การเปิดรับและความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ที่มีต่อประชาชนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

Exposure and Understanding of Public Relations Materials of the Department of National Park Wildlife and Plant Conservation to the People on Ecotourism

ธรรมรัตน์ ธัญธเนส* และกาญจนา มีศิลปวิกกัย**

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่มีต่อประชาชนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการเปิดรับการสื่อความหมายธรรมชาติของประชาชนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ในเขตอุทยานแห่งชาติ (2) ศึกษาความเข้าใจการสื่อความหมายธรรมชาติของประชาชนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติ (3) ศึกษาความเข้าใจมีต่อการสื่อความหมายธรรมชาติของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์ และ(4) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนทั้งนี้ เป็นการศึกษาการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26 - 37 ปี และจะต้องมีประสบการณ์การท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติอย่างน้อย 1 ครั้งเท่านั้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีอายุ 30 - 33 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ 20,001 - 25,000 และมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีความถี่ในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2560 จำนวน 2 - 3 ครั้ง มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวม มีระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก มีความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยรวมมีระดับความเข้าใจอยู่ในระดับมาก และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: การเปิดรับ / ความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ / กรมอุทยานแห่งชาติ / การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

Abstract

The study on “Exposure and understanding about public relations media of Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation towards the people about ecotourism aims: (1) the exposure the Interpretations of Nature of the people about ecotourism in National Park, (2) study to understand the Interpretations of Nature of the people about ecotourism in National Park (3) ecotourism people’s behavior from the exposure and (4) understanding the Interpretations of Nature of the people of Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation. The data were collected from a sample of towards in the age group 26-37 years and they were to visit the Nation Park at least one time only. Statistic which used in the research is Descriptive Statistics. According to the study, it found that the people who answer the questionnaire are male (30-33 years old), bachelor degree, company employee, salary (20,001-25,000 baht) and single. They visited the

* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

National Park 2-3 times in 2017. They were in high level to expose the public relations media and to understand the public relations media of Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation. Moreover, they were highest level to travel in ecotourism.

Keywords: Exposure / Understanding Public Relations / Department of National Park / Ecotourism

บทนำ

ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติที่มาจากการเติบโตของท่องเที่ยวเป็นปัญหาสำคัญ หมายความรวมถึงปัญหาการขาดจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลต่อทรัพยากรธรรมชาติโดยตรง เช่น สิ่งแวดล้อมในเขตอุทยานแห่งชาติและพื้นที่ป่าอนุรักษ์ สุขภาพอนามัยและการดำรงชีวิตของสัตว์ป่า ระบบนิเวศของธรรมชาติที่ถูกเปลี่ยนแปลงโดยฝีมือของมนุษย์ และสุดท้ายอาจเป็นปัญหาบานปลายต่อการพัฒนาฟื้นฟูพื้นที่ป่าอนุรักษ์ซึ่งเป็นทั้งทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นรายได้หลักของประเทศไทยต่อไปในอนาคต และไม่ใช่เพียงส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติของประเทศไทยเท่านั้น ยังส่งผลไปการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในระดับสากลอีกด้วย

การเปิดรับ ความเข้าใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นสิ่งที่สอดคล้องและเกี่ยวข้องกันเป็นกระบวนการ โดยเริ่มจากการรับรู้ การเรียนรู้ เกิดผลเป็นความเข้าใจ ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช นอกจากเผยแพร่ภารกิจขององค์กร ข้อมูล องค์ความรู้ ข่าวสารด้านทรัพยากรธรรมชาติแล้ว การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อสื่อสารการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไปยังประชาชน เพื่อให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และสิ่งสำคัญที่กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีวัตถุประสงค์ให้เกิดขึ้นกับประชาชนอย่างยั่งยืนนั่นก็คือ จิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาสู่ความเป็นค่านิยมในการทำนุบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้ยั่งยืน ด้วยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคประชาชนในการ บูรณาการร่วมกันด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นสมบัติของประเทศ

ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ในอนาคต และการกระตุ้นจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของนักท่องเที่ยว จึงนำปัญหาดังกล่าวดำเนินการสู่การวิจัยเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปรับปรุง และพัฒนาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในประเทศไทยของประชาชนในช่วงอายุ 26 - 37 ปี
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับการสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ในเขตอุทยานแห่งชาติ
3. เพื่อศึกษาความเข้าใจการสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติ
4. เพื่อศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนจากการเปิดรับ และความเข้าใจมีต่อการสื่อความหมายธรรมชาติของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

แนวคิดทฤษฎี

1. แนวคิดประชากรศาสตร์ เป็นแนวคิดที่นำมาศึกษากลุ่มตัวอย่างในด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวทั้งองค์ประกอบ รูปแบบของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการแสดงออกของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล
3. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวถึงการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการเปิดรับและความเข้าใจ
4. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างความเข้าใจของนักท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ระหว่าง

ความเข้าใจที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

5. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นแนวคิดที่กล่าวถึงรูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมายธรรมชาติ และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ป่าอนุรักษ์ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า วนอุทยาน สวนพฤกษศาสตร์

6. แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นแนวด้านเกี่ยวกับการสื่อสารที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร การสร้างการมีส่วนร่วม การสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนในทัศนคติของประชาชน

7. สื่อประชาสัมพันธ์กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นช่องทางในการสื่อสารกับประชาชนขององค์กร เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมในภารกิจด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติระหว่างประชาชนและกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธ์พืช รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตการวิจัย การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาการรับรู้และความเข้าใจของประชาชน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้ที่มีอายุ 26 - 37 ปี และจะต้องมีประสบการณ์การท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติอย่างน้อย 1 ครั้งเท่านั้น

2. วิธีการดำเนินการวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในช่วงอายุ 26 - 37 ปี ทั้งหญิงและชาย ที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติอย่างน้อย 1 ครั้ง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คำนวณกลุ่มตัวอย่างจากการนำจำนวนประชากรทั้งหมดที่ติดตามเฟซบุ๊กกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มาแทนค่าในสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และสัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ที่ใช้ผู้ที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแต่ละหน่วยมีโอกาสถูกมากน้อยเท่าไหร่ และเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการเลือกสุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ ดังนั้นผู้วิจัยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Closed-Ended Question) และคำถามปลายปิด (Open-Ended Question) ซึ่งเป็นแบบสอบถามออนไลน์ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ส่วนที่ 3 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ส่วนที่ 4 ความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ ส่วนที่ 5 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทำแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม 400 ชุดลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถามคัดลอกรหัสข้อมูลลงในแบบฟอร์มการลงรหัส เพื่อเตรียมวิเคราะห์ประมวลผล นำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผล วิเคราะห์ และสรุปผล ซึ่งข้อมูลที่รวบรวมได้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์เพื่อหาคำตอบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ สถิติที่ใช้ มีดังนี้ (1) ค่าสถิติพื้นฐาน (Basic Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะกลุ่มตัวอย่าง โดยหาความถี่ (Frequency) การกระจายอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ (2) สถิติทดสอบค่าที (T-test) กรณีตัวแปร 2 กลุ่ม และสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ่ (Scheffé)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาการเปิดรับและความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่มีต่อประชาชนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างงานวิจัยในครั้งนี้ส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความถี่ในการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติ ในปี พ.ศ.2560 จำนวน 2-3 ครั้ง มีการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูมิภาค

เหนือมากที่สุด มีองค์ประกอบที่ทำให้ตัดสินใจไปท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติมากที่สุดคือ การท่องเที่ยวตามสถานการณ์หรือฤดูกาล โดยที่นักท่องเที่ยวมีรูปแบบการท่องเที่ยวแบบนักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวม

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	ระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
• ด้านการสื่อความหมายโดยใช้นักสื่อความหมาย	3.08	1.22	ปานกลาง
• ด้านการสื่อความหมายที่ไม่ใช้นักสื่อความหมาย	3.86	0.56	มาก
โดยรวม	3.47	0.78	มาก

ด้านการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวม มีระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาระดับการเปิดรับเป็นรายด้านพบว่า ด้านการสื่อความหมายที่ไม่ใช้นักสื่อความหมาย ได้แก่ โสตทัศนูปกรณ์ เครื่องหมายสัญลักษณ์ กิจกรรมนิทรรศการ ป้ายนิเทศ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์นอกพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.86, S.D. = 0.56)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยรวม

ความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช	ระดับความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
• ด้านการให้ข้อมูล	3.69	0.65	มาก
• ด้านการสร้างความรู้	4.18	0.66	มาก
• ด้านการจัดการพื้นที่	4.00	0.61	มาก
• ด้านการประชาสัมพันธ์องค์กร	3.59	0.67	มาก
โดยรวม	3.87	0.53	มาก

ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนของความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยรวม มีระดับความเข้าใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาระดับความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์เป็นรายด้านพบว่า ด้านการสร้างความรู้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.18, S.D. = 0.66)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
• ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว	4.14	0.55	มาก
• ด้านการกระตุ้นจิตสำนึก	4.44	0.37	มากที่สุด
• ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจ	4.61	0.39	มากที่สุด
โดยรวม	4.40	0.33	มากที่สุด

ผลการวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.61, S.D. = 0.39) และในส่วนข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในเรื่อง ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวิธีการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติให้มากขึ้นมากที่สุด

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความหมายธรรมชาติของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความหมายธรรมชาติของกรมอุทยานแห่งชาติฯสะท้อนให้เห็นว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความหมายธรรมชาติของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธ์พืชกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการให้ข้อมูล ด้านการสร้างความรู้ ด้านการจัดการพื้นที่ และด้านการประชาสัมพันธ์องค์กรยิ่งมากขึ้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น

การอภิปรายผล

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างงานวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีอายุ 30-33 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ 20,001-25,000 ซึ่งสอดคล้องกับ ชิตวร ประดิษฐ์รอด (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมณฑลของคนวัยทางานในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติ ในปี พ.ศ.2560 จำนวน 2-3 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับ เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่จะเคยมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว 2 - 3 ครั้ง ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 - 3 วัน โดยที่มีการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูมิภาคเหนือมากที่สุด มีองค์ประกอบที่ทำให้ตัดสินใจไปท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติมากที่สุดคือ การท่องเที่ยวตามสถานการณ์ หรือฤดูกาล และมีรูปแบบการท่องเที่ยวแบบนักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด ซึ่งสอดคล้องกับ เบญจวรรณ อุชุพงศ์อมร (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนวัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในภูมิภาคเหนือ มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อพักผ่อน โดยเลือกการ เดินทางในช่วงเวลาวันหยุดต่อเนื่อง

ส่วนที่ 3 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการสื่อความหมายโดยนักสื่อความหมาย การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการสื่อความหมายโดยใช้นักสื่อความหมาย คือ เจ้าหน้าที่กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช มีระดับการเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง โดยที่การพูดเพื่อการสื่อความหมายโดยเจ้าหน้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด การสื่อสารโดยเจ้าหน้าที่กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่มีหน้าที่ในการให้บริการข่าวสาร การนำเที่ยว และการสื่อความหมายแบบแสดงสดหรือการสาธิต ด้านการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นักสื่อความหมาย การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการสื่อความหมายที่ไม่ใช้นักสื่อความหมาย มีระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของ รัตนา ลักขณาวรกุล (2555, น. 45 – 52) ที่ได้กล่าวถึงรูปแบบและวิธีการสื่อความหมายเกี่ยวกับสื่อตัวกลางไว้ว่า “สื่อตัวกลาง” ในการสื่อความหมาย หมายถึง วิธีการ อุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการให้ข้อมูลข่าวสารหรืออธิบายเรื่องราวโดยสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การสื่อความหมายโดยใช้นักสื่อความหมาย (Personal services) และการสื่อความหมายที่ไม่ใช้นักสื่อความหมาย (Nonpersonel service) ซึ่งจากการศึกษาพบว่าการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมมีระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการให้ข้อมูล ความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ด้านการให้ข้อมูล มีระดับความเข้าใจอยู่ในระดับมาก ด้านการสร้างความรู้ความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า

และพันธุ์พืช มีระดับความเข้าใจอยู่ในระดับมาก ด้านการจัดการพื้นที่ ความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ด้านการจัดการพื้นที่ มีระดับความเข้าใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดด้านการสื่อความหมายธรรมชาติ รัตนา ลักขณาวรกุล (2555, น. 15) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายธรรมชาติ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ การสร้างความรู้ความเข้าใจคุณค่าของธรรมชาติ เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการพื้นที่ และใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการประชาสัมพันธ์องค์กร ซึ่งเป็นการสร้างความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว เพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์

ส่วนที่ 5 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรวมมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ด้านการกระตุ้นจิตสำนึก การท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านการกระตุ้นจิตสำนึก มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจ มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ สุรเชษฎ์ เชษฐมาส และดรรชนี เอมพันธุ์ (2539) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างมีความรับผิดชอบที่มีกระบวนการเรียนรู้ และนำไปสู่การกระจายรายได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อผู้นำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 26 – 34 ปี มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายนอกอุทยานแห่งชาติ รวมทั้งภายนอกฤดูกาล ดังนั้นผู้นำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรให้ความสำคัญกับสื่อที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อสร้างการเปิดรับและความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมไปท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติทางภาคเหนือ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวตามฤดูกาล ผู้นำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรให้ความสำคัญกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ครอบคลุมในอุทยานแห่งชาติ และสื่อประชาสัมพันธ์ภายนอกอุทยานแห่งชาติ โดยใช้ทั้งสื่อบุคคล และสื่อที่ไม่ใช่บุคคล เพื่อการเข้าถึงการเปิดรับของนักท่องเที่ยวหรือประชาชนที่มีเป้าหมายคือความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

บทสรุป

สรุปพฤติกรรมการเปิดรับและความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่มีต่อประชาชนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ไม่ใช่นักสื่อความหมาย ความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช โดยรวมมีระดับความเข้าใจอยู่ในระดับมาก โดยที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2557). *ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมณฑลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ. (2556). *การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* (รายงานการวิจัย). นครราชสีมา: สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

เบญจวรรณ อุชุพงศ์อมร. (2552). *พฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนวัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม.

รัตนา ลักขณาวรกุล. (2555). *การสื่อความหมายธรรมชาติ* (คู่มืออุทยานแห่งชาติลำดับที่ 12). กรุงเทพฯ: ส่วนนันทนาการและการสื่อความหมาย กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช.

สุรเชษฎ์ เชษฐมาส และดรรชนี เอมพันธุ์. (2538). *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเทศไทย: การศึกษา*

ถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และแนวทางในการจัดการฯ ตอนที่ 2: แนวทางในการจัดการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะวนศาสตร์ ศูนย์วิจัยป่าไม้.

เสรี วงษ์มณฑา. (2541). *108 การประชาสัมพันธ์.* กรุงเทพฯ: A.N. การพิมพ์.

อุทยานแห่งชาติ ธรรมชาติและนันทนาการ. (2549). *คู่มือเพื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ.* กรุงเทพฯ: สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช.

ภาษาต่างประเทศ

Merril, J. C., & Lowenstien, R. L. (1971). *Media messages and men: New perspectives in communication.* New York: David McKey Company.

Perreault, W.D., & Dorden, W. R. (1979). *A Psychological classification of vacation life-styles. Journal of Leisure Research*, *9*(1), 208 – 224.

ระบบออนไลน์

ชวัลนุช อุทยาน. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก https://touristbehaviour.wordpress.com/

Teetache suksam. (2557). *การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก http://luangprabangtour.com/การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว.