



พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี

Information Literacy Behaviors for Low Carbon Tourism in Kanchanaburi

อังคณา แวซอหะ

สุวรรณา เข้มแดง

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมณฑลพระนครศรีอยุธยา



พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี

Information Literacy Behaviors for Low Carbon Tourism in Kanchanaburi

อังคณา แวซอหะ

สุวรรณา เข้มแดง

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมณฑลพระนครศรีอยุธยา

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี

ผู้วิจัย : อังคณา แวซอหေး และสุวรรณา เข้มแดง

พ.ศ. 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี โดยศึกษาจากลักษณะการเดินทาง ลักษณะการพักค้างคืน วัตถุประสงค์ในการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ในพ.ศ. 2566 จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำมากที่สุดคือ ความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ รองลงมาคือความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศ และความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการค้างคืนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืนมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ค้างคืน นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรับประทานอาหาร นักท่องเที่ยวที่ทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และท่องเที่ยวธรรมชาติ เจริญเวศ เจริญอนุรักษ์มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวเชิงศาสนา และวัฒนธรรม

Title: Information Literacy Behaviors for Low Carbon Tourism in Kanchanaburi

Researcher: Angkhana Wesoho and Suwanna Kemdang

Year: 2024

Abstract

This research aimed to study and compare the information literacy behavior for low-carbon tourism of the tourists in Kanchanaburi province by studying the types of traveling, duration of stay, purposes of traveling, and activities performed during the trip. The sample group consisted of 400 Thai tourists traveled to Kanchanaburi province in 2023 that were obtained by convenience sampling. The tool used in the research was a questionnaire. The statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, and F-test. The results found that most tourists possessed a high level of information literacy behavior for low-carbon tourism in all aspects. The areas that the tourists had the most information literacy behavior for low-carbon tourism were: the ability to collect and use information, the ability to know the information needed, and the ability to access information respectively. The tourists with different travel styles had information literacy behavior for low-carbon tourism significantly different at the .05 level. The tourists who traveled alone possessed information literacy behavior for low carbon tourism higher than tourists traveled in groups. The tourists with different duration of stay had significantly different information literacy behaviors for low-carbon tourism at the .05 level. The one day trip tourists had higher information literacy behaviors for low-carbon tourism than the overnight stay – tourists. The tourists with different travel objectives had different information literacy behaviors for low-carbon tourism significantly at the .05 level. The tourists whose objectives were leisurely had higher information literacy behaviors for low-carbon tourism than the tourists whose purpose was culinary travel. The tourists who did different activities while traveling had different information literacy behavior for low-carbon tourism significantly at the .05 level. The tourists who did different activities during the trip had significantly different information literacy behavior at the .05 level. The tourists who were in the categories of health, leisure, historical, nature,

eco-tourism, and conservation tourism had higher information literacy behavior for low-carbon tourism than religious and cultural tourists.



กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยขอขอบคุณคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่สนับสนุนงบประมาณในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยวและเจ้าของสถานที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวทุกท่านที่อนุเคราะห์ให้ข้อมูลต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกให้นักวิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลจนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นางสาวอังคณา แวซอเหาะ

นางสุวรรณา เข้มแดง



สารบัญ

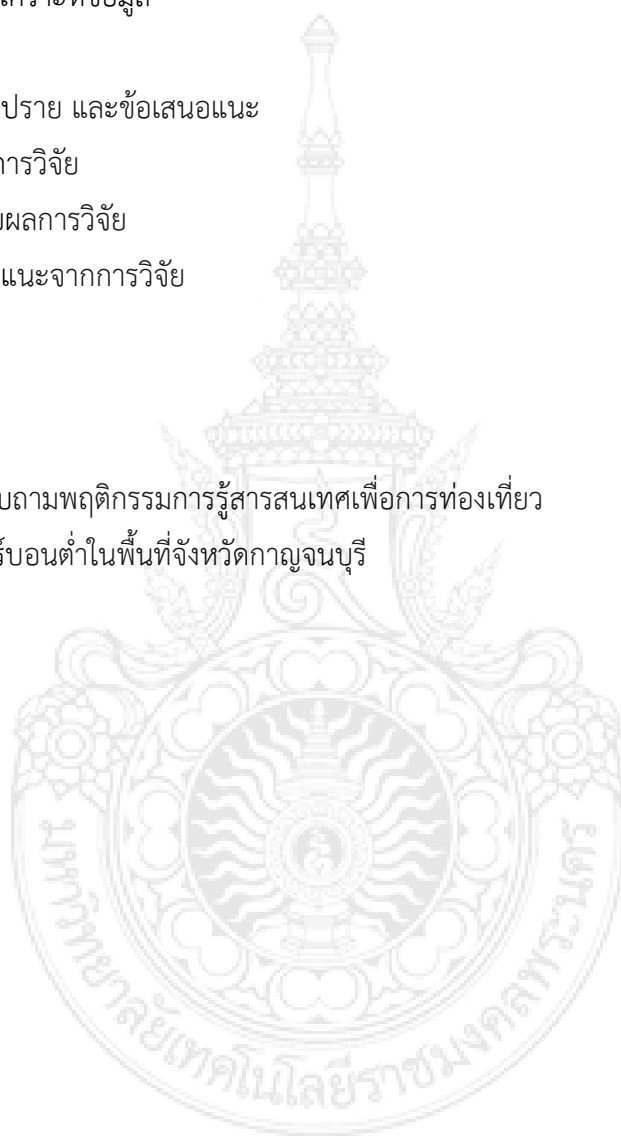
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพประกอบ	ญ
บทที่	
1. บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	4
ตัวแปรที่ศึกษา	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
พฤติกรรมการรู้สารสนเทศ	8
ความหมายของพฤติกรรม	8
ความหมายและความสำคัญของการรู้สารสนเทศ	8
องค์ประกอบของการรู้สารสนเทศ	9
ความหมายของพฤติกรรมการรู้สารสนเทศ	9
มาตรฐานการรู้สารสนเทศ	9
พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ	15
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	15

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ประเภทของนักท่องเที่ยว	16
รูปแบบการท่องเที่ยว	17
ประเภทการท่องเที่ยว	21
แนวคิดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ	23
ความหมายและแนวคิดของการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ	23
การเตรียมตัวท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ	23
ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ	24
สารสนเทศและแหล่งสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ	40
และการรู้สารสนเทศ	40
3. วิธีการดำเนินการวิจัย	46
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	46
ประชากร	46
กลุ่มตัวอย่าง	46
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	49
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	51
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	51
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	51

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
5. สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	73
สรุปผลการวิจัย	74
อภิปรายผลการวิจัย	77
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	86
บรรณานุกรม	88
ภาคผนวก	94
แบบสอบถามพฤติกรรมความรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว	
แบบคาร์บอนต่ำในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี	95
ประวัติผู้วิจัย	100

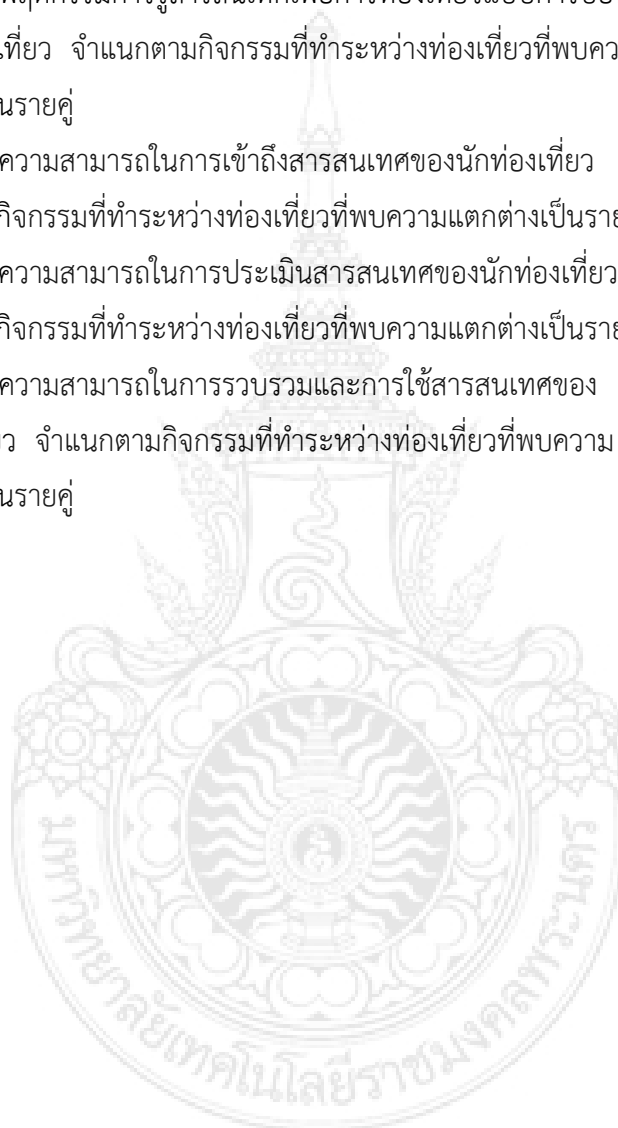


สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1	คำร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	52
2	ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ครอบคลุมด้าน	55
3	ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ	56
4	ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ	57
5	ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการประเมินสารสนเทศ	59
6	ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ	60
7	เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง	62
8	เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการพักค้างคืน	63
9	เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง	64
10	เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของ นักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	65
11	เปรียบเทียบความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและ แหล่งสารสนเทศของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	66
12	เปรียบเทียบความสามารถในการประเมินสารสนเทศของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	67
13	เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว	68

สารบัญญัตินำ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
14	เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวที่พบความ แตกต่างเป็นรายคู่	69
15	เปรียบเทียบความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศของนักท่องเที่ยว จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	70
16	เปรียบเทียบความสามารถในการประเมินสารสนเทศของนักท่องเที่ยว จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่	71
17	เปรียบเทียบความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศของ นักท่องเที่ยว จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวที่พบความ แตกต่างเป็นรายคู่	72



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Library)	26
2 ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Library)	27
3 สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดกาญจนบุรี	28
4 สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดกาญจนบุรี	28
5 เว็บไซต์จังหวัดกาญจนบุรี	29
6 เว็บไซต์จังหวัดกาญจนบุรี	29
7 ตัวอย่างบริษัททัวร์	30
8 รายการ Sightseeing ที่ียนนอกทาง	31
9 ตัวอย่างรายการท่องเที่ยวเที่ยวให้สุดสมุดโคจร	32
10 เพลงท่องเที่ยวเวลาพักเที่ยว	33
11 เพลงท่องเที่ยว Go Went Go : เที่ยว เว้น เที่ยว	34
12 เว็บไซต์เพื่อการจองตั๋วเครื่องบินและที่พัก	35



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในลำดับต้น ๆ ของประเทศไทยในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศและชุมชน จากการประกอบธุรกิจด้านต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ โรงแรม รีสอร์ท บ้านพักรายวันและรายเดือน ร้านอาหาร ตลาด บริษัทนำเที่ยว บริษัทขนส่ง ร้านค้า ในชุมชน เป็นต้น จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) (2566 : 18) มีเป้าหมายหลัก คือ 1) การท่องเที่ยวไทยมีความเข้มแข็งและสมดุล 2) การยกระดับความเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว 3) การสร้างความเชื่อมั่นและมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวคุณค่าสูง 4) การบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการพลิกโฉมการท่องเที่ยวไทยเพื่ออนาคตที่ดีกว่าสำหรับทุกคน ภายใต้วิสัยทัศน์ การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว และเติบโตอย่างยั่งยืนรวมทั้งการมีส่วนร่วม การที่จะทำให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วมต้องเกิดขึ้นจากทุก ๆ ฝ่ายร่วมกันพัฒนา และรักษาสิ่งแวดล้อมที่อยู่ให้คงอยู่และเติบโตต่อไป การท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำเป็นทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจ เพื่อเป็นทางเลือกในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแก่ชุมชนในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวตามแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและอนุรักษ์เชิงสร้างสรรค์ โดยนำสิ่งที่มีในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยลดการใช้พลังงานที่จะก่อให้เกิดคาร์บอนมากที่สุดจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ จากผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุก ๆ ด้าน และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดจากพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว รวมทั้งความสนใจของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ทั้งนี้พื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ด้วยลักษณะทางภูมิประเทศที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าสมบูรณ์และภูเขาสูง นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล เป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่มีความทรงจำที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวในช่วงยุคทราวดีผ่านซากโบราณสถาน ที่อำเภอสังขละบุรี หรือศิลปะแบบขอมที่ปราสาทเมืองสิงห์ รวมทั้งสงครามไทยกับพม่าในช่วงการเสียกรุงครั้งที่ 2 ผ่านด่านเจดีย์สามองค์ และสงครามโลกครั้งที่ 2 ผ่านทางรถไฟสายมรณะสะพานแม่น้ำแคว ถ้ำกระแซ พิพิธภัณฑ์ช่องเขาขาด นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาทิ บ้านอิต่อง ชุมชนมอญที่สังขละบุรี เมืองมัลลิกา รศ.124 วัดถ้ำเสือ วัดป่าหล้าขาแข้ง โบสถ์สแตนเลส เป็นต้น รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ น้ำตกไทรโยคน้อย น้ำตกไทรโยกใหญ่ น้ำตก

เอราวัณ เชื้อนาวชิราลงกรณ เขาช้างเผือก ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชุมชน

พฤติกรรมความรู้สารสนเทศ เป็นลักษณะการกระทำของบุคคลที่รู้ และตระหนักรู้ได้ว่าเมื่อไรต้องการสารสนเทศ เพื่อใช้ในการวางแผนและตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งสามารถระบุความต้องการสารสนเทศของตนได้ รู้แหล่งสารสนเทศและทรัพยากรสารสนเทศที่คาดว่าจะให้คำตอบ รู้วิธีการค้นหาสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ รู้วิธีการประเมินคุณค่า และความน่าเชื่อถือของสารสนเทศ จัดการสารสนเทศ และนำไปใช้ประโยชน์สารสนเทศอย่างมีจรรยาบรรณ และถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งการรู้สารสนเทศเป็นทักษะความรู้ ความสามารถที่จะช่วยให้บุคคลได้รับสารสนเทศตามที่ต้องการเพื่อนำไปใช้ตามวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในยุคที่ข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศสามารถเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็วผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้สามารถเป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งที่พร้อมแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศในด้านต่าง ๆ รวมทั้งในด้านการท่องเที่ยวก็เช่นกันที่มีการเผยแพร่ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว คลิปสั้น ๆ ภาพยนตร์ บทความ จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปีพ.ศ. 2566 โดย We Are Social และ Meltwater (2566 : ออนไลน์) พบว่า 5 กิจกรรมที่คนไทยนิยมมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ การค้นหาข้อมูล ร้อยละ 64.6 อันดับที่ 2 คือ การติดตามข่าวสาร ร้อยละ 58.1 อันดับที่ 3 คือ การดูหนัง รายการวิดีโอ ร้อยละ 54.8 อันดับที่ 4 คือ การค้นหาไอเดียใหม่ ๆ ร้อยละ 54.4 และอันดับที่ 5 คือ การค้นหา How To ร้อยละ 50.6 พบว่าประเด็นหลักสำคัญที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคคลยังคงให้ความสำคัญในการค้นหาสิ่งใหม่ หรือสิ่งที่ตนเองยังไม่เคยรู้และเข้าใจ เพื่อพบกับประสบการณ์ใหม่ ๆ และให้ได้รับคำตอบนั้น ๆ ซึ่งเป็นพฤติกรรมพื้นฐานของมนุษย์ที่จะช่วยลดความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง

จากการศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว คือ ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางแบบพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ การเยี่ยมครอบครัว ญาติ และเพื่อน รองลงมา คือ การท่องเที่ยวพักผ่อน และไหว้พระ ปฏิบัติธรรม โดยมีกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว คือ ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา คือ ท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการพักผ่อนในที่พัก ไม่ทำกิจกรรม (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2560 : ออนไลน์) โดยก่อนการเดินทางนักท่องเที่ยวได้แสดงพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว เพื่อการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า โดยกำหนดความต้องการสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับสถานที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร วิธีการเดินทาง และค่าใช้จ่าย โดยประมาณต่อการเดินทางแต่ละครั้ง จากการค้นหาบนสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน Search Engine, YouTube, Facebook และ Instagram เป็นต้น โดยการอ่าน การดู การฟัง รีวิวข้อมูล สารสนเทศ

ต่าง ๆ รวมทั้งซักถามแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือการสอบถามผู้ที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน เพื่อประกอบการตัดสินใจ (ปิยะดา ดาวล้อมจันทร์, ศศิพิมล ประพินพงศกร และแววตา เตชาทวีวรรณ. 2564 : 38 ; ศิริภรณ์ พงศ์ลี. 2564 : บทคัดย่อ) นอกจากนี้ยังพบว่า การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับข้อความที่น่าสนใจ (Content) และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว การแนะนำการท่องเที่ยว ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (กัญชลิตา ต้นเจริญ. 2563 : บทคัดย่อ) จากพฤติกรรมดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจในข้อมูล สารสนเทศต่าง ๆ ที่จะช่วยให้การวางแผนเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งให้ได้รับความสนุกสนาน สะดวกสบาย และคุ้มค่าตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของตนเอง และผู้ร่วมเดินทาง

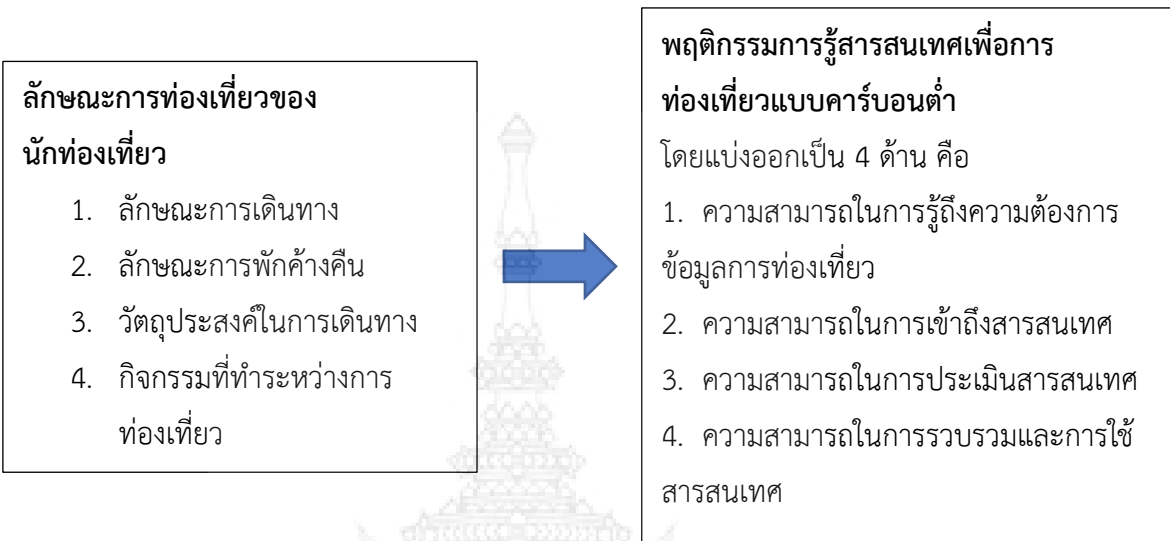
ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมความรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้เข้าใจถึงความต้องการสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว รูปแบบการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศและสารสนเทศ การวิเคราะห์สารสนเทศที่ได้รับ และการนำสารสนเทศไปใช้ประโยชน์ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานแก่ชุมชน และผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยวในการพัฒนาสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสำหรับพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี รวมทั้งใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการรู้สารสนเทศด้านการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ เพื่อตอบสนองความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมความรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมความรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามลักษณะการเดินทาง ลักษณะการพักค้างคืน วัตถุประสงค์ในการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดการวิจัย

หัวข้อที่ศึกษาครอบคลุมในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้



สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางต่างกัน มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการพักค้างคืนต่างกัน มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่างกัน มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวต่างกัน มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ในปี พ.ศ. 2566 เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนนักวิจัยจึงนำข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดกาญจนบุรี ในปี พ.ศ. 2565 ใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้น ซึ่งมีจำนวน 11,453,168 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2566 : ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ในปีพ.ศ. 2566 ผู้วิจัยจึงได้ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยคำนวณจากสูตร Yamane ดังนี้

$$n = \frac{p(1 - p) (Z^2)}{e^2}$$

โดยกำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 0.5

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างมีค่า 0.05

Z = ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.5(1 - 0.5) (1.96^2)}{0.05^2} \\ &= \frac{(0.5)(0.5)(3.8416)}{0.0025} \\ &= \frac{0.9604}{0.0025} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ทำให้ผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 385 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) โดยสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ตามสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา วัฒนธรรม ศาสนา ประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 400 คน ซึ่งมากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น ได้แก่

1.1 ลักษณะการเดินทาง

- เดินทางคนเดียว
- เดินทางเป็นกลุ่ม

1.2 ลักษณะการพักค้างคืน

- ไม่พักค้างคืน
- พักค้างคืน

1.3 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง

- เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน
- ท่องเที่ยว/พักผ่อน
- ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม
- ซื้อของ ซ้อปิ้ง
- รับประทานอาหาร

1.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว

- ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ
- ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม
- ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
- ท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์
- ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
- ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- ไม่ทำกิจกรรม/พักผ่อนในที่พัก/บ้านญาติ/บ้านเพื่อน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พฤติกรรมการรู้สารสนเทศ หมายถึง การกระทำของนักท่องเที่ยวที่แสดงออก และกระทำขึ้นเมื่อต้องการใช้ข้อมูล สารสนเทศเพื่อวัตถุประสงค์การใช้สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ และความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ

2. การท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีความสำคัญที่ว่า “เที่ยวอย่างไรจึงจะปล่อยก๊าซคาร์บอนให้น้อยที่สุด

3. นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลสัญชาติไทยที่มีภูมิลำเนาในประเทศไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ในช่วงปีพ.ศ. 2566

4. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง หมายถึง วัตถุประสงค์หลักที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีครั้งนี้ ได้แก่ เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ท่องเที่ยว/พักผ่อน ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม ซื้อของ ซ่อปปิ้ง รับประทานอาหาร และ อื่น ๆ

5. กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวได้ทำขึ้นในระหว่างเดินทางในจังหวัดกาญจนบุรี นอกเหนือจากวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ได้แก่

5.1 ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ เช่น ขับรถ ชี่จักรยานเที่ยว/ถ่ายภาพชมธรรมชาติ/ ชุมชน ซ่อปปิ้ง ล่องแพ เล่นน้ำตก ทานอาหาร เป็นต้น

5.2 ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม เช่น ชมพิพิธภัณฑ์ เรียนรู้วิถีชุมชนมอญ เข้าวัด ไหว้พระ ขอพร ปฏิบัติธรรม เป็นต้น

5.3 ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น ชมพิพิธภัณฑ์ เทียวด่านเจดีย์สามองค์ เส้นทางรถไฟสายมรณะ เมืองมัลลิกา รศ. 124 เป็นต้น

5.4 ท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ เช่น เทียวธรรมชาติ น้ำตก เขื่อน ถ้ำ คุนุก เข้าร่วมกิจกรรมรักษาสัตว์สิ่งแวดล้อม ปลูกป่า เป็นต้น

5.5 ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เช่นชมพิพิธภัณฑ์ เรียนรู้วิถีชุมชน/วัฒนธรรม เป็นต้น

5.6 ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น นวด สปา อาบน้ำแร่ เป็นต้น

5.7 ไม่ทำกิจกรรม/พักผ่อนในที่พัก/บ้านญาติ/บ้านเพื่อน

6. ลักษณะการเดินทาง หมายถึง ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว หรือการเดินทางมาเป็นกลุ่ม

7. ลักษณะการพักค้างคืน หมายถึง ลักษณะการเข้าพักค้างคืนภายในจังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยว มี 2 รูปแบบ คือ 1) การไม่ค้างคืนโดยการเดินทางมาเช้าเย็นกลับ หรือกลับภายใน 24 ชั่วโมง 2) การพักค้างคืนตามสถานประกอบการด้านที่พักอาศัยเพื่อการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เป็นต้น รวมทั้งบ้านญาติ พี่น้อง เพื่อน ตั้งแต่ 1 คืนขึ้นไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมความรู้สารสนเทศ

ความหมายของพฤติกรรม

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554 : ออนไลน์) ให้ความหมายของพฤติกรรม คือ การกระทำหรือ อารมณ์ที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า เช่น สิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์

พฤติกรรมเน้นที่การกระทำที่แสดงออกหรือปฏิกิริยาโต้ตอบเมื่อเผชิญกับสิ่งเร้า (Stimulus) หรือสถานการณ์ต่าง ๆ การกระทำต่าง ๆ สามารถสังเกตได้จากการเดิน การพูด การเขียน การคิด เป็นต้น สิ่งเร้าที่มากกระทบแล้วก่อให้เกิดพฤติกรรม คือ ความต้องการส่วนบุคคล เช่น ความพึงพอใจ การยอมรับ การต้องการความรัก การสร้างรายได้ ความสำเร็จ เป็นต้น

ความหมายและความสำคัญของการรู้สารสนเทศ

การรู้สารสนเทศมีความสำคัญต่อการสร้างสังคมสารสนเทศ และสังคมความรู้ เป็นทักษะชีวิตที่จำเป็นในสังคมแห่งการเรียนรู้ ซึ่งองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้กำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ของมนุษย์ไว้ 4 ประการ คือ (UNESCO. 2556 : ออนไลน์)

1. Learn to know การเรียนรู้เพื่อให้มีความรู้ และมีวิธีการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำความรู้ วิธีการเรียนรู้ที่ได้มาไปต่อยอด แสวงหาหรือสร้างความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นได้ตลอดเวลา
2. Learn to do การเรียนรู้เพื่อที่จะทำเป็น หรือใช้ความรู้ไปประกอบอาชีพ และสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม
3. Learn to live with the others การเรียนรู้เพื่อการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคมได้อย่างมีความสุข และสร้างสรรค์
4. Learn to be การเรียนรู้เพื่อที่จะเป็นผู้ที่รู้จักตนเองอย่างถ่องแท้ สามารถพัฒนาตนได้เต็มตามศักยภาพ หรือพัฒนาตนเองให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์มากขึ้น

โดยมีเป้าหมายการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงถึงการพัฒนาลักษณะนิสัยทางจริยธรรมและการอยู่ร่วมกับผู้อื่น และการพัฒนาตนเอง เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต

การรู้สารสนเทศ (Information Literacy) หมายถึง การที่บุคคลตระหนักถึงความต้องการที่จำเป็นต้องใช้สารสนเทศได้ว่าเมื่อใดต้องการสารสนเทศเรื่องอะไรบ้าง รูปแบบไหนบ้าง มีความสามารถในการระบุและเข้าถึงแหล่งสารสนเทศ สามารถสืบค้นสารสนเทศ สามารถวิเคราะห์ และประเมินทรัพยากรสารสนเทศและสารสนเทศที่ได้รับ รวมทั้งสามารถจัดการสารสนเทศ และใช้

สารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างเป็นธรรมชาติ (ชุน เทียมทินกฤต. 2560 : ออนไลน์ ; อาชัญญา รัตนอุบล. 2561 : ออนไลน์)

การรู้สารสนเทศของบุคคล จะช่วยส่งเสริมให้บุคคลสามารถเข้าถึงสารสนเทศจากทั่วทุกมุมโลก และนำสารสนเทศออกเป็นความรู้ เพื่อนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นับเป็นการส่งเสริมเสรีภาพในการเรียนรู้ของบุคคลอย่างแท้จริง

องค์ประกอบของการรู้สารสนเทศ

องค์ประกอบของการรู้สารสนเทศ ประกอบด้วย ความเข้าใจและความสามารถส่วนบุคคลที่ตระหนักถึงความจำเป็นของสารสนเทศ ดังนี้ (อาชัญญา รัตนอุบล. 2561 : ออนไลน์)

1. ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ประกอบด้วย ความสามารถทางกายภาพของบุคคล และสติปัญญาในการเข้าถึงสารสนเทศในสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยี สามารถระบุแหล่งสารสนเทศและค้นหาสารสนเทศ ด้วยการใช้ความรู้และกลยุทธ์เพื่อคัดเลือก แก้ไข วิเคราะห์ สังเคราะห์

2. ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ ประกอบด้วย ความสามารถในการสังเคราะห์หรือการตีความสารสนเทศ สามารถในการตัดสินใจได้ว่าแหล่งสารสนเทศใดมีความน่าเชื่อถือ โดยอาศัยข้อเท็จจริงและความเที่ยงตรงของเนื้อหา

3. ความสามารถในการใช้สารสนเทศ ประกอบด้วย ความเข้าใจประเด็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศ รวมถึงมารยาทการใช้สารสนเทศ และประสิทธิภาพในการจัดการสารสนเทศที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ความหมายของพฤติกรรมการรู้สารสนเทศ

พฤติกรรมการรู้สารสนเทศ หมายถึง การกระทำของบุคคลที่แสดงออกเมื่อต้องการใช้สารสนเทศ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง การเข้าถึงสารสนเทศ ตลอดจนการคัดเลือกข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผลเป็นสารสนเทศ รวมถึงพฤติกรรมการแสวงหาและใช้สารสนเทศเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล

มาตรฐานการรู้สารสนเทศ

UNESCO (2556 : ออนไลน์) ได้กำหนดมาตรฐานความรู้เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตและใช้ชื่อว่า “ The Eleven Stages of the Information Literacy Life Cycle” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการศึกษาและพัฒนาคุณภาพของบุคคลในประเทศ ซึ่งมาตรฐานความรู้ทั้ง 11 ข้อ เป็นมาตรฐานการรู้สารสนเทศสำหรับบุคคลทั่วไป ดังนี้

1. ตระหนักถึงความต้องการสารสนเทศ และสามารถรู้สารสนเทศในการแก้ปัญหาได้

2. สามารถกำหนดลักษณะและขอบเขตของสารสนเทศที่ต้องการได้

3. รู้วิธีการกำหนดแนวทางการแสวงหาสารสนเทศด้วยตนเอง
4. สามารถค้นหาสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการของตนได้
5. สามารถประยุกต์และนำสารสนเทศมาใช้ในการสร้างความรู้ใหม่ได้
6. สามารถระบุแหล่งและค้นคืนสารสนเทศในเรื่องที่ต้องการจากแหล่งสารสนเทศ

ต่าง ๆ

7. สามารถจัดระบบ สังเคราะห์ รวบรวมและประยุกต์สารสนเทศไปใช้ประโยชน์ได้
8. สามารถสื่อสาร นำเสนอ และแลกเปลี่ยนสารสนเทศกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม
9. สามารถใช้สารสนเทศเพื่อการแก้ปัญหาและตัดสินใจได้
10. ตระหนักถึงการเก็บรักษา บันทึกและนำสารสนเทศกลับมาใช้ใหม่เพื่อการเรียนรู้

ในอนาคต

11. สามารถวิเคราะห์สารสนเทศว่ามีความจำเป็นหรือเหมาะสมกับการใช้งาน

หรือไม่

American Association of School Librarians & Association for Educational Communications and Technology (2004 : online) ได้เสนอมาตรฐานของผู้รู้สารสนเทศไว้ 3 ระดับ ดังนี้

1. มาตรฐานทั่วไปประกอบด้วย มาตรฐาน ที่1-3
มาตรฐานที่ 1 ผู้เรียนสามารถเข้าถึงสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ และ
มาตรฐานที่ 2 ผู้เรียนสามารถประเมินสารสนเทศอย่างมีวิจารณญาณ
มาตรฐานที่ 3 ผู้เรียนใช้สารสนเทศได้อย่างถูกต้องและสร้างสรรค์ การเรียนรู้
2. การเรียนรู้อย่างอิสระประกอบด้วย มาตรฐานที่ 4-6
มาตรฐานที่ 4 ผู้เรียนต้องรู้สารสนเทศ และแสวงหาสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับ
มาตรฐานที่ 5 ผู้เรียนต้องรู้สารสนเทศ และชื่นชมวรรณคดีและสารสนเทศอื่นๆ
ที่มีการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์
มาตรฐานที่ 6 ผู้เรียนต้องมุ่งแสวงหาสารสนเทศ และสร้างองค์ความรู้
สร้างสรรค์
3. ความรับผิดชอบต่อสังคมประกอบด้วยมาตรฐานที่7-8
มาตรฐานที่ 7 ผู้เรียนต้องตระหนักถึงความสำคัญของสารสนเทศที่มีต่อสังคม

ประชาธิปไตย

มาตรฐานที่ 8 ผู้เรียนต้องมีพฤติกรรมที่มีจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ

Society of College, National and University Libraries, (SCONUL) ได้พัฒนารูปแบบของการรู้สารสนเทศขึ้นมาแทนการกำหนดมาตรฐาน โดยการกำหนดเป็นโมเดล เรียกว่า Seven Pillars of Information Literacy กำหนดทักษะไว้ 7 ด้าน คือ (วรวิทย์ นิเทศศิลป์. 2558 อ้างอิงใน กาญจนา คำสมบัติ. 2562 : 44)

1. ความสามารถในการตระหนักว่าตนเองต้องการสารสนเทศ
2. ความสามารถในการแสดงให้เห็นความแตกต่างของวิธีการระบุช่องว่างทางสารสนเทศ
3. ความสามารถในการสร้างกลยุทธ์ในการกำหนดแหล่งที่มีสารสนเทศ
4. ความสามารถในการกำหนดแหล่งสารสนเทศและเข้าถึงสารสนเทศ
5. ความสามารถในการเปรียบเทียบและประเมินสารสนเทศที่ได้รับจากแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ
6. ความสามารถในการจัดการและแลกเปลี่ยนสารสนเทศกับผู้อื่นอย่างเหมาะสมในสถานการณ์ต่าง ๆ กัน
7. ความสามารถในการสังเคราะห์ และพัฒนาสารสนเทศที่มีอยู่ ไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ได้

คณะกรรมการบรรณารักษ์อุดมศึกษาประเทศออสเตรเลีย (CAUL) ได้กำหนดมาตรฐานการรู้สารสนเทศระดับอุดมศึกษาของประเทศออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ โดยนำมาตรฐาน ACRL ไปประยุกต์ใช้ในปี ค.ศ. 2001 เปลี่ยนแปลงจากคำว่านักศึกษา เป็นคำว่า บุคคลทั่วไป รวมถึง ผู้ใช้ทั่วไป ไม่จำกัด และได้เพิ่มมาตรฐาน ที่ 7 ขึ้นในฉบับที่หนึ่ง คือ มาตรฐานที่กำหนดว่า “ผู้รู้สารสนเทศ ตระหนักดีว่า การเรียนรู้ตลอดชีวิต และการมีส่วนร่วมในฐานะเป็นพลเมืองนั้น ต้องมีทักษะการรู้สารสนเทศ” ส่วนในฉบับที่ 2 เผยแพร่ในปี ค.ศ. 2004 ได้ยกเลิกมาตรฐานข้อนี้ และเปลี่ยนชื่อจากคำว่า มาตรฐานมาเป็นกรอบโครงสร้าง โดยการกำหนดว่าบุคคลผู้รู้สารสนเทศควรมีลักษณะ ดังนี้ (Council of Australian University Librarian. 2001: online)

1. สามารถตระหนักถึงความต้องการสารสนเทศรวมทั้งสามารถกำหนดลักษณะและขอบเขตของสารสนเทศที่ต้องการได้
2. สามารถค้นหาสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
3. สามารถประเมินผลเชิงวิเคราะห์กับสารสนเทศและกระบวนการค้นหาสารสนเทศที่ต้องการได้

4. สามารถจัดการกับสารสนเทศทั้งที่ค้นหามาได้ หรือที่สร้างขึ้นใหม่
5. สามารถประยุกต์ใช้สารสนเทศเดิมที่มีอยู่เข้ากับสารสนเทศใหม่ เพื่อสร้างแนวความคิดใหม่ หรือสร้างความเข้าใจใหม่ได้
6. สามารถใช้สารสนเทศด้วยความเข้าใจและยอมรับในประเด็นทางวัฒนธรรม จริยธรรม เศรษฐกิจ กฎหมาย และสังคมที่แวดล้อมขณะใช้สารสนเทศนั้น ๆ ได้

Big 6 Skills ถูกพัฒนาขึ้นโดย Mike Eisenberg และ Robert Berkowitz ในปี 1990 โดยนำหลักการรู้สารสนเทศมาพัฒนาเป็นทักษะประกอบด้วย 6 ทักษะหลัก และ 12 ทักษะย่อยเพื่อการรู้สารสนเทศสำหรับผู้เรียน ประกอบด้วยกิจกรรม 6 ขั้นตอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยให้ผู้เรียนหรือบุคคลสามารถแก้ปัญหาสารสนเทศ ตัดสินใจเกี่ยวกับแหล่งสารสนเทศ และนำสารสนเทศนั้นไปใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (ขุน เทียมทินกฤต. 2560 : ออนไลน์)

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดปัญหาและขอบเขตของงาน (Task Definition) ได้แก่

1. กำหนดปัญหาสารสนเทศ
2. ระบุว่าสารสนเทศที่ต้องการมีขอบเขตน้อยเพียงใด ในขั้นตอนนี้ผู้เรียนต้องตอบคำถาม ดังนี้
 - 2.1 สิ่งที่ต้องการนำไปใช้ทำอะไร
 - 2.2 เข้าใจในสิ่งที่ต้องการจะทำหรือไม่
 - 2.3 คำถามที่ต้องหาคำตอบมีอะไรบ้าง
 - 2.4 ต้องการรู้อะไรบ้าง (แง่มุม/ขอบเขต) เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ
 - 2.5 ประเภทของสารสนเทศที่ต้องการ
 - 2.6 สิ่งนี้เกี่ยวข้องกับชีวิตอย่างไร

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดกลยุทธ์ในการสืบค้น (Information Seeking Strategies)

ได้แก่

1. แหล่งใดบ้างที่น่าจะพบสารสนเทศที่ต้องการ
2. ประเมินแหล่งสารสนเทศว่าแหล่งใดดีที่สุด ในขั้นตอนนี้ผู้เรียนต้องตอบ

คำถาม ดังนี้

- 2.1 เริ่มต้นค้นหาสารสนเทศอย่างไร
- 2.2 ถ้าหากใครจึงจะได้สารสนเทศ
- 2.3 แหล่งสารสนเทศที่ดีที่สุดที่จะใช้ คืออะไร
- 2.4 ประเภทของสารสนเทศที่ต้องการ เช่น ข้อมูล รูปภาพ

ทัศนคติ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดแหล่งที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ (Location and Access) ได้แก่

คำถาม ดังนี้

1. เข้าถึงแหล่งสารสนเทศ
2. สืบค้นสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศ ในขั้นตอนนี้ผู้เรียนต้องตอบ
 - 2.1 สามารถเข้าถึงแหล่งสารสนเทศนั้นจากที่ไหนบ้าง
 - 2.2 มีวิธีสืบค้นอย่างไร
 - 2.3 สารสนเทศจะปรากฏอยู่ที่ไหน ในแหล่งสารสนเทศนั้น ๆ

ขั้นตอนที่ 4 การนำสารสนเทศไปใช้ (Use of information) ได้แก่

ใดที่ไม่ต้องการ

คำถาม ดังนี้

1. อ่านหรือดูสารสนเทศเพื่อตัดสินใจว่าส่วนใดที่ต้องการนำมาใช้ หรือส่วนใดที่ไม่ต้องการ
2. คัดเลือกเอาเฉพาะสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง ในขั้นตอนนี้ผู้เรียนต้องตอบ
 - 2.1 สารสนเทศประเภทใดบ้างที่ได้มา
 - 2.2 สารสนเทศนั้นตอบปัญหาสารสนเทศของเราได้หรือไม่
 - 2.3 จะจัดบันทึกสารสนเทศนั้น ๆ อย่างไร
 - 2.4 สารสนเทศนั้นมีความน่าเชื่อถือหรือไม่

ขั้นตอนที่ 5 การสังเคราะห์ข้อมูล (Synthesis) ได้แก่

บรรณานุกรมหรือไม่

1. การจัดการสารสนเทศที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ
2. นำเสนอสารสนเทศ ในขั้นตอนนี้ผู้เรียนต้องตอบคำถาม ดังนี้
 - 2.1 ประมวลสารสนเทศที่ได้ทั้งหมดเข้าด้วยกันอย่างไร
 - 2.2 เขียนโครงร่างในการนำเสนออย่างไร
 - 2.3 นำเสนอสารสนเทศเพื่อตอบปัญหาสารสนเทศนั้นอย่างไร
 - 2.4 ได้จัดบันทึกแหล่งที่มาของสารสนเทศ เพื่อนำมาเขียน

ขั้นตอนที่ 6 ประเมินผล (Evaluation) ได้แก่

คำถาม ดังนี้

1. ประเมินประสิทธิภาพของผลลัพธ์ที่ได้
2. ประเมินกระบวนการแก้ปัญหาสารสนเทศ ในขั้นตอนนี้ผู้เรียนต้องตอบ
 - 2.1 แก้ปัญหาสารสนเทศได้หรือไม่
 - 2.2 สารสนเทศนั้นเขียนหรือนำเสนอเป็นที่เข้าใจหรือไม่

2.3 ครั้งต่อไปจะทำในสิ่งที่ต่างออกไปหรือ มีการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง

2.4 ได้เรียนรู้อะไรบ้าง

2.5 พึงพอใจต่อผลลัพธ์หรือไม่

จากการศึกษามาตรฐานการรู้สารสนเทศ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิจัยพฤติกรรมการณ์รู้สารสนเทศ เพื่อการท่องเที่ยวยุคคาร์บอนต่ำ 4 ด้าน ดังนี้

1. ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ โดยแสดงพฤติกรรมดังนี้

1.1 สามารถกำหนดสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการท่องเที่ยว หรือรูปแบบการท่องเที่ยว

1.2 สามารถกำหนดและระบุขอบเขตสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ เขื่อนนิเวศ เขื่อนอุบลรัตน์ เขื่อนคานาและวัฒนธรรม เขื่อนประวัติศาสตร์และการศึกษา และเพื่อสุขภาพ

1.3 สามารถกำหนดและระบุขอบเขตสถานที่พักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คาร์บอนต่ำ หรืออยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการสีเขียว หรือโรงแรมที่ดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.4 สามารถกำหนดและระบุขอบเขตร้านค้า หรือร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์จากชุมชน หรือภายในท้องถิ่น

1.5 สามารถกำหนดแนวคิดการเดินทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตนเองและกลุ่ม

2. ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ โดยแสดงพฤติกรรมดังนี้

2.1 สามารถเลือกแหล่งสารสนเทศที่เหมาะสมและดีที่สุด เพื่อให้เข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้ตามความต้องการ

2.2 สามารถระบุและกำหนดวิธีการสืบค้นสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การกำหนดคำสำคัญในการสืบค้น การใช้เครื่องหมายหรือคำสั่งที่เหมาะสมกับเครื่องมือในการค้นหาสารสนเทศ

2.3 สามารถเลือกใช้เครื่องมือในการค้นหาสารสนเทศที่เหมาะสม สะดวก รวดเร็ว และดีที่สุดในการรวบรวมสารสนเทศตามความต้องการ

3. ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ โดยแสดงพฤติกรรมดังนี้

3.1 สามารถตรวจสอบและเปรียบเทียบสารสนเทศด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อประเมินความน่าเชื่อถือ ความเที่ยงตรง และความถูกต้องของสารสนเทศ

3.2 สามารถเลือกวิธีการที่เหมาะสมเพื่อตรวจสอบและเปรียบเทียบสารสนเทศที่ได้รับกับวัตถุประสงค์ความต้องการในการใช้ประโยชน์

3.3 สามารถเปรียบเทียบสารสนเทศที่ได้รับกับความรู้เดิมของตนเอง และหรือพิจารณาจากแหล่งอื่น ๆ ที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อกำหนดเป็นข้อสรุปสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์

4. ความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ โดยแสดงพฤติกรรมดังนี้

4.1 สามารถจัดการเนื้อหาให้อยู่ในรูปแบบที่จะสนับสนุนการใช้งานตามวัตถุประสงค์ เช่น การบันทึก การจัดการโครงสร้าง เนื้อหา การนำเสนอ เป็นต้น

4.2 สามารถจัดการข้อความ ภาพ และสื่อต่าง ๆ ที่ต้องการ โดยเปลี่ยนรูปแบบตามลักษณะการใช้งานใหม่

4.3 สามารถสื่อสารข้อมูล สารสนเทศที่ได้รับไปยังบุคคลอื่น โดยเลือกวิธีการและเครื่องมือที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับ

4.4 แสดงความรู้และทักษะต่าง ๆ จากประสบการณ์เดิมและใหม่ เพื่อวางแผนและสร้างแผนการเดินทางได้ตามความต้องการ

4.5 สามารถทบทวนความรู้ และวิเคราะห์ความสำเร็จหรือความล้มเหลวและวิธีการต่าง ๆ ที่ใช้ผ่าน ๆ มาได้

4.6 สามารถประเมินความต้องการสารสนเทศเพิ่มเติมตลอดการใช้งาน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ (ชวัลนุช อุทยาน. ม.ป.ป. : ออนไลน์)

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในทุก ๆ การกระทำ จะต้องมีเป้าหมายทั้งสิ้น เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการได้รับการยอมรับและเกียรติ โดยการแสดงให้เห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ของตนเองนั้นยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศ และช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติโดยไม่ทำร้ายสภาพแวดล้อม โดยการเดินทางแบบลดการปล่อยคาร์บอน

2. ความพร้อม หมายถึง วุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น ความพร้อมด้านร่างกายและจิตใจในการทำกิจกรรม ปีนเขา ดำน้ำ หรือความพร้อมของร่างกายในการนวดบำบัด

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่สามารถให้เลือกทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามเกาะ แก่ง ควรเดินทางในตอนที่คลื่นลมสงบ ท้องฟ้าเปิด การท่องเที่ยววัฒนธรรมประเพณี ควรตรวจสอบวัน เวลาและสถานที่จัดกิจกรรมดังกล่าว

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดวิเคราะห์ และประเมินสถานการณ์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการให้ได้มากที่สุด เช่น เวลาเที่ยวเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรได้พักผ่อนกลางวัน เวลาครึ่งวันเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวต้องได้พักผ่อน หากแต่เดินทางช่วงมีฝนดาวตกนักท่องเที่ยวก็ควรได้ชมฝนดาวตกแทนการพักผ่อน

5. การตอบสนอง หมายถึง การตัดสินใจทำกิจกรรมตามที่ได้ตัดสินใจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา หมายถึง ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหวังไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหวังไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การเกิดการเรียกร้องทางการเมืองในกรุงเทพฯ นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางมา อาจจะพบกับความผิดหวัง เรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความสะดวกในการเดินทาง อาจล้มเลิกการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปสถานที่อื่นแทน

ประเภทของนักท่องเที่ยว

ประเภทของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายลักษณะ ดังนี้

1. จำแนกตามการจัดการเดินทาง

1.1 Mass Tourists กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก มีการเดินทางท่องเที่ยวในรายการเดียวกัน เช่น การพักโรงแรม การรับประทานอาหาร และการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในแบบเดียวกัน

1.2 Eco Tourists นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์ที่อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและรักษาสภาพแวดล้อม

2. จำแนกตามจำนวนมากน้อยของนักท่องเที่ยว

2.1 เป็นกลุ่ม (Group Tour หรือ Escort Tour)

2.2 เป็นส่วนบุคคล (Independent Tour)

3. จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยว

3.1 การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด (Holiday-mass Popular individual)

3.2 การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมต่าง ๆ เช่น การศึกษาวิถีชุมชนและความเป็นอยู่ การชมศิลปะ ดนตรี การไหว้พระ ทำบุญ เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อการศึกษาตามอัธยาศัยหรือเพิ่มเติมตามหลักสูตรการศึกษา การทำวิจัย การฝึกอบรม หรือดูงาน เป็นต้น

3.4 การท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬาและบันเทิง (Sport and Recreation) หมายถึง การเดินทางเพื่อไปชม หรือร่วมการแข่งขันกีฬา หรือนันทนาการต่างๆ

3.5 การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ (Historical and special interests)

3.6 การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนงานอดิเรก เช่น การถ่ายภาพ การวาดภาพ การเขียนนวนิยาย การออกกำลังกาย เป็นต้น

3.7 การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (visiting Friend and Relative)

3.8 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ(Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่ได้จัดสรรเวลาบางส่วนของธุรกิจ เพื่อใช้ในการท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ

รูปแบบการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) (United Nations World Tourism Organization (UNWTO). 1997 : Online) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเป็น 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยว อย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เช่น ลานหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติทางธรณีวิทยาของหิน ดิน แร่ธาตุต่าง ๆ และฟอสซิล บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษา สภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และการเลี้ยงสัตว์ เพื่อเรียนรู้เพิ่มประสบการณ์ รวมทั้งชื่นชมความสวยงาม และเพลิดเพลินในสวนเกษตร บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจักรราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ และประสบการณ์บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อรักษา สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมวัฒนธรรมและงานประเพณีต่าง ๆ ในแต่ละช่วงเทศกาลที่ชุมชนต่าง ๆ จัดขึ้นในแต่ละปี ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน และได้ศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ รวมทั้งมีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / village tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนที่มีการดำเนินชีวิตที่มีเอกลักษณ์พิเศษ ทำให้ได้รับความรู้จากภูมิปัญญาชุมชน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งได้รับความเพลิดเพลินบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม เพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพ ทำให้ได้รับความเพลิดเพลิน และมีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิ เพื่อให้มีประสบการณ์และความรู้ใหม่ มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การทำขนมไทย การนวดแผนไทยและการทำน้ำมันนวดจากสมุนไพร การรำไทย มวยไทย งานหัตถกรรมไทย และงานจักสานไทย เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด และความสนใจ เช่น การแข่งม้า การแข่งรถ การตีกอล์ฟ การดำน้ำ การ

ตกปลา การเล่นกระดานโต้คลื่น การปีนเขา เป็นต้น ทำให้ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ตื่นเต้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะด้านทางภูมิศาสตร์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย สร้างความทรงจำที่ดี และได้ประสบการณ์ใหม่ เช่น การปีนหรือไต่เขา การปีนผา การเดินป่า การล่าสัตว์ การดำน้ำลึก การกระโดดน้ำ เป็นต้น

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home stay & farm stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับชุมชนที่ไป เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้ได้รับความรู้และประสบการณ์ในชีวิตใหม่ โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดน โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน เพื่อเพิ่มความสุขด้วยการท่องเที่ยว

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive travel) หมายถึง การจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการขายสินค้า นั้น ๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย โดยทางบริษัทจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พักแรมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง โดยใช้เวลาตั้งแต่ 2 วัน เป็นการนำเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=meeting/I= incentive/C=conference / E=exhibition) เป็นการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (pre-tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (post-tour) โดยการจ้ดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม โดยอาจใช้เวลาท่องเที่ยววันเดียว หรือพักค้างแรม โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

และผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม เป็นต้น

ประเภทการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามความสำคัญ และสภาพแวดล้อม 12 ประเภทดังนี้ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556 : ออนไลน์)

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ โดยมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจน แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการสามารถเกิดขึ้นใหม่ได้ตลอดเวลาตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง อาทิ พิพิธภัณฑ์ของเล่น พิพิธภัณฑ์ภาพยนตร์ พิพิธภัณฑ์รถโบราณ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่ หรือมีเหตุการณ์สำคัญที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ เช่น อนุสรณ์สถาน โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน สิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะ และสถาปัตยกรรม เป็นต้น

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพภูมิศาสตร์ตามธรรมชาติ สันฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์เฉพาะชุมชนท้องถิ่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะ หรือมีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อน ให้ความบันเทิง และการศึกษาหาความรู้ เช่น สถานบันเทิง ตลาดน้ำ สวนสัตว์ สวนสนุก สวนสาธารณะ และสนามกีฬา

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีที่ถ่ายทอดสืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อาทิ งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง อาหารพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่ทางวัฒนธรรม เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดน้ำ 4 ภาค งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ จังหวัดอยุธยา ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ ในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนธรรมชาติ มีจุดประสงค์เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติอย่างชัดเจน โดยเน้นในด้านการกำหนดมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการต่าง ๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดทำเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ มีเป้าหมายเพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบนำไปใช้ เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของตน และยังสามารถใช้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว เชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การล่องแก่งการดูนก และการตกปลา เป็นต้น

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเข้าชมหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่าง ๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีเกาะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น เช่น การดำน้ำ การดูปะการังและสัตว์ทะเล การเล่นน้ำ การดูนก การปีนผา เป็นต้น

12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า รวมทั้งกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติ เช่น การส่องสัตว์ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่างๆ เป็นต้น

แนวคิดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

ความหมายและแนวคิดของการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

การท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) คือ กิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นทางเลือกในการช่วยลดการปล่อยคาร์บอนให้น้อยลง เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวแบบปกติ ในขณะที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีส่วนร่วมในการลดโลกร้อน โดยยังได้รับความสะดวกสบายและความสุขที่ได้รับความปลอดภัยเช่นเดิม (งานองค์ความรู้ สำนักบริหารยุทธศาสตร์. 2558 : 9)

แนวคิดของการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อเข้าไว้ด้วยกัน โดย การท่องเที่ยวที่ช่วยลดโลกร้อน ด้วยการทำกิจกรรมที่ลดการใช้พลังงานและเชื้อเพลิง เช่น ปั่นจักรยานท่องเที่ยวรอบเมือง ทานอาหารพื้นเมืองที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น และ พักโรงแรมที่ใส่ใจเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทุกกิจกรรมจะเน้นให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อมีส่วนร่วมในการช่วยลดโลกร้อนระหว่างการท่องเที่ยว และยังคงได้รับสนุกสนานและสะดวกสบายไม่ต่างจากการท่องเที่ยวแบบเดิม

แนวทางการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ คือ การท่องเที่ยวโดยลดการใช้พลังงาน เพื่อสัมผัสวิถีชุมชนโดยการศึกษาความรู้จากธรรมชาติ และการใช้ ชีวิตให้ช้าลง กินอยู่อย่างเรียบง่าย ส่วนผู้ประกอบการโรงแรม ที่พัก รีสอร์ท ร้านอาหาร ร้านค้า เป็นต้น ต้องให้ความร่วมมือ สร้างชุมชนให้มีส่วนร่วมโดยให้ความสำคัญกับการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตชุมชน ตลอดจนกระบวนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

การเตรียมตัวท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

การเตรียมตัวเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ เป็นการเตรียมความพร้อมก่อนจะออกเดินทางท่องเที่ยว อาจมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไปบ้างเล็กน้อย แต่ไม่สร้างความยุ่งยากลำบากใจให้แก่นักท่องเที่ยวและนักเดินทาง หากแต่ช่วยให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ดังนี้ (งานองค์ความรู้ สำนักบริหารยุทธศาสตร์. 2558 : 18-19)

1. การจัดการกระเป๋าเดินทางให้หีบเฉพาะของจำเป็นใส่กระเป๋าเท่านั้น เนื่องจากช่วยให้น้ำหนักกระเป๋าเบาลง ซึ่งจะช่วยให้เกิดความคล่องตัวในการเดินทาง และช่วยประหยัดเชื้อเพลิงให้กับยานพาหนะ

2. ใช้น้ำอย่างประหยัด ไม่เปิดก๊อกน้ำทิ้งไว้ขณะทำธุระส่วนตัว เช่น แปรงฟัน หรือฟอกสบู่ และไม่ขอเปลี่ยนผ้าเช็ดตัว หรือผ้าปูที่นอน เมื่อพักที่เดิมหลายวัน

3. หลีกเลี่ยงการบริการซักรีดแบบรายชิ้น เนื่องจากการบริการซักรีดบางโรงแรมจะส่งซักรีดเป็นรายชิ้น คือ แยกซักเสื้อผ้าของผู้เข้าพักแต่ละราย เนื่องจากการสิ้นเปลืองน้ำ และพลังงาน

4. ช่วยกันลดปริมาณขยะ ด้วยการ Reduce Reuse Recycle เช่น ใช้สบู่ก้อน เดียวสำหรับอ่างล้างมือ และห้องอาบน้ำ ส่งคืนโปรซัวร์ และแผนที่เมื่อใช้งานเสร็จ ใช้ขวดน้ำดื่มแบบเติมได้

5. ดูแลที่พัสดุดูแลบ้านตัวเอง ช่วยกันประหยัดพลังงานด้วยการปิดไฟ แอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกครั้งก่อนจะออกไปข้างนอก

6. แขนงป้ายงดทำความสะอาดห้องพัก เลือกทำความสะอาดห้องพักเมื่อจำเป็นจริง ๆ ซึ่งจะช่วยประหยัดอุปกรณ์ทำความสะอาด ลดการใช้สารเคมี และช่วยประหยัดพลังงาน จากการใช้เครื่องดูดฝุ่นและการซักผ้าปูเตียง

7. ใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ เลือกเดินทางด้วยการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ หรือพาหนะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น จักรยาน รถสามล้อถีบ เป็นต้น

8. การเคารพสถานที่ เมื่อไปเที่ยวในแหล่งโบราณคดีหรือสถานที่ธรรมชาติ ควรถือคติว่า “เก็บไปแต่ภาพถ่าย และเหลือทิ้งไว้แค่รอยเท้า” ไม่ควรเดินออกนอกเส้นทางที่ถูกกำหนดไว้ และไม่ฉกฉวยสิ่งของใด ๆ ติดมือกลับไป

9. ใส่ใจในการซื้อของที่ระลึก ควรอ่านฉลากและสอบถามผู้ขายก่อนซื้อ เช่น สิ่งของเหล่านั้นทำมาจากอะไร และเป็นของที่ทำในท้องถิ่นหรือไม่ เพราะของบางอย่าง อาจทำมาจากชิ้นส่วนของสัตว์ป่าที่ ใกล้สูญพันธุ์หรือไม่ที่ได้มาอย่างไม่ถูกต้อง

10. อุดหนุนร้านค้าท้องถิ่น หรือสินค้างานฝีมือที่ทำขึ้น โดยคนในท้องถิ่นเป็นการช่วยสร้างรายได้ให้ชุมชนในชุมชน

ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

1. การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบด้วยพาหนะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ปั่นจักรยานหรือเดินชมเมือง ทำให้ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง แถมช่วยลดการปล่อยคาร์บอนด้วย

2. การรับประทานอาหารพื้นเมือง อาหารพื้นเมืองหลากหลายเมนูที่มากด้วยคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอร่อย เพราะวัตถุดิบมาจากท้องถิ่น จึงสดใหม่ไร้สารเคมี ใช้ระบบการขนส่งในระยะทางใกล้ทำให้ปริมาณการปล่อยคาร์บอนมีจำนวนน้อย

3. การพักโรงแรมสีเขียว โรงแรมหรือสถานประกอบการที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการใช้ทรัพยากรพลังงานอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี และยกระดับมาตรฐานการบริการให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยโรงแรมสีเขียวจะได้รับการรับรองมาตรฐานการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3 ปี โดยกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม การพักในกลุ่มโรงแรมสีเขียวยังช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชน

4. การออกไปเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่าง เป็นการทำความรู้จักกับชาวบ้านและวิถีชีวิตประจำวันของคนในชุมชน นอกจากนี้ยังอาจทำให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในวิถีชีวิตประจำวัน

5. มีจิตสำนึกและให้ความเคารพ การท่องเที่ยวที่ไม่เพิ่มขยะให้ชุมชน หรือสถานที่ท่องเที่ยว การให้ความเคารพวัฒนธรรมของชุมชน และเคารพในสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

6. การทำตัวเป็นนักท่องเที่ยว ดีมีค่ากับศิลปวัฒนธรรม พร้อมกับหาโอกาสเรียนรู้ทักษะงานฝีมือที่ทรงคุณค่าของชุมชน หรือการได้ลองลงมือปรุงอาหารพื้นเมืองด้วยตนเอง และสร้างมิตรภาพกับชุมชน

สารสนเทศและแหล่งสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี

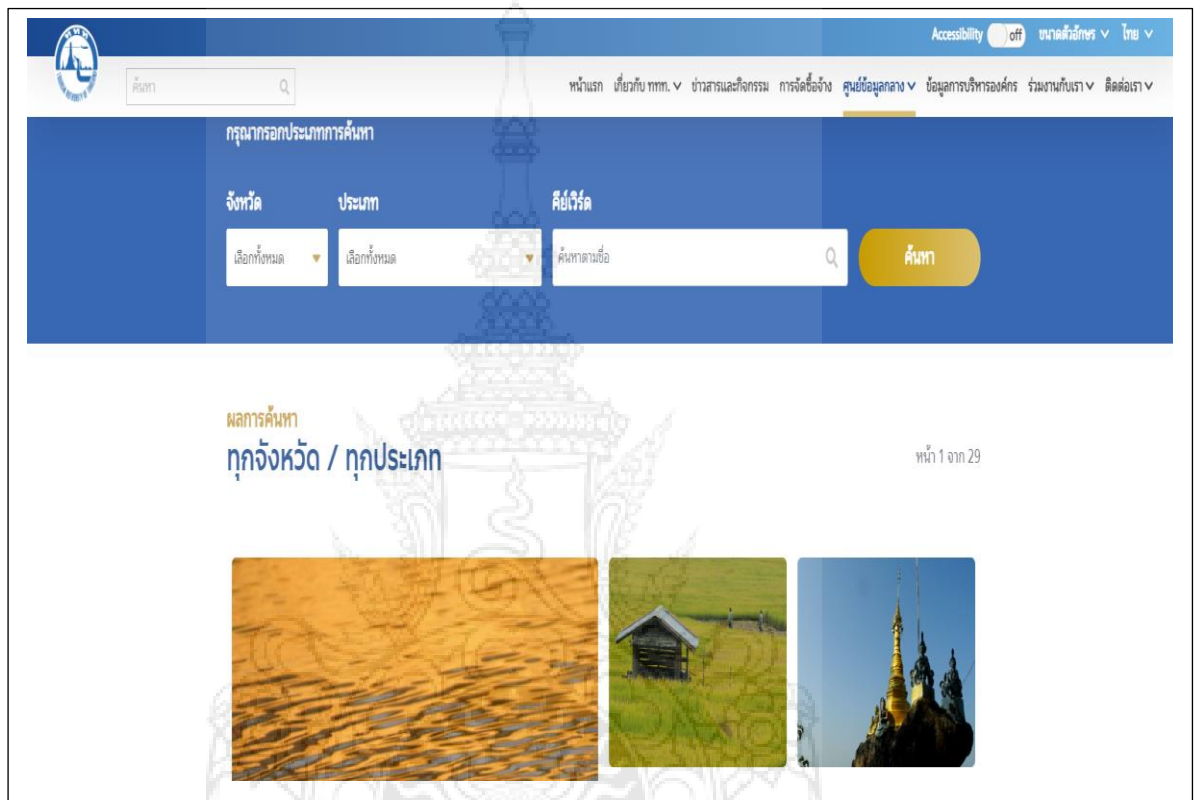
สารสนเทศ และแหล่งสารสนเทศทางด้านการท่องเที่ยวเป็นการให้บริการสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้เข้าถึงสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศที่สามารถให้คำตอบสำหรับนักท่องเที่ยว นักเดินทาง รวมทั้งบุคคลทั่วไปที่สนใจข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศเพื่อการวางแผนและการตัดสินใจในการเดินทาง โดยแบ่งออก 4 เป็นประเภท ดังนี้

1. สารสนเทศและแหล่งสารสนเทศบุคคล ได้แก่ ความคิดและประสบการณ์ของผู้ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยว หรือบุคคลอื่น ๆ ที่สามารถปรึกษา พูดคุย เพื่อให้ได้มาเป็นสารสนเทศที่ตรงความต้องการ

2. สารสนเทศและแหล่งสารสนเทศประเภทองค์กรหรือสถาบัน เป็นแหล่งที่ให้บริการสารสนเทศ ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว สามารถตอบคำถามและช่วยนำเสนอทางเลือกประกอบการตัดสินใจได้เป็นอย่างดี เช่น บริษัททัวร์ บริษัทท่องเที่ยว ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น ดังตัวอย่าง

2.1 ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Library) เปิดให้บริการวันจันทร์ - อังคาร และ วันพฤหัสบดี - วันศุกร์ เวลา 08.30 - 16.30 น. ปิดบริการทุกวันพุธ วันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ นอกจากนี้ยังมีการให้บริการสารสนเทศผ่านเว็บไซต์

<https://www.tat.or.th/th/central-data/library> โดยผู้ใช้สามารถค้นหาสารสนเทศที่เกี่ยวข้องผ่าน ศูนย์ข้อมูลกลาง ประกอบด้วยศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว Thailand Festival ศูนย์ข้อมูล ข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ราชการ เอกสารและข้อมูลเผยแพร่ ประกอบด้วย รูปภาพ วิดีโอ แผนที่ สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ไฟล์เสียง โดยผู้ใช้สามารถระบุคำค้นต้องการ



ภาพ 1 : ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Library)

ที่มา: https://www.tat.or.th/th/central-data/gallery?category_id=2&destination_id=222

งานกิจกรรม เทศกาล ประเพณีต่างๆ

ภูมิภาค ความสนใจ ค้นหา ดูทั้งหมด

มกราคม 2567	85
กุมภาพันธ์ 2567	119
มีนาคม 2567	16
เมษายน 2567	2
พฤษภาคม 2567	2
กรกฎาคม 2567	2
สิงหาคม 2567	1
พฤศจิกายน 2567	1

Chang น้อยเค็ว 30 MARCH 2024 TRIPLE TREE BEACH RESORT (ที่โรงแรมเดอะไฮเวย์)

บ๊อง! beach party and music festival 3 30 มีนาคม 2567

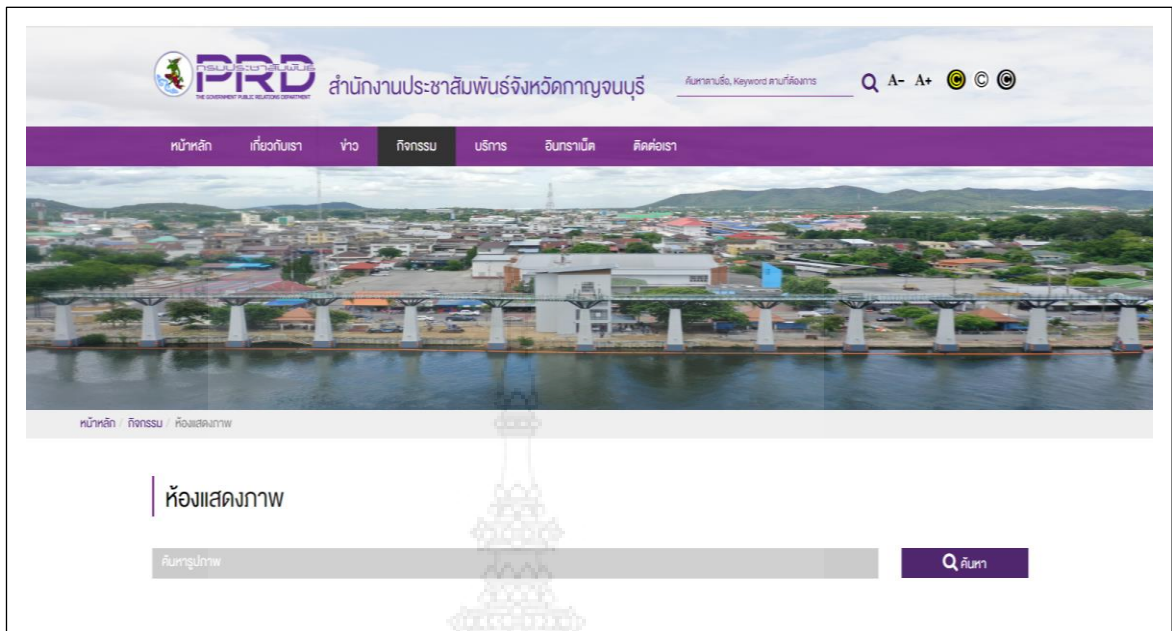
PRACHIN NIGHT RUN 2024 30 มีนาคม 2567

"ปั่นจักรยาน...ไปกับความทรงจำ ที่เกาะปู-เกาะจ๋า 31 มีนาคม 2567"

ภาพ 2 : ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Library)

ที่มา: <https://www.thailandfestival.org/festival?month=2024-03®ion=&type=>

2.2 สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดกาญจนบุรี เป็นส่วนราชการบริหารส่วนภูมิภาคของ กรมประชาสัมพันธ์ โดยทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกสื่อในท้องถิ่น ด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆของรัฐบาลและหน่วยงานของจังหวัดตลอดจนแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวอันอุดมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติให้ประชาชนทั่วไป รวมทั้งจัดทำเอกสารข่าวโดยรวบรวมเป็นข่าวสรุปผลผลิตภาพถ่าย ภาพยนตร์ข่าว และรายการวิทยุเพื่อเผยแพร่แก่สื่อมวลชน และประชาสัมพันธ์ผลงานกิจกรรมเหตุการณ์ และข้อเท็จจริงต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศ



ภาพ 3 : สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดกาญจนบุรี

ที่มา: <https://kanchanaburi.prd.go.th/th/gallery/category/index/id/1>



ภาพ 4 : สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดกาญจนบุรี

ที่มา: <https://prdee.prd.go.th/>

2.3 เว็บไซต์จังหวัดกาญจนบุรี (<https://ww2.kanchanaburi.go.th/frontpage>) ผู้ใช้สามารถค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับจังหวัด ประกอบด้วยประวัติความเป็นมา ตรา คำขวัญ เป็นต้น สำหรับนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวผ่านเมนูการบริการ ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลที่พัก ข้อมูลร้านอาหาร ข้อมูลการเดินทาง ประเพณี/วัฒนธรรม/เทศกาล ของ ผาก TOP 10สถานที่ท่องเที่ยว ปฏิทินท่องเที่ยว



ภาพ 5 เว็บไซต์จังหวัดกาญจนบุรี

ที่มา: <https://ww2.kanchanaburi.go.th/frontpage>



ภาพ 6 เว็บไซต์จังหวัดกาญจนบุรี

ที่มา: https://ww2.kanchanaburi.go.th/travel_top

2.4 บริษัททัวร์ เป็นผู้ให้บริการรับจัดสัมมนา และจัดกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยวแบบหมู่คณะหรือส่วนบุคคล ซึ่งมีให้บริการหลากหลาย โดยผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้ได้ตามความต้องการ



ภาพ 7 ตัวอย่างบริษัททัวร์

ที่มา : [https://www.okwalkrally.com/%E0%B9%82%E0%B8%9B%E0%BF%9C%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%94%E0%B8%93%E0%B8%92%E0%B8%91%E0%B8%90%E0%B7%7F%E0%B7%7E%E0%B7%7D%E0%B7%7C%E0%B7%7B%E0%B7%7A%E0%B7%79%E0%B7%78%E0%B7%77%E0%B7%76%E0%B7%75%E0%B7%74%E0%B7%73%E0%B7%72%E0%B7%71%E0%B7%70%E0%B7%6F%E0%B7%6E%E0%B7%6D%E0%B7%6C%E0%B7%6B%E0%B7%6A%E0%B7%69%E0%B7%68%E0%B7%67%E0%B7%66%E0%B7%65%E0%B7%64%E0%B7%63%E0%B7%62%E0%B7%61%E0%B7%60%E0%B7%5F%E0%B7%5E%E0%B7%5D%E0%B7%5C%E0%B7%5B%E0%B7%5A%E0%B7%59%E0%B7%58%E0%B7%57%E0%B7%56%E0%B7%55%E0%B7%54%E0%B7%53%E0%B7%52%E0%B7%51%E0%B7%50%E0%B7%4F%E0%B7%4E%E0%B7%4D%E0%B7%4C%E0%B7%4B%E0%B7%4A%E0%B7%49%E0%B7%48%E0%B7%47%E0%B7%46%E0%B7%45%E0%B7%44%E0%B7%43%E0%B7%42%E0%B7%41%E0%B7%40%E0%B7%3F%E0%B7%3E%E0%B7%3D%E0%B7%3C%E0%B7%3B%E0%B7%3A%E0%B7%39%E0%B7%38%E0%B7%37%E0%B7%36%E0%B7%35%E0%B7%34%E0%B7%33%E0%B7%32%E0%B7%31%E0%B7%30%E0%B7%2F%E0%B7%2E%E0%B7%2D%E0%B7%2C%E0%B7%2B%E0%B7%2A%E0%B7%29%E0%B7%28%E0%B7%27%E0%B7%26%E0%B7%25%E0%B7%24%E0%B7%23%E0%B7%22%E0%B7%21%E0%B7%20%E0%B7%1F%E0%B7%1E%E0%B7%1D%E0%B7%1C%E0%B7%1B%E0%B7%1A%E0%B7%19%E0%B7%18%E0%B7%17%E0%B7%16%E0%B7%15%E0%B7%14%E0%B7%13%E0%B7%12%E0%B7%11%E0%B7%10%E0%B7%0F%E0%B7%0E%E0%B7%0D%E0%B7%0C%E0%B7%0B%E0%B7%0A%E0%B7%09%E0%B7%08%E0%B7%07%E0%B7%06%E0%B7%05%E0%B7%04%E0%B7%03%E0%B7%02%E0%B7%01%E0%B7%00](https://www.okwalkrally.com/%E0%B9%82%E0%B8%9B%E0%BF%9C%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%94%E0%B8%93%E0%B8%92%E0%B8%91%E0%B8%90%E0%B8%8F%E0%B8%8E%E0%B8%8D%E0%B8%8C%E0%B8%8B%E0%B8%8A%E0%B8%89%E0%B8%88%E0%B8%87%E0%B8%86%E0%B8%85%E0%B8%84%E0%B8%83%E0%B8%82%E0%B8%81%E0%B8%80%E0%B7%7F%E0%B7%7E%E0%B7%7D%E0%B7%7C%E0%B7%7B%E0%B7%7A%E0%B7%79%E0%B7%78%E0%B7%77%E0%B7%76%E0%B7%75%E0%B7%74%E0%B7%73%E0%B7%72%E0%B7%71%E0%B7%70%E0%B7%6F%E0%B7%6E%E0%B7%6D%E0%B7%6C%E0%B7%6B%E0%B7%6A%E0%B7%69%E0%B7%68%E0%B7%67%E0%B7%66%E0%B7%65%E0%B7%64%E0%B7%63%E0%B7%62%E0%B7%61%E0%B7%60%E0%B7%5F%E0%B7%5E%E0%B7%5D%E0%B7%5C%E0%B7%5B%E0%B7%5A%E0%B7%59%E0%B7%58%E0%B7%57%E0%B7%56%E0%B7%55%E0%B7%54%E0%B7%53%E0%B7%52%E0%B7%51%E0%B7%50%E0%B7%4F%E0%B7%4E%E0%B7%4D%E0%B7%4C%E0%B7%4B%E0%B7%4A%E0%B7%49%E0%B7%48%E0%B7%47%E0%B7%46%E0%B7%45%E0%B7%44%E0%B7%43%E0%B7%42%E0%B7%41%E0%B7%40%E0%B7%3F%E0%B7%3E%E0%B7%3D%E0%B7%3C%E0%B7%3B%E0%B7%3A%E0%B7%39%E0%B7%38%E0%B7%37%E0%B7%36%E0%B7%35%E0%B7%34%E0%B7%33%E0%B7%32%E0%B7%31%E0%B7%30%E0%B7%2F%E0%B7%2E%E0%B7%2D%E0%B7%2C%E0%B7%2B%E0%B7%2A%E0%B7%29%E0%B7%28%E0%B7%27%E0%B7%26%E0%B7%25%E0%B7%24%E0%B7%23%E0%B7%22%E0%B7%21%E0%B7%20%E0%B7%1F%E0%B7%1E%E0%B7%1D%E0%B7%1C%E0%B7%1B%E0%B7%1A%E0%B7%19%E0%B7%18%E0%B7%17%E0%B7%16%E0%B7%15%E0%B7%14%E0%B7%13%E0%B7%12%E0%B7%11%E0%B7%10%E0%B7%0F%E0%B7%0E%E0%B7%0D%E0%B7%0C%E0%B7%0B%E0%B7%0A%E0%B7%09%E0%B7%08%E0%B7%07%E0%B7%06%E0%B7%05%E0%B7%04%E0%B7%03%E0%B7%02%E0%B7%01%E0%B7%00)

3. สารสนเทศและแหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยู รายการโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ตลอดจน หนังสือและนิตยสารท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จะนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งตามมุมมองของสื่อ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่พักที่มีความแปลกใหม่ ร้านอาหารหรือคาเฟ่ลับ เป็นต้น ดังตัวอย่าง


3.1 รายการ Sightseeing เที่ยวนอกทาง เป็นรายการท่องเที่ยวแนววิถีไทยวิถีชุมชน ออกอากาศ ทุกวันอาทิตย์ เวลา 13.30-14.00 น. ทางสถานีไทยพีบีเอส



ภาพ 8 รายการ Sightseeing เที่ยวนอกทาง

ที่มา : <https://www.thaipbs.or.th/program/Sightseeing>

3.2 รายการท่องเที่ยวเที่ยวให้สุดสมุดโคจร ดำเนินรายการโดยนักเดินทางชื่อดัง จี ออบ - นิธิ สมุทรโคจรเป็นรายการท่องเที่ยวเจาะลึกเส้นทางท่องเที่ยวที่แฝงไปด้วยสาระความรู้ ออกอากาศทุกวันพุธ ตั้งแต่เวลา 21.30 น. - 22.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ PPTV HD ช่อง 36 และสามารถดูย้อนหลังทางช่องทางออนไลน์ผ่าน Facebook (https://www.facebook.com/samudkojorn/?locale=th_TH) และเพจสถานี PPTV ช่อง 36 (<https://www.pptvhd36.com/programs/%E0%>)



พลังแห่งศรัทธา 'สังเคลียะ - สังขละบุรี' | สมุดโคจร EP.30 | 15.01.66
[Teaser]

Samudkojorn Official [Subscribe](#) 5 [Share](#) ...

ภาพที่ 9 ตัวอย่างรายการท่องเที่ยวเที่ยวให้สุดสมุดโคจร

ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=v8401dGIEel>

4. สารสนเทศและแหล่งสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการแบบ เวิลด์ไวด์เว็บ ที่มีจำนวนสารสนเทศมากมาย และสามารถนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศในลักษณะสื่อประสม เช่น ข้อความ ภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว เป็นต้น โดยเป็นสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้ ได้แก่ สารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน สารสนเทศทางด้านที่พัก สภาพอากาศ แหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

4.1 เว็บไซต์ทางการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็นการส่งเสริมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หอสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นต้น

4.2 เพจท่องเที่ยวทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก อิน스타그램 ทวิตเตอร์ ยูทูบ เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่สามารถหาได้อย่างสะดวกสบาย ปัจจุบันมีเหล่าบล็อกเกอร์ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยว เดินทางไปสถานที่ต่าง ๆ และนำมาเขียนเป็นรีวิวให้สามารถเดินทางตามรอยท่องเที่ยวกัน หลายคนติดตามเพจเหล่านี้ เพื่อหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหารหรือ

คาเฟ่ที่น่านั่ง ทริปท่องเที่ยวที่น่าสนใจต่าง ๆ จากเหล่าบล็อกเกอร์ชั้นนำของเมืองไทย เช่น TripTH ทริป ไทยแลนด์ | Roam Alone ไปไหนดี Go Went Go : เที่ยว เว้น เที่ยว ท่องเที่ยวสะดูดา แบกกล้องเที่ยว ลาพักเที่ยว เป็นต้น ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง เพจท่องเที่ยวลาพักเที่ยว นำเสนอที่เน้นการพักผ่อนที่สบาย ๆ อยู่ง่ายกินง่าย สัมผัสกับผู้คนในท้องถิ่นจริง

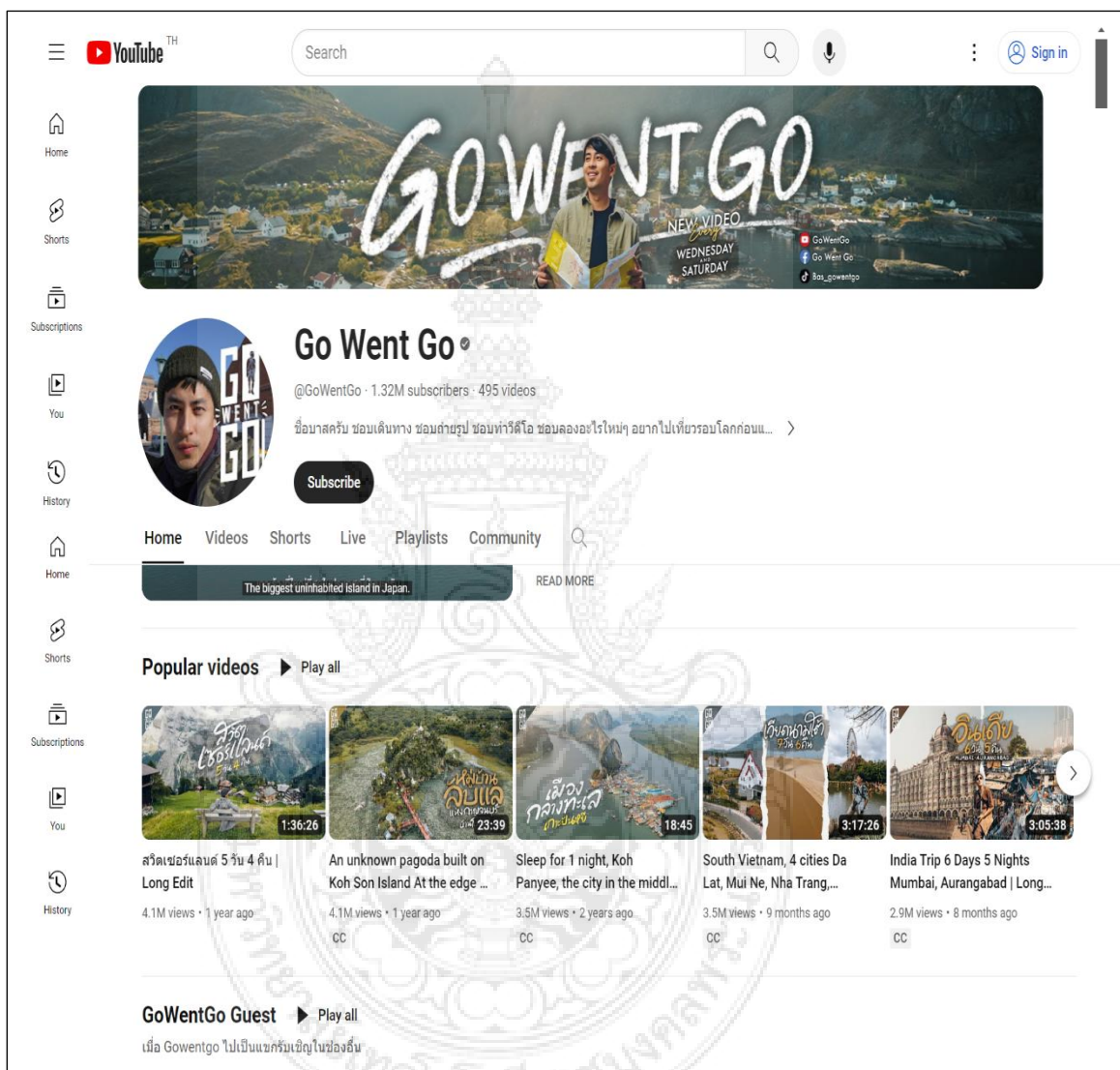


ภาพที่ 10 เพจท่องเที่ยวลาพักเที่ยว

ที่มา : : <https://www.facebook.com/lapakteaw/>

4.3 เว็บไซต์ท่องเที่ยว เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศออนไลน์ที่เหมือนเป็นผู้ช่วยแนะนำทางเลือกในการตัดสินใจ กิน เที่ยว พัก แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกและช่วยในการวางแผนท่องเที่ยว เช่น Go Went Go : เที่ยว เว้น เที่ยว ไปด้วยกันท่องเที่ยว ไปไหนดี เป็นต้น

ตัวอย่างเพจ Go Went Go : เที่ยว เว้น เที่ยว เป็นการบันทึกการเดินทางท่องเที่ยวรอบโลกโดยบาท ที่ชื่นชอบการเดินทาง การถ่ายรูป การทำวิดีโอ เพื่อแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว



ภาพที่ 11 เพจท่องเที่ยว Go Went Go : เที่ยว เว้น เที่ยว

ที่มา : https://www.youtube.com/channel/UCqs3pijNrYHZCdI_HGfgTQw

4.4 เว็บไซต์เพื่อการจองตั๋วเครื่องบินและที่พัก เป็นบริการเว็บไซต์สำหรับค้นหาที่พักรายละเอียดของห้องและราคาได้ สามารถจองล่วงหน้าไว้ก่อนเดินทางได้ ใช้งานง่าย สะดวกรวดเร็ว นอกจากนี้เว็บจะแสดงข้อมูลทั้งหมดที่มีได้แก่ แผนที่ รีวิว และรูปภาพประกอบ โดยมีข้อมูลมากพอสำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เช่น Agoda Booking Traveloka เป็นต้น

การค้นหาที่พักในกรุงเทพฯ

12 เม.ย. 2024 - 22 เม.ย. 2024

ผู้ใหญ่ 2 คน

ค้นหา

ค้นหาที่พักบนแผนที่

ราคาต่อคืน

ราคาเริ่มต้น: 0 - สูงสุด: 38,970

ตัวกรองยอดนิยมสำหรับที่พักในกรุงเทพฯ

- 5 ดาว
- 4 ดาว
- คะแนนรีวิว: 8+ ดีเยี่ยม
- รวบรวมอาหารเช้า
- อาหารเช้า
- ยกเลิกการจองฟรี
- คะแนนทำเลที่ตั้ง: 9+ ยอดเยี่ยม
- สรรายหน้า

ริเวอร์พูล รีสอร์ท (Riverpool Resort)

★★★★★ 370 รีวิว

ลด 74% เหลืออีก 2 ห้องบนเว็บไซต์ของเรา

ราคาต่อคืน (ก่อนรวมภาษีและค่าจองเนียม) 4,900 - 5,502

ราคาตามเงื่อนไขการจองบนเว็บไซต์ของเรา **฿ 502**

โรงแรมเดอะ บริดจ์ เรสซิเดนซ์ (The Bridge Residence Hotel)

★★★★★ 2,093 รีวิว

ลด 53% เหลืออีก 3 ห้องบนเว็บไซต์ของเรา

ราคาต่อคืน (ก่อนรวมภาษีและค่าจองเนียม) 3,000 - 4,621

ราคาตามเงื่อนไขการจองบนเว็บไซต์ของเรา **฿ 1,398**

ภาพที่ 12 เว็บไซต์เพื่อการจองตั๋วเครื่องบินและที่พัก

ที่มา : https://www.youtube.com/channel/UCqs3pijNrYHZCdL_HGfgTQw

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

พิชัย นิรมานสกุล (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ภาพลักษณ์แบรนด์ และการยอมรับคุณค่าแบรนด์เมืองท่องเที่ยวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ภาพลักษณ์แบรนด์ และการยอมรับคุณค่าแบรนด์ และความต้องการเที่ยวเมืองท่องเที่ยวไทย โดยใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 377 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 382 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โสด อายุ 21-30 ปี ศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท เป็นพนักงานบริษัท และอยู่ในกรุงเทพฯ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โสด อายุ 21-30 ปี ศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนมากกว่า 2,500 เหรียญสหรัฐ อาศัยอยู่ในประเทศมาเลเซีย จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติชอบมากที่สุด คือ เชียงใหม่ เพราะบรรยากาศดี วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ และผู้คนเป็นมิตร ชาวไทยจะเที่ยวปีละครั้ง ๆ ละ 3-4 วัน ใช้จ่ายครั้งละ 2,501-7,500 บาท ใช้รถยนต์ส่วนตัว มากับคนในครอบครัว พักโรงแรม 1-3 ดาว เที่ยวในเดือนมีนาคม-มิถุนายน ส่วนชาวต่างชาติจะเที่ยวไทยปีละครั้ง ๆ ละ 3-4 วัน ใช้จ่ายมากกว่า 10,000 บาท ต่อครั้ง โดยรถรับจ้าง มากับคนในครอบครัว/เพื่อน พัก

เกสต์เฮาส์ และเที่ยวช่วงเดือนพฤศจิกายน - กุมภาพันธ์ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข่าวสารท่องเที่ยวในระดับปานกลางทางหนังสือ/คู่มือท่องเที่ยว สื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ทางโทรทัศน์ ทางนิตยสาร/วารสาร จากบุคคลที่รู้จัก ทางหนังสือพิมพ์ และในงานนิทรรศการท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการเปิดรับข่าวสารท่องเที่ยวในระดับบ่อยปานกลาง ทางหนังสือ/คู่มือท่องเที่ยว สื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ และทางโทรทัศน์ ภาพลักษณ์แบรนด์เมืองท่องเที่ยวที่ชาวไทยมีการรับรู้ในระดับดีขึ้นไป คือ สินค้าและแหล่งซื้อของ สีสันชีวิตยามค่ำคืน แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย สถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม ความเจริญทางเศรษฐกิจ คุณภาพโรงแรมและที่พัก สถานบันเทิงหลากหลาย และอาหารอร่อย ส่วนภาพลักษณ์แบรนด์เมืองท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติมีการรับรู้ระดับดีขึ้นไป คือ สีสันยามค่ำคืน ความเจริญทางเศรษฐกิจ คุณภาพโรงแรมและที่พัก สถานบันเทิงหลากหลาย อาหารอร่อยหลากหลาย และการอาศัยของคนต่างถิ่น การยอมรับคุณค่าของแบรนด์เมืองท่องเที่ยวไทยของชาวไทยในระดับเห็นด้วยขึ้นไป คือ จดจำได้ดี แนะนำเพื่อนให้มา จะกลับมาเที่ยวอีก และสนุกสนาน การยอมรับคุณค่าของแบรนด์เมืองท่องเที่ยวไทยของชาวต่างชาติในระดับเห็นด้วยขึ้นไป คือ จดจำได้ดี มักกล่าวถึงเมืองนี้ จะกลับมาเที่ยว แนะนำเพื่อนให้มา และจะมาอีกแม้มีที่อื่นที่น่าสนใจ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ปรากฏในทุกเมืองท่องเที่ยว คือ การรับรู้ภาพลักษณ์แบรนด์เมืองท่องเที่ยวไทย ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ปรากฏในทุกเมืองท่องเที่ยว คือ การยอมรับคุณค่าแบรนด์เมืองท่องเที่ยวไทย

กรณีศึกษา เขจรลภ (2557 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและค่านิยมรอยเท้าคาร์บอนของนักท่องเที่ยว 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในเขตพื้นที่หาดหัวหินและ 3) วิเคราะห์และจัดทำแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในเขตพื้นที่หาดหัวหิน โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การคำนวณหาปริมาณรอยเท้าคาร์บอนจากการใช้พลังงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเดินทาง ด้านการพักผ่อน และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และการใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 384 คน ผลการวิจัย ในการประเมินรอยเท้าคาร์บอนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน พบว่า กิจกรรมด้านการเดินทางทำให้เกิดรอยเท้าคาร์บอนสูงที่สุด รองลงมา ได้แก่ กิจกรรมด้านที่พัก และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดหัวหินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20-25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ผู้บริหารในธุรกิจเอกชนมากที่สุดโดยมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางจากจังหวัดต้นทางมายังอำเภอหัวหินมากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว

และนักท่องเที่ยวยังใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมายังชายหาดหัวหินมากที่สุดอีกด้วย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกพักห้องพักราคาประหยัด และเลือกทำกิจกรรมว่ายน้ำดำน้ำมากที่สุด นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำด้านการเดินทางอยู่ในระดับสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการพักผ่อน นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดหัวหินไม่เคยรู้จักการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำมาก่อน และนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำจากสื่อทางโทรทัศน์มากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวเพศชายมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างจากนักท่องเที่ยวหญิง และความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ จากช่องทางต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำที่ได้ จากการศึกษา ได้แก่ ควรมีการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ให้เร่งสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว ได้เข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ รวมทั้งการให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำซึ่งจะนำไปสู่การอนุรักษ์ และปกป้องแหล่งท่องเที่ยวในมิติที่ยั่งยืน

ปานเนตร จันทน์พรรัตน์ (2562 : ออนไลน์) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาทิศทางการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคต และนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นเครื่องตรวจสอบ สนับสนุนทิศทางการวางแผนกลยุทธ์ ในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวและการจัดการส่งเสริมการตลาด โดยสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มผู้บริหาร นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตนั้นจะสามารถเปลี่ยนแปลงไป โดยได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก กล่าวคือ ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการเมือง โดยปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวในอนาคตมีพฤติกรรมในการชื่นชอบความรวดเร็วในทุกด้าน เทคโนโลยีจะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้กิจกรรม เพื่อการจัดการการเดินทางท่องเที่ยว เป็นไปอย่างรวดเร็ว และด้วยการเปลี่ยนแปลงไป ของปัจจัยรอบตัว นักท่องเที่ยวจะสรรหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ ให้คุณค่ากับชีวิต และการเดินทางท่องเที่ยวจะถือเป็นการให้รางวัลกับตนเองมากยิ่งขึ้น การเดินทางพร้อมครอบครัวที่ยังคงมีความต้องการความเป็นส่วนตัว แต่ยังคงไว้ซึ่งสถานที่และกิจกรรมที่สามารถสังสรรค์กับสมาชิกได้จะเป็นรูปแบบที่เกิดขึ้นในอนาคต รวมไปถึงนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น สินค้าและบริการจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อ

สิ่งแวดล้อมอีกด้วย เหล่านี้จึงนำมาซึ่งข้อเสนอทางกลยุทธ์ในการปรับปรุง การดำเนินงานด้านการตลาด สินค้าและบริการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันต่อไป

สุกัญญา พวกสนิท (2563 : ออนไลน์) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา ศึกษาต่อบกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เพศชาย มีอายุ 25 – 34 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท มี ภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยว คือ วัดสมานรัตนาราม 2) ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้าน ช่องทางการเดินทาง และด้านราคา 3) ผลการวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านแรงจูงใจในการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านแรงจูงใจในด้านเพื่อการพักผ่อน และด้านแรงจูงใจในด้านเกียรติภูมิ 4) จาก การทดสอบสมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 5) จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การตลาด ในภาพรวมที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ส่วนการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในภาพรวม ที่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวใน ภาพรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นุสรุ ปารมี (2564 : ออนไลน์) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง ภายใต้ มาตรการป้องกัน และการเฝ้าระวังการระบาด COVID-19 โดย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง และเพื่อศึกษา

พฤติกรรมวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง ภายใต้มาตรการป้องกันและ การเฝ้าระวังการระบาด COVID-19 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังพื้นที่เกาะสีชัง ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 จำนวน 399 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับคู่รัก/สามี/ภรรยา มีผู้ร่วมเดินทาง 1-2 คน ช่วงเวลาที่เดินทางคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ เป็นการเดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย ความสะอาด และความสะดวก ส่วนการใช้เทคโนโลยีที่ใช้ในการท่องเที่ยวคือ เพื่อค้นข้อมูลท่องเที่ยว พฤติกรรมวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง ภายใต้มาตรการป้องกันและ การเฝ้าระวังการระบาด COVID-19 พบว่า พฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวปฏิบัติในระดับทุกครั้ง มี 5 ประเด็นแรก ได้แก่ ท่านสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยตลอดเวลาขณะอยู่ในพื้นที่สาธารณะ ($\bar{X} = 2.93$, $SD = 0.328$) ท่านไม่ใช้สิ่งของส่วนตัวร่วมกับผู้อื่น เช่น ผ้าเช็ดตัว ผ้าเช็ดหน้า แก้วน้ำ ($\bar{X} = 2.92$, $SD = 0.286$) ท่านปฏิบัติตามมาตรการตรวจวัดอุณหภูมิ ($\bar{X} = 2.91$, $SD = 1.508$) ท่านทิ้งสิ่งปนเปื้อนน้ำมูก น้ำลายในภาชนะหรือสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ ($\bar{X} = 2.90$, $SD = 0.378$) ท่านเลือกรับประทานอาหารปรุงสุก ($\bar{X} = 2.86$, $SD = 0.355$) พฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวปฏิบัติในระดับบางครั้ง มี 3 ประเด็น ได้แก่ ท่านเดินเข้า-ออกอาคาร/สถานที่ท่องเที่ยวตามแนวบอกเส้นทาง ($\bar{X} = 2.27$, $SD = 1.180$) ท่านลงทะเบียนก่อนเข้าและก่อนออกจากสถานที่ ($\bar{X} = 2.12$, $SD = 0.589$) ท่านทำความสะอาดพื้นที่ที่สัมผัสบ่อย ๆ เช่น ที่กดลิฟต์ มือจับในรถโดยสาร ที่จับบริเวณประตู เบาะนั่ง ที่พักแขน เป็นต้น ($\bar{X} = 1.77$, $SD = 0.691$) ส่วนพฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวไม่ปฏิบัติตามมาตรการเลย มี 2 ประเด็น ได้แก่ ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินค่าบริการผ่านระบบออนไลน์ (E-Payment) หรือ QR Code ผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อลดการสัมผัสธนบัตรและเหรียญโดยตรง ($\bar{X} = 1.66$, $SD = 0.629$) และท่านเลือกซื้อบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่าน ระบบการจอง หรือซื้อบัตรโดยสารล่วงหน้า เพื่อหลีกเลี่ยงคนอยู่รวมกันมาก ($x = 1.59$, $SD = 0.646$)

ศิริภรณ์ พงศ์ลี (2564 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เลือกวิธีสุ่มแบบตามระดับชั้น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้ต่อเดือน 15,000-20,000 บาท มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว มากกว่า 3 ปีความถี่ในการสืบค้นข้อมูลทางการท่องเที่ยวจำนวน 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ประเภทของสื่อที่ใช้คือ Google เรื่องที่ต้องการ

สืบค้นมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนเพื่อสืบค้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยว การทดสอบสมมติฐานพบว่าแรงจูงใจและองค์ประกอบการท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลด้าน การท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

นทรัพย์ เศษศรี และคณะ (2566: ออนไลน์) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดยโสธร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับปัจจัยส่วนบุคคลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ จังหวัดยโสธร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร หรือเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธร จำนวน 400 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยโสธร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท สถานภาพโสด และภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ มีระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 2 วัน ช่วงเวลาในการเดินทางมาจังหวัดยโสธรคือ วันเสาร์และวันอาทิตย์มีความถี่ในการเดินทางมาจังหวัดยโสธร 1 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดยโสธรแต่ละครั้งมากกว่า 3,001 บาท ขึ้นไป เดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ โดยเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด เลือกพักในที่พักระยะโรงแรม และเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ จังหวัดยโสธรจากการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ จังหวัดยโสธร จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิลำเนา ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้มีเพียงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์จังหวัดยโสธรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ และการรู้สารสนเทศ

ภคพร อำมาตย์มณี ชุ่มอินทรจักร์ (2559 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยมี

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำแนกตามเพศ ชั้นปีที่ศึกษา กลุ่มสาขาวิชา และผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 396 คน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการรู้สารสนเทศค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ด้านที่มีระดับสูงที่สุด คือ นักศึกษามีการกำหนดหัวข้อและขอบเขตก่อนการสืบค้น ด้านที่มีระดับต่ำที่สุด คือ การใช้แหล่งสารสนเทศที่หลากหลาย ไม่พบความแตกต่างกันระหว่างเพศ ชั้นปี กลุ่มวิชา และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศ อย่างไรก็ตามนักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศมากกว่านักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่าในบางด้าน อุปสรรคคือ ความยากในการเริ่มต้นทำงานตามที่อาจารย์มอบหมายมากที่สุด และข้อมูลไม่ตรงตามความต้องการ

ดวงแก้ว เงินพูลทรัพย์ (2561 : 176) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาแบบทดสอบทักษะการรู้สารสนเทศสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวารสารศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบทดสอบทักษะการรู้สารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวารสารศาสตร์ ตามมาตรฐานการรู้สารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวารสารศาสตร์ในประเทศไทยที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น วิธีการพัฒนาแบบทดสอบประกอบด้วยการวิเคราะห์สังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาผังข้อสอบ การออกข้อสอบตามผังข้อสอบ การตรวจสอบคุณภาพแบบทดสอบ โดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาข้อคำถามเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ด้านการวัดและประเมินผลทางการศึกษา ด้านการรู้สารสนเทศ และด้านวารสารศาสตร์จำนวน 5 คน รวมทั้งหาค่าความยากง่ายและค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถาม โดยนำแบบทดสอบไปทดสอบกับนักศึกษา จำนวน 60 คน และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ โดยนำแบบทดสอบที่แก้ไขแล้วไปทดสอบกับนักศึกษา อีกกลุ่มหนึ่ง จำนวน 30 คน โดยใช้สูตร KR-20 ของคูเดอร์ริชาร์ดสัน ผลการวิจัยพบว่า ข้อคำถามมีค่าความตรงเชิงเนื้อหา โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.67-1.00 ค่าความยากง่าย 0.27-0.67 ค่าอำนาจจำแนก 0.21-0.89 และแบบทดสอบ มีค่าความเชื่อมั่น 0.83 ซึ่งมากกว่าค่ามาตรฐาน ดังนั้นแบบทดสอบนี้จึงมีคุณภาพสามารถวัดระดับทักษะการรู้สารสนเทศตาม มาตรฐาน 6 ด้าน ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวารสารศาสตร์

กาญจนา คำสมบัติ (2562 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การรู้สารสนเทศและการรับรู้ความสามารถของตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับการรู้สารสนเทศและศึกษาระดับการรับรู้ ความสามารถตนเองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประชากรคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 11 แห่ง จำนวน 778 คน เฉลี่ยทุกชั้นปีที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2561 ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการรู้สารสนเทศโดยภาพ

รวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายมาตรฐานพบว่า มาตรฐานที่ 2 นักศึกษามีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.62) สอดคล้องกับการสำรวจวิธีการเรียนรู้ในมหาวิทยาลัย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การศึกษาค้นคว้าจาก Search engine เช่น Google ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.76) ผลประเมินทรัพยากรที่นักศึกษาใช้ในการเรียนรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ แหล่งข้อมูลในเว็บไซต์โดยใช้ Google และเว็บไซต์อื่น ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.73) และพบว่าปัญหาในการพัฒนาทักษะการรู้สารสนเทศของนักศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.68) รายข้อที่มีค่ามากที่สุดคือ แหล่งสารสนเทศ (สถานที่และ สิ่งแวดล้อม) และผลการวิจัยระดับการรับรู้ความมั่นใจในความสามารถของนักศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 0.86)

กัญชลิตา ตันเจริญ (2563 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการติดตามแฟนเพจ Unseen Tour Thailand โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคกับการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทย โดยติดตามข้อมูลจาก Fan Page แนะนำการท่องเที่ยว Unseen Tour Thailand และศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้บริโภค และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวของ Fan Page กับการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทย โดยติดตามข้อมูลจาก Fan Page แนะนำการท่องเที่ยว Unseen Tour Thailand ของผู้บริโภค โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่กดติดตาม Fan Page แนะนำการท่องเที่ยว Unseen Tour Thailand จำนวน 400 ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์แตกต่างกัน และพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพครอบครัว และอาชีพ แตกต่างกัน มีการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยโดยติดตามข้อมูลจาก Fan Page แนะนำการท่องเที่ยว Unseen Tour Thailand แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้บริโภค ทั้งด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูล ด้านการเปิดรับประสบการณ์ และพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์โดยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทย โดยติดตามข้อมูลจาก Fan Page แนะนำการท่องเที่ยว Unseen Tour Thailand ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่รูปแบบการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวของ Fan Page แนะนำการท่องเที่ยว Unseen Tour Thailand โดยการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวโดยใช้ข้อความที่น่าสนใจ (Content) และโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยติดตามข้อมูลจาก Fan Page แนะนำการท่องเที่ยว Unseen Tour Thailand ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปิยะดา ดาวล้อมจันทร์, ศศิพิมล ประพินพงศกร และแววตา เตชาทวิวรรณ (2564 : 38) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวาย โดยมีวัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ รวมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชันวาย รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์จากนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุระหว่าง 19-34 ปี จำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชันวายมีพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว โดยมีการปฏิบัติ 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การกำหนดสารสนเทศที่ต้องการ 2) การค้นหาและเข้าถึงสารสนเทศ 3) การตรวจสอบและการประเมินสารสนเทศ 4) การรวบรวมและการนำสารสนเทศไปใช้ และ 5) การประเมินผลลัพธ์ ซึ่งประเด็นปัญหาและ อุปสรรคสำคัญที่พบ คือ ด้านลักษณะเฉพาะของบุคคล และด้านแหล่งสารสนเทศ

Du และ Li (Du and Li. 2020 : online) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเลือกแหล่งข้อมูลระหว่างบุคคลและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการหาข้อมูลของนักท่องเที่ยว การศึกษานี้ได้นำทฤษฎีการสื่อสารเชิงสัมพันธ์มาใช้ในการสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแหล่งข้อมูลระหว่างบุคคล โดยใช้แบบสอบถาม และแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่าแหล่งข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลประกอบด้วยความสัมพันธ์ 3 ประเภทได้แก่ 1) แหล่งข้อมูลจากครอบครัว 2) แหล่งข้อมูลจากที่ทำงานหรือแหล่งข้อมูลทางอาชีพและ 3) แหล่งข้อมูลจากสังคมสาธารณะทั่วไป แหล่งข้อมูลครอบครัว หมายถึงแหล่งข้อมูลจากพ่อแม่ลูกสมาชิกในครอบครัว แหล่งข้อมูลทางทำงานหรือทางวิชาชีพ หมายถึง เพื่อนร่วมงานเพื่อนร่วมชั้นเรียน แหล่งข้อมูลทางสังคมและสาธารณะ หมายถึง คู่ค้าหรือตัวแทนการท่องเที่ยวและแหล่งประชาสัมพันธ์อื่นๆ ความสัมพันธ์ของผู้หาข้อมูลกับแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันสะท้อนถึงลักษณะที่แตกต่างกันของความสัมพันธระหว่างบุคคลและความแข็งแกร่งของความสัมพันธก็แตกต่างกันเช่นกันเช่นกัน ความเข้มแข็งของความสัมพันธคุณภาพข้อมูลที่รับรู้และประโยชน์ของความสัมพันธที่รับรู้เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งข้อมูลระหว่างบุคคลความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้น คือ คุณภาพข้อมูลที่รับรู้สูงขึ้นผลประโยชน์เชิงสัมพันธ์ที่รับรู้มากขึ้น คือ นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งที่มาของความสัมพันธระหว่างบุคคลมากขึ้นความแข็งแกร่งของความสัมพันธได้รับผลกระทบต่อการรับรู้ถึงผลประโยชน์เชิงสัมพันธ์และความเสี่ยงทางสังคมประโยชน์เชิงสัมพันธ์ที่รับรู้มากขึ้นคือความเสี่ยงทางสังคมลดลง และความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งว่าจะยิ่งสูงขึ้นคุณภาพข้อมูลที่รับรู้ได้รับผลกระทบจากความเชี่ยวชาญด้านแหล่งข้อมูล และผลประโยชน์เชิงสัมพันธ์ที่รับรู้ความเชี่ยวชาญของผู้แสวงหาที่สูงขึ้นผลประโยชน์เชิงสัมพันธ์ที่รับรู้มากขึ้น และคุณภาพข้อมูลที่รับรู้ก็จะสูงขึ้น ระดับความเชี่ยวชาญของผู้หาข้อมูลไม่มีผลกระทบต่อความแข็งแกร่งของความสัมพันธคุณภาพข้อมูลเชิงรู้พฤติกรรมการด้วยข้อมูลบุคคลของนักท่องเที่ยว

Fardous และคณะ (Fardous and Others. 2019 : online) ได้ศึกษาเรื่อง การวางแผนการเดินทางเป็นกลุ่มและพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์: การศึกษานักท่องเที่ยวในออสเตรเลีย บังคลาเทศและจีน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการค้นหาข้อมูลร่วมกัน

ในการวางแผนเดินทางท่องเที่ยว และการแบ่งปันข้อมูลข้อมูลที่ได้จากสื่อสังคมออนไลน์ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 219 คน จาก 3 ประเทศคือ ออสเตรเลีย บังคลาเทศ และจีน เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมดังกล่าวใน 3 ประเทศนี้ ผลการศึกษาพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากทั้ง 3 ประเทศ ในด้านแรงบันดาลใจในการใช้สื่อสังคม กิจกรรมการค้นหาข้อมูลร่วมกันและการแบ่งปัน ข้อมูลไปสู่ภายนอกโดยมีความแตกต่างดังนี้ นักท่องเที่ยวบังคลาเทศ และจีนเลือกข้อมูลจากแหล่งที่รู้จัก ในขณะที่นักท่องเที่ยวออสเตรเลียใช้ข้อมูลทั้งจากแหล่งที่รู้จักและจากข้อมูลที่ได้ทั่วไป การศึกษายังพบว่า ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ใช้ของแต่ละบุคคลถือเป็นส่วนสำคัญ และเชื่อมโยงกับการแบ่งปันข้อมูลในกลุ่ม ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของแต่ละบุคคลและการร่วมกันหาข้อมูลมีส่วนในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว และการศึกษานี้เสนอกรอบการทำงานสำหรับการวิจัยในเรื่องการค้นหาข้อมูลร่วมกันในการท่องเที่ยวต่อไป

Parvathamma N และ Yamanoorappa (Parvathamma N and Yamanoorappa. 2021 : online) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเยือนแหล่งมรดกโลกทางตอนเหนือของรัฐกรณาฏกะ ประเทศอินเดีย โดยพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การศึกษานี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งได้มาโดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เยี่ยมชมสถานที่ เพื่อมาศึกษามรดกทางวัฒนธรรมและเพื่อการพักผ่อน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมาเที่ยวชมเพราะเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการศึกษา และมาเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้ Google เป็นเครื่องมือค้นหามากที่สุดในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ตามด้วย lonelyplanet.com และ tripadvisor.com ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียต้องการใช้ makemytrip.com มากที่สุดในการเตรียมการเดินทางและที่พัก แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่านักท่องเที่ยวต่างชาติพึ่งพาแหล่งข้อมูลบนเว็บไซต์เป็นหลัก ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียพึ่งพาข้อมูลที่ไม่เป็นทางการ ดังนั้นจึงจำเป็นสำหรับรัฐบาลและบริษัททัวร์ที่จะให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่ครอบคลุมบนเว็บไซต์ และสร้างสายด่วนให้ข้อมูลตลอดเวลา รวมทั้งควรมีชุมชนข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว

Lemy และ คณะ (Lemy and Others. 2021 : online) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาเชิงสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการแสวงหาข้อมูลข้อมูลเพื่อวางแผนการเดินทาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในประเทศในการแสวงหาข้อมูลการเดินทางในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 และศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก่อนเกิดการระบาดมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ กลยุทธ์ใดเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุดที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

กับการท่องเที่ยว และพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศล่าสุด การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึก การศึกษาวรรณกรรม และเอกสารต่าง ๆ นำผลการวิจัยเป็นพื้นฐาน เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ วิเคราะห์เชิงพรรณนาการสนทนากลุ่มออนไลน์ และ แบบสอบถามออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 เปลี่ยนไปโดยนักท่องเที่ยวมักจะค้นหาข้อมูลการเดินทางโดยใช้การสืบค้นหรือค้นหาข้อมูลออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยการถามคำถามไปที่จุดหมายปลายทางที่จะไปท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวในการพัฒนาการตลาดดิจิทัลที่ยั่งยืนได้แก่ การสร้างความไว้วางใจ การใช้กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวแต่ละคน การบูรณาการและการทำงานร่วมกัน การระบาดของ COVID-19 ถือเป็นวิกฤติที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน และยังเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก คุณค่าสำคัญในการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกคือ การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ในปีพ.ศ. 2566 เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนนักวิจัยจึงนำข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดกาญจนบุรี ในปีพ.ศ. 2565 ใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้น ซึ่งมีจำนวน 11,453,168 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2566 : ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ในปีพ.ศ. 2566 ผู้วิจัยจึงได้ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยคำนวณจากสูตร Yamane ดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)(Z^2)}{e^2}$$

โดยกำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 0.5

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างมีค่า 0.05

Z = ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.5(1 - 0.5) (1.96^2)}{0.05^2} \\ &= \frac{(0.5)(0.5)(3.8416)}{0.0025} \\ &= \frac{0.9604}{0.0025} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ทำให้ผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 385 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) โดยสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ตามสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา วัฒนธรรม ศาสนา ประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 400 คน ซึ่งมากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล คือ วันที่ 8 – 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 1 ชุด โดยแบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ จำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ภูมิภาคที่พักอาศัย ลักษณะการเดินทาง ลักษณะการพักค้างคืน วัตถุประสงค์ในการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 22 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศการท่องเที่ยว ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ และความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดจำนวน 1 ข้อ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมความรู้สารสนเทศ รูปแบบการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี และการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ รวมทั้งศึกษาตัวอย่างแบบสอบถาม เพื่อเป็นตัวอย่างในการออกแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่ได้มาศึกษา และสร้างข้อคำถาม โดยกำหนดขอบเขตของเนื้อหาให้ครอบคลุมถึงพฤติกรรมความรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมความรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความเที่ยงตรงของการใช้ภาษาและเนื้อหา เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งทุกข้อคำถามต้องได้ค่า IOC มากกว่า 0.75 จึงถือว่าเป็นข้อคำถามที่มีคุณภาพ และสามารถนำมาใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

4. นำแบบสอบถามปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์มากขึ้น

5. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว ส่งกลับให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และความเที่ยงตรงของเนื้อหาอีกครั้ง แล้วนำข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในครั้งที่ 2 มาปรับปรุงแก้ไขใหม่ให้ถูกต้อง

6. นำแบบสอบถามสร้างเสร็จแล้ว ไปทดสอบกับนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คณะศิลปศาสตร์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จำนวน 30 คน เพื่อนำผลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach. 1970 : 161) โดยกำหนดความเชื่อมั่นในแต่ละข้อตั้งแต่ 0.8 ขึ้นไป หากข้อใดไม่ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้จะตัดทิ้งออกไป แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง เหมาะสมอีกครั้ง

7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างและเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ซึ่งใช้แบบสอบถามทั้งหมด 2 รูปแบบ คือ รูปแบบเอกสาร และรูปแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Google form เนื่องจากช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลยังอยู่ในช่วงที่มีสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 โดยกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เลือกรูปแบบของแบบสอบถามตามความสมัครใจ ช่วงเวลาในการแจกแบบสอบถามอยู่ระหว่างวันที่ 8 – 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 ได้รับการตอบรับในการตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ฉบับ

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พร้อมกำหนดรหัสสำหรับการกรอกข้อมูลแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล
2. นำแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ
3. นำแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบตามระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เพื่อคำนวณหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดค่าคะแนน ดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
มาก	หมายถึง	4 คะแนน
ปานกลาง	หมายถึง	3 คะแนน
น้อย	หมายถึง	2 คะแนน
น้อยที่สุด	หมายถึง	1 คะแนน

จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ และรายด้าน โดยใช้สูตรการแปลผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 แสดงว่าตรงกับระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 แสดงว่าตรงกับระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 แสดงว่าตรงกับระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 แสดงว่าตรงกับระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 แสดงว่าตรงกับระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำน้อยที่สุด

4. นำแบบสอบถามตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด มาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 หาค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูล คือ

5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

5.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

5.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.2 เปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง และลักษณะการพักค้างคืนโดยสถิติ t-test

5.3 เปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance –ANOVA) ใช้สถิติ F-test หากพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe)

5.4 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ ต่าง ๆ ในการแปลความหมายที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- \bar{X} แทน คะแนนเฉลี่ย
- S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- df แทน ระดับขั้นของความเป็นอิสระ
- SS แทน ผลบวกกำลังสองของคะแนน
- MS แทน ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน
- F แทน ค่าที่ใช้พิจารณา F-distribution
- t แทน ค่าที่ใช้พิจารณา t-distribution

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว
2. พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ
 - 2.1 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ทั่วทุกด้าน
 - 2.2 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ
 - 2.3 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ
 - 2.4 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการประเมินสารสนเทศ
 - 2.5 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ
3. เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะการเดินทาง ลักษณะการพักค้างคืน วัตถุประสงค์ในการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว

3.1 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

3.2 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการพักค้างคืน

3.3 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

3.4 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตาราง 1

ตารางที่ 1 ค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลของนักศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	155	38.8
หญิง	245	61.2
รวม	400	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	103	25.8
20 - 30 ปี	73	18.2
31 - 40 ปี	78	19.5
41 - 50 ปี	50	12.5
51 - 60 ปี	78	19.5
มากกว่า 60 ปี	18	4.5
รวม	400	100.0

ตาราง 1 ค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวน (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
3. อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ	70	17.5
พนักงานเอกชน	98	24.5
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	46	11.5
อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	37	9.2
นักเรียน/นักศึกษา	119	29.8
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	30	7.5
รวม	400	100.0
4. จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน		
กรุงเทพฯ	199	49.7
นนทบุรี	35	8.7
พิษณุโลก	8	2.0
ชลบุรี	18	4.5
สุพรรณบุรี	2	0.5
นครปฐม	18	4.5
สมุทรปราการ	23	5.7
สุราษฎร์ธานี	4	1.0
ปทุมธานี	16	4.0
กาญจนบุรี	18	4.5
จันทบุรี	2	5.0
สมุทรสาคร	15	3.8
เชียงใหม่	8	2.0
สระบุรี	5	1.3
นครศรีธรรมราช	7	1.8
สงขลา	4	1.0
รวม	400	100.0

ตาราง 1 ค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
5. ลักษณะการเดินทาง		
เดินทางคนเดียว	37	9.2
เดินทางเป็นกลุ่ม	363	90.8
รวม	400	100.0
6. ลักษณะการพักค้างคืน		
ไม่ค้างคืน	145	36.3
ค้างคืน	255	63.7
รวม	400	100.0
7. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง		
เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	55	13.8
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	253	63.2
ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม	26	6.5
ซื้อของ/ซื้อป๊อปปิ้ง	4	1.0
รับประทานอาหาร	23	5.8
ทำงาน	39	9.8
รวม	400	100.0
8. กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว		
ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	196	49.0
ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม	33	8.2
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	4	1.0
ท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์	30	7.5
ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	122	30.5
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	15	3.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 1 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.2 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 25.8 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 29.8 ปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ร้อยละ 49.7 เดินทางเป็นกลุ่ม ร้อยละ 90.8 ในลักษณะการค้างคืน ร้อยละ 63.7 โดยมีวัตถุประสงค์

หลักในการเดินทางคือ ท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 63.2 และมีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวคือการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจร้อยละ 49.0

2. พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

2.1 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ รวมทุกด้าน

ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ รวมทุกด้าน

ปรากฏผลดังตาราง 2

ตาราง 2 ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ รวมทุกด้าน

พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D	ระดับพฤติกรรม
1. ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ	3.80	.702	มาก
2. ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ	3.75	.722	มาก
3. ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ	3.55	.892	มาก
4. ความสามารถในการรวบรวมและใช้สารสนเทศ	3.89	.619	มาก
รวมทั้งสิ้น	3.74	.657	มาก

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำมากที่สุด คือ ความสามารถในการรวบรวมและใช้สารสนเทศ ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมา คือ ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ และความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$ และ $\bar{X} = 3.75$ ตามลำดับ)

2.2 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ

ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ ปรากฏผลดังตาราง 3

ตาราง 3 ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ

ด้านความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ	\bar{X}	S.D	ระดับพฤติกรรม
1. ฉันจะค้นหาสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชียงอนุรักษ์ เชียงสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ	3.54	.846	มาก
2. ฉันจะค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชียงอนุรักษ์ เชียงสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ	3.84	.902	มาก
3. ฉันจะค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับสถานที่พักที่อยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการสีเขียว หรือโรงแรมที่ดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.58	.889	มาก
4. ฉันจะค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับร้านอาหารของชุมชน หรือร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์พื้นเมือง/ท้องถิ่น	3.86	.806	มาก
5. ฉันจะค้นหาเส้นทางเดินทางที่จะช่วยประหยัดพลังงานให้ได้มากที่สุด	3.90	.914	มาก
6. ฉันจะค้นหาตัวอย่างโปรแกรมท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกิจกรรมของตนเอง/กลุ่ม	4.10	.908	มาก
รวมทั้งสิ้น	3.80	.702	มาก

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ มากที่สุด คือ ฉันจะค้นหา

ตัวอย่างโปรแกรมท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกิจกรรมของตนเอง/กลุ่ม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมา คือ ฉันจะค้นหาเส้นทางเดินทางที่จะช่วยประหยัดพลังงานให้ได้มากที่สุด และฉันจะค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับร้านอาหารของชุมชน หรือร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์พื้นเมือง/ท้องถิ่น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$ และ $\bar{X} = 3.86$ ตามลำดับ)

2.3 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ

ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ปรากฏผลดังตาราง 4

ตาราง 4 ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ

ด้านความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ	\bar{X}	S.D	ระดับพฤติกรรม
1. ฉันจะค้นหาสารสนเทศโดยใช้โปรแกรมค้นหาและสืบค้นอินเทอร์เน็ต เช่น Google, Facebook, YouTube เป็นต้น	4.37	.681	มาก
2. ฉันจะสอบถามสถานที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร หรือกิจกรรมต่าง ๆ จากเพื่อนๆ ที่เคยไปกาญจนบุรี หรืออาศัยอยู่ที่กาญจนบุรี	3.32	1.279	ปานกลาง
3. ฉันจะค้นหาสารสนเทศผ่านเพจท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี เช่น ไปเที่ยวกาญ Web: Thainews.prd.go.th สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดกาญจนบุรี Web: ww2.kanchanaburi.go.th	3.21	1.288	ปานกลาง
4. ฉันจะค้นหาสารสนเทศผ่านเพจท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น แบกเป้เที่ยว เที่ยวแบบกรู ข่าวสารการท่องเที่ยว ททท. เป็นต้น	3.85	1.022	มาก

ตาราง 4 ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ (ต่อ)

ด้านความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ	\bar{X}	S.D	ระดับพฤติกรรม
5. ฉันทักใช้แฮชแท็ก # ช่วยค้นหาสารสนเทศใน Facebook หรือ Instagram เช่น #กาญจนบุรี #เที่ยวกาญจน์ #ท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ #แม่น้ำแคว #บ้านอีต่อง #ล่องแพ #สะพานมอญ	3.99	1.105	มาก
รวมทั้งสิ้น	3.75	.722	มาก

จากตาราง 4 แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศมากที่สุด คือ ฉันทักค้นหาสารสนเทศโดยใช้โปรแกรมค้นหาและสื่อออนไลน์อินเทอร์เน็ต เช่น Google, Facebook, YouTube เป็นต้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมา คือ ฉันทักใช้แฮชแท็ก # ช่วยค้นหาสารสนเทศใน Facebook หรือ Instagram เช่น #กาญจนบุรี #เที่ยวกาญจน์ #ท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ #แม่น้ำแคว #บ้านอีต่อง #ล่องแพ #สะพานมอญ และฉันทักค้นหาสารสนเทศผ่านเพจท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่นแบกเป้เที่ยว เที่ยวแบบกรู ชาวสารการท่องเที่ยว ททท. เป็นต้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$ และ $\bar{X} = 3.85$ ตามลำดับ)

2.4 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการประเมินสารสนเทศ

ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการประเมินสารสนเทศ ปรากฏผลดังตาราง 5

ตาราง 5 ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการประเมินสารสนเทศ

ด้านความสามารถในการประเมินสารสนเทศ	\bar{X}	S.D	ระดับพฤติกรรม
1. เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว ฉันจะประเมินความน่าเชื่อถือจากจำนวนคนติดตาม การแชร์ และการแสดงความคิดเห็นก่อนใช้งาน	3.49	1.081	ปานกลาง
2. เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว ฉันสามารถตัดสินใจได้ทันทีว่าสารสนเทศนั้นตรงกับความต้องการหรือไม่	3.64	.992	มาก
3. เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว ฉันสามารถบอกได้ว่าสารสนเทศนั้นเป็นเรื่องจริงไม่ใช่การโฆษณาชวนเชื่อ	3.54	.938	มาก
รวมทั้งสิ้น	3.55	.892	มาก

จากตาราง 5 แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการประเมินสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการประเมินสารสนเทศมากที่สุด คือ เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว ฉันสามารถตัดสินใจได้ทันทีว่าสารสนเทศนั้นตรงกับความต้องการหรือไม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) รองลงมา คือ เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว ฉันสามารถบอกได้ว่าสารสนเทศนั้นเป็นเรื่องจริงไม่ใช่การโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว ฉันจะประเมินความน่าเชื่อถือจากจำนวนคนติดตาม การแชร์ และการแสดงความคิดเห็นก่อนใช้งาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$)

2.5 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ

ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ ปรากฏผลดังตาราง 6

ตาราง 6 ระดับพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ

ด้านความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ	\bar{X}	S.D	ระดับพฤติกรรม
1. ฉันมักจะบันทึกสารสนเทศที่จำเป็นลงสมุดโน้ต/โน้ตบุ๊ก/โทรศัพท์/แท็บเล็ต เป็นต้น เพื่อนำมาใช้อีกครั้ง	3.55	1.000	มาก
2. ฉันมักจะแคปเจอร์หน้าจอสารสนเทศหรือภาพลงโทรศัพท์ แท็บเล็ต เป็นต้น เพื่อนำมาใช้อีกครั้ง	4.02	.888	มาก
3. ฉันมักจะคัดลอกลิงค์สารสนเทศหรือภาพลงโทรศัพท์ แท็บเล็ต เป็นต้น เพื่อนำมาใช้อีกครั้ง	3.63	.852	มาก
4. ฉันมักแชร์สารสนเทศที่ได้ผ่าน Facebook /Line/ Instagram เพื่อใช้ภายหลัง	4.18	.940	มาก
5. เมื่อได้สารสนเทศครบตามที่ต้องการแล้ว ฉันจะนำมาวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวทันที	3.63	1.220	มาก
6. ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว หรือหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ฉันมักลงเรื่องราวการท่องเที่ยวบน Facebook/ Instagram/ YouTube เป็นต้น เพื่อแชร์ประสบการณ์ / เล่าเรื่องการเดินทาง	4.16	.946	มาก
7. ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ฉันมักจะหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้การท่องเที่ยวครั้งนี้ตรงเป้าหมาย และสนุกที่สุด	4.04	.903	มาก
8. ฉันจะใช้ข้อมูลเพิ่มเติมประกอบการเดินทาง ถ้าจะมาเที่ยวกาญจนบุรีอีกครั้ง	3.94	.968	มาก
รวมทั้งสิ้น	3.89	.619	มาก

จากตาราง 6 แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ด้านความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศมากที่สุด คือ ฉันมักแชร์สารสนเทศที่ได้ผ่าน Facebook /Line/ Instagram เพื่อใช้ภายหลัง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมา คือ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว หรือหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ฉันมักลงเรื่องราวการท่องเที่ยวบน Facebook/ Instagram/ YouTube เป็นต้น เพื่อแชร์ประสบการณ์ / เล่าเรื่องการเดินทาง และระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ฉันมักจะหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้การท่องเที่ยวครั้งนี้ตรงเป้าหมาย และสนุกที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$ และ $\bar{X} = 4.09$ ตามลำดับ)



3. เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง ลักษณะการพักค้างคืน วัตถุประสงค์ในการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว

3.1 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง ปรากฏผลดังตาราง 7

ตาราง 7 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

พฤติกรรมการรู้สารสนเทศฯ	เดินทางคนเดียว		เดินทางเป็นกลุ่ม		t	Sig
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
1. ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ	4.28	.554	3.75	.698	5.410*	.001
2. ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ	4.17	.621	3.70	.719	3.785*	.001
3. ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ	4.30	.543	3.48	.887	8.133*	.001
4. ความสามารถในการรวบรวมและใช้สารสนเทศ	4.28	.571	3.85	.611	4.274*	.001
รวมทุกด้าน	4.25	.541	3.69	.646	5.842*	.025

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 7 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกันมีความสามารถทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวมีความสามารถทุกด้านสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม

3.2 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการพักค้างคืน ปรากฏผลดังตาราง 8

ตาราง 8 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการพักค้างคืน

พฤติกรรมการรู้สารสนเทศฯ	ไม่ค้างคืน		ค้างคืน		t	Sig
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
1. ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ	3.72	.639	3.85	.733	1.792	.074
2. ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ	3.86	.602	3.68	.776	2.506*	.013
3. ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ	3.82	.549	3.40	1.009	5.321*	.001
4. ความสามารถในการรวบรวมและใช้สารสนเทศ	3.98	.521	3.84	.665	2.178*	.030
รวมทุกด้าน	3.84	.500	3.69	.728	2.398*	.017

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 8 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการพักค้างคืนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืนมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ค้างคืน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการพักค้างคืนแตกต่างกันมีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ และความสามารถในการรวบรวมและใช้สารสนเทศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืนมีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ และความสามารถในการรวบรวมและใช้สารสนเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ค้างคืน

3.3 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางปรากฏผลดังตาราง 9

ตาราง 9 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

พฤติกรรมการรู้สารสนเทศฯ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	16.094	3.219	7.023*	.001
	ภายในกลุ่ม	392	179.652	.458		
	รวม	397	195.746			
2. ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	7.214	1.443	2.830*	.016
	ภายในกลุ่ม	394	200.881	.510		
	รวม	399	208.095			
3. ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	24.820	4.964	6.678*	.001
	ภายในกลุ่ม	394	292.895	.743		
	รวม	399	317.715			
4. ความสามารถในการรวบรวมและใช้สารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	4.817	.963	2.564*	.027
	ภายในกลุ่ม	394	148.029	.376		
	รวม	399	152.846			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	5	8.932	1.786	4.682*	.001
	ภายในกลุ่ม	392	149.562	.382		
	รวม	397	158.494			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันมีความสามารถทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่างกันคู่ใด มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน จึงนำมาทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธีของเชฟเฟ้ (Sheffe) ปรากฏผลดังตาราง 10-12

ตาราง 10 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

พฤติกรรมการรู้สารสนเทศฯ	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง						
		\bar{x}	รับประทานอาหาร	ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม	เยี่ยมชมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	ท่องเที่ยว/พักผ่อน	ทำงาน	ซื้อของ/ช้อปปิ้ง
			3.35	3.43	3.77	3.85	3.87	3.94
	รับประทานอาหาร	3.35		0.08	0.42	0.50*	0.52	0.59
	ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม	3.43			0.34	0.42	0.44	0.51
	เยี่ยมชมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	3.77				0.08	0.10	0.17
	ท่องเที่ยว/พักผ่อน	3.85					0.02	0.09
	ทำงาน	3.87						0.07
	ซื้อของ/ช้อปปิ้ง	3.94						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อรับประทานอาหาร

ตาราง 11 เปรียบเทียบความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง							
		\bar{x}	รับประทานอาหาร	ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม	เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	ท่องเที่ยว/พักผ่อน	ทำงาน	ซื้อของ/ช้อปปิ้ง
			3.09	3.51	3.78	3.87	3.94	4.08
	รับประทานอาหาร	3.09		0.42	0.69*	0.78*	0.85*	0.99*
	ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม	3.51			0.27	0.36	0.43	0.57
	เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	3.78				0.09	0.16	0.30
	ท่องเที่ยว/พักผ่อน	3.87					0.07	0.21
	ทำงาน	3.94						0.14
	ซื้อของ/ช้อปปิ้ง	4.08						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อซื้อของ/ช้อปปิ้ง เพื่อทำงาน เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน และเพื่อเยี่ยมญาติครอบครัว/ญาติ/เพื่อน มีความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อรับประทานอาหาร

ตาราง 12 เปรียบเทียบความสามารถในการประเมินสารสนเทศของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม		รับประทานอาหาร	ทำงาน	ท่องเที่ยว/พักผ่อน	เยี่ยมชมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	ซื้อของ/ซื้อปิ้ง
		\bar{x}	2.80					
	ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม	2.80		0.27	0.67	0.85*	0.87*	1.36
	รับประทานอาหาร	3.07			0.40	0.58	0.60	1.09
	ทำงาน	3.47				0.18	0.29	0.69
	ท่องเที่ยว/พักผ่อน	3.65					0.07	0.51
	เยี่ยมชมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	3.67						0.49
	ซื้อของ/ซื้อปิ้ง	4.16						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน และเพื่อเยี่ยมชมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน มีความสามารถในการประเมินสารสนเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม

3.4 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตาราง 13

ตาราง 13 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว

พฤติกรรมการรู้สารสนเทศฯ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	8.848	1.770	3.712*	.003
	ภายในกลุ่ม	392	186.898	.477		
	รวม	397	195.746			
2. ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	15.663	3.133	6.414*	.001
	ภายในกลุ่ม	394	192.432	.488		
	รวม	399	208.095			
3. ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	52.238	10.448	15.506*	.001
	ภายในกลุ่ม	394	265.477	.674		
	รวม	399	317.715			
4. ความสามารถในการรวบรวมและใช้สารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	10.896	2.179	6.049*	.001
	ภายในกลุ่ม	394	141.950	.360		
	รวม	399	152.846			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	5	12.416	2.483	6.664*	.001
	ภายในกลุ่ม	392	146.078	.373		
	รวม	397	158.494			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความสามารถทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบว่านักท่องเที่ยงที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวต่างกันคู่ใด มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน จึงนำมาทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธีของเชฟเฟ้ (Sheffe) ปรากฏผลดังตาราง 14-18

ตาราง 14 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยง จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

พฤติกรรมการรู้สารสนเทศ	กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม		ท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์	ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
		\bar{x}	3.18	3.79	3.80	3.86	3.88	4.04
	ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม	3.18		0.61*	0.62*	0.68*	0.70*	0.86
	ท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์	3.79			0.01	0.07	0.09	0.25
	ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	3.80				0.06	0.08	0.24
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	3.86					0.02	0.18
	ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.88						0.16
	ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	4.04						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยงที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และเพื่อท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยงที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม

ตาราง 15 เปรียบเทียบความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ	กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม		ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	ท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์	ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
		\bar{x}	3.06	3.74	3.78	3.80	3.96	4.00
	ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม	3.06		0.68*	0.72*	0.74*	0.90*	0.94
	ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	3.74			0.04	0.06	0.22	0.29
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	3.78				0.02	0.18	0.22
	ท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์	3.80					0.16	0.20
	ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.96						0.04
	ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	4.00						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ มีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม

ตาราง 16 เปรียบเทียบความสามารถในการประเมิณสารสนเทศของนักทองเทียว จำแนกตามกิจกรรมที่ทาระหวางทองเทียวที่พบความแตกต่างเป็นรายคู

ความสามารถในการประเมิณสารสนเทศ	กิจกรรมที่ทาระหวางทองเทียว	ทองเทียวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม		ทองเทียวเชิงประวัติศาสตร์	ทองเทียวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์	ทองเทียวเชิงสุขภาพ	ทองเทียวพักผ่อนหยอนใจ	ทองเทียวเพื่อการศึกษา
		\bar{x}	2.68	3.20	3.34	3.55	3.86	4.16
	ทองเทียวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม	2.68		0.52	0.66*	0.87	1.18*	1.48*
	ทองเทียวเชิงประวัติศาสตร์	3.20			0.14	0.35	0.66	0.96
	ทองเทียวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์	3.34				0.21	0.52	0.82
	ทองเทียวเชิงสุขภาพ	3.55					0.31	0.61
	ทองเทียวพักผ่อนหยอนใจ	3.86						0.30
	ทองเทียวเพื่อการศึกษา	4.16						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 แสดงให้เห็นว่า นักทองเทียวที่มีกิจกรรมที่ทาระหวางทองเทียวเพื่อทองเทียวเพื่อการศึกษา เพื่อทองเทียวพักผ่อนหยอนใจ และเพื่อทองเทียวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ มีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศสูงกวานักทองเทียวที่มีกิจกรรมที่ทาระหวางทองเทียวเพื่อทองเทียวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม

ตาราง 17 เปรียบเทียบความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวที่พบความแตกต่างเป็นรายคู่

ความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ	กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	ท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์	ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
		\bar{x}	3.34	3.91	3.92	3.98	4.00
	ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม	3.34	0.57*	0.58*	0.64*	0.66	0.83*
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	3.91		0.01	0.07	0.09	0.26
	ท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์	3.92			0.06	0.08	0.25
	ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	3.98				0.02	0.19
	ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	4.00					0.17
	ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	4.17					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ และเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจมีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี

2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามลักษณะการเดินทาง ลักษณะการพักค้างคืน วัตถุประสงค์ในการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ปีพ.ศ. 2566 จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเรื่อง พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 1 ชุด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ จำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ภูมิภาคที่พักอาศัย ลักษณะการเดินทาง ลักษณะการพักค้างคืน วัตถุประสงค์ในการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 22 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ และความสามารถในการรวบรวมและใช้สารสนเทศ

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดจำนวน 1 ข้อ

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.2 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 25.8 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 29.8 ปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ร้อยละ 49.7 เดินทางเป็นกลุ่ม ร้อยละ 90.8 ในลักษณะการค้างคืนร้อยละ 63.7 โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง คือ ท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 63.2 และมีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 49.0

2. พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

2.1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำมากที่สุด คือ ความสามารถในการรวบรวมและใช้สารสนเทศ (\bar{X} = 3.89) รองลงมา คือ ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ และความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.80 และ \bar{X} = 3.75 ตามลำดับ)

2.2 ด้านความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ มากที่สุด คือ ฉันจะค้นหาตัวอย่างโปรแกรมท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกิจกรรมของตนเอง/กลุ่ม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.10) รองลงมา คือ ฉันจะค้นหาเส้นทางเดินทางที่จะช่วยประหยัดพลังงานให้ได้มากที่สุด และฉันจะค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับร้านอาหารของชุมชน หรือร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์พื้นเมือง/ท้องถิ่น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.90 และ \bar{X} = 3.86 ตามลำดับ)

2.3 ด้านความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศมากที่สุด คือ ฉันจะค้นหาสารสนเทศโดยใช้โปรแกรมค้นหาและสืบค้นอินเทอร์เน็ต เช่น Google, Facebook, YouTube เป็นต้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.37) รองลงมา คือ ฉันมักใช้แฮชแท็ก # ช่วยค้นหาสารสนเทศใน Facebook หรือ Instagram เช่น #กาญจนบุรี #เที่ยวกาญจน์ #ท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ #แม่น้ำแคว #บ้านอีต่อง #ล่องแพ #สะพานมอญ และฉันจะค้นหาสารสนเทศผ่านเพจท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น แบกเป้

เที่ยว เที่ยวแบบกรุ ชาวสารการท่องเที่ยว ททท. เป็นต้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.99 และ \bar{X} = 3.85 ตามลำดับ)

2.4 ด้านความสามารถในการประเมินสารสนเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสามารถในการประเมินสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการประเมินสารสนเทศมากที่สุด คือ เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว ฉันสามารถตัดสินใจได้ทันทีว่าสารสนเทศนั้นตรงกับความต้องการหรือไม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.64) รองลงมา คือ เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว ฉันสามารถบอกได้ว่าสารสนเทศนั้นเป็นเรื่องจริงไม่ใช่การโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.54) เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว ฉันจะประเมินความน่าเชื่อถือจากจำนวนคนติดตาม การแชร์ และการแสดงความคิดเห็นก่อนใช้งาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.49)

2.5 ด้านความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศมากที่สุด คือ ฉันมักแชร์สารสนเทศที่ได้ผ่าน Facebook /Line/Instagram เพื่อใช้ภายหลัง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.18) รองลงมา คือ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว หรือหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ฉันมักลงเรื่องราวการท่องเที่ยวบน Facebook/ Instagram/ YouTube เป็นต้น เพื่อแชร์ประสบการณ์ / เล่าเรื่องการเดินทาง และระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ฉันมักจะหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้การท่องเที่ยวครั้งนี้ตรงเป้าหมาย และสนุกที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.16 และ \bar{X} = 4.09 ตามลำดับ)

3. เปรียบเทียบพฤติกรรมความรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะการเดินทาง ลักษณะการพักค้างคืน วัตถุประสงค์ในการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว

3.1 ลักษณะการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกันมีพฤติกรรมความรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวมีพฤติกรรมความรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่ม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกันมีความสามารถทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวมีความสามารถทุกด้านสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่ม

3.2 ลักษณะการพักค้างคืน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการพักค้างคืนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืนมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่พักค้างคืน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการค้างคืนแตกต่างกันมีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ และความสามารถในการรวบรวมและใช้สารสนเทศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืนมีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ และความสามารถในการรวบรวมและใช้สารสนเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวที่พักค้างคืน

3.3 วัตถุประสงค์ในการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อรับประทานอาหาร เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันมีความสามารถทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3.1 ด้านความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อซื้อของ/ช้อปปิ้ง เพื่อทำงาน เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน และเพื่อเยี่ยมญาติครอบครัว/ญาติ/เพื่อน มีความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อรับประทานอาหาร

3.3.2 ด้านความสามารถในการประเมินสารสนเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน และเพื่อเยี่ยมญาติครอบครัว/ญาติ/เพื่อน มีความสามารถในการประเมินสารสนเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม

3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และเพื่อท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความสามารถทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4.1 ด้านความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ มีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม

3.4.2 ด้านความสามารถในการประเมินสารสนเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ มีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม

3.4.3 ด้านความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ และเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจมีความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งจะต้องมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางอย่างชัดเจนว่าต้องการเดินทางไปเพื่อสิ่งใด และต้องการทำกิจกรรมใดบ้าง รวมทั้งการเตรียมความพร้อมเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ตามสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นโดยไม่สามารถคาดการณ์ได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองหรือกลุ่มร่วมเดินทาง รวมถึงการประเมินผลลัพธ์ที่จะตามมา หรือการคาดการณ์ถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว (ชวัลนุช อุทยาน. ม.ป.ป. : ออนไลน์) ทั้งนี้การท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวแบบที่มีความรับผิดชอบต่ออย่างสร้างสรรค์โดยลดการใช้พลังงาน ลดการปล่อยคาร์บอนให้น้อยลง เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน เมื่อเปรียบเทียบการเดินทางท่องเที่ยวแบบปกติ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ และ

ความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ ซึ่งเป็นทักษะที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวจากทุกที่ทั่วโลก และสามารถนำสารสนเทศที่ได้มาใช้ในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในการลดคาร์บอน แต่ยังคงเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และมีความสุขตลอดระยะเวลาการท่องเที่ยว จากผลการวิจัยพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศมากที่สุด คือ การรวบรวมและการใช้สารสนเทศ ทั้งนี้สืบเนื่องจากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ค้นหาสารสนเทศโดยใช้โปรแกรมค้นหาและสืบค้นอินเทอร์เน็ต เช่น Google, Facebook, YouTube เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถแชร์สารสนเทศที่ได้รับผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสะดวก และเป็นวิธีที่ง่ายที่จะเรียกข้อมูลกลับมาใช้ใหม่ อีกทั้งยังสามารถเก็บข้อมูลที่ได้ด้วยการสร้างเป็นฐานข้อมูลเบื้องต้นที่สามารถนำข้อมูลมาปรับใช้ประโยชน์ได้ง่าย รวมทั้งการส่งต่อให้กับบุคคลอื่น ๆ ในกลุ่มร่วมเดินทางด้วยกันได้ง่าย เนื่องจากปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เป็นเสมือนเพื่อนร่วมทางที่ดีที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้พบกับเพื่อนใหม่ที่จะร่วมแบ่งปันประสบการณ์การเดินทางที่ประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fardous และคณะ (Fardous and Others. 2019 : Online) พบว่า นักท่องเที่ยวในออสเตรเลีย บังคลาเทศ และจีน จะมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยการแบ่งปันข้อมูลภายในกลุ่ม และมีการร่วมมือกันในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญชลิตา ตันเจริญ (2563 : บทคัดย่อ) พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยวทั้งด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูล ด้านการเปิดรับประสบการณ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวในประเทศไทย หากแต่รูปแบบการนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว โดยใช้ข้อความที่น่าสนใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งนี้รูปแบบการนำเสนอที่นักท่องเที่ยวนำมาแชร์เพื่อใช้ในภายหลังเป็นการรวบรวมและการใช้สารสนเทศที่ส่งผลต่อการนำมาใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนการเดินทาง โดยข้อที่นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศมากที่สุด คือ การแชร์สารสนเทศที่ได้ผ่าน Facebook/Line/ Instagram เพื่อใช้ภายหลัง รองลงมา คือ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวหรือหลังการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว มักลงเรื่องราวการท่องเที่ยวบน Facebook/Instagram/YouTube เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจะสะท้อนถึงความสามารถในการจัดการเนื้อหาในรูปแบบของข้อความ ภาพ หรือสื่อต่าง ๆ ที่ได้รับมาให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสมกับการใช้งานตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการวางแผนการเดินทางและปรับปรุงการเดินทางกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ รวมทั้งการสื่อสารสารสนเทศที่ได้ไปยังบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้

2. เปรียบเทียบพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามตัวแปร

2.1 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว ตามลักษณะการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวมีความสามารถทุกด้านสูงกว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวด้วยตนเอง เป็นลักษณะเฉพาะของนักเดินทางที่ต้องกำหนดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวและตัดสินใจด้วยตนเอง รวมทั้งการเลือกสถานที่ต่าง ๆ เพื่อทำกิจกรรมการท่องเที่ยว อัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว (ชวัลนุช อุทยาน. ม.ป.ป. : ออนไลน์) ซึ่งอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวล่วงหน้าอย่างรัดกุม เพื่อให้ตอบสนองความต้องการตนเองมากที่สุด และบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายความสุขให้ได้มากที่สุด ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงต้องมีความสามารถในการรู้ความต้องการของตนเองว่าต้องการข้อมูล สารสนเทศด้านไหนหรือรูปแบบไหนบ้าง รู้ว่าต้องหาข้อมูลดังกล่าวจากแหล่งสารสนเทศใดเพื่อให้ได้สารสนเทศเพียงพอ เพื่อใช้ในการวางแผนโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ โดยนักท่องเที่ยวต้องมีการเตรียมตัวในการเลือกสถานที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยลดคาร์บอน ลดการใช้พลังงาน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนในการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์และอาหารในท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวสามารถดึงความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศโดยเลือกใช้แหล่งสารสนเทศและเครื่องมือในการค้นหาสารสนเทศที่เหมาะสมกับการค้นหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำภายในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งในปัจจุบันการเข้าถึงสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้หลากหลายช่องทาง โดยเฉพาะการเข้าถึงโดยใช้โปรแกรมค้นหาและสื่อออนไลน์ เช่น Google, Facebook, YouTube รวมทั้งเพจท่องเที่ยวของจังหวัดและส่วนบุคคล ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะดา ดาวล้อมจันทร์, ศศิพิมล ประพินพงศ์กร และแววตา เตชาทวิวรรณ (2564 : 45) พบว่า นักท่องเที่ยวเจนเรชั่นวายเริ่มต้นสำรวจข้อมูลจากแหล่งข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเข้าถึงง่าย สะดวก มีข้อมูลจำนวนมาก มีข้อมูลที่หลายวิธีทำให้เปรียบเทียบ และงานวิจัยของนุสรา ปรามิ (2564 : บทคัดย่อ) พบว่า นักท่องเที่ยวใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว และงานวิจัยของศิริภรณ์ พงศ์ลี (2564 : บทคัดย่อ) พบว่า นักท่องเที่ยวใช้ Google เพื่อสืบค้นเรื่องราวที่ต้องการมากที่สุด โดยเรื่องที่ค้นหามากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการประเมินสารสนเทศเพื่อให้ได้สารสนเทศที่ถูกต้องและทันสมัย พร้อมใช้ในการวางแผนโปรแกรมการเดินทาง ในการเดินทางคนเดียว นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องระมัดระวังในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับในแต่ละครั้ง

เพื่อลดความผิดพลาดให้ได้มากที่สุด ซึ่งวิธีการประเมินที่นักท่องเที่ยวใช้มากที่สุด เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว คือ การตัดสินใจด้วยตนเองว่าสารสนเทศนั้นตรงกับความต้องการหรือไม่ ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวมีเป้าหมายในการเดินทางชัดเจน จึงสามารถบอกได้ว่าสารสนเทศที่ได้รับนั้นตรงกับหัวข้อ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ หรือรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของตนเองหรือไม่ ประกอบกับการเดินทางคนเดียวจึงไม่จำเป็นต้องสอบถามความคิดเห็นของผู้อื่น หรือผู้ร่วมเดินทาง อีกความสามารถที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางคนเดียวมีพฤติกรรมการใช้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม คือ ความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ ทั้งนี้เนื่องจากความสามารถดังกล่าวเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่สามารถเกิดขึ้นก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และหลังการเดินทาง ซึ่งการรวบรวมสารสนเทศเป็นผลจากการใช้สารสนเทศจากการค้นหา เพื่อนำมาจัดการให้อยู่ในรูปแบบที่พร้อมนำไปใช้งาน เพื่อดำเนินการวางแผนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจะพบว่านักท่องเที่ยวมักแชร์สารสนเทศที่ได้ผ่าน Facebook/ Line/ Instagram ไว้ใช้ภายหลังมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากวิธีการดังกล่าวเป็นวิธีการที่สะดวกสบายที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียกใช้สารสนเทศที่ต้องการได้ทันทีโดยไม่ต้องค้นหาใหม่ อีกทั้งยังสามารถป้องกันการสูญหาย ในส่วนของการใช้สารสนเทศเป็นกระบวนการนำสารสนเทศที่ได้ไปเรียบเรียงหรือบันทึกในรูปแบบของการทำงานไปใช้ประโยชน์ เพื่อตนเองและหรือผู้อื่น ซึ่งพบว่าระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวหรือหลังการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักลงเรื่องราวการเดินทางท่องเที่ยวบน Facebook/ Instagram/ YouTube เป็นต้น เพื่อแชร์ประสบการณ์/ เล่าเรื่องการเดินทาง ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันการบอกเล่าเรื่องราวการแบ่งปันประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำได้ง่ายและสะดวกสบาย อีกทั้งเป็นการแสดงตัวตนของตัวเอง เพื่อให้เป็นที่รู้จักในรูปแบบอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่มีผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มโซเชียล โดยอินฟลูเอนเซอร์ในกลุ่มท่องเที่ยวจะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว สถานที่ใหม่ ๆ จูงใจให้เกิดความสนใจอยากมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน จากสถิติปี พ.ศ. 2566 ด้านข้อมูลพฤติกรรมทางดิจิทัล พบว่า กิจกรรมยอดฮิตที่คนไทยชอบมากในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ การติดตาม Content VDO ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ ประกอบกับการใช้เวลาไปกับสื่อสังคมออนไลน์ 2 ชั่วโมง 44 นาที โดยใช้ Facebook ร้อยละ 91 Line ร้อยละ 90.7 Facebook Messenger ร้อยละ 80.8 TikTok ร้อยละ 78.2 และ Instagram ร้อยละ 66.4 ซึ่งส่งให้หลาย ๆ คนสนใจอยากมีผู้ติดตามในฐานะอินฟลูเอนเซอร์ (We are social และ Meltwater. 2566 : ออนไลน์)

2.2 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะการพักค้างคืน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการพักค้างคืนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืนมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่่านักท่องเที่ยวที่ค้างคืน โดยมี

ความสามารถสูงกว่า 3 ด้านคือ ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ และความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยส่วนใหญ่เปลี่ยนแปลงไปนับตั้งแต่เกิดสถานการณ์โควิด-19 ที่มักเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้ระยะเวลาเพียง 1 วัน โดยไม่ค้างคืน ท่องเที่ยวในสถานที่ที่ใกล้ที่พักอาศัย (กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว ททท. 2564 : ออนไลน์) ซึ่งการเดินทางโดยไม่ค้างคืนในลักษณะเข้าไปเย็นกลับ หรือกลับมาถึงบ้านภายใน 24 ชั่วโมง โดยไม่มีการค้างคืนที่ใดที่หนึ่งเป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางที่ชัดเจนในฐานะของผู้มาเยือนสถานที่ต่าง ๆ โดยมีระยะเวลาที่จำกัด จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบนี้มักเป็นการเดินทางระหว่างวันหยุดที่นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาคิดและวางแผนการเดินทางอย่างกระตือรือร้นล่วงหน้า เพื่อหลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยวที่จำเจ และให้คุ้มค่ากับเวลาและงบประมาณที่ต้องจ่าย ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างคืนจำเป็นต้องมีทักษะความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ เพื่อเลือกแหล่งสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งมีอยู่หลากหลายรูปแบบและหลากหลายประเภท อาทิ ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เว็บไซต์จังหวัดกาญจนบุรี เว็บไซต์ท่องเที่ยวและเพจท่องเที่ยวในนามของบริษัทหรือส่วนบุคคล เป็นต้น ที่สามารถให้ข้อมูลด้านท่องเที่ยว ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงต้องเลือกแหล่งที่สามารถช่วยให้ได้ข้อมูลอย่างชัดเจน ถูกต้อง และทันสมัย ประกอบกับการเลือกใช้เครื่องมือช่วยค้นสารสนเทศที่จะช่วยให้สามารถเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว รวมถึงช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถรวบรวมสารสนเทศที่ต้องการใช้ในการวางแผนการเดินทางในวันหยุดได้อย่างสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน ทำให้นักท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ ซึ่งสามารถเลือกวิธีการจัดการข้อมูลด้านท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำที่ได้รับมาจัดการให้อยู่ในรูปแบบที่ต้องการและเหมาะสมกับการใช้งานที่สะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบของการไม่พักค้างคืน โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมใช้แหล่งสารสนเทศที่มีการเผยแพร่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของเว็บไซต์ หรือเว็บเพจ หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ อาทิ บล็อก Facebook YouTube ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปานเนตร จันทน์พรัตน์ (2562 : ออนไลน์) พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตจะเปลี่ยนแปลงไป โดยเทคโนโลยีจะเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญที่ทำให้กิจกรรม เพื่อการจัดการเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปอย่างรวดเร็ว และด้วยการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยรอบตัว นักท่องเที่ยวจะสรรหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ให้คุ้มค่ากับชีวิตและการเดินทางท่องเที่ยวจะถือเป็นการให้รางวัลกับตนเองมากขึ้น ด้านทักษะความสามารถในการประเมินสารสนเทศที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างคืนมีความสามารถสูงกว่านักท่องเที่ยวที่พักค้างคืน ทั้งนี้เนื่องจาก การเดินทางท่องเที่ยวแบบไม่พักค้างคืนต้องตัดสินใจอย่างเด็ดขาดในการเลือกข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนโปรแกรมเดินทางท่องเที่ยวแบบ One day trip หรือ Day visitor ดังนั้น

การรู้ว่าข้อมูลที่ได้รับมานั้นใช่หรือไม่ใช่ ดีหรือไม่ดี ได้หรือไม่ได้ ควบถ้วนตามความต้องการหรือไม่ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถดำเนินการในขั้นตอนของการรวบรวมและการใช้สารสนเทศได้ง่ายขึ้น รวมทั้งสามารถนำไปใช้ในการวางแผนได้ทันที ซึ่งอาจแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่พิกัดค้างคืนที่สามารถกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวอย่างคร่าว ๆ เนื่องจากมีเวลาในการปรับแผนกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างการเดินทาง จึงทำให้ไม่ต้องกังวลกับการประเมิน และการรวบรวมสารสนเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Du และ Li (Du and Li. 2020 : online) พบว่า ความสัมพันธ์ของผู้หาข้อมูลกับแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันจะสะท้อนถึงลักษณะที่แตกต่างกันของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความเข้มแข็งของความสัมพันธ์คุณภาพข้อมูลที่รับรู้และประโยชน์ของความสัมพันธ์ที่รับรู้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งข้อมูล ซึ่งการประเมินสารสนเทศของนักท่องเที่ยวมีส่วนเกี่ยวข้องกับความรู้ถึงคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง ความเที่ยงตรง และความทันสมัยของข้อมูลที่ได้รับโดยตรงจากการค้นหา โดยสามารถประเมินเบื้องต้นจากประสบการณ์เดิมจากการเดินทางท่องเที่ยวของตนเอง หรือของสมาชิกในกลุ่มร่วมเดินทาง หรือการเปรียบเทียบจากแหล่งสารสนเทศหลาย ๆ แหล่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะดา ดาวล้อมจันทร์ ศศิพิมล ประพินพงศกร และแหวตา เตชาทวิวรรณ (2564 : 47) พบว่า นักท่องเที่ยวจะมีวิธีการตรวจสอบและประเมินสารสนเทศเรื่อง ความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของข้อมูลโดยการเปรียบเทียบว่าแต่ละแหล่งให้ข้อมูลที่เหมือนหรือคล้ายกันหรือไม่ 2 แหล่งขึ้นไป เพื่อดูทิศทางของข้อมูลว่าไปทิศทางไหน เพื่อประกอบการตัดสินใจ เรื่องความน่าเชื่อถือ โดยดูจากเพจท่องเที่ยว อ้างอิงจากจำนวนคนกดติดตาม คนกดไลค์และคนกดแชร์มาก ๆ ประกอบกับข้อมูลที่ได้อาจใกล้เคียงปัจจุบันจะช่วยให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

2.3 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยวจำแนกจากวัตถุประสงค์ในการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน เมื่อทดสอบเป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อรับประทานอาหาร ทั้งนี้เนื่องจาก วัตถุประสงค์ในการเดินทางจะเป็นตัวกำหนดเบื้องต้นของการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง การเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนของนักท่องเที่ยวเป็นการตอบสนองความต้องการ เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน หรือหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยหาเวลาเพื่อทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เช่น การเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ เช่น น้ำตก ภูเขา ถ้ำ วัด สวนเกษตร สวนสมุนไพร สวนน้ำ ชุมชนทางวัฒนธรรม รวมทั้งสถานที่ที่ให้บริการทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่สามารถ

เลือกท่องเที่ยวในเชิงนิเวศ เชิงเกษตร เชิงดาราศาสตร์ การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมที่สามารถเลือกท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ เชิงวัฒนธรรมและประเพณี การเยี่ยมชมวิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษที่สามารถเลือกท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพ เชิงทัศนศึกษาและศาสนา เชิงกีฬา แบบผจญภัย แบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (United Nations World Tourism Organization (UNWTO). 1997 : online) เมื่อกำหนดเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวได้แล้ว สิ่งที่นักท่องเที่ยวมักคำนึงถึงในการกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยว คือ ความสะดวกสบาย แม้ต้องการท่องเที่ยวโดยไม่ให้กระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หากต้องกระทบก็อยากให้กระทบน้อยที่สุด และต้องการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ดังนั้นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนจำเป็นที่ต้องมีข้อมูลในทุก ๆ ด้าน เพื่อใช้ในการวางแผนและตัดสินใจในการเดินทาง หากต้องการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องทราบ คือ เรื่องสถานที่ที่ตรงเหมาะสมกับการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ หรือการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องทราบ คือ ชุมชนที่ต้องการไปนั้นมีวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชุมชนอย่างไรที่นักท่องเที่ยวสามารถปฏิบัติตามเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน รับประทานอาหารพื้นเมืองของชุมชนนั้น หรือการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องทราบ คือ ความต้องการของตนเองอย่างชัดเจนว่าสนใจทำกิจกรรมอะไรบ้าง เพื่อจะได้กำหนดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการและเลือกสถานที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการ และพร้อมเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทำอาหาร ศิลปะ ทัศนกรรม รวมทั้งการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปานเนตร จันทรินทร์ตัน (2562 : ออนไลน์) พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตจะให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น สินค้าและบริการจะต้องไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรับประทานอาหาร ทั้งนี้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพียงอย่างเดียวที่ชัดเจนคือ การรับประทานอาหาร ทำให้ความต้องการสารสนเทศ และการค้นหาเพื่อเข้าถึงสารสนเทศมีเพียงด้านเดียว คือ การหาร้านอาหารที่สามารถตอบโจทย์ได้ ซึ่งการรับประทานอาหารในแบบคาร์บอนต่ำ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกร้านอาหารที่มีอาหารพื้นเมืองในชุมชน และหรือมีวัตถุดิบจากท้องถิ่น ซึ่งในจังหวัดกาญจนบุรีมีร้านอาหารที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับจำนวนมากที่ให้บริการอาหารที่ทำด้วยวัตถุดิบภายในจังหวัด โดยเฉพาะปลาน้ำจืดและผักพื้นบ้านตามฤดูกาล และอาหารพื้นเมืองของจังหวัด โดยนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลได้จากสื่อสังคมออนไลน์โดยการตั้งคำถามในการค้นหา เช่น ร้านอาหาร #กาญจนบุรี หรือ 10 ร้านอาหารกาญจนบุรี หรือ ร้านอาหารพื้นเมืองกาญ หรือ กินอะไรดี กาญ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lemy และคณะ (Lemy and Others. 2021 : online) พบว่า นักท่องเที่ยวมักจะค้นหาข้อมูลการเดินทางโดยใช้การสืบค้นหรือค้นหาข้อมูลออนไลน์

ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการถามคำถามไปที่จุดหมายปลายทางที่จะท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parvthamma N. และ Yamanoorappa (Parvthamma N. and Yamanoorappa. 2021 : online) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ Google ในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางเยี่ยมชมสถานที่ เพื่อการศึกษาทางมรดกทางวัฒนธรรม และเพื่อการพักผ่อน

2.4 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแตกต่างกัน เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และเพื่อท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์มีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม ทั้งนี้เนื่องจาก การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษา เรียนรู้ และเพิ่มประสบการณ์ทางสังคมแห่งชีวิตตามความเชื่อ ความศรัทธา และเพื่อชื่นชมวัฒนธรรมประเพณีที่ต่างต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในชุมชนของจังหวัดกาญจนบุรีจัดขึ้นตามประเพณีต่าง ๆ อาทิ งานบุญประเพณีแห่ธงใหญ่ สงกรานต์แห่ปราสาทผึ้ง สงกรานต์ต้มอัญ ตักบาตรดอกไม้วันเข้าพรรษา การจุดประทีปดินกาเพื่อบูชามารดาของพระพุทธเจ้า 5 พระองค์ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมประเภทนี้ ได้แก่ วัด สถานปฏิบัติธรรม ศาสนสถานทางศาสนา ชุมชน จากการศึกษาของนพทรัพย์ เศษศรี และคณะ (2566 : ออนไลน์) พบว่า นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยววัฒนธรรมตามอัตลักษณ์เกิดจากการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยสถานที่ที่เลือกเที่ยวมากที่สุด คือ วัด นอกจากนี้ยังพบว่า แรงจูงใจในการเรียนรู้วัฒนธรรมส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดฉะเชิงเทรา (สุกัญญา พวกสนิท. 2563 : ออนไลน์) จากการเรียนรู้ด้านอัตลักษณ์และแรงจูงใจในการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูล สารสนเทศที่จำเป็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม และพร้อมนำข้อมูลที่มีอยู่ไปใช้ทันที ซึ่งส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการแสดงความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ การประเมินสารสนเทศ และการรวบรวมสารสนเทศ ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวเกิดภาพจำของข้อมูลดังกล่าว และทราบข้อมูลทั้งหมดถึงสถานที่ที่ต้องการไปอยู่แล้วระหว่างการเดินทางรวมทั้งทราบวัน เวลา และข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นของงานประเพณีต่าง ๆ หากจำเป็นต้องทบทวนข้อมูล นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลซ้ำโดยใช้วิธีการเข้าถึงสารสนเทศ หรือค้นหาเดิมจากข้อมูลเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อตรวจสอบให้แน่ใจอีกครั้ง หรือการใช้ข้อมูลเกิดที่เกิดจากการรวบรวมโดยวิธีการคัดลอกลิงค์ หรือคัดลอกหน้าจอได้ทันที ซึ่งอาจแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องทราบว่าต้องค้นหาอย่างไรถึงจะช่วยให้ได้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ รวมทั้งแหล่ง

ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อบำบัดและดูแลสุขภาพ เพื่อผ่อนคลาย และเรียนรู้การรักษาสุขภาพ ด้วยการนวด การทำสปา หรือการอาบน้ำแร่ธรรมชาติ พร้อมกับการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีความหลากหลายในรูปแบบของการให้บริการ และมีการปรับเปลี่ยนข้อมูลอยู่ตลอดเวลา นักท่องเที่ยวจึงต้องระมัดระวังในการเลือกใช้ข้อมูล ประเมินข้อมูลอย่างรอบคอบ การรวบรวมข้อมูลต้องระมัดระวังและต้องพร้อมใช้งาน เพื่อประเมินเปรียบเทียบตลอดเวลา ซึ่งข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องมีความทันสมัย หรือการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ผ่านเรื่องราวต่าง ๆ ในรูปแบบการนำเสนอในโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชน พิพิธภัณฑสถาน วัด ศาสนสถานและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ รวมทั้งบุคคล ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องรู้วิธีการค้นหา การเลือกใช้คำค้น เพื่อให้ได้ข้อมูล และประเมินได้ว่าข้อมูลที่ได้รับนั้นจะมีข้อมูลที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่ต้องการหรือไม่ ทั้งนี้การเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์สามารถเรียนรู้ได้จากหลายสถานที่ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีทักษะความสามารถในการประเมินสารสนเทศ และการรวบรวมสารสนเทศเพื่อกำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวอย่างรัดกุม หรือการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดกาญจนบุรี หากนักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวโดยเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ สิ่งที่เป็นมาสำหรับนักท่องเที่ยว คือ การค้นหาข้อมูลของสถานที่ต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบมีจิตสำนึกต่อธรรมชาติและชุมชน ใช้วิธีการท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบ ตีมูลค่าความงามของทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยการเดินชมธรรมชาติ การเรียนรู้ธรรมชาติ โดยการค้นหาข้อมูลดังกล่าว จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถนำมากำหนดแผนการเดินทาง และการทำกิจกรรมที่เหมาะสมกับตนเอง และหรือกลุ่มร่วมเดินทาง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ในจังหวัดกาญจนบุรีมีจำนวนมาก และมีหลากหลายประเภท ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจต้องมีการเตรียมตัวให้พร้อมไปกับกิจกรรมที่ต้องทำหรือการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรูปแบบผสมผสานกับการท่องเที่ยวในเชิงต่าง ๆ ที่จะตอบโจทยความสนใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนหย่อนใจจากกิจวัตรประจำวัน ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องรู้ความต้องการของตนเอง หรือกลุ่มร่วมเดินทางให้ชัดเจนว่าต้องการท่องเที่ยวเชิงไหนบ้าง มีระยะเวลาในการพักผ่อนเท่าไร มีงบประมาณเท่าไร เพื่อกำหนดโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นการรู้แหล่งสารสนเทศและเครื่องมือช่วยค้นสารสนเทศจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถได้ข้อมูลที่ต้องการได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถประเมินข้อมูลที่ได้ว่าตรงกับความต้องการ และครบถ้วนเพียงพอต่อการนำมากำหนดโปรแกรมพักผ่อนหย่อนใจหรือไม่ ด้านความหลากหลายของข้อมูลด้านท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจแบบคาร์บอนต่ำอาจต้องใช้มากกว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมส่งผลให้

นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจมีพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำสูงกว่า

แต่ทั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา มีความสามารถในการประเมินสารสนเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมเพียงด้านเดียว ทั้งนี้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวที่ทำกิจกรรมดังกล่าวมีความต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถศึกษาหาความรู้ เพื่อให้เข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ตามความสนใจ เช่น ความสนใจด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม ศาสนา ในสถานที่ที่มีการจัดแสดงขึ้นอย่างเป็นทางการ อาทิ พิพิธภัณฑ์ สถานที่จริง หรือสถานที่ที่มีการจัดแสดงขึ้นอย่างไม่เป็นทางการ อาทิ วัด ชุมชน สถานที่จริง เป็นต้น หรือจากโจทย์การศึกษาด้วยตนเองของนักเรียน นักศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษาดังนั้นเพื่อให้ได้ศึกษาหาความรู้อย่างแท้จริง การประเมินสารสนเทศที่ได้รับจึงสำคัญต่อนักท่องเที่ยวหากประเมินไม่รอบคอบจะทำให้การท่องเที่ยวไม่บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้เพื่อการศึกษา จึงแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมการประเมินสารสนเทศที่สูงกว่า

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 2 ประเด็น ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 เพื่อพัฒนาและส่งเสริมพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ หน่วยงานที่ให้บริการด้านข้อมูลท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรมีการร่วมมือส่งเสริมการรับรู้และการตระหนักรู้เรื่อง การท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำแก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป อาจกำหนดให้เหมาะสมตามช่วงวัย

1.2 ปัจจุบันการเข้าถึงสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยว หน่วยงานที่ให้บริการด้านข้อมูลท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ควรส่งเสริมให้มีการเผยแพร่สารสนเทศด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในหลากหลายรูปแบบเชิงสร้างสรรค์ และควรตรวจสอบข้อมูลบริการให้ทันสมัยอยู่เสมอ รวมทั้งกำหนดเมตาดาต้า หรือคำค้นหาแบบเฉพาะเจาะจงมากขึ้น

1.3 หน่วยงานที่ให้บริการด้านข้อมูลท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมการเผยแพร่สารสนเทศด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม และด้านธุรกิจอาหารให้หลากหลายและสร้างสรรค์มากขึ้น เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเข้าถึงสำหรับเป็นตัวเลือกในการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาหาแนวทางเพื่อส่งเสริมและพัฒนาพฤติกรรมความรู้สารสนเทศสำหรับนักท่องเที่ยวตามช่วงวัย

2.2 ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมสารสนเทศสำหรับนักท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดอื่น ๆ

2.3 ศึกษาทักษะการรู้ดิจิทัลสำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ





บรรณานุกรม

- กรรณิกา เขจรลาภ. (2557). **ความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ**. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. สำนักบรรณสารการพัฒนา. เข้าถึงจาก <http://repository.nida.ac.th/handle/662723737/3726>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). **สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยรายจังหวัด ปี 2565**. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2566, จาก <https://www.mots.go.th/news/category/657>.
- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดกาญจนบุรี. (2566). **ข้อมูลท่องเที่ยวกาญจนบุรี**. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2566, จาก <https://www.kanchanaburi.go.th/au/travel/kanintro.php>
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดกาญจนบุรี. (2566). **จังหวัดกาญจนบุรี**. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2566, จาก <https://www.kanchanaburi.go.th/au/corevalue.php>
- กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยว ททท. (2564). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยในสถานการณ์ COVID-19**. สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2566, จาก <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/12311>
- กาญจนา คำสมบัติ. (2562). **การรู้สารสนเทศและการรับรู้ความสามารถของตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. มหาสารคาม : คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- กัญชลิตา ตันเจริญ. (2563). **พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์และรูปแบบการนำเสนอข้อมูล สถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว**. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). **สถิติสำหรับงานวิจัย : หลักการเลือกใช้เทคนิคทางสถิติในงานวิจัย พร้อมทั้งอธิบายผลลัพธ์ที่ได้จาก SPSS**. กรุงเทพฯ : สามลดา
- งานองค์ความรู้ สำนักบริหารยุทธศาสตร์. (2558). **Low Carbon Tourism เที่ยวแบบคนไม่เอาถ่าน . องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว : กรุงเทพฯ.**
- ชวัลนุช อุทยาน. (ม.ป.ป.). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566. เข้าถึงจาก <http://touristbehaviour.wordpress.com/1/>

- ชุน เทียมทินกฤต. (2560). **Big 6 Skills** กับการรู้สารสนเทศ. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566. เข้าถึงจาก <https://0033004.blogspot.com/2017/06/big-6-skills.html>.
- ดวงแก้ว เงินพูลทรัพย์. (2561, มกราคม-มิถุนายน). การพัฒนาแบบทดสอบทักษะการรู้สารสนเทศสำหรับนักศึกษา ระดับปริญญาตรี สาขาวารสารศาสตร์. **วารสารบรรณศาสตร์ มศว.** 11 (1) : 176 - 190.
- นทรัพย์ เศษศรี และคณะ (2566, มกราคม-เมษายน). “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดยโสธร”. **วิทยาการจัดการวไลยลงกรณ์ ปรัชญ์.** (4)1. เข้าถึงจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/MSVAR/article/view/265895>
- นุสรุ ปารมี. (2564). **พฤติกรรมวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะสีชัง ภายใต้มาตรการป้องกัน และการเฝ้าระวังการระบาดของ COVID-19.** งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา. เข้าถึงจาก <http://ir.buu.ac.th/dspace/bitstream/1513/355/1/62930043.pdf>.
- ประภัสศรี โคทส์. (2553). **การแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร กลุ่มผู้รายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย.** ปริญญานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปานเนตร จันทรันพรัตน์. (2562). **การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต.** สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. เข้าถึงจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3078/1/TP%20MS.024%202562.pdf>.
- ปิยะดา ดาวล้อมจันทร์, ศศิพิมล ประพินพงศกร และแววตา เตชาทวีวรรณ. (2564, มกราคม-มีนาคม). พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจเรเนชั่นวาย. **วารสารสารสนเทศศาสตร์.** 39,1 : 38-57.
- แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570).** (2566). กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน.** (2554). กรุงเทพฯ : สำนักงานราชบัณฑิตยสถาน. เข้าถึงจาก <https://dictionary.orst.go.th/>

- พิชัย นิรมานสกุล. (2554). **พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ภาพลักษณ์ และการยอมรับคุณค่าแบรนด์เมืองท่องเที่ยวไทย**. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. เข้าถึงจาก http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/UTCC0022/UTCC0022_fulltext.pdf
- ภคพร อำนวยรัตน์ ชุ่มอินทาจันท์. (2559). **พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการศึกษาของ นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- UNESCO. (2556). **มาตรฐานการรู้สารสนเทศของ UNESCO**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2565, จาก <https://www.thailibrary.in.th/2013/03/05/unesco-information-literacy/>
- วารสาร ด้าจับ. (2562). “สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 = Social Media for Teaching and Learning in the 21st Century”. **วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้**. 7(2) : 143-159. เข้าถึงจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalartsjournal/article/download/232338/158697/>
- We Are Social และ Meltwater (2566). **สรุปข้อมูลที่ควรรู้ Digital 2023 Thailand**. สืบค้นเมื่อ 16 เมษายน 2567, จาก <http://www.insinghteracoth/digital-2023-thailand>
- ศิริภรณ์ พงศ์ลี. (2564). **แรงจูงใจและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การแสวงหาข้อมูล ด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). **ประเภทการท่องเที่ยว : สถิติทางการประเทศไทย**. เข้าถึงเมื่อ 25 กรกฎาคม 2565, จาก http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/Tourism.pdf
- _____. (2560). **สรุปผลที่สำคัญ การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2560 (ในรอบ พ.ศ. 2559)**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2565, จาก https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/survey_detail/2023/20230430135302_31084.pdf
- สุกัญญา พวกสนิท. (2563). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร. เข้าถึงจาก <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3436/1/59602364.pdf>
- อาชัญญา รัตนอุบล. (2561). **การรู้สารสนเทศ (Information Literacy)**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, จาก <http://aritbooks.nrru.ac.th/uploadfiles/books/11-2018-03-29-05-26-49.pdf>

- American Association of School Librarians & Association for Educational Communications and Technology. (2004). **Information Literacy Standards for Student Learning**. Available 15 march 2023, from [http://www.ala/aasl/aaslproftools/informationpower/InformationLiteracyStandards final.pdf](http://www.ala/aasl/aaslproftools/informationpower/InformationLiteracyStandards%20final.pdf)
- Council of Australian University Librarians. (2000). **Information Literacy Standards**. Canberra : Australia. Available from <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/00048623.2001.10755140>
- Cronbach, Lee J. (1970). **Essentials of Psychological Testing**. 3 rd ed. New York : Harper.
- Du, Ying-ying and Li, Jun-yi. (2020). "Study on interpersonal information sources selection behavior and its influencing factors in tourist information seeking". **Tourism Tribune**. 35 (1) . pp.121-132. Available from CABI Databases <http://eng.oversea.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbCode=cjfd&QueryID=12&CurRec=16&filename=LYXK202001016&dbname=CJFDLAST2020>
- Fardous, Jannatul and Others. (2019). "Group trip planning and information seeking behaviours by mobile social media users: A study of tourists in Australia, Bangladesh and China". **The Journal of Information Science**. 47 (3). Available from <https://doi.org/10.1177/0165551519890515>
- Lemy, Diena M. and Others. (2021, December). "Explorative Study of Tourist Behavior in Seeking Information to Travel Planning". **International Journal of Sustainable Development and Planning**. 6(8) : pp. 1583-1589. Available from <https://doi.org/10.18280/ijmdp.160819>
- Parvathamma N. and Yamanoorappa. (2021). "Information seeking behaviour of indian and international tourists visiting world heritage sites in north Karnataka, India". **LIBRARY HERALD**. 58(4). Available from DOI : 10.5958/0976-2469.2020.00030.23
- SUNY Council of Library Directors Information Literacy Initiative**. (2003). Available 15 march 2023, from <http://www.sunyconnectsunny.edu/ili/final.htm>.

- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (1997). **International tourism: a global perspective**. Madrid: UNWTO. Available from <https://www.eunwto.org/doi/book/10.18111/9789284402311>.
- Wilson, T.D. (2000). "Human Information behavior". **Information Science**. 3,3 : 49-55.





ภาคผนวก

แบบสอบถามเรื่อง

พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเพื่อศึกษาพฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี โดยแบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Tourism) หมายถึงรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีความสำคัญที่ว่า “เที่ยวอย่างไรจึงจะปล่อยก๊าซคาร์บอนให้น้อยที่สุด”

◀ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ▶

นางสาวอังคณา แวซอเหาะ

นางสุวรรณา เข้มแดง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20 – 30 ปี

31 – 40 ปี

41 – 50 ปี

51 – 60 ปี

มากกว่า 60 ปี

3. อาชีพ

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ

พนักงานเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป

เกษตรกร

นักเรียน/นักศึกษา

ไม่ได้ประกอบอาชีพ

4. ปัจจุบันอาศัยในจังหวัด

5. ลักษณะการเดินทาง

เดินทางคนเดียว

เดินทางเป็นกลุ่ม

6. ลักษณะการพักค้างคืน

ไม่ค้างคืน

ค้างคืน

7. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง

เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ท่องเที่ยว/พักผ่อน

ไหว้พระ/ปฏิบัติธรรม ซื้อของ/ซื้อปิ้ง

รับประทานอาหาร

ทำงาน

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. กิจกรรมที่ทำระหว่างท่องเที่ยว

- ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เช่น ขับรถ ชีจ๊ากรยานเที่ยว/ถ่ายภาพชมธรรมชาติ/ชุมชน ซ้อปปิ้ง ล่องแพ เล่นน้ำตก รับประทานอาหาร เป็นต้น
- ท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม เช่น ชมพิพิธภัณฑ์ เรียนรู้วิถีชุมชนมอญ เข้าวัดไหว้พระ ขอพร ปฏิบัติธรรม เป็นต้น
- ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น ชมพิพิธภัณฑ์ เที่ยวถ้ำนเจดีย์สามองค์ เส้นทางรถไฟสายมรณะ เมืองมัลลิกา รศ. 124 เป็นต้น
- ท่องเที่ยวธรรมชาติ/เชิงนิเวศ/เชิงอนุรักษ์ เช่น เที่ยวธรรมชาติ น้ำตก เขื่อน ถ้ำ ดูนก เข้าร่วมกิจกรรมรักษ์สิ่งแวดล้อม ปลูกป่า เป็นต้น
- ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เช่นชมพิพิธภัณฑ์ เรียนรู้วิถีชุมชน/วัฒนธรรม เป็นต้น
- ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น นวด สปา อาบน้ำแร่ เป็นต้น
- ไม่ทำกิจกรรม/พักผ่อนในที่พัก/บ้านญาติ/บ้านเพื่อน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรู้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับพฤติกรรมของท่านมากที่สุด

พฤติกรรมการรู้สารสนเทศ	ระดับพฤติกรรม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความสามารถในการรู้ถึงความต้องการสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ 1. ฉันจะค้นหาสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์ เชิงสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ					
2. ฉันจะค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์ เชิงสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ					

พฤติกรรมการรู้สารสนเทศ	ระดับพฤติกรรม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ฉันจะค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับสถานที่พักที่อยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการสีเขียว หรือโรงแรมที่ดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
4. ฉันจะค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับร้านอาหารของชุมชน หรือร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์พื้นเมือง/ท้องถิ่น					
5. ฉันจะค้นหาเส้นทางเดินทางที่จะช่วยประหยัดพลังงานให้ได้อย่างมากที่สุด					
6. ฉันจะค้นหาตัวอย่างโปรแกรมท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกิจกรรมของตนเอง/กลุ่ม					
ความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศ					
7. ฉันจะค้นหาสารสนเทศโดยใช้โปรแกรมค้นหาและสืบค้นอินเทอร์เน็ต เช่น Google, Facebook, YouTube เป็นต้น					
8. ฉันจะสอบถามสถานที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร หรือกิจกรรมต่าง ๆ จากเพื่อนๆ ที่เคยไปกาญจนบุรี หรืออาศัยอยู่ที่กาญจนบุรี					
9. ฉันจะค้นหาสารสนเทศผ่านเพจท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี เช่น ไปเที่ยวกาญ Web: Thainews.prd.go.th สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดกาญจนบุรี Web: ww2.kanchanaburi.go.th					
10. ฉันจะค้นหาสารสนเทศผ่านเพจท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่นแบกเป้เที่ยวเที่ยวแบกกรุ ข่าวสารการท่องเที่ยว ททท. เป็นต้น					
11. ฉันมักใช้แฮชแท็ก # ช่วยค้นหาสารสนเทศใน Facebook หรือ Instagram เช่น #กาญจนบุรี #เที่ยวกาญ #ท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ #แม่น้ำแคว #บ้านอิต้อง #ล่องแพ #สะพานมอญ					
ความสามารถในการประเมินสารสนเทศ					
12. เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว ฉันจะประเมินความน่าเชื่อถือจากจำนวนคนติดตาม การแชร์ และการแสดงความคิดเห็นก่อนใช้งาน					
13. เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว ฉันสามารถตัดสินใจได้ทันทีว่าสารสนเทศนั้นตรงกับความต้องการหรือไม่					

พฤติกรรมการรู้สารสนเทศ	ระดับพฤติกรรม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
14. เมื่อได้รับสารสนเทศแล้ว ฉันสามารถบอกได้ว่าสารสนเทศนั้นเป็นเรื่องจริงไม่ใช่การโฆษณาชวนเชื่อ					
ความสามารถในการรวบรวมและการใช้สารสนเทศ					
15. ฉันมักจะบันทึกสารสนเทศที่จำเป็นลงสมุดโน้ต/โน้ตบุ๊ก/โทรศัพท์/แท็บเล็ต เป็นต้น เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่					
16. ฉันมักจะแคปเจอร์หน้าจอสารสนเทศหรือภาพลงโทรศัพท์ แท็บเล็ต เป็นต้น เพื่อนำมาใช้อีกครั้ง					
17. ฉันมักจะคัดลอกลิงค์สารสนเทศหรือภาพลงโทรศัพท์ แท็บเล็ต เป็นต้น เพื่อนำมาใช้อีกครั้ง					
18. ฉันมักแชร์สารสนเทศที่ได้ผ่าน Facebook /Line/ Instagram เพื่อใช้ภายหลัง					
19. เมื่อได้สารสนเทศครบตามที่ต้องการแล้ว ฉันจะนำมาวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวทันที					
20. ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว หรือหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ฉันมักลงเรื่องราวการท่องเที่ยวบนFacebook/Instagram/ YouTube เป็นต้น เพื่อแชร์ประสบการณ์ / เล่าเรื่องการเดินทาง					
21. ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ฉันมักจะหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้การท่องเที่ยวครั้งนี้ตรงเป้าหมาย และสนุกที่สุด					
22. ฉันจะใช้ข้อมูลเพิ่มเติมประกอบการเดินทาง ถ้าจะมาเที่ยวกาญจนบุรีอีกครั้ง					

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ นางสาวอังคณา แวซอเหาะ
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน ██████████
3. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์
4. สถานที่ทำงาน คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ที่อยู่ 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา
เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
โทรศัพท์ 02-6653777
E-mail angkhana.w@rmutp.ac.th
5. ประวัติการศึกษา
 - พ.ศ. 2540 ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
 - พ.ศ. 2547 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ นางสาวรณมา เข้มแดง
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3800101010882
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์
4. สถานที่ทำงาน คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ที่อยู่ 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา
เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
โทรศัพท์ 02-6653777
E-mail suwanna.k@rmutp.ac.th
5. ประวัติการศึกษา
 - พ.ศ. 2556 Ph.D. (Curriculum and Instruction)
University of Arkansas, Arkansas,
ประเทศสหรัฐอเมริกา
 - พ.ศ. 2543 Master of Education (English Education)
Arkansas Tech University, Arkansas,
ประเทศสหรัฐอเมริกา
 - พ.ศ. 2534 อักษรศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ)
มหาวิทยาลัยศิลปากร นครปฐม ประเทศไทย