

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย

FACTORS THAT INFLUENCE THE DECISION OF ECOTOURISM IN THE EASTERN REGION OF THAILAND

พรชิตา คำด้วง¹, พัชรภา ชัยราช¹, วรินทร์ รักษมาตา¹

Pornchita Khamduang^{1*}, Patcharapa Chairat¹, Warinthorn Raksamata¹

ญาณภัทร พัฒนจินดากุล¹, และนิภา นีรุตติกุล¹

Yanaphat Pattanajindakul¹ and Nipa Niruttikul¹

Received 13 March 2025

Revised 14 October 2025

Accepted 11 November 2025

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ - งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ซึ่งเป็นแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์ความพร้อม และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย องค์ประกอบหลักที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) ปัจจัยด้านการเข้าถึง (Accessibility) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ปัจจัยด้านที่พัก (Accommodation) และปัจจัยด้านกิจกรรม (Activity) Dickman (1996) และการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย - ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก จำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ .05

ผลการวิจัย - ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-30 ปี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\beta = 0.302$) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\beta = 0.236$) และปัจจัยด้านกิจกรรม ($\beta = 0.197$) นอกจากนี้การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ปัจจัยด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ($\beta = 0.217$) และปัจจัยด้านพื้นที่สนทนาออนไลน์ ($\beta = 0.364$) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อจำกัดในการวิจัย - การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้การสุ่มแบบสะดวกจากนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกอาจทำให้ขาดความเป็นตัวแทนของประชากร และเกิดอคติในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ส่งผลให้ความแม่นยำทางสถิติและการสรุปผลทั่วไปมีข้อจำกัด แม้เช่นนั้น กลุ่มตัวอย่างยังสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และพื้นที่ศึกษาที่กำหนดไว้

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต ศรีราชา

Faculty of management science Kasetsart university sriracha campus.

*Corresponding Author, E-mail: pornchita301245@gmail.com

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร - ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยเน้นการสร้างเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มความสะดวกสบาย และจัดกิจกรรมที่มีคุณค่าและมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

ความแปลกใหม่/คุณค่า - งานวิจัยนี้มีส่วนช่วยขยายองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในบริบทของภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้มีความสำคัญต่อการวางแผน และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และยั่งยืนในระยะยาว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ การตัดสินใจท่องเที่ยว

Abstracts

Objective - This study aims to examine the 5A's tourism components, a framework used to analyze the readiness and potential of tourist destinations. The components include Attraction, Accessibility, Amenities, Accommodation, and Activity (Dickman, 1996), as well as electronic word-of-mouth (eWOM), which influences ecotourism decision-making in Eastern Thailand.

Research Methodology - This study employed quantitative research, collecting data from a convenience sample of 400 participants using an online questionnaire. Descriptive statistics, including percentages, means, and standard deviations, were used. Inferential statistics were analyzed using stepwise multiple regression analysis, with a significance level set at .05.

Research Findings - Most respondents were male, aged 20-30 years. Hypothesis testing revealed that the 5A's components, namely Attraction ($B = 0.302$), Amenities ($B = 0.236$), and Activity ($B = 0.197$), significantly influenced ecotourism decision-making. In addition, eWOM factors, including social network platforms ($B = 0.217$) and online discussion forums ($B = 0.364$), also had a statistically significant impact at the 0.05 level.

Research Limitations - This study used a non-probability convenience sampling method among ecotourists in Eastern Thailand, which may limit the representativeness of the population and introduce sampling bias. Consequently, the statistical accuracy and generalizability of the findings are constrained. Nevertheless, the sample aligns with the study objection - and designated research area.

Recommendations for Practitioners - Tourism operators should focus on developing attractions, amenities, and tourism activities, which significantly affect tourist decision-making. Emphasis should be placed on creating unique destinations, enhancing convenience, and organizing valuable and engaging activities for tourists.

Novelty / Significance - This study contributes to expanding knowledge on ecotourism in Eastern Thailand. The findings provide valuable insights for planning and developing tourist destinations to meet tourists' needs effectively and serve as a guideline for managing high-quality and sustainable tourism resources.

Keywords: Ecotourism, 5A's tourism components, Attraction, Accessibility, Amenities, Accommodation, Activity, Electronic word-of-mouth (eWOM), Tourism decision-making

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้รับความสนใจในระดับนานาชาติอย่างกว้างขวางโดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวในภาคตะวันออกทั้งหมด 47,183,834 คน เนื่องจากผู้คนเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และตั้งแต่ปี 2023 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในระดับโลกและประเทศไทย โดยเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ความยั่งยืนและความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม อันเป็นผลจากปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพ

ภูมิอากาศ (climate change) ที่ส่งผลต่อทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ (Brandt & Buckley, 2023) รายงานของ Fortune Business Insights (2025) ระบุว่า มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั่วโลกในปี 2023 อยู่ที่ประมาณ 216.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ราว 7.6 ล้านล้านบาท) และมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ย 14.3% ต่อปี ซึ่งสูงกว่าการท่องเที่ยวทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับแนวโน้มในประเทศไทย ที่ภาครัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวรอง และชุมชนท้องถิ่น เพื่อกระจายรายได้และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (UNWTO, 2025)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ทั้งในด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนโดยมุ่งสร้างความรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เดินทาง (Buckley, 1995) แตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเน้นเรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมของชุมชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539) หรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเกษตร เช่น การเก็บเกี่ยวหรือแปรรูปผลผลิต (ทฤษฎีปัญหา, 2560) ทั้งหมดนี้สามารถอยู่ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ได้ หากมีการจัดการที่สมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงมากที่สุดในเรื่องสิ่งแวดล้อม และมีความสำคัญสูงในการส่งเสริมการพัฒนาในพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ โดยเฉพาะในเขตชนบทและชุมชน (ทฤษฎีปัญหา, 2560)

ในบริบทของประเทศไทย ภูมิภาคตะวันออก เช่น จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด ได้รับความยอมรับว่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย และอุดมสมบูรณ์ ทั้งป่าชายเลนที่เป็นระบบนิเวศสำคัญในการรักษาสมดุลสิ่งแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความงดงาม เช่น เกาะช้าง และอุทยานแห่งชาติทางทะเล รวมถึงพื้นที่อนุรักษ์ทางธรรมชาติที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (ณรงค์ พลธิรักษ์ และ ปริญญา นาคปทุม, 2563) นอกจากนี้ ภูมิภาคตะวันออกยังเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางระบบนิเวศ เช่น ป่าดิบชื้น ป่าชายเลน และพื้นที่ชายฝั่งทะเล ซึ่งเหมาะสมต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถเชื่อมโยงทรัพยากรธรรมชาติกับการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้เกิดความยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจในระยะยาว (ณรงค์ พลธิรักษ์ และ ปริญญา นาคปทุม, 2563) ข้อมูลจากสถิติไตรมาสที่ 3 ปี 2567 พบว่า กว่า 76% ของประชาชนที่เดินทางไปต่างจังหวัด เลือกเดินทางข้ามภูมิภาค และจุดหมายปลายทางส่วนใหญ่อยู่ในภาคตะวันออก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความนิยมและความสำคัญของภาคตะวันออกในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ การเลือกภาคตะวันออกจึงสอดคล้องกับแนวโน้มของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และต้องการสัมผัสกับธรรมชาติที่หลากหลายและสมบูรณ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกจึงตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทั้งยังเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (อปท.นิวส์, 2567) แม้จะมีทรัพยากรที่สมบูรณ์ และการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว การพัฒนาในลักษณะนี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือ

ระหว่างภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการ เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ธรรมชาติและ การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (World Bank, 2021) ข้อมูลจาก World Bank ระบุเพิ่มเติมว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่เขตร้อนชื้น เช่น ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการท่องเที่ยว พร้อมกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในกระบวนการอนุรักษ์ และบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ (World Bank, 2021)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรม (Activity) ซึ่งทั้งหมดนี้อยู่ภายใต้กรอบแนวคิด 5A's ที่เสนอโดย Dickman (1996) เพื่อใช้ในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยแต่ละองค์ประกอบสะท้อนถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ต้องอาศัยความลงตัวระหว่างธรรมชาติ และการเข้าถึงที่เหมาะสม โดยสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความงามของธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ และกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Wang et al., 2019) การเข้าถึงที่สะดวก เช่น โครงสร้างพื้นฐานทางการคมนาคมและข้อมูลที่ชัดเจน ยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจ และสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยวอีกด้วย นอกจากนี้ในยุคดิจิทัลที่พฤติกรรมผู้บริโภค มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ จึงกลายเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ไม่อาจมองข้ามได้ ความคิดเห็น และบทวิจารณ์ออนไลน์ที่ผู้ใช้บริการแบ่งปันเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมและบริการด้านท่องเที่ยว ได้กลายเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีรายงานระบุว่า ทุกปีมีนักท่องเที่ยวหลายร้อยล้านคนที่ค้นหา และอ่านบทวิจารณ์ออนไลน์ก่อนตัดสินใจวางแผนเดินทาง (Jalilvand et al., 2012) ชนพงษ์ อารณพิศาล และคณะ (2563) ได้เสนอแนะว่า นอกจากองค์ประกอบในกรอบแนวคิด 5A's แล้ว ควรให้ความสำคัญกับบทบาทของสื่อในการประชาสัมพันธ์และเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งให้เห็นว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะความน่าเชื่อถือและประสบการณ์จากผู้ใช้งานจริง การให้ความสำคัญและศึกษาบทบาทของ การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ จึงมีความจำเป็นเพื่อทำความเข้าใจว่าข้อมูลจากช่องทางออนไลน์ ส่งผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Abubakar, 2016)

ในด้านการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยเห็นว่า การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทยยังมีอยู่น้อยมาก แม้ว่าภูมิภาคดังกล่าวจะมีศักยภาพทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่สามารถพัฒนาให้เป็นจุดหมายปลายทางที่มีความโดดเด่นในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ แต่ปัจจุบันพบว่ามีการศึกษาที่รวมตัวแปร ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's ร่วมกับการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ไว้ในงานวิจัยเดียวมีไม่มากนัก การศึกษานี้จึงเป็นโอกาสสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และศึกษาการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ของนักท่องเที่ยวซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ทั้งนี้ ผลการศึกษาจะสามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อระบุปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการวางแผน และพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีความยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย และสามารถเป็นแนวทางสำหรับการวิจัยในอนาคตในพื้นที่หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกที่มุ่งเน้นการรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนากับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย

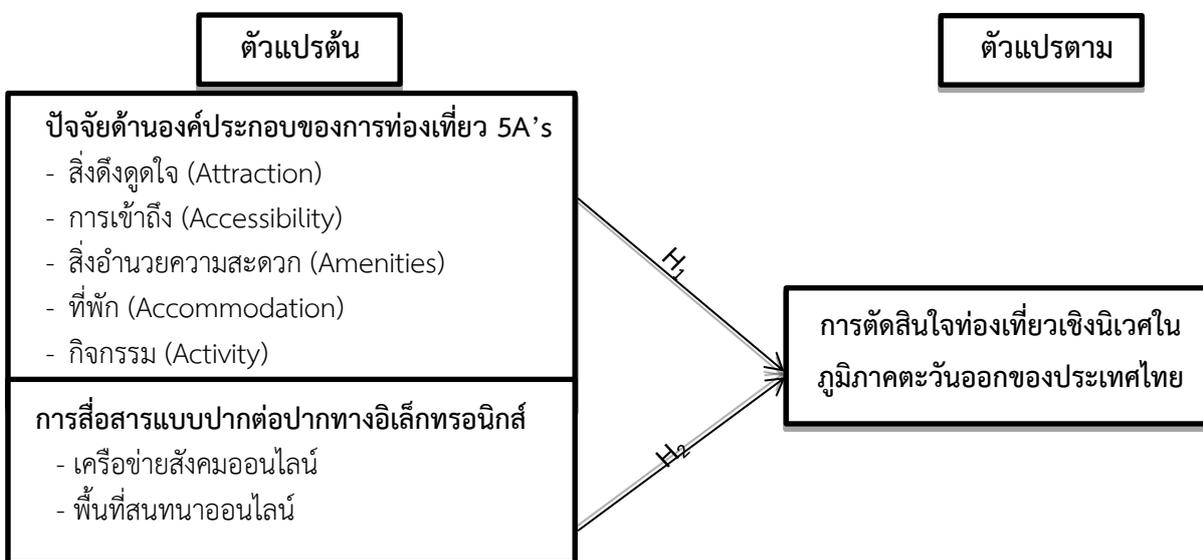
สมมติฐานการวิจัย

H1: องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย

H2: การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของสุจิตรา วาชัยยุ่ง และโสเมฤทัย สุนธยาธร (2565) และ เจียง เซาเหวย และ อนุรักษ์ อาทิตย์กวิณ (2566) และตัวแปรด้านการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อการตัดสินใจของจิง หญิง และ นภาพรรณ เนตรประดิษฐ์ (2567) และ อวิศยา เสงบุญยพันธ์ และ มณีเนตร วรชนะนันท์ (2567) ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุง และสร้างเป็นสมมติฐานที่ 1 และ 2 และกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา ทะเล หรือชุมชนดั้งเดิม โดยเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ควบคู่กับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

เพื่อลดผลกระทบต่อธรรมชาติ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องได้แก่ การพักโฮมสเตย์ ดำน้ำดูปะการัง เดินป่า หรือเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน และยังได้รับประโยชน์ด้านสุขภาพจากการหลีกเลี่ยงมลพิษทางสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายหลักคือการรักษาทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนและสร้างสมดุลระหว่างการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม (Chindaduangratn & Jamjumrus, 2023) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังช่วยอนุรักษ์ระบบนิเวศกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และปลูกฝังจิตสำนึกอนุรักษ์ผ่านพฤติกรรมที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ลดการใช้พลาสติก และจัดการขยะอย่างเหมาะสม นักท่องเที่ยวยังสามารถเรียนรู้ความสำคัญของธรรมชาติ และระบบนิเวศผ่านกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วม (มูลนิธิสืบนาคะเสถียร, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ The Commonwealth Department of Tourism (1994) ที่ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศครอบคลุมถึงสาระด้านการศึกษา ความเข้าใจธรรมชาติ และการจัดการเพื่อรักษาระบบนิเวศ โดยรวมถึงขนบธรรมเนียมท้องถิ่น และการแบ่งปันผลประโยชน์กลับสู่ชุมชน จากแนวคิดดังกล่าว ไพริน เวชัญญะกุล (2563) ได้สรุปสาระสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ 5 ลักษณะ คือ 1) มุ่งเน้นคุณค่าอันเป็นเอกลักษณ์ของทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวทั้งพื้นที่ธรรมชาติและแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดีตลอดจนวัฒนธรรม 2) เป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องตระหนักถึงการรักษาและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมธรรมชาติ ระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น 3) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ หรือได้รับประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม 4) เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม และ 5) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการควบคุมจำนวนของนักท่องเที่ยวให้มีความสมดุลและเหมาะสมกับความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's

Dickman (1996) ได้นำเสนอกรอบการวิเคราะห์ 5A's ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับองค์ประกอบหลัก 5 ด้านที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมายังจุดหมายปลายทางมีความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางธรรมชาติ ทะเล ภูเขา ที่สร้างแรงจูงใจให้เดินทาง 2) การเข้าถึง (Accessibility) ความสะดวกในการเดินทางไปยังจุดหมาย เช่น ระบบขนส่ง สนามบิน และถนนที่เชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยว 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นสิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว การบริการสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านค้า ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 4) ที่พัก (Accommodation) ความหลากหลาย และคุณภาพของที่พักที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และ 5) กิจกรรม (Activities) กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้ เช่น การเดินป่า ดำน้ำ หรือกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่พบว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ญาดา เขตต์กัน และคณะ 2564; วรรณพร วะสุวรรณ, 2564) โดยเฉพาะในบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ต้องพึ่งพาความน่าสนใจของธรรมชาติ ความสะดวกในการเข้าถึง และกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อม

จากงานวิจัยของ Ranjbarian and Pool (2015) พบว่า องค์ประกอบด้านสถานที่ท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ ของ 5A's มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในด้าน Attraction และ Accessibility ที่ส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ญาดา เขตต์กัน และคณะ (2564) ที่ชี้ว่าองค์ประกอบ 5A's โดยเฉพาะกิจกรรม และความสะดวกในการเดินทาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย จากกรอบแนวคิด และผลการศึกษาดังกล่าว งานวิจัยฉบับนี้จึงกำหนดสมมติฐาน H1 : องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's (สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และกิจกรรม) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย

การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Word of Mouth)

การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth: WOM) เป็นการถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้บริโภคแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ต้องอาศัยความเชื่อมั่นจากคำแนะนำของผู้อื่น (Litvin et al., 2008) WOM ช่วยสร้างการรับรู้และกระตุ้นความสนใจผ่านองค์ประกอบหลัก เช่น การให้ข้อมูล การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภค วิวัฒนาการของอินเทอร์เน็ตทำให้ WOM พัฒนาเป็น eWOM (Electronic Word of Mouth) ซึ่งแพร่กระจายผ่านโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์รีวิว โดยข้อมูลจาก eWOM มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากกว่าการโฆษณาทั่วไป (Cheung & Thadani, 2010) เนื่องจากมาจากประสบการณ์จริง และมีความน่าเชื่อถือสูง (Abubakar, 2016)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีบทบาทสำคัญในการกระจายข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถแบ่งปันประสบการณ์ รีวิวสถานที่ท่องเที่ยว และสร้างชุมชนออนไลน์ที่มีความสนใจร่วมกัน พื้นที่สนทนาออนไลน์ (Online Conversation Space) เช่น แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอย่าง เฟซบุ๊ก (Facebook), อินสตาแกรม (Instagram), พินเทอเรสต์ (Pinterest) รวมถึงเว็บไซต์รีวิวสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม เช่น Panio และ Sanook มีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจ และกระตุ้นความสนใจในการท่องเที่ยว ผู้ที่ชื่นชอบการเดินทางหรือมีความสนใจอยู่แล้วสามารถใช้สื่อเหล่านี้ในการค้นหาข้อมูล และตัวเลือกต่าง ๆ ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ โซเชียลมีเดีย ยังเป็นช่องทางที่ช่วยส่งเสริมการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสามารถสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) จากการรับรู้ที่เกิดขึ้นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นักท่องเที่ยวใช้ในการแบ่งปันประสบการณ์ แสดงความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำให้นักการตลาด และผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าใจแนวโน้ม ความต้องการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้สามารถออกแบบการสื่อสาร และวางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต (สุพรรณษา บุษผาพันธ์, 2559) พบว่า สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในด้านความรู้ การสร้างทัศนคติเชิงบวก ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่าสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย

พื้นที่สนทนาออนไลน์ (Online Conversation Space) เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้แลกเปลี่ยนข้อมูล และความคิดเห็น เช่น ฟอรัม โซเชียลมีเดีย และแอปส่งข้อความ ตามที่ Siapera (2012) ได้เสนอไว้ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พื้นที่เหล่านี้ช่วยเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกการเดินทางที่มีความรับผิดชอบ (Choonhawong & Phumsathan 2022) อีกทั้งยังเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น และสนับสนุนเศรษฐกิจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) จากการแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ผ่านพื้นที่สนทนาออนไลน์ (Online Conversation Space) เช่น ฟอรัม โซเชียลมีเดีย และแอปพลิเคชันส่งข้อความ ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถแบ่งปันความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่หลากหลายจากผู้มีประสบการณ์ตรง อันส่งผลต่อการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต (Choonhawong & Phumsathan 2022) พบว่าพื้นที่สนทนาออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่แนวคิดด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนในท้องถิ่น และสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจในพื้นที่

จากงานวิจัยของ Abubakar (2016) ระบุว่า eWOM มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวมักพึ่งพาคำแนะนำจากผู้มีประสบการณ์จริง นอกจากนี้ สุพรรณษา บุบผาพันธ์ (2559) ยังพบว่า การรับรู้จากสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากกรอบแนวคิด และผลการศึกษาดังกล่าว งานวิจัยฉบับนี้จึงกำหนดสมมติฐาน H2 : การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย

การตัดสินใจท่องเที่ยว

Solomon et al. (2012) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกแนวทางจากตัวเลือกหลาย ๆ ทางเพื่อให้บุคคลสามารถบรรลุเป้าหมายหรือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ การตัดสินใจของผู้บริโภคจะพิจารณาจากประโยชน์ใช้สอย และทรัพยากรที่มีอยู่ รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ความพึงพอใจที่ได้รับจากข้อมูลที่มีอยู่จะกระตุ้นแรงจูงใจ ซึ่งเกิดผลนำไปสู่การซื้อสินค้าหรือบริการนั้นจริง ชูติมา นุตยะสกุล (2559) ได้อธิบายว่าการตัดสินใจคือ การพิจารณาทางเลือกที่หลากหลาย และเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ Thamma (2024) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น จิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงปัจจัยทางสังคม เช่น สื่อสังคมออนไลน์ โดย Engel et al. (1968) ได้เสนอแบบจำลองการตัดสินใจของผู้บริโภค หรือที่รู้จักในชื่อ EKB Model ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การตระหนักรู้ปัญหา (problem recognition) การค้นหาข้อมูล (information search) การประเมินทางเลือก (evaluation of alternatives) การตัดสินใจซื้อ (purchase decision) และการประเมินหลังการซื้อ (post-purchase evaluation) บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะกำหนดและประเมินทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดในการแก้ปัญหาหรือการตัดสินใจที่มีความเสี่ยงน้อยที่สุด โดยมักอาศัยประสบการณ์ในอดีตทั้งของตนเอง และผู้อื่นเพื่อความชัดเจนในการตัดสินใจ สิริธัญญาชาติเผือก และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย (2562) กล่าวว่า การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการตัดสินใจ

ระเบียบวิธีในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทยซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนมาก และเนื่องด้วยผู้วิจัยไม่ทราบถึงจำนวนสัดส่วนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกสุ่มค่านวนขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยมีค่าความเชื่อมั่น 95% หรือมีค่าความคลาดเคลื่อน 5% (Cochran, 1997) โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ อย่างน้อย 400 คน ผู้วิจัยจึงได้เก็บแบบสอบถามจำนวน 400 คน ซึ่งสูงกว่าระดับที่ 95% โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้ที่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย แม้ว่าวิธีการดังกล่าวอาจมีข้อจำกัดในด้านความเป็นตัวแทนของประชากรโดยรวม และอาจก่อให้เกิดอคติในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (sampling bias) ซึ่งส่งผลกระทบต่อความแม่นยำของการประมาณค่าทางสถิติ และความสามารถในการสรุปผลไปยังประชากรทั้งหมด (generalizability) ได้อย่างจำกัด (Memon et al., 2025) แต่การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะเฉพาะตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยช่วยให้สามารถเก็บข้อมูลได้ตรงประเด็น และมีความเกี่ยวข้องกับบริบทของการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยชุดแบบสอบถามมีลักษณะทั้งแบบสอบถามแบบปลายปิด

และแบบสอบถามแบบปลายเปิดแบบสอบถามทั้งหมดแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's จำนวน 25 ข้อ ได้พัฒนาจากแนวคิดองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's ของ Dickman (1996) ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 10 ข้อ ผู้วิจัยปรับปรุงจากงานวิจัยของ Abubakar (2016) และการตัดสินใจท่องเที่ยว จำนวน 6 ข้อ ได้พัฒนาจากแนวคิด Engel et al. (1968) โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scale) ประกอบไปด้วยมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด รวมจำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 41 ข้อ และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด คำถามในส่วนที่ 3 รวมทั้งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของมาตรวัดในแบบสอบถาม พบว่ามีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) แต่ละปัจจัยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.721-.0.887 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.798 ซึ่งพบว่าค่าที่ได้มีค่ามากกว่า 0.7 ทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือเป็นไปตามเกณฑ์ และสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม (Cochran, 1997) แสดงดังตารางที่ 1

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลด้านลักษณะทางข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม นอกจากนี้ยังใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลระหว่างองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ประยูรศรี บุตรแสนคม (2555) กล่าวว่า เป็นวิธีที่มีความเหมาะสมในการพิจารณาคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุด เพียงแต่ว่าการวิเคราะห์ด้วย Stepwise นั้นจะทำการทดสอบตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุด ยังสามารถย้อนกลับมาลบตัวแปรที่เคยเลือกไว้ได้ เพิ่มตัวแปรที่เคยลบออกได้ ซึ่งลำดับขั้นตอน Stepwise คล้ายกับวิธี Forward เมื่อเข้าสมการไปแล้วทุกครั้งที่มีการนำตัวแปรใหม่เข้าในสมการว่าส่งผลกระทบต่อตัวแปรบางตัวที่อยู่ในสมการก่อนหน้าแล้ว โดยตัวแปรที่อยู่ก่อนหน้ายังสามารถถูกขจัดออกจากสมการได้อีกด้วย ทำให้ได้โมเดลที่มีความยืดหยุ่นและสมดูลมากยิ่งขึ้น หากพบว่าไม่มีความสำคัญในการพยากรณ์ซึ่งแตกต่างกันกับวิธี Forward และ Backward นั้นไม่สามารถเพิ่มหรือลบตัวแปรในการพยากรณ์ที่เคยเลือกไว้ได้ในขณะเดียวกัน ตามสมมติฐานที่ 1 และอิทธิพลระหว่างการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ตามสมมติฐานที่ 2 ซึ่งประยูรศรี บุตรแสนคม (2555) และ สฤษฎ์เทพ สุขแก้ว (2565) ได้อธิบายว่า วิธีวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอนเป็นวิธีที่มีความเหมาะสมในการพิจารณาคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ เนื่องจากเป็นวิธีที่คัดเลือกตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายความแปรผันในตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระต้องร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระตัวอื่นได้อย่างเหมาะสม

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 276 คน อายุ 20-30 ปี จำนวน 271 คน (ร้อยละ 67.8) มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 185 คน (ร้อยละ 46.3) และปริญญาตรี จำนวน 185 คน (ร้อยละ 46.3) อาชีพข้าราชการ จำนวน 206 (ร้อยละ 51.5)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว อย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี จำนวน 222 คน (ร้อยละ 55.5) ช่วงเวลาที่เลือกเดินทาง วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 243 คน (ร้อยละ 60.8) นิยมเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 1-2 วัน จำนวน 283 คน (ร้อยละ 70.8) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ระหว่าง 3,001-5,000 บาท จำนวน 166 คน (ร้อยละ 41.5) ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ท่องเที่ยวกับญาติ/คนในครอบครัว จำนวน 290 คน (ร้อยละ 47.5) ประเภทที่พักในการท่องเที่ยวโรงแรม จำนวน 205 คน (ร้อยละ 29.0) ลักษณะรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด ชมน้ำตก จำนวน 254 คน (ร้อยละ 28.0)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ค่า Cronbach's alpha ของตัวแปร

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ			
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม (เช่น หมู่เกาะต่าง ๆ)	4.41	0.615	มากที่สุด
2. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีชื่อเสียง (เช่น ทะเล น้ำตก)	4.46	0.599	มากที่สุด
3. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น น้ำตกพลิ้ว (จันทบุรี) ที่มีน้ำตกขนาดใหญ่ น้ำใสสะอาดตลอดปี และมีปลาพลวงเป็นเอกลักษณ์	4.43	0.605	มากที่สุด
องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's	\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
4. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการ (เช่น มีทั้งกิจกรรมเดินป่า กิจกรรมดำน้ำ และกิจกรรมล่องเรือ)	4.38	0.637	มากที่สุด
5. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีผู้คนที่เป็นเอกลักษณ์ และมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจ	4.30	0.679	มากที่สุด
ภาพรวม (Cronbach's alpha = 0.721)	4.39	0.506	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการเข้าถึง			
1. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถเดินทางมาได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว	4.42	0.620	มากที่สุด
2. สภาพถนนในจังหวัดถึงแหล่งท่องเที่ยว/ท่าเรือเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีมาตรฐานที่ปลอดภัย	4.24	0.678	มากที่สุด
3. เส้นทางของสถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีป้ายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่บอกเส้นทางอย่างชัดเจน	4.30	0.637	มากที่สุด
4. ท่านสามารถใช้แอปพลิเคชันในการนำทางเพื่อค้นหาที่ตั้งของสถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ง่าย	4.32	0.648	มากที่สุด
5. การเดินทางโดยเรือหรือรถโดยสารมายังสถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรอบเรือ และเวลาเพียงพอต่อความต้องการของท่าน	4.33	0.657	มากที่สุด
ภาพรวม (Cronbach's alpha = 0.742)	4.32	0.512	มากที่สุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ค่า Cronbach's alpha ของตัวแปร (ต่อ)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก			
1. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีบริการร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกต้องตามสุขอนามัย	4.33	0.614	มากที่สุด
2. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ จุดบริการนักท่องเที่ยว	4.21	0.706	มากที่สุด
3. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Internet) และไวไฟ (Wi-fi)	4.17	0.693	มาก
4. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน, การ Check-in Online, QR code ในการให้ข้อมูล	4.30	0.687	มากที่สุด
5. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแลในการให้บริการข้อมูล และด้านความปลอดภัย	4.27	0.627	มากที่สุด
ภาพรวม (Cronbach's alpha = 0.792)	4.25	0.536	มากที่สุด
องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านที่พัก			
1. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีที่พักที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.28	0.658	มากที่สุด
2. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีที่พักที่มีความปลอดภัยต่อการเข้าพักอาศัยของนักท่องเที่ยว	4.27	0.627	มากที่สุด
3. ระยะทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กับที่พักมีความเหมาะสมต่อการเดินทาง	4.32	0.640	มากที่สุด
4. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีที่พัก และการให้บริการในราคาที่เหมาะสม	4.30	0.634	มากที่สุด
5. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสิ่งอำนวยความสะดวกสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน	4.22	0.659	มากที่สุด
ภาพรวม (Cronbach's alpha = 0.778)	4.28	0.537	มากที่สุด
ปัจจัยด้านกิจกรรม			
1. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้มาตรฐาน	4.22	0.658	มากที่สุด
2. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	4.26	0.656	มากที่สุด
3. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ และเครื่องมือที่พร้อมใช้ในการทำกิจกรรม	4.26	0.623	มากที่สุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ค่า Cronbach's alpha ของตัวแปร (ต่อ)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5A's	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
4. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันและช่วยสานสัมพันธ์ภายในครอบครัวหรือหมู่คณะ	4.25	0.622	มากที่สุด
5. สถานที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.26	0.622	มากที่สุด
ภาพรวม (Cronbach's alpha = 0.753)	4.25	0.510	มากที่สุด
การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์			
1. ข้อมูลจากเครือข่ายสังคมออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของท่าน	4.29	0.613	มากที่สุด
2. ท่านมักจะเชื่อคำแนะนำหรือความคิดเห็นจากเพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.29	0.620	มากที่สุด
3. ท่านมักจะหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ก่อนตัดสินใจท่องเที่ยว	4.34	0.667	มากที่สุด
4. รีวิวจากเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความน่าเชื่อถือสำหรับท่านในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.25	0.614	มากที่สุด
5. การแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ท่านสนใจสถานที่นั้นมากขึ้น	4.42	0.616	มากที่สุด
ภาพรวม (Cronbach's alpha = 0.844)	4.32	0.431	มากที่สุด
ปัจจัยด้านพื้นที่สนทนาออนไลน์			
1. ท่านมักจะเข้าร่วมพื้นที่สนทนาออนไลน์เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.10	0.729	มาก
2. ข้อมูลจากพื้นที่สนทนาออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของท่าน	4.54	0.615	มากที่สุด
3. ความเห็นจากสมาชิกในพื้นที่สนทนาออนไลน์มีความน่าเชื่อถือสำหรับท่าน	4.25	0.636	มากที่สุด
4. ท่านมักจะโพสต์คำถามในพื้นที่สนทนาออนไลน์เพื่อขอคำแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.20	0.753	มาก
5. ท่านเคยตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามคำแนะนำจากพื้นที่สนทนาออนไลน์	4.09	0.683	มาก
ภาพรวม (Cronbach's alpha = 0.887)	4.24	0.462	มากที่สุด
การตัดสินใจท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. สถานที่ท่องเที่ยวที่มีทัศนียภาพสวยงามและทรัพยากรธรรมชาติ อุดมสมบูรณ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน	4.25	0.623	มากที่สุด
2. ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน	4.41	0.590	มากที่สุด
3. การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันในสถานที่ท่องเที่ยว (เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน	4.50	0.592	มากที่สุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ค่า Cronbach's alpha ของตัวแปร (ต่อ)

การตัดสินใจท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
4. ที่พักที่มีคุณภาพและใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน	4.47	0.578	มากที่สุด
5. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว (เช่น เดินป่า ล่องแพ) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน	4.40	0.605	มากที่สุด
6. ข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข้อมูลออนไลน์ (เช่น เว็บไซต์ บล็อก หรือโซเชียลมีเดีย) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน	4.39	0.591	มากที่สุด
ภาพรวม (Cronbach's alpha = 0.874)	4.40	0.451	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's และการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.39$, SD = 0.506) ด้านการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.32$, SD = 0.512) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.25$, SD = 0.536) ด้านที่พัก ($\bar{X} = 4.28$, SD = 0.537) และด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 4.25$, SD = 0.510) อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 4.32$, SD = 0.431) และด้านพื้นที่สนทนาออนไลน์ ($\bar{X} = 4.24$, SD = 0.462) อยู่ในระดับมากที่สุด และการตัดสินใจท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.40$, SD = 0.451) อยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอนองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	p-value	Tolerance	VIF
(Constant)	1.598	0.164		9.749	0.000		
สิ่งดึงดูดใจ	0.277	0.045	0.311	6.140	0.000	0.559	1.790
สิ่งอำนวยความสะดวก	0.202	0.055	0.239	3.641	0.000	0.331	3.023
สะดวก							
กิจกรรม	0.172	0.056	0.194	3.077	0.002	0.361	2.769

R = 0.658, R² = 0.434, Adjusted R² = 0.429, F = 9.470, P - value = .000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย พบว่า ค่า Tolerance มีค่าไม่น้อยกว่า 0.2 (Hair et al., 2010) และค่า VIF ที่ดีนั้น (ต้องไม่เกิน 3 หรือ 5) ส่วนค่า 10 คือค่าที่สามารถยอมรับได้ Efraymson (1960) อธิบายได้ว่า การศึกษาได้ทำในกรณีที่ไม่มีและมีปัญหาสหสัมพันธ์เชิงเส้นพหุ โดยใช้วิธีการจำลอง กรณีไม่มีปัญหาสหสัมพันธ์เชิงเส้นพหุ

และตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน จึงทำให้ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยจากผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($B = 0.277$, $\beta = 0.302$, $t = 5.445$, $p = 0.000$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($B = 0.202$, $\beta = 0.236$, $t = 2.943$, $p = 0.003$) และด้านกิจกรรม ($B = 0.172$, $\beta = 0.197$, $t = 2.864$, $p = 0.004$) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 42.9 (Adjusted $R^2 = 0.429$)

สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	p-value	Tolerance	VIF
(Constant)	1.914	0.216		8.842	0.000		
เครือข่ายสังคมออนไลน์	0.228	0.053	0.217	4.320	0.000	0.734	1.362
พื้นที่สนทนาออนไลน์	0.356	0.049	0.364	7.229	0.000	0.734	1.362

$R = 0.511$, $R^2 = 0.261$, Adjusted $R^2 = 0.258$, $F = 18.662$, $P - value = .000^*$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า ค่า Tolerance มีค่าไม่น้อยกว่า 0.2 (Hair et al., 2010) และค่า VIF ที่ดีนั้น (ต้องไม่เกิน 3 หรือ 5) ส่วนค่า 10 คือค่าที่สามารถยอมรับได้ Efromson (1960) อธิบายได้ว่า การศึกษาได้ทำในกรณีที่ไม่มีและมีปัญหาสหสัมพันธ์เชิงเส้นพหุ โดยใช้วิธีการจำลอง กรณีไม่มีปัญหาสหสัมพันธ์เชิงเส้นพหุ และตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน จึงทำให้ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยจากผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ($B = 0.228$, $\beta = 0.217$, $t = 4.320$, $p = 0.000$) และด้านพื้นที่สนทนาออนไลน์ ($B = 0.356$, $\beta = 0.364$, $t = 7.229$, $p = 0.000$) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 25.8 (Adjusted $R^2 = 0.258$)

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความงดงามทางธรรมชาติ และเอกลักษณ์ของสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย วัฒนประสิทธิ์ (2562) ที่ระบุว่าสถานที่ที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทาง ดังนั้น ผลการศึกษานี้อาจไม่สอดคล้องกับบริบทของภูมิภาคอื่นในประเทศไทย เช่น ภาคเหนือหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชีวิตมากกว่าความเป็นธรรมชาติ
2. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการเข้าถึง (Accessibility) ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่ได้รับจากธรรมชาติมากกว่าความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย รัตนสุวรรณ (2564) ที่ระบุว่าความสมบูรณ์ของธรรมชาติ และกิจกรรมเชิงนิเวศเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ ดังนั้น ผลการศึกษานี้ อาจไม่ครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาพื้นฐานสูง เช่น แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ที่เน้นความสะดวก และการเดินทางง่าย
3. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะดวกสบาย เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหารที่มีมาตรฐาน รวมถึงการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย ซึ่งช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปานิสสา วงศ์นิธิกาญจน์ (2565) ดังนั้น ผลการศึกษานี้ อาจไม่เหมาะสมกับบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นความเป็นธรรมชาติดั้งเดิม เช่น พื้นที่ป่าชุมชน หรือพื้นที่อนุรักษ์ เพราะนักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจต้องการสัมผัสประสบการณ์ทางธรรมชาติที่เรียบง่าย และไม่ต้องการพึ่งพาสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก
4. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านที่พัก (Accommodation) ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มุ่งเน้นประสบการณ์การสัมผัสธรรมชาติเป็นหลัก แม้ว่าที่พักจะช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย และสร้างความพึงพอใจในบางกรณีซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย รัตนสุวรรณ (2564) ที่ระบุว่าที่พักไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนั้น ข้อจำกัดของการศึกษาคือ เน้นศึกษาพื้นที่ภูมิภาคที่มีที่พักให้บริการ ซึ่งอาจสะท้อนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกสบายมากกว่าผู้ที่นิยมการท่องเที่ยวแบบชุมชนหรือพื้นที่ห่างไกล
5. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกิจกรรม (Activities) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยกิจกรรมที่หลากหลาย และเหมาะสมช่วยเพิ่มความพึงพอใจ สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ และส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องมีผลต่อความมั่นใจใน การเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติวรรณ ภูริทัต (2563) ดังนั้น ผลการศึกษานี้ อาจสะท้อนเฉพาะพื้นที่ที่มีกิจกรรมรองรับครบถ้วน และมีการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวพื้นที่ชนบทหรือเขตอนุรักษ์ที่มีกิจกรรมน้อยกว่า อาจมีลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน
6. จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Media) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย นักท่องเที่ยวมักหาข้อมูล และรับฟังความคิดเห็นจากเพื่อนหรือรีวิวผ่านโซเชียลมีเดียก่อนตัดสินใจเลือกสถานที่ซึ่งช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและตอบสนองความคาดหวังได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวัฒน์ เอกสมุทร (2565) ดังนั้น ผลการศึกษานี้ อาจจำกัดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี และสื่อออนไลน์ในการค้นหาข้อมูล ซึ่งอาจแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีในลักษณะดังกล่าวอาจใช้ช่องทางอื่นในการตัดสินใจ

7. จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ผ่านพื้นที่สนทนาออนไลน์ (Online Conversation Space) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย นักท่องเที่ยวใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการค้นหาข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และขอคำแนะนำ ซึ่งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ และมีผลต่อการเลือกสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวัฒน์ เอกสมุทร (2565) ดังนั้น การเข้าถึงและการใช้สื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอาจแตกต่างกัน ทำให้ผลการศึกษานี้อาจไม่ครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวทุกประเภท โดยเฉพาะกลุ่มที่มีข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีหรือไม่ได้ใช้สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางหลักในการวางแผนตัดสินใจท่องเที่ยว

ข้อจำกัดของงานวิจัย

ข้อจำกัดของงานวิจัยในครั้งนี้ คือ การเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้ในการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เคยท่องเที่ยวเป็นภูมิภาคตะวันออกของประเทศไทย แม้ว่าวิธีการดังกล่าวอาจมีข้อจำกัดในด้านความเป็นตัวแทนของประชากรโดยรวม และเกิดอคติในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (sampling bias) ซึ่งจะส่งผลต่อความแม่นยำของการประมาณค่าทางสถิติ และความสามารถในสรุปผลไปยังประชากรทั้งหมด (generalizability) ได้อย่างจำกัด (Memon et al., 2025) แต่การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะเฉพาะตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ช่วยเก็บข้อมูลได้ตรงประเด็น และเกี่ยวข้องกับพื้นที่ของการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกของประเทศไทย สอดคล้องกับหลักปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ด้านกิจกรรม (Activities) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งเสริมประสบการณ์ที่มีคุณค่า และยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยว 1. ด้านกิจกรรม (Activities) ควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่ตอบโจทย์ความสนใจของนักท่องเที่ยวในหลากหลายกลุ่ม เช่น กิจกรรมแนวผจญภัยเชิงนิเวศ การเรียนรู้วิถีชุมชน และกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีความหมาย และเชื่อมโยงกับบริบทของพื้นที่ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดกิจกรรม เพื่อเพิ่มรายได้ และกระตุ้นความตระหนักรู้ในคุณค่าทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว เช่น การปรับปรุงเส้นทางคมนาคม ระบบขนส่ง ป้ายบอกทาง และที่พักอาศัยให้มีความหลากหลาย และได้มาตรฐาน รวมถึงให้ความสำคัญกับสุขอนามัย ความสะอาด และความปลอดภัย ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรมีจุดบริการข้อมูลข่าวสาร และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่เข้าถึงง่าย และเป็นมิตรต่อผู้ใช้บริการ 3. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ควรอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้คงไว้ซึ่งความเป็นธรรมชาติ พร้อมทั้งส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรม วิถีชีวิต และประวัติศาสตร์ เพื่อเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์ เช่น เส้นทางศึกษาธรรมชาติ จุดชมวิว และกิจกรรมเชิงตีความธรรมชาติ (interpretation) เพื่อกระตุ้นความสนใจ และจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดความยั่งยืน ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะของบุคลากรในท้องถิ่น โดยการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการ และสมาชิกในชุมชนในด้านการบริการ การจัดการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของพื้นที่ และยกระดับคุณภาพของประสบการณ์ท่องเที่ยวในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาในงานวิจัยในครั้งนี้มีข้อจำกัดในด้านขอบเขตของการศึกษาเนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาอาจขึ้นอยู่กับช่วงเวลา และสถานการณ์ทางเศรษฐกิจหรือสังคมในขณะเก็บข้อมูล ซึ่งอาจส่งผลต่อ

มุมมองของผู้ให้ข้อมูลและการวิเคราะห์ผล ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรให้ความสำคัญกับการศึกษาด้านกลยุทธ์ทางการตลาดในการพัฒนารูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะในด้านสินค้าและบริการที่เน้นการพัฒนาคุณภาพเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว ควรศึกษาการพัฒนาคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและสร้างความเชื่อมั่นในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรมีการจัดอบรมหรือให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ เพื่อส่งเสริมการบริการที่มีคุณภาพ และสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มความพึงพอใจและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาต่อเนื่องเกี่ยวกับโอกาสในการกลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย หรือการใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการวิจัยเชิงลึกเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว เช่น ระดับความพึงพอใจ การบอกต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว และโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำ แม้แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากอยู่แล้ว แต่ข้อมูลจากการศึกษาดังกล่าวยังมีความสำคัญต่อการวางแผน และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างแท้จริง และสามารถใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ มีรูปแบบเหมาะสม และยั่งยืนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539). *แนวคิดและนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *โครงการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จิง หลิง และ นกาวรรณ เนตรประดิษฐ์. (2567). การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเขตปกครองตนเองทิเบตของนักท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 20(4), 29-40.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SPUCJ/article/view/270615>
- จิตติวรรณ ภูริทัต. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือของประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เจียง เซาเหว่ย และ อนุรักษ์ อาทิตย์กวีนิ. (2566). องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวจีน หลังสถานการณ์โควิด-19. *วารสารวิชาการสถาบันพัฒนาพระวิทยากร*, 6(3), 250-260.
- ชนพงษ์ อารมณ์พิศาล, เพ็ชรารมณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ และ พรณรัตน์ อารมณ์พิศาล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 9(2), 42-48. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JIRGS/article/view/252121>
- ชุติมา นุตยะสกุล และ ประสพชัย พสุนนท์. (2559). ปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 10(1), 132-150.
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtt/article/view/136398>
- ญาดา เขตต์กัน, ปิยนุช วสุธาวิจิตร, พชร แต่มสงเคราะห์, พุทธิตา ทิพย์แก้ว, ฉัตรมณี แป้นเกลี้ยง, วรินดา รุ่งธนาพันธ์ และ อภิศักดิ์ วิเมศ. (2564). *การศึกษารูปแบบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในเขตปกครองพิเศษพัทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennial Family ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19*.
<https://hdl.handle.net/20.500.14740/10790>

- ณรงค์ พลีรักษ์ และ ปริญญา นาคปฐม. (2563). (2563). ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ใน
จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 15(2), 77-91.
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/view/242169>
- ทรูปลูกปัญญา. (2560). *รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*.
<https://www.truelookpanya.com/knowledge/content/59621>
- ธนวัฒน์ เอกสมุทร. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกรับชมสื่อออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว* [วิทยานิพนธ์
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). *การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว*. เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ประยูรศรี บุตรแสนคม. (2012). การคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์เข้าในสมการถดถอยพหุคูณ. *วารสารการวิจัย
การศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 17(1), 43-60.
- ปานิสรา วงศ์นิติกาญจน์. (2565). *ปัจจัยด้านการเข้าถึงที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา*
[วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ไพริน เวชัญญะกุล. (2563). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่การ
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*, 2(1), 50-63. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSTD/article/view/254913>
- มูลนิธิสืบนาคะเสถียร. (2565). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) : การท่องเที่ยววิถีอนุรักษ์ ผสาน คน
กับ ธรรมชาติ เป็นหนึ่งเดียวกัน*. <https://www.seub.or.th/blogging/knowledge/ecotourism/>
- วรรณพร วะสุวรรณ. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของ
นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นวาย* [งานนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมชาย รัตน์สุวรรณ. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวใน
ประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมชาย วัฒนประสิทธิ์. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย*.
วารสารการจัดการการท่องเที่ยวและบริการ, 16(2), 45-60
- สฤกษ์เทพ สุขแก้ว. (2565). *วิธีการคัดเลือกตัวแปรอิสระเข้าสู่สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ*. *วารสารการวิจัย
ประเมินผล สถิติ และการวิจัยทางสังคมศาสตร์*, 3(1), 1-10.
- สิริญาชาติ ผึ้งอก และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยาน
แห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่*. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 134-153.
- สุจิตรา วาชัยยุ่ง และ โสมฤทัย สุนธยาธร. (2565). *ความคาดหวังองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ส่งผลต่อ
การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร*. *วารสาร
วิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 23(2), 158-173. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/spsc_journal/article/view/261948
- สุพรรณษา บุบผาพันธ์. (2559). *การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. [การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์].
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อปท.นิวส์. (2567). *สถิติการเดินทางข้ามภูมิภาคไตรมาส 3 ปี 2567*. <https://opt-news.com/news/44264>

- อวัศยา เสงบุญพันธ์ และ มณีเนตร วรชนะนันท์. (2567). อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มมิลเลนเนียลส์. *วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเทพฯ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(2), 15-28. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/rdi-arj/article/view/273038>
- Abubakar, M. M. (2016). Does eWOM influence destination trust and travel intention: A medical tourism perspective. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29(1), 598-611. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2016.1189841>
- Brandt, X., & Buckley, R. (2023). Ecotourism market trends and sustainable destination management. *Current Issues in Tourism*, 26(3), 412-428.
- Buckley, R. (1995). *Ecotourism for tomorrow's world*. International Centre for Ecotourism Research.
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2010). The effectiveness of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis. In *Proceedings of the 23rd Bled eConference: eTrust—Implications for the Individual, Enterprises and Society* (pp. 329-345). Bled, Slovenia.
- Chindaduangratn, T., & Jamjumrus, T. (2023). Sustainable ecotourism development in Khao Yai National Park. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(6), <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/PMR/article/view/2628>
- Choonhawong, W., & Phumsathan, S. (2022). Critical review of patterns, roles, and influences of social media in tourism. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 43(4), 1025-1034. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kjss/article/view/261672>
- Cochran, W. G. (1997). *Sampling techniques*. John Wiley & Sons.
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An introductory text* (2nd ed.). Sydney: Hodder Education.
- Efroymsen, M. A. (1960). Multiple regression analysis. In A. Ralston & H. S. Wilf (Eds.), *Mathematical methods for digital computers* (pp. 191-203). Wiley.
- Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1968). *Consumer behavior*. Holt, Rinehart and Winston.
- Fortune Business Insights. (2025). *Ecotourism market size, share & industry analysis*. <https://www.fortunebusinessinsights.com/ecotourism-market-108700>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Jalilvand, M. R., Samiei, N., Dini, B., & Manzari, P. Y. (2012). Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: An integrated approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1-2), 134-143. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.10.001>
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458-468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>

- Memon, M. A., Ramayah, T., Ting, H., & Cheah, J.-H. (2025). Convenience sampling: A review and guidelines for quantitative research. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 9(2), 1–15. [https://doi.org/10.47263/JASEM.9\(2\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.9(2)01)
- Ranjbarian, B., & Pool, J. K. (2015). The impact of perceived quality and value on tourists' satisfaction and intention to revisit in ecotourism. *Journal of Marketing and Management*, 6(1), 41-61.
- Siapera, E. (2012). *Understanding new media*. SAGE.
- Solomon, M. R., Russell-Bennett, T., & Previte, J. (2012). *Consumer behavior* (3rd ed.). Pearson Australia.
- Thamma, N., Anywatnpong, W., Tunpornchai, W., & Saetang, C. (2024). Transforming e-commerce: Artificial intelligence effect on purchase decision and happiness. *Asian Administration and Management Review*, 7(1), 133-144. <https://doi.org/10.14456/aamr.2024.13>
- The Commonwealth Department of Tourism. (1994). *Sustainable tourism strategies*. Australian Government Publishing Service.
- UNWTO. (2025). *Ecotourism and community-based tourism: Global trends and policy frameworks*. United Nations World Tourism Organization.
- Wang, T., Liu, Y., & Zhang, L. (2019). Factors influencing ecotourism destination choice: An empirical study. *Journal of Ecotourism Studies*, 14(2), 123-135.
- World Bank. (2021, June 14). *Banking on protected areas: Promoting sustainable protected area tourism to benefit local communities*. World Bank. <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2021/06/14/world-bank-report-investing-in-protected-areas-reaps-big-rewards>