

อิทธิพลของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

The Influence of Sustainable Tourism Development in Pattaya, Chonburi Province

◆ **ณัฏฐ์ กุลิสร์**

รองศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Nak Gulid

Associate Professor, Ph.D., Business Administration Department, Faculty of Social Sciences

Srinakharinwirot University, E-mail: nakgulid@gmail.com

◆ **ศุภิญญา ญาณสมบุญ**

อาจารย์ ดร. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Supinya Yansomboon

Ph.D., Business Administration Department, Faculty of Social Sciences

Srinakharinwirot University, E-mail: supinya@hotmail.com

Abstract

The objective of this research was to study attitudes on economic, social, environmental and community factors influencing sustainable tourism development in Pattaya, Chonburi Province. Quantitative technique was employed in this study and questionnaire was used to collect data. The questionnaire was distributed to 400 Thai tourists in this process. The results of this research were as follows: the majority of Thai tourists were female, ages ranging from 25 to 34 years old, and single. They were employees of private companies, had a monthly income of over THB25,001, and were resident in Bangkok. Their attitudes concerning the environmental and social attributes of sustainable tourism were at a very good level, whereas attitudes toward the economic and community attributes of sustainable tourism were at a good level. Sustainable tourism development was at a favorable level. The results of the testing hypotheses were as follows: Sustainable tourism concerning community, social and economic attributes could predict sustainable tourism development in Pattaya, Chonburi Province at about 31.5 percent with statistical significance at the .05 level. The community attribute of sustainable tourism had the most positive influence when predicting sustainable tourism development, followed by social and economic attributes.

Keywords: Sustainable Tourism Development, Pattaya, Chonburi Province

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติด้านความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และชุมชนที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการวิจัยใช้วิธีเชิงปริมาณ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25 - 34 ปี มีสถานภาพโสด มีอาชีพพนักงานบริษัทมีรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทเป็นต้นไป และมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและสังคมในระดับดีมาก ในขณะที่มีทัศนคติต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและชุมชนในระดับดี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนของชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ สามารถพยากรณ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 โดยปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 31.5 โดยทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนของชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนทางสังคมและเศรษฐกิจ ตามลำดับ

คำสำคัญ : การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

บทนำ

เมืองพัทยาจัดเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากพัทยาเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก สามารถสร้างรายได้ให้ประเทศปีละประมาณ 48,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งประเทศ [องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2558) (ออนไลน์) เข้าถึงจาก http://www.dasta.or.th/th/sustainable_designated-areas/530.html วันที่เข้าถึง : 2 กันยายน 2558] นอกจากนี้ยังมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจเกี่ยวกับการเดินทัพของพระเจ้าตากสิน เมื่อนี้จึงได้ชื่อว่า “ทัพพระยา” มาก่อนที่จะเปลี่ยนเป็น “พัทยา” (TAPPAYA = PATTAYA)

ปัจจุบันเมืองพัทยากำลังประสบปัญหาด้านมาตรฐานการท่องเที่ยว ทั้งปัญหาสิ่งแวดล้อมสาธารณสุข โภคไม่เพียงพอ แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ปัญหาอาชญากรรม และปัญหาการขยายตัวของชุมชนตะวันออกนอกเมืองพัทยา ปัญหาเหล่านี้เป็นปัญหาเชื่อมโยงระหว่างเมืองพัทยาและพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) การแก้ปัญหาดังกล่าวจึงมีข้อจำกัดด้านกฎหมาย ระเบียบบริหาร ปัญหาการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นภารกิจที่เกินอำนาจหน้าที่ของเมืองพัทยาและศักยภาพของ อปท. (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, 2558)

เมืองพัทยายังได้แจ้งความจำนงค์มายังองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อปท.) เพื่อขอพิจารณาประกาศเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2551

อพท. จึงได้พิจารณาตามหลักเกณฑ์การประกาศพื้นที่พิเศษ เห็นว่าเมืองพัทยาและพื้นที่ใกล้เคียงเป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นอันทรงคุณค่าทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งยังมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจ โดยเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง ซึ่งมีขนาดพื้นที่ทั้งสิ้น 987.72 ตารางกิโลเมตร หรือ 617,325.0 ไร่ รวม 10 พื้นที่

[องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2558) (ออนไลน์) เข้าถึงจาก

http://www.dasta.or.th/th/sustainable_designated-areas/530.html วันที่เข้าถึง: 2 กันยายน 2558]

อย่างไรก็ตามแม้ว่าเมืองพัทยา ได้ประกาศเป็นพื้นที่พิเศษเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ แต่ปัญหาของเมืองพัทยา ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ระบบสาธารณูปโภคไม่เพียงพอโดยเฉพาะแหล่งน้ำ ปัญหาด้านอาชญากรรม และปัญหาในเรื่องของการแบ่งโซนยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากส่งผลทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของมาตรฐานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญ ประกอบด้วย นักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น ภาครัฐบาล และภาคเอกชน ซึ่งนักท่องเที่ยวถือว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญมากที่สุดในการส่งผลกระทบทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม (Boyd and Timothy 2001; Li et al. 2008; Timothy and Boyd 2006) ดังนั้น ในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวให้ยั่งยืนจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างจิตสำนึกและการรักษาแหล่งท่องเที่ยวในยั่งยืนสืบไป

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องเร่งดำเนินการ โดยผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา อิทธิพลของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยมุ่งเน้นไปที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะให้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว เนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรเริ่มจากจิตสำนึกของคนในประเทศก่อน ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญที่สุดต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยงานวิจัยดังกล่าวจะเป็นโครงการนำร่องให้ภาครัฐหันมาณรงค์และสนับสนุนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ตระหนักถึงปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ ชุมชนและสังคมที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เพื่อจะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ก่อให้เกิดรายได้อย่างต่อเนื่องต่อชุมชนและประเทศ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาทัศนคติด้านความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และชุมชนที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

นิยามศัพท์เฉพาะ

ทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อแหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ควรซื้อสินค้าที่ทำในท้องถิ่น เมื่อได้ไปท่องเที่ยวแหล่งนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องอุดหนุนบริการต่าง ๆ ของคนในพื้นที่ การเก็บค่าเข้าชมในการเข้าเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ของท้องถิ่นนั้น การจ่ายเงินค่าเช่า เมื่อไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ แม้แต่แหล่ง

ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ควรจะบริจาคเงินในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่สำคัญของท้องถิ่นนั้น และการใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของท้องถิ่นนั้น เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น

ทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนทางสังคม หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ทางด้านสังคม ประกอบด้วย ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อคนในท้องถิ่นที่ทานไปท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกับคนทั่วไป การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของท่าน การเคารพในค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น การพบปะคนในท้องถิ่นเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการท่องเที่ยวของท่าน ความรู้สึกที่ดีที่ได้มีการพูดคุยกับคนในท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นควรมีสติในสถานที่ท่องเที่ยวเหมือนกับนักท่องเที่ยว

ทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย เห็นคุณค่าและปกป้องสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีส่วนในการปกป้องสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นที่ทานไปท่องเที่ยว การปกป้องสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น สัตว์และพืชในท้องถิ่นมากกว่าสถานบันเทิงในท้องถิ่น เป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกคนที่ไปท่องเที่ยวควรอนุรักษ์พืชและสัตว์ในท้องถิ่นที่ใกล้สูญพันธุ์ และการมีส่วนร่วมในการปกป้องสถานที่ของทางรัฐบาลและสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นสาธารณะ

ทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนของชุมชน หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อชุมชนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย ทราบข้อมูลเชิงลึกของคนในท้องถิ่นนั้น มีเวลาท่องเที่ยวมากพอที่จะทำให้ท่านเข้าใจถึงวิถีชีวิตในชุมชนนั้น และมีความคิดเห็นว่าพัทยาคือแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศ

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยศึกษาเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับคนในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชม การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนที่ทานไปท่องเที่ยว และความร่วมมือและแสดงความคิดเห็นในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชม

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี จำนวน 3,885,506 คน ปี พ.ศ. 2556 (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี เนื่องจากทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิจารณญาณ (Judgmental Sampling) โดยจะเก็บในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี นิยมมากที่สุด ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ วัด แหล่งช้อปปิ้ง และชายหาด ตามลำดับ

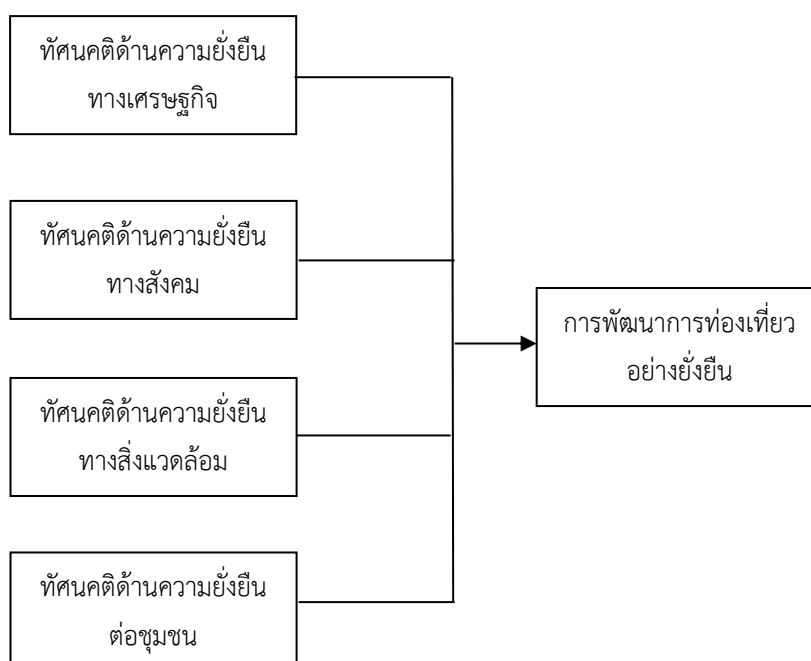
ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยจัดเก็บนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม 4 แห่ง จากขั้นตอนที่ 1 โดยเก็บนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างละ 100 คน ในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด จำนวน 4 แห่ง รวมเท่ากับ 400 คน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะเก็บตามสถานที่ดังกล่าวจนครบจำนวนตามที่ระบุไว้ในขั้นที่ 1

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ ก่อให้เกิดรายได้การจ้างงานและการหมุนเวียนของเงินตราภายในประเทศอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
3. ส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุน และหาทางปรับปรุง และเสริมสร้างการท่องเที่ยวของประเทศให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น
4. เป็นโครงการนำร่องให้จังหวัดอื่นหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในชุมชน

กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรม

องค์การการท่องเที่ยว (World Tourism Organization, 1993) ได้นิยามการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นความต้องการของนักท่องเที่ยว คนในชุมชน โดยใส่ใจในการจัดการทรัพยากร ซึ่งต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจ สังคม ความสวยงาม ตลอดจนระบบนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพ วัฒนธรรม จากนิยามดังกล่าว จะเห็นว่าองค์การการท่องเที่ยวมุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนา (Nicholas and Thapa, 2010) นอกจากนี้ Hunter (1997) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องคำนึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และชุมชน โดยต้องทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และสนองตอบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยว เพื่อจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวยังคงกลับมาท่องเที่ยวอีก

ผู้วิจัยและนักวิชาการจำนวนมากได้สรุปว่า องค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้ (Butler 1999; Murphy and Price 2005; Swarbrooke 1999; Wight 1993; Nicholas and Thapa, 2010)

1. ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ (Economic Sustainability) ในปัจจุบัน นักวิชาการส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อมกว่าความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ โดยความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจมุ่งเน้นที่จะส่งเสริมและสนับสนุนให้การท่องเที่ยวดำรงอยู่ได้โดยคำนึงถึงหลักประโยชน์สูงสุดและต้นทุนต่ำสุด และหาทางลดปัญหาจากผลกระทบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจ (Hunter 1997; Swarbrooke 1999; UNEP/WTO 2005)

2. ความยั่งยืนด้านสังคม (Social Sustainability) แม้ว่าความยั่งยืนทางสังคมจะได้รับความสนใจน้อยกว่าความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม แต่นักวิชาการ เช่น Hunter (1997) Swarbrooke (1999) UNEP/WTO (2005) กล่าวถึงแนวโน้มเกี่ยวกับผลกระทบด้านสังคม-วัฒนธรรม ว่าเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่มีความสลับซับซ้อนค่อนข้างมาก ความยั่งยืนด้านสังคม เกี่ยวข้องโดยตรงทางสังคม-วัฒนธรรมของเจ้าของพื้นที่ โดยเฉพาะคนในชุมชน ซึ่งควรได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมกันจากการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวเจ้าของปัจจัยการผลิต และคนในชุมชน

3. ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability) สิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยว ประเด็นเกี่ยวกับการจัดการและการปกป้องสิ่งแวดล้อมถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมจะส่งเสริมการปกป้องระบบนิเวศน์ และความหลากหลายทางชีวภาพ โดยการท่องเที่ยวควรจะมีมุ่งเน้นในการอนุรักษ์ เพื่อให้ทรัพยากรดังกล่าวเกิดความยั่งยืน (Choi and Sirakaya 2005; Swarbrooke 1999; Thapa and Graefe 2003; Wahab 1997)

4. ความยั่งยืนด้านชุมชน (Local Community Sustainability) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยส่วนใหญ่มักจะมุ่งเน้นในเรื่องของทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามถ้าคนในชุมชนได้รับประโยชน์และการท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการของคนในท้องถิ่น ในด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ ตลอดจนตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จะสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น ความยั่งยืนจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่บรรลุความต้องการของทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ดังนั้น การมุ่งเน้นถึงความต้องการของคนในท้องถิ่นเพื่อสร้างผลตอบแทนในเรื่องของการกระจายรายได้จะส่งผลต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ตลอดจนแก้ไขปัญหาในเรื่องของสังคมอีกด้วย ดังนั้น ในการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่คำนึงถึงประโยชน์ตลอดจนความต้องการของคนในท้องถิ่นจึงเป็นปัจจัยสำคัญของความยั่งยืน (Slee et al. 1997; Southgate and Sharpley 2002; Swarbrooke 1999; WTO 1993)

ผลกระทบในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น กิจกรรมของนักท่องเที่ยวถูกนำมากล่าวถึงว่าส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมทางด้านลบ เนื่องจากคนส่วนใหญ่มองว่าพวกเขาเป็นผู้สร้างความยั่งยืนของการท่องเที่ยว (Swarbrooke, 1999) โดยกล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรมุ่งเน้นบทบาทของนักท่องเที่ยวตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีทัศนคติที่เป็นกลางต่อนักท่องเที่ยว Jamieson (2003) สรุปว่า การคาดหวังของนักท่องเที่ยวสามารถศึกษาจากแบบสอบถาม การสำรวจ การสังเกต หรือการทำกลุ่มย่อย เพื่อจะได้ตระหนักถึงการรับรู้และทัศนคติที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ Boys and Timothy 2001; Timothy and Boyd 2006 กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น การศึกษาทัศนคติ พฤติกรรม และผลกระทบจากนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะเห็นได้ว่าการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้านักท่องเที่ยวไม่เข้าใจและไม่มีความรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวต้องตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ตลอดจนความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปนั้นน่าดึงดูด และเกิดประสบการณ์ที่ดีสำหรับพวกเขา การให้ความรู้จึงเป็นสิ่งจำเป็นหรือหลักพื้นฐานต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Jamieson 2003; Mason and Kuo 2006; Swarbrooke 1999) ดังนั้น ในงานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาความคิดเห็นและความเข้าใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทั้งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวยามค่ำคืน ตลอดจนสนามที่แข่งขันกีฬาสำคัญระดับโลก เช่น กอล์ฟ เป็นต้น และศูนย์รวมของความหลากหลายทางวัฒนธรรม

จากแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Butler (1999) Murphy and Price (2005) Swarbrooke (1999) และ Wight (1993) ที่กล่าวว่าปัจจัยสำคัญ 3 ประการที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม และนำแนวคิดของ Lisa, Wen, and Lottig (2012) ที่รวมชุมชนเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้นในงานวิจัยนี้ ปัจจัยสำคัญจึงมี 4 ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และชุมชน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Hunter (1997) ที่กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และชุมชน โดยทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

Loudon and Bitta (1993) กล่าวถึง ทัศนคติว่าเป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งว่ามีลักษณะอย่างไร มีความรู้สึกบวกหรือลบ ชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือคัดค้าน ซึ่งเป็นการมองทัศนคติในแง่ความรู้สึก และปฏิกิริยาที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

องค์ประกอบของทัศนคติ

นักวิชาการส่วนใหญ่ ได้จัดแบ่งองค์ประกอบของทัศนคติ (Attitude components) ออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านความรู้ (ความเชื่อ) องค์ประกอบด้านความรู้สึก และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (แนวโน้มที่จะตอบสนอง) องค์ประกอบแต่ละอย่างอธิบายได้ดังนี้ (Hawkins, Best and Coney, 1998 : 397 - 400)

1. องค์ประกอบทางด้านความรู้ (Cognitive component : learn)

ประกอบด้วยความเชื่อของผู้บริโภคเกี่ยวกับ “วัตถุ” อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เรามีความเชื่อว่า “ไดเอทโค้ก” (Diet Coke) เกือบจะไม่มีแคลอรี มีคาเฟอีน ราคาถูก และผลิตโดยบริษัทใหญ่หรือ “มันฝรั่งมีแคลอรีสูง” ซึ่งความเชื่อนี้ไม่จำเป็นจะต้องถูกต้องหรือเป็นความจริงเสมอไป

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective component : feel)

คือ ปฏิกิริยาทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งหรือกล่าวอีก นัยหนึ่งคือ เป็นความรู้สึกทั้งในแง่บวกหรือแง่ลบของผู้บริโภคที่มีต่อวัตถุอย่างหนึ่ง อันแสดงถึงระดับความชอบหรือไม่ชอบว่ามีมากน้อยเพียงไร (Bovee et al. 1995 : 121) ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคอาจกล่าวว่า “ฉันชอบไดเอทโค้ก” “ฉันชอบโยเกิร์ต” เป็นการแสดงผลของการประเมินทางด้านอารมณ์หรือความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้น บุคคลอาจมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่างกัน จากความเชื่อเหมือนกัน จากตัวอย่างข้างต้น ผู้บริโภคอาจมีความเชื่อว่า (1) ไดเอทโค้ก มีคาเฟอีน และ (2) คาเฟอีนทำให้ไม่่วงนอน ความเชื่อเหล่านี้ อาจเป็นเหตุให้บุคคลบางคนตอบสนองหรือแสดงความรู้สึกทางบวก เช่น นักศึกษาที่กำลังเตรียมตัวสอบ เป็นต้น ในขณะที่บางคนอาจตอบสนองหรือแสดงความรู้สึกในทางลบ เช่น ผู้ที่ต้องการดื่มบางอย่างก่อนนอนแต่ไม่ต้องการให้นอนไม่หลับ เป็นต้น

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component : to)

หมายถึง แนวโน้มที่จะตอบสนอง (tendency to response) ในลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งต่อวัตถุหรือกิจกรรม เช่น ตัดสินใจที่จะซื้อหรือไม่ซื้อไดเอทโค้ก หรือแนะนำให้ผู้อื่นซื้อหรือเสนอให้ซื้อตราใหม่ บางครั้งแม้ว่าผู้บริโภคมีทัศนคติในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์ แต่ก็มิได้หมายความว่า ผู้บริโภคจะรีบออกไปซื้อผลิตภัณฑ์นั้นทันทีก็หาไม่ เขาอาจจะยังไม่จำเป็นในขณะนั้น อาจไม่สามารถซื้อได้เพราะยังไม่มี

เงินพออาจจะต้องซื้อสิ่งอื่นก่อนที่มีความสำคัญมากกว่า หรืออาจจะรอให้สมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัวเข้าร่วมพิจารณาด้วย เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Nicholas & Thapa (2010) ได้ศึกษาเรื่อง “Visitor Perspectives on Sustainable Tourism Development In the Pitons Management Area World Heritage Site, St. Lucia” ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวได้ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มผู้มีส่วนร่วมที่สำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยนำทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ตามแนวคิดของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติทางด้านเศรษฐกิจและสังคม มีผลกระทบในทิศทางเดียวกันต่อการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รองลงมาได้แก่ ทัศนคติทางด้านสังคม ในขณะที่ทัศนคติเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Assante, L., M.; Wen, H. I. & Lottig, K. (2012) ได้ศึกษาเรื่อง “An Empirical Assessment of Residents’ Attitudes for Sustainable Tourism Development: A Case Study of O’ahu, Hawai’i” โดยศึกษาเกี่ยวกับความเข้าใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีการสำรวจใน 8 ประเทศ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามกว่า 6,000 ราย เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในทัศนคติของนักท่องเที่ยว โดยมีปัจจัยที่สำคัญ 3 ปัจจัยประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ - สังคม ปัจจัยเชิงนิเวศ และปัจจัยด้านชุมชน โดยมีการวิเคราะห์แบบ Cluster และค้นหาขนาดของตลาดศักยภาพสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และพบว่า มีขนาดตลาดประมาณร้อยละ 22 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด

Altinay, M. & Hussain, K. (2005) ได้ศึกษาเรื่อง “Sustainable tourism development: a case study of North Cyprus” ซึ่งเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการรับรู้ของผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการลงทุน ที่เมือง Bafra โมเดลที่ใช้ในการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม ได้นำมาใช้สัมภาษณ์ทั้งผู้บริหารในท้องถิ่น ตัวแทนภาครัฐที่ทำงานอยู่ในสาธารณรัฐไซปรัสตอนเหนือ ผลการศึกษาค้นพบว่า ผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ การทิ้งของเสีย การกำจัดขยะ และการนำของเสียไปทิ้งทางทะเล ผลการศึกษาก็คงเป็นแนวทางให้เกิดการวางแผนด้านนโยบายและเป็นแนวทางสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะรัฐบาลสนใจที่จะจำกัดการลงทุนในเขตพื้นที่สงวน โดยมุ่งเน้นให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และจริยธรรม สำหรับนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ดังนั้น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรจะมุ่งเน้นการรักษาวัฒนธรรม และประเพณีของคนในท้องถิ่น นอกจากจะศึกษาในเรื่องของสิ่งแวดล้อม

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบแผนวิจัยที่ไม่ได้ทำการทดลอง (Non-Experimental Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

1. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และชุมชนโดยลักษณะเป็นแบบสอบถาม แบบ Likert Scale การให้น้ำหนักคะแนนแบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน ดังนี้ 5 4 3 2 1 โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2542: 110)

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีทัศนคติเกี่ยวกับความยั่งยืนในระดับดีมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีทัศนคติเกี่ยวกับความยั่งยืนในระดับดี

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีทัศนคติเกี่ยวกับความยั่งยืนในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีทัศนคติเกี่ยวกับความยั่งยืนในระดับไม่ดี

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีทัศนคติเกี่ยวกับความยั่งยืนในระดับไม่ดีย่างมาก

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม แบบ Likert Scale การให้น้ำหนักคะแนนแบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน ดังนี้ 5 4 3 2 1 โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2542: 110)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ในหน่วยงานของรัฐ เช่น ห้องสมุดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม 4 แห่ง โดยเก็บนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างละ 100 คน ในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด จำนวน 4 แห่ง รวมเท่ากับ 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

2.2.1 ชี้แจงผู้ช่วยนักวิจัยที่เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบขั้นตอนและวิธีการเก็บข้อมูล

2.2.2 ดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

3. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

นำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น โดยนำไปทดสอบ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 40 ชุด เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลลัพธ์ค่า

แอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ และควรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.6 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง (Hair, Bush and Ortinau, 2003: 397) โดยค่าความเชื่อมั่นของทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และชุมชน เท่ากับ .747 , .772 , .759 และ .739 ในขณะที่ค่าความเชื่อมั่นของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เท่ากับ .753 และนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุ (Multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติด้านความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ชุมชน และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติด้านความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม และสังคม โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และ 4.36 ตามลำดับ ทัศนคติด้านความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ และชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และ 3.42 ในขณะที่ทัศนคติเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.25 มีอายุ 25 - 34 ปี มีจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 มีสถานภาพโสด มีจำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00 มีอาชีพพนักงานบริษัท มีจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 มีรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75 รองลงมาได้แก่ รายได้ต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75

การทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

สมมติฐาน ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

H_0 : ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและชุมชนไม่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

H_1 : ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระโดยวิธี Enter ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 วิธีนี้จะคัดเลือกตัวแปรที่มีความเหมาะสมกับสมการความถดถอยเชิงพหุ ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณที่ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p.
Regression	41.095	4	10.274	46.933**	.000
Residual	86.467	395	.219		
Total	127.562	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ พบว่า พบว่ามีค่า Prob. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 2 แสดงค่าสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของตัวแปร ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	B	SE(b)	Beta	t	p.
ค่าคงที่ (Constant)	.491	.350		1.406	.161
ทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ	.111	.052	.094	2.156*	.032
ทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนทางสังคม	.281	.062	.213	4.515**	.000
ทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม	.082	.069	.056	1.190	.235
ทัศนคติที่มีต่อความยั่งยืนของชุมชน	.356	.033	.463	10.718**	.000

r	R ²	Adjusted R ²	SE (est.)	F Change	p.
.568	.322	.315	.468	46.933**	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 , ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์สมการความถดถอยเชิงพหุของทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระโดยวิธี Enter พบว่า ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านเศรษฐกิจ สังคมและชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยสามารถทำนายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 31.5 แสดงว่ายังมีปัจจัยด้านอื่น ๆ อีก ร้อยละ 69.5 ที่ไม่สามารถอธิบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีและมีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีเท่ากับ .468 มีค่าสัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจที่สามารถอธิบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 31.50

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยพบความสัมพันธ์เชิงพหุของทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านเศรษฐกิจ สังคมและชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

กำหนดให้ y แทน การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ดังนั้น $y = .094 * \text{ทศนคติด้านความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ} + .213^{**} \text{ทศนคติด้านความยั่งยืนทางสังคม} + .463^{**} \text{ทศนคติด้านความยั่งยืนของชุมชน}$

จากสมการ พบว่า ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านเศรษฐกิจ สังคมและชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในทิศทางเดียวกัน โดย ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มากที่สุด คือ .463 รองลงมาได้แก่ ทศนคติด้านความยั่งยืนทางสังคม เท่ากับ .213 และทศนคติด้านความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ เท่ากับ .094 ตามลำดับ

อภิปรายผล

สมมติฐาน ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และชุมชน มีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ผลการวิจัยพบว่า ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านเศรษฐกิจ สังคมและชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในทิศทางเดียวกัน โดย ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มากที่สุด คือ .463 รองลงมาได้แก่ ทศนคติด้านความยั่งยืนทางสังคม เท่ากับ .213 และทศนคติด้านความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ เท่ากับ .094 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในขณะที่ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เนื่องจากแบบสอบถามเกี่ยวกับทศนคติด้านความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมเป็นแบบสอบถามมาตรฐานที่ใช้โดยทั่วไป และไม่ได้เจาะจงอย่างชัดเจนลงไปเกี่ยวกับรายละเอียดของความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีระดับทศนคติด้านความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับดีมากก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Nicholas & Thapa (2010) ที่พบว่า ทศนคติเกี่ยวกับ

สิ่งแวดล้อมมีทัศนคติในระดับดีมาก แต่ไม่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเกาะ St. Lucia นอกจากนี้ จากงานวิจัยของ Tarrant and Cordell 1997; Cottrell 2003; Tarrant and Green 1999 พบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมักจะมีผลต่อการรับรู้มากกว่าทัศนคติและพฤติกรรม ดังนั้นจึงทำให้ทัศนคติเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้อง มีปฏิสัมพันธ์และคำนึงถึงความต้องการของคนในชุมชนและคนในชุมชนควรมีสิทธิเท่าเทียมกับ นักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงส่งผลให้ทัศนคติด้านความยั่งยืนต่อชุมชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของเมือง พัทยา จังหวัดชลบุรี มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ทัศนคติด้านความยั่งยืนทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับค่านิยมและวัฒนธรรมของคน ในท้องถิ่นตลอดจนได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดกับคนในท้องถิ่นก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในการ ท่องเที่ยว จึงส่งผลให้ทัศนคติด้านความยั่งยืนทางสังคมมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Nicholas & Thapa (2010) ที่พบว่า ทัศนคติด้าน ความยั่งยืนทางสังคมมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะ St. Lucia และสอดคล้องกับแนวคิดของ UNEP/WTO (2005) ที่กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรสร้างความสมดุลให้เกิดความยั่งยืน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่มุ่งเน้นเพียงด้านใดด้านหนึ่ง

โดยปกตินักท่องเที่ยวมีทัศนคติด้านความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นความสำคัญที่ควรซื้อสินค้าของคนในท้องถิ่นตลอดจนอุดหนุน บริการของคนในท้องถิ่นนั้น ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้กับคนในท้องถิ่น นอกจากนี้ การเพิ่มค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับ สินค้าและบริการในท้องถิ่นก่อให้เกิดผลกระทบแบบทวีคูณ (Multiplier Effect) ซึ่งจะกระตุ้นให้ธุรกิจชุมชน ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดของ Swarbrooke (1999) ที่พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ระหว่างทัศนคติด้านความยั่งยืนทางเศรษฐกิจกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แม้ว่าทัศนคติด้าน ความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจจะมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในระดับน้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น โดยเฉพาะในปัจจุบันการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มักจะให้ความสำคัญในเรื่องของชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมมากกว่าเศรษฐกิจ สอดคล้องกับ แนวคิดของนักวิชาการเป็นจำนวนมาก (Butler 1999; Murphy and Price 2005; Swarbrooke 1999; Wight 1993)

จากการศึกษา พบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อการ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยทัศนคติทั้งสามด้านสามารถทำนายได้ ร้อยละ 31.5 ในขณะที่ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แม้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด

($\bar{x}$ = 4.67, S.D. = .385) เนื่องจากทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมจะส่งผลต่อการรับรู้มากกว่าพฤติกรรม ซึ่งไม่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตพญา จังหัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nicholas and Thapa (2010)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรจะมีการรณรงค์และการให้ความรู้ในเชิงลึกเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่แม้จะมีความรู้เกี่ยวกับความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม แต่เป็นการรับรู้โดยทั่วไป ซึ่งในความเป็นจริงแล้วในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวต่างมีความหลากหลายและแตกต่างกัน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในเมืองพญา จังหัดชลบุรี ซึ่งมีความหลากหลายในด้านการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของธรรมชาติ การช้อปปิ้ง สันทนาการและบันเทิง ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่าง ๆ ซึ่งหน่วยงานราชการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรจะทำการศึกษาสัมพันธ์และให้ความรู้อย่างถ่องแท้เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีความหลากหลายในเมืองพญา จังหัดชลบุรี เพื่อให้นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชาวไทยและชาวต่างชาติได้ร่วมมือกันรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติเกี่ยวกับความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อมในระดับดีมาก แต่ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อมกลับไม่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. เปรียบเทียบการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในแหล่งอื่น ๆ เพื่อศึกษาตัวแปรร่วมที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะได้ทำการรณรงค์และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับปัจจัยดังกล่าวเพื่อให้ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป อันจะเป็นการนำรายได้ให้กับประเทศต่อไป
2. ควรศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพญา จังหัดชลบุรี อย่างต่อเนื่องเพื่อเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพญา จังหัดชลบุรี เนื่องจากงานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและงบประมาณจึงทำการศึกษาเฉพาะในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งเป็นข้อจำกัดของการวิจัยในครั้งนี้

References

- กรมการท่องเที่ยว. (2556). *กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2558
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2542).
- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. (2558). (ออนไลน์) เข้าถึงจาก <http://www.dla.go.th/work/abt/>
- วันที่เข้าถึง : 2 กันยายน 2558.

- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2558). (ออนไลน์) เข้าถึงจาก http://www.dasta.or.th/th/sustainable_designated-areas/530.html วันที่เข้าถึง : 2 กันยายน 2558.
- Altinay, M. & Hussain, K. (2005). Sustainable tourism development: a case study of North Cyprus. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(3), 272 - 280.
- Bovee, C. L., Houston, M. J. & Thill, J. V. (1995). *Marketing* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Boyd, S. W. & Timothy, D. J. (2001). Developing partnerships: Tool for interpretation and management of World Heritage Sites. *Tourism Recreation Research*, 26(1), 47 - 53.
- Butler, R. (1999). Sustainable tourism: a state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1, 7 - 25.
- Choi, H. & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 43, 380 - 394.
- Cottrell, S. (2003). *Skills for Success*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Good, C. V. (1959). *Dictionary of Education*. 2nd ed. New York: McGraw - Hill Book Company.
- Hair, J. F., Bush, R. P. & Ortinau, D. J. (2003). *Marketing Research: Within a changing Information Environment*, Vol. 22.; McGraw-Hill.
- Hawkins, D. I., Best, R. J. & Coney, K. A. (1998). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. (7th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850 - 867.
- Jamieson, W. (2003). *Poverty alleviation through sustainable tourism development*. New York: United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific.
- Kendler, H. H. (1963). *Basic Psychology*. New York: Appleton Century Grofts Company.
- Li, M., Wu, B. & Cai, L. (2008). Tourism development of World Heritage Sites in China: A geographic perspective. *Tourism Management*, 29, 308 - 319.
- Lisa, M. A., Hsing, I. W. & Kimberly, L. (2012). An Empirical Assessment of Residents' Attitudes for Sustainable Tourism Development: A Case Study of O'ahu, Hawai'i, *Journal of Sustainability and Green Business*, 1 - 27.
- Loudon, D. & Bitta, A.J. (1993). *Consumer behavior*. (4th ed.). New York: McGraw-Hill.

- Mason, P. & Kuo, I. (2006). Visitor management at Stonehenge, UK. In A. Leask & A. Fyall (Eds.), *Managing World Heritage Sites* (pp. 181 - 194). Burlington, MA: Butterworth Heinemann.
- Murphy, P. & Price, G. (2005). Tourism and sustainable development. In W. Theobald (Ed.), *Global tourism* (3rd ed., pp. 167 - 193). Burlington, MA: Butterworth-Heinemann.
- Nicholas, L. & Thapa, B. (2010). Visitor perspectives on sustainable tourism development in the Pitons Management Area World Heritage Site, St. Lucia, University of Florida, USA: 12, 839 - 857.
- Rosenberg, M. J. & Hovland, C. I. (1960). *Attitude Organization and Change*. New Haven: Yale University.
- Slee, W., Farr, H. & Snowdon, P. (1997). Sustainable tourism and the local economy. In M. J. Stabler (Ed.), *Tourism & sustainability: Principles to practice* (pp. 69 - 87). Wallingford, UK: CABI.
- Southgate, C. & Sharpley, R. (2002). Tourism, development and the environment. In R. Sharpley & D. J. Telfer (Eds.), *Tourism and development: Concepts and issues* (pp. 231 - 262). Cleveon, UK: Channel View Publications.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Wallingford, UK: CABI.
- Tarrant, M. A. & G. T. Green. (1999). "Outdoor recreation and the predictive validity of environmental attitudes." *Leisure Sciences*, 21(1): 17 - 30.
- Tarrant, M. A. & H. K Cordell. (1997). The effect of respondent characteristics on general environmental attitude-behavior correspondence. *Environment and Behavior*, 29: 618 - 637.
- Thapa, B. & Graefe, A. (2003). Forest recreationists and environmentalism. *Journal of Park and Recreation Administration*, 21(1), 77 - 105.
- Timothy, D. J. & Boyd, S. W. (2006). Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1 - 16.
- UNEP/WTO. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. Paris: UNEP; Madrid: WTO.
- Wahab, S. (1997). Sustainable tourism in the developing world: The challenge of sustainability. In S. Wahab & J. J. Pigram (Eds.), *Tourism, development and growth* (pp. 129 - 146). New York: Routledge.

Wight, P. (1993). Sustainable ecotourism: Balancing economic, environmental and social goals within an ethical framework. *Journal of Tourism Studies*, 4(2), 54 - 66.

World Tourism Organization (WTO). (1993). *Sustainable tourism development: A guide for local planners*. Madrid: World Tourism Organization.

Yamane, Taro. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis*. 2nd Ed., New York: Harper and Row. <http://www.dasta.or.th> สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2558



Associate Professor, Nak Gulid, Ph.D., Ph.D. (International Trade & Finance) University of Missouri Columbia Ph.D. (Marketing) Thammasat University Position: Head of Business Administration Department, Srinakharinwirot University.



Supinya Yansomboon, Ph.D., D.B.A. (International Business Finance) University States International University Position: Lecturer at Business Administration Department, Srinakharinwirot University.