



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นสิ่งที่มีค่าต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยจึงได้รับความสนใจทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รายงานจากสหพันธ์การท่องเที่ยวแห่งโลก(World Travel and Tourism Council) ในงานประชุม Global Travel and Tourism Summit ครั้งที่ 8 ณ คูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกจะโต 4% ต่อปี World Trade Organization (WTO) รายงานว่ามีทริปท่องเที่ยวกว่าพันล้านทริปในปี 2006 และ WTTC แสดงให้เห็นว่า 10% ของ GDP (Gross Domestic Product) ของโลกมาจากการเดินทางและการท่องเที่ยว ในช่วง 55 ปีที่ผ่านมา ระหว่างปี ค.ศ. 1950-2005 มีนักท่องเที่ยวและนักเดินทางทั่วโลกเพิ่มขึ้นคือ 25 ล้านคนในปี 1950 มาเป็น 440 ล้านคนในปี 1990 และในปี 2005 เพิ่มขึ้นเป็นกว่า 750 ล้านคน (World Trade Organization, 2005) ซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งชี้ให้เห็นได้อย่างชัดเจนถึงการขยายตัวเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540)

การพยากรณ์เกี่ยวกับแนวโน้มทางการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และความสามารถสร้างรายได้หลักให้กับประเทศหรือพื้นที่ที่รองรับนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการพัฒนากล่องท่องเที่ยวไปจนถึงการสร้างระบบกลไกทางการตลาด เพื่อให้เกิดการสนองต่อความต้องการทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าของทรัพยากร การท่องเที่ยวจึงได้พัฒนาและเกิดการขยายตัวค่อนข้างสูงด้วยเหตุนี้จึงได้เกิดการค้นหารูปแบบของการท่องเที่ยวสำหรับศตวรรษที่ 21 ขึ้นมา โดยมีความเชื่อมั่นว่าการพัฒนาในลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) จะทำให้เกิดการปฏิบัติต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม ซึ่งในการประชุมที่ นครริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ในปี ค.ศ. 1992 ได้มีการกำหนดแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) โดยกล่าวถึงการท่องเที่ยวว่า ควรมีทิศทางในการตัดสินใจพัฒนา และการจัดการอย่างยั่งยืน รวมถึงการเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน (มธุรส ปราบไพรี, 2548) ซึ่งประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ขานรับแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยพบว่าทั้งแผนและนโยบายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้น ได้มีการกล่าวถึงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจที่ควบคู่ไปกับการสร้างสมดุลกับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม (สมฤทัย เสงสธนกุล, 2547) และในที่ประชุมนี้เอง

ได้มีการตกลงกันว่าจะใช้ คำว่า การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อม โดยเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ”

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวแนวใหม่ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่มุ่งให้เกิดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรต่างๆ ในขณะเดียวกัน รูปแบบการท่องเที่ยวในแนวใหม่นี้ควรจะสร้างประโยชน์ให้กับคนในท้องถิ่นมากที่สุด (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2540)

แต่เนื่องจากในปัจจุบันมีการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ทำให้วิถีการดำเนินชีวิตและการรับรู้ของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม กระแสวัฒนธรรมตะวันตกและข้อมูลข่าวสารที่ผ่านการกลั่นกรองผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ก่อให้เกิดวัตถุนิยมและบริโภคนิยม ตลอดจนความฟุ้งเฟ้อรวมทั้งการถูกรอบงำทางวัฒนธรรม(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2540) โดยเฉพาะในหมู่เยาวชนคนรุ่นใหม่ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีความสำคัญและเป็นอนาคตของสังคมไทย เพราะเยาวชนในวันนี้จะต้องเป็นผู้ใหญ่ของชาติในวันข้างหน้า การปลูกฝังนิสัย สุขภาพพลานามัย ความประพฤติที่ดีงาม และสร้างบุคลิกภาพให้เหมาะสมที่จะดำรงอยู่ในสังคมเป็นสิ่งจำเป็น (จรินทร์ ธานีรัตน์, 2519) การพัฒนาเยาวชนจึงควรเริ่มจากตั้งแต่เยาว์วัย และสมควรที่จะได้รับการอบรมปลูกฝังเจตคติที่ดีงามเพื่อเสริมสร้างคุณสมบัติที่พึงปรารถนาตามความต้องการของสังคม และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพเศรษฐกิจและสังคมนี้เอง ทำให้เยาวชนเกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมกับวัย การเพิ่มขึ้นของสถานบันเทิงต่างๆ ซึ่งเป็นแหล่งยั่วยุให้เยาวชนเข้าไปมั่วสุมเป็นจำนวนมาก เยาวชนเกิดพฤติกรรมก้าวร้าว ยกพวกตีกัน เล่นการพนัน เกิดปัญหาอาชญากรรมขึ้น

ดังนั้นกิจกรรมนันทนาการจึงเข้ามามีบทบาทในการเป็นเครื่องมือลดปัญหาและพัฒนาคุณภาพชีวิตของเยาวชน เพราะนันทนาการช่วยพัฒนาอารมณ์สุขให้ชีวิตและพัฒนาสุขภาพจิต สมรรถภาพทางกายช่วยป้องกันอาชญากรรม ส่งเสริมความเป็นพลเมืองดี รู้จักศิลปวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544) ซึ่งกิจกรรมนันทนาการที่กล่าวถึงก็คือ การเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้เอง จะช่วยให้เยาวชนได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ทำให้เกิดความสดชื่นของร่างกายและจิตใจช่วยกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินไปกับกิจกรรมต่างๆ ลึกหนีความวุ่นวายที่เต็มไปด้วยมลพิษ และการแข่งขันกันของคนในสังคม

สิ่งที่ได้กล่าวมานั้นชี้ให้เห็นว่าเยาวชนเป็นกลุ่มเสี่ยงที่จะถูกชักจูงไปในทางไม่ดีได้ง่าย เทคโนโลยีที่เข้ามาอย่างรวดเร็วทำให้เยาวชนขาดการเรียนรู้และขาดการได้สัมผัสกับสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติที่มีอยู่รอบตัว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของเยาวชนไทยที่จะได้หลีกเลี่ยงความสับสนวุ่นวายของสังคมปัจจุบัน โดยใช้ธรรมชาติผ่อนคลายความเครียด ทั้งยังเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับเยาวชน และเพื่อเป็นการปลูกฝังให้เยาวชนมีแนวความคิดที่จะแสวงหาแนวทางใหม่ของการท่องเที่ยวที่ให้เกิดการเรียนรู้ให้เข้าใจและรักษาสิ่งแวดล้อมที่ก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบให้น้อยที่สุดแก่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนในท้องถิ่น การท่องเที่ยวในแนวใหม่นี้ควรจะเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นในแต่ละแห่งควรเป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาหาความรู้ในระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่นควบคู่ไปกับการได้รับความเพลิดเพลินเพื่อให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบ ความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ อาชีพ และภูมิลำเนา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร
การศึกษารั้งนี้ศึกษากลุ่มเป้าหมายคือเยาวชนไทยที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปีเท่านั้น
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
การศึกษารั้งนี้ประกอบด้วยขอบเขตเนื้อหา ดังนี้

2.1 ปัจจัยภายใน

2.1.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา ขอบประมาณในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง และอาชีพ

2.1.2 ลักษณะบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1.3 พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนไทย

ประกอบด้วย สิ่งที่ต้องการซื้อ (Objects), วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives), ผู้มีส่วนร่วมในการซื้อ (Organizations), ช่วงเวลาที่ซื้อ (Occasions), แหล่งหรือสถานที่ซื้อ (Outlets), ซื้ออย่างไร (Operations)

2.2 ปัจจัยภายนอก

2.2.1 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบไปด้วยกิจกรรมเชิงนิเวศ ในแหล่งธรรมชาติ, กิจกรรมส่งเสริมทางประวัติศาสตร์/แหล่งโบราณคดี และกิจกรรมส่งเสริมทาง ศิลปะ/ประเพณี/วัฒนธรรม

2.2.2 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์หรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, ด้านราคาหรืองบประมาณค่าใช้จ่าย, ด้านช่องทางการ จัดจำหน่ายหรือการคมนาคม/การบริการ, ด้านการส่งเสริมการตลาดหรือการรับรู้ข้อมูลการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, ด้านบุคลากรหรือบุคคลผู้ให้บริการ/แนะนำ, ด้านกระบวนการให้บริการและ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

3. ขอบเขตด้านการเก็บข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ทะลบางแสน จังหวัดชลบุรี ทะเล ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ปราสาทเมืองสิงห์ จังหวัดกาญจนบุรี วัดพระศรีสรรเพชญ์และพระราชวัง หลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เท่านั้น

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่อื่น (นอกเขตจังหวัดที่อาศัย)ของบุคคลที่ อยู่ในพื้นที่นั้นๆมาแล้วอย่างน้อย 1 ปี เพื่อไปพักผ่อนในโอกาสต่างๆ เช่น วันสงกรานต์ ปีใหม่ เยี่ยมญาติ ทักสนศึกษา เล่นกีฬา ประชุมสัมมนา ที่เยาวชนไทยได้ให้ความสนใจที่จะท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มี เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อ มุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืนของเยาวชนไทย

ปัจจัยการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว คือ รูปแบบกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและส่วนประสมทางการตลาดของเยาวชนไทย

ลักษณะบุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาภายในของบุคคลที่กำหนดและสะท้อน ถึงวิธีการ ซึ่งบุคคลหนึ่งตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมเข้านักท่องเที่ยวชาวไทย

รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ กิจกรรมส่งเสริมทางประวัติศาสตร์/แหล่งโบราณคดี และกิจกรรมส่งเสริมทางศิลปะ/ประเพณี/ วัฒนธรรมชุมชน ได้แก่ การเดินป่า, ตกป่า, ชมวัด/แหล่งประวัติศาสตร์, การเรียนรู้วิถีของคน/ ชุมชน, การชม/ทานอาหารพื้นเมือง เป็นต้น

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก ซึ่งเป็นพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวไทย

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง วิธีการหรือการดำเนินการที่ช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจและบริการมีการพัฒนาโดยมีการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์หรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, ด้านราคาหรืองบประมาณค่าใช้จ่าย, ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือการคมนาคม/การบริการ, ด้านการส่งเสริมการตลาดหรือการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, ด้านบุคลากรหรือบุคคลผู้ให้บริการ/แนะนำ, ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ชาวไทย หมายถึง ผู้มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ทะเลบางแสน จังหวัดชลบุรี ทะเลชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ปราสาทเมืองสิงห์ จังหวัดกาญจนบุรี วัดพระศรีสรรเพชญ์และพระราชวังหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวความคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนไทย” แสดงรายละเอียดไว้ดังนี้



ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนไทย
2. ทราบถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เยาวชนไทยสนใจ เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ตรงกับความต้องการของเยาวชนไทย
3. ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนไทย เพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมต่อเยาวชนไทย
4. แนวทางในการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สอดคล้องกับความต้องการเยาวชนไทย