

บทความวิจัย (Research Article)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทาง
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

Factors Affecting the Motives of Gen Z Group in Making Decisions
about Ecotourism Travel in the Koh Lan Area, Chonburi Province

กิตติญาพร มาตร์วังแสง¹, ธัญชนก อ่ำลอย^{1*}, ปรีศนา แสนทอง¹, รชต จรดล¹, บัณฑิตร์ แสนคำ¹

¹ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ ภาควิชาธุรกิจโรงแรมและไมซ์ คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140

Kittiyaporn Martwangseang¹, Thanchanok Amloi^{1*}, Pritsana Santong¹,
Rachata Joradol¹, Borisuth Saenkam¹

¹ Hospitality Industry Management, Department of Hotel and MICE Business, Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University
Kamphaeng Saen Campus, Nakhon Pathom, 73140, Thailand

* Corresponding author

E-mail address: thanchanok.am@ku.th

Received: 28/02/2025; Revised: 06/03/2025; Accepted: 25/03/2025

คำสำคัญ	บทคัดย่อ
แรงจูงใจในการท่องเที่ยว กลุ่มเยาวชนGenZ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี 2) ศึกษาแรงจูงใจของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เยาวชน Gen Z จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ของกลุ่มเยาวชนGen Z โดยค่าเฉลี่ยหลังการเก็บข้อมูล แรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) เท่ากับ 4.43 อยู่ในระดับมากที่สุด และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) เท่ากับ 4.38 อยู่ในระดับมากที่สุด 2) การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ของกลุ่มเยาวชนGen Z มีแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการใช้ชีวิตประจำวัน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.65 และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ด้านชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.50

KEYWORDS

Tourism Motivation
Generation Z Group
Ecotourism

ABSTRACT

This research aimed to 1) study the behavior of Generation Z youth in their decision-making process when traveling for ecotourism in the Koh Larn area, Chonburi Province, and 2) investigate the motivations of Generation Z youth in making decisions to travel for ecotourism in the Koh Larn area, Chonburi Province. The population used in this research was of 400 Generation Z youths. The research instrument was a questionnaire. Statistics for data analysis were percentage, mean, and standard deviation. The research findings were as follows: 1) The decision to travel for ecotourism in the Koh Larn area, Chonburi Province, among Generation Z youth showed an average score of 4.43 for push factors, indicating the highest level of motivation, and 4.38 for pull factors, also indicating a very high level. 2) The decision to travel for ecotourism in the Koh Larn area, Chonburi Province, among Generation Z youth, showed the highest push factor motivation related to relaxation and relief from daily life, with an average score of 4.65, and the highest pull factor motivation related to the reputation of the tourist destination, with an average score of 4.50.

1. บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (บริษัทแดชเอ็มวีจำกัด, 2566) กลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชัน Z (Gen Z) เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมการเดินทางของคนกลุ่มนี้แตกต่างจากรุ่นก่อน ๆ พวกเขาเน้นการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ สนใจการท่องเที่ยวที่มีความหมาย และให้ความสำคัญกับความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมมากกว่าความบันเทิงในรูปแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ แรงจูงใจดึงดูดในการออกเดินทางท่องเที่ยวคือ โซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ Gen Z อย่างมาก โดยเฉพาะแพลตฟอร์มอย่าง TikTok และ Instagram ที่ทำให้พวกเขาค้นพบจุดหมายปลายทางใหม่ ๆ และต้องการสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกับที่ได้รับแรงบันดาลใจจากอินฟลูเอนเซอร์ด้านการท่องเที่ยว และแรงจูงใจหลักดันในการออกเดินทางท่องเที่ยวของคน Gen Z ก็คล้ายกับคนรุ่นอื่น ๆ คือ ไปเพื่อพักผ่อน หลีกหนีความวุ่นวาย ใช้เวลากับเพื่อนและครอบครัว แต่พวกเขามีแนวโน้มที่จะออกเดินทางด้วยเหตุผลอย่างการผจญภัย และการพบกับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ เพราะพวกเขาแสวงหาสิ่งใหม่ที่น่าสนใจอยู่เสมอ อีกเหตุผลคือท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพจิตที่ดี เพราะคนในเจนเนอเรชันนี้ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีอย่างมาก ทั้งนี้ ระหว่างเดินทางท่องเที่ยวคนเจนเนอเรชันนี้ชอบไปเที่ยวชม สัมผัสวัฒนธรรมใหม่ ทานอาหาร ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พบผู้คนใหม่ ๆ แต่คนเจนเนอเรชันนี้สนใจการเที่ยวคลับหรือสถานบันเทิงน้อยที่สุด เพราะพวกเขาสนใจการท่องเที่ยวสัมผัสธรรมชาติและสัมผัสวัฒนธรรมในท้องถิ่นมากกว่าและคน Gen Z ไม่เพียงเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน พวกเขาต้องการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อสร้างรายได้ การจ้างงาน และการอนุรักษ์ระบบนิเวศในท้องถิ่นที่ไปเยือน และส่วนใหญ่ชอบการเดินทางและที่พักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อการท่องเที่ยว และสนับสนุนแบรนด์ที่มีแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืน (สินน้ำ, 2566) เกาะล้านเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลที่ได้รับความนิยม

ของเมืองพัทยา ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย เกาะล้านมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ หาดทรายขาวสะอาด น้ำทะเลใส และแนวปะการังที่ยังคงความสมบูรณ์ จึงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ ชุมชนท้องถิ่นบนเกาะล้านยังมีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมถึงโครงการฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเลเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน (ธนวิญญู, 2566)

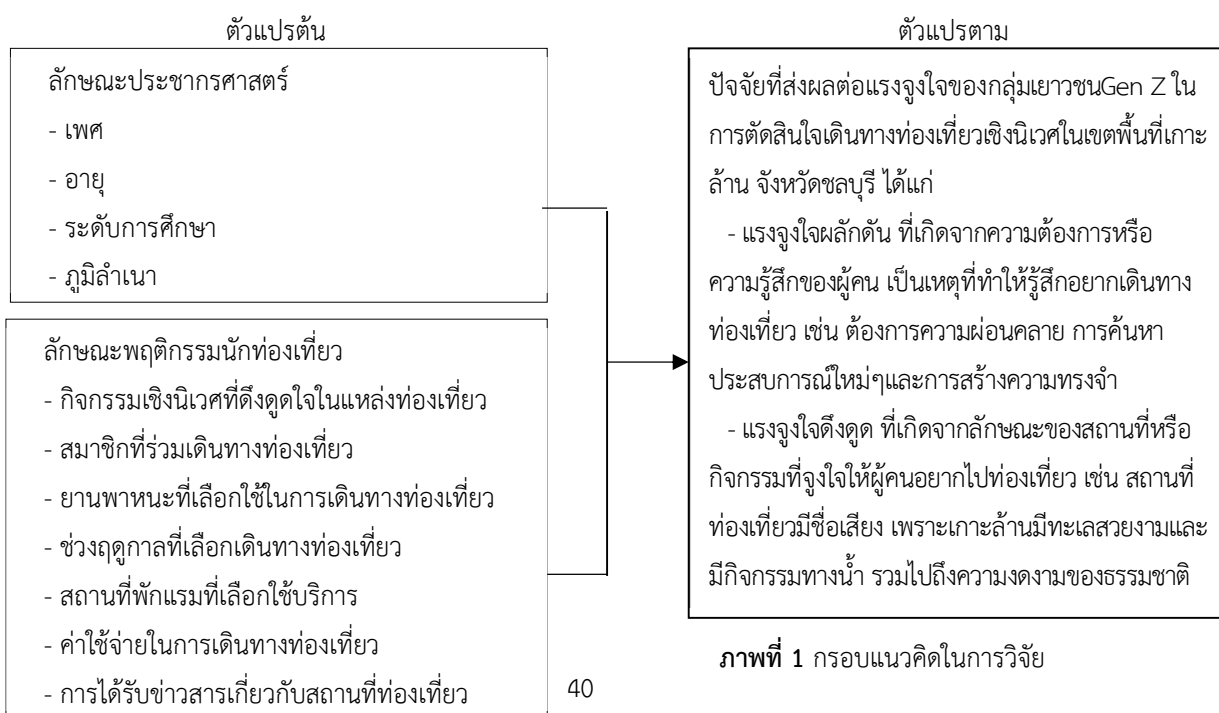
จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดย กขพรรณ (2563) ศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีปัจจัยผลักดันในระดับมากที่สุด คือ ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ งานวิจัยของกัญจน์ และคณะ (2564) ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบแคมป์ ปังจังหวัดนครนายก พบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือแรงจูงใจด้านกายภาพ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้รับการนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน งานวิจัยของนภาพร และคณะ (2566) ได้สำรวจกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่ม Gen Z ในประเทศไทย พบว่ากลยุทธ์การตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด งานวิจัยของฉัตรกานต์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีผลต่อการประเมินกิจกรรมทางน้ำ รวมถึงการวางแผนกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และงานวิจัยของพงศ์เสวก และ ธัญญลักษณ์ (2564) ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของประชากร Gen Z พบว่า Gen Z มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยอยู่ในระดับค่อนข้างสูงและ Gen Z ที่มีอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงต้องการต่อยอดงานวิจัยในอดีตโดยมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ แรงจูงใจของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยการศึกษานี้จะช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าใจถึงแนวโน้มพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี
- 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. ระเบียบวิธีวิจัย

2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เยาวชน Gen Z จำนวน 400 คน มาจากสูตร $n = \frac{Z^2}{4e^2}$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384.16 ดังนั้น เพื่อความสะดวกคณะผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี จำนวน 14 ข้อ และส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ด้วยการนำแบบสอบถามเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) จากการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามพบว่าค่า IOC ของแบบสอบถามมีค่ามากกว่า 0.50 ทุกข้อคำถาม โดยเฉลี่ยทั้งฉบับเท่ากับ 0.934

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1) ศึกษาจากเอกสาร ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยและนำมาจัดทำแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

2) ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม – สิงหาคม พ.ศ. 2567

3) นำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ทั้งหมดมาวิเคราะห์ประมวลผลโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for The Social Sciences)

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาเพื่อวิเคราะห์ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ทำแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิภาค โดยใช่วิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) คือ ค่าร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ทำแบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) คือ ค่าร้อยละ (Percentage)

3) การวิเคราะห์แรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวัดแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลาง (Central Tendency) คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และการวัดการกระจาย (Measure of Variation) คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert scale) และกำหนดเกณฑ์คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล โดยหาพิสัยของคะแนนเฉลี่ย มีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{"คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด"}}{\text{"จำนวนชั้นของคะแนน"}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

โดยเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้ (บุรินทร์, 2556) ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00, 4.20 - 3.41, 2.61 - 3.40, 1.81 - 2.60 และ 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

4) การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิดในแบบสอบถาม จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

3.1 ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z เป็นเพศชาย จำนวน 141 คน (ร้อยละ 35.25) และเพศหญิง จำนวน 259 คน (ร้อยละ 64.75)

จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z ช่วงอายุระหว่าง 21 - 23 ปี จำนวน 208 คน (ร้อยละ 52.00) มากที่สุด รองลงมาคือ ช่วงอายุ 24 - 27 ปี จำนวน 83 คน (ร้อยละ 20.75) ช่วงอายุ 18 - 20 ปี จำนวน 80 คน (ร้อยละ 20.00) และช่วงอายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 29 คน (ร้อยละ 7.25) ตามลำดับ

จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z ภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง จำนวน 301 คน (ร้อยละ 75.25) มากที่สุด รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 25 คน (ร้อยละ 6.25) ภาคตะวันตก จำนวน 24 คน (ร้อยละ 6.00) ภาคเหนือ จำนวน 20 คน (ร้อยละ 5.00) ภาคใต้ จำนวน 17 คน (ร้อยละ 4.25) และ ภาคตะวันออก จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.25) ตามลำดับ

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 270 คน (ร้อยละ 67.50) มากที่สุด รองลงมาคือ มัธยมศึกษา จำนวน 66 คน (ร้อยละ 16.50) และ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 64 คน (ร้อยละ 16.00) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยดังนี้

เยาวชน Gen Z ที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยกิจกรรมที่สนใจมากที่สุด ได้แก่ การถ่ายรูปและวิดีโอกับธรรมชาติ จำนวน 263 คน (ร้อยละ 65.75) ดำน้ำตื้นและดำน้ำลึก เพื่อเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพ จำนวน 230 คน (ร้อยละ 57.50) ล่องเรือชมวิวยรอบเกาะ จำนวน 228 คน (ร้อยละ 57) พายเรือคายัคสำรวจแนวชายฝั่ง จำนวน 181 คน (ร้อยละ 42.25%) ปั่นจักรยานชมวิวยรอบเกาะ จำนวน 172 คน (ร้อยละ 43) และปลูกปะการัง จำนวน 125 คน (ร้อยละ 31.25) สำหรับลักษณะของบุคคลที่ร่วมเดินทาง พบว่าส่วนใหญ่นิยมเดินทางร่วมกับเพื่อน จำนวน 173 คน (ร้อยละ 43.25) รองลงมาคือครอบครัว จำนวน 151 คน (ร้อยละ 37.75) เดินทางคนเดียว จำนวน 34 คน (ร้อยละ 8.50) ญาติ/พี่น้อง จำนวน 33 คน (ร้อยละ 8.25) และบริษัทนำเที่ยว จำนวน 9 คน (ร้อยละ 2.25) ในด้านยานพาหนะ พบว่ากลุ่มนี้ นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 258 คน (ร้อยละ 64.50) รองลงมาคือรถโดยสารประจำทาง จำนวน 44 คน (ร้อยละ 11)

รถจักรยานยนต์ส่วนตัว จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.75) รถไฟ จำนวน 28 คน (ร้อยละ 7) และรถเช่า จำนวน 27 คน (ร้อยละ 6.75) โดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางในช่วงฤดูร้อน (มีนาคม-เมษายน) มากที่สุด จำนวน 251 คน (ร้อยละ 62.75) รองลงมาคือฤดูหนาว (พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) จำนวน 128 คน (ร้อยละ 32) และฤดูฝน (พฤษภาคม-ตุลาคม) จำนวน 21 คน (ร้อยละ 5.25) ด้านสถานที่พักแรมส่วนใหญ่เลือกโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 185 คน (ร้อยละ 46.25) รองลงมาคือโฮมสเตย์ จำนวน 160 คน (ร้อยละ 40) และบังกะโล จำนวน 55 คน (ร้อยละ 13.75)

สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 2,001 – 3,000 บาท จำนวน 123 คน (ร้อยละ 30.75) รองลงมาคือ 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 85 คน (ร้อยละ 21.25) มากกว่า 5,000 บาท จำนวน 60 คน (ร้อยละ 15) น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 47 คน (ร้อยละ 11.75) 4,001 – 5,000 บาท จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.75) และ 3,001 – 4,000 บาท จำนวน 42 คน (ร้อยละ 10.50) ตามลำดับ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนท่องเที่ยวพบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลหลัก จำนวน 375 คน (ร้อยละ 93.75%) รองลงมาคือการแนะนำจากบุคคล จำนวน 144 คน (ร้อยละ 36) สารคดีท่องเที่ยว จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.75) เอกสารการท่องเที่ยว จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.75) และโทรทัศน์/วิทยุ จำนวน 38 คน (ร้อยละ 9.50)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์แบบสอบถามแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับแรงจูงใจผลักดันต่อการท่องเที่ยวของเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจผลักดันโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (S.D. 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบทดสอบแบบสอบถามแรงจูงใจผลักดันของเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

แรงจูงใจผลักดัน (Push Factor)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการใช้ชีวิตประจำวัน	4.65	0.36	มากที่สุด
ต้องการพาครอบครัวหรือคนสนิทมาเที่ยว	4.48	0.56	มากที่สุด
ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศใหม่ๆ	4.63	0.50	มากที่สุด
ต้องการเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านกิจกรรมต่างๆ เช่น ดำน้ำตื้นและดำน้ำลึก เพื่อเรียนรู้ ความหลากหลายทางชีวภาพในทะเล เป็นต้น	4.45	0.56	มากที่สุด
ต้องการเข้าร่วมงานที่จัดขึ้นบริเวณเกาะล้าน เช่น งานวิ่งรอบเกาะ เพื่อชมธรรมชาติ งานเลี้ยงสังสรรค์เพื่อหารายได้มาช่วยฟื้นฟูเกาะล้าน	4.04	0.98	มาก
ต้องการเดินทางท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ร่วมกันจัดการขยะตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น	4.27	0.67	มากที่สุด
ต้องการสัมผัสกับระบบนิเวศในบริเวณเกาะล้านอย่างใกล้ชิด เช่น การชื่นชมความสวยงามของทะเลผ่านกิจกรรมเดินใต้ทะเลหรือกิจกรรมดำน้ำตื้น ล่องเรือชมวิวทัศน์ เป็นต้น	4.50	0.50	มากที่สุด
รวม	4.43	0.59	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับแรงจูงใจดึงดูดต่อการท่องเที่ยวของเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจดึงดูดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 (S.D. 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบสอบถามแรงจูงใจดึงดูดของเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

แรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว	4.50	0.50	มากที่สุด
แหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร	4.48	0.44	มากที่สุด
การส่งเสริมโครงการการท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น โครงการ "NEO เกาะล้าน" เกาะล้านโฉมใหม่ สู่การฟื้นฟูเศรษฐกิจอย่าง ยั่งยืน	4.10	0.70	มากที่สุด
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยว ได้ร่วมอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมอาสาเก็บขยะบริเวณชายหาด กิจกรรม ดำน้ำเก็บขยะในแนวปะการัง เป็นต้น	4.33	0.59	มาก
ความหลากหลายของกิจกรรมเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน เช่น กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรมพายเรือคายัคสำรวจแนวชายฝั่ง เป็นต้น	4.49	0.44	มากที่สุด
ความหลากหลายทางชีวภาพภายในเขตพื้นที่เกาะล้าน เช่น สัตว์ น้ำ นกที่อาศัยอยู่บนเกาะ รวมถึงสัตว์ต่างๆที่อาศัยอยู่บนเกาะ เป็นต้น	4.41	0.48	มากที่สุด
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ หลากหลายช่องทาง เช่น เพจ Facebook Instagram TikTok เป็นต้น	4.37	0.54	มากที่สุด
รวม	4.38	0.53	มากที่สุด

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ของแบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

จากการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ พบว่าในจำนวนของเยาวชน Gen Z จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน
บางส่วนได้ให้ข้อเสนอแนะคือ ควรเพิ่มระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้มีเวลาในการทำกิจกรรมเชิงนิเวศที่เพิ่มขึ้นและเข้าถึงได้
หลากหลายกิจกรรม และควรอัปเดตกิจกรรมเชิงนิเวศใหม่ๆอยู่เสมอเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทาง
มาท่องเที่ยวเกาะล้าน

3.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน
จังหวัดชลบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัด
ชลบุรี โดยรวม พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 23 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง
และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณษา (2561) ศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลทั่วไปจำนวน 400 คน ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศ ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18 – 25 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี

2. จากการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน
จังหวัดชลบุรี โดยรวม พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมถ่ายรูปและวิถีโอ้กับธรรมชาติที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี
ร่วมเดินทาง กับกลุ่มเพื่อน โดยเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว นิยมเดินทางในช่วงฤดูร้อน (เดือนมีนาคม-เมษายน) ต้องการพักแรมที่โรงแรม
ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (EcoHotel) มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 2,001 – 3,000 บาท และทราบข้อมูลแหล่ง
ท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของปารณปริยา (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps)

ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด่านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติผลการวิจัยพบว่า อายุ เชื้อชาติ รายได้ต่อเดือน หลักสูตรดำน้ำ และประสบการณ์ดำน้ำมีผลต่อการตัดสินใจ ขณะที่เพศ ไม่มีผล ปัจจัยทางการตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของสมรศรี (2566) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันในการค้นหาข้อมูลการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้าเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่ชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้ เทคโนโลยีในการวางแผนการเดินทาง นอกจากนี้ นวัตกรรม การสื่อสารและ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Instagram ของกลุ่ม Generation Z ยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการตลาด อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอริยา (2559) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเกาะล้าน เขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะล้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.90 เมื่อแยกตามด้านต่าง ๆ พบว่า ด้านที่พักมีค่าเฉลี่ย 3.90 ด้านการคมนาคม มีค่าเฉลี่ย 3.81 ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.26 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 3.85 และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 3.76 โดยรวมแล้วแสดงให้เห็นว่าปัจจัยดึงดูดเหล่านี้มี บทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังเกาะล้าน

3. จากการศึกษาแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor)

แรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) จากการศึกษาแรงจูงใจผลักดันของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยรวม พบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการใช้ชีวิตประจำวัน ต้องการพาครอบครัวหรือคนสนิทมาเที่ยว ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศใหม่ๆ ต้องการเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ดำน้ำตื้น และดำน้ำลึก ต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ร่วมกันจัดการขยะตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม และต้องการสัมผัสกับระบบนิเวศในบริเวณเกาะล้านอย่างใกล้ชิด เช่น การชื่นชมความสวยงามของทะเลผ่านกิจกรรมเดินไต่ทะเล และล่องเรือชมทิวทัศน์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพงศ์เสวก และธัญญลักษณ์ (2564) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของประชากร Gen Z ผลการวิจัยพบว่า Gen Z มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยอยู่ในระดับค่อนข้างสูงและ Gen Z ที่มีอาชีพและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอภิปรายเป็นรายข้อได้ดังนี้

กลุ่มเยาวชน Gen Z ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการใช้ชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรกานต์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

ความต้องการพาครอบครัวหรือคนสนิทมาเที่ยว มีค่าในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักงานเศรษฐกิจศึกษา Westvlaams (ชวลินุช, ม.ป.ป.) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ คือ นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family – orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว

ความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิระดาห์ (2565) ได้วิจัยเรื่องการประเมินลักษณะทางภูมิทัศน์ของชายหาดสำคัญบนเกาะล้าน ผลวิจัยพบว่า องค์ประกอบที่สำคัญเช่น ภูเขา ต้นไม้ และอาคาร รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้ชายหาดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรกานต์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนยังคงนิยมเกาะล้าน เนื่องจากมีกิจกรรมทางทะเลหลากหลาย และมาตรการด้านความปลอดภัยทางทะเล อีกทั้งยังไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของปราณปรียา (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด่านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า อายุ รายได้ต่อเดือน หลักสูตรดำน้ำ และประสบการณ์ดำน้ำมีผลต่อการตัดสินใจ

ความต้องการเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ดำน้ำตื้น และดำน้ำลึก เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปราณปรียา (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด่านน้ำลึกในประเทศไทยของนักดำน้ำชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า อายุ เชื้อชาติ รายได้ต่อเดือน หลักสูตรดำน้ำ และประสบการณ์ดำน้ำมีผลต่อการตัดสินใจ ขณะที่เพศไม่มีผล อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรกานต์ และคณะ

(2560) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีผลต่อการประเมินกิจกรรมทางน้ำ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และมีกิจกรรมที่นิยม เช่น ดำน้ำดูปะการัง

ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ร่วมกันจัดการขยะตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Western ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ ซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นดีขึ้น เป็นความหมายที่ปรับปรุงมาจากนิยามของ The Ecotourism Society (วีระพล, 2552) จะสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึงการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีจิตสำนึก มีความรับผิดชอบต่อ การควบคุมผลกระทบและสร้างบรรยากาศของการศึกษาเรียนรู้ธรรมชาติแวดล้อม

ความต้องการสัมผัสกับระบบนิเวศในบริเวณเกาะล้านอย่างใกล้ชิด เช่น การชื่นชมความสวยงามของทะเลผ่านกิจกรรมเดินใต้ทะเล และล่องเรือชมทิวทัศน์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภาพร และคณะ (2566) ได้สำรวจพฤติกรรมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่ม Gen Z ในประเทศไทย ผลการสำรวจพบว่า พฤติกรรมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดกลุ่ม Gen Z แสดงความชื่นชอบในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และมักเปรียบเทียบข้อมูลก่อนตัดสินใจ แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการตลาดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและราคามีผลที่ระดับ 0.05 อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรกานต์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีผลต่อการประเมินกิจกรรมทางน้ำ รวมถึงการวางแผนกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยกิจกรรมทางน้ำที่ได้รับการประเมินสูงสุดคือ Sea walking

แรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) จากการศึกษาแรงจูงใจดึงดูดของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่มีแนวโน้มเดินทางไปเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยรวม พบว่ากลุ่มเยาวชน Gen Z ให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางนิเวศภายในพื้นที่เกาะล้าน ทั้งในด้านความสวยงามของทิวทัศน์ และการพักผ่อน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลากหลายช่องทาง และการเดินทางเพื่อเที่ยวชมสภาพภูมิศาสตร์ที่แตกต่างจากภูมิลำเนาของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอริยา (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเกาะล้าน เขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะล้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.90 เมื่อแยกตามด้านต่าง ๆ พบว่า ด้านที่พักมีค่าเฉลี่ย 3.90 ด้านการคมนาคมมีค่าเฉลี่ย 3.81 ด้านสิ่งดึงดูดใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.26 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 3.85 และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 3.76 โดยรวมแล้วแสดงให้เห็นว่าปัจจัยดึงดูดเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังเกาะล้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของชุดิกานต์ (2559) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่าความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ในด้านข้อมูลส่วนบุคคล พบว่ารายได้และระดับการศึกษา ส่งผลต่อความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ขณะที่อายุ อาชีพ สถานภาพ การสมรส รายได้ และระดับการศึกษาก็มีผลต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01-0.001 นอกจากนี้ อาชีพยังส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 โดยรวมแล้ว การศึกษาแสดงให้เห็นว่าความรู้และทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว เชิงนิเวศมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างชัดเจน

ความหลากหลายทางกิจกรรมภายในพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ทั้งในกิจกรรมเชิงนิเวศ และการพักผ่อน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรกานต์ และคณะ (2560) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ปัจจัยส่วน

บุคคลไม่ได้ มีผลต่อการประเมินกิจกรรมทางน้ำ แต่เป้าหมายการท่องเที่ยวและภูมิภาคที่ต้องการเยือน มีความแตกต่างกันจากการสัมภาษณ์บริษัททัวร์พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนยังคงนิยมเกาะล้านเนื่องจากมีกิจกรรมทางทะเลหลากหลาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของจิระดาห์ (2565) ที่ได้วิจัยเรื่องการประเมินลักษณะทางภูมิทัศน์ของชายหาดสำคัญบนเกาะล้าน จังหวัดชลบุรีองค์ประกอบที่สำคัญประกอบด้วย ทราย โขด หิน ภูเขา ต้นไม้ สะพาน และอาคาร รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร่มชายหาดและเก้าอี้ชายหาด ส่วนกิจกรรมชายหาด ได้แก่ การถ่ายรูป การเล่นน้ำ และการดำน้ำ องค์ประกอบเหล่านี้ทำให้แต่ละชายหาดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

สำหรับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลากหลายช่องทางนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนภาพร และคณะ (2566) ได้สำรวจกลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ของกลุ่ม Gen Z ในประเทศไทย พบว่ากลยุทธ์การตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดกลุ่ม Gen Z การทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การตลาดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยกลยุทธ์ด้านการกระบวนกรและผลิตภัณฑ์มีผลที่ระดับ 0.01 ขณะที่กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและราคามีผลที่ระดับ 0.05

การเดินทางเพื่อเที่ยวชมสภาพภูมิศาสตร์ที่แตกต่างจากภูมิลำเนาของตน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณษา (2561) ได้ศึกษาวิจัยทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลทั่วไปจำนวน 400 คน ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18–25 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จากการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบเคยไปท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ เช่น ชายหาดและน้ำตก โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวและเดินทางกับครอบครัว ผลการทดสอบ สมมติฐานชี้ให้เห็นว่าทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของพงศ์เสวก และ ธัญญลักษณ์ (2564) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของประชากร Gen Z ผลการวิจัยพบว่า Gen Z มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ภายในประเทศไทยอยู่ในระดับค่อนข้างสูงและ Gen Z ที่มีอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. บทสรุป

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มเยาวชน Gen Z จำนวน 400 คนที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.75 มีอายุ 21 - 23 ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 และผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเยาวชน Gen Z ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยส่วนใหญ่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรม การถ่ายรูปและวิถีโอกัับธรรมชาติ จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 โดยร่วมเดินทางกับกลุ่มเพื่อน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 ด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 เดินทางในฤดูร้อน (เดือนมีนาคม-เมษายน) จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 ต้องการเข้าพักแรมที่โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco Hotel) จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ประมาณ 2001 – 3000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 และทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 375 คน 93.75

การวิเคราะห์แรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ของกลุ่มเยาวชน Gen Z ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี กลุ่มเยาวชน Gen Z จำนวน 400 คนที่ตอบแบบสอบถามมีระดับแรงจูงใจผลักดันอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจผลักดันที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการชีวิตประจำวัน รองลงมาคือ ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศใหม่ ๆ ต้องการสัมผัสกับระบบนิเวศในบริเวณเกาะล้านอย่างใกล้ชิด เช่น การชื่นชมความสวยงามของทะเลผ่านกิจกรรมเดินใต้ทะเลหรือกิจกรรมดำน้ำตื้น ล่องเรือชมวิวดำน้ำตื้น เป็นต้น ต้องการพาครอบครัวหรือคนสนิทมาเที่ยว ต้องการเพิ่มประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ดำน้ำตื้นและดำน้ำลึกเพื่อเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพในทะเล เป็นต้น ต้องการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการ

รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ร่วมกันจัดการขยะตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ตามลำดับ และปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจผลักดันที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดคือต้องการเข้าร่วมงานที่จัดขึ้นบริเวณเกาะล้าน เช่น งานวิ่งรอบเกาะเพื่อชมธรรมชาติ งานเลี้ยงสังสรรค์เพื่อหารายได้มาช่วยฟื้นฟูเกาะล้าน กลุ่มเยาวชน Gen Z จำนวน 400 คนที่ตอบแบบสอบถามมีระดับแรงจูงใจสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจสูงสุดที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดคือชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ ความหลากหลายของกิจกรรมเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน เช่น กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรมพายเรือคายัคสำรวจแนวชายฝั่ง เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ความหลากหลายทางชีวภาพภายในเขตพื้นที่เกาะล้าน เช่น สัตว์น้ำ นกที่อาศัยอยู่บนเกาะ รวมถึงสัตว์ต่างๆที่อาศัยอยู่บนเกาะ เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลากหลายช่องทาง เช่น เพจ Facebook Instagram TikTok เป็นต้น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมอาสาเก็บขยะบริเวณชายหาด กิจกรรมพายเรือคายัคสำรวจแนวปะการัง เป็นต้น และปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจสูงสุดที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดคือ การส่งเสริมโครงการท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น โครงการ “NEO เกาะล้าน” เกาะล้านโฉมใหม่สู่การฟื้นฟูเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ได้ดังนี้

1. ด้านแรงจูงใจผลักดัน จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า สองอันดับแรกของแรงจูงใจผลักดันที่ทำให้กลุ่มเยาวชน Gen Z ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการใช้ชีวิตประจำวัน และต้องการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศใหม่ ๆ ตามลำดับ หน่วยงานควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือเพิ่มกิจกรรมเชิงนิเวศให้มากขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การปรับปรุงและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก และควรมีการส่งเสริมนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มากขึ้น รวมไปถึงการส่งเสริมงานหัตถกรรมและธุรกิจต่าง ๆ ของคนในพื้นที่เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้ดียิ่งขึ้น

2. ด้านแรงจูงใจดึงดูด หน่วยงานที่รับหน้าที่ในการดูแลพื้นที่ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมการท่องเที่ยวของเขตพื้นที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ให้มีความหลากหลายและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเยาวชน Gen Z ได้มากขึ้น และควรมีการอัปเดตข้อมูลการท่องเที่ยวและกิจกรรมใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อใช้ในการประกอบการวางแผนและการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว, ควรส่งเสริมโครงการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของภาครัฐที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและควรมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความน่าสนใจที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวได้เกิดความรู้สึกอยากอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, ควรเพิ่มนโยบายในการพัฒนาพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ มีโครงการณรงค์ปลูกจิตสำนึกในการรักษาธรรมชาติสภาพแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ และจากการวิจัยพบว่า กลุ่มเยาวชน Gen Z มีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงนิเวศอยู่ในระดับมากที่สุด ควรเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ภายในเขตพื้นที่เกาะล้าน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกในการเลือกเข้าร่วมกิจกรรมได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กขพรรณ คัดชาชัย. (2563). การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน

ชุมชนบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์].

<https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Kodchapan.Kud.pdf>

กัญจน์ มั่นจิระ, ฐิตินันต์ พรนิกุลพงศ์, มนรดา ถาวร, ศิริวีร์ เลิศรัตติพงศ์, กฤตเมธ รอดผล, ณัฐทริกา ป้องกัน, และภริตา บุญนา.

(2564). การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบแคมป์ปิ้งจังหวัดนครนายก.

<https://ir.swu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/27742/1/Ece-Kan-M-2564.pdf>

จิระดา มาพงษ์. (2565). การประเมินลักษณะทางภูมิทัศน์ของชายหาดสำคัญบนเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Chula Digital Collections.

<https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=7429&context=chulaetd>

- ฉัตรกานต์ ทองประดา, สุขชนนี เมธิโยธิน, กชพร นรมาตย์, และอำนาจ สาสินกุล. (2560). การประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน. *วารสารการพัฒนาและการท่องเที่ยว*, 9(2), 123-138
<https://ojs.lib.buu.ac.th/index.php/parituch/article/view/5957>
- ชวัลนุช. (ม.ป.ป.). *แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- ชุติกานต์ ยินดีสุข. (2559). *ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. <https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/12153/1/57920679.pdf>
- ธนวิญญู ใจดี. (2566). *เกาะล้าน*. <https://wikicomunity.sac.or.th/community/905>
- นภาพร วงษ์วิชิต, มุกดา นาคี, กวิน ปานทอง, รวิฐา ทวีพร้อม, ฉันทนา สังข์ชาติ, ประภาภรณ์ ขุมทอง, นิรมาลย์ งามเหมาะ, แก้วดา บุญร่วม, และพงศ์ภัทร เกียรติประเสริฐ. (2566). กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่ม Gen Z ในประเทศไทย. *Journal of Management and Tourism*, 10(2), 45-62.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jomt/article/view/265154>
- บริษัท แดช เอ็มวี จำกัด. (2566). *รูปแบบการท่องเที่ยวยอดนิยม แล้วการท่องเที่ยวเดินทางแบบไหนที่คุณชอบ*.
<https://www.dashmv.com/travel-formats/>
- บุรินทร์ รุจจนพันธุ์. (2556). *เกณฑ์การแปลความหมายของลิเคิร์ต (Likert scale)*. <https://www.thaiall.com/blog/burin/4967/>
- ปราณปริยา นพคุณ. (2562). *ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
<http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/4191>
- พงศ์เสวก อเนกงาน์พร, และธัญญลักษณ์ อเนกงาน์พร. (2564). แรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของประชากรรุ่นแซด. *วารสารวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(2), 45-62.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hssj/article/view/253097/175646>
- วีระพล ทองมา. (2552). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเด็นที่ควรจับตามองเพื่ออนาคตของโลก*.
<http://mdc.library.mju.ac.th/article/90984/337907/248210.pdf>
- สมรศรี คำตรง. (2566). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 9(1), 93-107. <https://doi.org/10.14456/sb-journal.2023.7>
- สีน้ำ แผ้วฉิมพลี. (2566). *Gen Z Travel Trends: การท่องเที่ยวแบบไหนโดนใจ Gen Z?*.
<https://www.thebusinessplus.com/gen-z-travel-trends/>
- สุพรรณษา บุปผาพันธ์. (2561). *การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
<http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/3733>
- อริยา พงษ์พานิช. (2559). *ปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเกาะล้าน เขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*.
<https://research.ku.ac.th/forest/Present.aspx?PresentID=30661>