบและปัญหาจากการท่องเที่ยวก่อนออกเดินทางและระหว่างที่ อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทุกครั้งที่ได้เดินทางท่องเที่ยว					
12	ฉันคัดแยกขยะและทิ้งตามประเภทในที่ที่จัดให้					
13	ฉันนำขยะและสิ่งปฏิกูลออกจากแหล่งท่องเที่ยวไปจัดการเอง					
14	ฉันใช้ยานพาหนะในแหล่งท่องเที่ยวที่ประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานทดแทนและปล่อยก๊าซ เรือนกระจกน้อยที่สุด					
15	ฉันเลือกรายการนำเที่ยวที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด					
16	ฉันตั้งเงินที่พักแรมในบริเวณที่จัดให้เท่านั้น					
17	ฉันเดินตามเส้นทางที่จัดให้เท่านั้น ไม่เคยเดินลัด หรือ เดินออกนอกเส้นทางเลยในระหว่างท่องเที่ยว					
18	ฉันไม่เคยให้อาหารสัตว์ป่าทุกชนิดในระหว่างท่องเที่ยว					
19	ฉันไม่เคยสัมผัสหรือแตะต้องตัวสัตว์ป่าในระหว่างท่องเที่ยว					
20	ฉันไม่ซื้อชิ้นส่วนของสัตว์หรือโบราณวัตถุ หรือสินค้าที่ทำจากสัตว์ หรือพืชที่หายาก หรือกำล้า สูญพันธุ์ เช่น กระเป๋าหนังหรือขนสัตว์ กระดองหอย และเต่าทะเล เป็นต้น					
21	ฉันไม่เก็บรวบรวมซากพืชซากสัตว์ เปลือกหอย ก้อนหิน และอื่นๆ มาเป็นสมบัติของตัวเอง					
22	ฉันแจ้งถึงการฝ่าฝืนหรือกระทำผิดกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวอื่นให้ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบรับทราบ					
23	ฉันไม่เคยแสดงกริยาทำทางหรือใช้คำพูดที่สื่อไปในทางลบหลู่ ไม่ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น					

Cultural Patterns	ไม่ชอบเลย	ไม่ชอบ	ชอบ	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด
F1 กิจกรรมเป็นอาสาสมัคร ให้บริการ/ช่วยเหลือสังคม	0			1	
F2 กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปีนเขา ขี่จักรยาน	0	1			
F3 กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ(อาหารเพื่อสุขภาพ)	0			1	
F4 กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ	0	1	2	3	
F5 กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ	0	1	2	3	
F6 กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่	0	1	2	3	
F7 กิจกรรมเพื่อปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	0	1	2	3	
F8 เล่นกีฬา	0			1	
F9 ขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์	0	1		3	
F10 งานเลี้ยงสังสรรค์	0	1	2	3	4
F11 ใช้เวลาว่างในการหารายได้	0	1		3	4
F12 เล่นดนตรีและร้องเพลง	0	1	2	3	4
F13 ดูโทรทัศน์	0	1	2	3	4
F14 ดูละครเวที	0	1	2	3	4
F15 ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วีดีโอ	0	1	2	3	4
F16 ดูหนังในโรงภาพยนตร์	0	1	2	3	4
F17 เดินทางท่องเที่ยวไกลจากสถานที่พัก	0	1	2	3	4
F18 ดั้นรำ	0	1	2		
F19 ฟังเพลงคลาสสิก	0	1	2	3	4
F20 ฟังเพลงป๊อป/ร็อค หรือ แนวอื่นๆ (โปรดระบุ).....	0	1	2	3	4
F21 กิจกรรมที่เกี่ยวกับศิลปะหัตถกรรม	0	1	2	3	4
F22 ไปอยู่กับเพื่อน	0	1	2	3	4
F23 อ่านนิตยสาร/การ์ตูน (Journals/comics)	0	1	2	3	4
F24 อ่านหนังสือ/ตำราเรียน (books)	0	1	2	3	4

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงบรรยายโดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์แบบการทอ้งเที่ยวของเยาวชนด้วยการวัดระดับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับการบริโภคและลักษณะการทอ้งเที่ยวของเยาวชน รวมถึงศึกษารูปแบบวิถีชีวิต(จากกิจกรรมที่ทำในเวลาว่าง) พร้อมกันนี้ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคกับรูปแบบการทอ้งเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของเยาวชนซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างกิจกรรมนันทนาการกับความกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อค้นหากิจกรรมนันทนาการที่มีผลต่อความกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้จัดเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและสนับสนุนคำอธิบายผลการวิจัยด้วยข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

หน่วยข้อมูล : เยาวชนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 19 ปีบริบูรณ์แต่ไม่เกิน 24 ปีบริบูรณ์

หน่วยการสุ่ม : คน

ขอบเขต : บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 19 ปีบริบูรณ์แต่ไม่เกิน 24 ปีบริบูรณ์ที่อยู่ใน

กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2555 - 31 สิงหาคม 2555

การเลือกและกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิจัยนี้เลือกตัวอย่างแบบใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (probability sampling) ด้วยการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มหลายขั้นตอน (Multi-stage cluster random sampling) โดยเริ่มจากหน่วยการสุ่มขั้นตอนที่ 1 คือจังหวัด (กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด) หน่วยการสุ่มขั้นตอนที่ 2 คือ สถานที่ที่เยาวชนรวมตัวกัน (แหล่งทอ้งเที่ยว และ สถาบันการศึกษา)

เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม เพียงพอที่จะอ้างสรุปถึงกลุ่มประชากรได้ ไม่มากเกินไปจนทำไม่ได้หรือน้อยเกินไปจนไม่น่าเชื่อถือ จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรคำนวณ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548 หน้า 47) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = ขนาดของประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ในที่นี้  $N = 6,298,922$  คน (ประชากรจำแนกตามอายุรายปี เพศ และเขตการปกครอง พ.ศ. 2543 สำนักงานสถิติแห่งชาติ สืบค้นเมื่อ 1 พค. 55 [www.nso.go.th](http://www.nso.go.th))

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

(ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น จะได้ค่าความคลาดเคลื่อน  $e = 0.05$ )

แทนค่าในสูตรดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{6,298,922}{1 + 6,298,922(0.05)^2} \\ &= \frac{6,298,922}{15,748.31} \\ &= 399.97 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม เพื่อที่จะอ้างสรุปถึงกลุ่มประชากรได้ ต้องใช้อย่างน้อยจำนวน 384 ตัวอย่าง ในที่นี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 900 ตัวอย่างเพื่อความถูกต้องแม่นยำของผลการศึกษาจากตัวอย่าง เมื่อตัวอย่างมีขนาดใหญ่ขึ้น ความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการเลือกตัวอย่างจะมีระดับต่ำลง ทำให้ผลของงานศึกษารวมจากตัวอย่างมีความถูกต้องแม่นยำสูงขึ้น (องอาจชัยพัฒน์, 2551, หน้าที่116) งานวิจัยนี้กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการเก็บข้อมูล คือ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาแบบสอบถามดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าแนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และรูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชน เพื่อความถูกต้องในการวัด (validity) จากนั้นจึงนำไปสร้างแบบสอบถามในส่วนที่เป็นข้อคำถาม ซึ่งเป็นตัวแปรต้นในการสะท้อนพฤติกรรมบริโภค รูปแบบการท่องเที่ยว และรูปแบบวิถีชีวิต

2. กำหนดตัวชี้วัด ในที่นี้ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรและกลุ่มค่าประเมินค่า ตามตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 กลุ่มตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

Scale	ชื่อย่อ	ชื่อตัวแปร	กลุ่มค่าประเมินค่าและค่าคะแนน
Ordinal	G1-G6	Green Consumer Values 1 - 6	0= ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1= ไม่เห็นด้วย 2= ไม่แน่ใจ 3= เห็นด้วย 4= เห็นด้วยอย่างยิ่ง
Ordinal	E1 - E23	Environment-friendly- tourist Scale 1 - 23	0= ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1= ไม่เห็นด้วย 2= ไม่แน่ใจ 3= เห็นด้วย 4= เห็นด้วยอย่างยิ่ง
Ordinal	P1 - P24	Cultural Patterns 1 - 24	0= ไม่ชอบเลย 1= ไม่ชอบ 2= ชอบ 3= ชอบมาก 4= ชอบมากที่สุด

3. กำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม โดยใช้คำถามปลายปิด ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ภูมิลำเนา เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ซึ่งจะใช้อธิบายลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม และ แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ ดังนี้

R1 ท่านมีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัด .....

R2 อายุ  19 ปี  20 ปี  21 ปี  22 ปี  23 ปี  24 ปี

R3 เพศ  หญิง  ชาย



ระดับการศึกษา  ประถมศึกษา  มัธยมศึกษา / ปวช.  ปวส. / อนุปริญญา  ปริญญาตรี

รายได้ต่อเดือน (บาท)  น้อยกว่า 5,000  5,000 ถึง 10,000  มากกว่า 10,000 ถึง 20,000  มากกว่า 20,000 ถึง 30,000

มากกว่า 30,000 ถึง 40,000  มากกว่า 40,000 ถึง 50,000  มากกว่า 50,000

- สถานที่ชอบไปเที่ยว “แหล่งท่องเที่ยว” ที่มีสภาพแวดล้อมตรงกับข้อใดมากที่สุด
- สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติดั้งเดิมอย่างสมบูรณ์ มีเส้นทางเดินเท้าเท่านั้น (พื้นที่ธรรมชาติสันโดษ)
  - สภาพแวดล้อมโดยรวมมีความเป็นธรรมชาติสูง มีเส้นทางเดินเท้าและทางเกวียน ไม่มีถนน (พื้นที่ธรรมชาติกึ่งสันโดษ)
  - สภาพแวดล้อมมีความเป็นสภาพธรรมชาติแต่ถูกตัดแปลงพัฒนาไปบ้าง มีถนนที่สามารถเข้าถึงด้วยพาหนะที่ใช้เครื่องยนต์
  - สภาพแวดล้อมธรรมชาติที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมอย่างถาวร
  - สภาพแวดล้อมชนบท เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สืบเนื่องจากการใช้ที่ดินเกษตร เป็นการท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรม ชนบท
  - พื้นที่เมือง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สืบเนื่องจากการใช้ที่ดินเมือง มีความสะดวกสบายสูงมาก

ส่วนที่ 2. โปรดแสดงความคิดเห็นต่อข้อความต่อไปนี้

Green Consumer Values		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1	ผลิตภัณฑ์ที่ฉันใช้ ต้องไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม และเรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญสำหรับฉันมาก	1	2	3	4	5
2	ฉันตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมาก เมื่อต้องตัดสินใจทำสิ่งใดหรือปฏิบัติการใดๆ	1	2	3	4	5
3	ฉันตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมทุกครั้งเมื่อซื้อสินค้า	1	2	3	4	5
4	ฉันตระหนักถึงการลดลงของทรัพยากรบนโลก	1	2	3	4	5
5	ฉันสามารถประกาศได้ว่าเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	1	2	3	4	5
6	ฉันมีความตั้งใจที่ไม่มีความสะดวกสบาย ทั้งนี้เพื่อเพิ่มระดับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น	1	2	3	4	5
Environment-friendly- tourist Scale		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
7	ฉันตระหนักและระมัดระวังผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ตามมาทุกครั้งที่ประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก	1	2	3	4	5
8	ฉันปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวและเชื่อฟังเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด	1	2	3	4	5
9	ฉันเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเพียงอย่างเดียว	1	2	3	4	5
10	ฉันกำหนดระยะเวลาเพื่อการท่องเที่ยวไม่เกิน 3 วัน	1	2	3	4	5
11	ฉันชอบมีเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยวไม่เกิน 3 คน	1	2	3	4	5
12	ฉันชอบการเดินทางท่องเที่ยวที่ต้องใช้พลังกำลังอย่างมาก	1	2	3	4	5
13	ฉันชอบการเดินทางท่องเที่ยวที่ทำหาย/ทดสอบความสามารถอย่างมาก	1	2	3	4	5
14	ฉันต้องการการบริการระหว่างท่องเที่ยวเพียงเล็กน้อยเท่านั้น	1	2	3	4	5
15	ฉันต้องการเรียนรู้จากประสบการณ์ด้วยตัวเองมากกว่าเรียนรู้จากแหล่งข้อมูล	1	2	3	4	5
16	ฉันวางแผนโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวและบริหารจัดการเกี่ยวกับการเดินทางทั้งหมดด้วยตัวเอง	1	2	3	4	5
Environment-friendly- tourist Scale		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
11	ฉันศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบและปัญหาจากการท่องเที่ยวก่อนออกเดินทาง และระหว่างที่ อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทุกครั้งที่ได้เดินทางท่องเที่ยว	1	2	3	4	5
12	ฉันคัดแยกขยะและทิ้งตามประเภทในที่ที่จัดให้	1	2	3	4	5
13	ฉันนำขยะและสิ่งปฏิกูลออกจากแหล่งท่องเที่ยวไปจัดการเอง	1	2	3	4	5
14	ฉันใช้ยานพาหนะในแหล่งท่องเที่ยวที่ประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานทดแทนและปล่อยก๊าซ เรือนกระจกน้อยที่สุด	1	2	3	4	5
15	ฉันเลือกรายการนำเที่ยวที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยววนน้อยที่สุด	1	2	3	4	5
16	ฉันตั้งเงินที่หักกรมในบริเวณที่จัดให้เท่านั้น	1	2	3	4	5



ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
0	1	2	3	4

ในที่นี้ ผู้วิจัยกำหนดความหมายของค่าคะแนน ดังนี้  
 ค่าคะแนน 0 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด  
 ค่าคะแนน 1 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อย  
 ค่าคะแนน 2 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมปานกลาง  
 ค่าคะแนน 3 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาก  
 ค่าคะแนน 4 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด

การแบ่งระดับคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเพื่ออธิบายความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้แบ่งระดับคะแนนออกเป็น 5 ระดับ โดยมีช่วงห่างของค่าคะแนนความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในแต่ละชั้น (อินตรภาคชั้น) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อินตรภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนระดับ} \\ &= \frac{4 - 0}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น ช่องว่างระหว่างชั้นเท่ากับ 0.8 คะแนน แล้วจึงนำมาจัดช่วงคะแนนและเกณฑ์ความหมายของระดับค่าเฉลี่ย (Descriptive Rating) ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย >3.25 - 4.00 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด  
 ค่าเฉลี่ย >2.45 - 3.25 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาก  
 ค่าเฉลี่ย >1.65 - 2.45 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมปานกลาง  
 ค่าเฉลี่ย >0.85 - 1.65 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อย  
 ค่าเฉลี่ย 0 - 0.85 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

ตัวแปรประเมินความชอบต่อกิจกรรมนันทนาการ (24 รายการ) ได้กำหนดมาตรฐานค่าของ Likert (Likert-type of Summated Rating Scales, สุชีรา ภัทรายุตวรรตน์, 2545, คู่มือการวัดทางจิตวิทยา, หน้าที่ 149) โดยกำหนดค่า 1 ถึง 5 ในการประมาณให้กับทุกๆ ข้อเท่ากัน โดยค่าการประเมิน หรือคะแนนให้ค่าคะแนน เริ่มจาก 0 - 4 ซึ่งแต่ละข้อจะเป็นสเกลมีระยะห่างเท่ากันดังนี้

ไม่ชอบเลย	ไม่ชอบ	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด
0	1	2	3	4

ในที่นี้ ผู้วิจัยกำหนดความหมายของค่าคะแนน ดังนี้  
 ค่าคะแนน 0 หมายถึง ไม่ชอบกิจกรรมชนิดนี้เลย  
 ค่าคะแนน 1 หมายถึง ไม่ชอบกิจกรรมชนิดนี้  
 ค่าคะแนน 2 หมายถึง ชอบกิจกรรมชนิดนี้  
 ค่าคะแนน 3 หมายถึง ชอบกิจกรรมชนิดนี้มาก  
 ค่าคะแนน 4 หมายถึง ชอบกิจกรรมชนิดนี้มากที่สุด

การแบ่งระดับคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาความชอบต่อกิจกรรม แบ่งออกเป็น 5 ระดับ  
ค่าเฉลี่ยของค่าคะแนนความชอบในแต่ละชั้น (เก็บรวมกัน) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนระดับ} \\ &= \frac{4 - 0}{5} = 0.8\end{aligned}$$

ดังนั้น ช่องว่างระหว่างชั้นเท่ากับ 0.8 คะแนน แล้วจึงนำมาจัดช่วงคะแนนและเกณฑ์ความหมาย  
ของระดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย >3.25 - 4.00 หมายถึง ชอบกิจกรรมชนิดนี้มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย >2.45 - 3.25 หมายถึง ชอบกิจกรรมชนิดนี้มาก

ค่าเฉลี่ย >1.65 - 2.45 หมายถึง ชอบกิจกรรมชนิดนี้ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย >0.85 - 1.65 หมายถึง ไม่ชอบกิจกรรมชนิดนี้

ค่าเฉลี่ย 0 - 0.85 หมายถึง ไม่ชอบกิจกรรมชนิดนี้เลย

การทดลองเครื่องมือวิจัย เป็นการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ก่อนที่จะนำไปใช้ในการ  
เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพ 3 ด้านคือ

1. ความถูกต้องตามเนื้อหาและตามโครงสร้างกรอบแนวคิด ตรวจสอบด้วยการนำไปทดลองใช้  
กับกลุ่มทดลอง 30 คน แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ตรงตามเนื้อหายิ่งขึ้น ก่อนนำไปใช้จริง

2. ด้านความเป็นปรนัย เป็นคุณลักษณะของเครื่องมือ 3 ประการ ได้แก่ คำถามมีความชัดเจน อ่าน  
แล้วเข้าใจตรงกัน การตรวจให้คะแนน การแปลความหมายของคะแนนได้ตรงกัน เพื่อให้ข้อคำถามชัดเจนและ  
เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจะอธิบายคุณลักษณะด้านต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ให้ผู้เก็บข้อมูลเข้าใจจนสามารถสื่อสารหรือ  
ตอบคำถามแก่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ตรงกัน และแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิดทั้งหมดเพื่อการแปล  
ความหมายของคะแนนจะได้ตรงกัน

3. ด้านความเชื่อมั่น เป็นคุณสมบัติของเครื่องมือที่สามารถวัดได้ผลที่แน่นอนคงที่ ไม่ว่าจะนำไปวัดที่  
ครั้งก็ตาม ดังนั้นผู้วิจัยจะตรวจสอบความเชื่อมั่นก่อนเก็บข้อมูลด้วยการสอบซ้ำ ให้กลุ่มทดลองจำนวน 10 คน  
ลองทำแบบสอบถามคนละ 2 ครั้งโดยมีระยะห่างครั้งละ 1 สัปดาห์ เมื่อนำมาเปรียบเทียบทั้งสองครั้งพบว่า  
กลุ่มทดลองตอบใกล้เคียงครั้งแรก นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้หาความเชื่อมั่นหลังเก็บข้อมูลโดยอาศัยสหสัมพันธ์  
ภายในคะแนนแต่ละข้อ ด้วยวิธีหาความคงที่ภายใน (internal consistency) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา  
(Alpha-Coefficient) ถ้าได้ค่า Alpha  $\geq$  .80 แสดงว่า แบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นสูง จึงจะนำไปใช้เก็บ  
ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ข้อมูลที่ได้จะถูกบันทึก ประมวลผลและวิเคราะห์ด้วย  
คอมพิวเตอร์คำสั่งของโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยเลือกใช้สถิติดังต่อไปนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ใช้สถิติการแจกแจงความถี่  
เพื่อสำรวจละในการแจกแจงนับข้อมูลลักษณะประชากร และเป็นตัวแปรในการอธิบายลักษณะของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ความเป็นผู้บริโภครีเซียว (6 รายการ) และการท่องเที่ยว  
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (23 รายการ) โดยใช้สเกลกำหนดค่า 5 ระดับ ใช้สถิติการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง/  
ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (MEAN)

หลังจากนั้นจึงทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการบริโภคสีเขียวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดย กำหนดสมมติฐานดังนี้

H1 : การบริโภคสีเขียวมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

$H_0$  : การบริโภคสีเขียวไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ  $r = 0$

$H_1$  : การบริโภคสีเขียวมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ  $r \neq 0$

ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ ใช้ค่าสถิติ Contingency Coefficient โดยมีสถิติทดสอบเป็น

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}} \quad (\text{กัลยา วานิชย์บัญชา, การวิเคราะห์สถิติขั้นสูง, 2549})$$

โดยที่  $\chi^2$  = Pearson Chi-Square ผลลัพธ์จากคำนวณด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปทางสถิติและ  $0 < C < 1$

- ถ้า  $c = 0$  แสดงว่า ตัวแปร 2 ตัวเป็นอิสระกัน หรือ ไม่มีความสัมพันธ์กัน
- ถ้า  $C$  เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์กันมาก

การปฏิเสธ  $H_0$  พิจารณาจากค่า Sig. จากผลลัพธ์โดยการคำนวณด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปทางสถิติ โดยจะปฏิเสธ  $H_0$  ถ้า Significance ของค่าสถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ในที่นี้กำหนดให้ ยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ 5% หรือ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05 หรือ  $\alpha = .05$

หลังจากนั้น ทำการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนตามระดับความเป็นสีเขียว (Green Rating) โดยใช้สเกลกำหนดค่า 5 ระดับ จำแนกเป็น 5 กลุ่ม ใช้สถิติการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง/ค่ามัธยฐาน (MEAN) โดยคำนวณค่าเฉลี่ยของการบริโภคสีเขียวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แล้วจัดระดับความเป็นสีเขียวให้แก่กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์การจัดกลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย  $> 3.25 - 4.00$  เป็น กลุ่มสีเขียวเข้มมาก (very dark green)

กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย  $> 2.45 - 3.25$  เป็น กลุ่มสีเขียวเข้ม (dark green)

กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย  $> 1.65 - 2.45$  เป็น กลุ่มสีเขียวปานกลาง (medium green)

กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย  $> 0.85 - 1.65$  เป็น กลุ่มสีเขียวอ่อน (light green)

กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย  $0 - 0.85$  เป็น กลุ่มสีเขียวอ่อนมาก (very light green)

ผู้วิจัยจะทำทดลองทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (อายุ, เพศ, การศึกษา, รายได้, และ เขตท่องเที่ยว) กับรูปแบบการท่องเที่ยวข้างต้น เพื่อค้นหาว่าอายุ, เพศ, การศึกษา, รายได้, และ เขตท่องเที่ยวเป็นตัวแปรสำคัญในการจำแนกกลุ่มด้วยหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบที่ไม่ใช้พารามิเตอร์ เนื่องจากเป็นข้อมูลในระดับ ordinal scale ในที่นี้ ใช้ค่าสถิติทดสอบของ Kruskal-Wallis (Kruskal-Wallis test) โดยตั้งสมมติฐานดังนี้

$H_2$  : ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (อายุ, เพศ, การศึกษา, รายได้, และ เขตท่องเที่ยว) มีผลต่อการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยว

$H_0$  : ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (อายุ, เพศ, การศึกษา, รายได้, และ เขตท่องเที่ยว) ไม่มีผลต่อการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยว หรือ  $r = 0$

$H_1$  : ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (อายุ, เพศ, การศึกษา, รายได้, และ เขตท่องเที่ยว) ไม่มีผลต่อการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยว หรือ  $r \neq 0$

การปฏิเสธ  $H_0$  พิจารณาจากค่า Sig. จากผลลัพธ์โดยการคำนวณด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป  
โดยจะปฏิเสธ  $H_0$  ถ้า Significance ของค่า  $F$  ที่ทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ในที่นี้  
ระดับนัยสำคัญให้ยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ 5% หรือ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05 หรือ  $\alpha = .05$

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นตัวแบบประเมินความชอบต่อกิจกรรมนันทนาการ (leisure activities) 24 ประเภท โดยให้เยาวชนประเมินค่าความชอบแต่ละกิจกรรมกำหนดค่า 5 ระดับ) ในส่วนนี้ ใช้สถิติเชิง  
พรรณนา การแจกความถี่ แสดงจำนวนและร้อยละของค่าเฉลี่ยอย่าง จำแนกตามค่าความชอบต่อกิจกรรม  
นันทนาการแต่ละประเภท ด้วยสถิติการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง/ค่ามัธยฐานเลขคณิต (MEAN) รวมถึงทำการ  
วิเคราะห์รูปแบบวิถีชีวิต(จากการดำเนินกิจกรรมยามว่าง) ด้วยเทคนิคการสกัดปัจจัย (Factor Analysis) เป็น  
การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ของตัวแปรแต่ละคู่แล้วรวมตัวแปรที่มีค่าคะแนนความสัมพันธ์  
ใกล้เคียงกันในกลุ่มเดียวกัน เป็นการรวมปัจจัยที่มีค่าคะแนนความสัมพันธ์ใกล้เคียงกันในกลุ่มเดียวกันและค่า  
factor loading > 0.50 เท่านั้น ซึ่งมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ดังนี้

#### ขั้นตอนการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ขั้นที่ 1 การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร ถ้าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญจึง  
เหมาะสมที่จะใช้เทคนิคนี้ได้ ในที่นี้ตรวจสอบด้วยสถิติ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความ  
เหมาะสมของข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์โดยเทคนิค Factor Analysis (กัลยา วานิชย์บัญชา, การวิเคราะห์สถิติ  
ขั้นสูง, 2549, หน้า 13)

$$KMO = \frac{\sum r_i^2}{\sum r_i^2 + \sum (partial.correlation)^2}$$

$r$  = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ซึ่งทำให้ค่า  $0 \leq KMO \leq 1$

ถ้าค่า KMO มีค่าน้อย (เข้าสู่ 0) แสดงว่าเทคนิค Factor Analysis ไม่เหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่

ถ้าค่า KMO มีค่ามาก (เข้าสู่ 1) แสดงว่าเทคนิค Factor Analysis เหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่

โดยทั่วไปถ้าค่า KMO < .5 จะถือว่า ข้อมูลที่มีอยู่ไม่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis

และตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วย Bartlett's Test of Sphericity ด้วยการทดสอบสมมติฐาน

$H_0$  : ตัวแปรทั้ง 24 ตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน

$H_1$  : ตัวแปรทั้ง 24 ตัวมีความสัมพันธ์กัน

เขตปฏิเสธ  $H_0$  : จะปฏิเสธ  $H_0$  ถ้า ค่า Sig. (Significance) น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (0.05)

ขั้นที่ 2 การสกัดปัจจัย (Factor Extraction) เป็นการหาจำนวน component ที่สามารถใช้แทนตัว  
แปรทั้งหมดทุกตัวได้ ในที่นี้จะใช้วิธี Principal Component Analysis ซึ่งคำนวณโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทาง  
สถิติ ในขั้นนี้ทำให้ทราบค่า Factor loading ซึ่งจะเป็นค่าที่ใช้ในการพิจารณาว่ามีตัวแปรใดบ้างที่ควรอยู่ใน  
component เดียวกัน ในแต่ละ Component ให้พิจารณาค่า Factor loading ของแต่ละตัวแปร ถ้า Factor  
loading ของตัวแปรใดมีค่ามาก (เข้าสู่ +1 หรือ -1) ควรจัดตัวแปรนั้นอยู่ใน Component นั้น

ขั้นที่ 3 หากพบว่า มีค่า factor loading ของตัวแปรมีค่ากลาง ๆ และปรากฏในหลาย Component  
จึงทำการหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) ในที่นี้ใช้การหมุนแกนปัจจัยโดยวิธี Varimax เป็นการทำให้ค่า  
factor loading มีค่ามากขึ้นหรือลดลงจนกระทั่งทำให้ตัดสินใจได้ชัดเจนว่าตัวแปรนั้นควรอยู่ในปัจจัยใด  
คำนวณด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป

หลังจากหมุนแกนแล้วจึงพิจารณาว่าควรรวมตัวแปรเป็น Component ใหม่กี่ Component ใน  
ที่นี้เป็นการรวมกิจกรรมนันทนาการตามค่า Factor loading ให้เป็นกลุ่มวิถีชีวิตแบบต่างๆ

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ที่กิจกรรมนั้นพบ การที่มีค่าในเกณฑ์จำแนกกลุ่มกระตือรือร้น (active consumers) และ กลุ่มกระตือรือร้นน้อย (less active consumers) จัดตามเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยจึงได้จัดแบ่งกลุ่มด้วยระดับคะแนนเฉลี่ยเพื่อจำแนกเป็นกลุ่ม active consumers และ less active consumers โดยค่าเฉลี่ย = 3 ในการแยกกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่ม

ดังนั้น เมื่อทำการจัดกลุ่มด้วยช่วงคะแนนข้างต้น จะได้เกณฑ์ใหม่ในการจำแนกกลุ่มใหม่ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย >3 หมายถึง กลุ่ม active consumers

ค่าเฉลี่ย <3 หมายถึง กลุ่ม less active consumers

ในการวิเคราะห์กิจกรรมนั้นพบว่าการที่มีอิทธิพลหรือมีผลทำให้เป็นกลุ่ม active consumers และ less active consumers ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่จำแนกกลุ่มเพื่อหาสมการจำแนกกลุ่มหรือฟังก์ชันการจำแนกกลุ่ม ได้แก่ กิจกรรมนั้นพบการทั้ง 24 ประเภท

ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระจะอยู่ในรูปสมการเชิงเส้น หรือ เรียกว่า ฟังก์ชันจำแนกกลุ่ม (Discriminant Function) ดังนี้

$$\hat{D} = a + b_1L_1 + b_2L_2 + b_3L_3 + b_iL_i \dots (1)$$

โดยที่ D = ตัวแปรตาม

a = ค่าคงที่

$b_i$  = สัมประสิทธิ์ของสมการจำแนกกลุ่ม  $i = 1, 2, 3, \dots, 24$

$L_i$  = ตัวแปรอิสระ(กิจกรรมนั้นพบการ 24 ตัว)  $i = 1, 2, 3, \dots, 24$

งานวิจัยนี้ต้องการแบ่ง case (ผู้ตอบแบบสอบถาม) ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ active consumers และ less active consumers โดยคาดว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการแบ่งกลุ่มมี 24 ตัว ในที่นี้  $p = 24$  และ  $k = 2$

จะได้จำนวนสมการจำแนกกลุ่ม =  $\min(p, k-1) = 1$  สมการ คือ

$$\hat{D} = a + b_1L_1 + b_2L_2 + b_3L_3 + b_iL_i \dots (1)$$

การประมาณสัมประสิทธิ์  $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_p$  ด้วย  $a, b_1, b_2, \dots, b_p$  ตามลำดับ โดยมีเป้าหมายที่ทำให้ความแตกต่างระหว่างกลุ่มมีมากที่สุด นั่นคือทำให้  $\frac{\text{ความผันแปรระหว่างกลุ่ม}}{\text{ความผันแปรภายในกลุ่ม}}$  มีค่ามากที่สุด นั่นคือให้มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มมากกว่าความแตกต่างภายในกลุ่ม

#### การตรวจสอบเงื่อนไขก่อนทำการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม

เงื่อนไขที่ 1. ตัวแปรอิสระของแต่ละกลุ่มจะต้องมีการแจกแจงแบบปกติ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลตัวแปรอิสระครั้งละ 1 ตัวด้วยค่าสถิติทดสอบ Kolmogorov-Smirnov (คำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ) ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ทดสอบว่า ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติหรือไม่ โดยอิงสมมติฐานการทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : สุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มีการแจกแจงแบบปกติ

$H_1$  : สุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ไม่ได้มีการแจกแจงแบบปกติ

สมมติฐาน  $H_0$  จะปฏิเสธ  $H_0$  ถ้า Sig. สถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

เงื่อนไขที่ 2. Variance-Covariance matrix ของแต่ละกลุ่มต้องเท่ากัน

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบด้วยสถิติทดสอบเพื่อทดสอบว่า Variance-Covariance matrix ของตัวแปรอิสระของกลุ่ม less active และกลุ่ม active มีค่าเท่ากัน โดยใช้สถิติทดสอบ Box's M (คำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ) สมมติฐานของการทดสอบคือ

$H_0$  : Variance-Covariance matrix ของตัวแปรอิสระแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$  : Variance-Covariance matrix ของตัวแปรอิสระแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

เชตปฏิเสธ  $H_0$  : จะปฏิเสธ  $H_0$  ถ้า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (0.05)

หลังจากตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มแล้ว จึงทำการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มด้วยเทคนิค Discriminant Analysis โดยคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับ Activeness Categories

ข้อมูลส่วนบุคคลของสมมติฐานที่ 3 หมายถึง อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เพื่ออธิบายลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic characteristics) ของกลุ่ม active consumers และ less active consumers ในที่นี้ ผู้วิจัยใช้สถิติทดสอบ Pearson Chi-Square (คำนวณโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร "Activeness Categories" (2 ระดับ) กับตัวแปร "ลักษณะด้านประชากรศาสตร์" ประกอบด้วย อายุ(6 ระดับ) เพศ(2 ระดับ) ระดับการศึกษา(4 ระดับ) และรายได้(6 ระดับ)

$H_3$  : ข้อมูลส่วนบุคคล (อายุ, เพศ, การศึกษา, รายได้) มีความสัมพันธ์กับการจำแนกกลุ่ม

$H_0$  : ข้อมูลส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับการจำแนกกลุ่ม หรือ  $r = 0$

$H_1$  : ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการจำแนกกลุ่ม หรือ  $r \neq 0$

เชตปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  ถ้า Sig. ของสถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $\alpha = 0.05$ )





ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากบันทึกข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ด้วยโปรแกรมเก็บข้อมูลทางสถิติ จึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ และเขตพื้นที่ท่องเที่ยว
2. การวิเคราะห์เพื่อประเมินค่าผู้บริโภคสีเขียว(Green Consumer Values)ของเยาวชน
3. การวิเคราะห์เพื่อประเมินค่าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของเยาวชน
4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคสีเขียวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
5. การวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มเยาวชนตามระดับความแตกต่างของสีเขียว(Green Shading)
6. การวิเคราะห์การใช้เวลาว่างของเยาวชน
7. การวิเคราะห์รูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชน
8. การวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มเยาวชนตามระดับความกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
9. การวิเคราะห์กิจกรรมนันทนาการที่มีผลในการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้น (active consumers) และ กลุ่มกระตือรือร้นน้อย (less active consumers) ต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ และเขตพื้นที่ท่องเที่ยว ตามตารางที่ 4.1 - 4.6 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลภูมิศาสตร์

อันดับที่	จังหวัด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	กรุงเทพมหานคร	309	34.3
2	บุรีรัมย์	207	23.0
3	ร้อยเอ็ด	53	5.9
4	ชลบุรี	22	2.4
5	สมุทรปราการ	16	1.8
6	ระยอง	15	1.7
7	นครราชสีมา	14	1.6
8	ขอนแก่น	13	1.4
9	อุดรธานี	13	1.4
10	นนทบุรี	12	1.3
11	นครปฐม	11	1.2
12	สุพรรณบุรี	9	1.0
13	เชียงราย	8	.9
14	นครศรีธรรมราช	8	.9

ตารางที่ 4.1 การแจกแจงความถี่ คำขวัญเกี่ยวกับคุณธรรมของประเทศไทย แบ่งตามข้อมูลภูมิศาสตร์ (ต่อ)

อันดับที่	จังหวัด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
15	น่าน	8	.9
16	ปทุมธานี	8	.9
17	หนองคาย	8	.9
18	ราชบุรี	7	.8
19	สระบุรี	7	.8
20	อ่างทอง	7	.8
21	กาฬสินธุ์	6	.7
22	ปราจีนบุรี	6	.7
23	พิษณุโลก	6	.7
24	เชียงใหม่	5	.6
25	พระนครศรีอยุธยา	5	.6
26	พิจิตร	5	.6
27	เพชรบูรณ์	5	.6
28	มหาสารคาม	5	.6
29	ศรีสะเกษ	5	.6
30	สงขลา	5	.6
31	สมุทรสาคร	5	.6
32	สิงห์บุรี	5	.6
33	สุราษฎร์ธานี	5	.6
34	อุบลราชธานี	5	.6
35	กาญจนบุรี	4	.4
36	จันทบุรี	4	.4
37	ชัยภูมิ	4	.4
38	แพร่	4	.4
39	ยโสธร	4	.4
40	เลย	4	.4
41	สุรินทร์	4	.4
42	ชัยนาท	3	.3
43	นครพนม	3	.3
44	นครสวรรค์	3	.3
45	นราธิวาส	3	.3
46	พะเยา	3	.3
47	ลพบุรี	3	.3
48	สกลนคร	3	.3
49	ตรัง	2	.2

ตารางที่ 4.1 การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของข้อมูลแบบสอบถามจำแนกตามตัวอยุ่ภูมิศาสตร์ (ต่อ)

อันดับที่	จังหวัด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
50	ตาก	2	.2
51	นครนายก	2	.2
52	ประจวบคีรีขันธ์	2	.2
53	พังงา	2	.2
54	เพชรบุรี	2	.2
55	ลำปาง	2	.2
56	สระแก้ว	2	.2
57	อุตรดิตถ์	2	.2
58	กำแพงเพชร	1	.1
59	ฉะเชิงเทรา	1	.1
60	นครสวรรค์	1	.1
61	พัทลุง	1	.1
62	แม่ฮ่องสอน	1	.1
	รวมทั้งหมด	900	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาหรือสถานที่พำนักเป็นระยะจาจาก 62 จังหวัด สัดส่วนทำอันดับแรกได้แก่ ร้อยละ 34.3 ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ประจำที่กรุงเทพมหานคร มากเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 23 ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ประจำที่จังหวัดบุรีรัมย์ (อันดับที่สอง) ร้อยละ 5.9 ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ประจำที่จังหวัดร้อยเอ็ด (อันดับที่สาม) ร้อยละ 2.4 ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ประจำที่จังหวัดชลบุรี (อันดับที่สี่) ร้อยละ 1.8 ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ประจำที่จังหวัดสมุทรปราการ (อันดับที่ห้า) โดยที่จำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ 1 คน อยู่ประจำที่ กำแพงเพชร ฉะเชิงเทรา นครสวรรค์ พัทลุง และแม่ฮ่องสอน

ตารางที่ 4.2 การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	อันดับที่
19	184	20.4	2
20	213	23.7	1
21	164	18.2	4
22	169	18.8	3
23	84	9.3	6
24	86	9.6	5
รวมทั้งหมด	900	100.0	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.7 ซึ่งมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองอายุ 19 ปี ร้อยละ 20.4 อันดับสามอายุ 22 ปี ร้อยละ 18.8 อันดับสี่อายุ 21 ปี ร้อยละ 18.2 อันดับห้าอายุ 24 ปี ร้อยละ 9.6 และอันดับหก อายุ 23 ปี ร้อยละ 9.3 อย่างไรก็ตาม บุคคลในช่วงอายุ 19 - 24 ปี จัดว่าเป็นกลุ่มเยาวชน อันเป็นเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้

ตารางที่ 4.3 การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	อันดับที่
หญิง	504	56.0	1
ชาย	396	44.0	2
รวมทั้งหมด	900	100.0	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองเป็นผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 56 และผู้ชาย ร้อยละ 44

ตารางที่ 4.4 การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับการศึกษา

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	อันดับที่
ปริญญาตรี	539	59.9	1
ปวส./อนุปริญญา	234	26.0	2
มัธยมศึกษา/ปวช.	123	13.7	3
ประถมศึกษา	4	.4	4
รวมทั้งหมด	900	100.0	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.9 ซึ่งมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองมีการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 26 อันดับสามมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ร้อยละ 13.7 อันดับสี่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 4.5 การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน(คน)	ร้อยละ	อันดับที่
น้อยกว่า 5000-10,000	533	59.2	1
มากกว่า 10,000-20,000	286	31.8	2
มากกว่า 20,000-30,000	67	7.4	3
มากกว่า 30,000-40,000	6	.7	4
มากกว่า 40,000-50,000	4	.4	5
มากกว่า 50,000 ขึ้นไป	4	.4	6
รวมทั้งหมด	900	100.0	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองมีรายได้ น้อยกว่า 5000-10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 59.2 ซึ่งมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองมีรายได้มากกว่า 10,000-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 31.8 อันดับสามมีรายได้มากกว่า 20,000-30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 7.4 อันดับสี่มีรายได้มากกว่า 30,000-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.7 อันดับห้ามีรายได้มากกว่า 40,000-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.4 และ อันดับหกมีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 0.4



จากตารางที่ 4.7 พบว่า ค่าผู้บริโภครู้สึกว่ามีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของเขาวาน = 2.72 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S) = 0.512 ซึ่งมีค่าน้อย แสดงว่าข้อมูลกลุ่มนี้มีลักษณะจลนศาสตร์น้อยหรือมีความแตกต่างกันน้อย ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า เขาวานมีพฤติกรรมการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก

3. ผลการวิเคราะห์เพื่อประเมินค่าการท่องเที่ยวที่เป็นการท่องเที่ยวที่ปลอดภัยของเขาวานจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 900 คน ด้วยสถิติการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง: ค่ามัธยฐานเลขคณิตหรือค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) โดยผู้วิจัยได้แบ่งระดับค่าคะแนนการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐานค่าของ Likert โดยที่ค่าการประเมินหรือการให้ค่าคะแนน เริ่มจาก 0 - 4 ซึ่งแต่ละข้อจะเป็นสเกลมีระยะห่างเท่ากัน (เป็นมาตรการวัดระดับเรียงอันดับ หรือ ordinal measurement scale) โดยช่วงคะแนนและเกณฑ์ความหมายของระดับค่าเฉลี่ย (Descriptive Rating) ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย >3.25 - 4.00 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย >2.45 - 3.25 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาก

ค่าเฉลี่ย >1.65 - 2.45 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมปานกลาง

ค่าเฉลี่ย >0.85 - 1.65 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อย

ค่าเฉลี่ย 0 - 0.85 หมายถึง มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของเขาวาน

ตัวแปรวัดค่าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environment-friendly- tourism)	$\bar{X}$	S.D.
ตระหนักและระมัดระวังผลกระทบที่จะตามมาทุกครั้งที่ประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก	2.80	.747
ปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวและเชื่อฟังเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัด	2.92	.757
เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเพียงอย่างเดียว	2.56	.885
กำหนดระยะเวลาเพื่อการท่องเที่ยวไม่เกิน 3 วัน	2.34	.943
ชอบมีเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยวไม่เกิน 3 คน	2.20	1.007
ชอบการเดินทางท่องเที่ยวที่ต้องใช้พลังกำลังอย่างมาก	2.29	.935
ชอบการเดินทางท่องเที่ยวที่ทำหาย/ทดสอบความสามารถอย่างมาก	2.51	.903
ต้องการการบริการระหว่างท่องเที่ยวเพียงเล็กน้อยเท่านั้น	2.46	.878
ต้องการเรียนรู้จากประสบการณ์ด้วยตัวเองมากกว่าเรียนรู้จากแหล่งข้อมูล	2.75	.803
วางแผนโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวและบริหารจัดการเกี่ยวกับการเดินทางทั้งหมดด้วยตัวเอง	2.71	.827
ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบและปัญหาจากการท่องเที่ยวก่อนออกเดินทางและระหว่างที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทุกครั้งเดินทางท่องเที่ยว	2.56	.756
คัดแยกขยะและทิ้งตามประเภทในที่ที่จัดให้	2.74	.754
นำขยะและสิ่งปฏิกูลออกจากแหล่งท่องเที่ยวไปจัดการเอง	2.59	.773
ใช้ยานพาหนะในแหล่งท่องเที่ยวที่ประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานทดแทนและปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุด	2.62	.769
เลือกรายการนำเที่ยวที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อมของแหล่งเที่ยวน้อยที่สุด	2.72	.784
ตั้งเดินที่พักแรมในบริเวณที่จัดให้เท่านั้น	2.77	.837
เดินตามเส้นทางที่จัดให้เท่านั้น ไม่เคยเดินลัด หรือ เดินออกนอกเส้นทางเลยในระหว่างท่องเที่ยว	2.82	.814
ไม่เคยให้อาหารสัตว์ป่าทุกชนิดในระหว่างท่องเที่ยว	2.76	.915
ไม่เคยสัมผัสหรือแตะต้องตัวสัตว์ป่าในระหว่างท่องเที่ยว	2.88	.892

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของเยาวชน

ตัวแปรวัดค่าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environment friendly- tourism)	X	S.D.
ไม่ซื้อชิ้นส่วนของสัตว์หรือโบราณวัตถุ เช่น เสื้อทำมือ กระเป๋า หรือผ้าที่ทำจาก หรือกำลัง ผู้พันธุ์ เช่น กระเป๋าหนังหรือขนสัตว์ กระต่ายอบ และเตาทะเล เป็นต้น	3.00	.899
ไม่เก็บรวบรวมซากพืชซากสัตว์ เปลือกหอย ก้อนหิน และอื่นๆ มาเป็นสมบัติของตัวเอง	2.96	.863
ไม่ส่งเสริมการฝ่าฝืนหรือกระทำผิดกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวอื่นให้เจ้าหน้าที่ ที่รับผิดชอบรับทราบ	2.65	.807
ไม่เคยแสดงกริยาท่าทางหรือใช้คำพูดที่สื่อไปในทางลบหลู่ ไม่ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรม และ วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น	3.04	.827
$\bar{X}$ Environment friendly tourism	2.68	.398

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ค่าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเฉลี่ยของเยาวชน = 2.68 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S) = 0.398 ซึ่งมีค่าน้อยมาก แสดงว่าข้อมูลชุดนี้มีการกระจายน้อยมากหรือมีความแตกต่างกันน้อยมาก ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ในที่นี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการทดสอบค่าสถิติ Contingency Coefficient (ค่า C) โดยค่า C คือ

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}} \quad (\text{กัลยา วานิชย์บัญชา, การวิเคราะห์สถิติขั้นสูง, 2549})$$

โดย กำหนดสมมติฐาน ว่า

$H_1$  : การบริโภคสื่อมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

$H_0$  : การบริโภคสื่อไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ  $r = 0$

$H_1$  : การบริโภคสื่อมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ  $r \neq 0$

โดยที่  $\chi^2$  = Pearson Chi-Square ผลลัพธ์จากคำนวณด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปทางสถิติและ  $0 < C < 1$

- ถ้า  $c = 0$  แสดงว่า ตัวแปร 2 ตัวเป็นอิสระกัน หรือ ไม่มีความสัมพันธ์กัน
- ถ้า C เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์กันมาก

การปฏิเสธ  $H_0$  พิจารณาจากค่า Sig. จากผลลัพธ์โดยการคำนวณด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปทางสถิติ โดยจะปฏิเสธ  $H_0$  ถ้า Significance ของค่าสถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ในที่นี้ กำหนดให้ ยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ 5% หรือ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05 หรือ  $\alpha = .05$

ตารางที่ 4.9 Chi-Square Tests และ ค่าสถิติ Contingency Coefficient

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4009.903	1134	.000
Contingency Coefficient	.904		.000
N of Valid Cases	900		



จากตารางที่ 4.9 ค่าสถิติทดสอบ  $\chi^2 = 4009.903$  ค่าสถิติ Contingency Coefficient (C) = .904 (C เข้าใกล้ 1 แสดงถึงความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งมาก) และ ค่า Significance ของค่าสถิติทดสอบ = .000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ( $\alpha = .05$ ) จึงปฏิเสธ  $H_0$  ดังนั้น การบริโภคสีเขียวมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่เป้าหมาย ซึ่งคนสีเขียวจะมีความสัมพันธ์กันมาก จากตารางที่ 4.7 พบว่า เยาวชนมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวในระดับมาก ( $\bar{X} = 2.72$ ) และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก ( $\bar{X} = 2.68$ ) เช่นกัน อาจกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวอย่างเข้มข้นมีแนวโน้มที่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มข้นด้วยเช่นกัน

#### 5. ผลการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มเยาวชนตามระดับความแตกต่างของสีเขียว(Green Shading)

ในที่นี้ ผู้วิจัยทำการจัดกลุ่มเยาวชนออกเป็น 5 กลุ่ม โดยคำนวณค่าเฉลี่ยของการบริโภคสีเขียวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แล้วจัดระดับความเป็นสีเขียวให้แก่กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์การจัดกลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย  $>3.25 - 4.00$  เป็น กลุ่มสีเขียวเข้มมาก (very dark green)
- กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย  $>2.45 - 3.25$  เป็น กลุ่มสีเขียวเข้ม (dark green)
- กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย  $>1.65 - 2.45$  เป็น กลุ่มสีเขียวปานกลาง (medium green)
- กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย  $>0.85 - 1.65$  เป็น กลุ่มสีเขียวอ่อน (light green)
- กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย  $0 - 0.85$  เป็น กลุ่มสีเขียวอ่อนมาก (very light green)

ตารางที่ 4.10 รูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนจำแนกตามระดับความแตกต่างของสีเขียว(Green Shading)

รูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชน		Mean Green values	S.D.	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
กลุ่มสีเขียวอ่อนมาก	Very Light Green	0.35	.4945	2	.2	.2
กลุ่มสีเขียวอ่อน	Light Green	1.50	.1195	7	.8	1.0
กลุ่มสีเขียวปานกลาง	Medium Green	2.28	.1546	231	25.7	26.7
กลุ่มสีเขียวเข้ม	Dark Green	2.79	.2103	590	65.6	92.2
กลุ่มสีเขียวเข้มมาก	Very Dark green	3.50	.2003	70	7.8	100.0
Total		2.70	.4009	900	100.0	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า เยาวชนจำนวน 590 คน คิดเป็นร้อยละ 65.6 ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวสีเขียวเข้ม หรือในร้อยละ 65.6 ของเยาวชนมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด ในจำนวน 5 กลุ่ม อันดับที่สองเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสีเขียวปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.7 ของกลุ่มตัวอย่าง อันดับที่สามเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสีเขียวเข้มมากที่สุด ร้อยละ 7.8 ของกลุ่มตัวอย่าง อันดับทีสี่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสีเขียวอ่อน ร้อยละ 0.8 ของกลุ่มตัวอย่าง และอันดับสุดท้ายคือนักท่องเที่ยวสีเขียวอ่อนมาก ร้อยละ 0.2 ของกลุ่มตัวอย่าง สะท้อนให้เห็นแนวโน้มการท่องเที่ยวจะเป็นไปในทิศทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้สอบถามถึงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ, การศึกษา, รายได้, และ เขตพื้นที่ที่มี วัตถุประสงค์เพื่อทราบการทอ้งเที่ยวจำแนกตามระดับสีเขียว โดยค้นหาว่าอายุ, เพศ, การศึกษา, รายได้, และ เขตพื้นที่ที่มี เป็นตัวแปรที่สำคัญในการจำแนกกลุ่มด้วยหรือไม่ เป็นการทดสอบที่ไม่ใช้พารามิเตอร์ เนื่องจากตัวแปรตั้งต้นเป็น ordinal scale ในที่นี้ ใช้ค่าสถิติทดสอบ Kruskal-Wallis (Kruskal-Wallis test) ตามตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 Kruskal Wallis test results for profile

ลักษณะ (Profile)	ระดับอ่อนเต็มสีเขียว(green shading)					รวม		
	very light	light	medium	dark	very dark			
อายุ $\chi^2 = 5.721$ df = 4 sig. = 0.221	19	จำนวน(คน)	0	1	44	127	12	184
		% within อายุ	.0%	.5%	23.9%	69.0%	6.5%	100.0%
		% within group	.0%	14.3%	19.0%	21.5%	17.1%	20.4%
	20	จำนวน(คน)	1	3	57	139	13	213
		% within อายุ	.5%	1.4%	26.8%	65.3%	6.1%	100.0%
		% within group	50.0%	42.9%	24.7%	23.6%	18.6%	23.7%
	21	จำนวน(คน)	1	0	51	104	8	164
		% within อายุ	.6%	.0%	31.1%	63.4%	4.9%	100.0%
		% within group	50.0%	.0%	22.1%	17.6%	11.4%	18.2%
	22	จำนวน(คน)	0	1	42	111	15	169
		% within อายุ	.0%	.6%	24.9%	65.7%	8.9%	100.0%
		% within group	.0%	14.3%	18.2%	18.8%	21.4%	18.8%
23	จำนวน(คน)	0	0	16	57	11	84	
	% within อายุ	.0%	.0%	19.0%	67.9%	13.1%	100.0%	
	% within group	.0%	.0%	6.9%	9.7%	15.7%	9.3%	
24	จำนวน(คน)	0	2	21	52	11	86	
	% within อายุ	.0%	2.3%	24.4%	60.5%	12.8%	100.0%	
	% within group	.0%	28.6%	9.1%	8.8%	15.7%	9.6%	
เพศ $\chi^2 = 7.216$ df = 4 sig. = 0.696	หญิง	จำนวน(คน)	1	3	137	327	36	504
		% within เพศ	.2%	.6%	27.2%	64.9%	7.1%	100.0%
		% within group	50.0%	42.9%	59.3%	55.4%	51.4%	56.0%
	ชาย	จำนวน(คน)	1	4	94	263	34	396
		% within เพศ	.3%	1.0%	23.7%	66.4%	8.6%	100.0%
		% within group	50.0%	57.1%	40.7%	44.6%	48.6%	44.0%
การศึกษา $\chi^2 = 1.497$ df = 4 sig. = 0.827	ประถม	จำนวน(คน)	0	0	1	2	1	4
		% within การศึกษา	.0%	.0%	25.0%	50.0%	25.0%	100.0%
		% within group	.0%	.0%	.4%	.3%	1.4%	.4%
	มัธยม/ปวช.	จำนวน(คน)	1	1	33	83	5	123
		% within การศึกษา	.8%	.8%	26.8%	67.5%	4.1%	100.0%
		% within group	50.0%	14.3%	14.3%	14.1%	7.1%	13.7%
	ปวส./อนุปริญญา	จำนวน(คน)	0	3	55	155	21	234
		% within การศึกษา	.0%	1.3%	23.5%	66.2%	9.0%	100.0%
		% within group	.0%	42.9%	23.8%	26.3%	30.0%	26.0%
	ปริญญาตรี	จำนวน(คน)	1	3	142	350	43	539
		% within การศึกษา	.2%	.6%	26.3%	64.9%	8.0%	100.0%
		% within group	50.0%	42.9%	61.5%	59.3%	61.4%	59.9%

ตารางที่ 4.11 Kruskal-Wallis test results for profile (ต่อ)

รายได้	ลักษณะ (Profile)		ระดับอ่อนเข้มน้ำเขียว (green shading)					รวม
			very light	light	medium	dark	very dark	
รายได้ $F^2 =$ 7.541 $Hf = 4$ $Sig. =$ 0.110	5,000-10,000	จำนวน(คน)	1	4	149	332	47	533
		% within รายได้	2%	8%	28.0%	62.3%	8.8%	100.0%
		% within group	50.0%	57.1%	64.5%	56.3%	67.1%	59.2%
	10,000-20,000	จำนวน(คน)	0	2	69	199	16	286
		% within รายได้	0%	7%	24.1%	69.6%	5.6%	100.0%
		% within group	0%	28.6%	29.9%	33.7%	22.9%	31.8%
	20,000-30,000	จำนวน(คน)	0	1	9	52	5	67
		% within รายได้	0%	1.5%	13.4%	77.6%	7.5%	100.0%
		% within group	0%	14.3%	3.9%	8.8%	7.1%	7.4%
	30,000-40,000	จำนวน(คน)	0	0	2	2	2	6
		% within รายได้	0%	0%	33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
		% within group	0%	0%	9%	3%	2.9%	7%
	40,000-50,000	จำนวน(คน)	0	0	2	2	0	4
		% within รายได้	0%	0%	50.0%	50.0%	0%	100.0%
		% within group	0%	0%	9%	3%	0%	4%
	มากกว่า 50,000	จำนวน(คน)	1	0	0	3	0	4
		% within รายได้	25.0%	0%	0%	75.0%	0%	100.0%
		% within group	50.0%	0%	0%	5%	0%	4%
เขต ท้องที่ ที่ชอบ $\chi^2 =$ 13.888 $df = 4$ $Sig. =$ 0.008	ธรรมชาติสันโดษ (P)	จำนวน(คน)	0	0	48	112	25	185
		% within เขต	0%	0%	25.9%	60.5%	13.5%	100.0%
		% within group	0%	0%	20.8%	19.0%	35.7%	20.6%
	ธรรมชาติกึ่งสันโดษ (SPNM)	จำนวน(คน)	0	1	23	94	16	134
		% within เขต	0%	7%	17.2%	70.1%	11.9%	100.0%
		% within group	0%	14.3%	10.0%	15.9%	22.9%	14.9%
	ธรรมชาติถูกตัดแปลงพัฒนา มีถนนเข้าถึง (SPM)	จำนวน(คน)	2	2	54	176	7	241
		% within เขต	8%	8%	22.4%	73.0%	2.9%	100.0%
		% within group	100.0%	28.6%	23.4%	29.8%	10.0%	26.8%
	สภาพแวดล้อมธรรมชาติที่มนุษย์สร้างขึ้น (RNM)	จำนวน(คน)	0	2	33	65	6	106
		% within เขต	0%	1.9%	31.1%	61.3%	5.7%	100.0%
		% within group	0%	28.6%	14.3%	11.0%	8.6%	11.8%
	สภาพแวดล้อมชนบท (R)	จำนวน(คน)	0	0	53	108	13	174
		% within เขต	0%	0%	30.5%	62.1%	7.5%	100.0%
		% within group	0%	0%	22.9%	18.3%	18.6%	19.3%
	พื้นที่เมือง มีความสะดวกสบายสูงมาก (U)	จำนวน(คน)	0	2	20	35	3	60
		% within เขต	0%	3.3%	33.3%	58.3%	5.0%	100.0%
		% within group	0%	28.6%	8.7%	5.9%	4.3%	6.7%
รวมทั้งหมด		จำนวน(คน)	2	7	231	590	70	900
		ร้อยละ	0.2	0.8	25.7	65.6	7.8	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า อายุ เพศ การศึกษา รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการท่องเที่ยว โดยที่ค่า Asymptotic Significance ของสถิติทดสอบ = 0.221, 0.696, 0.827, 0.110 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 กล่าวคือ อายุ เพศ การศึกษา รายได้ ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนออกเป็น 5 ประเภทข้างต้น ส่วนปัจจัยด้านเขตการท่องเที่ยวที่ชอบไปเที่ยวมีค่า Asymp. Sig. = .008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ เขตท่องเที่ยวที่ชอบมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการท่องเที่ยว

ผลกล่าวได้ว่าเขตท่องเที่ยวที่ชอบไปเป็นปัจจัยสำคัญที่มีในการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวตามระดับความเข้มข้นของสีเขียว

6. ผลการวิเคราะห์การใช้เวลาว่างของประชาชน เป็นการวิเคราะห์กิจกรรมที่เยาวชนกระทำในยามว่างจากภารกิจงานประจำ ซึ่งผลวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าเยาวชนกลุ่มรูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชนในลำดับถัดไป กิจกรรมที่เยาวชนกระทำในยามว่างจากภารกิจงานประจำได้พัฒนามาจากงานวิจัยของ Elisabeth, Stefan, Thomas, and Manuela. (2015) บูรณาการกับกิจกรรมนันทนาการที่จัดทำโดยกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (แผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2550-2554) ประกอบด้วย 24 รายการดังนี้

1. การบริการอาสาสมัคร (Voluntary Service)
2. กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปีนเขา ขี่จักรยาน (hiking/biking/outdoor)
3. กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ(อาหารเพื่อสุขภาพ) (Nutrition)
4. กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ (Health)
5. กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ (Special Event)
6. กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone)
7. กิจกรรมเพื่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (environment/nature conservation)
8. กีฬา (Sports)
9. ขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์ (Car/motorbike)
10. งานเลี้ยงสังสรรค์ (Party)
11. ใช้เวลาว่างในการหารายได้ (Income)
12. ดนตรีและร้องเพลง (Music and Singing)
13. ดูโทรทัศน์ (Television)
14. ดูละคร (Theater)
15. ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วีดีโอ (computer/video)
16. ดูหนังในโรงภาพยนตร์ (Cinema)
17. เดินทางท่องเที่ยว (Traveling)
18. เต้นรำ (Dances)
19. ฟังเพลงคลาสสิก (classic music)
20. ฟังเพลงป๊อป/ร็อก (pop/rock music)
21. ศิลปหัตถกรรม (Art and Crafts)
22. ไปอยู่กับเพื่อน (Friends)
23. อ่านนิตยสาร/การ์ตูน (Journals/comics)
24. อ่านหนังสือ/ตำราเรียน (books)

ในส่วนนี้ ใช้สถิติเชิงพรรณนา การแจกความถี่ แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าความชอบต่อกิจกรรมนันทนาการ (24 รายการ) ได้กำหนดมาตรฐานประมาณค่าของ Likert (Likert type of Summated Rating Scales. สุชีรา ภัทรายุทธวรรณ. 2545. คู่มือการวัดทางจิตวิทยา. หน้าที่ 149) โดยกำหนดค่า 0 ถึง 4 ในการประมาณให้กับทุกๆ ข้อเท่ากัน โดยค่าการประเมิน หรือ การให้ค่าคะแนน เริ่มจาก 0 - 4 ซึ่งแต่ละข้อจะเป็นสเกลมีระยะห่างเท่ากันดังนี้

ไม่ชอบเลย	ไม่ชอบ	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด
0	1	2	3	4

ช่วงคะแนนและเกณฑ์การประเมินระดับความชอบกิจกรรม ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย  $>3.25 - 4.00$  หมายถึง ชอบกิจกรรมชนิดนี้มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย  $>2.45 - 3.25$  หมายถึง ชอบกิจกรรมชนิดนี้มาก

ค่าเฉลี่ย  $>1.65 - 2.45$  หมายถึง ชอบกิจกรรมชนิดนี้ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย  $>0.85 - 1.65$  หมายถึง ไม่ชอบกิจกรรมชนิดนี้

ค่าเฉลี่ย  $0 - 0.85$  หมายถึง ไม่ชอบกิจกรรมชนิดนี้เลย

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการเป็นอาสาสมัคร

ระดับความชอบต่อการเป็นอาสาสมัคร	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	6	.7	.7
ไม่ชอบ	123	13.7	14.3
ชอบปานกลาง	375	41.7	56.0
ชอบมาก	283	31.4	87.4
ชอบมากที่สุด	113	12.6	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.42	ความหมาย เยาวชนชอบใช้เวลาว่าง ในการเป็นอาสาสมัคร ระดับปานกลาง	
มัธยฐาน (Median)	2.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.899		

จากตารางที่ 4.12 พบว่า เยาวชนร้อยละ 41.7 ชอบเป็นอาสาสมัครระดับปานกลาง ร้อยละ 31.4 ชอบมาก ร้อยละ 13.7 ไม่ชอบเลย ร้อยละ 12.6 ชอบเป็นอาสาสมัครมากที่สุด และร้อยละ 0.7 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 85.7) หากมีเวลาว่างอยากเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคม และร้อยละ 14.4 ไม่ต้องการเป็นอาสาสมัคร ค่าเฉลี่ยความชอบต่อเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคม = 2.42 เยาวชนชอบเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคมในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อกิจกรรมกลางแจ้ง

ระดับความชอบต่อกิจกรรมกลางแจ้ง	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	7	.8	.8
ไม่ชอบ	80	8.9	9.7
ชอบปานกลาง	383	42.6	52.2
ชอบมาก	307	34.1	86.3
ชอบมากที่สุด	123	13.7	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.51	ความหมาย เยาวชนชอบใช้เวลาว่าง ในการทำกิจกรรม กลางแจ้งในระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	2.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.865		

จากตารางที่ 4.13 พบว่า เยาวชนร้อยละ 42.6 ชอบใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมกลางแจ้งระดับปานกลาง ร้อยละ 34.1 ชอบมาก ร้อยละ 13.7 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 8.9 ไม่ชอบการทำกิจกรรมกลางแจ้ง

และร้อยละ 0.8 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90.4) หากมีเวลาว่างจะออกไปทำกิจกรรมกลางแจ้ง และร้อยละ 9.7 ไม่ออกไปทำกิจกรรมเลยแม้แต่น้อย ค่าเฉลี่ยความชอบต่อกิจกรรมกลางแจ้ง = 2.51 เยาวชนชอบกิจกรรมกลางแจ้งในระดับมาก

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อกิจกรรมเกี่ยวกับโภชนาการ

ระดับความชอบต่อกิจกรรมเกี่ยวกับโภชนาการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	6	.7	.7
ไม่ชอบ	60	6.7	7.3
ชอบปานกลาง	410	45.6	52.9
ชอบมาก	295	32.8	85.7
ชอบมากที่สุด	129	14.3	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.53	เยาวชนชอบใช้เวลาว่าง ในการทำกิจกรรม เกี่ยวกับโภชนาการใน ระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	2.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.842		

จากตารางที่ 4.14 พบว่า เยาวชนร้อยละ 45.6 ชอบใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมเกี่ยวกับโภชนาการระดับปานกลาง ร้อยละ 32.8 ชอบมาก ร้อยละ 14.3 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 6.7 ไม่ชอบและร้อยละ 0.8 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92.7) หากมีเวลาว่างจะออกไปทำกิจกรรมเกี่ยวกับโภชนาการ (อาหารเพื่อสุขภาพ) และร้อยละ 7.3 ไม่ออกไปทำกิจกรรมเกี่ยวกับโภชนาการ ค่าเฉลี่ยความชอบต่อกิจกรรมเกี่ยวกับโภชนาการ = 2.53 เยาวชนชอบกิจกรรมเกี่ยวกับโภชนาการในระดับมาก

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพ

ระดับความชอบต่อกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	5	.6	.6
ไม่ชอบ	57	6.3	6.9
ชอบปานกลาง	381	42.3	49.2
ชอบมาก	318	35.3	84.6
ชอบมากที่สุด	139	15.4	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.59	เยาวชนชอบใช้เวลาว่าง ในการทำกิจกรรม เกี่ยวกับสุขภาพในระดับ มาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.844		

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เยาวชนร้อยละ 42.3 ชอบใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพระดับปานกลาง ร้อยละ 35.3 ชอบมาก ร้อยละ 15.4 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 6.3 ไม่ชอบและร้อยละ 0.6 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 93) หากมีเวลาว่างจะออกไปทำกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพ และร้อยละ 7 ไม่ออกไปทำกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพ ค่าเฉลี่ยความชอบต่อกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพ = 2.59 เยาวชนชอบกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพในระดับมาก

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของเวลาว่างในการทำกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ

ระดับความชอบต่อกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	4	.4	.4
ไม่ชอบ	41	4.6	5.0
ชอบปานกลาง	333	37.0	42.0
ชอบมาก	360	40.0	82.0
ชอบมากที่สุด	162	18.0	100.0
Total	4	.4	.4
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.71	เยาวชนชอบใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ ในระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	3		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.828		

จากตารางที่ 4.16 พบว่า เยาวชนร้อยละ 40 ชอบใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ ในระดับมาก ร้อยละ 37 ชอบปานกลาง ร้อยละ 18 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 4.6 ไม่ชอบ และร้อยละ 0.4 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95) หากมีเวลาว่างจะออกไปทำกิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ และร้อยละ 5 ไม่ออกไปทำกิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการทำกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ = 2.71 เยาวชนชอบกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆระดับมาก

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อกิจกรรมในโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระดับความชอบต่อกิจกรรมในโทรศัพท์เคลื่อนที่	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	22	2.4	2.4
ไม่ชอบ	97	10.8	13.2
ชอบปานกลาง	388	43.1	56.3
ชอบมาก	274	30.4	86.8
ชอบมากที่สุด	119	13.2	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.41	เยาวชนชอบใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมในโทรศัพท์เคลื่อนที่ระดับปานกลาง	
มัธยฐาน (Median)	2.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.933		

จากตารางที่ 4.17 พบว่า เยาวชนร้อยละ 43.1 ชอบใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมในโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 30.4 ชอบมาก และร้อยละ 13.2 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 10.8 ไม่ชอบและร้อยละ 2.4 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.7) หากมีเวลาว่างจะทำกิจกรรมในโทรศัพท์เคลื่อนที่และร้อยละ 13.3 ไม่ทำกิจกรรมในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ค่าเฉลี่ยความชอบต่อกิจกรรมในโทรศัพท์เคลื่อนที่ = 2.41 เยาวชนชอบทำกิจกรรมในโทรศัพท์เคลื่อนที่ระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบต่อกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม

ระดับความชอบต่อกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	5	0.6	0.6
ไม่ชอบ	34	3.8	4.3
ชอบปานกลาง	352	39.1	43.4
ชอบมาก	349	38.8	82.2
ชอบมากที่สุด	160	17.8	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.69	เยาวชนชอบใช้เวลาว่าง ในการทำกิจกรรมเพื่อ สิ่งแวดล้อมระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.823		

จากตารางที่ 4.18 พบว่า เยาวชนร้อยละ 39.1 ชอบใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมปกป้อง ฟื้นฟู ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมระดับปานกลาง ร้อยละ 38.8 ชอบในระดับมาก ร้อยละ 17.8 ชอบมากที่สุด ไม่ชอบ ร้อยละ 3.8 และร้อยละ 0.6 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95.7) หากมีเวลาว่างจะทำ กิจกรรมปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและร้อยละ 4.4 ไม่ทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย ความชอบต่อกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม = 2.69 เยาวชนชอบทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมระดับมาก

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการเล่นกีฬา

ระดับความชอบต่อการเล่นกีฬา	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	12	1.3	1.3
ไม่ชอบ	52	5.8	7.1
ชอบปานกลาง	323	35.9	43.0
ชอบมาก	333	37.0	80.0
ชอบมากที่สุด	180	20.0	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.69	เยาวชนชอบใช้เวลาว่าง ในการเล่นกีฬา ระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	3		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.901		

จากตารางที่ 4.19 พบว่า เยาวชนร้อยละ 37 ชอบใช้เวลาว่างในการเล่นกีฬาในระดับมาก ร้อยละ 35.9 ชอบปานกลาง ร้อยละ 20 ชอบมากที่สุด ไม่ชอบร้อยละ 5.8 และร้อยละ 1.3 ไม่ชอบเล่นกีฬาเลย อาจ กล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92.9) หากมีเวลาว่างจะการเล่นกีฬาและร้อยละ 7.1 ไม่เล่นกีฬา ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการเล่นกีฬา = 2.69 หมายถึง เยาวชนชอบการเล่นกีฬาในระดับมาก



ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของจำนวนชั่วโมงว่างในการขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์

ระดับความชอบต่อการขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	13	1.4	1.4
ไม่ชอบ	117	13.0	14.4
ชอบปานกลาง	341	37.9	52.3
ชอบมาก	293	32.6	84.9
ชอบมากที่สุด	136	15.1	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.47	เยาวชนชอบใช้เวลาว่าง ในการขับรถยนต์/ขี่ มอเตอร์ไซด์ ระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	2.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.948		

จากตารางที่ 4.20 พบว่า เยาวชนร้อยละ 37.9 ชอบใช้เวลาว่างในการขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์ ระดับปานกลาง ร้อยละ 32.6 ชอบระดับมาก ร้อยละ 15.1 ชอบมากที่สุด ไม่ชอบร้อยละ 13 และร้อยละ 1.4 ไม่ชอบขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์เลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 85.6) หากมีเวลาว่างจะขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์และร้อยละ 14.4 ไม่ขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์ ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์ = 2.47 หมายถึง เยาวชนชอบการขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์ในระดับมาก

ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่องานเลี้ยงสังสรรค์

ระดับความชอบต่องานเลี้ยงสังสรรค์	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	15	1.7	1.7
ไม่ชอบ	82	9.1	10.8
ชอบปานกลาง	331	36.8	47.6
ชอบมาก	311	34.6	82.1
ชอบมากที่สุด	161	17.9	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.58	เยาวชนชอบใช้เวลาว่าง ในงานเลี้ยงสังสรรค์ ระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)			

จากตารางที่ 4.21 พบว่า เยาวชนร้อยละ 36.8 ใช้เวลาว่างไปงานเลี้ยงสังสรรค์ระดับปานกลาง ร้อยละ 34.6ชอบมาก ร้อยละ 17.9 ชอบมากที่สุด ไม่ชอบร้อยละ 9.1 และร้อยละ 1.4 ไม่ชอบงานเลี้ยงสังสรรค์เลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 89.3) หากมีเวลาว่างจะไปงานเลี้ยงสังสรรค์และร้อยละ 10.8 ไม่ไปงานเลี้ยงสังสรรค์ ค่าเฉลี่ยความชอบต่องานเลี้ยงสังสรรค์ = 2.58 หมายถึง เยาวชนชอบไปงานเลี้ยงสังสรรค์ในระดับมาก

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการหารายได้เมื่อมีเวลาว่าง

ระดับความชอบต่อการหารายได้เมื่อมีเวลาว่าง	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	8	0.9	0.9
ไม่ชอบ	55	6.1	7.0
ชอบปานกลาง	337	37.4	44.4
ชอบมาก	331	36.8	81.2
ชอบมากที่สุด	169	18.8	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.66	เยาวชนชอบการหารายได้เมื่อมีเวลาว่างในระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.880		

จากตารางที่ 4.22 พบว่า เยาวชนร้อยละ 37.4 ชอบใช้เวลาว่างเพื่อหารายได้ระดับปานกลาง ร้อยละ 36.8 ชอบระดับมาก ร้อยละ 18.8 ชอบมากที่สุด ไม่ชอบร้อยละ 6.1 และร้อยละ 0.9 ไม่ชอบหารายได้เมื่อมีเวลาว่างเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 93) หากมีเวลาว่างจะหารายได้และร้อยละ 7 ไม่ใช้เวลาว่างในการหารายได้ ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการหารายได้เมื่อมีเวลาว่าง = 2.66 หมายถึง เยาวชนชอบการหารายได้เมื่อมีเวลาว่างในระดับมาก

ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการเล่นดนตรีและร้องเพลง

ระดับความชอบต่อการเล่นดนตรีและร้องเพลง	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	13	1.4	1.4
ไม่ชอบ	60	6.7	8.1
ชอบปานกลาง	319	35.4	43.6
ชอบมาก	342	38.0	81.6
ชอบมากที่สุด	166	18.4	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.65	เยาวชนชอบเล่นดนตรีและร้องเพลงในระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	3		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.903		

จากตารางที่ 4.23 พบว่า เยาวชนร้อยละ 38 ชอบการเล่นดนตรีและร้องเพลงในระดับมาก ร้อยละ 35.4 ชอบปานกลาง ร้อยละ 18.4 ชอบมากที่สุด ไม่ชอบร้อยละ 6.7 และร้อยละ 1.4 ไม่ชอบเล่นดนตรีและร้องเพลงเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 91.8) หากมีเวลาว่างจะเล่นดนตรีและร้องเพลง ร้อยละ 8.1 ไม่เล่นดนตรีและร้องเพลง ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการเล่นดนตรีและร้องเพลง = 2.65 หมายถึง เยาวชนชอบเล่นดนตรีและร้องเพลงในระดับมาก

ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการดูโทรทัศน์

ระดับความชอบต่อการดูโทรทัศน์	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	11	1.2	1.2
ไม่ชอบ	47	5.2	6.4
ชอบปานกลาง	323	35.9	42.3
ชอบมาก	358	39.8	82.1
ชอบมากที่สุด	161	17.9	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.68	เยาวชนชอบดูโทรทัศน์ เมื่อมีเวลาว่างในระดับ มาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	3		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.869		

จากตารางที่ 4.24 พบว่า เยาวชนร้อยละ 39.8 ชอบดูโทรทัศน์ในระดับมาก ร้อยละ 35.9 ชอบปานกลาง ร้อยละ 17.9 ชอบมากที่สุด ไม่ชอบร้อยละ 5.2 และร้อยละ 1.2 ไม่ชอบดูโทรทัศน์ในเวลาว่างเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 93.6) หากมีเวลาว่างจะดูโทรทัศน์ ร้อยละ .4 ไม่ดูโทรทัศน์ ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการดูโทรทัศน์ = 2.68 หมายถึง เยาวชนชอบดูโทรทัศน์เมื่อมีเวลาว่างในระดับมาก

ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการดูละครเวที

ระดับความชอบต่อการดูละครเวที	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	55	6.1	6.1
ไม่ชอบ	123	13.7	19.8
ชอบปานกลาง	319	35.4	55.2
ชอบมาก	294	32.7	87.9
ชอบมากที่สุด	109	12.1	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.31	เยาวชนชอบดูละครเวที ระดับปานกลาง	
มัธยฐาน (Median)	2.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	1.048		

จากตารางที่ 4.25 พบว่า เยาวชนร้อยละ 35.4 ชอบดูละครเวทีระดับปานกลาง ร้อยละ 32.7 ชอบมาก ร้อยละ 13.7 ไม่ชอบ ร้อยละ 12.1 ชอบมากที่สุด และร้อยละ 6.1 ไม่ชอบดูละครเวทีในเวลาว่างเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80.2) หากมีเวลาว่างจะดูละครเวที ร้อยละ 19.8 ไม่ดูละครเวที ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการดูละครเวที = 2.31 หมายถึง เยาวชนชอบดูละครเวทีเมื่อมีเวลาว่างระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.26 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อกิจกรรมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์

ระดับความชอบต่อกิจกรรมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	5	.6	.6
ไม่ชอบ	41	4.6	5.1
ชอบปานกลาง	256	28.4	33.6
ชอบมาก	345	38.3	71.9
ชอบมากที่สุด	253	28.1	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.89	เยาวชนชอบกิจกรรมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ในระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	3		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.887		

จากตารางที่ 4.26 พบว่า เยาวชนร้อยละ 38.3 ชอบกิจกรรมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ในระดับมาก ร้อยละ 28.4 ชอบปานกลาง ร้อยละ 28.1 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 4.6 ไม่ชอบ และร้อยละ 0.6 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 94.8) หากมีเวลาว่างจะทำกิจกรรมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 5.2 ไม่ชอบ ค่าเฉลี่ยความชอบต่อกิจกรรมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ = 2.89 หมายถึง เยาวชนชอบกิจกรรมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ในระดับมาก

ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการดูหนังในโรงภาพยนตร์

ระดับความชอบต่อการดูหนังในโรงภาพยนตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	10	1.1	1.1
ไม่ชอบ	51	5.7	6.8
ชอบปานกลาง	249	27.7	34.4
ชอบมาก	384	42.7	77.1
ชอบมากที่สุด	206	22.9	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.81	เยาวชนชอบดูหนังในโรงภาพยนตร์ในระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	3		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.892		

จากตารางที่ 4.27 พบว่า เยาวชนร้อยละ 42.7 ชอบดูหนังในโรงภาพยนตร์ในระดับมาก ร้อยละ 27.7 ชอบปานกลาง ร้อยละ 22.9 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 5.7 ไม่ชอบ และร้อยละ 1.1 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 93.3) หากมีเวลาว่างจะดูหนังในโรงภาพยนตร์ ร้อยละ 6.8 ไม่ชอบ ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการดูหนังในโรงภาพยนตร์ = 2.81 หมายถึง เยาวชนชอบดูหนังในโรงภาพยนตร์ในระดับมาก

ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละจำนวนตัวอย่างตามระดับความชอบต่อการเดินทางท่องเที่ยว

ระดับความชอบต่อการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	21	2.3	2.3
ไม่ชอบ	81	9.0	11.3
ชอบปานกลาง	273	30.3	41.7
ชอบมาก	350	38.9	80.6
ชอบมากที่สุด	175	19.4	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.64	เยาวชนชอบการเดินทางท่องเที่ยวในระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	3		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.970		

จากตารางที่ 4.28 พบว่า เยาวชนร้อยละ 38.9 ชอบการเดินทางท่องเที่ยวในระดับมาก ร้อยละ 30.3 ชอบปานกลาง ร้อยละ 19.4 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 9.0 ไม่ชอบ และร้อยละ 2.3 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.6) หากมีเวลาว่างจะเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 11.3 ไม่ชอบเดินทางท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการเดินทางท่องเที่ยว = 2.64 หมายถึง เยาวชนชอบการเดินทางท่องเที่ยวในระดับมาก

ตารางที่ 4.29 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการเดินร่ำ

ระดับความชอบต่อการเดินร่ำ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	91	10.1	10.1
ไม่ชอบ	246	27.3	37.4
ชอบปานกลาง	255	28.3	65.8
ชอบมาก	212	23.6	89.3
ชอบมากที่สุด	96	10.7	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	1.97	เยาวชนชอบการเดินร่ำในระดับปานกลาง	
มัธยฐาน (Median)	2.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	1.158		

จากตารางที่ 4.29 พบว่า เยาวชนร้อยละ 28.3 ชอบการเดินร่ำปานกลาง ร้อยละ 27.3 ไม่ชอบการเดินร่ำ ร้อยละ 23.6 ชอบในระดับมาก ร้อยละ 10.7 ชอบมากที่สุด และร้อยละ 10.1 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.6) หากมีเวลาว่างจะไปเดินร่ำ ร้อยละ 37.4 ไม่ชอบการเดินร่ำ ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการเดินร่ำ = 1.97 หมายถึง เยาวชนชอบการเดินร่ำในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละของเยาวชนที่ความชอบต่อเพลงคลาสสิก

ระดับความชอบต่อเพลงคลาสสิก	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	49	5.4	5.4
ไม่ชอบ	134	14.9	20.3
ชอบปานกลาง	326	36.2	56.6
ชอบมาก	275	30.6	87.1
ชอบมากที่สุด	116	12.9	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.31	เยาวชนชอบฟังเพลง คลาสสิกระดับปานกลาง	
มัธยฐาน (Median)	2.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	1.047		

จากตารางที่ 4.30 พบว่า เยาวชนร้อยละ 36.2 ชอบเพลงคลาสสิกระดับปานกลาง ร้อยละ 30.6 ชอบมาก ร้อยละ 14.9 ไม่ชอบฟังเพลงคลาสสิก ร้อยละ 12.9 ชอบมากที่สุด และร้อยละ 5.4 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.7) หากมีเวลาว่างจะฟังเพลงคลาสสิก ร้อยละ 20.3 ไม่ชอบฟังเพลงคลาสสิก ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการฟังเพลงคลาสสิก = 2.31 หมายถึง เยาวชนชอบฟังเพลงคลาสสิกในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.31 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อเพลงป๊อป/ร็อก/อื่นๆ

ระดับความชอบต่อเพลงป๊อป/ร็อก/อื่นๆ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	16	1.8	1.8
ไม่ชอบ	70	7.8	9.6
ชอบปานกลาง	287	31.9	41.4
ชอบมาก	360	40.0	81.4
ชอบมากที่สุด	167	18.6	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.66	เยาวชนชอบฟัง เพลงป๊อป/ร็อก/อื่นๆใน ระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	3		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.927		

จากตารางที่ 4.31 พบว่า เยาวชนร้อยละ 40 ชอบฟังเพลงป๊อป/ร็อก/อื่นๆในระดับมาก ร้อยละ 31.9 ชอบปานกลาง ร้อยละ 18.6 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 7.8 ไม่ชอบฟังเพลงป๊อป/ร็อก/อื่นๆ และร้อยละ 1.8 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90.5) หากมีเวลาว่างจะฟังเพลงป๊อป/ร็อก/อื่นๆ ร้อยละ 9.5 ไม่ชอบฟังเพลงป๊อป/ร็อก/อื่นๆ ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการฟังเพลงป๊อป/ร็อก/อื่นๆ = 2.66 หมายถึง เยาวชนชอบฟังเพลงป๊อป/ร็อก/อื่นๆในระดับมาก

ตารางที่ 4.32 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อศิลปหัตถกรรม

ระดับความชอบต่อศิลปหัตถกรรม	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	32	3.6	3.6
ไม่ชอบ	131	14.6	18.1
ชอบปานกลาง	351	39.0	57.1
ชอบมาก	281	31.2	88.3
ชอบมากที่สุด	105	11.7	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.33	เยาวชนชอบ ศิลปหัตถกรรม ระดับปานกลาง	
มัธยฐาน (Median)	2.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.980		

จากตารางที่ 4.32 พบว่า เยาวชนร้อยละ 39 ชอบปานกลาง ร้อยละ 31.2 ชอบมาก ร้อยละ 11.7 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 14.6 ไม่ชอบศิลปหัตถกรรมและร้อยละ 3.6 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 81.9) หากมีเวลาว่างจะทำงานศิลปหัตถกรรม ร้อยละ 18.2 ไม่ชอบศิลปหัตถกรรม ค่าเฉลี่ยความชอบต่อศิลปหัตถกรรม = 2.33 หมายถึง เยาวชนชอบศิลปหัตถกรรมระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.33 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการไปอยู่กับเพื่อน

ระดับความชอบต่อการไปอยู่กับเพื่อน	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	15	1.7	1.7
ไม่ชอบ	55	6.1	7.8
ชอบปานกลาง	311	34.6	42.3
ชอบมาก	362	40.2	82.6
ชอบมากที่สุด	157	17.4	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.66	เยาวชนชอบอยู่กับเพื่อน ระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	3		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.893		

จากตารางที่ 4.33 พบว่า เยาวชนร้อยละ 40.2 ชอบการไปอยู่กับเพื่อนระดับมาก ร้อยละ 34.6 ชอบปานกลาง ร้อยละ 17.4 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 6.1 ไม่ชอบอยู่กับเพื่อนและร้อยละ 1.7 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92.2) หากมีเวลาว่างจะไปอยู่กับเพื่อน ร้อยละ 7.8 ไม่ชอบอยู่กับเพื่อน ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการไปอยู่กับเพื่อน = 2.66 หมายถึง เยาวชนชอบอยู่กับเพื่อนระดับมาก

ตารางที่ 4.34 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการอ่านนิตยสาร/การ์ตูน

ระดับความชอบต่อการอ่านนิตยสาร/การ์ตูน	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	22	2.4	2.4
ไม่ชอบ	54	6.0	8.4
ชอบปานกลาง	266	29.6	38.0
ชอบมาก	380	42.2	80.2
ชอบมากที่สุด	178	19.8	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.71	เยาวชนชอบการอ่าน นิตยสาร/การ์ตูน ระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	3		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.932		

จากตารางที่ 4.34 พบว่า เยาวชนร้อยละ 42.2 ชอบการอ่านนิตยสาร/การ์ตูนระดับมาก ร้อยละ 29.6 ชอบปานกลาง ร้อยละ 19.8 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 6 ไม่ชอบการอ่านนิตยสาร/การ์ตูนและร้อยละ 2.4 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 91.6) หากมีเวลาว่างจะอ่านนิตยสาร/การ์ตูน ร้อยละ 8.4 ไม่ชอบอ่านนิตยสาร/การ์ตูน ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการอ่านนิตยสาร/การ์ตูน = 2.71 หมายถึง เยาวชนชอบการอ่านนิตยสาร/การ์ตูนระดับมาก

ตารางที่ 4.35 จำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความชอบต่อการอ่านหนังสือ/ตำรา

ระดับความชอบต่อการอ่านหนังสือ/ตำรา	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละสะสม
ไม่ชอบเลย	24	2.7	2.7
ไม่ชอบ	65	7.2	9.9
ชอบปานกลาง	347	38.6	48.4
ชอบมาก	275	30.6	79.0
ชอบมากที่สุด	189	21.0	100.0
Total	900	100.0	
ค่าเฉลี่ย (Mean)	2.60	เยาวชนชอบอ่าน หนังสือ/ตำรา ระดับมาก	
มัธยฐาน (Median)	3.00		
ฐานนิยม (Mode)	2		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	.983		

จากตารางที่ 4.35 พบว่า เยาวชนร้อยละ 38.6 ชอบการอ่านหนังสือระดับปานกลาง ร้อยละ 30.6 ชอบมาก ร้อยละ 21 ชอบมากที่สุด ร้อยละ 7.2 ไม่ชอบอ่านหนังสือและร้อยละ 2.7 ไม่ชอบเลย อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90.2) จะอ่านหนังสือเมื่อมีเวลาว่าง ร้อยละ 9.9 ไม่ชอบอ่านหนังสือ ค่าเฉลี่ยความชอบต่อการอ่านหนังสือ = 2.60 หมายถึง เยาวชนชอบอ่านหนังสือ/ตำราระดับมาก



เมื่อนำค่าเฉลี่ยความชอบต่อกิจกรรมนั้นเทียบกับแต่ละประเภทจากตารางที่ 4.12 - 4.35 มาจัดอันดับความนิยมมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด หมายถึงมีความสำคัญในการดำเนินชีวิตมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด ตามตารางที่ 4.36 ดังนี้

ตารางที่ 4.36 การจัดอันดับความสำคัญของกิจกรรมในวิถีชีวิตของเยาวชน

กิจกรรมนันทนาการของเยาวชน	Mean	S.D.	อันดับที่	ความสำคัญ
ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วีดีโอ	2.89	.887	1	มาก
ดูหนังในโรงภาพยนตร์	2.81	.892	2	มาก
กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ	2.71	.828	3	มาก
อ่านนิตยสาร/การ์ตูน (Journals/comics)	2.71	.932	4	มาก
กิจกรรมเพื่อปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	2.69	.823	5	มาก
เล่นกีฬา	2.69	.901	6	มาก
ดูโทรทัศน์	2.68	.869	7	มาก
ใช้เวลาว่างในการหารายได้	2.66	.880	8	มาก
ฟังเพลงป๊อป/ร็อก/อื่นๆ	2.66	.927	9	มาก
ไปอยู่กับเพื่อน	2.66	.893	10	มาก
เล่นดนตรีและร้องเพลง	2.65	.903	11	มาก
เดินทางท่องเที่ยวไกลจากสถานที่พัก	2.64	.970	12	มาก
อ่านหนังสือ/ตำราเรียน(books)	2.60	.983	13	มาก
กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ	2.59	.844	14	มาก
งานเลี้ยงสังสรรค์	2.58	.941	15	มาก
กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ(อาหารเพื่อสุขภาพ)	2.53	.842	16	มาก
กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปีนเขา ขี่จักรยาน	2.51	.865	17	มาก
ขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์	2.47	.948	18	มาก
การเป็นอาสาสมัคร ให้บริการ/ช่วยเหลือสังคม	2.42	.899	19	ปานกลาง
กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่	2.41	.933	20	ปานกลาง
กิจกรรมที่เกี่ยวกับศิลปะหัตถกรรม	2.33	.980	21	ปานกลาง
ดูละครเวที	2.31	1.048	22	ปานกลาง
ฟังเพลงคลาสสิก	2.31	1.047	23	ปานกลาง
เต้นรำ	1.97	1.158	24	ปานกลาง

N = 900, Minimum = 0, Maximum = 4 ทุกกิจกรรมนันทนาการ

จากตารางที่ 4.36 พบว่า กิจกรรมนันทนาการ 18 ประเภทมีความสำคัญมากในวิถีชีวิตของเยาวชน โดยที่ การดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วีดีโอเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่หนึ่ง ส่วนกิจกรรมการเป็นอาสาสมัคร ให้บริการ/ช่วยเหลือสังคม กิจกรรมในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ศิลปะหัตถกรรม การดูละครเวที การฟังเพลงคลาสสิก และการเต้นรำ ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง

หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมนันทนาการแต่ละประเภทกับรูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนตามกลุ่มสีเขียว 5 กลุ่ม เป็นการทดสอบที่ไม่ใช้พารามิเตอร์ เนื่องจากเป็นข้อมูลในระดับ ordinal scale ในที่นี้ ใช้ค่าสถิติทดสอบของ Kruskal-Wallis (Kruskal-Wallis test) ตามตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 Kruskal-Wallis test results for leisure activities

กิจกรรมนันทนาการ	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
เป็นอาสาสมัคร	148.826	4	.000
กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปีนเขา ขี่จักรยาน	125.891	4	.000
กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ(อาหารเพื่อสุขภาพ)	126.237	4	.000
กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ	142.668	4	.000
กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ	78.324	4	.000
กิจกรรมในmobile phone	89.669	4	.000
กิจกรรมเพื่อปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	115.123	4	.000
เล่นกีฬา	74.182	4	.000
ขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์	39.704	4	.000
งานเลี้ยงสังสรรค์	24.606	4	.000
ใช้เวลาว่างในการหารายได้	67.497	4	.000
เล่นดนตรี ร้องเพลง	49.914	4	.000
ดูโทรทัศน์	38.564	4	.000
ดูละครเวที	27.323	4	.000
ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วีดีโอ	24.289	4	.000
ดูหนังในโรงภาพยนตร์	27.296	4	.000
เดินทางท่องเที่ยวไกลจากสถานที่พัก	61.115	4	.000
เต้นรำ	31.700	4	.000
ฟังเพลงคลาสสิก	45.225	4	.000
ฟังเพลงป๊อป/ร็อค/อื่นๆ	19.477	4	.001
กิจกรรมที่เกี่ยวกับศิลปะหัตถกรรม	47.285	4	.000
ไปอยู่กับเพื่อน	16.685	4	.002
อ่านนิตยสาร/การ์ตูน	28.818	4	.000
อ่านหนังสือ ตำราเรียน	50.402	4	.000

จากตารางที่ 4.37 พบว่า กิจกรรมนันทนาการทั้ง 24 ประเภทมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการ  
ท่องเที่ยว โดยที่ค่า Asymptotic Significance ของสถิติทดสอบ = .000 (22 กิจกรรม), .001, และ.002  
ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 กล่าวคือ กิจกรรมนันทนาการทั้ง 24 ประเภทมีความสำคัญต่อการจำแนก  
รูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนตามกลุ่มสีเขียว 5 กลุ่มข้างต้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้แสดงระดับความสำคัญของ  
แต่ละกิจกรรมนันทนาการจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวทั้ง 5 กลุ่มสี ตามตารางที่ 4.38 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.38 ความสำคัญของกิจกรรมนั้นพบ การประเมินประเภทจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยว

กิจกรรมนั้นพบการ*รูปแบบการท่องเที่ยว		N	Mean	SD	ความสำคัญ
เป็นอาสาสมัคร	very light Green	2	1.50	2.121	น้อย
	light	7	1.71	.951	ปานกลาง
	medium	231	1.94	.789	ปานกลาง
	dark	590	2.50	.834	มาก
	very dark green	70	3.36	.762	มากที่สุด
กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปีนเขา ซี่ จักรยาน	very light Green	2	.50	.707	น้อย
	light	7	1.57	.976	น้อย
	medium	231	2.16	.676	ปานกลาง
	dark	590	2.56	.860	มาก
	very dark green	70	3.37	.663	มากที่สุด
กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ (อาหารเพื่อสุขภาพ)	very light Green	2	2.00	2.828	ปานกลาง
	light	7	1.43	.787	น้อย
	medium	231	2.21	.763	ปานกลาง
	dark	590	2.57	.804	มาก
	very dark green	70	3.41	.577	มากที่สุด
กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ	very light Green	2	1.50	2.121	น้อย
	light	7	1.00	.577	น้อย
	medium	231	2.19	.741	ปานกลาง
	dark	590	2.67	.802	มาก
	very dark green	70	3.40	.575	มากที่สุด
กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ	very light Green	2	2.00	2.828	ปานกลาง
	light	7	1.57	.976	น้อย
	medium	231	2.45	.789	ปานกลาง
	dark	590	2.74	.785	มาก
	very dark green	70	3.39	.748	มากที่สุด
กิจกรรมในmobile phone	very light Green	2	.00	.000	น้อยที่สุด
	light	7	.86	.690	น้อย
	medium	231	2.16	.828	ปานกลาง
	dark	590	2.44	.912	มาก
	very dark green	70	3.19	.822	มาก
กิจกรรมเพื่อปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม	very light Green	2	1.00	1.414	น้อย
	light	7	2.00	1.155	ปานกลาง
	medium	231	2.39	.755	ปานกลาง
	dark	590	2.72	.777	มาก
	very dark green	70	3.56	.651	มากที่สุด

ตารางที่ 4.38 ความสำคัญของกิจกรรมนันทนาการแต่ละประเภทจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยว(ต่อ)

กิจกรรมนันทนาการ*รูปแบบการท่องเที่ยว	N	Mean	SD	ความสำคัญ	
เล่นกีฬา	very light Green	2	1.00	1.414	น้อย
	light	7	1.86	1.345	ปานกลาง
	medium	231	2.39	.887	ปานกลาง
	dark	590	2.74	.849	มาก
	very dark green	70	3.37	.820	มากที่สุด
ขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์	very light Green	2	.00	.000	น้อยที่สุด
	light	7	2.29	1.113	ปานกลาง
	medium	231	2.22	.873	ปานกลาง
	dark	590	2.53	.930	มาก
	very dark green	70	2.90	1.038	มาก
งานเลี้ยงสังสรรค์	very light Green	2	1.50	2.121	น้อย
	light	7	2.14	1.069	ปานกลาง
	medium	231	2.35	.910	ปานกลาง
	dark	590	2.65	.911	มาก
	very dark green	70	2.83	1.090	มาก
ใช้เวลาว่างในการหารายได้	very light Green	2	2.00	2.828	ปานกลาง
	light	7	2.00	.577	ปานกลาง
	medium	231	2.35	.861	ปานกลาง
	dark	590	2.74	.837	มาก
	very dark green	70	3.19	.889	มาก
เล่นดนตรี ร้องเพลง	very light Green	2	2.00	2.828	ปานกลาง
	light	7	1.71	1.113	ปานกลาง
	medium	231	2.39	.906	ปานกลาง
	dark	590	2.71	.867	มาก
	very dark green	70	3.13	.815	มาก
ดูโทรทัศน์	very light Green	2	1.00	1.414	น้อย
	light	7	2.29	.951	ปานกลาง
	medium	231	2.44	.882	มาก
	dark	590	2.74	.836	มาก
	very dark green	70	3.03	.851	มาก
ดูละครเวที	very light Green	2	.00	.000	น้อยที่สุด
	light	7	1.57	1.134	น้อย
	medium	231	2.14	.956	ปานกลาง
	dark	590	2.36	1.035	ปานกลาง
	very dark green	70	2.61	1.254	มาก

ตารางที่ 4.38 ความสำคัญของกิจกรรมนันทนาการแต่ละประเภทจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยว(ต่อ)

กิจกรรมนันทนาการ*รูปแบบการท่องเที่ยว		N	Mean	SD	ความสำคัญ
ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ ทีวีไอ	very light Green	2	1.50	2.121	น้อย
	light	7	2.14	.690	ปานกลาง
	medium	231	2.73	.907	มาก
	dark	590	2.93	.859	มาก
	very dark green	70	3.21	.883	มากที่สุด
ดูภาพยนตร์	very light Green	2	.50	.707	น้อยที่สุด
	light	7	2.29	1.113	ปานกลาง
	medium	231	2.71	.844	มาก
	dark	590	2.81	.890	มาก
	very dark green	70	3.21	.849	มากที่สุด
เดินทางท่องเที่ยวไกลจากที่พัก	very light Green	2	1.00	1.414	น้อย
	light	7	2.43	.976	มาก
	medium	231	2.37	.932	ปานกลาง
	dark	590	2.68	.955	มาก
	very dark green	70	3.30	.823	มากที่สุด
เดินป่า	very light Green	2	1.00	1.414	น้อย
	light	7	1.29	.951	น้อย
	medium	231	1.69	1.066	ปานกลาง
	dark	590	2.04	1.154	ปานกลาง
	very dark green	70	2.47	1.259	มาก
ฟังเพลงคลาสสิก	very light Green	2	2.00	2.828	ปานกลาง
	light	7	1.57	.787	น้อย
	medium	231	2.12	1.000	ปานกลาง
	dark	590	2.31	1.035	ปานกลาง
	very dark green	70	3.00	.978	มาก
ฟังเพลงป๊อป/ร็อก/อื่นๆ	very light Green	2	2.00	2.828	ปานกลาง
	light	7	2.00	1.414	ปานกลาง
	medium	231	2.52	.854	มาก
	dark	590	2.68	.910	มาก
	very dark green	70	2.96	1.096	มาก
กิจกรรมที่เกี่ยวกับศิลปหัตถกรรม	very light Green	2	2.00	2.828	ปานกลาง
	light	7	1.57	.976	น้อย
	medium	231	2.12	.966	ปานกลาง
	dark	590	2.34	.936	ปานกลาง
	very dark green	70	3.00	1.022	มาก

ตารางที่ 4.38 ความสำคัญของกิจกรรมนันทนาการแต่ละประเภทจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยว (ต่อ)

กิจกรรมนันทนาการ*รูปแบบการท่องเที่ยว		N	Mean	SD	ความสำคัญ
ไปอยู่กับเพื่อน	very light Green	2	2.00	2.828	ปานกลาง
	light	7	2.29	.951	ปานกลาง
	medium	231	2.50	.854	มาก
	dark	590	2.69	.892	มาก
	very dark green	70	2.97	.868	มาก
อ่านนิตยสาร การ์ตูน	very light Green	2	2.00	2.828	ปานกลาง
	light	7	1.86	.690	ปานกลาง
	medium	231	2.55	.878	มาก
	dark	590	2.74	.917	มาก
	very dark green	70	3.07	1.054	มาก
อ่านหนังสือ ตำราเรียน	very light Green	2	.50	.707	น้อยที่สุด
	light	7	2.14	.378	ปานกลาง
	medium	231	2.38	.928	ปานกลาง
	dark	590	2.63	.969	มาก
	very dark green	70	3.17	1.007	มากที่สุด
$\bar{X}$ ความสำคัญของกิจกรรมนันทนาการ		900	2.56	.468	มาก

จากตารางที่ 4.38 พบว่า กิจกรรมนันทนาการมีความสำคัญต่อเยาวชนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 2.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .4683)

#### 7. การวิเคราะห์รูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชน

หลังจากวิเคราะห์ความสำคัญของกิจกรรมนันทนาการแต่ละประเภทแล้ว ผู้วิจัยจึงมีข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มตัวแปร ด้วยเทคนิค Factor Analysis หรือ การวิเคราะห์ปัจจัย เป็นการศึกษาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ของตัวแปรที่ละคู่แล้วรวมตัวแปรที่มีค่าคะแนนความสัมพันธ์ใกล้เคียงกันในกลุ่มเดียวกันและค่า factor loading > 0.50 เท่านั้น เป็นการรวมตัวแปรกิจกรรมนันทนาการแบบต่างๆ (24 ประเภท) ซึ่งสะท้อนถึงรูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชน

##### ขั้นตอนการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ขั้นที่ 1 การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร ถ้าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญจึงเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคนี้ได้ ในขั้นนี้ตรวจสอบด้วยสถิติ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์โดยเทคนิค Factor Analysis (กัลยา วานิชย์บัญชา, การวิเคราะห์สถิติขั้นสูง, 2549, หน้า 13)

$$\text{โดยที่} \quad \text{ค่าสถิติ} \quad KMO = \frac{\Sigma r_i^2}{\Sigma r_i^2 + \Sigma (\text{partial correlation})^2}$$

$$r = \text{ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ซึ่งทำให้ค่า } 0 \leq KMO \leq 1$$

ถ้าค่า KMO มีค่าน้อย (เข้าสู่ 0) แสดงว่าเทคนิค Factor Analysis ไม่เหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่

ถ้าค่า KMO มีค่ามาก (เข้าสู่ 1) แสดงว่าเทคนิค Factor Analysis เหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่

โดยทั่วไปถ้าค่า KMO < .5 จะถือว่า ข้อมูลที่มีอยู่ไม่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis

และตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วย Bartlett's Test of Sphericity ด้วยการทดสอบสมมติฐาน

$H_0$  : ตัวแปรทั้ง 24 ตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน

$H_1$  : ตัวแปรทั้ง 24 ตัวมีความสัมพันธ์กัน

เขตปฏิเสธ  $H_0$  : จะปฏิเสธ  $H_0$  ถ้า ค่า Sig. (Significance) น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (0.05)

ในที่นี้ คำนวณค่าสถิติ KMO ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.873
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6259.542
	df	276
	Sig.	.000

จากตารางที่ 4.39 ได้ค่า KMO = .873 ซึ่งมากกว่า .5 และเข้าสู่ 1 จึงวิเคราะห์ว่าข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis และค่า Sig. = .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  นั่นคือ ตัวแปรทั้ง 24 ตัวมีความสัมพันธ์กัน

**ขั้นที่ 2 การสกัดปัจจัย (Factor Extraction)** เป็นการหาจำนวน Component ที่สามารถใช้แทนตัวแปรทั้งหมดทุกตัวได้ ในที่นี้จะใช้วิธี Principal Component Analysis ซึ่งคำนวณโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในขั้นนี้ทำให้ทราบค่า Factor loading ซึ่งจะเป็นค่าที่ใช้ในการพิจารณาว่ามีตัวแปรใดบ้างที่ควรจะอยู่ใน Component เดียวกัน ในแต่ละ Component ให้พิจารณาค่า Factor loading ของแต่ละตัวแปร ถ้า Factor loading ของตัวแปรใดมีค่ามาก (เข้าสู่ +1 หรือ -1) ควรจัดตัวแปรนั้นอยู่ใน Component นั้น เมื่อคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ผลลัพธ์ตามตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 ค่า Initial Communality และ Extraction Communality

ตัวแปรจำแนก	Initial	Extraction
การบริการอาสาสมัคร (Voluntary Service)	1.000	.475
กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปีนเขา ขี่จักรยาน (hiking/biking/outdoor)	1.000	.452
กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ(อาหารเพื่อสุขภาพ) (Nutrition)	1.000	.643
กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ (Health)	1.000	.654
กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ (Special Event)	1.000	.521
กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone)	1.000	.403
กิจกรรมเพื่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (environment/nature conservation)	1.000	.480
กีฬา (Sports)	1.000	.500
ขับรถยนต์/ขี่มอเตอร์ไซด์ (Car/motorbike)	1.000	.552
งานเลี้ยงสังสรรค์ (Party)	1.000	.551
ใช้เวลาว่างในการหารายได้ (Income)	1.000	.455
ดนตรีและร้องเพลง (Music and Singing)	1.000	.560
ดูโทรทัศน์ (Television)	1.000	.540
ดูละคร (Theater)	1.000	.599
ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วีดีโอ (computer/video)	1.000	.638
ดูหนังในโรงภาพยนตร์ (Cinema)	1.000	.637

ตารางที่ 4.40 แสดงค่า Initial Communalities และ Extraction Communalities (ต่อ)

ตัวแปรในการจำแนกรูปแบบวิถีชีวิต	Initial	Extraction
เดินทางท่องเที่ยว (Traveling)	1.000	.531
เต้นรำ (Dances)	1.000	.691
ฟังเพลงคลาสสิก (classic music)	1.000	.659
ฟังเพลงป๊อป/ร็อก (pop/rock music)	1.000	.579
ศิลปหัตถกรรม (Art and Crafts)	1.000	.500
อยู่กับเพื่อน (Friends)	1.000	.639
อ่านนิตยสาร/การ์ตูน (Journals/comics)	1.000	.644
อ่านหนังสือ (books)	1.000	.683

Extraction Method: Principal Component Analysis.

จากตารางที่ 4.40 ค่า Initial Communalities ของตัวแปรทุกตัว = 1 ซึ่งหมายถึงในตอนเริ่มต้นยังไม่ได้ทำการรวมตัวแปรต่าง ๆ ไว้ในตัวประกอบหลัก (Component) หรือปัจจัย (Factor) และค่า Extraction Communalities เป็นค่า Communalities ของตัวแปรหลังจากที่ได้สกัดปัจจัยแล้ว

โดยที่  $0 \leq \text{Communalities} \leq 1$

ถ้าค่า Communalities = 0 แสดงว่า Common Factor ไม่สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปร แต่ถ้าค่า Communalities = 1 แสดงว่า Common Factor สามารถอธิบายความผันแปรได้ทั้งหมด (กัลยา วานิชย์บัญชา, การวิเคราะห์สถิติขั้นสูง, 2549, หน้า 24) ในที่นี้พบว่า ค่า Extraction Communalities ของตัวแปร กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone) มีค่าต่ำสุด = .403 แต่ก็ยังไม่ต่ำมาก สามารถจัดอยู่ในตัวประกอบหลักใดตัวประกอบหลักหนึ่งได้ชัดเจน

ขั้นที่ 3 คำนวณค่าสถิติสำหรับแต่ละองค์ประกอบ (Component) ทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัย โดยวิธี Principal Component หากพบว่า มีค่า factor loading ของตัวแปรมีค่ากลาง ๆ และปรากฏในหลาย Component จะทำการหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) ในที่นี้ใช้การหมุนแกนปัจจัยโดยวิธี Varimax เป็นการทำให้ค่า factor loading มีค่ามากขึ้นหรือลดลงจนกระทั่งทำให้ตัดสินใจได้ชัดเจนว่าตัวแปรนั้นควรอยู่ในปัจจัยใด คำนวณด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป หลังจากหมุนแกนแล้วจึงพิจารณาว่าควรรวมตัวแปรเป็น Component ที่ Component ในที่นี้ เป็นการรวมกิจกรรมนั้นหนาตามค่า Factor loading ให้เป็นกลุ่มวิถีชีวิตแบบต่างๆ เมื่อคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ผลลัพธ์ตามตารางที่ 4.41



ตารางที่ 4.41 ค่าความผันแปรทั้งหมด (Total Variance)

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.262	26.092	26.092	6.262	26.092	26.092	3.675	15.314	15.314
2	2.105	8.770	34.861	2.105	8.770	34.861	2.397	9.987	25.301
3	1.557	6.486	41.347	1.557	6.486	41.347	2.243	9.346	34.647
4	1.317	5.487	46.834	1.317	5.487	46.834	2.111	8.798	43.445
5	1.281	5.339	52.173	1.281	5.339	52.173	1.954	8.144	51.589
6	1.066	4.443	56.616	1.066	4.443	56.616	1.206	5.027	56.616
7	.938	3.907	60.523						
8	.878	3.658	64.181						
9	.784	3.267	67.448						
10	.725	3.019	70.467						
11	.679	2.830	73.297						
12	.645	2.688	75.984						
13	.634	2.643	78.628						
14	.579	2.411	81.039						
15	.575	2.395	83.434						
16	.552	2.298	85.732						
17	.544	2.265	87.998						
18	.494	2.059	90.057						
19	.458	1.910	91.967						
20	.439	1.831	93.798						
21	.422	1.757	95.555						
22	.397	1.654	97.209						
23	.373	1.553	98.762						
24	.297	1.238	100.00						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

จากตารางที่ 4.41 แสดงค่าสถิติสำหรับแต่ละ Component ทั้งก่อนและหลังสกัดปัจจัย จะพบว่า จำนวน Component = 24 = จำนวนตัวแปร แต่เมื่อพิจารณาค่าไอเกนหรือ Eigenvalues แล้วพบว่า มีเพียง Component ที่ 1-6 เท่านั้นที่มีค่าไอเกนมากกว่า 1 ดังนั้น จึงควรมี Component เพียง 6 Component (เฉพาะ 6 Component แรกเท่านั้น) Component ที่สำคัญที่สุดคือ Component ที่ 1 เนื่องจากอธิบายหรือตีความผันแปรของข้อมูลได้มากที่สุด ในที่นี้ได้ถึง 26.092 % ส่วน Component ที่ 2, 3, 4, 5, และ 6 สำคัญรองลงมาตามลำดับ

หมายเหตุ : ค่าไอเกนจะมีค่าต่ำสุดเป็น 0 และสูงสุดเท่ากับจำนวนตัวแปร กรณีที่ Component ใดมีค่าไอเกนเป็น 0 แสดงว่า Component นั้นไม่สามารถดึงรายละเอียดของข้อมูลจากตัวแปรได้เลยและ Component ใดมีค่าไอเกนน้อยกว่า 1 แสดงว่า Component นั้นมีรายละเอียดของข้อมูลน้อยกว่าตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งเพียงตัวเดียว ดังนั้น จึงไม่พิจารณา Component ที่มีค่าไอเกนน้อยกว่า 1

% of Variance (ค่าความผันแปร) หมายถึง สัดส่วน(ร้อยละ)ที่แต่ละ Component สามารถอธิบายความผันแปรได้ ดังนั้น จากตารางที่ 4.41 คอลัมน์ Rotation Sums of Squared Loadings พบว่า

Component ที่ 1 สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ 15.314 %

Component ที่ 2 สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ 9.987 %

Component ที่ 3 สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ 9.346 %

Component ที่ 4 สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ 8.798 %

Component ที่ 5 สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ 8.144 %

Component ที่ 6 สามารถอธิบายความผันแปรทั้งหมดได้ 5.027 %

Cumulative % หมายถึง ผลบวกสะสมของ % of Variance จากตารางที่ 4.41 พบว่า

Component ที่ 1-6 อธิบายความผันแปรของตัวแปรทั้ง 24 ตัวได้ 56.616 %

ตารางที่ 4.42 Component Matrix<sup>(a)</sup>

ตัวแปร	Component					
	1	2	3	4	5	6
กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ (Health)	.623	-.479				
กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ (Nutrition)	.602	-.442		.235		
กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ (Special Event)	.595	-.254	-.253			
การบริการอาสาสมัคร (Voluntary Service)	.585	-.353				
กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone)	.578					.252
ใช้เวลาว่างในการหารายได้ (Income)	.577			-.240		
กิจกรรมเพื่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (environment/nature conservation)	.567	-.356				
ดนตรีและร้องเพลง (Music and Singing)	.559			-.300		-.363
กีฬา (Sports)	.515	-.282		-.321		
กิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ปีนเขา ขี่จักรยาน (hiking/biking/outdoor)	.510	-.377				
งานเลี้ยงสังสรรค์ (Party)	.494	.376		-.361		
อยู่กับเพื่อน (Friends)	.488	.250		.295	.404	-.297
ศิลปหัตถกรรม (Art and Crafts)	.479		.361	.224	.208	-.214
ดูโทรทัศน์ (Television)	.476		-.355		.216	.302
ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วีดีโอ (Computer/video)	.466	.382	-.465	.206		
เดินทางท่องเที่ยว (Traveling)	.464	.300			-.388	
ดูละครเวที (Theater)	.458	.312		-.261		.407
ฟังเพลงป๊อป/ร็อก (Pop/rock music)	.414	.405		.248		-.381
ดูหนังในโรงภาพยนตร์ (Cinema)	.440	.446	-.338	.267		.226
เต้นรำ (Dances)	.497		.553		-.259	
ฟังเพลงคลาสสิก (Classic music)	.445	.235	.471		-.392	
ขับรถ ขี่มอเตอร์ไซด์ (Car/motorbike)	.513			-.514		
อ่านหนังสือ ตำราเรียน (Book)	.400		.410		.493	.292
อ่านนิตยสาร การ์ตูน (Journals/comics)	.418	.269	.279	.275	.488	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 6 components extracted.

จากตารางที่ 4.42 ตัวแปรเดิมถูกสกัดเป็น 6 ปัจจัย และทำให้ทราบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรเดิมกับปัจจัยหรือค่า Factor loading ซึ่งจะเป็นค่าที่แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรกับปัจจัยเดียวกัน ในแต่ละปัจจัย ให้พิจารณาค่า Factor loading ของแต่ละตัวแปร ถ้า Factor loading ของตัวแปรใดมีค่ามาก (เข้าสู่ +1 หรือ -1) ควรจัดตัวแปรอยู่ในปัจจัยนั้น ช่องที่ไม่แสดงค่า หมายถึง ค่า Factor loading มีค่าน้อยกว่า  $\pm .2$  จากตารางที่ 4.41 พบว่า ตัวแปร(เดิม) ควรรวมเป็น 6 Component และจากตารางนี้พบค่า Factor loading มีค่ากลาง ๆ หลายตัว จึงทำการหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) เพื่อให้ค่า Factor loading ของตัวแปรมีค่ามากขึ้นหรือลดลงจนกระทั่งทำให้ทราบว่าตัวแปรนั้นควรอยู่ใน Component ใด หรือ ไม่ควรอยู่ใน Component ใด ดังตารางที่ 4.43 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.43 Rotated Component Matrix<sup>(a)</sup>

ตัวแปร	Component					
	1	2	3	4	5	6
กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ (Health)	.789					
กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ (Nutrition)	.783					
กิจกรรมกลางแจ้ง (hiking/biking/outdoor)	.649					
กิจกรรมเพื่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (environment/nature conservation)	.636	.257				
กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ (Special Event)	.632		.255			
การบริการอาสาสมัคร (Voluntary Service)	.631					
กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone)	.409	.202	.274			.258
ขับรถ ซ่อมมอเตอร์ไซด์ (Car/motorbike)		.686				
ดนตรีและร้องเพลง (Music and Singing)	.202	.652				-.209
งานเลี้ยงสังสรรค์ (Party)		.633	.281	.232		
กีฬา (Sports)	.452	.540				
ใช้เวลาว่างในการหารายได้ (Income)	.315	.526			.259	
ดูหนังในโรงภาพยนตร์ (Cinema)			.765			
ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วีดีโอ (Computer/video)			.746			
ดูโทรทัศน์ (Television)		.353	.542			.297
เต้นรำ (Dances)				.769		
ฟังเพลงคลาสสิก (Classic music)				.735		-.224
ละครเวที (Theater)		.246	.318	.553		.360
เดินทางท่องเที่ยว (Traveling)	.207		.454	.522		
อ่านนิตยสาร การ์ตูน (Journals/comics)			.230		.726	.210
อยู่กับเพื่อน (Friends)		.204	.263		.697	
ศิลปหัตถกรรม (Art and Crafts)	.294			.225	.590	
อ่านหนังสือ ตำราเรียน (Book)	.213				.486	.606
ฟังเพลงป๊อป/ร็อก (Pop/rock music)			.319	.293	.293	-.520

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

<sup>a</sup> Rotation converged in 8 iterations.

จากตารางที่ 4.43 ค่าในตารางเป็นค่า Factor loading เมื่อมีการหมุนแกนปัจจัยโดยวิธี Varimax พบว่า ค่า Factor loading ที่ยังไม่มี การหมุนแกน เมื่อหมุนแกนแล้วทำให้ค่า Factor loading ของบาง Component มีค่ามากเมื่อเทียบกับของ Component อื่นๆ ดังนั้น ควรจัดให้

Component ที่ 1 ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัว คือ กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ กิจกรรมกลางแจ้ง กิจกรรมเพื่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ การบริการอาสาสมัคร กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ค่า factor loading = .789, .783, .649, .636, .632, .631, .409 ตามลำดับ)

Component ที่ 2 ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัว คือ ขับรถ/ขี่มอเตอร์ไซด์ ดนตรีและร้องเพลง งานเลี้ยงสังสรรค์ เล่นกีฬา ใช้เวลาว่างในการหารายได้ (ค่า factor loading = .686, .652, .633, .540, .526 ตามลำดับ)

Component ที่ 3 ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัว คือ ดูหนังในโรงภาพยนตร์ หนังสือ/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์/วิดีโอ ดูโทรทัศน์ (ค่า factor loading = .765, .746, .542 ตามลำดับ)

Component ที่ 4 ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัว คือ เต็นท์ ฟังเพลงคลาสสิก ดูละครเวที เดินทางท่องเที่ยว (ค่า factor loading = .769, .735, .553, .522, ตามลำดับ)

Component ที่ 5 ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัว คือ อ่านนิตยสาร การ์ตูน อยู่กับเพื่อน ศิลปะหัตถกรรม (ค่า factor loading = .726, .697, .590 ตามลำดับ)

Component ที่ 6 ประกอบด้วยตัวแปร 2 ตัว คือ อ่านหนังสือ ตำราเรียน ฟังเพลงป๊อป/ร็อค (ค่า factor loading = .606, -.520 ตามลำดับ)

และจากผลลัพธ์ Rotation Sums of Squared Loadings ในตารางที่ 4.41 สรุปได้ว่า Component ทั้ง 6 อธิบายความผันแปรของตัวแปรได้ 56.616% โดยที่ Component ที่ 1 อธิบายได้ 15.314% Component ที่ 2 อธิบายได้ 9.987% Component ที่ 3 อธิบายได้ 9.346% Component ที่ 4 อธิบายได้ 8.798% Component ที่ 5 อธิบายได้ 8.144% และ Component ที่ 6 อธิบายได้ 5.027%

ในการให้ความหมายของ Component หรือ Factor ควรจะอธิบายถึงความหมายตัวแปรเดิม เนื่องจาก Component เป็นฟังก์ชันเชิงเส้นของตัวแปรเดิม ซึ่งค่า factor loading จะเป็นค่าที่ใช้อธิบายความหมาย ของ Component แต่ละตัว โดยทั่วไปกำหนดว่า ถ้าค่า factor loading มากกว่าหรือเท่ากับ  $\pm .5$  จะพิจารณาความหมายของตัวแปรเดิมนั้นให้เป็นชื่อหรือความหมายของ Component (กัลยา วานิชย์ บัญชา. 2550. การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร. พิมพ์ครั้งที่ 2. หน้า 200.) คำว่า Component จะใช้คำว่า “รูปแบบ(Pattern)” ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของรูปแบบ ตามตารางที่ 4.44 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.44 ผลการจำแนกกลุ่มด้วยเทคนิค Factor Analysis

Culture Pattern	Leisure Activity item	Factor loading
1. สุขภาพและสิ่งแวดล้อม (Health and Environmental Concern Pattern) Variance: 15.314%	กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ (Health)	.789
	กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ (Nutrition)	.783
	กิจกรรมกลางแจ้ง (hiking/biking/outdoor)	.649
	กิจกรรมเพื่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (environment/nature conservation)	.636
	กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ (Special Event)	.632
	การบริการอาสาสมัคร (Voluntary Service)	.631
	กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone)	.409
2. ประสบการณ์ตื่นเต้น รื่นเริง สวรรค์ (Adventure, Fun and Party Pattern) Variance: 9.987%	ขับรถ ซีมอเตอร์ไซด์ (Car/motorbike)	.686
	ดนตรีและร้องเพลง (Music and Singing)	.652
	งานเลี้ยงสังสรรค์ (Party)	.633
	กีฬา (Sports)	.540
	ใช้เวลาว่างในการหารายได้ (Income)	.526
3. สนใจภาพยนตร์ (Interest in Movie Pattern) Variance: 9.346%	ดูหนังในโรงภาพยนตร์ (Cinema)	.765
	ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วีดีโอ (Computer/video)	.746
	ดูโทรทัศน์ (Television)	.542
4. สนใจวัฒนธรรม (Interest in Culture Pattern) Variance: 8.798%	เต้นรำ (Dances)	.769
	ฟังเพลงคลาสสิก (Classic music)	.735
	ดูละครเวที (Theater)	.553
	เดินทางท่องเที่ยว (Traveling)	.522
5. กิจกรรมในอาคาร (Indoor Pattern) Variance: 8.144%	อ่านนิตยสาร การ์ตูน (Journals/comics)	.726
	อยู่กับเพื่อน (Friends)	.697
	ศิลปหัตถกรรม (Art and Crafts)	.590
6. แสวงหาความรู้ (Interest in Learning Pattern) Variance: 5.027%	อ่านหนังสือ ตำราเรียน (Book)	.606
	ฟังเพลงป๊อป/ร็อก (Pop/rock music)	-.520
Bartlett's Test of Sphericity Sig.		.000
Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy		.873
Total variance		56.616%

จากตารางที่ 4.44 พบว่า เมื่อเยาวชนมีเวลาว่างจะมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน 6 รูปแบบ โดยจะทำกิจกรรมในรูปแบบที่ 1 หรือจัดเป็นกิจกรรมสำคัญในวิถีชีวิตมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ กิจกรรมกลางแจ้ง กิจกรรมเพื่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ การบริการอาสาสมัคร กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในที่นี้ ตั้งชื่อรูปแบบที่ 1 ว่า กลุ่มสุขภาพและสิ่งแวดล้อม (Health and Environmental Concern Pattern)

กิจกรรมสำคัญในวิถีชีวิตเยาวชนอันดับที่ 2 ประกอบด้วย การขับรถ/ขี่มอเตอร์ไซด์ ดนตรีและ ร้องเพลง งานเลี้ยงสังสรรค์ เล่นกีฬา ใช้เวลาว่างในการหารายได้ ในที่นี้ ตั้งชื่อรูปแบบที่ 2 ว่า กลุ่ม ประสบการณ์ตื่นเต้น รื่นเริง สังสรรค์ (Adventure, Fun and Party Pattern)

กิจกรรมสำคัญในวิถีชีวิตเยาวชนอันดับที่ 3 ประกอบด้วย ดูหนังในโรงภาพยนตร์ ดูหนัง/ฟัง เพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์/วิดีโอ ดูโทรทัศน์ ในที่นี้ ตั้งชื่อรูปแบบที่ 3 ว่า สนใจภาพยนตร์ (Interest in Movie Pattern)

กิจกรรมสำคัญในวิถีชีวิตเยาวชนอันดับที่ 4 ประกอบด้วย เดินรำ ฟังเพลงคลาสสิก ดุละครเวที เดินทางท่องเที่ยว ในที่นี้ ตั้งชื่อรูปแบบที่ 4 ว่า กลุ่มสนใจวัฒนธรรม (Interest in Culture Pattern)

กิจกรรมสำคัญในวิถีชีวิตเยาวชนอันดับที่ 5 ประกอบด้วย อ่านนิตยสาร/การ์ตูน อยู่กับเพื่อน ศิลปหัตถกรรม ในที่นี้ ตั้งชื่อรูปแบบที่ 5 ว่า กลุ่มกิจกรรมในอาคาร (Indoor Pattern)

กิจกรรมสำคัญในวิถีชีวิตเยาวชนอันดับที่ 6 ซึ่งมีความสำคัญในวิถีชีวิตของเยาวชนน้อยที่สุด ประกอบด้วย อ่านหนังสือ/ตำราเรียน ฟังเพลงป๊อป/ร็อก ในที่นี้ ตั้งชื่อรูปแบบที่ 6 ว่า กลุ่มแสวงหาความรู้ (Interest in Learning Pattern)

หมายเหตุ ตัวแปรที่มีค่า factor loading ต่ำที่สุดในแต่ละกลุ่ม แสดงว่า มีความสำคัญน้อยที่สุดในกลุ่ม จึงไม่นำมาพิจารณาในการตั้งชื่อรูปแบบวิถีชีวิตด้วย เช่น กลุ่มสุขภาพและสิ่งแวดล้อม (Health and Environmental Concern Pattern) มีกิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นตัวแปรร่วมด้วยแต่มีค่า factor loading = .409 หรือรูปแบบที่ 6 กลุ่มแสวงหาความรู้ (Interest in Learning Pattern) มีกิจกรรมที่ทำในกลุ่มนี้คือการฟังเพลงป๊อป/ร็อก แต่มีค่า factor loading = -.520 (ไม่คำนึงถึงเครื่องหมาย) เป็นต้น

ด้วยเทคนิค Factor Analysis ช่วยให้เห็นภาพโครงสร้างลักษณะ “รูปแบบวิถีชีวิต (Culture Pattern)” แต่ไม่ได้บอกค่าเฉลี่ย (mean score rating) ของตัวแปร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการหาค่าน้ำหนักปัจจัย (Weighted Factor Rating : WFR) หรือค่าดัชนี (index) เพื่อแปลง (transform) ค่า factor loading ของตัวแปรไปเป็นค่าคะแนนเฉลี่ยหรือ Weighted Mean Rating (Ibrahim, 2005, หน้า 238) แล้วนำไปใช้ในการอธิบายความหมายของแต่ละตัวแปร โดย ค่าคะแนน มีค่าตั้งแต่ 0-4 (เข้าใกล้ 0 หมายถึง สำคัญน้อยและเข้าใกล้ 4 หมายถึง สำคัญมาก ซึ่งมีค่า 2 เป็นค่าตรงกลางของมาตรวัด)

ค่า Weighted Factor Rating คำนวณจากสมการต่อไปนี้

$$WFR \text{ ของ Component } k = \frac{\sum_{j=1} \mu_{jk} f_{jk}}{\sum_{j=1} f_{jk}}$$

โดยที่  $\mu_{jk}$  หมายถึง ค่าเฉลี่ยของตัวแปร  $j$  ใน Component ที่  $k$  (ได้จากตารางที่ 4.36 หน้า 60)

$f_{jk}$  หมายถึง ค่า factor loading ตัวแปร  $j$  ใน Component ที่  $k$  (จากตารางที่ 4.44)

จากสมการนี้ คำนวณหาค่า Weighted Factor Rating ของแต่ละตัวแปรกิจกรรมนันทนาการ (Leisure Activity item) ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.45 Weighted factors ratings for component

Leisure Activity item	$\mu_{jk}$	$f_{jk}$	$\mu_{jk} f_{jk}$	WFR
กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ (Health)	2.59	.789	2.0435	2.56
กิจกรรมที่เกี่ยวกับโภชนาการ (Nutrition)	2.53	.783	1.9810	
กิจกรรมกลางแจ้ง (hiking/biking/outdoor)	2.51	.649	1.6290	
กิจกรรมเพื่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (environment/nature conservation)	2.69	.636	1.7108	
กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ (Special Event)	2.71	.632	1.7127	
การบริการอาสาสมัคร (Voluntary Service)	2.42	.631	1.5270	
กิจกรรมที่ทำได้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone)	2.41	.409	0.9857	
<b>component ที่ 1 สุขภาพและสิ่งแวดล้อม</b>	$\Sigma$	4.529	11.5898	
ขับรถ ซีมอเตอร์ไซด์ (Car/motorbike)	2.47	.686	1.6944	2.60
ดนตรีและร้องเพลง (Music and Singing)	2.65	.652	1.7278	
งานเลี้ยงสังสรรค์ (Party)	2.58	.633	1.6331	
กีฬา (Sports)	2.69	.540	1.4526	
ใช้เวลาว่างในการหารายได้ (Income)	2.66	.526	1.3992	
<b>component ที่ 2 ประสบการณ์ตื่นเต้น รื่นเริง ฯ</b>	$\Sigma$	3.037	7.9071	
ดูหนังในโรงภาพยนตร์ (Cinema)	2.81	.765	2.1497	2.80
ดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วิดีโอ (Computer/video)	2.89	.746	2.1559	
ดูโทรทัศน์ (Television)	2.68	.542	1.4526	
<b>component ที่ 3 สนใจภาพยนตร์</b>	$\Sigma$	2.053	5.7582	
เต้นรำ (Dances)	1.97	.769	1.5149	2.27
ฟังเพลงคลาสสิก (Classic music)	2.31	.735	1.6979	
ดูละครเวที (Theater)	2.31	.553	1.2774	
เดินทางท่องเที่ยว (Traveling)	2.64	.522	1.3781	
<b>component ที่ 4 สนใจวัฒนธรรม</b>	$\Sigma$	2.579	5.8683	
อ่านนิตยสาร การ์ตูน (Journals/comics)	2.71	.726	1.9675	2.58
อยู่กับเพื่อน (Friends)	2.66	.697	1.8540	
ศิลปหัตถกรรม (Art and Crafts)	2.33	.590	1.3747	
<b>component ที่ 5 กิจกรรมในอาคาร</b>	$\Sigma$	2.013	5.1962	
อ่านหนังสือ ตำราเรียน (Book)	2.60	.606	1.5756	2.24
ฟังเพลงป๊อป/ร็อก (Pop/rock music)	2.66	-.520	-1.3832	
<b>component ที่ 6 แสวงหาความรู้</b>	$\Sigma$	0.086	0.1924	

เกณฑ์ความหมายของระดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย >3.25 - 4.00 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย >2.45 - 3.25 หมายถึง มีความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย >1.65 - 2.45 หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย >0.85 - 1.65 หมายถึง มีความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 0 - 0.85 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.45 แสดงค่า WFR หรือ Weighted Mean Rating ของรูปแบบที่ 1 = 2.56 หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญในวิถีชีวิตเยาวชนในระดับมาก เป็นอันดับที่สี่

ค่า WFR หรือ Weighted Mean Rating ของรูปแบบที่ 2 = 2.60 หมายถึงกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ตื่นเต้น รื่นเริง เฮฮาปาร์ตี้ พบปะสังสรรค์มีความสำคัญในวิถีชีวิตเยาวชนในระดับมาก เป็นอันดับที่สอง

ค่า WFR หรือ Weighted Mean Rating ของรูปแบบที่ 3 = 2.80 หมายถึง ภาพยนตร์ มีความสำคัญในวิถีชีวิตเยาวชนในระดับมาก เป็นอันดับที่หนึ่ง

ค่า WFR หรือ Weighted Mean Rating ของรูปแบบที่ 4 = 2.27 หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม มีความสำคัญในวิถีชีวิตเยาวชนในระดับปานกลาง เป็นอันดับที่ห้า

ค่า WFR หรือ Weighted Mean Rating ของรูปแบบที่ 5 = 2.58 หมายถึงกิจกรรมในอาคารหรือกิจกรรมภายในร่มมีความสำคัญในวิถีชีวิตเยาวชนในระดับมาก เป็นอันดับที่สาม

ค่า WFR หรือ Weighted Mean Rating ของรูปแบบที่ 6 = 2.24 หมายถึงกิจกรรมในแสวงหาความรู้ มีความสำคัญในวิถีชีวิตเยาวชนในระดับปานกลาง เป็นอันดับที่หก หรือมีความสำคัญน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกิจกรรมอื่นๆ

#### 8. การจัดกลุ่มเยาวชนตามระดับความกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ในงานวิจัยนี้ ได้กำหนดตัวแปรประเมินค่าความเป็นผู้บริโภคสีเขียว (6 รายการ) และความเป็นนักท่องเที่ยวสีเขียว (23 รายการ) ตามมาตรฐานประมาณค่าของ Likert (Likert-type of Summated Rating Scales. สุธิรา ภัทรายุตวรรัตน์. 2545. คู่มือการวัดทางจิตวิทยา. หน้า 149) โดยกำหนดค่า 0 ถึง 4 ในการประมาณให้กับทุกๆ ข้อเท่ากัน โดยค่าการประเมินหรือการให้คะแนน เริ่มจาก 0 - 4 ซึ่งแต่ละข้อจะเป็นสเกลมีระยะห่างเท่ากัน (เป็นมาตรการวัดระดับเรียงอันดับ หรือ ordinal measurement scale) ดังนี้

ค่าคะแนน 0 หมายถึง ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

ค่าคะแนน 1 หมายถึง ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อย

ค่าคะแนน 2 หมายถึง ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมปานกลาง

ค่าคะแนน 3 หมายถึง ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาก

ค่าคะแนน 4 หมายถึง ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด

การแบ่งระดับคะแนนเฉลี่ยเพื่อจำแนกเป็นกลุ่ม active consumers และ less active consumers ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ย = 3 ในการแยกกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่ม เมื่อทำการจัดช่วงคะแนนและเกณฑ์ความหมายของระดับค่าเฉลี่ยใหม่ จะได้กลุ่มใหม่นี้

ค่าเฉลี่ย >3 หมายถึง กลุ่มกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (active consumers)

ค่าเฉลี่ย <3 หมายถึง กลุ่มกระตือรือร้นน้อยต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (less active consumers)



ตารางที่ 4.4๖ จำนวน ร้อยละจำแนกตาม Activeness categories

	Mean Green Consumer	Mean Green Travel	Mean Green Values	จำนวน(คน)	ร้อยละ	ร้อยละ สะสม
Less active	2.55	2.56	2.55	712	79.1	79.1
Std. Deviation	.4090	.3218	.2946			
Active	3.36	3.14	3.25	188	20.9	100.0
Std. Deviation	.3147	.3130	.2337			
Total	2.72	2.68	2.70	900	100.0	
Std. Deviation	.5123	.3982	.4009			

จากตารางที่ 4.4๖ พบว่า เยาวชนกลุ่มตัวอย่าง 712 คน คิดเป็นร้อยละ 79.1 ให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง ( $\bar{x}=2.55$ ) ในที่นี้ ตั้งชื่อว่า กลุ่ม less active consumers และเยาวชนกลุ่มตัวอย่าง 188 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 มีความกระตือรือร้นต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมในระดับมาก ( $\bar{x}=3.25$ ) เรียกว่า กลุ่ม Active consumers

9. การวิเคราะห์กิจกรรมนันทนาการที่มีผลในการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้น (active consumers) และ กลุ่มกระตือรือร้นน้อย (less active consumers) ต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การวิเคราะห์กิจกรรมนันทนาการที่มีอิทธิพลหรือมีผลทำให้เป็นกลุ่ม active consumers และ less active consumers ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มเพื่อหาสมการจำแนกกลุ่มหรือฟังก์ชันการจำแนกกลุ่ม ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการทั้ง 24 ประเภท

ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระจะอยู่ในรูปสมการเชิงเส้น หรือ เรียกว่า ฟังก์ชันจำแนกกลุ่ม (Discriminant Function) ดังนี้

$$\hat{D} = a + b_1L_1 + b_2L_2 + b_3L_3 + b_iL_i \dots (1)$$

โดยที่

D = ตัวแปรตาม

a = ค่าคงที่

$b_i$  = สัมประสิทธิ์ของสมการจำแนกกลุ่ม  $i = 1, 2, 3, \dots, 24$

$L_i$  = ตัวแปรอิสระ(กิจกรรมนันทนาการ 24 ตัว)  $i = 1, 2, 3, \dots, 24$

งานวิจัยนี้ต้องการแบ่ง case (ผู้ตอบแบบสอบถาม) ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ active consumers และ less active consumers โดยคาดว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการแบ่งกลุ่มมี 24 ตัว ในที่นี้  $p = 24$  และ  $k = 2$  จะได้จำนวนสมการจำแนกกลุ่ม =  $\min(p, k-1) = 1$  สมการ คือ

$$\hat{D} = a + b_1L_1 + b_2L_2 + b_3L_3 + b_iL_i \dots (1)$$

การประมาณสัมประสิทธิ์  $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_p$  ด้วย  $a, b_1, b_2, \dots, b_p$  ตามลำดับ โดยมีเป้าหมายที่ทำให้ความแตกต่างระหว่างกลุ่มมีมากที่สุด นั่นคือทำให้  $\frac{\text{ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม}}{\text{ความผันแปรภายในกลุ่ม}}$  มีค่ามากที่สุด นั่นคือให้มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มมากกว่าความแตกต่างภายในกลุ่ม

การตรวจสอบเงื่อนไขก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่ม

เงื่อนไขที่ 1: ตัวแปรอิสระของแต่ละกลุ่มจะต้องมีการแจกแจงแบบปกติ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลตัวแปรอิสระครั้งละ 1 ตัวด้วยค่าสถิติทดสอบ Kolmogorov-Smirnov ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ทดสอบว่า ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติหรือไม่ โดยมีสมมติฐานการทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : สุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มีการแจกแจงแบบปกติ

$H_1$  : สุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ไม่ได้มีการแจกแจงแบบปกติ

เขตปฏิเสธ  $H_0$  จะปฏิเสธ  $H_0$  ถ้า Sig. สถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

คำนวณค่าสถิติทดสอบ Kolmogorov-Smirnov ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ผลลัพธ์ตามตารางที่ 4.47 ดังนี้

ตารางที่ 4.47 Tests of Normality (Kolmogorov-Smirnov test)

กิจกรรมนันทนาการ * activeness categories		Kolmogorov-Smirnov(a)		
กิจกรรม	activeness categories	Statistic	df	Sig.
เป็นอาสาสมัคร	1 less active	.261	712	.000
	2 active	.247	188	.000
กิจกรรมกลางแจ้ง	1 less active	.265	712	.000
	2 active	.230	188	.000
โภชนาการ	1 less active	.294	712	.000
	2 active	.241	188	.000
สุขภาพ	1 less active	.278	712	.000
	2 active	.246	188	.000
เทศกาล	1 less active	.244	712	.000
	2 active	.239	188	.000
กิจกรรมในmobile phone	1 less active	.254	712	.000
	2 active	.226	188	.000
ปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติ	1 less active	.262	712	.000
	2 active	.253	188	.000
เล่นกีฬา	1 less active	.223	712	.000
	2 active	.235	188	.000
ขับรถ ซ่อมมอเตอร์ไซด์	1 less active	.230	712	.000
	2 active	.238	188	.000
งานเลี้ยงสังสรรค์	1 less active	.220	712	.000
	2 active	.219	188	.000
หารายได้	1 less active	.242	712	.000
	2 active	.240	188	.000
เล่นดนตรี ร้องเพลง	1 less active	.216	712	.000
	2 active	.230	188	.000
ดูโทรทัศน์	1 less active	.215	712	.000
	2 active	.239	188	.000
ดูละครเวที	1 less active	.196	712	.000
	2 active	.249	188	.000
ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	1 less active	.215	712	.000
	2 active	.231	188	.000
ดูภาพยนตร์	1 less active	.248	712	.000
	2 active	.220	188	.000
เดินทางท่องเที่ยว	1 less active	.226	712	.000
	2 active	.238	188	.000

ตารางที่ 4.47 Tests of Normality (Kolmogorov-Smirnov test) (ต่อ)

กิจกรรมนันทนาการ * activeness categories		Kolmogorov-Smirnov(a)		
เดินร่ำ	1 less active	.180	712	.000
	2 active	.205	188	.000
ฟังเพลงคลาสสิก	1 less active	.199	712	.000
	2 active	.201	188	.000
ฟังเพลงป๊อป ร็อค	1 less active	.240	712	.000
	2 active	.201	188	.000
ศิลปะหัตถกรรม	1 less active	.210	712	.000
	2 active	.209	188	.000
ไปอยู่กับเพื่อน	1 less active	.231	712	.000
	2 active	.206	188	.000
อ่านนิตยสาร การ์ตูน	1 less active	.252	712	.000
	2 active	.210	188	.000
อ่านหนังสือ ตำราเรียน	1 less active	.234	712	.000
	2 active	.217	188	.000

จากตารางที่ 4.47 ค่า Sig. สถิติทดสอบของทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  นั่นคือ ตัวแปรทุกตัวไม่ได้มีการแจกแจงแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจเกิดจากมาตรวัดของตัวแปรต้นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้เพียง 5 ระดับ จึงทำให้ค่าเฉลี่ยของตัวแปรทุกตัวใกล้เคียงกันมากหรือแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย จึงทำให้ค่าสถิติทดสอบไม่แสดงถึงการกระจายแบบปกติ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากขนาดตัวอย่างมีจำนวน 900 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่ามากพอควรที่จะทำการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มต่อไปได้

เงื่อนไขที่ 2. Variance-Covariance matrix ของแต่ละกลุ่มต้องเท่ากัน

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบด้วยสถิติทดสอบเพื่อทดสอบว่า Variance-Covariance matrix ของตัวแปรอิสระของกลุ่ม less active และกลุ่ม active มีค่าเท่ากัน โดยใช้สถิติทดสอบ Box's M สมมติฐานของการทดสอบคือ

$H_0$  : Variance-Covariance matrix ของตัวแปรอิสระแต่ละกลุ่มเท่ากัน

$H_1$  : Variance-Covariance matrix ของตัวแปรอิสระแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

เขตปฏิเสธ  $H_0$  : จะปฏิเสธ  $H_0$  ถ้า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (0.05)

จากการใช้ส่วนชุดคำสั่งของโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ จะได้ผลดังตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 Box's M Test of Equality of Covariance Matrices

Box's M	29.156
F	1.372
Approx.	
df1	21
df2	436393.135
Sig.	.119

Tests null hypothesis of equal population covariance matrices.

จากตารางที่ 4.48 ได้ค่า Sig. ของการทดสอบ = .119 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ (0.05) จึงยอมรับ  $H_0$  นั่นคือ Variance-Covariance matrix ของตัวแปรอิสระแต่ละกลุ่มเท่ากัน เป็นไปตามเงื่อนไขของการจำแนกกลุ่มจึงทำการวิเคราะห์ต่อไป

หลังจากตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มแล้ว จึงทำการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มด้วยเทคนิค Discriminant Analysis โดยคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ผลลัพธ์ดังแสดงในตารางที่ 4.4๑ - 4.61

ตารางที่ 4. 4๑ ค่าสถิติของแต่ละตัวแปรจำแนกในแต่ละกลุ่ม

Activeness categories	ตัวแปรจำแนกกลุ่ม	Mean	S.D.	Valid N (listwise)	
				Unweighted	Weighted
Less Active	เป็นอาสาสมัคร	2.25	.858	712	712.000
	กิจกรรมกลางแจ้ง	2.40	.831	712	712.000
	โภชนาการ	2.42	.811	712	712.000
	สุขภาพ	2.46	.822	712	712.000
	เทศกาล	2.58	.805	712	712.000
	กิจกรรมในmobile phone	2.31	.894	712	712.000
	ปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติ	2.56	.782	712	712.000
	เล่นกีฬา	2.57	.891	712	712.000
	ขับรถ ซิมอเตอร์ไซด์	2.39	.928	712	712.000
	งานเลี้ยงสังสรรค์	2.51	.919	712	712.000
	หารายได้	2.57	.859	712	712.000
	เล่นดนตรี ร้องเพลง	2.55	.892	712	712.000
	ดูโทรทัศน์	2.62	.876	712	712.000
	ดูละครเวที	2.25	1.022	712	712.000
	ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	2.83	.896	712	712.000
	ดูภาพยนตร์	2.76	.887	712	712.000
	เดินทางท่องเที่ยว	2.55	.950	712	712.000
	เดินร่ำ	1.89	1.134	712	712.000
	ฟังเพลงคลาสสิก	2.20	1.023	712	712.000
	ฟังเพลงป๊อป ร็อค	2.62	.897	712	712.000
	ศิลปะหัตถกรรม	2.23	.949	712	712.000
	ไปอยู่กับเพื่อน	2.61	.892	712	712.000
	อ่านนิตยสาร การ์ตูน	2.66	.915	712	712.000
	อ่านหนังสือ ตำราเรียน	2.50	.962	712	712.000
Active	เป็นอาสาสมัคร	3.03	.784	188	188.000
	กิจกรรมกลางแจ้ง	2.91	.873	188	188.000
	โภชนาการ	2.95	.829	188	188.000
	สุขภาพ	3.09	.734	188	188.000
	เทศกาล	3.17	.748	188	188.000
	กิจกรรมในmobile phone	2.80	.977	188	188.000
	ปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติ	3.20	.780	188	188.000
	เล่นกีฬา	3.14	.789	188	188.000
	ขับรถ ซิมอเตอร์ไซด์	2.76	.972	188	188.000
	งานเลี้ยงสังสรรค์	2.84	.979	188	188.000
	หารายได้	3.02	.871	188	188.000
	เล่นดนตรี ร้องเพลง	3.03	.846	188	188.000
	ดูโทรทัศน์	2.89	.807	188	188.000
	ดูละครเวที	2.53	1.116	188	188.000
	ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	3.10	.822	188	188.000
	ดูภาพยนตร์	2.99	.887	188	188.000

ตารางที่ 4.44 ค่าสถิติของแต่ละตัวแปรจำแนกในแต่ละกลุ่ม (ต่อ)

Activeness categories	ตัวแปรจำแนกกลุ่ม	Mean	S.D.	Valid N (listwise)	
				Unweighted	Weighted
Active	เดินทางท่องเที่ยว	2.99	.965	188	188.000
	เดินร่ำ	2.30	1.192	188	188.000
	ฟังเพลงคลาสสิก	2.71	1.042	188	188.000
	ฟังเพลงป๊อป ร็อค	2.80	1.025	188	188.000
	ศิลปะหัตถกรรม	2.70	1.907	188	188.000
	ไปอยู่กับเพื่อน	2.85	.871	188	188.000
	อ่านนิตยสาร การ์ตูน	2.89	.977	188	188.000
	อ่านหนังสือ ตำราเรียน	2.96	.978	188	188.000
Total	เป็นอาสาสมัคร	2.42	.899	900	900.000
	กิจกรรมกลางแจ้ง	2.51	.865	900	900.000
	โภชนาการ	2.53	.842	900	900.000
	สุขภาพ	2.59	.844	900	900.000
	เทศกาล	2.71	.828	900	900.000
	กิจกรรมในmobile phone	2.41	.933	900	900.000
	ปกป้อง สิ่งแวดล้อมชาติ	2.69	.823	900	900.000
	เล่นกีฬา	2.69	.901	900	900.000
	ขับรถ ซิมูเลเตอร์ไคค์	2.47	.948	900	900.000
	งานเลี้ยงสังสรรค์	2.58	.941	900	900.000
	หารายได้	2.66	.880	900	900.000
	เล่นดนตรี ร้องเพลง	2.65	.903	900	900.000
	ดูโทรทัศน์	2.68	.869	900	900.000
	ดูละครเวที	2.31	1.048	900	900.000
	ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	2.89	.887	900	900.000
	ดูภาพยนตร์	2.81	.892	900	900.000
	เดินทางท่องเที่ยว	2.64	.970	900	900.000
	เดินร่ำ	1.97	1.158	900	900.000
	ฟังเพลงคลาสสิก	2.31	1.047	900	900.000
	ฟังเพลงป๊อป ร็อค	2.66	.927	900	900.000
	ศิลปะหัตถกรรม	2.33	.980	900	900.000
	ไปอยู่กับเพื่อน	2.66	.893	900	900.000
	อ่านนิตยสาร การ์ตูน	2.71	.932	900	900.000
	อ่านหนังสือ ตำราเรียน	2.60	.983	900	900.000

จากตารางที่ 4.44 ขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์ = 900 คน เป็นกลุ่ม Less Active จำนวน 712 คน และ Active จำนวน 188 คน ค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระทั้ง 24 ตัวมีค่าคะแนนต่างกันเมื่ออยู่ต่างกลุ่มกัน เพื่อความมั่นใจว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระทุกตัวในแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน สามารถใช้เป็นตัวแปรจำแนกกลุ่ม ได้ดีจึงทำการทดสอบด้วยสถิติทดสอบ F และ Wilks' Lambda โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

$H_0 : \mu_{\text{active}} = \mu_{\text{lessactive}}$  หรือ ค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน

$H_1 : \mu_{\text{active}} \neq \mu_{\text{lessactive}}$  หรือ ค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน

เขตปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$ , ถ้า Sig. ของสถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.50 Tests of Equality of Group Means

Leisure Activities	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
เป็นอาสาสมัคร	.878	124.915	1	898	.000
กิจกรรมกลางแจ้ง	.942	55.185	1	898	.000
โภชนาการ	.935	62.417	1	898	.000
สุขภาพ	.908	90.801	1	898	.000
เทศกาล	.917	81.452	1	898	.000
กิจกรรมในmobile phone	.955	42.503	1	898	.000
ปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติ	.902	98.098	1	898	.000
เล่นกีฬา	.933	64.204	1	898	.000
ขับรถ ซ่อมมอเตอร์ไซด์	.976	22.200	1	898	.000
งานเลี้ยงสังสรรค์	.980	18.735	1	898	.000
หารายได้	.957	40.774	1	898	.000
เล่นดนตรี ร้องเพลง	.954	43.707	1	898	.000
ดูโทรทัศน์	.984	14.747	1	898	.000
ดูละครเวที	.989	10.264	1	898	.001
ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	.986	13.106	1	898	.000
ดูภาพยนตร์	.988	10.804	1	898	.001
เดินทางท่องเที่ยว	.966	31.707	1	898	.000
เดินร่ำ	.979	19.686	1	898	.000
ฟังเพลงคลาสสิก	.961	36.413	1	898	.000
ฟังเพลงป๊อป ร็อค	.994	5.454	1	898	.02
ศิลปะหัตถกรรม	.963	34.783	1	898	.000
ไปอยู่กับเพื่อน	.987	11.392	1	898	.001
อ่านนิตยสาร การ์ตูน	.990	8.874	1	898	.003
อ่านหนังสือ ตำราเรียน	.964	33.563	1	898	.000

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ค่า Sig. = .000 ( $p < .001$ ) 19 ตัว ค่า Sig. = .001 จำนวน 3 ตัว ค่า Sig. = .003 ( $p < 0.05$ ) จำนวน 1 ตัว และ ค่า Sig. = .02 ( $p < 0.05$ ) จำนวน 1 ตัว ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด 0.05 จึงสรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรจำแนกทั้ง 24 ตัวแตกต่างกันทั้ง 2 กลุ่ม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น ตัวแปรจำแนกทั้ง 24 ตัวจะเป็นตัวแปรที่ใช้จำแนกกลุ่มได้ดี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้แสดงค่าเฉลี่ยของ ความสำคัญกิจกรรมนันทนาการเปรียบเทียบกันระหว่างกลุ่ม Active และ less active ตามตารางที่ 4.51 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.51 Leisure Activities with regard to tourism products - Active versus Less Active Groups

Leisure Activities	Active categories	Mean	S.D.	F	Sig.
เป็นอาสาสมัคร	Less active	2.25	.858	124.915	.000
	Active	3.03	.784		
กิจกรรมกลางแจ้ง	Less active	2.40	.831	55.185	.000
	Active	2.91	.873		
โภชนาการ	Less active	2.42	.811	62.417	.000
	Active	2.95	.829		
สุขภาพ	Less active	2.46	.822	90.801	.000
	Active	3.09	.734		
เทศกาล	Less active	2.58	.805	81.452	.000
	Active	3.17	.748		
กิจกรรมในmobile phone	Less active	2.31	.894	42.503	.000
	Active	2.80	.977		
ปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติ	Less active	2.56	.782	98.098	.000
	Active	3.20	.780		
เล่นกีฬา	Less active	2.57	.891	64.204	.000
	Active	3.14	.789		
ขับรถ ซิมูเดอไรซ์	Less active	2.39	.928	22.200	.000
	Active	2.76	.972		
งานเลี้ยงสังสรรค์	Less active	2.51	.919	18.735	.000
	Active	2.84	.979		
หารายได้	Less active	2.57	.859	40.774	.000
	Active	3.02	.871		
เล่นดนตรี ร้องเพลง	Less active	2.55	.892	43.707	.000
	Active	3.03	.846		
ดูโทรทัศน์	Less active	2.62	.876	14.747	.000
	Active	2.89	.807		
ดูละครเวที	Less active	2.25	1.022	10.264	.001
	Active	2.53	1.116		
ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	Less active	2.83	.896	13.106	.000
	Active	3.10	.822		
ดูภาพยนตร์	Less active	2.76	.887	10.804	.001
	Active	2.99	.887		
เดินทางท่องเที่ยว	Less active	2.55	.950	31.707	.000
	Active	2.99	.965		
เต้นรำ	Less active	1.89	1.134	19.686	.000
	Active	2.30	1.192		
ฟังเพลงคลาสสิก	Less active	2.20	1.023	36.413	.000
	Active	2.71	1.042		
ฟังเพลงป๊อป ร็อค	Less active	2.62	.897	5.454	.020
	Active	2.80	1.025		
ศิลปหัตถกรรม	Less active	2.23	.949	34.783	.000
	Active	2.70	1.007		
ไปอยู่กับเพื่อน	Less active	2.61	.892	11.392	.001
	Active	2.85	.871		
อ่านนิตยสาร การ์ตูน	Less active	2.66	.915	8.874	.003
	Active	2.89	.977		
อ่านหนังสือ ตำราเรียน	Less active	2.50	.962	33.563	.000
	Active	2.96	.978		

จากตารางที่ 4.51 พบว่าตัวอย่างในการวิเคราะห์กลุ่ม Less Active จำนวน 712 คน และ Active จำนวน 188 คน ค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระทั้ง 24 ตัวมีค่าคะแนนต่างกันเมื่ออยู่ต่างกลุ่มกัน โดยที่ค่าเฉลี่ยระดับ

ความสำคัญของกิจกรรมนันทนาการทั้ง 24 ตัวในกลุ่ม Less Active มีค่าน้อยกว่ากลุ่ม Active อธิบายได้ว่า กิจกรรมนันทนาการมีความสำคัญต่อเยาวชนกลุ่ม Less Active น้อยกว่ากลุ่ม Active ซึ่งในขั้นต่อไป ผู้วิจัยได้ทำการค้นหาตัวแปร (กิจกรรมนันทนาการ)ที่มีสำคัญต่อการจำแนกกลุ่ม

ตารางที่ 4.5 Pooled Within-Groups Matrices (1)

		เป็น อาสาสมัคร	กิจกรรม กลางแจ้ง	โยนบ การ	สุขภาพ	เทศกาล	กิจกรรม mobile phone	ปกป้อง พื้นที่ ธรรมชาติ	เล่น กีฬา	ขับรถ จี มอเตอร์ไซด์	งานเลี้ยง สังสรรค์	ไป เที่ยว	เล่นดนตรี ร้องเพลง
Correlation	เป็นอาสาสมัคร	1.000	.383	.354	.383	.296	.185	.349	.232	.142	.101	.302	.242
	กิจกรรมกลางแจ้ง	.383	1.000	.419	.358	.245	.209	.274	.266	.191	.041	.233	.156
	โยนบการ	.354	.419	1.000	.620	.416	.333	.371	.200	.152	.120	.278	.167
	สุขภาพ	.388	.358	.620	1.000	.444	.298	.355	.324	.177	.049	.290	.192
	เทศกาล	.296	.245	.416	.444	1.000	.323	.335	.256	.188	.165	.247	.242
	กิจกรรมmobile phone	.185	.209	.333	.298	.323	1.000	.293	.199	.322	.232	.265	.149
	ปกป้อง พื้นที่ธรรมชาติ	.349	.274	.371	.355	.335	.293	1.000	.374	.179	.173	.310	.219
	เล่นกีฬา	.232	.266	.200	.324	.256	.199	.374	1.000	.394	.113	.255	.278
	ขับรถ จมอเตอร์ไซด์	.142	.191	.152	.177	.188	.322	.179	.394	1.000	.355	.272	.278
	งานเลี้ยงสังสรรค์	.101	.041	.120	.049	.165	.232	.133	.156	.355	1.000	.310	.382
	หารางได้	.302	.233	.278	.290	.247	.205	.220	.255	.272	.310	1.000	.380
	เล่นดนตรี ร้องเพลง	.242	.156	.167	.192	.242	.149	.219	.278	.278	.382	.380	1.000
	ดูโทรทัศน์	.149	.118	.151	.210	.246	.277	.164	.163	.296	.237	.228	.264
	ดูละครเวที	.183	.116	.103	.115	.085	.222	.128	.079	.221	.219	.222	.193
	ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	.118	.128	.119	.115	.223	.188	.184	.164	.195	.209	.177	.223
	ดูภาพยนตร์	.105	.096	.098	.104	.208	.220	.096	.096	.137	.250	.126	.191
	เดินทางท่องเที่ยว	.146	.181	.191	.124	.177	.177	.103	.066	.119	.239	.122	.186
	เดินร่ำ	.219	.136	.161	.137	.110	.247	.106	.115	.210	.225	.224	.258
	ฟังเพลงคลาสสิก	.103	.119	.161	.137	.081	.179	.092	.107	.162	.170	.121	.193
	ฟังเพลงป๊อป ร็อก	.064	.078	.128	.114	.162	.164	.128	.075	.176	.224	.142	.218
	ศิลปะหรือการรวม	.207	.143	.231	.245	.182	.214	.218	.111	.118	.092	.215	.166
	ไปอยู่กับเพื่อน	.197	.092	.184	.143	.230	.195	.145	.102	.176	.272	.217	.245
	อ่านนิตยสาร การ์ตูน	.112	.116	.083	.113	.133	.173	.070	.064	.083	.173	.231	.135
	อ่านหนังสือ ตำราเรียน	.227	.141	.161	.219	.068	.237	.126	.181	.184	.089	.203	.060



ตารางที่ 4.53 Pooled Within-Groups Matrices (2)

		ผู้ปกครอง	ครูสอนพิเศษ	กลุ่ม เพื่อน	ผู้ เรียน	โคช	โค้ช	พี่หนวด คลั่งคลั่ง	พี่หนวด ป๊อปปี้	พี่หนวด โง่ง	พี่หนวด โง่ง	พี่หนวด โง่ง	พี่หนวด โง่ง
Correlation	นักเรียนชาย	.149	.133	.118	.131	.146	.219	.193	.064	.207	.177	.114	.227
	กิจกรรมนอกห้องเรียน	.118	.116	.128	.096	.181	.136	.119	.078	.143	.091	.115	.141
	โภชนาการ	.151	.103	.119	.098	.191	.161	.161	.128	.231	.184	.083	.161
	สุขภาพ	.210	.115	.115	.104	.124	.187	.137	.114	.245	.143	.114	.219
	เทศกาล	.246	.085	.223	.203	.177	.110	.081	.162	.182	.235	.135	.068
	กิจกรรม mobile phone	.277	.222	.188	.220	.177	.247	.179	.164	.214	.173	.173	.237
	ปกป้อง สิ่งแวดล้อม	.164	.128	.184	.096	.103	.106	.092	.129	.218	.147	.090	.126
	เล่นกีฬา	.163	.079	.164	.096	.066	.115	.107	.075	.111	.102	.064	.181
	จับรถ ซิมูเลเตอร์	.296	.221	.195	.137	.119	.210	.162	.176	.118	.176	.083	.184
	งานเลี้ยงสังสรรค์	.237	.310	.269	.250	.230	.235	.190	.244	.092	.272	.175	.089
	ทวารหนัก	.228	.222	.152	.126	.122	.224	.121	.143	.215	.207	.231	.203
	เล่นดนตรี ร้องเพลง	.264	.193	.223	.191	.186	.258	.193	.218	.166	.235	.135	.060
	ดูโทรทัศน์	1.000	.306	.341	.271	.158	.069	.004	.163	.123	.203	.135	.134
	ดูละครเวที	.306	1.000	.219	.211	.276	.410	.254	.152	.165	.125	.163	.159
	ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	.341	.219	1.000	.528	.223	.040	.095	.322	.090	.268	.245	.016
	ดูภาพยนตร์	.271	.211	.528	1.000	.365	.163	.148	.254	.080	.259	.218	.008
	เดินทางท่องเที่ยว	.158	.276	.223	.365	1.000	.284	.275	.278	.099	.174	.173	.052
	เล่นกีฬา	.069	.410	.040	.163	.284	1.000	.474	.186	.267	.135	.247	.223
	ฟังเพลงคลอสดิส	.004	.254	.095	.148	.275	.474	1.000	.341	.256	.153	.107	.106
	ฟังเพลงป๊อป ร็อก	.163	.152	.322	.254	.278	.186	.341	1.000	.199	.312	.196	-.034
	ศิลปะกิจกรรม	.123	.165	.090	.080	.090	.267	.256	.190	1.000	.337	.253	.238
	ไปอยู่กับเพื่อน	.208	.125	.268	.259	.174	.135	.133	.312	.337	1.000	.383	.180
	อ่านนิตยสาร การ์ตูน	.155	.163	.245	.218	.173	.242	.189	.196	.253	.383	1.000	.371
	อ่านหนังสือ ตำราเรียน	.134	.159	.016	.003	.052	.223	.106	.034	.238	.105	.371	1.000

จากตารางที่ 4.53 (1) และ (2) แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation) ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ (24 คู่) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ (น้อยกว่า 0.5) มีเพียงตัวแปร โภชนาการ และ สุขภาพ ที่สัมพันธ์กันเกิน 0.5 คือ 0.620 ผลจากการคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติจึงนำเฉพาะตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการแบ่งกลุ่มมากที่สุด แล้วนำตัวแปรนั้นมาเข้าในสมการถดถอยหรือสมการจำแนกกลุ่มหรือฟังก์ชันการจำแนกกลุ่มต่อไป การระบุตัวแปรอิสระที่อยู่ในสมการถดถอยของแต่ละขั้น (step) ดังตารางที่ 4.53 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 Variables Entered/Removed (a,b,c,d)

Step	Entered	Wilks' Lambda								
		Statistic	df1	df2	df3	Statistic	df1	df2	df3	
1	เป็นอาสาสมัคร	.878	1	1	898.0	124.915	1	898.0	.000	
2	ปกป้อง พันธุ์ธรรมชาติ	.844	2	1	898.0	82.908	2	897.0	.000	
3	ฟังเพลงคลาสสิก	.828	3	1	898.0	62.037	3	896.0	.000	
4	เทศกาล	.814	4	1	898.0	51.096	4	895.0	.000	
5	เล่นกีฬา	.808	5	1	898.0	42.478	5	894.0	.000	
6	อ่านหนังสือ ตำราเรียน	.804	6	1	898.0	36.299	6	893.0	.000	

At each step, the variable that minimizes the overall Wilks' Lambda is entered.

- a Maximum number of steps is 48.
- b Minimum partial F to enter is 3.84.
- c Maximum partial F to remove is 2.71.
- d F level, tolerance, or VIF insufficient for further computation.

จากตารางที่ 4.5 ระบุขั้นตอนการนำตัวแปรเข้าสมการความถดถอย โดยใช้ตัวแปรอิสระ 24 ตัว แต่นำเข้าสมการความถดถอยเพียง 6 ขั้นๆละ 1 ตัว รวมมีตัวแปรอิสระในสมการ 6 ตัว โดยที่ ขั้นที่ 1 นำตัวแปร "เป็นอาสาสมัคร" เข้าสมการ ขั้นที่ 2 นำตัวแปร "ปกป้อง พันธุ์ธรรมชาติ" เข้าสมการ ขั้นที่ 3 นำตัวแปร "ฟังเพลงคลาสสิก" เข้าสมการ ขั้นที่ 4 นำตัวแปร "เทศกาล" เข้าสมการ ขั้นที่ 5 นำตัวแปร "เล่นกีฬา" เข้าสมการ และขั้นที่ 6 นำตัวแปร "อ่านหนังสือ ตำราเรียน" เข้าสมการ หลังจากนั้น ได้แสดงผลลัพธ์ตัวแปรที่สำคัญมากที่สุดซึ่งอยู่ในสมการ (Variables in the Analysis) ดังตารางที่ 4.5 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 Variables in the Analysis

Step	ตัวแปรอิสระ	Tolerance	F to Remove	Wilks' Lambda
1	เป็นอาสาสมัคร	1.000	124.915	
2	เป็นอาสาสมัคร	.878	61.146	.902
	ปกป้อง พันธุ์ธรรมชาติ	.878	36.028	.878
3	เป็นอาสาสมัคร	.873	54.256	.878
	ปกป้อง พันธุ์ธรรมชาติ	.875	32.141	.858
	ฟังเพลงคลาสสิก	.986	17.286	.844
4	เป็นอาสาสมัคร	.839	39.789	.850
	ปกป้อง พันธุ์ธรรมชาติ	.818	19.253	.832
	ฟังเพลงคลาสสิก	.984	15.672	.828
	เทศกาล	.850	15.301	.828
5	เป็นอาสาสมัคร	.832	36.273	.841
	ปกป้อง พันธุ์ธรรมชาติ	.753	11.856	.819
	ฟังเพลงคลาสสิก	.980	14.116	.821
	เทศกาล	.836	12.447	.819
	เล่นกีฬา	.831	6.702	.814
6	เป็นอาสาสมัคร	.805	30.179	.831
	ปกป้อง พันธุ์ธรรมชาติ	.753	11.591	.814
	ฟังเพลงคลาสสิก	.974	12.751	.815
	เทศกาล	.836	12.848	.815
	เล่นกีฬา	.818	5.265	.809
	อ่านหนังสือ ตำราเรียน	.925	4.560	.808

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กิจกรรมการเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือสังคมเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการแบ่งกลุ่ม Less Active กับ กลุ่ม Active มากที่สุด

จาก footnote 1 ของตารางที่ 4.5 Minimum partial F to enter is 3.84 หมายถึง ค่า F ต่ำสุดที่จะนำตัวแปรเข้าสมการคือ 3.84 ซึ่งระบุไว้ใช้ในการพิจารณาการนำตัวแปรเข้าสมการในลำดับต่อไป

ตารางที่ 4.55 Variables Not in the Analysis

Step	ตัวแปรอิสระ	Tolerance	Min. Tolerance	F to Enter	Wilks' Lambda
0	เป็นอาสาสมัคร	1.000	1.000	124.915	.878
	กิจกรรมกลางแจ้ง	1.000	1.000	55.185	.942
	โภชนาการ	1.000	1.000	62.417	.935
	สุขภาพ	1.000	1.000	90.801	.908
	เทศกาล	1.000	1.000	81.452	.917
	กิจกรรมในmobile phone	1.000	1.000	42.503	.955
	ปกป้อง พันธุ์ธรรมชาติ	1.000	1.000	98.098	.902
	เล่นกีฬา	1.000	1.000	64.204	.933
	ขับรถ ซิมอเตอร์ไซด์	1.000	1.000	22.200	.976
	งานเลี้ยงสังสรรค์	1.000	1.000	18.735	.980
	หารายได้	1.000	1.000	40.774	.957
	เล่นดนตรี ร้องเพลง	1.000	1.000	43.707	.954
	ดูโทรทัศน์	1.000	1.000	14.747	.984
	ดูละครเวที	1.000	1.000	10.264	.989
	ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	1.000	1.000	13.106	.986
	ดูภาพยนตร์	1.000	1.000	10.804	.988
	เดินทางท่องเที่ยว	1.000	1.000	31.707	.966
	เดินร่ำ	1.000	1.000	19.686	.979
	ฟังเพลงคลาสสิก	1.000	1.000	36.413	.961
	ฟังเพลงป๊อป ร็อค	1.000	1.000	5.454	.994
ศิลปะหัตถกรรม	1.000	1.000	34.783	.963	
ไปอยู่กับเพื่อน	1.000	1.000	11.392	.987	
อ่านนิตยสาร การ์ตูน	1.000	1.000	8.874	.990	
อ่านหนังสือ ตำราเรียน	1.000	1.000	33.563	.964	
1	กิจกรรมกลางแจ้ง	.853	.853	10.193	.868
	โภชนาการ	.875	.875	15.580	.863
	สุขภาพ	.850	.850	27.880	.851
	เทศกาล	.913	.913	31.437	.848
	กิจกรรมในmobile phone	.966	.966	17.976	.861
	ปกป้อง พันธุ์ธรรมชาติ	.878	.878	36.028	.844
	เล่นกีฬา	.946	.946	27.235	.852
	ขับรถ ซิมอเตอร์ไซด์	.980	.980	8.710	.869
	งานเลี้ยงสังสรรค์	.990	.990	9.042	.869
	หารายได้	.909	.909	8.762	.869
	เล่นดนตรี ร้องเพลง	.941	.941	14.214	.864
	ดูโทรทัศน์	.978	.978	4.261	.874
	ดูละครเวที	.965	.965	1.096	.877
	ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	.986	.986	4.720	.873
	ดูภาพยนตร์	.989	.989	3.974	.874
	เดินทางท่องเที่ยว	.979	.979	14.297	.864
	เดินร่ำ	.952	.952	3.639	.874
	ฟังเพลงคลาสสิก	.989	.989	21.095	.858
	ฟังเพลงป๊อป ร็อค	.996	.996	2.318	.876
	ศิลปะหัตถกรรม	.957	.957	11.778	.867
	ไปอยู่กับเพื่อน	.961	.961	1.263	.877
	อ่านนิตยสาร การ์ตูน	.987	.987	2.643	.875
	อ่านหนังสือ ตำราว่าง	.948	.948	9.796	.868

ตารางที่ 4.5 Variables Not in the Analysis(ต่อ)

Step	ตัวแปรอิสระ	Tolerance	Min. Tolerance	F to Enter	Wilks' Lambda
2	กิจกรรมกลางแจ้ง	.831	.789	4.842	.839
	โภชนาการ	.805	.805	5.303	.839
	สุขภาพ	.795	.795	14.481	.831
	เทศกาล	.851	.820	16.914	.828
	กิจกรรมในmobile phone	.907	.825	7.760	.837
	เล่นกีฬา	.849	.788	11.600	.833
	ขับรถ ซิมอเตอร์ไซด์	.961	.861	4.380	.840
	งานเลี้ยงสังสรรค์	.979	.869	5.493	.839
	หารายได้	.894	.825	4.676	.840
	เล่นดนตรี ร้องเพลง	.921	.850	8.168	.836
	ดูโทรทัศน์	.964	.866	1.749	.842
	ดูละครเวที	.960	.857	.399	.844
	ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	.963	.858	1.540	.843
	ดูภาพยนตร์	.985	.873	2.495	.842
	เดินทางท่องเที่ยว	.976	.866	11.446	.833
	เดินร่ำ	.951	.845	2.823	.841
	ฟังเพลงคลาสสิก	.986	.873	17.286	.828
	ฟังเพลงป๊อป ร็อค	.983	.867	.692	.843
	ศิลปะทัศนกรรม	.933	.856	6.031	.838
	ไปอยู่กับเพื่อน	.955	.857	.378	.844
อ่านนิตยสาร การ์ตูน	.986	.871	1.960	.842	
อ่านหนังสือ ตำราเรียน	.946	.844	7.653	.837	
3	กิจกรรมกลางแจ้ง	.826	.787	3.474	.825
	โภชนาการ	.793	.793	3.203	.825
	สุขภาพ	.788	.788	11.524	.817
	เทศกาล	.850	.818	15.301	.814
	กิจกรรมในmobile phone	.885	.824	4.616	.824
	เล่นกีฬา	.844	.787	9.532	.819
	ขับรถ ซิมอเตอร์ไซด์	.941	.860	2.251	.826
	งานเลี้ยงสังสรรค์	.949	.867	2.628	.826
	หารายได้	.887	.823	3.187	.825
	เล่นดนตรี ร้องเพลง	.895	.848	4.711	.824
	ดูโทรทัศน์	.963	.862	1.930	.826
	ดูละครเวที	.906	.856	.130	.828
	ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	.957	.856	.848	.827
	ดูภาพยนตร์	.967	.869	1.028	.827
	เดินทางท่องเที่ยว	.909	.864	5.548	.823
	เดินร่ำ	.746	.746	.078	.828
	ฟังเพลงป๊อป ร็อค	.874	.867	.336	.828
	ศิลปะทัศนกรรม	.881	.856	2.262	.826
	ไปอยู่กับเพื่อน	.943	.854	.023	.828
	อ่านนิตยสาร การ์ตูน	.955	.867	.440	.828
อ่านหนังสือ ตำราเรียน	.939	.841	5.797	.823	

ตารางที่ 4.55 Variables Not in the Analysis(ต่อ)

Step	ตัวแปรอิสระ	Tolerance	Min. Tolerance	F to Enter	Wilks' Lambda
4	กิจกรรมกลางแจ้ง	.816	.768	2.051	.812
	โภชนาการ	.724	.724	.437	.814
	สุขภาพ	.703	.703	4.899	.810
	กิจกรรมในmobile phone	.837	.790	1.587	.813
	เล่นกีฬา	.831	.753	6.702	.808
	ขับรถ ซิมอเตอร์ไซด์	.928	.810	1.064	.813
	งานเลี้ยงสังสรรค์	.936	.814	1.369	.813
	หารายได้	.869	.801	1.503	.813
	เล่นดนตรี ร้องเพลง	.875	.810	2.541	.812
	ดูโทรทัศน์	.928	.814	.418	.814
	ดูละครเวที	.906	.816	.143	.814
	ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	.932	.809	.080	.814
	ดูภาพยนตร์	.938	.818	.116	.814
	เดินทางท่องเที่ยว	.894	.818	3.460	.811
	เดินร่ำ	.746	.746	.142	.814
	ฟังเพลงป๊อป ร็อค	.862	.814	1.096	.813
	ศิลปะหัตถกรรม	.875	.805	1.357	.813
	ไปอยู่กับเพื่อน	.917	.817	.246	.814
	อ่านนิตยสาร การ์ตูน	.946	.818	.085	.814
	อ่านหนังสือ ตำราเรียน	.939	.808	5.995	.809
5	กิจกรรมกลางแจ้ง	.800	.747	1.165	.807
	โภชนาการ	.724	.723	.444	.808
	สุขภาพ	.685	.685	3.303	.805
	กิจกรรมในmobile phone	.834	.733	1.246	.807
	ขับรถ ซิมอเตอร์ไซด์	.823	.737	.029	.808
	งานเลี้ยงสังสรรค์	.929	.752	.898	.807
	หารายได้	.850	.752	.722	.807
	เล่นดนตรี ร้องเพลง	.848	.751	1.322	.807
	ดูโทรทัศน์	.922	.751	.191	.808
	ดูละครเวที	.906	.751	.139	.808
	ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	.927	.748	.008	.808
	ดูภาพยนตร์	.937	.753	.074	.808
	เดินทางท่องเที่ยว	.894	.753	3.615	.805
	เดินร่ำ	.745	.745	.200	.808
	ฟังเพลงป๊อป ร็อค	.862	.750	1.024	.807
	ศิลปะหัตถกรรม	.875	.742	1.416	.807
	ไปอยู่กับเพื่อน	.917	.752	.259	.808
	อ่านนิตยสาร การ์ตูน	.946	.753	.076	.808
	อ่านหนังสือ ตำราเรียน	.925	.753	4.560	.804

ตารางที่ 4.55 Variables Not in the Analysis(ต่อ)

Step	ตัวแปรอิสระ	Tolerance	Min. Tolerance	F to Enter	Wilks' Lambda
6	กิจกรรมกลางแจ้ง	.799	.745	1.018	.803
	โภชนาการ	.720	.720	.254	.804
	สุขภาพ	.674	.674	2.415	.802
	กิจกรรมในmobile phone	.804	.733	.516	.803
	ขับรถ ซิมอเตอร์ไซด์	.813	.732	.004	.804
	งานเลี้ยงสังสรรค์	.928	.752	.734	.803
	หารายได้	.838	.752	.354	.804
	เล่นดนตรี ร้องเพลง	.847	.751	1.505	.803
	ดูโทรทัศน์	.913	.751	.054	.804
	ดูละครเวที	.896	.751	.355	.804
	ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม	.926	.748	.025	.804
	ดูภาพยนตร์	.935	.753	.142	.804
	เดินทางท่องเที่ยว	.894	.753	3.601	.801
	เดินร่ำ	.726	.726	.637	.803
	ฟังเพลงป๊อป ร็อค	.855	.749	.684	.803
	ศิลปะทัศนกรรม	.844	.741	.645	.803
	ไปอยู่กับเพื่อน	.900	.752	.644	.803
	อ่านนิตยสาร การ์ตูน	.828	.753	.261	.804

ความหมายของผลลัพธ์ตารางที่ 4.55 แสดงถึงตัวแปรที่ไม่ได้อยู่ในสมการความถดถอย ซึ่งอธิบายแต่ละขั้น(step)ได้ดังนี้

Step 0 หมายถึง เมื่อยังไม่มีการนำตัวแปรอิสระเข้าสมการความถดถอย ดังนั้น ตัวแปรที่ไม่ได้อยู่ในสมการคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมด 24 ตัว

Step 1 เมื่อนำตัวแปรอิสระเข้าสมการครั้งที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่ไม่ได้อยู่ในสมการมี 23 ตัว หมายถึง นำตัวแปร การเป็นอาสาสมัคร เข้าในสมการแล้ว และเมื่อพิจารณาค่า F to Enter ใน Step 0 พบว่า ค่า F to Enter ของตัวแปร การเป็นอาสาสมัคร มีค่ามากที่สุด คือ 124.915 และมากกว่า 3.84 (footnote b ของตารางที่ 4.53 ซึ่งระบุว่า ค่า F ต่ำสุดที่จะนำตัวแปรเข้าสมการคือ 3.84) หรือค่า Wilks' Lambda ของตัวแปร การเป็นอาสาสมัคร ต่ำสุดคือ 0.878 ซึ่งสอดคล้องกับผลลัพธ์ใน Step 1 ของตารางที่ 4.53 และ ตารางที่ 4.54

Step 2 เมื่อนำตัวแปรอิสระเข้าสมการครั้งที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่ไม่ได้อยู่ในสมการมี 22 ตัว หมายถึง นำตัวแปร ปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติ เข้าในสมการขั้นที่ 2 แล้ว เมื่อพิจารณาจาก step 1 พบว่า ค่า F to Enter ของตัวแปร ปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติ มีค่ามากที่สุด คือ 36.028 และมากกว่า 3.84 มีค่า Wilks' Lambda ต่ำสุดคือ .844 ซึ่งสอดคล้องกับผลลัพธ์ใน Step 2 ของตารางที่ 4.53 และ ตารางที่ 4.54

Step 3 เมื่อนำตัวแปรอิสระเข้าสมการครั้งที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่ไม่ได้อยู่ในสมการมี 21 ตัว หมายถึง นำตัวแปร ฟังเพลงคลาสสิก เข้าในสมการขั้นที่ 3 แล้ว เมื่อพิจารณาจาก step 2 พบว่า ค่า F to Enter ของตัวแปร ฟังเพลงคลาสสิก มีค่ามากที่สุด คือ 17.286 และมากกว่า 3.84 มีค่า Wilks' Lambda ต่ำสุดคือ .828 ซึ่งสอดคล้องกับผลลัพธ์ใน Step 3 ของตารางที่ 4.53 และ ตารางที่ 4.54

Step 4 เมื่อนำตัวแปรอิสระเข้าสมการครั้งที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่ไม่ได้อยู่ในสมการมี 20 ตัว หมายถึง นำตัวแปร เทศกาล(กิจกรรมที่จัดขึ้นในเทศกาลต่างๆ) เข้าในสมการขั้นที่ 4 แล้ว เมื่อพิจารณาจาก step 3 พบว่า ค่า F to Enter ของตัวแปร เทศกาล มีค่ามากที่สุด คือ 15.301 และมากกว่า 3.84 มีค่า Wilks' Lambda ต่ำสุดคือ .814 ซึ่งสอดคล้องกับผลลัพธ์ใน Step 4 ของตารางที่ 4.53 และ ตารางที่ 4.54

Step 5 เมื่อนำตัวแปรอิสระเข้าสมการครั้งที่ 5 พบว่า ตัวแปรที่ไม่ได้อยู่ในสมการมี 19 ตัว หมายถึง นำตัวแปร เล่นกีฬา เข้าในสมการครั้งที่ 5 แล้ว เมื่อพิจารณาจาก step 4 พบว่า ค่า F to Enter ของตัวแปร เล่นกีฬา มีค่ามากที่สุด คือ 6.702 และมากกว่า 3.84 มีค่า Wilks' Lambda ต่ำสุดคือ .808 ซึ่งสอดคล้องกับผลลัพธ์ใน Step 5 ของตารางที่ 4.53 และ ตารางที่ 4.54

Step 6 เมื่อนำตัวแปรอิสระเข้าสมการครั้งที่ 6 พบว่า ตัวแปรที่ไม่ได้อยู่ในสมการมี 18 ตัว หมายถึง นำตัวแปร อ่านหนังสือ ตำราเรียนเข้าในสมการครั้งที่ 5 แล้ว เมื่อพิจารณาจาก step 5 พบว่า ค่า F to Enter ของตัวแปร อ่านหนังสือ ตำราเรียน มีค่ามากที่สุด คือ 4.560 และมากกว่า 3.84 มีค่า Wilks' Lambda ต่ำสุดคือ .804 ซึ่งสอดคล้องกับผลลัพธ์ใน Step 6 ของตารางที่ 4.53 และ ตารางที่ 4.54 ใน Step 6 นี้จึงเหลือตัวแปรอิสระ 18 ตัวที่ไม่ได้อยู่ในสมการและจะไม่นำตัวแปรทั้ง 18 ตัวนี้เข้าสมการในขั้นต่อไป เนื่องจากค่า F to Enter ของตัวแปรทั้ง 18 ตัวในขั้นที่ 6 มี ค่า F to Enter ทุกตัว (กิจกรรมกลางแจ้ง=1.018, โภชนาการ=.254, สุขภาพ=2.415, กิจกรรมในmobile phone=.516, ขับรถ ซ่อมมอเตอร์ไซด์=.004, งานเลี้ยงสังสรรค์=.734, ทหารายได้=.354, เล่นดนตรี ร้องเพลง=1.505, ดูโทรทัศน์=.054, ดูละครเวที=.355, ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม=.025, ดูภาพยนตร์=.142, เดินทางท่องเที่ยว=3.601, เต็นท์=.637, ฟังเพลงป๊อป ร็อค=.684, ศิลปะทัศนกรรม=.645, ไปอยู่กับเพื่อน=.644, อ่านนิตยสาร การ์ตูน=.261) น้อยกว่า 3.84

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า กิจกรรมนันทนาการที่มีอิทธิพลต่อการแบ่งกลุ่มเป็น Less Active และกลุ่ม Active ได้แก่ การเป็นอาสาสมัคร กิจกรรมเพื่อการปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติ การฟังเพลงคลาสสิก การเข้าร่วมกิจกรรมในเทศกาลต่างๆ การเล่นเกม และ การอ่านหนังสือ ตำราเรียน (ตามลำดับ)

ค่าไอเก้น (Eigenvalue)

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	.244(a)	100.0	100.0	.443

a First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

เนื่องจากมี 2 กลุ่มจึงมีฟังก์ชันแบ่งกลุ่ม 1 ฟังก์ชัน จากการคำนวณค่าไอเก้น พบว่า Function 1 มีค่าไอเก้น .244 ซึ่งมากกว่า 1<sup>3</sup> และมีค่า % of Variance = 100% หมายถึง function 1 สามารถอธิบายความผันแปรของข้อมูลได้ 100%

การทดสอบค่ากลาง (centroid) ของแต่ละกลุ่มว่าเท่ากันหรือไม่ โดยใช้ Function และ ทดสอบด้วยค่าสถิติ Wilks' Lambda (ตารางที่ 4.55) ซึ่งมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่ากลางเท่ากัน

$H_1$  : ค่ากลางไม่เท่ากัน

เขตปฏิเสธ  $H_0$  : จะปฏิเสธ  $H_0$  ถ้า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (0.05)

จากการใช้ส่วนชุดคำสั่งของโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ คำนวณได้ค่าสถิติ Wilks' Lambda = .804, Chi-square = 195.328, df = 6, ในที่นี้ function 1 Sig. = .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  นั่นคือ ค่ากลางไม่เท่ากัน

<sup>3</sup> ถ้าค่าไอเก้น มากกว่า 1 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระมากกว่าหนึ่งตัวที่มีความแตกต่างกันภายในกลุ่ม

ตารางที่ 4.56 Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function 1
เป็นอาสาสมัคร	.455
เทศกาล	.294
ปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติ	.295
เล่นกีฬา	.191
ฟังเพลงคลาสสิก	.271
อ่านหนังสือ ตำราเรียน	.167

จากตารางที่ 4.56 เป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่อยู่ในรูปมาตรฐาน(Standardized)ทำให้ไม่มีหน่วยพบว่า ตัวแปร การเป็นอาสาสมัคร มีอิทธิพลต่อการแบ่งกลุ่มมากที่สุด

ตารางที่ 4.57 Structure Matrix

	Function 1
เป็นอาสาสมัคร	.755
ปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติ	.669
เทศกาล	.610
สุขภาพ(a)	.547
เล่นกีฬา	.541
โภชนาการ(a)	.502
กิจกรรมกลางแจ้ง(a)	.434
ฟังเพลงคลาสสิก	.408
กิจกรรมในmobile phone(a)	.392
อ่านหนังสือ ตำราเรียน	.391
หารายได้(a)	.390
เล่นดนตรี ร้องเพลง(a)	.361
เดินป่า(a)	.351
ศิลปหัตถกรรม(a)	.343
ขับรถ ซีมอเตอร์ไซด์(a)	.323
ไปอยู่กับเพื่อน(a)	.286
ดูละครเวที(a)	.259
เดินทางท่องเที่ยว(a)	.245
ดูโทรทัศน์(a)	.243
อ่านนิตยสาร การ์ตูน(a)	.236
ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม(a)	.233
งานเลี้ยงสังสรรค์(a)	.230
ฟังเพลงป๊อป ร็อค(a)	.216
ดูภาพยนตร์(a)	.195

Pooled within-groups correlations between discriminating variables and standardized canonical discriminant functions. Variables ordered by absolute size of correlation within function.  
a. This variable not used in the analysis.



ผลลัพธ์จากตารางที่ 4.57 ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation) ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปร Canonical ซึ่งจะพบว่า ตัวแปร การเป็นอาสาสมัคร มีความสัมพันธ์กับตัวแปร Canonical มากที่สุด คือ 0.755 ขณะที่ ตัวแปร ดุภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับตัวแปร Canonical น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.58 Functions at Group Centroids

Activeness categories	Function 1
1 Less active	-.253
2 Active	.960

Unstandardized canonical discriminant functions evaluated at group means

ตารางที่ 4.58 แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม สำหรับ Canonical variable โดยที่ค่ากลางของกลุ่มที่ 1 Less active คือ -.253 ค่ากลางของกลุ่มที่ 2 Active คือ .960 ซึ่งค่ากลางของ 2 กลุ่มต่างกัน แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ใน 2 กลุ่มนี้ค่อนข้างแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.59 Prior Probabilities for Groups

activeness categories	Prior	Cases Used in Analysis	
		Unweighted	Weighted
1 Less active	.791	712	712.000
2 Active	.209	188	188.000
Total	1.000	900	900.000

จากการกำหนดความน่าจะเป็นเบื้องต้นในการคำนวณหา Posterior probabilities ผู้วิจัยเลือกใช้วิธี compute from group sizes เป็นการคำนวณความน่าจะเป็นเบื้องต้นที่ case จะอยู่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากตารางที่ 4.59 อธิบายได้ว่า ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นประเภท 1 Less active 79.1% และ ประเภท 2 Active 20.9% ดังนั้น ความน่าจะเป็นเบื้องต้นหรือ  $P(\text{Less active}) = .8$  และ  $P(\text{Active}) = .2$  ในที่นี้พบว่า เยาวชนกลุ่มตัวอย่างอยู่ในกลุ่ม 1 Less active จำนวน 712 คน และอยู่ในกลุ่ม 2 Active จำนวน 188 คน

การวิจัยนี้ใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการคำนวณเพื่อพยากรณ์ว่ากลุ่มตัวอย่าง (case)แต่ละคนควรอยู่ในกลุ่มใด โดยจะทำการแทนค่าตัวแปรต้น (ตัวแปรจำแนก) ทั้ง 6 ตัวของแต่ละคนนั้นลงในสมการข้างต้น ซึ่งจะแสดงผลการพยากรณ์ในตารางที่ 4.60

ตารางที่ 4.60 Classification Results(b,c)

		Activeness categories	Predicted Group Membership		Total
			1	2	
Original	Count	1 Less active	682	30	712
		2 Active	125	63	188
	%	1 Less active	95.8	4.2	100.0
		2 Active	66.5	33.5	100.0
Cross-validated(a)	Count	1 Less active	679	33	712
		2 Active	128	60	188
	%	1 Less active	95.4	4.6	100.0
		2 Active	68.1	31.9	100.0

a Cross validation is done only for those cases in the analysis. In cross validation, each case is classified by the functions derived from all cases other than that case.

b 82.8% of original grouped cases correctly classified.

c 82.1% of cross-validated grouped cases correctly classified.

จากตารางที่ 4.60 พบว่า โดยมี original พยากรณ์กลุ่มได้ถูกต้อง 82.8 % และวิธี cross-validated พยากรณ์กลุ่มได้ถูกต้อง 82.1 % (จาก Footnote b และ c) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายกลุ่มพบว่า วิธี original พบว่า กลุ่ม 1 Less active มีความถูกต้องในการพยากรณ์สูงสุด คือ 95.8 % ในขณะที่ กลุ่ม 2 Active มีความถูกต้องในการพยากรณ์ 33.5% วิธี cross-validated พบว่า กลุ่ม 1 Less active มีความถูกต้องในการพยากรณ์สูงสุด คือ 95.4 % ในขณะที่ กลุ่ม 2 Active มีความถูกต้องในการพยากรณ์ 31.9% เมื่อใช้ตัวแปรจำแนกสำคัญ 6 ตัวในการแบ่งกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ถูกจัดให้อยู่ในประเภท 1 Less active จำนวน 807 คน ร้อยละ 89.7 และถูกจัดให้อยู่ในประเภท 2 Active จำนวน 93 คน ร้อยละ 10.3 ตามตารางที่ 4.61

ตารางที่ 4.61 Predicted Group for Analysis 1

Activeness Categories	Frequency	Percent	Cumulative Percent
1 Less active	807	89.7	89.7
2 Active	93	10.3	100.0
Total	900	100.0	

จากตารางที่ 4.61 พบว่า หลังจากใช้ตัวแปร 6 ตัวในการจัดกลุ่มเยาวชน ทำให้กลุ่ม less active มีจำนวนเพิ่มขึ้น  $(807 - 712) = 95$  คน และกลุ่ม active ลดลง  $(188-93) = 95$  คน

10. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories ทำให้แบ่งเป็นกลุ่ม active consumers และ less active consumers

ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลตัวแปร อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เพื่ออธิบายลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (demographic characteristics) ของกลุ่ม active consumers และ less active consumers ในที่นี้ ผู้วิจัยใช้สถิติทดสอบ Pearson Chi-Square (คำนวณโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร "Activeness Categories"(2 ระดับ) กับตัวแปร "ลักษณะด้านประชากรศาสตร์" ประกอบด้วย อายุ(6 ระดับ) เพศ(2 ระดับ) ระดับการศึกษา(4 ระดับ) และรายได้(6 ระดับ) แล้วทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 ตัว เช่น Activeness Categories\*อายุ Activeness Categories\*เพศ แล้วจึงเลือกตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มใช้ในการอธิบายลักษณะ (profile) กลุ่ม active consumers และ less active consumers ตามตารางที่ 4.62 - 4.65 ต่อไปนี้

10.1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและ Activeness Categories โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

$H_0$  :  $r = 0$  อายุไม่มีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories

$H_1$  :  $r \neq 0$  อายุมีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories

เขตปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  ถ้า Sig. ของสถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $\alpha = 0.05$ )

ตารางที่ 4.62 Chi-Square Tests อายุและ Activeness Categories

อายุ* Activeness Categories	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.926(a)	5	.425
N of Valid Cases	900		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8.68.

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ไม่มี cell ใดเลยที่มีค่า  $E_{ij} < 5$  และค่าต่ำสุดของ  $E_{ij} = 8.68^4$  (จาก footnote a) จึงทำให้มั่นใจในการทดสอบ ในที่นี้ได้สถิติทดสอบ Pearson Chi-Square = 4.926 และได้ค่า Sig. = .425 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  นั่นคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาจกล่าวได้ว่า อายุไม่มีผลต่อการจัดกลุ่ม active consumers และ less active consumers

10.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศและ Activeness Categories โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

$H_0 : r = 0$  เพศไม่มีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories

$H_1 : r \neq 0$  เพศมีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories

เขตปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  ถ้า Sig. ของสถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $\alpha = 0.05$ )

ตารางที่ 4.63 Chi-Square Tests เพศและ Activeness Categories

เพศ*Activeness Categories	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.415(a)	1	.519
N of Valid Cases	900		

a cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 40.92.

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ไม่มี cell ใดเลยที่มีค่า  $E_{ij} < 5$  และค่าต่ำสุดของ  $E_{ij} = 40.92$  (จาก footnote a) จึงทำให้มั่นใจในการทดสอบ ในที่นี้ได้สถิติทดสอบ Pearson Chi-Square = .415 และได้ค่า Sig. = .519 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  นั่นคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาจกล่าวได้ว่า เพศไม่มีผลต่อการจัดกลุ่ม active consumers และ less active consumers

10.3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและ Activeness Categories โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

$H_0 : r = 0$  ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories

$H_1 : r \neq 0$  ระดับศึกษามีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories

เขตปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  ถ้า Sig. ของสถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $\alpha = 0.05$ )

ตารางที่ 4.64 Chi-Square Tests ระดับการศึกษา\* Activeness Categories

ระดับการศึกษา* Activeness Categories	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.950(a)	3	.583
N of Valid Cases	900		

a 2 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .41

จากตารางที่ 4.64 พบว่า มีข้อมูล 2 cell ที่มีค่า  $E_{ij} < 5$  และค่าต่ำสุดของ  $E_{ij} = .41$  (จาก footnote a) ในที่นี้ได้สถิติทดสอบ Pearson Chi-Square = 1.950 และได้ค่า Sig. = .583 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  นั่นคือ ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาจกล่าวได้ว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการจัดกลุ่ม active consumers และ less active consumers

<sup>4</sup>  $E_{ij} =$  ความถี่ที่อยู่ใน cell (i, j) ถ้าตัวแปรทั้งสองเป็นอิสระกัน =  $\frac{(r_i)(c_j)}{n}$

10.4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และ Activeness Categories โดยกำหนดสมมติฐาน  
ดังนี้

$H_0$  :  $r = 0$  รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories

$H_1$  :  $r \neq 0$  รายได้มีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories

เขตปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  ถ้า Sig. ของสถิติทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $\alpha = 0.05$ )

ตารางที่ 4.65 Chi-Square Tests รายได้และ Activeness Categories

รายได้*Activeness Categories	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.159(a)	5	.148
N of Valid Cases	900		

a 5 cells (41.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .41.

จากตารางที่ 4.65 พบว่า มีข้อมูล 5 cell ที่มีค่า  $E_{ij} < 5$  และค่าต่ำสุดของ  $E_{ij} = .41$  (จาก footnote a) ในที่นี้ได้สถิติทดสอบ Pearson Chi-Square = 8.159 และได้ค่า Sig. = .148 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  นั่นคือ รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับ Activeness Categories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาจกล่าวได้ว่า รายได้ไม่มีผลต่อการจัดกลุ่ม active consumers และ less active consumers

อาจกล่าวได้ว่า อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ไม่มีผลต่อการแบ่งเป็นกลุ่ม active consumers และ less active consumers

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาแนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชน ซึ่งสะท้อนให้เห็นอนาคตการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีลักษณะเป็นงานวิจัยเชิงบรรยายโดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งศึกษาแนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนด้วยการวัดระดับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับการบริโภคและรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของเยาวชน เมื่อรวมทั้งสองกลุ่มตัวแปรแล้วในบทนี้จะรวมเรียกว่า ค่าความเป็นสีเขียว (Green Values) รวมถึงศึกษากิจกรรมที่ทำในเวลาว่าง ที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมให้แก่เยาวชน อันเป็นการกระตุ้นให้เยาวชนมีจิตสำนึกอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป งานวิจัยนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเยาวชนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 900 คน ซึ่งมีลักษณะ (Profile) ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 21 ปี เป็นผู้หญิงร้อยละ 56 และเป็นผู้ชายร้อยละ 44 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 60 ส่วนใหญ่มีรายได้ประมาณ 5,000-10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 59.2 สำหรับเขตการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ ส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพแวดล้อมเป็นธรรมชาติที่ถูกดัดแปลงพัฒนาไปบ้าง มีถนนที่สามารถเข้าถึงด้วยพาหนะที่ใช้เครื่องยนต์ คิดเป็นร้อยละ 26.8 โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อประเมินค่าการบริโภคสีเขียวของเยาวชน
2. เพื่อประเมินค่าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของเยาวชน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคสีเขียวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
4. เพื่อจัดกลุ่มเยาวชนตามระดับความแตกต่างของสีเขียว (Green Shading Categories)
5. เพื่อศึกษาการใช้เวลาว่างของเยาวชน
6. เพื่อศึกษารูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชน
7. เพื่อจำแนกกลุ่มเยาวชนตามระดับความกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Activeness Categories)
8. เพื่อศึกษากิจกรรมนันทนาการที่มีผลในการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้น (active consumers) และกลุ่มกระตือรือร้นน้อย (less active consumers) ต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จากวัตถุประสงค์งานวิจัยข้างต้น สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1. การประเมินค่าผู้บริโภคสีเขียว (Green Consumer Values) ของเยาวชน

สรุปผล เยาวชนส่วนใหญ่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก ( $\bar{x}=2.72$ ) โดยมีความแตกต่างกันไม่มากนักในแต่ละระดับจากน้อยที่สุดจนถึงมากที่สุด (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.512)

อภิปรายผล อาจกล่าวได้ว่าเยาวชนไทยมีพฤติกรรมผู้บริโภคสีเขียวหรือเป็นผู้บริโภคสีเขียว (Green consumer) ในระดับมาก ซึ่ง Kelly L. Haws และคณะ (2010) ได้อธิบายไว้ว่า ผู้บริโภคสีเขียวคือบุคคลที่มีความโน้มเอียงต่อความตระหนักถึงผลกระทบจากการซื้อและการบริโภคสินค้าต่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคที่มีค่านิยมสีเขียวอย่างเข้มข้น (stronger green values) จะตัดสินใจอย่างมั่นคงที่จะบริโภคโดยคำนึงถึงการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม

**วัตถุประสงค์ที่ 2.** การประเมินค่าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของเยาวชน

**สรุปผล** ค่าการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเฉลี่ยของเยาวชนอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 2.68$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.398 ซึ่งมีค่าน้อยมาก แสดงว่าข้อมูลชุดนี้มีการกระจายน้อยมากหรือมีความแตกต่างกันน้อยมาก ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า เยาวชนมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก

**อภิปรายผล** อาจกล่าวได้ว่าเยาวชนไทยมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอันส่งผลดีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

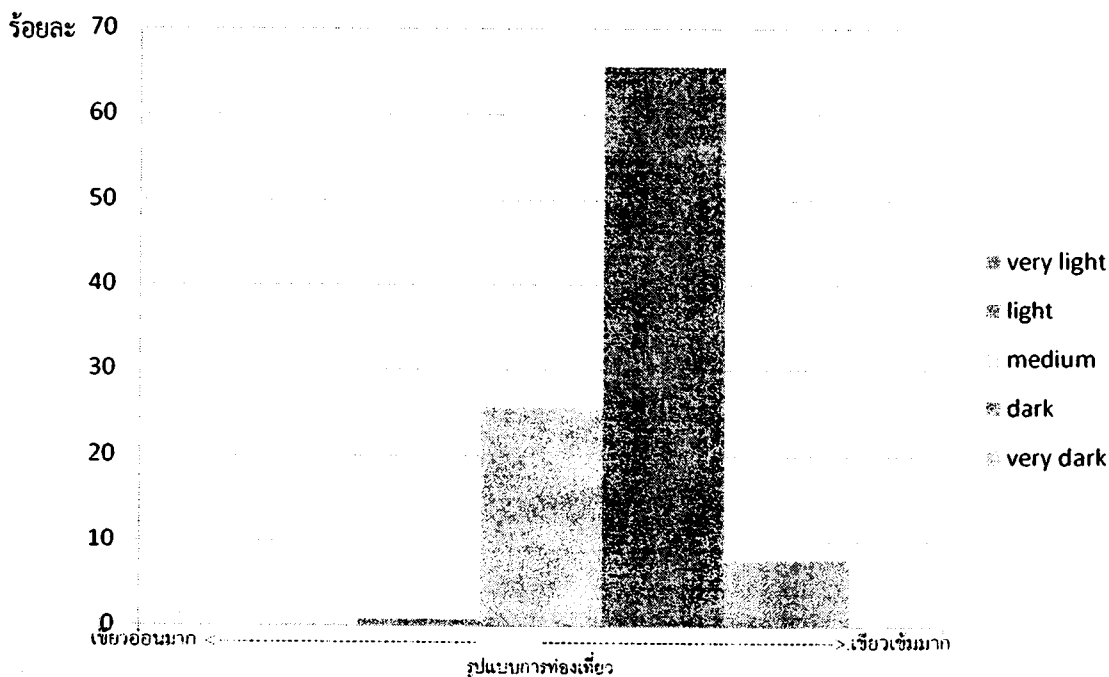
**วัตถุประสงค์ที่ 3** การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคสีเขียวกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**สรุปผล** การบริโภคสีเขียวมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมาก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 งานวิจัยนี้ พบว่า เยาวชนมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคสีเขียวในระดับมาก ( $\bar{X} = 2.72$ ) และมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมาก ( $\bar{X} = 2.68$ ) เช่นกัน และค่าสถิติทดสอบ Pearson Chi-Square = 4009.903 ค่าสถิติ Contingency Coefficient (C) = .904 (C เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์กันมาก) และ ค่า Significance ของค่าสถิติทดสอบ = .000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด ( $\alpha = .05$ )

**อภิปรายผล** อาจกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคเป็นมิตรสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มข้นมีแนวโน้มที่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มข้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Sara Dolnicar และคณะ (2008.) ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environment-friendly Tourist: EFT) มีลักษณะเด่นด้านมีความเกี่ยวข้อง/สัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมสูง มีตระหนักต่อสิ่งแวดล้อม

**วัตถุประสงค์ที่ 4.** การจัดกลุ่มเยาวชนตามระดับความแตกต่างของสีเขียว

**สรุปผล** เมื่อทำการจำแนกกลุ่มเยาวชนด้วยค่าเฉลี่ยสีเขียว (Mean Green Values) สามารถจำแนกเยาวชนออกเป็น 5 ประเภทและมีสัดส่วนร้อยละแต่ละประเภท ตามภาพที่ 5.1 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.1 สัดส่วนร้อยละแต่ละประเภทรูปแบบการท่องเที่ยวจำแนกด้วยค่าเฉลี่ยสีเขียว

จากภาพที่ 5.1 เยาวชนสามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภทและมีสัดส่วนร้อยละแต่ละประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวสีเขียวเข้มมาก (very dark green) ร้อยละ 7.8

ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวสีเขียวเข้ม (dark green) ร้อยละ 65.6

ประเภทที่ 3 นักท่องเที่ยวสีเขียวปานกลาง (medium green) ร้อยละ 25.7

ประเภทที่ 4 นักท่องเที่ยวสีเขียวอ่อน (light green) ร้อยละ 0.8

ประเภทที่ 5 นักท่องเที่ยวสีเขียวอ่อนมาก (very light green) ร้อยละ 0.2

เยาวชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.6) เป็นนักท่องเที่ยวสีเขียวเข้ม (dark green) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด ในจำนวน 5 กลุ่ม อันดับที่สองเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสีเขียวปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.7 อันดับที่สามเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสีเขียวเข้มมาก ร้อยละ 7.8 หรือ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบเข้มข้น (Hard ecotourist) งานวิจัยของ Weaver and Lawton (2002) เป็นผู้มีความเอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อมในระดับสูง ใช้ทรัพยากรธรรมชาติน้อยที่สุดหรือลดลงอย่างมาก ลดการปล่อยมลพิษเข้าสู่สภาพแวดล้อมทุกอย่างอย่างเคร่งครัด อันดับสี่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสีเขียวอ่อน ร้อยละ 0.8 และอันดับสุดท้ายคือนักท่องเที่ยวสีเขียวอ่อนมาก ร้อยละ 0.2 โดยที่ อายุ เพศ การศึกษา รายได้ ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชนออกเป็น 5 ประเภทข้างต้น (ค่า Sig. ของสถิติทดสอบ = .221, .696, .827, .110 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05) ปัจจัยเขตท่องเที่ยวที่ชอบไปเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งในการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวเขตการท่องเที่ยว (ค่า Sig. = .008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05)

**อภิปรายผล** ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวสีเขียวเข้มมีสัดส่วนที่มากที่สุด จึงสะท้อนถึงแนวโน้มการท่องเที่ยวจะเป็นไปในทิศทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นซึ่งส่งผลดีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มสีเขียวอ่อนถึงอ่อนมาก หรือนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบอ่อนปรน (Soft ecotourist) เรียกโดย Weaver and Lawton (2002) หมายถึง ผู้ที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับต่ำในทุกปัจจัย มีความเอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ สามารถละทิ้งความสะดวกสบายได้ต่ำ มีความตั้งใจที่จะเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่ำ มีความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ เยาวชนกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่เนื่องจากเยาวชนกลุ่มนี้มีเพียงร้อยละ 1 (นักท่องเที่ยวสีเขียวอ่อนร้อยละ 0.8 และนักท่องเที่ยวสีเขียวอ่อนมากร้อยละ 0.2) ซึ่งมีจำนวนน้อยในสังคมไทย แต่ทั้งภาครัฐบาลและภาคธุรกิจไม่ควรละทิ้งเยาวชนกลุ่มนี้ ควรกำหนดแนวทางในการพัฒนาเยาวชนกลุ่มนี้ให้เป็นนักท่องเที่ยวสีเขียวเข้มถึงเข้มมาก ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

#### วัตถุประสงค์ที่ 5 การศึกษาการใช้เวลาว่างของเยาวชน

**สรุปผล** จากการสำรวจกิจกรรมนันทนาการของเยาวชนจำนวน 900 คน แล้วนำมาจัดอันดับความนิยมมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด ซึ่งหมายถึงเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญในการดำเนินชีวิตมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด พบว่า กิจกรรมนันทนาการ 18 ประเภทมีความสำคัญมากในวิถีชีวิตของเยาวชน โดยที่ การดูหนัง/ฟังเพลง/เล่นเกมจากเครื่องคอมพิวเตอร์ วีดีโอเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่หนึ่ง อันดับที่สองคือดูหนังในโรงภาพยนตร์ อันดับที่สามคือ กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ อันดับสี่คือ การอ่านนิตยสาร/การ์ตูน และอันดับที่ห้าคือ การทำกิจกรรมเพื่อปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่วนกิจกรรมการเป็นอาสาสมัครให้บริการ/ช่วยเหลือสังคม กิจกรรมในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ศิลปหัตถกรรม การดูละครเวที การฟังเพลงคลาสสิก และการเต้นรำ มีความสำคัญในระดับปานกลาง

เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมนันทนาการ 24 ประเภทกับรูปแบบการท่องเที่ยวตามระดับสีเขียวด้วยค่าสถิติทดสอบของ Kruskal-Wallis พบว่า กิจกรรมนันทนาการทั้ง 24 ประเภทมี

ความสำคัญต่อการจำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวของเยาวชน โดยที่ค่า Sig. ของสถิติทดสอบ = .000 (22 กิจกรรม), .001, .002 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 เมื่อคำนวณค่าเฉลี่ยความสำคัญของกิจกรรมนั้นหนาของการของแต่ละประเภทการท่องเที่ยวพบว่า กิจกรรมนั้นหนาการมีความสำคัญน้อยในกลุ่มนักท่องเที่ยวสีเขียวอ่อนมาก (ค่าเฉลี่ย = 1.27) กิจกรรมนั้นหนาการมีความสำคัญปานกลางในกลุ่มนักท่องเที่ยวสีเขียวอ่อน (ค่าเฉลี่ย = 1.82) กิจกรรมนั้นหนาการมีความสำคัญปานกลางในกลุ่มนักท่องเที่ยวสีเขียวกลางๆ (ค่าเฉลี่ย = 2.31) กิจกรรมนั้นหนาการมีความสำคัญมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวสีเขียวเข้ม (ค่าเฉลี่ย = 2.61) และ กิจกรรมนั้นหนาการมีความสำคัญมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวสีเขียวเข้มมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.13)

**อภิปรายผล** ดังนั้น หากภาครัฐบาลและภาคธุรกิจจะจัดกิจกรรมใดๆ ที่มุ่งใจให้เยาวชนเข้าร่วมได้จำนวนมากควรใช้กิจกรรมทางการตลาดผ่านภาพยนตร์ โดยเฉพาะช่องทางโรงภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่เยาวชนไปพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่างจำนวนมาก การจัดกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ การสร้างสื่อสารทางการตลาดผ่านนิตยสาร/การ์ตูน รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมก็เป็นกิจกรรมนั้นหนาการที่เยาวชนให้ความสนใจมากเช่นกัน

### วัตถุประสงค์ที่ 6. การศึกษารูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชน

**สรุปผล** เมื่อทำการจำแนกรูปแบบวิถีชีวิตของเยาวชนจากข้อมูลกิจกรรมนั้นหนาการ (Leisure Activity) 24 ประเภทด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) พบว่า เยาวชนมีรูปแบบวิถีชีวิต (Culture Pattern) ที่แตกต่างกัน 6 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 กลุ่มสุขภาพและสิ่งแวดล้อม (Health and Environmental Concern Pattern) ซึ่งมีความสำคัญต่อเยาวชนมากที่สุด กล่าวได้ว่า เมื่อเยาวชนมีเวลาว่างจะทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรก

รูปแบบที่ 2 กลุ่มประสบการณ์ตื่นเต้น รื่นเริง สวรรค์ (Adventure, Fun and Party Pattern) เยาวชนในกลุ่มนี้ทำกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ตื่นเต้น พบปะสังสรรค์ เฮฮาปาร์ตี้ เช่น การขับรถ/ขี่มอเตอร์ไซด์ ดนตรีและร้องเพลง งานเลี้ยงสังสรรค์ เป็นต้น และเป็นกิจกรรมที่จะทำเป็นอันดับที่สอง

รูปแบบที่ 3 กลุ่มสนใจภาพยนตร์ (Interest in Movie Pattern) เยาวชนในกลุ่มชอบดูหนังหรือภาพยนตร์ และเป็นกิจกรรมที่จะทำเป็นอันดับที่สาม

รูปแบบที่ 4 กลุ่มสนใจวัฒนธรรม (Interest in Culture Pattern) เยาวชนในกลุ่มนี้ทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางการแสดงต่างๆ เช่น การเต้นรำ ฟังเพลงคลาสสิก ดูละครเวที เป็นต้น และเป็นกิจกรรมที่จะทำเป็นอันดับที่สี่

รูปแบบที่ 5 เรียกว่า กลุ่มกิจกรรมในอาคาร (Indoor Pattern) เมื่อเยาวชนมีเวลาว่างจะทำกิจกรรมที่อยู่ภายในอาคารสถานที่ หรือกิจกรรมในร่ม เช่น อ่านนิตยสาร/การ์ตูน อยู่กับเพื่อน ทำงานศิลปะหัตถกรรม เป็นต้น และเป็นกิจกรรมที่จะทำเป็นอันดับที่ห้า

รูปแบบที่ 6 เรียกว่า กลุ่มแสวงหาความรู้ (Interest in Learning Pattern) ซึ่งมีความสำคัญในวิถีชีวิตของเยาวชนน้อยที่สุด กล่าวได้ว่า เมื่อเยาวชนมีเวลาว่างจะทำกิจกรรมที่เพิ่มพูนความรู้ เช่น การอ่านหนังสือ/ตำราเรียน จะทำเป็นอันดับสุดท้าย

หลังจากทำการคำนวณเพื่อแปลงค่า factor loading ของตัวแปรไปเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย เรียกว่าค่า Weighted Mean Rating พบว่า ภาพยนตร์ มีความสำคัญในวิถีชีวิตเยาวชนเป็นอันดับที่หนึ่ง (ค่าเฉลี่ย=2.80) กิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ตื่นเต้น รื่นเริง เฮฮาปาร์ตี้ พบปะสังสรรค์มีความสำคัญเป็นอันดับที่สอง (ค่าเฉลี่ย=2.60) กิจกรรมในอาคารมีความสำคัญเป็นอันดับที่สาม(ค่าเฉลี่ย=2.58) กิจกรรมที่



เกี่ยวกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญเป็นอันดับที่สี่ (ค่าเฉลี่ย=2.56) กิจกรรมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม มีความสำคัญเป็นอันดับที่ห้า (ค่าเฉลี่ย=2.27) กิจกรรมในแสวงหาความรู้ มีความสำคัญเป็นอันดับที่หกหรือมีความสำคัญน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกิจกรรมอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย=2.24)

**วัตถุประสงค์ที่ 7.** การจัดกลุ่มเยาวชนตามระดับความกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**สรุปผล** เยาวชนร้อยละ 79.1 เป็นผู้มีความกระตือรือร้นน้อยต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เรียกว่า กลุ่ม less active consumers และร้อยละ 20.9 ของเยาวชนอยู่ในกลุ่มกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เรียกว่า กลุ่ม active consumers

**อภิปรายผล** ด้วยสัดส่วนของเยาวชนถึงร้อยละ 79.1 มีความกระตือรือร้นต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ ดังนั้น ทุกภาคส่วนควรวางแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ควรจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นจิตสำนึกในการบริโภคและการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้เข้าถึงเยาวชนไทยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

**วัตถุประสงค์ที่ 8.** การศึกษากิจกรรมนันทนาการที่มีผลในการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้นและกลุ่มกระตือรือร้นน้อยต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**สรุปผล** เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการจำแนกกลุ่ม (Discriminant analysis) พบว่า กิจกรรมนันทนาการที่สำคัญมีผลต่อการจำแนกกลุ่มเป็นกลุ่ม Less Active และ กลุ่ม Active ได้แก่ การเป็นอาสาสมัคร กิจกรรมเพื่อการปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติ การฟังเพลงคลาสสิก การเข้าร่วมกิจกรรมในเทศกาลต่างๆ การเล่นเกม และ การอ่านหนังสือ ตำราเรียน (ตามลำดับ) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ตามตารางที่ 5.1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 กิจกรรมนันทนาการที่สำคัญมีผลต่อการจำแนกกลุ่มกระตือรือร้น

Leisure Activities	Active categories	N	Mean	S.D.	F	Sig.
การเป็นอาสาสมัคร ให้บริการ ช่วยเหลือสังคม	Less active	712 (79.1%)	2.25	.858	124.915	.000
	Active	188 (20.9%)	3.03	.784		
กิจกรรมเพื่อปกป้อง ฟื้นฟู ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	Less active	712 (79.1%)	2.56	.782	98.098	.000
	Active	188 (20.9%)	3.20	.780		
ฟังเพลงคลาสสิก	Less active	712 (79.1%)	2.20	1.023	36.413	.000
	Active	188 (20.9%)	2.71	1.042		
กิจกรรมที่จัดขึ้นตาม เทศกาลต่างๆ	Less active	712 (79.1%)	2.58	.805	81.452	.000
	Active	188 (20.9%)	3.17	.748		
เล่นเกม	Less active	712 (79.1%)	2.57	.891	64.204	.000
	Active	188 (20.9%)	3.14	.789		
อ่านหนังสือ ตำราเรียน	Less active	712 (79.1%)	2.50	.962	33.563	.000
	Active	188 (20.9%)	2.96	.978		

จากตารางที่ 5.1 ขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์กลุ่ม Less Active จำนวน 712 คน และ Active จำนวน 188 คน ค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวมีค่าคะแนนต่างกันเมื่ออยู่ต่างกลุ่มกัน (ค่า Sig.=.000 และน้อยกว่า 0.05) โดยที่ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกิจกรรมนันทนาการที่สำคัญในการแบ่งกลุ่มทั้ง 6 ตัวใน

กลุ่ม Less Active มีค่าน้อยกว่ากลุ่ม Active อธิบายได้ว่า กิจกรรมนั้นหนาแน่นกว่ามีความสำคัญต่อเยาวชนกลุ่ม Less Active น้อยกว่ากลุ่ม Active และปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ ไม่มีผลต่อการแบ่งเป็นกลุ่ม active consumers และ less active consumers อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

อภิปรายผล ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในภาครัฐบาลและเอกชนควรสนับสนุน จูงใจให้เยาวชนได้ทำกิจกรรมในยามว่างอันส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเรียงลำดับความสำคัญดังนี้

1. จัดกิจกรรมให้เห็นความสำคัญของการเป็นอาสาสมัคร ให้บริการ ช่วยเหลือสังคม และจูงใจให้เข้าร่วมกิจกรรมการเป็นอาสาสมัครกับหน่วยงานต่างๆ
2. จัดกิจกรรมปกป้อง ฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และจูงใจให้เข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานต่างๆ
3. จัดกิจกรรมที่จูงใจให้เยาวชนฟังเพลงคลาสสิกมากขึ้น
4. จัดกิจกรรมที่จูงใจให้เยาวชนเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ มากขึ้น
5. สนับสนุนการเล่นกีฬาของเยาวชน
6. จัดกิจกรรมที่จูงใจให้เยาวชนอ่านหนังสือ ตำราเรียนมากขึ้น

#### ข้อเสนอแนะ

แนวทางในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะประสบความสำเร็จได้ต้องได้รับการสนับสนุนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักธุรกิจ เจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น รัฐบาล นักวิชาการ นักอนุรักษ์ จะต้องร่วมมือกันในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างจำกัดอย่างรอบคอบและเกิดประโยชน์สูงสุดทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ข้อเสนอแนะในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1. รัฐบาลและเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นควรคำนึงถึงขีดความสามารถการรองรับทางสิ่งแวดล้อม โดยจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวตามปริมาณสูงสุดที่เขตท่องเที่ยวนั้นสามารถรองรับได้ นั่นคือจำนวนที่มากที่สุดที่ไม่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและไม่ทำให้ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวสมควรได้รับมีคุณภาพลดลงจนไม่อาจจะยอมรับได้ โดยไม่ยอมให้มีจำนวนคนเพิ่มขึ้นถึงระดับที่ไปขีดขวางความสามารถของทรัพยากรการท่องเที่ยวในการที่จะให้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว (ประชิด สกฤษณ์พัฒน์และคณะ 2554.)

2. นักท่องเที่ยวควรปฏิบัติตนในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และโครงการเยาวชนท่องเที่ยวหัวใจสีเขียว. 2555.) ดังต่อไปนี้

2.1 ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อม กิจกรรม ผลกระทบและปัญหาของการจัดการจากเอกสารข้อมูลก่อนออกเดินทางและระหว่างที่อยู่ ณ แหล่งท่องเที่ยว

2.2 ปฏิบัติตามกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวและเชื่อฟังเจ้าหน้าที่อย่างเคร่งครัดโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีระบบนิเวศที่สำคัญและเปราะบาง หรือมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดีสูง หรือเป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเก่าแก่น่าศึกษาเรียนรู้

2.3 ทิ้งขยะและสิ่งปฏิกูลตามประเภทในที่ที่จัดให้ และหากสามารถนำขยะและสิ่งปฏิกูลออกจากแหล่งท่องเที่ยวไปจัดการเองได้ ก็จะช่วยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2.4 เลือกใช้ยานพาหนะในแหล่งท่องเที่ยวที่ประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานทดแทน และปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยที่สุด เช่น เลือกระบบขนส่งสาธารณะแบบราง เพราะเป็นระบบที่ขนส่งได้มากที่สุดเมื่อเทียบกับสัดส่วนพลังงานที่ถูกใช้ไป

- 2.5 ถ้าเลือกเดินทางโดยใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว ควรเลือกโปรแกรมหรือการเดินทางเที่ยวที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด
- 2.6 ตั้งแต่วันที่ที่กลุ่มในบริเวณที่จัดให้เท่ากัน
- 2.7 ควรเดินตามเส้นทางที่จัดให้ ไม่ควรเดินลัด เพราะอาจเหยียบย่ำกล้าไม้ รุกไม้ และ ก่อให้เกิดการกัดเซาะพังทลายของดินเร็วขึ้น
- 2.8 ละเว้นการให้อาหารสัตว์ป่าทุกชนิด เพราะเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ผิดไปจากธรรมชาติ
- 2.9 ละเว้นการสัมผัสหรือแตะต้องตัวสัตว์ป่า
- 2.10 ไม่ซื้อชิ้นส่วนของสัตว์หรือโบราณวัตถุ หรือสินค้าที่ทำจากสัตว์ หรือพืชที่หายาก หรือกำลังสูญพันธุ์ เช่น กระเป๋าหนังหรือขนสัตว์ กระดองหอย และเต่าทะเล เป็นต้น
- 2.11 ไม่เก็บรวบรวมซากพืชซากสัตว์ เปลือกหอย ก้อนหิน และอื่นๆ มาเป็นสมบัติของตัวเอง
- 2.12 แจ้งถึงการฝ่าฝืนหรือกระทำผิดกฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวอื่นให้เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบรับทราบ
- 2.13 ไม่แสดงกริยาท่าทาง หรือใช้คำพูดที่ส่อไปในทางลบหลู่ ไม่ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น
- 2.14 จัดสัมภาระในการเดินทางท่องเที่ยวให้เบา ถ้ากระเป๋าเดินทางของนักท่องเที่ยวทุกคนบนโลกเบาลงกว่าที่เคยจัดคนละ 8 กิโลกรัม จะประหยัดน้ำมันไปได้ 1,500 ล้านลิตรต่อปี
- 2.15 การใช้น้ำเมื่อเดินทางท่องเที่ยว เตรียมกระติกน้ำ เพื่อลดการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด เพราะน้ำดื่มบรรจุขวดไม่เพียงสิ้นเปลืองขวด ยังเพิ่มขยะและสูญเสียพลังงานไปกับการขนส่งอีกมหาศาล เลือกเครื่องดื่มจากขวดแก้ว แทนกระป๋องอลูมิเนียม ช่วยโรงแรมที่พักประหยัดน้ำ ไม่ใช่อ่างอาบน้ำ เพราะสิ้นเปลืองน้ำกว่าเปิดจากฝักบัวถึง 10 เท่าๆ
- 2.16 การท่องเที่ยวคือการเก็บเกี่ยวประสบการณ์ และความทรงจำ ลดการซื้อสินค้าในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวลงให้มากที่สุด เพราะยิ่งซื้อมากยิ่งขึ้นเป็นการกระตุ้นกระบวนการขนส่งสินค้าให้ต้องส่งไกลยิ่งขึ้น ไม่ซื้อสินค้าคุณภาพต่ำ แม้ราคาถูกแต่เสียง่าย เป็นการสิ้นเปลืองพลังงานและทรัพยากร อีกทั้งยังเป็นขยะที่กำจัดยาก กำหนดงบประมาณอย่างจำกัดในการซื้อของที่ระลึก ของฝาก ควรซื้อไปลดภาระแทนของฝาก อาจให้คุณค่าทางใจกว่าของฝากที่ผู้รับไม่ได้ต้องการ และควรซื้อสินค้าที่ผลิตจากในท้องถิ่นนั้นจริง ๆ

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550. การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด
- เจริญพงศ์ มงคลหอมกุล. 2011. การบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม. เขียนใน [www.manager.co.th](http://www.manager.co.th). เมื่อวันจันทร์ที่ 25 กรกฎาคม 2011 เวลา 08:07 น. (แก้ไขล่าสุด) (เข้าถึง 1 มค. 2555)
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2550. ครั้งที่ 7. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2548. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ยูเคชั่น จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2551. ระเบียบวิธีวิจัยทางการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด
- ประชิด สุกุณะพัฒน์ และคณะ. 2554. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : แสงดาว.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด. 2555. การท่องเที่ยวไทย จากนโยบายสู่รากหญ้า. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ.
- วรลักษณ์ จรรย์รักษ์และคณะ. 2551. โครงการศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ : กรณีศึกษาอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน
- สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. 2550. การท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจไทย. จุลสารวิชาการ อีเลคทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. มค.-มีค. ฉบับที่ 1. หน้าที่1-4.
- สำนักส่งเสริมและพัฒนานันทนาการ. 2551. แผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2550-2554). 2551.. สำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- สุชีรา ภัทรายุตวรรตน์. 2545. คู่มือการวัดทางจิตวิทยา. กรุงเทพฯ : เมติคัล มีเดีย.
- องอาจ นัยพัฒน์. 2551. วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- Elisabeth Gotschi, Stefan Vogel, Thomas Lindenthal, and Manuela Larcher. 2010. The Role of Knowledge, Social Norms, and Attitudes Toward Organic Products and

- Shopping Behavior: Survey Results from High School Students in Vienna. **The Journal of Environmental Education**. 41(2), pp. 88-100.
- Elkington, J. and Hailes, J. 1988. **The Green Consumer Guide**. London: Victor Gollancz.
- Font, X. and Buckley, R. C. 2001. **Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management**. New York: CABI Publication.
- Horner, S. and Swarbrooke, J. 2006. **Consumer Behaviour in Tourism**. 2<sup>nd</sup> ed. London: Butterworth-Heinemann.
- Ibrahim, M. F. 2005. Attitudes to Transport Modes for Shopping Purposes in Singapore. **Transport Reviews**. Vol.25, No.2, P. 221-243.
- Jackson, T. 2004. **Motivating sustainable consumption: A review of evidence on consumer behavior and behavioural change**. London: Policy Studies Institute. Report to the Sustainable Development Research Network.
- Kelly L. Haws, Karen P. Winterich, and Rebecca W. Naylor. 2010. **Seeing the World Through GREEN-Tinted Glasses: Motivated Reasoning and Consumer Response to Environmentally Friendly Products**. Working Paper, Texas A&M University, College Station, TX 77843.
- McDonald, S., Oates, C., Alevizou, P.J., Young, W. and Hwang, K. 2006. **Communication strategies for sustainable technologies: Identifying patterns in consumer behaviour**. Paper presented at Greening of Industry Network's 13<sup>th</sup> International Conference Interaction and Communication: A Clear Route to Sustainability. 2-5 July, University of Cardiff.
- Miller, G. A. 2003. Consumerism in sustainable tourism: A survey of UK consumers. **Journal of Sustainable Tourism**. 11(1): 17.
- Mintel. 1994. **The Green Consumer I: The Green Conscience**. London: Mintel International.
- Ottman, I. 1992. Industry's response to Green consumerism. **Journal of Business Strategy** 3(10): 3-10.
- Peattie, K. (2001a) **Towards sustainability: The third age of green marketing**. *The Marketing Review* 2: 129-146.
- Peattie, K. (2001b) **Golden goose or wild goose? The hunt for the green consumer**. *Business Strategy and the Environment* 10: 187-199.
- Sara Dolnicar, Geoffrey I. Crouch, and Patrick Long. 2008. Environment-friendly Tourist: What Do We Really Know About Them?. **Journal of Sustainable Tourism**. Vol.16 No.2. pp. 197-210.

- Steg, L., Dreijerink, L. and Abrahamse, W. 2005. Factors influencing the acceptability of energy policies: A test of VBN theory. *Journal of Environmental Psychology* 25: 415-425.
- Weaver, D.B. 2002. Hard-core Ecotourist in Lamington National Park, Australia. *Journal of Ecotourism*. 1(1):19-35.
- Weaver, D.B., and Lawton, L.J. 2002. Overnight Ecotourist Market Segmentation in the Gold Coast Hinterland of Australia. *Journal of Travel Research*. 40(3):270-280.
- William O. Bearden, Richard G. Netemeyer, and Kelly L. Haws. 2011. **Multi-Item Measures for Marketing and Consumer Behavior Research**. 3<sup>rd</sup> edition. pp. 172 – 173.
- Witherspoon, S. 1994. **The Greening of Britain: Romance and Rationality**. In: R. Jowell, J. Curtis, L. Brook and D. Ahendt (eds.) *British Social Attitudes: The 11<sup>th</sup> Report*. Aldershot, UK: Dartmouth. pp.107-139.

#### เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

- <http://7greens.tourismthailand.org> การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เข้าถึง 1 มกราคม พ.ศ. 2555
- [http://7greens.tourismthailand.org/index.php?mode=greenvideo&type=green\\_heart](http://7greens.tourismthailand.org/index.php?mode=greenvideo&type=green_heart). เข้าถึง 1 มกราคม พ.ศ. 2555
- <http://community.akanek.com/th/green/story/green-traveller> เขียนเมื่อ 14 มกราคม 2554 โดย akanek\_ja\_ja เข้าถึงเมื่อ 1 มกราคม พ.ศ. 2555
- [www.vironnet.in.th](http://www.vironnet.in.th) (โพสต์เมื่อวันศุกร์ที่ 08 กรกฎาคม 2011 เวลา 11:54 น) เข้าถึง 1 มกราคม พ.ศ. 2555.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2554. รายงานเศรษฐกิจและการเงิน ปี 2553.
- <http://www.bot.or.th/Thai/Statistics/EconomicAndFinancial>. เข้าถึง 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2554

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นาง นพมาศ สุวชาติ

ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002 โทรศัพท์ 043 202401 #301 โทรสาร 043 202402

## ประวัติการศึกษา

ปีจบการศึกษา	ระดับปริญญา	อักษรย่อปริญญา	สาขาวิชา	ชื่อสถาบันการศึกษา	ประเทศ
2525	ตรี	ศษ.บ.	ศึกษาศาสตร์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ไทย
2538	โท	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	ไทย
2544	เอก	D.B.A.	บริหารธุรกิจ	Nova Southeastern University	USA

สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ การบริหารธุรกิจ

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย :

ลำดับที่	ชื่อโครงการวิจัย
1	บทบาทของตราสินค้าต่อการเลือกระหว่างผลิตภัณฑ์ที่ใช้ตราสินค้าในประเทศและต่างประเทศ
2	Price, Brand Reputation, and Country of Origin Effects on Thai Consumers' Quality Evaluations and Willingness to Buy
3	ความสัมพันธ์ระหว่างกำลังซื้อกับพฤติกรรมการดื่มของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น
4	โครงการจัดตั้งศูนย์บริการประชาชน มหาวิทยาลัยขอนแก่น
5	สถานที่และรูปแบบการซื้อเพื่อการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย
6	การประเมินช่องทางการจำหน่าย: มุมมองผู้บริโภค
7	การวิเคราะห์จำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยช่วงชั้นการท่องเที่ยว
8	การประเมินการยอมรับและการประเมินอุปสงค์ต่อราคาของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน