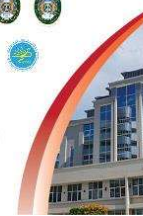




การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 7 และนานาชาติ ครั้งที่ 4

วิทยาการจัดการนิเทศวิชาวาร

วันที่ 26 - 27 พฤษภาคม 2565 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี



การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y A Study of Tourist Behavior and Factors Affecting on Volunteer tourism Motivation of Generation Y Tourists

อุไรวรรณ พิเคราะห์แนบ¹ ศิริินภา รัชตโพธิ์²

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 22-26 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง มีพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ ดังนี้ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ คือ ต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม นิยมเดินทางร่วมกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงบำเพ็ญประโยชน์ 1-2 วัน ส่วนใหญ่พักผ่อนค้างคืน เลือกที่พักแบบรีสอร์ท ระยะเวลาในการพักผ่อน 2 คืน ส่วนใหญ่เคยร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์มาแล้ว 1 ครั้ง รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ต่ำกว่า 1,000 บาท สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y โดยรวมอยู่ในระดับ

¹ นักศึกษา สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต E-mail : uraiwanpikrumen@gmail.com

² อาจารย์ ประจำสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต E-mail : sirinapha.raj@kbu.ac.th

มาก ซึ่งด้านที่มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด คือ ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล และระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ด้านสถานภาพและชื่อเสียง ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ และด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์, แรงจูงใจ, พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว,
นักท่องเที่ยว Generation Y

Abstract

The study aims to 1) to study the volunteer tourism behaviour of Generation Y tourists 2) to study the factors affecting on volunteer tourism motivation of generation Y tourists. Online questionnaires were the instrument used in this research to collected data from 400 samples; this research used the descriptive statistics to analyze data by determining the frequency, percentage, mean and standard deviation.

The findings show that most volunteer tourists are female, aged between 22-and 26 years, single, most of them hold a Bachelor's degree, and have accumulated income under 10,000 baht, reside in the central region. The volunteer tourism behavior is as follows: the objective of tourists traveling to participate in volunteer activities is the awareness of environmental conservation, they travel with a group of friends, and the means of transportation were by private cars. The period of volunteer tourism participation is 1-2 days, mostly stay overnight, they choose resorts for accommodation, the length of stay was mostly two nights. Most of them have participated in volunteer tourism activities once, gathered information from websites, and have travel expenses of less than 1,000 baht. The factors affecting the motivation for volunteer tourism of Generation Y tourists are at a high level overall. The aspect with the highest level of opinion was interpersonal motivation, status, reputation motivation, physical motivation, and cultural motivation respectively.

Keywords: Volunteer tourism, Motivations, Tourist behavior, Generation Y Tourists

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยว ชีตความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ดีขึ้นและแหล่งท่องเที่ยวของไทยได้รับความนิยมติดอันดับต้นๆของโลก เป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศคือการปรับสมดุลการท่องเที่ยว การเชิดชูวิถีไทย และการเน้น “คน” เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยมีองค์ประกอบที่การท่องเที่ยวของไทยควรแสดงและคงไว้ ได้แก่ การอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมอันดงามของประเทศไทย การให้ความสำคัญต่อความยั่งยืนของทรัพยากรท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว การกระจายรายได้และกระจายความเจริญสู่ภูมิภาคของประเทศ ซึ่งได้มีการวางแนวทางการพัฒนาในระยะ 5 ปี ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2560 - 2564) แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2563 ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดไปทั่วโลกของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เริ่มต้นขึ้นในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 ส่งผลให้หลายประเทศทั่วโลกประกาศใช้มาตรการปิดประเทศ ให้ประชาชนอยู่แต่ในที่พำนักอาศัย สถานประกอบการต่าง ๆ ต้องหยุดให้บริการเป็นการชั่วคราว รวมทั้งมีการใช้มาตรการควบคุมการเดินทางเข้าออก ประเทศ ประกาศปิดน่านฟ้าและพรมแดนระหว่างประเทศ ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกลดลงจนถึงหยุดชะงัก ก่อให้เกิดความสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ต่อมาหลังจากที่ได้เริ่มมีการกระจายการฉีดวัคซีนให้แก่ประชาชนในประเทศต่างๆทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทยโดยเน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็งนโยบายของรัฐบาลในการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจที่ไม่พึ่งพาต่างประเทศมากเกินไป มีความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก พึ่งพาการท่องเที่ยวในประเทศ และฟื้นตัวทางเศรษฐกิจโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ในการขับเคลื่อนตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ในประเทศไทย คำว่า Voluntourism ได้รับ การเผยแพร่และความสนใจมากขึ้นหลังจากเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ โดยในเดือนมกราคม พ.ศ. 2548 ได้มีการจัดตั้งศูนย์อาสาสมัคร The Tsunami Volunteer Centre ขึ้นที่เขาลัก จังหวัดพังงา ซึ่งมีอาสาสมัครอายุระหว่าง 19-67 ปีจากทั่วโลก จำนวนกว่า 3,500 คน เข้ามาเพื่อช่วยเหลือสร้างบ้าน สอนภาษาอังกฤษ ต่อเรือ ในขณะที่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ มีการจัดตั้ง The Phi Phi Dive Camp มีอาสาสมัครนานาชาติกว่า 4,000 คน เข้ามาเพื่อขนขยะและสิ่งปรักหักพังออกจากเกาะพีพี จำนวน 290 ตัน (พรรณี สนวนเพลง , 2559) ซึ่งหลังจากนั้นการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้รับการสานต่อจากหน่วยงาน โดยหนึ่งในนั้นคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่จัดโครงการ “ท่องเที่ยวเรียนรู้ สู่ชุมชน” เป็นการนำเสนอการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่เรียกกันว่า Voluntourism หรือ การท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ เปิดโอกาสให้นักศึกษาดูแลเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในขณะเดียวกันได้มีโอกาสเรียนรู้ในสิ่งที่

แตกต่างกันออกไป อาทิ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ที่สำคัญ คือ ความแตกต่างในการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นการเปิดโลกทัศน์ของนิสิตนักศึกษาจากการท่องเที่ยว และสุดท้าย คือ นิสิตนักศึกษาเหล่านั้นได้แบ่งปันความรู้ ความสามารถ ความคิด รวมไปถึงหยาดเหงื่อและแรงกาย ของตนเองในการสร้างสรรค์ประโยชน์ และสิ่งดีงามให้แก่ชุมชนด้วย ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอิ่มเอมใจ ททท. ได้คัดเลือก ชุมชนนำร่องเข้าร่วมโครงการ 4 แห่ง ได้แก่ ชุมชน บ้านถ้ำเต่า จ.สกลนคร ชุมชนคลองตะเคียน จ.พระนครศรีอยุธยา ชุมชนเกาะเตียบ บ้านปากคลอง จ.ชุมพร และบ้านนาตาโพ จ.อุทัยธานี “การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่นั้น แตกต่างจากการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม ด้วยการเพิ่มมิติของการเรียนรู้ และมิติของการแบ่งปันเข้าไปในการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้ การเดินทางท่องเที่ยวลงตัวไปด้วยมิติทั้งของ “ผู้ให้” และ “ผู้รับ” (ThaiPR, 2552) นอกจากนี้ มีการ จัดโครงการ “THE LITTLE BIG PROJECT” โดย ททท. ได้คัดเลือก 10 นักท่องเที่ยวอาสาสมัคร เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 คน และชาวไทย 5 คน มาเข้าร่วมทำกิจกรรมการแข่งขันภารกิจเชิงจิตอาสาในโครงการต่าง ๆ 5 โครงการ โครงการละ 2 คน (MGR Online, 2556) ได้แก่ โครงการอาสาพัฒนาชุมชนชาวเขา จังหวัดเชียงราย ร่วมกับ International Student Volunteers (ISV, โครงการอาสาอนุรักษ์ช้าง จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับศูนย์บริบาลช้างไทย, โครงการอาสาพัฒนาชุมชนตามแนวชายเขา จังหวัดพังงา ร่วมกับกลุ่ม Andaman Discoveries, โครงการอาสาอนุรักษ์ท้องทะเล เกาะเต่า จังหวัด สุราษฎร์ธานี ร่วมกับ กลุ่มรักษ์เกาะเต่า และโครงการอาสาอนุรักษ์ท้องทะเลและพันธุ์เต่าหายาก เกาะทะลุ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ร่วมกับชมรมเกาะทะลุ (ไทยรัฐออนไลน์, 2556)

จากแนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ (Volunteer Tourism) ซึ่งถือเป็น อีกหนึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยจุดเด่นของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ คือ การบูรณาการกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์กับการเดินทางท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน โดยการดำเนินการดังกล่าว อาจอยู่ในรูปแบบของอาสาสมัครในด้านต่างๆ เช่น การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การสอนและการให้ความรู้ ฯลฯ ในประเทศไทย มีความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มบำเพ็ญประโยชน์จากต่างประเทศที่ต้องการเข้ามาทำกิจกรรมในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ช่วงก่อนวิกฤต COVID-19) (หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.), 2564)

กลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มที่ทันสมัย จึงนิยมใช้เทคโนโลยีมาสร้างความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว ซึ่งชอบการเดินทางแบบผจญภัยและมีจุดประสงค์ท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ มักเดินทางคนเดียว เป็นคู่ หรือเป็นกลุ่มเล็ก แม้คนกลุ่มนี้กลัวโรคระบาดอยู่บ้างแต่พร้อมที่จะออกเดินทางอีกครั้ง อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีงบประมาณจำกัดและจำนวนวันพักผ่อน และการท่องเที่ยวในอนาคต ความต้องการของนักท่องเที่ยวมีลักษณะที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงวัย การท่องเที่ยวจะมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนมากขึ้น

การจัดประสบการณ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการรายกลุ่ม (Personalized travel) จะช่วยทำให้การเดินทางตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวที่แตกต่างและหลากหลาย (วิจัยกรุงศรี, 2564)

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและแรงจูงใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยว Generation Y ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ ซึ่งสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ให้มีรูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และชุมชนท้องถิ่นได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างความเข้าใจร่วมกันกับนักท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

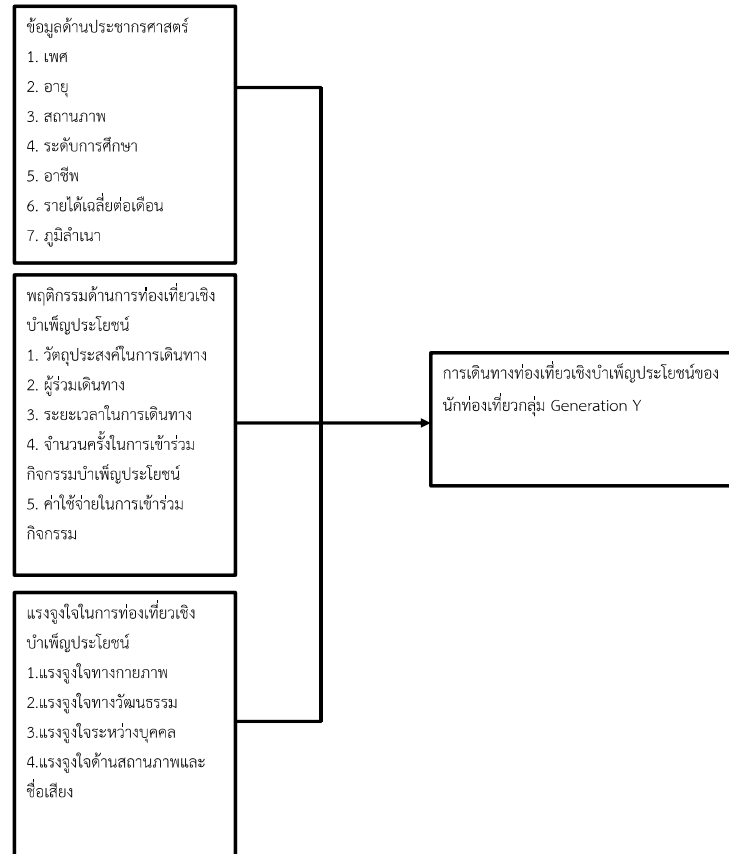
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y

นิยามศัพท์

1. Generation Y หมายถึง กลุ่มอายุที่เป็นลูกของ Generation X กลุ่มประชากรวัยนี้เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยี คำนึงกับการท่องเที่ยวโลกอินเทอร์เน็ต เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่กำลังคิด กล้าเสี่ยง และกล้าตัดสินใจทำในสิ่งใหม่ๆ ชื่นชอบในการไปในสถานที่ไม่เคยไปมาก่อนและยังมีอุปนิสัยชื่นชอบช่วยเหลือผู้อื่นอีกด้วย
2. การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจ พิเศษของผู้เดินทาง เพื่อเข้าร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งของการทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ต่างๆในพื้นที่ท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชมด้วยความสมัครใจ โดยพึงพอใจในการใช้จ่ายเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือทำงาน เพื่อบำเพ็ญประโยชน์ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง
3. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ในที่นี้ คือ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง
4. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ซึ่งการแสดงออกเหล่านี้อาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการของแต่ละบุคคล หรืออาจเกิดจากสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ได้รับ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ที่เดินทางท่องเที่ยว เชียง บำเพ็ญประโยชน์ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก ซึ่งข้อมูลจากกรุงเทพฯธุรกิจ เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ระบุว่าเป็นแพลตฟอร์มที่ชาวไทยนิยมใช้มากที่สุด โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จากวัตถุประสงค์เกี่ยวกับกลุ่ม ดังนี้

1. สมาชิกกลุ่มเคยร่วมกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์หรือกิจกรรมอาสา
2. มีการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์หรือกิจกรรมอาสาอย่างสม่ำเสมอ และได้รับการอนุมัติให้แจกแบบสอบถาม จึงนำลิงค์ (link) ไปวางไว้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชอบอาสา เก็บข้อมูลจำนวน 133 คน กลุ่มอาสาเดินทาง เก็บข้อมูลจำนวน 133 คน และ กลุ่มครูตออาสาเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 134 คน

3.3 เครื่องมือในการวิจัย

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3.2 นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านเพื่อตรวจสอบพิจารณาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ผลการวิเคราะห์ พบว่า แบบสอบถามทุกข้อมีค่า IOC ระหว่าง 0.60 – 1.00 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

3.3.3 นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient ; α) ของ Cronbach สำหรับผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.852 ซึ่งมากกว่า 0.70 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ จึงนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามออนไลน์ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน (แบบสอบถามออนไลน์ 400 ชุด) โดยการนำลิ้งค์แบบสอบถามไปแชร์ในกลุ่มชอปปาสา กลุ่มอาสาเดินดิน และ กลุ่มครูตอยอาสา ใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูลหนึ่งเดือน จนครบตามจำนวน ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ เอกสารและวารสารที่สามารถอ้างอิงได้ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงแหล่งข้อมูล ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อการสร้างแบบสอบถาม

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Static) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งกำหนดค่าคะแนนแบบมาตราวัด (Rating Scale) 5 ระดับ และกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยถือเกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560, หน้า 121)

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.50 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวนอกเมือง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 มีอายุระหว่าง 22-26 ปี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 มีสถานภาพโสด จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 82 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และมีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ คือ เพื่อต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 62 นิยมเดินทางร่วมกับกลุ่มเพื่อน จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 ระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงบำเพ็ญประโยชน์ 1-2 วัน จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64 ส่วนใหญ่เลือกพักผ่อนค้างคืน จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 โดยส่วนใหญ่เลือกพักที่รีสอร์ท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ระยะเวลาในการพักผ่อนส่วนใหญ่ 2 คืน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเคยร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์มาแล้ว 1 ครั้ง 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่ จากเว็บไซต์ จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43 และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32

3. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y

ตารางที่ 1 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y โดยรวม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ	\bar{x}	S.D	การแปลผล
แรงจูงใจทางกายภาพ	4.43	0.66	มาก
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	4.43	0.60	มาก
แรงจูงใจระหว่างบุคคล	4.52	0.58	มากที่สุด
แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง	4.49	0.60	มาก
รวม	4.46	0.61	มาก

จากตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.46$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.52$, S.D. = 0.58) รองลงมาอยู่ในระดับมาก คือ ด้านสถานภาพและชื่อเสียง ($\bar{x} = 4.49$, S.D. = 0.60) และด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.43$, S.D. = 0.66) ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.43$, S.D. = 0.60)

ตารางที่ 2 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญ
ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ

แรงจูงใจทางกายภาพ	\bar{x}	S.D	การแปลผล
สถานที่ท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้สะดวก	4.28	0.75	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามด้าน ทรัพยากรธรรมชาติและด้านศิลปวัฒนธรรม	4.53	0.60	มากที่สุด
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและ ทรัพย์สิน	4.31	0.71	มาก
มีกิจกรรมเชิงบำเพ็ญประโยชน์ที่น่าสนใจ อาทิ สอนหนังสือเด็ก ปลูกป่า ดูแลสัตว์ เป็นต้น	4.32	0.70	มาก
การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ก่อให้เกิดความ สนุกและเพลิดเพลิน	4.52	0.59	มากที่สุด
การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ช่วยให้ท่านผ่อนคลายจากสภาพแวดล้อมที่จำเจในชีวิตประจำวัน	4.63	0.54	มากที่สุด
รวม	4.43	0.66	มาก

จากตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญ
ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก
($\bar{x} = 4.43$, S.D. = 0.66) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ระดับเห็นด้วยมากที่สุด
คือ การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ช่วยให้ท่านผ่อนคลายจากสภาพแวดล้อมที่จำเจในชีวิตประจำวัน
($\bar{x} = 4.63$, S.D. = 0.54) รองลงมาได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามด้านทรัพยากรธรรมชาติและ
ด้านศิลปวัฒนธรรม ($\bar{x} = 4.53$, S.D. = 0.60) การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ก่อให้เกิดความสนุกและ
เพลิดเพลิน ($\bar{x} = 4.52$, S.D. = 0.59) และระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ มีกิจกรรมเชิงบำเพ็ญประโยชน์
ที่น่าสนใจ อาทิ สอนหนังสือเด็ก ปลูกป่า ดูแลสัตว์ เป็นต้น ($\bar{x} = 4.32$, S.D. = 0.70) สถานที่ท่องเที่ยว
มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 0.71) และ สถานที่ท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง
ได้สะดวก ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.75)

ตารางที่ 3 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม

แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	\bar{x}	S.D	การแปลผล
ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวิถีชีวิตที่แปลกใหม่	4.40	0.60	มาก
ก่อให้เกิดความประทับใจและซาบซึ้งในด้านศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว	4.42	0.65	มาก
ส่งเสริมการเรียนรู้และยอมรับในวัฒนธรรมที่แตกต่างของสถานที่นั้นๆ	4.45	0.59	มาก
ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรด้านศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว	4.45	0.59	มาก
รวม	4.43	0.60	มาก

จากตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.43$, S.D. = 0.60) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ระดับเห็นด้วยมาก คือ ส่งเสริมการเรียนรู้และยอมรับในวัฒนธรรมที่แตกต่างของสถานที่นั้นๆ และ ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรด้านศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.59) รองลงมาได้แก่ ก่อให้เกิดความประทับใจและซาบซึ้งในด้านศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.65) และ ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.60)

ตารางที่ 4 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล

แรงจูงใจระหว่างบุคคล	\bar{x}	S.D	การแปลผล
ได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์	4.52	0.53	มากที่สุด
ได้สร้างมิตรภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่น	4.56	0.63	มากที่สุด
ได้มีการช่วยเหลือสังคมและแบ่งปันความรู้ของท่านสู่บุคคลอื่น	4.49	0.57	มาก

ตารางที่ 4 (ต่อ)

แรงจูงใจระหว่างบุคคล	\bar{x}	S.D	การแปลผล
ได้พบผู้คนใหม่ๆ ก่อให้เกิดความกล้าและมั่นใจในการเข้าสังคมเพิ่มขึ้น	4.54	0.53	มากที่สุด
ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชนและร่วมทำกิจกรรมต่างๆกับบุคคลอื่น	4.49	0.62	มาก
รวม	4.52	0.58	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.52$, S.D. = 0.58) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ระดับเห็นด้วยมากที่สุดคือ ได้สร้างมิตรภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่น ($\bar{x} = 4.56$, S.D. = 0.63) รองลงมา ได้แก่ ได้พบผู้คนใหม่ๆ ก่อให้เกิดความกล้าและมั่นใจในการเข้าสังคมเพิ่มขึ้น ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.53) ได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ ($\bar{x} = 4.52$, S.D. = 0.53) และระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ได้มีการช่วยเหลือสังคมและแบ่งปันความรู้ของท่านสู่บุคคลอื่น ($\bar{x} = 4.49$, S.D. = 0.57) ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชนและร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ กับบุคคลอื่น ($\bar{x} = 4.49$, S.D. = 0.62)

ตารางที่ 5 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ด้านสถานภาพและชื่อเสียง

แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง	\bar{x}	S.D	การแปลผล
ได้เปิดมุมมองใหม่ๆให้กับตนเอง	4.54	0.60	มากที่สุด
ได้ทำในกิจกรรมที่ท่านสนใจ	4.61	0.58	มากที่สุด
ได้เรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของท่านในการช่วยเหลือสังคม	4.47	0.60	มาก
การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์สร้างแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิตและการทำงานให้ท่านสามารถนำความรู้ที่ได้ไปบอกต่อและแนะนำบุคคลอื่นได้	4.36	0.64	มาก
ทำให้ได้เห็นคุณค่าของตัวเองในการมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคม	4.49	0.59	มาก
	4.51	0.57	มากที่สุด
รวม	4.49	0.60	มาก

จากตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ด้านสถานภาพและชื่อเสียง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.49$, S.D. = 0.60) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ระดับเห็นด้วยมากที่สุดคือ ได้ทำในกิจกรรมที่ท่านสนใจ ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.58) รองลงมาได้แก่ ได้เปิดมุมมองใหม่ๆให้กับตนเอง ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.60) ทำให้ได้เห็นคุณค่าของตัวเองในการมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคม ($\bar{x} = 4.51$, S.D. = 0.57) และระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ สามารถนำความรู้ที่ได้ไปบอกต่อและแนะนำบุคคลอื่นได้ ($\bar{x} = 4.49$, S.D. = 0.59) ได้เรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของท่านในการช่วยเหลือสังคม ($\bar{x} = 4.47$, S.D. = 0.60) และ การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์สร้างแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิตและการทำงานให้ท่าน ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.64)

4. ผลการศึกษาจากข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

- 4.1 อยากให้มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์แบบนี้ทุกปี
- 4.2 ควรมีการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละภาคให้มากกว่านี้ทางสื่อต่างๆ

อภิปรายผล

อภิปรายตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y

จากการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์กลุ่ม Generation Y พบว่า พฤติกรรมการเดินทางส่วนใหญ่เป็นการเดินทางร่วมกับกลุ่มเพื่อน โดยรถยนต์ส่วนตัว และมีวัตถุประสงค์หลักๆ คือ ต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมซึ่งสอดคล้องกับ สุภัทรา สังข์ทอง (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์จังหวัดสตูล พบว่า การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดหมาย เพื่ออาสาให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาสังคมด้านใดด้านหนึ่งในชุมชนที่ไปท่องเที่ยว ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่มีคุณค่าในการพัฒนาตนเอง อีกทั้งยังเป็นการช่วยพัฒนาชุมชน และการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย

อภิปรายตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า แรงจูงใจด้านระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาได้แก่ ด้านสถานภาพและชื่อเสียง ด้านกายภาพ และด้านวัฒนธรรมตามลำดับ ดังนี้

แรงจูงใจด้านระหว่างบุคคล เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การที่ได้สร้างมิตรภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่น จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชตะสรณ์ จันทรวรรคศิษฐ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี คือ เพื่อพบปะและแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ กับบุคคลอื่นๆ ดังนั้น แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y จึงควรพัฒนารูปแบบกิจกรรม เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y กับบุคคลอื่น เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ก่อให้เกิดมิตรภาพและประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยว

แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การที่ได้ทำในกิจกรรมที่ท้าทาย ซึ่งกิจกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ของแต่ละคนย่อมแตกต่างกันออกไป บางคนสนใจเกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บางคนสนใจเกี่ยวกับการช่วยเหลือดูแลสัตว์ ซึ่งสอดคล้องกับ แมคอินทอชและโกลดเนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1986) แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว คือ สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้น ควรส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ให้มีกิจกรรมที่หลากหลายเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ที่เลือกทำกิจกรรมตามที่สนใจ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับตนเอง นอกจากนี้ ชุมชน เครือข่าย และหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ โดยการใช้สื่อออนไลน์ต่างๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้และจูงใจนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ให้เกิดความสนใจหรือสนใจในการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์

แรงจูงใจด้านกายภาพ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ช่วยให้อ่อนคลายจากสภาพแวดล้อมที่จำเจในชีวิตประจำวัน เนื่องจากบุคคลย่อมต้องการการผ่อนคลายความเครียดจากการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยการหาความสุขความสนุกสนานให้ตนเอง โดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่ตนสนใจ รวมไปถึงการเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุนดา มนตรีธิตี (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางเพราะต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด ความเหนื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจมากที่สุด ดังนั้น ควรส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ให้มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และท้าทายความสามารถ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์มากขึ้น นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการจัดโครงการประกวดกิจกรรมการท่องเที่ยว

เชิงบำเพ็ญประโยชน์ อย่างต่อเนื่อง โดยให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ร่วมกันพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์และสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y เพิ่มมากขึ้น

แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การส่งเสริม การเรียนรู้และยอมรับในวัฒนธรรมที่แตกต่างของสถานที่นั้นๆ และส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากร ด้านศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธาวิ ว่องกิจ และ เกศรินทร์ แก้วสุวรรณ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครในประเทศไทย : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเดินทางมาเป็นนักท่องเที่ยวอาสาสมัครในประเทศไทย คือ วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ความเป็นไทย อธิบายไม่ตรีของคนในชุมชนท้องถิ่น วิถีชีวิตที่เรียบง่าย ดังนั้น จึงควรส่งเสริมการจัดรูปแบบกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ได้มีโอกาสเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นแตกต่างกัน ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ เพื่อเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรด้านศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว รักษาความดั้งเดิมให้นักท่องเที่ยวได้จดจำและถ่ายทอดเรื่องราวต่อไปยังบุคคลอื่นได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัย นักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมเชิงบำเพ็ญประโยชน์ 1-2 วัน และพักค้างคืน 2 คืน ดังนั้น ชุมชนและองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ควรพัฒนาที่พักในชุมชนให้ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration: SHA) เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาพักเพิ่มมากขึ้น

2. หน่วยงาน ได้แก่ คณะกรรมการชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสมาคมที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ ควรร่วมมือกันพัฒนาศักยภาพการจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ที่น่าสนใจและเหมาะสมในการจูงใจนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y โดยเน้นการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมที่ช่วยสร้างมิตรภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ**. (พ.ศ.2564-2565). กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2556, 13 เมษายน). **ททท.เปิดตัวแคมเปญ THE LITTLE BIG PROJECT** เที่ยวแบบ **จิตอาสา**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.thairath.co.th/lifestyle/travel/338298>.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). **การวิจัยเบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- เมธาวี ว่องกิจ และ เกศรินทร์ แก้วสุวรรณ. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครในประเทศไทย : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา**. [ออนไลน์]. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย **มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง**. 11(2). เข้าถึงได้จาก: <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/view/72464/58342/>
- รัชตะสรณ์ จันทรวรศิษฐ์. (2564). **แรงจูงใจการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Ratchatasorn>.
- วิจัยกรุงศรี. (2564, 22 มกราคม). **ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมหลัง COVID-19**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence>.
- สุภัทรา สังข์ทอง. (2558). **ศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์จังหวัดสตูล**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/12222/1/420781.pdf>
- หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.). (2564). **แนวทางการจัดตั้งอาสาสมัครท่องเที่ยวไทยกับการเดินทางภาคการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. 1(2). เข้าถึงได้จาก: <https://www.mots.go.th/download/BannerLink>.
- อุณนดา มนตรีธิตี. (2564). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษา เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4772/7/annada>.
- MGR Online. (2556, 10 กรกฎาคม). **ท่องเที่ยวจิตอาสา ปลอ่ยเต่า “เกาะทะลุ”**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://mgronline.com/travel/detail/9560000084382>.
- R.W. McIntosh, & Goelder, C.R. (1986). **Tourism principles, practices, philosophies**. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- ThaiPR.net. (2552, 21 เมษายน). **ททท.เสนอการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ Voluntourism การท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ ได้เที่ยว สนุก อิ่มเอมใจ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.ryt9.com/s/prg/559163>.