

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชนไทย  
: กรณีศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรี 4 ปี สถาบันราชภัฏ  
เชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวกาญจนารัตน์ รัตนสนธิ

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร. ทักษิณา คุณารักษ์	ประธานกรรมการ
รศ. บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา	กรรมการ
ผศ.ดร. จีราวรรณ ฉายสุวรรณ	กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับเยาวชนไทย และเพื่อศึกษาถึงการใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดเยาวชนไทย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี 4 ปี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสารที่เกี่ยวข้อง และแบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ด้วยคำร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลและการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เป็นไปตามกรอบแนวความคิดในการศึกษา

ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

นักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ส่วนใหญ่ใช้การหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยการสอบถามจากเพื่อนที่รู้จัก และมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากโทรทัศน์มากที่สุดเช่นกัน โดยมีเหตุผลในการตัดสินใจหรือมีแนวโน้มในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อความเพลิดเพลินและโอกาสในการเรียนรู้ธรรมชาติเป็นหลัก นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังสามารถรับรู้ข้อ

มูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการพบเห็นการโฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือนิตยสาร และอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น กลุ่มตัวอย่างยังมีความเห็นว่าการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์และวิทยุ นั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอันดับหนึ่ง การประชาสัมพันธ์โดยการจัดทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอันดับสอง ส่วนด้านการส่งเสริมในการขายและการขายโดยพนักงานขายนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีค่าน้อยกว่า เนื่องจากการส่งเสริมการขายและการขายโดยพนักงานขายยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่ายและรวดเร็วเท่ากับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

<b>Independent Study Title</b>	Ecotourism Promotion for Thai Youth : A Case Study of Bachelor Degree Students at Rajabhat Institute Chiang Mai	
<b>Author</b>	Ms. Kanjanarat Rattanasonthi	
<b>M.A.</b>	Tourism Industry Management	
<b>Examining Committee</b>	Asst. Prof. Dr. Taksina Kunaruck	Chairman
	Assoc. Boonlert Jittangwattana	Member
	Asst. Prof. Dr. Jirawan Chaisuwan	Member

### **Abstract**

The purpose of this study were two main issues : (1) ecotourism promotion tendency for Thai youth and (2) appropriate tools of ecotourism promotion in accordance with the Thai youth market.

The samples of bachelor's degree students at Rajabhat Institute Chiang Mai participated in the study. The data collected from related literature and questionnaires were statistically analyzed with the use of percentage, mean, and the analysis of relations between personal factors and ecotourism promotion in order to follow the conceptual framework of the study.

The results reveal that the majority of the samples used methods of information gathering before travelling with friends and had the most characteristics of travel as a group. The samples, moreover, most received ecotourism information via a television and tended to decide to travel as ecotour for pleasure and environmental education – based tourism. The samples also received information about ecotourism from the Tourism Authority of Thailand via the medium of television. Additionally, the samples had opinions that advertising on television and on the radio were the most influence on decision – making to travel as ecotourism. Public relations about an educational trip was the second influence. Sales promotion and personal selling were the least important, compared to the advertisement and the public relations.