

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยว
เจนเนอร์ชั่นวายชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัด
เชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวรัตนาวดี ไสจุล

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. วรวิทย์ วนิช

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชั่นวายชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชั่นวายชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน และกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 300 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และนิยมพักค้างคืนเมื่อท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

จากการศึกษา พฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชั่นวายชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม 4 – 5 คน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง 1,000 – 2,000 บาท มีกิจกรรมที่สนใจหรือเข้าร่วม คือ การล่องแก่ง/ล่องแพ มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน ตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มีความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย 2 ครั้งต่อปี มีช่วงเวลาที่นิยมท่องเที่ยว คือ ตามความสะดวก มีระยะเวลาโดยเฉลี่ย 1 วัน จัดรายการเดินทางทั้งหมดด้วยตัวเอง ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ มีสาเหตุการ

ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ คือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยให้เลือกหลากหลาย นิยมเดินทางด้วยรถส่วนบุคคล (รถจักรยาน, รถจักรยานยนต์, รถยนต์) พักที่โรงแรม/รีสอร์ท มีการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ซ้ำอีก และจะให้คำแนะนำแก่บุคคลอื่น ๆ ให้มาท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านการจัดจำหน่ายบริการ และด้านกระบวนการ

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน สามารถแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน และกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม พบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยรวมแล้วไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมแล้วมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน ในภาพรวมแล้วไม่มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ปัจจัยย่อยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน มีความคิดเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทางลบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Behavior According to Sustainable Consumption Concept of Thai Generation Y Tourists Towards Adventure Tourism in Chiang Mai Province

Author Ms. Rattanawadee Saijun

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Advisor Lecturer Dr. Warat Winit

ABSTRACT

This independent study aims to study the behavior according to sustainable consumption concept of Thai generation Y tourists towards adventure tourism in Chiang Mai province and comparison among the group of tourists who are aware of sustainable consumption concept and the group of normal tourists. The data collected from 300 samples. The tool used for data collection was the questionnaire. Descriptive statistic was applied for data analysis. Statistic variables include frequency, percentage and mean.

The result shows that most responders are female and single. Their age are around 20 – 24 years old and they have bachelor degree as the highest education level. Most of them are private companies' employees. Their salary is less than 15,000 baht. Their current hometown is Chiang Mai and most of them prefer to stay overnight.

In the study on the behavior according to sustainable consumption concept of Thai generation Y tourists towards adventure tourism in Chiang Mai province, it was found that most responders chose the number of people in each travelling group around four – five people. The amount cost for the adventure tourism is 1,000 – 2,000 baht and rafting is the most popular activity for them. Their travelling objective is relaxation. They made decision to travel by themselves. The frequency of their adventure tourism is two times a year. The favorable time depends on their convenience and they always spend their travelling time within one day and they create their plan

personally. Moreover, the sources of information for decision making are recommended by friends or acquaintances. The reasons why they decide to have the adventure tourism in Chiang Mai because there are a lot of activities. Most of them uses personal car (bicycle, motorbike, car) and stay at a hotel/resort. In addition, they would like to visit the travelling place again and they will recommend their friends or acquaintances to see it.

From the report, most sample values the top three of the importance in service marketing mix which are service product, place and process respectively.

The results shows that the opinions towards sustainable consumption concept can be separated into two groups of tourists which are the group of tourists who are aware of sustainable consumption concept and the group of normal tourists. There are no difference between these two groups about their personal factors and consumer behaviors by statistically significant at the 0.05 level. Overall service marketing mix factors are different by statistically significant at the 0.05 level. Besides the opinions towards adventure tourism to sustainable consumption concept aren't different by statistically significant at the 0.05 level, but environment factors are different by statistically significant at the 0.05 level. Furthermore, in the group of tourists who are aware of sustainable consumption concept realizes that the adventure tourism has negative affect to environment.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved