

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับและความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” นั้นสามารถแบ่งเนื้อหาที่เกี่ยวข้องออกเป็นส่วนๆ ดังนี้

1. แนวคิดประชากรศาสตร์
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
3. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์
5. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
6. แนวคิดทางด้านการประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
7. สื่อประชาสัมพันธ์กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดประชากรศาสตร์

ศิริพันธ์ ถาวรทิวังษ์ (ประชากรศาสตร์, 2543, หน้า 2) ประชากรศาสตร์ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับขนาดหรือจำนวนคนที่มีอยู่ในแต่ละสังคม แต่ละภูมิภาค และระดับโลก นอกจากนี้ยังศึกษาการกระจายตัวในด้านพื้นที่ของประชากร ตลอดจนองค์ประกอบต่างๆทางประชากร รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในจำนวนคน การกระจายตัวของคน และองค์ประกอบต่างๆของประชากรด้วย ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยการเจริญพันธุ์ การตาย การอพยพย้ายถิ่น และการเคลื่อนไหวทางสังคม

#### องค์ประกอบทางประชากร

1. อายุและเพศ เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของประชากร การกระจายตัวทางด้านอายุและเพศของประชากรในพื้นที่หนึ่งในชั่วระยะเวลาหนึ่ง เรียกว่า โครงสร้าง ซึ่งโครงสร้างทางด้านอายุและเพศของประชากรในแต่ละสังคมจะแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะแต่ละสังคมมีอัตราการเกิด อัตราการตาย อัตราการอพยพ ตลอดจนอัตราสมรสแตกต่างกันและความแตกต่างเหล่านี้จะเป็น

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม และในทางกลับกัน การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศก็มีอิทธิพลต่อโครงสร้างด้านอายุและเพศเช่นกัน

นักพฤติกรรมองค์การและนักวิชาการ (วิชา อธิสนธิสกุล และอ้อยอุมา รุ่งเรือง, 2548 อ้างถึงใน สราวุธ ชัยวิจิตร, 2550) ได้ศึกษาและแบ่งกลุ่มคนออกเป็น 3 เจเนอเรชัน ได้แก่

เบบี้บูมเมอร์ส (Baby Boomers) เป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1949-1967

เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) เป็นกลุ่มที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1968-1979

เจเนอเรชันวาย (Generation Y) เป็นกลุ่มคนที่เจริญเติบโตที่มีโอกาสการทำงานมีเต็มที่ (Full - employment opportunities) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในระหว่างปี ค.ศ. 1980-1991 (Chester E, อ้างถึงใน สายฝน กล้าเดินดง, 2551) เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีบทบาทสำคัญกับการทำงานในองค์กร เป็นกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถยอมรับในการเปลี่ยนแปลง สามารถหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว เป็นกลุ่มคนที่เปิดรับสื่อทุกด้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ และมีนิสัยรักการอ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ มีจิตสำนึกห่วงใยสิ่งแวดล้อม ชอบใช้เวลาว่างในการเข้าร่วมกิจกรรมรักความเป็นอิสระสูงด้านการทำงานต้องการความยืดหยุ่น ชอบทำงานเป็นหมู่คณะ มีความเชื่อมั่นในตนเอง รวมทั้งมีความคาดหวังและเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองที่จะไปสู่ความสำเร็จ ความฝัน และอุดมคติที่ตนเองต้องการ (Robbins S.: หน้า 996 อ้างถึงในสายฝน กล้าเดินดง, 2551)

2. สถานภาพสมรส สถานภาพสมรสของบุคคลว่าเป็น โสด สมรส แยก หย่า ม่าย หรืออยู่รวมกันโดยสมัครใจ ประชากรศาสตร์จะศึกษาว่า ในแต่ละสถานภาพมีจำนวนเท่าไรในแต่ละสังคม โดยทั่วไปแล้วจำนวนคนในแต่ละสถานภาพจะไม่เท่ากัน และไม่อยู่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การศึกษาสถานภาพสมรสของประชากรจะทำให้นักประชากรศาสตร์สามารถคาดการณ์ถึงอัตราการเกิด อัตราการเพิ่มของประชากรได้ใกล้เคียงถูกต้องแม่นยำมากขึ้น ซึ่งปัจจัยอื่นๆ อาทิเช่น ความต้องการจำนวนบุตรของประชากรไม่เปลี่ยนแปลงหรือเคลื่อนไหวน้อย ทั้งนี้เพราะทัศนคติในการมีลูกของประชากรส่วนใหญ่ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงจากอดีต สถานภาพสมรสจะเป็นองค์ประกอบสำคัญขององค์ประกอบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในจำนวนประชากรของสังคม โดยเฉพาะเกี่ยวกับสภาวะสมรส นอกจากนี้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพสมรสยังสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง สภาวะเศรษฐกิจ สังคมและแบบแผนสภาวะการสมรสได้เป็นอย่างดี

3. การศึกษา ในแต่ละสังคมมีประชากรจบการศึกษาระดับต่างๆ เป็นจำนวนเท่าไร อ่านออกเขียนได้มีจำนวนเท่าไร เป็นต้น ทั้งนี้เพราะข้อมูลเกี่ยวกับระดับการศึกษาของประชากร

สัมพันธ์โดยตรงกับอัตราการเกิด อัตราการตาย และอัตราการอพยพของประชากร เพราะยิ่งประชากรมีการศึกษาสูง พบว่า อายุเมื่อแรกสมรสจะยิ่งช้าลง และทำให้อัตราการเกิดลดลงไปด้วย

4. องค์ประกอบทางด้านเศรษฐกิจ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะอาชีพ รายได้ ของประชากร จำนวนแรงงาน จำนวนคนว่างงาน จำนวนคนทำงานด้านเศรษฐกิจจริง รวมถึงสถานภาพการทำงาน การเปลี่ยนแปลงในลักษณะอาชีพของประชากร เป็นต้น

โดยตัวแปรที่สำคัญที่ช่วยให้เข้าใจและสามารถคาดคะเนพฤติกรรมกรรมการรับสารของผู้รับสารได้ล่วงหน้า ได้แก่ (พีระ จิระโสภณ, 2540 : หน้า 645)

1. เพศ งานวิจัยนิเทศศาสตร์ชี้ว่า ผู้หญิงมักจะถูกโน้มน้าวใจได้ง่ายกว่าผู้ชายและมักเผยแพร่วิวความคิดเห็นที่ได้รับการจูงใจนั้นให้ผู้อื่นต่อไปอีกด้วย ผู้หญิงโดยทั่วไปมักจะมีลักษณะชอบความสวยงาม มีความนุ่มนวล และอารมณ์ที่อ่อนไหว

2. อายุ โดยทั่วไปแล้ว คนหนุ่มสาวมักมีความคิดเห็นเสรีนิยมส่วนคนสูงอายุมักจะมีแนวคิดอนุรักษนิยมมากกว่ากลุ่มคนอายุต่างกัน คนวัยผู้ใหญ่สนใจสร้างฐานะเป็นต้น

3. การศึกษา คนที่มีการศึกษาสูง โดยทั่วไปสนใจข่าวสารบ้านเมืองมากกว่าความบันเทิง

4. สถานการณ์ทางสังคมและทางเศรษฐกิจ ดูจากอาชีพ รายได้ พื้นฐานครอบครัว และสถานะในสังคม เป็นต้น เช่น ฐานะดี คนโสด คนในเมือง คนชนบท ข้าราชการ พ่อค้า ฯลฯ แต่ละคนมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน มองโลกไม่เหมือนกัน ดังนั้นผู้ส่งสารจำเป็นต้องวิเคราะห์และศึกษาธรรมชาติของผู้รับสารแต่ละกลุ่มให้เข้าใจ เพื่อช่วยในการสื่อสารราบรื่นและสัมฤทธิ์ผล

นอกจากนี้ ตัวแปรด้านรายได้เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของบุคคลได้ดีเช่นเดียวกับกรณีตัวแปรการศึกษา เพราะเป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกันและมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก กล่าวคือ ผู้มีรายได้สูงนั้น จะมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอ การเปิดรับสื่อจึงจำเป็นสำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2538 : หน้า 70-71)

ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สามารถชี้ให้เห็นถึงการเปิดรับและความเข้าใจ ที่มีผลต่อพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประชาชนว่าเป็นอย่างไร กล่าวคือ ประชาชนที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน รวมทั้งยังแสดงความแตกต่างทางด้านการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และความเข้าใจที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกันไปด้วย

## แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (2551) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อสภาพการณ์ที่เกิดขึ้น โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำที่ชัดเจน
2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการต่างๆ
3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการต่างๆในการท่องเที่ยว
4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆเพื่อค้นหาคุณค่าจากกิจกรรมการท่องเที่ยว
5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ โดยเป็นการกระทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
6. ปฏิริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการและกำหนดไว้ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย คิดวิเคราะห์ให้ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ หรือท้ายสุดคือการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเป้าหมายใหม่ เพื่อทดแทนปฏิริยาความผิดหวัง

ดังนั้นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) จึงเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก โดยที่รูปแบบของนักท่องเที่ยว (Typology : a systematic classification or study of types) เพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบของ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้

การศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้ นักศึกษาเลือกการกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐานที่สุดคือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็น นักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ นักเดินทาง (Travelers) ซึ่งนักท่องเที่ยวคือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือ บุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Perreault และ Dorden (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) ลักษณะของนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้ปานกลาง และแสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ
2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบในกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เช่น เดินป่า ปีนเขา ดำน้ำ เป็นต้น
3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการวางแผนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมักมีความกระตือรือร้นมากกว่านักท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมาก และชื่นชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

## แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

เมอริลล์ และโลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein, 1971) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับของผู้ชม และได้สรุปสาเหตุที่บุคคลต่างๆ มีพฤติกรรมกาเปิดรับต่างกัน ได้แก่

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพังต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น และแท้จริงแล้วคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำในบางครั้ง

2. ความอยากรู้ อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้ของตน ไม่ว่าจะสิ่งที่ยากรู้ นั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะแสวงหาและใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งในแง่ของการสร้างบารมี การช่วยให้ตนเองสะดวกสบาย หรือสนุกสนานบันเทิง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถให้สิ่งเหล่านี้ได้ วิลเบอร์ ชแรมม์ (W. Schramm) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกกว่า คนยอมเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Last effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of reward) (นัฐยา อุ่นใจ, 2550)

4. สาเหตุจากตัวสื่อซึ่งมีลักษณะกระตุ้น ชี้นำทำให้ผู้ชมต้องการรับข่าวสารนั้นๆ เช่น ผู้ชมดูโทรทัศน์แทนการออกนอกบ้าน เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาพบว่า มนุษย์เราแสวงหาข่าวสารและเลือกใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจต่างๆ ของตนเอง เช่น Charles Akin (1973) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารได้จากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Yielding) เพื่อหลีกเลี่ยงในการลงทุนลงแรงในการรับสื่อ นั้นๆ

โดยในพฤติกรรมการเปิดรับนั้น ผู้ชมย่อมจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคน กระบวนการเลือกสรรเปรียบเทียบบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วยกรกลั่นกรองสามชั้น ดังนี้ (สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์ และสุชม ศุภนิศย์, 2531 หน้า 636-640)

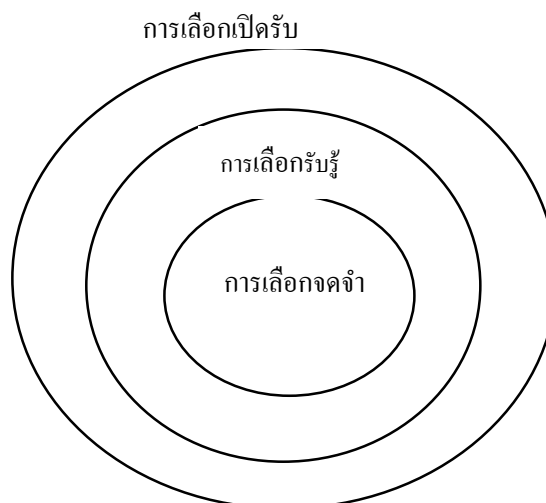
1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure of Selective Attention) หมายถึงแนวโน้มที่ผู้ชมจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกที่จะดูละครเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเลือกชมโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง เป็นต้น

โดยทั่วไปแล้วในการเปิดรับข่าวสารผู้ชมมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเห็นเดิมของตนเสมอ นอกจากทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการที่ทำให้เราพบว่า คนบางคน เลือกดูละครช่อง 3 คนบางคนดูละครช่อง 7 ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

(เช่น ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ) ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นการกลั่นกรองในขั้นต่อมา เมื่อผู้ชมเลือกที่จะเปิดรับข่าวสารแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วเชื่อว่าข่าวสารจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้ชมแต่ละคนอาจจะตีความข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน เช่น ภาพโป๊ บางคนมองว่าเป็นศิลปะบางคนว่าเป็นอนาจาร เป็นต้น ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้ชมจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความความหมายความเข้าใจของตนเอง หรือทัศนคติตามประสบการณ์ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น ซึ่งในบางครั้งคนเราอาจจะบิดเบือนสารเพื่อให้สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของตนเองด้วย

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า เช่น การที่เราดูละครโทรทัศน์แล้วนำไปบอกต่อกับผู้อื่น เรามักจะเลือกจดจำแล้วนำไปเล่าเฉพาะที่เราสนใจหรือเราต้องการเท่านั้น ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของคนเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น



ภาพประกอบที่ 2.1 กระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น

ที่มา : สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์, 2530

โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมในการแสวงหาข่าวสารหรือเลือกเปิดรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ ความคิด และความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการนำมาใช้ประโยชน์ในด้านอื่นๆ ได้แก่ การใช้ความรู้ในการตัดสินใจแก้ไขปัญหา การตอบสนอง ความสนใจของบุคคล เพื่อความบันเทิง ส่วนการที่บุคคลตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เพิกเฉยต่อข่าวสาร หรือการหลีกเลี่ยงเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับ การประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช่และตอบแทนในการรับรู้ข่าวสารด้วย

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์

Good (อ้างถึงใน วิทวัช แซ่ฟุน. 2551. หน้า 9) ได้ให้คำจำกัดความรู้ว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริงกฎเกณฑ์รายละเอียดต่างๆ ที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมสะสมไว้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : หน้า 16) กล่าวว่าความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำไว้อาจจะโดยการฝึก หรือ โดยการเห็น ได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับ คำจำกัดความข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงการ และวิธีการแก้ปัญหา เป็นต้น

ดุษฎีวรรณ เรืองรุจิระ (2531 : หน้า 9) ให้ความรู้ว่า หมายถึงความสามารถในการคิด เข้าใจนำไปประยุกต์ใช้ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินค่าในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

สรุปได้ว่า ความรู้ซึ่งบุคคลจะได้รับผ่านประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำสภาพจิตวิทยา ความรู้เป็นความจำเป็นที่เลือกสรร ที่สอดคล้องกับสภาพจิตใจของแต่ละคน และสิ่งที่ผู้รับสารได้รับในเชิงความรู้ทางทฤษฎีการสื่อสารอาจปรากฏได้จากสาเหตุดังนี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533) คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) ผู้รับสารมักแสวงหาข้อมูลสื่อมวลชนเพื่อตอบข้อสงสัยของตน
2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) สื่อมวลชนเสนอข่าวสารความรู้ต่างๆ เพื่อสร้างทัศนคติเพื่อผลในการยอมรับเรื่องนั้นๆ
3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของบุคคลและค่านิยมของสังคมผู้รับสารจะเลือกรับสารนั้น
4. การเพิ่มพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารมักจะกระจายความเชื่อค่านิยม และอุดมการณ์ต่างๆ สูประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นเรื่อยๆ



5. การรู้แจ้งค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์ เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชน ผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นชัดเจนขึ้น

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้กระทำผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อ เฉพาะกิจต่างๆ โดยข่าวสารที่เผยแพร่ทางสื่อต่างๆเหล่านี้ จะมีค่อนข้างน้อย อาจแบ่งเป็นข่าวด้าน บวก ด้านลบ และเป็นกลาง ทั้งนี้การที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครนั้นมีความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับใด สามารถอธิบายได้ดังนี้

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom, 1967) (อ้างใน วิทวัช แซ่ฟูน, 2551: หน้า 10) ได้แยกระดับความรู้ไว้ 6 ระดับ คือ

1. ความรู้ (Knowledge) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำและการระลึกถึงเหตุการณ์ หรือประสบการณ์ ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งเป็น

- ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาโดยเฉพาะ
- ความรู้เกี่ยวกับกลวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมความคิดและโครงสร้าง

2. ความเข้าใจ (Comprehensive) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญา และ ทักษะเบื้องต้น แบ่งเป็น

- การแปลความ คือ แปลความจากหนึ่ง ไปสู่อีกหนึ่ง ไปสู่ความหมายที่ถูกต้อง
- การตีความหมาย คือ ขยายจากเนื้อหาเดิมด้วยการสร้างขึ้นในรูปแบบใหม่

3. การนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริง และความคิดที่เป็นนามธรรม (Abstract) ปฏิบัติจริงอย่างเป็นรูปธรรม

4. การวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปการนำความคิดมาแยกเป็นส่วน เป็นประเภท หรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) การนำเอาข้อมูล แนวคิด มาประกอบกันแล้วนำไปสู่การ สร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม

6. การประเมิน (Evaluation) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมผล ผลการวัดข้อมูลมาตรฐาน เพื่อให้ตัดสินถึงระดับของกิจกรรมแต่ละอย่าง อย่างไรก็ตาม การเกิดความรู้ของประชาชนในระดับใดก็ตาม ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกรู้จักคิด ซึ่ง เชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการของบุคคลนั้นเอง รวมถึงประสบการณ์ และลักษณะทางประชากร (การศึกษา เพศ อายุ ฯลฯ) ของประชาชนที่เป็นผู้รับข่าวสาร จิตของแต่ละ

ละบุคคลแตกต่างกันไป ทั้งนี้เป็นผลมาจากประสบการณ์ที่สะสมไว้มาก รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลทำให้บุคคลมีความคิด และแสดงออกตามความคิด ความรู้สึกของตน ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ความรู้เป็นบ่อเกิดแห่งทัศนะ

นอกจากนี้ รัตนา ลักษณะวารกุล (2555 : หน้า 15) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายธรรมชาติ ว่าเป็นกิจกรรมที่สำคัญสำหรับผู้มาเยือนในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า ซึ่งเป็นสถานที่ในการพักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรต่างๆของนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่ การให้บริการในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ เพื่อการใช้พื้นที่อย่างเหมาะสม
2. เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ พร้อมทั้งส่งเสริมสร้างประสบการณ์ ความรู้ และคุณค่าที่จะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว
3. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการพื้นที่ เพื่อความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมายของการจัดการพื้นที่ป่าอนุรักษ์ โดยสามารถกระทำได้ 2 แนวทาง ได้แก่

แนวทางที่ 1 ใช้การสื่อความหมายธรรมชาติ เป็นตัวกระตุ้นจิตสำนึกในการใช้พื้นที่ป่าอนุรักษ์เพื่อกิจกรรมนันทนาการอย่างระมัดระวัง และส่งเสริมพฤติกรรมในการใช้พื้นที่ป่าอนุรักษ์อย่างเหมาะสม

แนวทางที่ 2 ใช้การสื่อความหมายธรรมชาติ จะทำให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงการใช้กิจกรรมต่อทรัพยากรที่อาจเกิดผลกระทบและหลีกเลี่ยงบริเวณพื้นที่ที่เสี่ยงต่อการเสื่อมหรือสูญเสียสภาพ และการหลีกเลี่ยงบริเวณที่มีการใช้พื้นที่ป่าอนุรักษ์อย่างหนาแน่นมากไปยังบริเวณพื้นที่อื่นเพื่อการรองรับการประโยชน์ได้มากกว่า

4. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช หน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ และสิ่งสำคัญคือการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

## แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

### นิยามและความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สฤกษ์ แสงอรุณ (2560) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่นๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Biotourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น ในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองของความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย” โดยมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยว ที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้ นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่น และชุมชนในพื้นที่ที่ท่องเที่ยวนั้นๆ

เสรี เวชบุษกร (2538) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายถึง วัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอยู่ใน ท้องถิ่นด้วย

จากการให้ความหมายและคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ดังกล่าวข้างต้น พอจะสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อ โดยไม่ก่อให้เกิด การรบกวน หรือทำความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่นเพื่อชื่นชม ศึกษา เรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาส ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นด้วย

### แนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สุรเชษฐ์ เศรษฐมณฑล และดรพรณี เอมพันธุ์ (2538) ; สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2539) ได้กล่าวถึงแนวคิด ที่เป็นพื้นฐานหรือหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยสรุปได้ดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Nature-based) รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่น (Identical or Unique) และทรงคุณค่าในพื้นที่นั้น

2. เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ (Responsibly travel) และมีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable management) ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ หรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ค่อนข้างต่ำ (No or low impact) และช่วยส่งเสริมการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ของแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนตลอดไป

3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning) และการให้การศึกษา (Education) เกี่ยวกับระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมของ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ความประทับใจ (Appreciation) และประสบการณ์ (Experience) ที่มีคุณค่า ซึ่งจะสร้างความตระหนัก และจิตสำนึกที่ถูกต้องทางด้านการอนุรักษ์ ทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

4. เป็นการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกระจายรายได้ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involvement of local community or people participation) ในภาคบริการต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น (Local benefit) มากกว่าการท่องเที่ยวที่เคยส่งเสริมกันมาตั้งแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบันที่เรียกว่า Conventional tourism ซึ่งมักจะเป็น การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะใหญ่ๆ (Mass tourism) ที่ผลประโยชน์ส่วนใหญ่มักจะตกอยู่กับผู้ประกอบการ หรือบริษัทนำเที่ยวเท่านั้น

### องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สุรเชษฐ์ เศรษฐมณฑล และดรพรณี เอมพันธุ์ (2539) กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้วการวางแผนการท่องเที่ยวซึ่งรวมไปไปถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้วยนั้น จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1.ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Natural resource tourism)

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่ยังดำรงไว้ซึ่งสภาพดั้งเดิมของระบบนิเวศ (First hand ecosystem) และวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แหล่ง

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ส่วนใหญ่ จึงมักปรากฏอยู่ในพื้นที่พื้นที่อนุรักษ์ เช่น อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่า และอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2539) กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ว่าเป็นแหล่งที่มีจุดเด่นเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Nature attractions) และตัดขาดจากโลกภายนอก (Solitude) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะไม่ได้ สัมผัสที่บ้าน นอกจากนี้ยังได้ให้ความหมายของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวว่า หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมาย (Destination) ของการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงพื้นที่ที่รองรับนักท่องเที่ยว พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะมีทรัพยากรที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ความดึงดูดใจ เหล่านี้มักอาจเป็นความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง แต่อาจไม่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ดังนั้นสภาพ ทรัพยากรจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยว นอกจากนี้ความดึงดูดใจในทรัพยากรแล้ว ในบางพื้นที่ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้นทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจึงหมายถึงรวมถึงศักยภาพในการประกอบกิจกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย โดยได้แบ่งแหล่ง ท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (nature destination) และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural destination) ซึ่งรวมเอาแหล่งท่องเที่ยว ศาสนา ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี (Historical, Archaeological and regions destination) และแหล่งท่องเที่ยวศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณี (Art, Culture and Traditional destinations) เข้าไว้ด้วยกัน

ดังนั้น หากมองการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นอุตสาหกรรมบริการอย่างหนึ่ง แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นจัดได้ว่าเป็นวัตถุประสงค์เพื่อรองรับ การท่องเที่ยว และเป็นวัตถุประสงค์ประเภทใช้แล้วไม่หมดไป หรือสูญหายหากมีการควบคุมป้องกันด้วยการวางแผนอย่างเป็นระบบ และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยว ยังประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนโดยไม่เสื่อมโทรมลงไป ทั้งยังไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศจนเกินขีดความสามารถของระบบที่จะรองรับได้ (Carrying capacity)

2. นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2540) ระบุว่า นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภทด้วยกันคือ

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวแบบหัวกระทิ (Hard-core nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญในการศึกษาค้นคว้าขณะที่เที่ยวชมธรรมชาติ

ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวธรรมชาติแบบอุทิศตน (Dedicated nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นจะไปเที่ยวสถานที่ ธรรมชาติโดยเฉพาะ เพื่อจะได้รู้ได้เข้าใจในธรรมชาติ หรือประเพณีท้องถิ่น

ประเภทที่ 3 นักท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก (Mainstream nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบไปสถานที่แปลกๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน เช่น ไปเยือนลุ่มน้ำอเมซอน (Amazon) อุทยานกอริลลาในรวันดา (Rawanda Gorilla Park) หรือจุดหมายปลายทางอื่นๆ ที่เป็นการริเริ่มสำหรับโปรแกรมท่องเที่ยวพิเศษ

ประเภทที่ 4 นักท่องเที่ยวธรรมชาติตามโอกาส (Casual nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่บังเอิญต้องไปชมธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตนได้เลือกไป

นอกจากนี้ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ได้กล่าวถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า จะต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกใน การอนุรักษ์ธรรมชาติ

3. การตลาด การตลาดนับเป็นส่วนสำคัญในการชักจูงนักท่องเที่ยวให้ไปท่องเที่ยว โดยเป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในเชิงการตลาดจะต้องทำความเข้าใจให้ชัดเจนว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีลักษณะอย่างไร โดยการให้ข้อมูลและสิ่งที่คาดหวังจากการท่องเที่ยว (Expectation) อย่างถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจว่า รูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะเช่นนี้เหมาะสม กับความสนใจ และตรงตามความต้องการของตนเองหรือไม่ และสามารถยอมรับกฎ หรือกติกาของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้หรือไม่

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเลือกสรรประเภทและคุณภาพของนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมสนับสนุน การท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ (Qualitative tourism) มากกว่าการท่องเที่ยวในเชิงปริมาณ (Quantitative tourism) อันจะเป็นหนทาง นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งส่วนใหญ่งานด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ดร.ชนันท์ เอ็มพันธุ์ และสุรเชษฐ ชาญธูมาส, 2539)

4. การบริการ การท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จำเป็นต่อการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นต้องการบริการที่เน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร และการบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นท้องถิ่น เช่น บริการด้านสื่อความหมายธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในภาคบริการ ซึ่งได้แก่ การจัดที่พักที่สอดคล้องกลมกลืนกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น (Ecolodge) เป็นมัคคุเทศก์นำทางในการเดินป่า เป็นต้น

### กิจกรรมที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

มาตรการ 4 ม ไม่ขับรถเร็ว ไม่ทิ้งขยะ ไม่ส่งเสียงดัง ไม่ให้อาหารสัตว์ป่า

ม 1 ไม่ขับรถเร็ว การไม่ขับรถเร็วเกิน 60 กิโลเมตรต่อชั่วโมงในเขตอุทยานแห่งชาติ เพื่อเป็นการสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และสัตว์ป่าบนท้องถนนในเขตอุทยานแห่งชาติ

ม 2 ไม่ทิ้งขยะ การทิ้งขยะในที่ๆ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช จัดเตรียมไว้ เพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อมในเขตอุทยานแห่งชาติ รวมทั้งการรักษาสุขอนามัยให้กับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ระบบนิเวศและสัตว์ป่า

ม 3 ไม่ส่งเสียงดัง การไม่ส่งเสียงดังในเขตอุทยานแห่งชาติ และการนำยานพาหนะเขาไปในเขตอุทยานแห่งชาติ ต้องมีความดังของเสียงเครื่องยนต์ไม่เกิน 95 เดซิเบล เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อไม่เป็นการสร้างผลกระทบในการดำรงชีวิตของสัตว์ป่า

ม 4 ไม่ให้อาหารสัตว์ป่า การให้อาหารสัตว์ป่าเป็นการทำลายการดำรงชีวิตของสัตว์ป่า ซึ่งการให้อาหารสัตว์ป่านั้นยังเป็นการสร้างอันตรายให้กับสัตว์ป่า

และนอกจากนี้ยังรวมไปถึงการไม่นำสัตว์เลี้ยงเข้าไปในเขตอุทยานแห่งชาติ เพราะสัตว์เลี้ยงและสัตว์ป่ามีโรคติดต่อที่แฝงอยู่ รวมทั้งสัตว์พาหะ เช่น เห็บ หมัด ก็ทำให้เกิดโรคติดต่อจากสัตว์เลี้ยงสู่สัตว์ป่า และจากสัตว์ป่าสู่สัตว์เลี้ยง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศของสัตว์ป่า รวมทั้งการไม่นำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดเข้าไปยังเขตพื้นที่ป่าอนุรักษ์ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติที่เกิดจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

### การมาเยือนอุทยานแห่งชาติ

**บ้านพักอุทยานแห่งชาติ** ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณเดียวกับที่ทำการอุทยานแห่งชาติ หรือบางแห่งจะมีบ้านพักเพิ่มเติมในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของอุทยานแห่งชาติ มีขนาดพักแรมได้ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป บางแห่งมีบ้านพักขนาดใหญ่หรือค่ายพักแรมได้ประมาณ 50-60 คน สำหรับบริการผู้ที่ไปเป็นหมู่คณะ องค์ประกอบพื้นฐานภายในบ้านพักประกอบด้วยเตียงนอนเดี่ยวหรือเตียงนอนคู่ เครื่องนอน ชุดที่นั่ง น้ำใช้ไฟฟ้าซึ่งปัจจุบันเกือบทั้งหมดเป็นระบบไฟฟ้าจากไฟฟ้าจากการส่วนภูมิภาค แต่ยังมีบางแห่งเป็นไฟฟ้าจากเครื่องกำเนิดไฟฟ้าโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเกาะ จะมีการเปิดปิดเป็นเวลา และในพื้นที่ที่น้ำขาดแคลนจะมีช่วงเวลาในการเปิดปิดน้ำ จึงขอความร่วมมือให้ผู้เข้าพักช่วยปิดไฟและปิดก๊อกน้ำเมื่อเลิกใช้ ผู้สนใจพักแรมในบ้านของอุทยานแห่งชาติ จะต้องจองบ้านพักก่อนล่วงหน้า โดยสำรองที่พักได้ที่สำนักอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

**การกางเต็นท์พักแรม** อุทยานแห่งชาติส่วนใหญ่จะมีการกำหนดบริเวณสถานที่เพื่อการกางเต็นท์พักแรมไว้บริการนักท่องเที่ยวโดยจะมีห้องน้ำห้องสุขา ไฟฟ้า น้ำใช้ไว้บริการ โดยก่อนเข้าไปกางเต็นท์พักแรมจะต้องติดต่อกับเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติที่เข้าถึงได้สะดวก ซึ่งการกางเต็นท์พักแรมเป็นการให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด และมีบรรยากาศแตกต่างไปจากการพักแรมในบ้าน กรณีไม่ได้นำเต็นท์มาเอง อุทยานแห่งชาติจะจัดเต็นท์ไว้บริการ

**อาหาร** อุทยานแห่งชาติส่วนใหญ่มีอาหารไว้บริการ ผู้ที่ไม่นิยมปรุงอาหารไว้รับประทานเอง ก็สามารถจัดซื้อที่ร้านอาหารในอุทยานแห่งชาติได้ สำหรับอุทยานแห่งชาติที่ไม่มีร้านอาหารผู้มาเที่ยวจะต้องเตรียมตัวสำหรับการทำอาหารเอง ซึ่งไม่ใช่เรื่องยาก อุปกรณ์ที่ต้องนำไป เช่น หม้อ กระทะ เหยียง จาน ช้อนส้อม ที่สำคัญคือ เตาแก๊สปิกนิก หรือเตาอั้งโล่ พร้อมถ่าน เพราะในเขตอุทยานแห่งชาติไม่อนุญาตให้ใช้ฟืนหรือตัดไม้ทำฟืน ส่วนวัตถุดิบพวกอาหารสด อาหารแห้งสามารถที่จะหาซื้อก่อนที่จะเดินทางเข้าเขตอุทยานแห่งชาติได้ที่ตัวจังหวัดหรือตัวอำเภอใกล้เคียง ซึ่งเป็นการช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจในท้องถิ่น อย่างไรก็ตามควรติดต่อกับอุทยานแห่งชาติว่ามีร้านอาหารบริการหรือไม่ และเปิดปิดเวลาเท่าไร บางแห่งแม้จะไม่มีร้านอาหาร แต่สามารถติดต่อให้แม่บ้านของอุทยานแห่งชาติช่วยจัดทำอาหารให้ได้ตามราคาที่ตกลงกัน

**ฤดูกาลท่องเที่ยว** อุทยานแห่งชาติมีฤดูกาลท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป บางแห่งช่วงฤดูหนาวจะสวยที่สุด บางแห่งช่วงฤดูร้อนสวยที่สุด จึงควรหาข้อมูลก่อนออกเดินทาง โดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติอุทยานแห่งชาติทางทะเลที่เป็นหมู่เกาะกลางทะเลจะมีฤดูกาลท่องเที่ยวจำกัด เนื่องจากจะมีช่วงฤดูมรสุม และอุทยานแห่งชาติทางทะเลฝั่งอ่าวไทยกับฝั่งอันดามัน มีฤดูกาลท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป หากไปผิดฤดูก็ไม่สามารถหาเรือหรือเดินทางไปอุทยานแห่งชาติทางบกบางแห่งปิดไม่ให้ท่องเที่ยวในบางฤดูกาล แต่ในบางแห่งการเดินทางอาจจะไม่สะดวก โดยเฉพาะในช่วงฤดูฝน เส้นทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติบางแห่งอาจทुरกันดาน ต้องอาศัยรถที่มีกำลังขับเคลื่อนสี่ล้อ นอกจากนี้ในช่วงฤดูฝน ถ้ำและน้ำตกบางแห่งอาจไม่ปลอดภัยสำหรับการท่องเที่ยวเพราะมีน้ำไหลท่วมภายในถ้ำ หรือน้ำป่าไหลหลากรุนแรงจนไม่เหมาะแก่การเล่นน้ำในบริเวณน้ำตก

**การแต่งกาย** การแต่งกายจะแตกต่างกันไปตามลักษณะพื้นที่และกิจกรรมที่ประกอบในอุทยานแห่งชาติ คือ การไปเที่ยวในอุทยานแห่งชาติที่เป็นป่าเขา ควรใส่เสื้อผ้าสีเรียบๆที่กลมกลืนจากธรรมชาติ เช่น สีเทา สีน้ำเงิน เขียว น้ำตาล เป็นต้น เพราะหากเดินในเส้นทางศึกษาธรรมชาติแล้วจะช่วยให้โอกาสพบเห็นสัตว์ป่ามากขึ้น การสวมเสื้อแขนยาวและกางเกงขายาวจะช่วยป้องกันยุงและแมลงสัตว์กัดต่อย รองเท้าควรเป็นรองเท้าหุ้มส้น อุทยานแห่งชาติบางแห่งมีทากชุมควรสวม



ถูกทำกันหากจะช่วยให้หากไม่สามารถกับริเวณทำได้นอกจากนี้ควรมีหมวกไว้สวมกันแดด หนาม หรือแมลง สำหรับไปเที่ยวอุทยานแห่งชาติทางทะเล ควรแต่งกายด้วยชุดล้าลองโปร่งสบาย อย่าลืมหมวกกันแดด ครีมกันแดด และแว่นตากันแดด

**แมลงสัตว์กัดต่อย** เมื่อมาเที่ยวในอุทยานแห่งชาติคงต้องเตรียมตัวเตรียมใจพบกับแมลง นานาชนิด บางชนิดก่อให้เกิดความรำคาญ โดยมักตอมเหงื่อตามร่างกาย แต่บางชนิดก็สามารถกัดต่อยให้เจ็บปวดได้ เช่น ผึ้ง ต่อ แตน แมลงบางชนิดก่อให้เกิดโรคที่เป็นอันตรายถึงชีวิต เช่น ยุงก้นปล่อง สัตว์เล็ก ๆ อื่น ๆ นอกจากแมลงก็จะมีตะขาบแมลงป่อง สัตว์สองชนิดนี้มีพิษร้ายกาจ สร้างความเจ็บปวดมาก ส่วนหากที่ดูน่าขยะแขยงความจริงไม่ก่ออันตรายมากนักเพราะเมื่อหากินเลือดอิมแล้วจะจากไปโดยทิ้งรอยแผลที่เลือดหยุดเข้าเอาไว้ให้ดูต่างหน้า สิ่งที่น่ากลัวกว่าหาก คือ เห็บป่า ซึ่งจะเกาะกินเลือดไปตราบที่ยังไม่รู้ว่ามีเห็บเกาะตรงส่วนไหนของร่างกาย วิธีป้องกันสัตว์ เล็ก ๆ เหล่านี้คือ การแต่งกายให้รัดกุม สำหรับสัตว์น่ากลัวที่สามารถพบได้เช่นกัน คือ งู ซึ่งมีทั้งงูพิษ และงูไม่มีพิษ แต่โดยทั่วไปไม่สามารถแยกแยะได้ว่างูที่พบนั้นมีพิษหรือไม่ สิ่งที่พึงปฏิบัติคือ อย่า ไปรบกวนหากพบงูวางเส้นทางก็ควรหาทางเดินอ้อมไปให้ไกลห่างจากงูพอสมควร หรือรอจนกว่า งูจะเลื้อยผ่านไปไกลแล้ว ฟังระลึกละเอียดว่าสัตว์ส่วนใหญ่จะไม่ทำอันตรายต่อเราก่อน หากเราไม่ไป รังแกโดยไม่ได้ตั้งใจหรืออาจเกิดขึ้นโดยไม่ได้ตั้งใจก็ตาม ดังนั้นควรเดินด้วยความระมัดระวัง และ ใช้การสังเกตพอสมควร สำหรับคนที่ชอบเล่นน้ำทะเลอาจจะถูกสัตว์ในทะเลที่มีพิษร้ายได้ คือ ถูก พิษสัตว์บางชนิด เช่น แมงกะพรุนไฟ หอยเม่น แตนทะเล ฯลฯ ทำให้เป็นผื่นแดง คัน หรือมีอาการ ปวดแสบปวดร้อนได้หากเกิดแผลจากปะการัง หรือเพรียงบาด ให้ล้างแผลให้สะอาดและทายาฆ่า เชื้อ

### กิจกรรมนันทนาการ

นันทนาการ หรือ Recreation มาจากคำว่า Receare ในภาษาละตินหมายถึง การสร้าง ทำให้เกิดขึ้นมาใหม่หรือทำให้สดชื่นแจ่มใส โดยมีความหมายรวมถึงการกระทำใด ๆ ที่มีผลต่อความ สดชื่นแจ่มใสของสุขภาพร่างกายหรือจิตใจ

นันทนาการเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดผลดีต่อร่างกาย จิตใจหรืออารมณ์ต่อผู้เข้าร่วม กิจกรรมโดยตรง อาจจะทำได้หลายรูปแบบแต่ในที่นี้จะกล่าวถึง นันทนาการกลางแจ้ง หมายถึง กิจกรรมที่กระทำโดยไม่จำเป็นต้องใช้อาคารหรือสิ่งก่อสร้าง แต่จะอาศัยทรัพยากรธรรมชาติอย่าง ใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง หรือสภาพแวดล้อมธรรมชาติเป็นพื้นฐานในการดำเนินกิจกรรม การ ดำเนินกิจกรรมต้องมีการวางแผนเตรียมตัวและมีการเดินทางและมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อพัฒนา

ความพึงพอใจที่มีต่อธรรมชาติ เปิดโอกาสให้มีการเปลี่ยนแปลงและพักผ่อน พัฒนาความแข็งแรง  
ของร่างกายและพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนและสังคม

ผู้ที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติสามารถประกอบกิจกรรมนันทนาการได้หลายรูปแบบทั้ง  
กิจกรรมประเภทการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และกิจกรรมประเภทชื่นชมธรรมชาติ ได้แก่

**ดูนก** กิจกรรมดูนกเป็นกิจกรรมศึกษาธรรมชาติอีกรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยม  
อย่างแพร่หลายเพราะไม่เพียงช่วยให้ได้รับความเพลิดเพลินจากการชมความงามของนก แต่ยัง  
ช่วยให้ได้รับอากาศบริสุทธิ์ และได้ออกกำลังกายซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบกิจกรรมมีความสุข มีสุขภาพ  
แข็งแรง แต่การดูนกยังนำไปสู่การรู้จักและเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของนกต่อสิ่งแวดล้อม อันจะช่วย  
ให้เกิดความตระหนักถึงคุณค่าและหันมาร่วมกันอนุรักษ์นกและธรรมชาติไว้

**ดูผีเสื้อ** กิจกรรมดูผีเสื้อเพิ่งเริ่มต้นขึ้นในเมืองไทยได้ไม่นาน แต่ก็เป็นที่กำลัง  
แพร่หลายอย่างรวดเร็วในหมู่นักนิยมธรรมชาติเพราะความน่าหลงใหลในความงามแห่งปีกผีเสื้อ  
แสนสวย และโอกาสที่จะได้พบเห็นผีเสื้อนั้นยังมีมากกว่าสัตว์อื่นๆ บางครั้งสามารถพบผีเสื้อกำลัง  
เกาะกินอาหารอยู่หนึ่งๆ ก็สามารถเข้าไปดูผีเสื้ออย่างใกล้ชิด

**ชมดอกไม้** พรรณพืช อุทยานแห่งชาติเป็นแหล่งธรรมชาติของพันธุ์ไม้นานาชนิด ผู้ที่ไป  
เที่ยวอุทยานแห่งชาติมักได้รับความเบิกบานใจจากการชมดอกไม้ สิ่งสำคัญที่พึงตระหนักไว้ คือ  
ดอกไม้แต่ละชนิดมีฤดูกาลในการออกดอกแตกต่างกัน และมีระยะเวลาในการผลิบานระยะหนึ่ง  
หากพันธุ์ฤดูกาลและช่วงที่เหมาะสมแล้ว ก็จะพลาดการชมดอกไม้ไปทั้งปี ฤดูกาลในการชม  
ดอกไม้ การผลิบานของดอกไม้ จะแตกต่างกันไปแต่ละชนิดและสภาพป่า ดังนั้นควรตรวจสอบ  
ช่วงเวลาบานของดอกไม้แต่ละชนิดในอุทยานแห่งชาติแต่ละแห่งก่อนออกเดินทาง ข้อพึงปฏิบัติใน  
การชมดอกไม้ อย่าเด็ดดอกไม้ไปเป็นของส่วนตัว เพราะเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย และที่สำคัญ  
คือ ดอกไม้มีหน้าที่สร้างเมล็ดเพื่อดำรงเผ่าพันธุ์ หากดอกไม้ถูกเด็ดก็เท่ากับเป็นการตัดตอนวัฏจักร  
การดำรงอยู่ของพืชชนิดนั้น นอกจากนี้ขณะเดินท่องเที่ยวโดยเฉพาะตามทุ่งซึ่งมีดอกไม้ขนาดเล็ก  
และขึ้นอยู่เป็นกลุ่มใหญ่ ก็ควรเดินด้วยความระมัดระวังหากไปกันเป็นกลุ่มใหญ่ ควรเดินเรียงแถว  
ไปตามเส้นทาง ไม่ควรแตกแถวกระจายกันออกไปเพราะจะมีโอกาสเหยียบย่ำดอกไม้โดยไม่ได้  
ตั้งใจ

**เดินป่าศึกษาธรรมชาติ** ประเทศไทยตั้งอยู่เขตศูนย์สูตร มีสภาพป่าเป็นเขตร้อน เป็น  
แหล่งรวมพรรณของสิ่งมีชีวิตที่สำคัญของการดำรงชีวิตที่สำคัญของโลก ป่าไม้คือ ปัจจัยสำคัญ  
ของการดำรงชีวิตเป็นแหล่งโอบอุ้มความชุ่มชื้น เป็นต้นน้ำลำธารที่ผลิตน้ำหล่อเลี้ยงให้ความอุดม  
สมบูรณ์แก่สิ่งมีชีวิตทุกชนิด เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ฝนตกตามฤดูกาล และสร้างความสมดุลให้

เกิดกับสภาพแวดล้อม ผลพลอยได้อีกอย่างหนึ่งก็คือ เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญของประเทศอีกด้วย หลายอุทยานแห่งชาติที่มีการกำหนดเส้นทางศึกษาธรรมชาติสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเส้นทางเหล่านี้ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการเดินเท้า

**เที่ยวถ้ำ** การเที่ยวถ้ำเป็นกิจกรรมอีกอย่างหนึ่งซึ่งสร้างความตื่นเต้นให้แก่ผู้ที่เข้าไปสัมผัสอย่างมาก ความมืดและบรรยากาศอันสงบเงียบและวังเวงจะทำทลายความกล้าของนักเดินทางทุกคน โดยมีความงดงามที่ธรรมชาติได้บรรจงสร้างสรรค์ไว้ในถ้ำเป็นรางวัล ไม่ว่าจะเป็นหินงอก หินย้อย เสาหิน ม่านน้ำตก ไข่มุกถ้ำ ฯลฯ การเที่ยวถ้ำยังทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับธรณีวิทยาและปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่ทำให้เกิดรูปลักษณะต่างๆขึ้นในถ้ำ รวมทั้งยังมีประวัติศาสตร์ให้ค้นหาจากภาพเขียนสีและหลักฐานอื่นๆ ที่หลงเหลืออยู่ภายในถ้ำ

**ปั่นจักรยานชมธรรมชาติ** จักรยานเป็นเครื่องมือออกกำลังกายประเภทหนึ่ง ที่มีโอกาสจะเกิดอาการบาดเจ็บมีน้อย ผลที่ได้จากการออกกำลังกายด้วยการปั่นจักรยานคือ กล้ามเนื้อ สะโพก ต้นขา ตลอดจนท้องและข้อต่อแข็งแรง หัวใจสูบฉีดโลหิตได้ดีขึ้น ทำให้ร่างกายทุกส่วนได้รับสารอาหารและอากาศบริสุทธิ์ ผิวพรรณ สดใส สุขภาพจิตดี และความเพลิดเพลินจากการเดินทางด้วยจักรยานทำให้การออกกำลังกายเป็นสิ่งที่ไม่น่าเบื่ออีกต่อไป การใช้จักรยานเป็นพาหนะในการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งทางเลือกหนึ่งของการใช้จักรยานที่ไม่เน้นความเร็ว ไม่เน้นการแข่งขัน เป็นการขี่เพื่อเดินทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยว ไปชมแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งได้ทั้งการออกกำลังกาย และได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปพร้อมๆกัน

**ชมทะเลหมอก** ช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนกุมภาพันธ์ เป็นช่วงที่ได้รับความนิยมในการไปสัมผัสอากาศหนาวเย็นท่ามกลางธรรมชาติบนเทือกเขาสูงและทัศนียภาพที่สวยงามของทะเลหมอกยามเช้า ทะเลหมอกในช่วงฤดูฝนมีบรรยากาศที่มีเสน่ห์ไม่แพ้กันเนื่องจากความชุ่มชื้นของป่าหน้าฝนซึ่งเป็นช่วงที่ป่าอุดมสมบูรณ์และงดงามที่สุด

**การถ่ายภาพ** อุทยานแห่งชาติเป็นสถานที่ที่มีทิวทัศน์สวยงามทั้งภูเขา ทะเลสาบ พุ่มหญ้า ป่าเขียวขจี ต้นไม้ดอกไม้พรวน ตลอดจนสัตว์ป่าต่างๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้ผู้มาเที่ยวอุทยานแห่งชาติ บรรณาจะบันทึกภาพไว้เป็นความทรงจำ ปัจจุบันการถ่ายภาพไม่ใช่เรื่องยาก เพราะมีอุปกรณ์ที่สะดวกสบายมากขึ้น โดยเฉพาะในปัจจุบันกล้องดิจิทัลกำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย

**ดูดาว** ยามค่ำคืนท่ามกลางธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติ เป็นโอกาสดีสำหรับการแหงนหน้ามองดูฟากฟ้าอันมืดมิดที่เต็มไปด้วยแสงดาวระยิบระยับ ซึ่งไม่สามารถพบเห็นได้ในเขตเมือง ปัจจุบันมีผู้ให้ความสนใจการดูดาวเพิ่มขึ้นพอสมควร อุทยานแห่งชาติเป็นสถานที่ซึ่งเอื้ออำนวยต่อกิจกรรมนี้อย่างมาก

**เล่นน้ำตก** น้ำตกเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์ของผืนป่า ที่เกิดจากตาน้ำเล็กๆ ที่ซึมขึ้นมาจากพื้นดิน ค่อยๆ ไหลรวมกันเป็นธารน้ำ ผ่านพื้นที่ต่างระดับ ไหลแผ่กว้างเป็นม่านน้ำสีขาว ตกลงสู่แอ่งน้ำเบื้องล่าง เป็นธารน้ำใสที่ให้ความชุ่มชื้นแก่สิ่งมีชีวิตในป่า และรวมตัวกันเป็นสายน้ำขนาดใหญ่มาหล่อเลี้ยงผู้คนให้ดำรงชีวิตอยู่ได้

**ล่องเรือ ล่องแพ** เป็นกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มการท่องเที่ยวแบบครอบครัวเที่ยวได้ทั้งผู้สูงอายุและเด็ก ชมธรรมชาติสองฝั่งของลำน้ำ ชมนกและป่าไม้ ทั่วหาดทราย หาดหิน ตามลำน้ำในอุทยานแห่งชาติหรือบริเวณอ่างเก็บน้ำ การเตรียมตัวท่องเที่ยวทางน้ำข้อสำคัญต้องใส่เสื้อชูชีพทุกครั้ง

**พายเรือแคนู คายัค** เป็นกิจกรรมที่เริ่มเป็นที่นิยมในปัจจุบัน เป็นวิธีการท่องเที่ยวใหม่ที่หยุดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และสามารถนำทางเข้าถึงธรรมชาติได้อย่างใกล้ชิดและปลอดภัยบนเส้นทางสายน้ำตั้งแต่เหนือจรดใต้ของประเทศ

**ล่องแก่ง** การล่องแก่งเป็นกิจกรรมเชิงผจญภัยแบบหนึ่งที่ทำให้ความตื่นเต้นสนุกสนานอย่างมาก รวมทั้งยังได้พบสภาพธรรมชาติอันร่มรื่นสวยงามตลอดสองฝั่งลำน้ำ การล่องแก่งนับว่าปลอดภัยพอสมควรหากมีการเตรียมตัวและปฏิบัติตัวโดยยึดถือความไม่ประมาท สิ่งสำคัญคือผู้สนใจกิจกรรมดังกล่าวจะต้องมีทักษะการว่ายน้ำได้เป็นอย่างดีเพราะหากเกิดอุบัติเหตุจะสามารถช่วยเหลือตนเองได้

**ดำน้ำ** หมู่เกาะในอุทยานแห่งชาติหลายแห่งยังคงมีแนวปะการังอยู่เป็นบริเวณกว้าง เป็นสุดยอดปรารถนาของผู้ที่ต้องการชื่นชมโลกใต้ทะเลอันเต็มไปด้วยสรรพชีวิตทั้งปะการังแข็ง ปะการังอ่อน ฟองน้ำ ดอกไม้ทะเล กัลปังหา และสัตว์น้ำนานาชนิด การดำน้ำเป็นกิจกรรมที่แตกต่างจากกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ เพราะเต็มไปด้วยความรับผิดชอบอย่างมาก กล่าวคือรับผิดชอบต่อชีวิตและความปลอดภัยของตนเองและผู้อื่น เพราะการดำน้ำนั้นอาจเป็นอันตรายต่อชีวิตได้ หากความรู้ความเข้าใจและระมัดระวัง รับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมใต้ทะเลเพราะต้นทุนอย่างหนึ่งของการดำน้ำก็คือ ธรรมชาติอันเปราะบาง การนำพานักท่องเที่ยวลงไปสัมผัสสัมผัสกับความสวยงามใต้น้ำนั้น อาจทำให้เกิดการทำลายได้ จึงจำเป็นต้องปลูกฝังนิสัยการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมใต้น้ำให้กับนักดำน้ำไว้ก่อน

**ปีนหน้าผาและโรยตัว** เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมหนึ่งที่ถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพราะถือว่าการท่องเที่ยวที่เข้าไปสัมผัสสัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด โดยไม่ได้ทำการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม ไม่ก่อมลภาวะหรือความเสียหายแก่สถานที่ใดๆทั้งสิ้น นอกจากความ

ผลิตเพลินแล้ว การป็นหน้าผายังเป็นกีฬาอย่างหนึ่งด้วย เพราะร่างกายได้เคลื่อนไหวและออกแรง นารพพยายามที่จะไปให้ถึงจุดสูงสุดที่ตั้งใจเอาไว้

**การอาบน้ำแร่** เป็นรูปแบบหนึ่งของสรีบำบัด วารีบำบัดหากกล่าวให้เข้าใจง่าย ๆ คือการรักษาโรคด้วยน้ำ เนื่องจากเป็นการนำเอาคุณสมบัติของน้ำมาใช้ประโยชน์อย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อการรักษาอาการเจ็บป่วยต่างๆ

## แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

คำว่า “ประชาสัมพันธ์” (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ,2525 : หน้า 502) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องกัน

เสรี วงษ์มณฑา ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยกระทำสิ่งที่มีคุณค่ากับสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัทฯ ห้างร้านหรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่างๆเหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อยๆ (รศ.ดร.เสรี วงษ์มณฑา, 2535 อ้างใน เบญจมากรณ์ ฉัตรานุสรณ์, 2547 : หน้า 6)

สะอาด ตันศุภผล กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์” คือวิถีของสถาบันอันมีแผนการและมีการกระทำต่อเนื่องกันไป อันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกันอันเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ดำเนินไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานซึ่งถือว่ามีสำคัญ (สะอาด ตันศุภผล, 2535 : หน้า 5 อ้างใน เบญจมากรณ์ ฉัตรานุสรณ์, 2547 : หน้า 6)

### หลักในการประชาสัมพันธ์ 10 ประการ

การประชาสัมพันธ์มีหลักสำคัญที่พึงจะยึดถือและปฏิบัติต่อไปนี้ (ดร.วิทย์ ศิวะศรียานนท์ อ้างใน เบญจมากรณ์ ฉัตรานุสรณ์, 2547 : หน้า 8)

การมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่ เพราะประโยชน์ของกลุ่มคนต่างๆกันจะขัดกัน การแก้ไขข้อขัดแย้งให้เป็นเรื่องการสมานฉันท์จึงเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยเวลา และการให้การศึกษาดูแล การมีศิลปะและชั้นเชิงจึงจะสัมฤทธิ์ผล แต่เป็นเป้าหมายที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ การรับรู้จิตใจของคนกลุ่มต่างๆ ควรรู้ในจิตวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อจะประสานประโยชน์ของกลุ่มต่างๆ

ได้ถูก ถ้าไม่รู้จิตใจแล้วก็ไม่สามารถที่จะปรับความเข้าใจหรือประสานประโยชน์แก่กันได้ ดังนั้น ปัญหาการประชาสัมพันธ์จะต้องรู้และเข้าใจในวิธีการศึกษาเรื่องของคน บุคลิกของคน รวมทั้งอุปนิสัยใจคอของบุคคลเกี่ยวข้องด้วยว่า ชอบหรือไม่ชอบอะไร การรู้จักการประนีประนอมและดึงให้เข้าสู่จุดหมายร่วมกัน จึงเป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่ง

การทราบนโยบายของรัฐหรือองค์การซึ่งตนเป็นเจ้าของหน้าที่ประชาสัมพันธ์อย่างถ่องแท้ นับว่าเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะถ้าไม่รู้นโยบายอันแท้จริง คือรู้อย่างผิวเผินแล้ว การที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ก็อาจจะเป็นผลร้ายมากกว่าผลดีที่ต้องรู้เทคนิคของเครื่องมือสื่อสารต่างๆ คือ ปาฐกถา หนังสือพิมพ์ เอกสาร วิทยูกระจายเสียง ภาพยนตร์ ฯลฯ คือต้องการทราบว่า เครื่องมือประชาสัมพันธ์เหล่านี้ แต่ละอย่างมีประโยชน์อย่างไร อย่างไรเหมาะสมกับงานใด รู้ความสำคัญของทัศนศึกษา รู้จักใช้หน่วยโฆษณาเคลื่อนที่ซึ่งประมวลเครื่องมือสื่อสัมพันธ์เข้าไว้ด้วยกัน โดยโฆษณาเคลื่อนที่มีทั้งทัศนศึกษา ปาฐกถา หนังสือ ดนตรี รวมเข้าไว้ด้วย

การยึดหลักความจริงและความซื่อสัตย์สุจริตเป็นหลักเพื่อให้คนทั้งหลายไว้วางใจ ข้อนี้ถือเป็นหลักสำคัญมาก เช่น ประเทศเราอ่อนแอ เรามักจะใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อปกปิดความอ่อนแอ มิได้ ประเทศต้องมีความแข็งแกร่งจริงๆเสียก่อน จึงจะทำการประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนเข้าใจอย่างซาบซึ้ง ว่าเรามีความแข็งแกร่งจริง การประชาสัมพันธ์อาจใช้เป็นเครื่องโฆษณาความเข้มแข็งให้โลกรู้ว่าเราอ่อนแอแล้วโฆษณาว่าแข็งแกร่งนั้น คือ โฆษณาชวนเชื่อที่ไม่สุจริต

การปฏิบัติงานโดยติดต่อกันและโดยสม่ำเสมอจึงจะตรึงใจคน ดังนั้น การทำงานจึงต้องมีแผนงานและควรรหาโอกาสรับทราบนโยบายจากผู้มีอำนาจกำหนดนโยบายเพื่อนำไปจัดทำโครงการที่ต่อเนื่องและมีความสัมพันธ์กัน ต้องเปิดเผยไม่มีเงื่อนงำ พร้อมทั้งงานประชาสัมพันธ์รวมทั้งบุคคล อุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณภาพสูง

การประชาสัมพันธ์ต้องมุ่งให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลในสังคมไปถึงประชาชนทั่วไป ผู้มีอิทธิพลในที่นี้หมายถึงผู้ที่มีความคิดความอ่าน หรือการกระทำเป็นที่เชื่อถือของคนหมู่มาก หรือเป็นผู้ที่สามารถเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของคนหมู่มากได้ เช่น นักประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียง สมาชิกสภาผู้แทน ข้าราชการชั้นสูง พ่อค้าใหญ่ เป็นต้น

#### การประชาสัมพันธ์ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Fact Findings) เป็นการค้นคว้าหาข้อมูล ข้อเท็จจริงต่างๆ ที่ได้รับมาจากการพูดคุย การสัมภาษณ์ อภิปราย การสำรวจ วิจัย การสัมภาษณ์เพื่อค้นหาทัศนคติของประชาชนที่มีต่อองค์กร

2. การวางแผน (Planning) เป็นการดำเนินการต่อจากขั้นแรก โดยนำเอาทัศนคติความคิดเห็นของประชาชนที่ค้นคว้ารวบรวมมาได้ มาพิจารณาแผนกำหนดนโยบายขององค์กร

3. การดำเนินงานตามแผน (Implementation) เมื่อได้มีการวางแผนแล้วก็จะปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ไปยังประชาชน กลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ตามสถานการณ์และกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นการวัดผลการดำเนินงานว่าได้ดำเนินการไปนั้น ประสพผลสำเร็จบรรลุแค่ไหน มีปัญหาอุปสรรคอย่างไร ซึ่งจะเป็นกิริยาตอบสนองกลับให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบว่า จะต้องปรับปรุง แก้ไขในจุดใดบ้าง เพื่อเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน

### การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

วิรัช ลภีรัตนกุล (อ้างใน เบญจมาภรณ์ ฉัตรานุสรณ์, 2547 : หน้า 11) ได้แบ่งการประชาสัมพันธ์ ออกเป็นหลักใหญ่ๆ สำคัญๆ อยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ การบอกกล่าวนี้แจ้งหรือเผยแพร่ให้ทราบนี้คือการบอกกล่าวชี้แจง คือการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบายวัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าวซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวขององค์การสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จักเข้าใจและเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การสถาบันการบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีจุดมุ่งหมายไปในด้านการชี้แจงให้ทราบ (To inform) และในด้านการให้ข่าวสารความรู้ (To educate) แก่ประชาชนรวมทั้งการเรียกร้องความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงไม่ใช่การโฆษณา (Advertising) หรือการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ดังที่มีผู้เข้าใจผิดอยู่ในจำนวนไม่น้อยในปัจจุบัน

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การป้องกันความเข้าใจผิดนี้ ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ เพื่อป้องกัน (Preventive Public Relations) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขภายหลัง ฉะนั้นการป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดในนโยบายวัตถุประสงค์หรือการดำเนินงานของสถาบัน การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นงานในหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะต้องพยายามค้นหาถึง

สาเหตุที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดนั้นๆ เกิดขึ้น นักประชาสัมพันธ์และผู้ทำงานในด้านนี้ทุกคน ยึดหลัก “ป้องกันความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นไว้ก่อน ดีกว่าจะต้องคอยตามแก้ไขในภายหลัง”

3. การสำรวจประชามติ หลักการที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่ง คือ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่าประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน ตลอดจนหน้าที่ต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์การสถาบันของเรา ซึ่งจะทราบได้จากการสำรวจวิจัยประชามติ เพื่อองค์การสถาบันจะสามารถตอบสนองของสิ่งต่างๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน

### บทบาทหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ (Public Relations roles)

หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ในการเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร (เสรี วงษ์มณฑา, 2541 : หน้า 13-15) มีดังนี้

1. หน้าที่ในการประกาศ (Announcement) เป็นการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร หรือกิจกรรม เพื่อให้บุคคลภายนอกทราบ
2. หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เป็นข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่สามารถให้กับบุคคลภายนอกทราบเพื่อให้เกิดความเชื่อถือ
3. หน้าที่ในการจูงใจ (Persuasion) ถือเป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เพื่อที่จะสร้างภาพพจน์ขององค์กร
4. หน้าที่ในการสร้างการยอมรับสิ่งใหม่ (Create receptivity) มนุษย์มักกลัวการเปลี่ยนแปลงซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดใหม่ จึงต้องอาศัยการเผยแพร่ข่าวสารให้เกิดความรู้จัก ความเข้าใจ
5. หน้าที่ในการสร้างความคาดหวัง (Create expectation) การสร้างให้คนมีความคาดหวังกับสิ่งใด จะต้องทำให้เกิดความพร้อมแห่งสภาวะทางอารมณ์ (Mood) ที่พร้อมในการปฏิบัติเสียก่อน
6. มีหน้าที่เสริมความน่าเชื่อถือ (Increase credibility) เหมาะกับสินค้าผู้บริโภค หรือกิจกรรมของรัฐที่โฆษณาเป็นตัวสร้างการรับรู้กว้างขวาง แต่ศักยภาพสื่อโฆษณานั้นไม่อาจทำให้น่าเชื่อถือได้อย่างเต็มที่ จึงต้องใช้การประชาสัมพันธ์เข้ามาช่วยในรูปแบบของบทความ ใช้วิธีการให้สัมภาษณ์ เป็นต้น



7. มีหน้าที่ให้การศึกษา (Education) สิ่งใหม่ที่เกิดบนโลกนี้จำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อให้การศึกษาแก่สาธารณชน
8. สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า (Value added) เป็นการทำให้สินค้ามีคุณค่าเพิ่มขึ้น ลูกค้าใช้แล้วเกิดความภูมิใจ คุ่มค่า
9. สร้างภาพพจน์ที่ดี (Create image) เป็นการเผยแพร่ความดีงามของบริษัท และเรื่องราวกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นให้ประชาชนรับรู้และเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรและผลิตภัณฑ์ขององค์กร
10. การแก้ไขทัศนคติเชิงลบ (Reverse negative attitudes) เมื่อเกิดความเข้าใจผิดเกิดขึ้นกับสาธารณชน ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องดูแลแก้ไขเรื่องนั้นๆโดยทันที เพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกเชิงลบในระยะยาว และจะต้องหาภาพพจน์ที่ดีทดแทน
11. สร้างความปรารถนาดี (Good will) การจะสร้างความปรารถนาดีให้เกิดขึ้น ต้องทำให้ประชาชนรู้ว่าองค์กรนั้นดำเนินธุรกิจด้วยความเอาใจใส่ต่อสังคมมาตลอด เช่น มีสินค้าคุณภาพดี ราคายุติธรรม มีบริการที่ดี เป็นต้น
12. สร้างความภักดีในสินค้า (Create loyalty) เมื่อผู้บริโภครักองค์กร ชื่นชมในองค์กรมององค์กรในแง่ดี ผู้บริโภคก็อยากจะใช้สินค้าองค์กรกันตลอดไป
13. เปลี่ยนรูปแบบของความคิด (Divert pattern of thoughts) การเปลี่ยนรูปแบบความคิดของผู้บริโภค เปลี่ยนแนวทางการมอง เปลี่ยนแนวทางการประเมิน ให้องค์กรและผู้บริโภคมีความสอดคล้องกัน
14. สร้างบรรยากาศในการทำงานให้เป็นเชิงบวก (Create favorable working environment) หากการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่เกิดปัญหาและอุปสรรคในหมู่พนักงาน จะทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานดีขึ้น การดำเนินงานของธุรกิจจะดำเนินไปด้วยดี
15. สร้างความเข้าใจ (Create understanding) บางครั้งสิ่งที่องค์กรดำเนินการอาจสร้างความสงสัย ไม่นั่นใจ จึงเป็นหน้าที่ขององค์กรที่จะต้องสร้างความเข้าใจให้กับสาธารณชนด้วยการให้ข้อมูล
16. รักษาสัมพันธ์ภาพให้มั่นคงในระยะยาว (Build and retain relationship) นอกจากการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีแล้ว ต้องรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับทั้งสาธารณชนภายนอกและพนักงานภายในให้มั่นคงและยืนยาวต่อไป เพื่อการดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น ทำให้เกิดการสนับสนุน และรวมไปถึงความร่วมมือ

## การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่เผยแพร่ประกาศ หรือมุ่งให้ความสนใจ หรือสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวเท่านั้น ยังต้องสังเกตปฏิกิริยา เพื่อดำเนินการให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน มีการโน้มน้าวและจูงใจถึงความรู้สึก ความเชื่อ ให้เกิดการร่วมมือสนับสนุนด้วยวิธีการจูงใจและชี้แจงเรื่องต่างๆ เพื่อนำมาเปลี่ยนแปลงทัศนคติ รวมทั้งความสนใจของประชาชนเพื่อให้เกิดความร่วมมือกับองค์กร เกิดการมีส่วนร่วม และมีความสัมพันธ์กับชุมชน การดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการต่อเนื่อง (Travel going process) เป็นงานเกี่ยวกับบุคคล เหตุการณ์ และบริการ ซึ่งจะต้องมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ไม่มีวันสิ้นสุด ต้องติดตามกระแสสังคม ทัศนคติ และเหตุการณ์ที่กำลังดำเนินไปว่าราบรื่นหรือไม่ เพื่อแก้ไขสถานการณ์หรือเสริมสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานอยู่เสมอ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวต้องมีองค์กร กลุ่มนักท่องเที่ยว เข้ามามีส่วนร่วมทำให้เกิด ทัศนคติ พฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งจะต้องใช้เป็นส่วนประกอบสำคัญในการพิจารณาดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต่อไป

ปีนินันท์ สัทธรรมนวงศ์ (2559) ได้กล่าวถึงรูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

### 1. การสื่อสารภายในเครือข่าย แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1.1 การสื่อสารทางเดียวภายในเครือข่าย เป็นการสื่อสารด้วยจดหมายข่าวไปยังหน่วยงานรัฐเพื่อนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.2 การสื่อสารสองทางอย่างเป็นทางการภายในเครือข่าย การประชุมอย่างเป็นทางการเพื่อปรึกษาหารือ บริหารจัดการและดำเนินโครงการด้านการจัดการท่องเที่ยว

1.3 การสื่อสารสองทางอย่างไม่เป็นทางการภายในเครือข่าย เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อติดตามสถานการณ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งกำหนดกฎเกณฑ์ รวมไปถึงการประชุม และปัญหาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในเครือข่าย มีรูปแบบความเชื่อมโยงในหลายส่วน ได้แก่ การประชุม สัมมนา โดยการมีส่วนร่วมตั้งแต่การจัดการ การคิด การวางแผน เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว

## 2. การสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับนักท่องเที่ยว

2.1 การสื่อสารทางเดียว เป็นการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวภาครัฐ และภาคประชาชน ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ รวมถึงการสื่อสารทางเดียวด้วยสื่อมวลชน

2.2 การสื่อสารสองทางระหว่างเครือข่ายกับนักท่องเที่ยว เป็นการสนทนากับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์และการประชาสัมพันธ์ เป็นการสนทนา แนะนำ ขอความร่วมมือกับนักท่องเที่ยว

2.3 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมระหว่างเครือข่ายกับนักท่องเที่ยว อยู่ในรูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ โดยดำเนินกิจกรรมด้วยความร่วมมือจากทั้ง 2 ฝ่าย เป็นการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม และสามารถนำการประเมินของนักท่องเที่ยวมาพัฒนากิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวต่อไปได้

## สื่อประชาสัมพันธ์กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

รัตนา ลักขณาวรกุล (2555 : หน้า 45-52) ได้กล่าวถึงรูปแบบและวิธีการสื่อความหมายเกี่ยวกับสื่อตัวกลางไว้ว่า “สื่อตัวกลาง” ในการสื่อความหมาย หมายถึง วิธีการ อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการให้ข้อมูลข่าวสารหรืออธิบายเรื่องราวโดยสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. การสื่อความหมายโดยใช้นักสื่อความหมาย (Personal services) เป็นการสื่อความหมายที่ดีเยี่ยม เนื่องจากเจ้าหน้าที่หรือผู้นำสื่อสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้รับการต้อนรับที่อบอุ่น เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two – way communication) ซึ่งนอกจากนักสื่อความหมายจะให้ความร่วมมือกับนักท่องเที่ยวได้ ยังสามารถกระตุ้นและตอบสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงสามารถควบคุมสถานการณ์ให้เป็นไปตามกระบวนการสื่อความหมายได้ ซึ่งนักสื่อความหมายจะต้องมีการสื่อความหมายดังต่อไปนี้

1.1 การให้บริการข่าวสาร (Information services) ซึ่งนักสื่อความหมายจะประจำอยู่แต่ละสถานที่ นักท่องเที่ยวเป็นฝ่ายเดินเข้าไปพบ โดยที่ความสำคัญของการบริการด้านข่าวสารนั้นมีความจำเป็นอันดับแรกที่นักสื่อความหมายต้องคำนึงถึง จุดมุ่งหมายหลักคือการสร้างบรรยากาศของการต้อนรับนักท่องเที่ยวและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ รวมทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

1.2 การนำเที่ยว และการพูดเพื่อการสื่อความหมาย (Conducted activities – Interpretative talk) เป็นรูปแบบของการสื่อความหมายกับนักท่องเที่ยวโดยการนำนักท่องเที่ยวเข้าไปชมและหาประสบการณ์เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ โดยเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้หาประสบการณ์และการเรียนรู้ การสื่อสารประเภทนี้จะเป็นการเดินทางโดยมีนักสื่อความหมายเป็นผู้นำเที่ยวและเป็นผู้อธิบายเรื่องราวประกอบกับกิจกรรมชมธรรมชาติต่างๆ และนอกจากนี้การพูด เป็นการสื่อความหมายที่ง่ายและสะดวกที่สุดสำหรับมนุษย์ ซึ่งหมายรวมถึงการใช้สายตา กริยา อากา ร่วมแสดงความหมาย ที่จะสนับสนุนให้เกิดความชัดเจนและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้

1.3 การสื่อความหมายแบบแสดงสด (Living interpretation) เป็นรูปแบบของการนำเสนอที่เป็นการจัดแสดง การสาธิต หรือการนำไปศึกษาในสถานที่จริง กิจกรรมเหล่านี้อาจมีการนำเสนอในลักษณะของเหตุการณ์ปกติ (Life scene) การใช้ภาษาถิ่น (dialect) ซึ่งการสื่อความหมายดังกล่าวจะต้องมีเวลาสำหรับการซักถามของนักท่องเที่ยวด้วย

2. การสื่อความหมายที่ไม่ใช่นักสื่อความหมาย (Nonpersonel service) เป็นการสื่อความหมายที่นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลจากอุปกรณ์ต่างๆ การสื่อความหมายดังกล่าว นักสื่อความหมายจะต้องให้ความเชื่อถือ และเลือกใช้เครื่องมือและอุปกรณ์เป็นตัวกลางสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารแบบทางเดียว (One - way communication) ซึ่งไม่สามารถทราบผลตอบสนองจากนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่

2.1 โสตทัศนอุปกรณ์ (Audio device) เป็นเครื่องมือที่นิยมอย่างแพร่หลาย มีความสะดวก สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ทั้งภาพและเสียง เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารในภาพรวมของพื้นที่หรือองค์กร

2.2 ตัวกลางที่ใช้การเขียน (Written materials) ได้แก่ เครื่องหมายสัญลักษณ์ (Signs and symbols) แผ่นป้ายบรรยาย (Label) สิ่งพิมพ์ (Printed material)

2.3 กิจกรรมที่ดำเนินการด้วยตนเอง (Self - guided activities) เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถดำเนินการด้วยตนเองโดยไม่ต้องมีนักสื่อความหมายนำเสนอ แต่มีตัวกลางไว้สื่อสารต่างๆ เช่น ป้าย สิ่งพิมพ์ หรือโสตทัศนอุปกรณ์

2.4 นิทรรศการ (Exhibition) เป็นเครื่องมือการสื่อความหมายที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวโดยการรับชม รับฟัง การจับต้อง และการมีส่วนร่วม โดยทั่วไปแล้วนิทรรศการจะมีการจัดแสดงที่ใช้ข้อความ รูปภาพ สิ่งจำลองภาพถ่าย และแผนภูมิ

ต่างๆ ที่นำออกมาแสดง มีทั้งนิทรรศการภายนอกและภายในอาคาร ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับตัวอย่างหรือสิ่งเสมือนจริงในเขตพื้นที่ป่าอนุรักษ์

2.5 ป้ายนิเทศ (Bulletin boards) ป้ายนิเทศใช้ติดโปสเตอร์และประกาศต่างๆ ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว เป็นสื่อกลางที่มีความเป็นระเบียบ และมีความทันสมัยที่สุด มีการแยกแยะประเภทที่ง่ายต่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว

2.6 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นสถานที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารทั่วไปแก่นักท่องเที่ยวใน บริเวณที่เป็นศูนย์กลางของกิจกรรมการสื่อความหมายในพื้นที่และเป็นสถานที่ที่เป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อความหมาย ซึ่งจะเป็นสถานที่แรกที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของพื้นที่ ข่าวสาร ความรู้และกฎระเบียบของพื้นที่

2.7 การสื่อความหมายนอกพื้นที่ หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Off-site or off-Season interpretation) เป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ แก่กลุ่มบุคคลนอกพื้นที่และจัดทำในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มเป้าหมายอาจเป็นกลุ่มชุมชนรอบพื้นที่ที่ไม่มีโอกาสใช้ประโยชน์พื้นที่ไม่ว่าจะในด้านนันทนาการและการศึกษาหาความรู้ รูปแบบของกิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นการบรรยาย การจัดนิทรรศการหรือการจัดกิจกรรมค่ายต่างๆ

นอกจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในอุทยานแห่งชาติแล้ว กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชในส่วนกลางกรุงเทพมหานคร มีช่องทางเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลัก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ รวมทั้งสื่อออนไลน์ ในการสร้างการรับรู้ สร้างองค์ความรู้ และเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรอีกด้วย

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เบญจมาภรณ์ ฉัตรานุสรณ์ (2547) ได้ศึกษาการวิเคราะห์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการบ้านเอื้ออาทรของการเคหะแห่งชาติ จากการศึกษาพบว่าสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรด้วยการขอความอนุเคราะห์ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ การแถลงข่าว ป้ายผ้าและเว็บไซต์ โดยจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับระยะเวลาในการจองโครงการ คุณสมบัติของผู้ที่มีสิทธิจองโครงการ หลักฐานในการจองสิทธิ ขั้นตอนการจอง ขั้นตอนการจับสลากและเงื่อนไขการเช่าซื้อ ทำให้ไม่สามารถระบุได้ว่าจะได้ลงข่าวประชาสัมพันธ์เมื่อใด

โครงการบ้านเอื้ออาทรใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรคือ ข่าวเคหะ ข่าวกำแพงและเสียงตามสาย โดยจะเป็นข่าวเคลื่อนไหวภายในองค์กร ความคืบหน้าในการดำเนินงานของโครงการบ้านเอื้ออาทร กิจกรรมต่างๆ ที่การเคหะแห่งชาติได้จัดขึ้นเป็นการภายในให้กับ

พนักงานหรือกิจกรรมที่ได้จัดขึ้นโดยเปิดโอกาสให้ประชาชนภายนอกได้ร่วมทำกิจกรรมกับทางการ  
เคหะแห่งชาติ สาระความรู้หรือความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความรู้หรือเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยที่  
เกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพ

วิฑูรย์ แซ่ฟุ่น (2547) ได้ศึกษาการรับรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติของประชาชนในเขต  
กรุงเทพมหานครต่อสัญลักษณ์ ระบุระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ จากการศึกษา  
พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับรายการโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร  
ต่อสัญลักษณ์ระบุระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์และประเภทรายการที่ท่านรับชม  
เป็นประจำ (2) กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเข้าใจต่อสัญลักษณ์ระบุระดับความเหมาะสมของ  
รายการโทรทัศน์ ดังนี้ มีการรับรู้ความเข้าใจต่อ สัญลักษณ์ ๓6+ สัญลักษณ์ ท สัญลักษณ์ 13+  
และ สัญลักษณ์ ๑ (3) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อ  
สัญลักษณ์ระบุระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (4)  
ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้ส่วนบุคคล (ต่อเดือน) และระยะเวลาที่  
รับชม ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อสัญลักษณ์ระบุระดับ  
ความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ (5) ปัจจัยด้านช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการที่เปิดรับชมบ่อย  
ที่สุด มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อสัญลักษณ์ระบุระดับ  
ความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ (6) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ , รายได้ส่วนบุคคล  
(ต่อเดือน) และระดับการศึกษาสูงสุด ช่วงเวลาที่เปิดรับชม รายการที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด และ  
ระยะเวลาที่รับชมมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อ  
สัญลักษณ์ระบุระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ (7) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่  
อายุ รายได้ส่วนบุคคล(ต่อเดือน) และระดับการศึกษาสูงสุด ช่วงเวลาที่เปิดรับชม รายการที่เปิด  
รับชมบ่อยที่สุด และระยะเวลาที่รับชมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนใน  
กรุงเทพมหานครต่อสัญลักษณ์ระบุระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์

นัฐยา อุ่นใจ (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและทัศนคติของประชาชนในเขต  
กรุงเทพมหานครที่มีต่อละครเรื่อง สายน้ำ สามชีวิต ของบริษัท เป้า จีน จง จำกัด จากการศึกษา  
พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับติดตามละครเรื่องสายน้ำ สามชีวิต โดยดูสลับกับ  
รายการหรือละครอื่นๆ แต่ในฐานะที่ดูละครกลุ่มตัวอย่างตั้งใจดูมากพอสมควร (2) ประชาชนมี  
ทัศนคติโดยรวมต่อละครเรื่องสายน้ำ สามชีวิตอยู่ในระดับเห็นด้วย (3) ประชาชนที่มีเพศและระดับ

การศึกษาต่างกัน มีทัศนคติต่อละครเรื่องสายน้ำ สามชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน อายุ อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อละครเรื่องสายน้ำ สามชีวิต ไม่แตกต่างกัน

ชิตวร ประดิษฐ์รอด (2557) ได้ศึกษาปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวบริเวณทลของควยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากประชากรในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี รายได้ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวบริเวณทลของควยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวบริเวณทลของควยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ (2556) ได้ศึกษาศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ศึกษาความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทางด้าน ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ศึกษาผลกระทบทางตรงของปัจจัยทางด้านต้นน้ำ ปัจจัยทางด้านกลางน้ำ และปัจจัยทางด้านปลายน้ำที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และระบุแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยว ณ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และ อุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลยจำนวนรวม 440 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่จะเคยมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว 2-3 ครั้ง มาท่องเที่ยวในช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2-3 วัน และมากับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความ

เข้าใจถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแต่ไม่ครบถ้วนโดยเข้าใจว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่จากการท่องเที่ยวร่วมกัน ด้านความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางด้าน ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พบว่าปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจนในทุกปัจจัย ผลการศึกษาถึงผลกระทบทางตรงของปัจจัยด้านต้นน้ำ ปัจจัยด้านกลางน้ำ และปัจจัยด้านปลายน้ำที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการหรือปัจจัยด้านต้นน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านการให้บริการหรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ในภาพรวมของ 2 แหล่งท่องเที่ยวให้ผลเหมือนกัน ทั้ง 3 ปัจจัยเรียงตามลำดับผลกระทบคือ ปัจจัยด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และปัจจัยด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กร ด้านปัจจัยด้านการให้บริการ หรือปัจจัยด้านกลางน้ำ ที่มีผลกระทบทางตรงต่อ ปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้านปลายน้ำพบว่า มีทั้งเหมือนและแตกต่างกันใน 2 แหล่งท่องเที่ยวคือ เหมือนกันในด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมมากที่สุด ที่แตกต่างกันคือลำดับรองลงมาเป็นด้านที่พักอาศัย สำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขณะที่เป็นด้านสถานที่และกิจกรรม สำหรับอุทยานแห่งชาติภูเรือ ด้านปัจจัยด้านการบริหารจัดการ หรือปัจจัยด้านต้นน้ำ ที่มีผลกระทบทางตรงต่อ ปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว หรือปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่ามีแตกต่างกันใน 2 แหล่งท่องเที่ยว โดยเป็น ปัจจัยด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ และปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กร ตามลำดับ สำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขณะที่เป็นตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และตัวแปรด้านการนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ตามลำดับ สำหรับอุทยานแห่งชาติภูเรือ จากผลการศึกษาทำให้สรุปได้ว่าการพัฒนาในส่วนใดส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานจะเกิดผลกระทบต่อส่วนอื่นเสมอโดยมีผลกระทบมากน้อยต่างกัน ทำให้สามารถพิจารณาได้ว่าควรพัฒนาปัจจัยใดก่อนหลังมากน้อยเพียงใดเพื่อเกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

วรวรรษมน จันทิษฐ์ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษารณีสถลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา



จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีต่อลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา(ก่อนหน้า) 3 ครั้งขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาโดยรถส่วนตัว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวครั้ง 4-5 คน ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันแบบครอบครัว และมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) ไม่เกิน 1,000 บาท นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจตลาดน้ำอัมพวาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านประชาชนในท้องถิ่น และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ อยู่ในระดับปานกลาง

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจในด้านต่างๆโดยจำแนกตามลักษณะประชากร พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ ด้านประชาชนในท้องถิ่น และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ และร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในด้านต่างๆ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ มีความสัมพันธ์กับ เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาก่อนหน้านี้กี่ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้) วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา และ ค่าใช้จ่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านประชาชนในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับ เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาก่อนหน้านี้กี่ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้) วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว และ ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และด้านร้านค้า

ร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีความสัมพันธ์กับ วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา และ จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ