

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	ปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคที่พยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวบุปผา ส่งเสริม
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต	สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ผศ. กรรณิการ์ ภูประเสริฐ ประธานกรรมการ รศ. ศิริเพ็ญ เขาวนศิลป์ กรรมการ รศ. พรพิมล วรวิมลพิรุฑพงศ์ กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอำนาจพยากรณ์ของปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภค (ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน วิธีชีวิตรักษาสິงแวดล้อม ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ) และลักษณะทางประชากร (อายุ รายได้ และระดับการศึกษา) ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและชุมชนชาวไทยภูเขาในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบวัดจำนวน 6 ส่วน การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนและเชิงชั้น

ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภค ด้านวิถีชีวิตรักษาสິงแวดล้อม ทศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P < .01$ )

2. ลักษณะยึดมั่นในความคิดของตนมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P < .01$ )
3. อายุและรายได้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P < .05$ ) ส่วนระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
4. ปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภค ด้านลักษณะยึดมั่นในความคิดของตน วิธีชีวิตรักสิ่งแวดล้อมทัศนคติเชิงจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P < .01$ )
5. ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านรายได้ สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $P < .05$ ) ส่วนอายุและระดับการศึกษาไม่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้
6. ปัจจัยทางลักษณะประชากรไม่สามารถร่วมกับปัจจัยทางจิตวิทยาผู้บริโภคพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้

ผลการวิจัยดังกล่าว หน่วยงานรัฐ ท้องถิ่น และธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ในการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และใช้เป็นเครื่องมือในการแบ่งส่วนตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศออกจากนักท่องเที่ยวประเภทอื่นได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ส่วนหน่วยงานรัฐบาลและองค์กรพัฒนาเอกชนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ เพื่อหาวิธีการปรับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ให้สอดคล้องกับแนวคิดการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

Thesis Title            Consumer Psychological Factors for Predicting Eco - tourism  
Behavior of Tourists in Chiang Mai Province

Author                    Miss Buppa Songserm

M. S.                      Industrial and Organizational Psychology

Examining committee

Asst. Prof.Kannikar	Bhuprasert	Chairman
Assoc. Prof.Siriperm	Chowsilpa	Member
Assoc. Prof.Pornpimon	Worawutbuddhapongs	Member

#### Abstract

The objectives of this research were to investigate the relationships and predictive power of consumer psychological factors (dogmatism, green lifestyle, ethical attitude toward environment, and ecotourism information exposure) and demographic characteristics (age, income, education level) on ecotourism behavior of tourists in Chiang Mai.

Data were collected from a random sample of 400 tourists who traveled in natural sites and hill tribe villages in Chiang Mai province. A questionnaire and 5 measuring instruments were used in this study. Data were analyzed using percentages, means, standard deviations, Pearson's product-moment correlation coefficients, stepwise and hierarchical multiple regressions.

The research results are as follows:

1. Green lifestyle, ethical attitude toward environment, and ecotourism information exposure were positively correlated with ecotourism behavior of tourist in Chiang Mai (  $P < .01$ ).

2. Dogmatism was negatively correlated with ecotourism behavior of tourists in Chiang Mai (  $P < .01$ ).
3. Age and Income were positively correlated with ecotourism behavior of tourists (  $P < .05$  ),but education level was not correlated with ecotourism behavior of tourists in Chiang Mai.
4. Ecotourism behavior of tourists could be predicted by all consumer psychological factors such as dogmatism, green lifestyle, ethical attitude toward environment and ecotourism information exposure (  $P < .01$ ).
5. Income was only 1 variable of demographic factors could predict ecotourism behavior of tourists in Chiang Mai (  $P < .05$ ).
6. Demographic factors could not be co-predictors of consumer psychological factors for predicting ecotourism behavior of tourists in Chiang Mai.

The results of this study can help tourism organizations and travel businesses develop the right services and products to satisfy ecotourists and find out the effective segmentation tools to differentiate the ecotourist from the other types. On the side of government and non-profit organizations, they can use these research results to shape travel behavior of domestic tourists consistence with the environmental conservative idea in travel area.