

กระบวนการสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์
นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3093



ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นางสาวพิมพ์ศิริ สมสกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-14-2321-7

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**COMMUNICATION PROCESS AND EFFECTIVENESS OF YOUNG CREATIVE TRAVELER
CAMPAIGN OF THE TOURISM AUTHORITY OF THAILAND**

Miss Pimsiri Somsakul

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Development Communication**

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2005

ISBN 974-14-2321-7

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กระบวนการสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์
นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย

โดย

นางสาวพิมพ์ศิริ สมสกุล

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ



.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิร โสภณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขจรรรยา)

เลขเรียกหนังสือ วิทยานิพนธ์
เลขทะเบียน 3093
วัน เดือน ปี ๒๔ ก.ค. ๕๐

พิมพ์สิริ สมสกุล : กระบวนการสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใต้
ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (COMMUNICATION PROCESS AND
EFFECTIVENESS OF YOUNG CREATIVE TRAVELER CAMPAIGN OF THE TOURISM
AUTHORITY OF THAILAND) อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร. จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์, 152 หน้า. ISBN
974-14-2321-7.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสาร เพื่อการรณรงค์โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใต้ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการศึกษาประสิทธิผลของโครงการ โดยวัดผลจากความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ความตระหนัก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นสมาชิกของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใต้ใจสิ่งแวดล้อม ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ การศึกษากระบวนการสื่อสาร โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการศึกษาจากเอกสาร โครงการ และส่วนที่สองคือ การศึกษาประสิทธิผลโครงการรณรงค์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยการทดสอบเชฟเฟ (Scheffé Test) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences (SPSS for Windows)) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ

ผลการศึกษาในส่วนของการสื่อสารของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใต้ใจสิ่งแวดล้อม พบว่า กลยุทธ์หลักคือ การใช้สื่อมวลชนประเภท สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเผยแพร่โครงการรณรงค์ รองลงมาคือ สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจประเภทป้ายรณรงค์ต่างๆ แผ่นพับ ไปสเตอร์ คอลล์เซนเตอร์ และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ สร้างความตระหนัก และก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สำหรับผลการศึกษาในส่วนของการประสิทธิผลโครงการรณรงค์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์อยู่ในระดับต่ำ มีความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และมีพฤติกรรมท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า

1. การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใต้ใจสิ่งแวดล้อม ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
2. การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใต้ใจสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
3. ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิสิต พิมพ์สิริ สมสกุล
สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์
ปีการศึกษา..... 2548..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4785237228 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: COMMUNICATION PROCESS / PARTICIPATION / REALIZATION / EFFECTIVENESS / ECOTOURISM BEHAVIOR

PIMSIRI SOMSAKUL : COMMUNICATION PROCESS AND EFFECTIVENESS OF YOUNG CREATIVE TRAVELER CAMPAIGN OF THE TOURISM AUTHORITY OF THAILAND. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. JITRAPORN SUDHIVORASETH>, 152 pp. ISBN 974-14-2321-7.

The purposes of this research were to study the communication process of Young Creative Traveler campaign of the Tourism Authority of Thailand and its effectiveness by studying the participation in campaign, realization of being quality tourist and ecotourism behavior. The research methods were divided into 2 sections. The first section was the communication process study using an in-depth interview and campaign's documents. The second section was the effectiveness study of Young Creative Traveler campaign. Questionnaires were used to collect data from a total of 400 members of Young Creative Traveler campaign who had the residences in Bangkok. The frequency, percentage, mean, Standard Deviation, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Scheffé's test were used to analyze the data. Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program was employed for data processing.

The results of the study revealed that the principal strategies were to publicize the campaign's information through the mass media such as television and Internet. The others media were radio, newspapers and the specialized media such as campaign billboards, brochures, posters, call center and e-mail in order to enhance the participation in campaign, realization of being quality tourist and ecotourism behavior.

The results of the assumption were as follows:

1. The participation in Young Creative Traveler campaign was not correlated with the realization of being quality tourist.
2. The participation in Young Creative Traveler campaign was positively correlated with ecotourism behavior.
3. The realization of being quality tourist was positively correlated with ecotourism behavior.

Department..... Public Relations..... Student's signature *Pimsiri S.*
Field of study..... Development Communication..... Advisor's signature *J. Sudhivoraseth*
Academic year 2005..... Co-advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี นอกจากจะเกิดจากความมานะพยายามของผู้เขียนเองแล้ว ยังประกอบด้วยอีกหลายแรงของผู้อื่นเป็นที่รักที่ช่วยกันผลักดันให้ผู้เขียนบรรลุความฝันนี้ได้ในที่สุด

ลำดับแรก ต้องขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ทั้งรองศาสตราจารย์ ดร. จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์พัชนี เขยจรรยา กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ความเมตตาตรวจแก้ข้อบกพร่องและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้เขียนตลอดมา จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ นำมาซึ่งความภาคภูมิใจแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยถ้วนทั่ว

ลำดับถัดมาที่สำคัญยิ่งในชีวิต คือ ต้องขอกราบงามๆ แทบเท้าผู้มีพระคุณทั้ง 2 ท่าน คือ พ่อและแม่ ที่ให้ทั้งความรัก ความหวังดี รวมถึงให้ความสนับสนุนผู้เขียนในทุกๆ ด้าน จนสามารถกล่าวได้ว่า สิ่งดีๆ ทุกอย่างที่เกิดขึ้นในชีวิตของผู้เขียนล้วนแล้วแต่เกิดขึ้นจากแรงผลักดันของพ่อและแม่ทั้งสิ้น

และอีกหนึ่งบุคคลสำคัญที่จะขาดเสียมิได้ เพราะเป็นแรงใจให้แก่ผู้เขียนเสมอมา คือ พี่โจ แสงสว่างของชีวิต ที่ให้ความอบอุ่นใจ ความรู้สึกปลอดภัย และยังเป็นเสมือนผู้นำทางของชีวิตที่ช่วยปัดเป่าทุกอุปสรรคในชีวิตของผู้เขียนให้เบาบางลงได้ ผู้เขียนจึงขอกราบขอบพระคุณงามๆ ที่ออก ไกลๆ หัวใจมา ณ ที่นี้ด้วย

ท้ายสุดนี้ ต้องขอขอบพระคุณพี่สาว ผู้จัดการแผนกประชาสัมพันธ์ของแวลลูฯ ที่มอบความหวังดี อีกทั้งยังดูแลและเอาใจใส่สอบถามถึงความคืบหน้าของวิทยานิพนธ์ และให้กำลังใจผู้เขียนตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา และต้องขอขอบคุณเพื่อนๆ Dev.Comm. ภาคนอกเวลา ราชการ รุ่น 10 ทุกคน รวมถึงคุณอัมพร เจ้าหน้าที่ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ที่เป็นกำลังใจ และคอยช่วยเหลือผู้เขียนทั้งในเรื่องเอกสาร และคำแนะนำในขั้นตอนการจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	7
สมมติฐานในการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	9
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตระหนักและองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความ ตระหนัก.....	27
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	29
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการ โน้มน้าวใจ.....	31
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม.....	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	46
ประชากร.....	47
กลุ่มตัวอย่าง.....	48
ตัวแปรในการวิจัย.....	49
เกณฑ์การวัดและให้คะแนนตัวแปร.....	50

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ.....	53
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
4. ผลการวิจัย.....	55
การศึกษากระบวนการสื่อสารและการดำเนินงาน.....	55
การศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม...	65
ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
การทดสอบสมมติฐาน.....	96
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	102
สรุปผลการวิจัย.....	103
อภิปรายผลการวิจัย.....	109
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	122
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	123
รายการอ้างอิง.....	125
ภาคผนวก.....	133
ก. แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์.....	134
แบบสอบถาม.....	135
ข. ตัวอย่างสื่อที่ใช้ในโครงการ.....	143
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	152

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	66
2. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	66
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	67
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	67
5. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนตัว.....	68
6. แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวภายใน 1 ปี.....	68
7. แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างในการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม.....	69
8. แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างในด้านความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม... ..	70
9. แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม.....	71
10. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ.....	72
11. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ.....	73
12. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ.....	74
13. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมจำแนกตามอายุ.....	75
14. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามอายุ.....	77
15. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามอายุ.....	78
16. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมจำแนกตามระดับการศึกษา.....	79

ตาราง

หน้า

17.	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อความ ตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยงที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	80
18.	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามระดับการศึกษา...	81
19.	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วน ร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมจำแนกตามอาชีพ.....	82
20.	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อความ ตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยงที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอาชีพ.....	83
21.	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามอาชีพ.....	84
22.	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วน ร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมจำแนกตามรายได้.....	86
23.	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อความ ตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยงที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามรายได้.....	87
24.	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามรายได้.....	88
25.	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยการทดสอบเซฟเฟ(Scheffé Test) ของการ มีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมจำแนกตามกลุ่ม ตัวอย่าง.....	90
26.	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยการทดสอบเซฟเฟ(Scheffé Test) ของ ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยงที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อมจำแนกตามกลุ่มตัวอย่าง.....	92
27.	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยการทดสอบเซฟเฟ(Scheffé Test) ของ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามกลุ่ม ตัวอย่าง.....	94
28.	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการมีส่วนร่วมในโครงการ รณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และความตระหนักของเขวาชนในการ เป็นนักท่องเที่ยงที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม.....	96

ตาราง

หน้า

29.	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการมีส่วนร่วมในโครงการ รณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิง อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม.....	98
30.	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความตระหนักของเยาวชนในการ เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรม การท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม.....	100

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนี้ประเทศกำลังพัฒนาต่างเล็งเห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หรือการท่องเที่ยว ได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ การท่องเที่ยวของประเทศไทยเอง ก็นับว่าเป็นภาคเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนสูงสุด อุตสาหกรรมหนึ่ง โดยสังเกตได้จากบัญชีเดินสะพัดซึ่งประกอบด้วยบัญชีดุลการค้าและบัญชีดุลบริการ ประเทศไทยมักขาดดุลบัญชีการค้าให้แก่ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นและกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปเสมอ แต่ประเทศไทยจะได้เปรียบดุลบัญชีบริการ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นภาคที่นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทย ซึ่งจะเป็นตัวปรับบัญชีเดินสะพัดให้ดีขึ้น เป็นผลให้เศรษฐกิจอยู่ในระดับที่คึกคัก โดยตลอด และยังช่วยสร้างเสริมความเจริญและการพัฒนาทั้งในระดับประเทศและระดับรากหญ้า จึงนับได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างสูงต่อประเทศไทย

ปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมา โดยตลอด คือการพัฒนาทางด้านระบบคมนาคมขนส่ง ความเจริญของเทคโนโลยีระดับสูงด้านการสื่อสารและความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างประเทศต่างๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้จากการติดตามความเคลื่อนไหวขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) พบว่าในปี 2543 มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกจำนวน 698 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้ 475 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยกระจายตัวอยู่ในทวีปยุโรป 403 ล้านคน ทวีปอเมริกา 129 ล้านคน และทวีปเอเชียและแปซิฟิก 111 ล้านคน ซึ่งประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวจำนวน 9.5 ล้านคน ถือเป็นอันดับที่ 3 ในทวีปเอเชีย รองจากจีนและฮ่องกงตามลำดับ นอกจากนี้ องค์การการท่องเที่ยวโลกได้พยากรณ์ไว้ว่าเมื่อถึงปี 2563 (ค.ศ.2020) จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศจำนวน 1,561 ล้านคน และใช้จ่ายเงินประมาณวันละ 5 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปจะเดินทางมากที่สุดประมาณร้อยละ 14 ของประชากร หรือทุกๆ 7 คน จะเดินทางท่องเที่ยว 1 คน ในขณะที่ทวีปเอเชียจะมีอัตราประมาณ 100 คนจะเดินทางท่องเที่ยว 1 คน (สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์, 2546: 1-2)

สำหรับประเทศไทยเองนั้น ถือได้ว่าเป็นประเทศหนึ่งของโลกที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย น่าสนใจและมีชื่อเสียง ทรัพยากรการท่องเที่ยวดังกล่าวมีทั้งที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งหลายเหล่านี้ได้กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีมิตร

ไมตรีของคนไทยซึ่งเป็นเอกลักษณ์สำคัญที่สามารถสร้างความประทับใจและช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีให้กับการท่องเที่ยวอีกด้วย

ในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น รัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่ได้ให้ความสำคัญแต่เฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่านั้น แต่ได้พยายามส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศด้วย โดยเล็งเห็นว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) เป็นเครื่องมือทางนโยบายเศรษฐกิจและสังคมของรัฐ เป็นบริการและสวัสดิการทางสังคมที่รัฐพึงส่งเสริมและจัดให้กับประชาชน เป็นสิทธิมนุษยชนที่รัฐควรสนับสนุนตามนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประชากรขององค์การสหประชาชาติ และเห็นว่าหากได้ดำเนินการการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างเหมาะสม จะเป็นแนวทางหนึ่งในการอนุรักษ์ที่สามารถช่วยพัฒนาโลกทัศน์ภูมิปัญญา และยกระดับความคิด จิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อแผ่นดินเกิด สร้างความภาคภูมิใจ รักและหวงแหนในทรัพยากรและสมบัติทางวัฒนธรรมของชาติอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวอย่างกว้างขวางของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มองเห็นทั้งในมิติของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เป็นกอบเป็นกำนี้ หากได้เป็นสัญลักษณ์ของความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว ไม่แคยังเป็นดัชนีชี้วัดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมอีกด้วย เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกันกับอุตสาหกรรมสำคัญชนิดอื่นๆ ซึ่งหากขาดการวางแผนและการควบคุมดูแลที่เหมาะสมแล้ว ย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจของชุมชนในทางที่เสียหายได้ เพราะไม่ว่าจะใช้งบประมาณสูงเท่าใดในการเที่ยวฯ ก็ไม่สามารถทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นๆ ไปอยู่ในสภาพเดิมได้อีกต่อไป ผลกระทบโดยตรงที่จะเกิดขึ้นคือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นๆ จะไม่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาชื่นชมความงามได้อีกต่อไป ก่อให้เกิดการสูญเสียรายได้เป็นจำนวนมหาศาลในแหล่งท่องเที่ยวในนั้น และจะส่งผลร้ายโดยตรงต่อประชาชนและผู้ประกอบการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นด้วยเช่นกัน

กระนั้นก็ตาม ผลกระทบด้านลบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ไม่ได้เกิดขึ้นกับประเทศไทยเพียงประเทศเดียวเท่านั้น แต่ในหลายประเทศที่มุ่งเน้นให้การท่องเที่ยวเจริญเติบโตขึ้นในรูปแบบของระบบเศรษฐกิจ เพื่อดึงเงินตราเข้าสู่ประเทศต่างประสบปัญหานี้เช่นกัน หลายประเทศจึงเริ่มตระหนักและหันมาให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น จากความสำคัญดังกล่าวส่งผลให้องค์การสหประชาชาติได้ประกาศให้ปี พ.ศ. 2545 เป็นปีท่องเที่ยวเชิงนิเวศนานาชาติ (International Year of Ecotourism 2002) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองอนุรักษ์, 2545: 4) โดยคณะกรรมการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission on Sustainable Development) ได้ขอให้หน่วยงานต่างๆ ตั้งแต่ระดับรัฐบาล ตลอดจนภาคเอกชนทั่วโลกจัดกิจกรรมสนับสนุนขึ้น ในขณะที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) และโครงการ

สิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) ก็ได้ร่วมมือกันในการจัดเตรียมและประสานงานการจัดกิจกรรมต่างๆ ในระดับนานาชาติขึ้นในปีดังกล่าวด้วย

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม จึงได้ดำเนินนโยบายสองด้านควบคู่กันไป กล่าวคือการมุ่งสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจด้านหนึ่ง และการมุ่งพิทักษ์รักษาคุณภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ให้คงสภาพดีไปอีกนานเท่านานหรือพยายามยับยั้งให้เกิดความสูญเสียน้อยที่สุด และในฐานะสมาชิกขององค์การการท่องเที่ยวโลก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเองได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงได้กำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยวแทนปริมาณนักท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนี้จะนำไปสู่การบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มีหลักเกณฑ์ในการควบคุมมลพิษ รวมถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาในด้านต่างๆ อย่างครอบคลุมจะส่งผลคือระบบเศรษฐกิจ สังคมและความงามของธรรมชาติในระยะยาวต่อไป

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ที่เน้นด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้ถูกกำหนดขึ้นอย่างชัดเจนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) และต่อเนื่องมาจนถึงฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) โดยให้ประชาชนทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกระดับ ทั้งด้านการวางแผนและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและเกิดความสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการปลูกฝังจิตสำนึกและทัศนคติของการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีมีคุณภาพให้แก่คนไทย เพื่อให้เกิดความรัก ความหวงแหนทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวของชาติ

ในส่วนของการฟื้นฟู อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรมนุษย์นั้นประกอบด้วยนโยบายดังต่อไปนี้ (สำนักงานวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540: 6-7)

1. รณรงค์เผยแพร่ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้มีจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยใช้สื่อต่างๆ ที่มีอยู่ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและเกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ให้มีกลไกบริหารการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเฉพาะพื้นที่ โดยการจัดตั้งองค์กรในรูปคณะกรรมการที่มาจากภาครัฐบาล ธุรกิจเอกชนและประชาชนในท้องถิ่น ทำหน้าที่วางแผน กำหนดนโยบายและประสานการพัฒนา
3. นำมาตรการทางกฎหมายมาใช้อย่างจริงจัง ในการควบคุมอาคารและสิ่งปลูกสร้างเพื่อป้องกันการบุกรุกพื้นที่อันเป็นของรัฐและการใช้ประโยชน์ในที่ดิน แม่น้ำ ลำคลองและแหล่งน้ำสาธารณะอื่นๆ

4. สนับสนุนการดำเนินงานของภาคเอกชน ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ เพื่อเพิ่มจุดดึงดูดความสนใจ นอกจากอาชีพแหล่งธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวทางน้ำ กีฬาและสุขภาพ เป็นต้น

ในการกำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการพัฒนาการท่องเที่ยวไปในทิศทางที่ยั่งยืนนั้น ทรัพยากรมนุษย์ที่จัดเป็นเป้าหมายกลุ่มหนึ่งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญมาโดยตลอดคือ กลุ่มเยาวชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548: 29) เนื่องจากมีความตระหนักว่าในปัจจุบันปัญหาของการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งก็คือ อุปนิสัยการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย ที่นำไปสู่การทำร้ายสภาพแวดล้อมและทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการบั่นทอนภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ เช่น นิสัยการท่องเที่ยวเฉพาะในช่วงวันหยุด การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่เปราะบาง หรือการเปลี่ยนแปลงคตินิยมเพียงเพื่อมุ่งหวังค่านับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนเราเป็นสิ่งที่ยากยิ่ง ต้องอาศัยช่วงเวลาอันยาวนานในการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการเสริมสร้างอุปนิสัยที่ดีตั้งแต่ยังเป็นเยาวชน จึงเป็นสิ่งที่สมควรกระทำเป็นอย่างยิ่ง เพราะเยาวชนคือ ความมุ่งหวังของประเทศชาติในทุกๆ ด้าน แม้กระทั่งในเรื่องการท่องเที่ยว เพราะเยาวชนในต่างจังหวัดอาจเติบโตเป็นชาวชุมชนที่รายล้อมแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นเจ้าบ้าน และเยาวชนในเมืองบางส่วนของอาจเติบโตเป็นผู้ประกอบการ หรือเป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นผู้มาเยือน หากเยาวชนไม่ได้รับการอบรมเพาะในเรื่องการท่องเที่ยวที่ถูกวิธี ในอนาคตเมื่อเยาวชนเติบโตขึ้น ทั้งเจ้าของบ้านและผู้มาเยือนก็ยากยิ่งที่จะเปลี่ยนแปลงอุปนิสัยมาสู่การท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์และยั่งยืนได้

อีกปัจจัยสำคัญที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคำนึงถึงคือ เยาวชนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงทั้งในด้านจำนวน การใช้จ่ายและลักษณะของการท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวระหว่างที่อยู่ในวัยศึกษา รวมถึงการท่องเที่ยวกับเพื่อนและครอบครัว กลุ่มเยาวชนจึงจัดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี ยิ่งไปกว่านั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นว่าเยาวชนเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่า เป็นความหวังในการพัฒนาประเทศชาติ สามารถช่วยสืบสานความเป็นไทย และสามารถอบรมให้เกิดความรู้สึกรักถิ่นฐานสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวได้ จึงมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชนเพื่อช่วยพัฒนาให้เยาวชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวทัศนศึกษาที่ถูกวิธี อันจะช่วยส่งเสริมและพัฒนาการเรียนรู้ บุคลิกภาพ จิตใจและการปรับตัวตลอดจนการส่งเสริมให้เยาวชนมีบทบาทในการอนุรักษ์ รวมถึงเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นและสร้างเจตนารมณ์ในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในอนาคตได้

ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ รวมถึงการได้รับความรู้ ประสบการณ์ต่างๆ ตลอดจนเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกในการพัฒนาตนเองและสังคมให้

เจริญก้าวหน้าและร่วมมือกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ต่อไป รวมทั้งเป็นการขยายขอบเขตการดำเนินงานไปสู่เยาวชนในวงกว้างมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ในแผนการพัฒนการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชน ในแผนการตลาดท่องเที่ยวปี 2547 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้จัดทำโครงการ “นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม” (Young Creative Traveler) ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการดังต่อไปนี้

1. เพื่อให้เยาวชนได้รู้จักการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ด้วยการเดินทางท่องเที่ยวทัศนศึกษาอย่างถูกวิธีและได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากการท่องเที่ยว
2. เพื่อสร้างจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวเยาวชนร่วมกันดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวอยู่ในสภาพสวยงามตลอดไปและร่วมมือกันในการต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
3. เพื่อเป็นการดำเนินการตามนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการส่งเสริมพัฒนาและขยายผลกิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในหมู่เยาวชนต่อไป
4. สร้างพฤติกรรมความร่วมมือกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีโครงการเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน
5. เพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนจนถึงครอบครัว โดยเน้นให้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

สำหรับการคัดเลือกเยาวชนเพื่อเข้าเป็นสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม ได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ ผู้ที่ผ่านการอบรมเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์พิทักษ์ท่องเที่ยวไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะถือเป็นสมาชิกกิตติมศักดิ์ และเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 14-26 ปี โดยเยาวชนที่เข้าเป็นสมาชิกจะต้องร่วมทำกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม รักษาโรคและศิลปวัฒนธรรมไทย รวมทั้งต้องเดินทางท่องเที่ยวในประเทศอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง นอกจากนี้เยาวชนที่สมัครเข้าร่วมโครงการจะได้รับบัตรนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีระยะเวลา 1 ปี โดยบัตรนี้สามารถใช้เป็นส่วนลดค่าที่พัก โรงแรม รายการนำเที่ยว อุปกรณ์การท่องเที่ยว เดินป่า อุปกรณ์การศึกษา ส่วนลดพิเศษร่วมกิจกรรมที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดขึ้น ส่วนลดค่าสมัครสมาชิก อสท. สิทธิพิเศษในการได้รับแจ้งข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และสิทธิร่วมแข่งขันเพื่อเดินทางไปดูงานด้านการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศและครอบครัวรวมถึงเป็นส่วนลดร่วมกับครอบครัวและเพื่อนในการร่วมเดินทางด้วย

จากการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม มีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้กับสมาชิกโครงการ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี สร้างจิตสำนึกที่ดีให้เยาวชนเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพนั้น การศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม ว่ามีการดำเนินการเผยแพร่ข้อมูล สร้างการมีส่วนร่วม

ร่วม ความตระหนักและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้แก่เยาวชนอย่างไร บรรลุ วัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้หรือไม่ นับได้ว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจและมีความสำคัญ เนื่องจาก ผลของการวิจัยที่ได้จะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใต ใจถึงแวด้อมในระยะต่อไป และยังเป็นประโยชน์แก่โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับ เยาวชนในด้านอื่นๆ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต่อไปอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความตระหนักของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม ในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วม ความตระหนัก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม

ปัญหานำการวิจัย

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการดำเนินกระบวนการสื่อสารเพื่อการรณรงค์โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมอย่างไร
2. เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมอย่างไร
3. เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมมีความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอย่างไร
4. เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์อย่างไร
5. การมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์กับความตระหนัก และพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมหรือไม่และอย่างไร

สมมติฐานในการวิจัย

1. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
2. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน
3. ความตระหนักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน

ขอบเขตของการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกของโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นเยาวชนอายุระหว่าง 14-26 ปี ที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกของโครงการตั้งแต่เดือนตุลาคม 2546 – 31 มีนาคม 2547 และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

1. โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม หมายถึง โครงการที่รับสมัครสมาชิกเยาวชนจากทั่วประเทศที่มีอายุระหว่าง 14-26 ปี โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้เยาวชนมีการเดินทางท่องเที่ยวที่ถูกต้อง และมีจิตสำนึกในการดูแลรักษาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยมีการดำเนินงานต่อเนื่องตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2546 – ธันวาคม 2548
2. สมาชิกโครงการ หมายถึง เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 14-26 ปี ที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2546 ถึงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ.2547
3. กระบวนการสื่อสาร หมายถึง ขั้นตอนหรือเทคนิควิธีที่นำมาใช้ในการวางแผนการสื่อสารและการดำเนินการรณรงค์เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ตลอดจนกลวิธีที่ใช้ในการรณรงค์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร คือ เนื้อหาสาร ช่องทางการนำเสนอ สื่อที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ
4. พฤติกรรมการมีส่วนร่วม หมายถึง การให้ความร่วมมือ ได้แก่ การเข้าร่วมงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การร่วมแสดงความคิดเห็น การเข้าถึงช่องทางการสื่อสารของโครงการ การร่วมในการตัดสินใจ การร่วมประสานงาน การร่วมในการวางแผน การร่วมเป็นผู้นำ ตลอดจนการเข้าร่วมในกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์พิทักษ์รักษาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

5. ความตระหนัก หมายถึง การมีความสำนึก เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการอนุรักษ์พิทักษ์รักษาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

6. พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ของสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม หลังจากที่ได้มีส่วนร่วมในโครงการ โดยมีการปฏิบัติตนเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี ไม่ทำลายทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีการเผยแพร่ความรู้ให้กับบุคคลอื่นด้วย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงงานด้านการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ ของโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนต่อไป

2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ความตระหนักและ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ของเยาวชนมากำหนดเป็นนโยบายและแผนการดำเนินงาน ในระยะต่อไปของโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Young Creative Traveler) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบและแนวทางในการศึกษา

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการอ้างอิงเพื่อการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตระหนักและองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความตระหนัก
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร

การรณรงค์ได้รับการนิยามโดยนักทฤษฎีและนักปฏิบัติ ซึ่งแตกต่างกันไปตามจุดประสงค์ ระยะเวลาที่ใช้ ผลที่ตั้งใจให้เกิดขึ้น หน่วยของการวิเคราะห์ประเมิน ผลประโยชน์หลักที่จะเกิด และช่องทางการสื่อสารที่ใช้ Paisley (1981) ได้ให้นิยามในแง่องค์ประกอบของการรณรงค์ที่เน้น (ก) จุดประสงค์ (ข) กระบวนการของการรณรงค์ ซึ่งหมายถึงแนวที่ใช้จัดกิจกรรมอย่าง ต่อเนื่องเพื่อก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนแนวคิด สำหรับแนวคิดของ Rogers และคนอื่นๆ ก็เน้นที่ การจัดเตรียมกลุ่มของกิจกรรมการสื่อสารไว้ก่อนล่วงหน้า โดยเลือกใช้ชนิดของสารเฉพาะ อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งปกติมักใช้แนววิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยสื่อหลายๆ ชนิด โดย ออกแบบและดำเนินการทั้งโดยองค์กร หรือหน่วยงานที่ดึงขึ้นมาเพื่อทำงานในเรื่องใดเรื่อง หนึ่งโดยเฉพาะ



บุษบา สุธีธร (2530) ได้ให้ความหมายของโครงการรณรงค์ไว้ว่า โครงการที่จัดทำขึ้นโดยใช้การสื่อสารในลักษณะของการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดสาร ผ่านสื่อหรือกิจกรรมประเภทต่างๆ หลายๆ รูปแบบพร้อมกันอย่างต่อเนื่อง โดยทุกสื่อหรือกิจกรรมนี้จะเน้นไปที่ประเด็นสำคัญในการรณรงค์ประเด็นเดียวกัน ทั้งนี้โดยมีจุดมุ่งหมายจะให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรับรู้ (Awareness) ในประเด็นที่โครงการต้องการนำเสนอ หรือต้องการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ (Interest) ในประเด็นนั้น หรือต้องการสร้างความปรารถนา (Desire) ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมและตัดสินใจเข้าร่วม (Action) ในกิจกรรมก็ได้ อย่างไรก็ตามโครงการรณรงค์ส่วนมากมักมีวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่จะรณรงค์ให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเข้าร่วมในโครงการ

ดังนั้นนิยามของคำว่า "รณรงค์" จึงมีลักษณะรวมเด่นๆ ดังต่อไปนี้

1. การรณรงค์เป็นการกระทำที่มีเป้าหมาย (A campaign is purposive) ในการกระทำการรณรงค์ใดๆ ผู้ทำการรณรงค์จะต้องคาดหวังผลตอบกลับที่จะเกิดจากการสื่อสารของตน ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลตอบรับดังกล่าวนั้นครอบคลุมตั้งแต่ระดับบุคคลขึ้นไปจนกระทั่งถึงระดับสังคมเป็นส่วนรวม ผลตอบรับดังกล่าวจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อผู้รับหรือผู้ส่งก็ได้

2. การรณรงค์เจาะเป้าหมายไปยังชนกลุ่มใหญ่ (A campaign is aimed at a large audience) การที่ใช้คำว่า "ชนกลุ่มใหญ่" ก็เพื่อจะแยกคำว่า การรณรงค์ออกจากการสื่อสารระหว่างกลุ่มย่อยอื่นๆ นั่นเอง กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์จะถูกกำหนดโดยจุดประสงค์ หรือเป้าหมายของการรณรงค์นั้นๆ อย่างไรก็ตาม กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ก็อาจเป็นไปได้ตั้งแต่กลุ่มพนักงานเพียงไม่กี่ร้อยคนของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง ไปจนถึงกลุ่มประชากรทั้งหมดของประเทศใดประเทศหนึ่งได้เช่นกัน

3. การรณรงค์จะต้องมีกำหนดช่วงเวลา/ช่วงเวลาการรณรงค์ ที่กำหนดไว้อย่างแน่นอนลงไป ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวจะเริ่มนับตั้งแต่การเริ่มรณรงค์จนกระทั่งถึงการประเมินผลการสัมฤทธิ์ผลของการรณรงค์นั้นๆ อย่างไรก็ตาม การรณรงค์บางโครงการมีเป้าหมายที่ต่อเนื่อง เช่นการโฆษณาขายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งข้อความที่ใช้ในการสื่อสารอาจเปลี่ยนเป็นระยะๆ แต่เป้าหมายในการขายก็ยังคงเหมือนเดิม ซึ่งการเปลี่ยนไปใช้ข้อความใหม่อาจถือได้ว่าเป็นการเริ่มการรณรงค์ขึ้นใหม่ ช่วงเวลาของการรณรงค์อาจยากที่จะกำหนดลงไปให้ได้ชัดเจน ในกรณีที่การรณรงค์นั้นๆ มีเป้าหมายที่เป็นแบบระยะยาว เช่นการรณรงค์การป้องกันโรคหัวใจของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปแล้ว การรณรงค์แต่ละครั้งมักจะกำหนดช่วงเวลาการรณรงค์ไว้อย่างชัดเจน เช่นเป็นอาทิตย์ หรือเป็นเดือน เป็นต้น

4. การรณรงค์ประกอบด้วยชุดของการสื่อสารที่มีการเตรียมและวางแผนไว้ล่วงหน้า ซึ่งชุดของการสื่อสารดังกล่าวมักถูกจัดเตรียมขึ้นเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายที่สื่อที่มีอยู่ก่อนแล้วไม่เหมาะสมหรือไม่เพียงพอต่อการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้ สื่อ/กิจกรรมที่มักใช้กันอย่างเห็นได้ชัดคือ

การใช้สื่อข้อความและการกระจายข้อความนั้น ไปสู่กลุ่มผู้ฟัง ซึ่งความสัมฤทธิ์ผลของการรณรงค์ มักจะขึ้นอยู่กับว่าวิธีการสื่อสารที่ใช้จะมีการประสานกันดีมากน้อยเพียงใด

หลักการพื้นฐานของการรณรงค์โดยทั่วไปมักประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ

1. การประเมินความต้องการ เป้าประสงค์และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสาร เป้าหมาย

โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาความต้องการ เป้าประสงค์ของการรณรงค์โครงการ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Young Creative Traveler) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการและศึกษาจากเอกสาร โครงการ

2. การวางแผนการรณรงค์ และการผลิตสื่ออย่างมีระบบ ในส่วนประกอบ 3 ส่วน

2.1 การวางแผนเป้าหมายทางการสื่อสาร (Communication Goals) เกี่ยวกับระดับผลกระทบของเนื้อหาสารที่ต้องการให้เกิด

2.2 กลยุทธ์ "สาร" (Message Strategy) ข้อมูลนับเป็นแก่นสารสำคัญในกระบวนการ โน้มน้าวใจ ซึ่งเป็นเป้าหมายหรือจุดประสงค์ในการส่งสารของการรณรงค์ เพื่อให้ผู้รับสารได้รับ อิทธิพลจากเนื้อหาของสารที่ส่ง ซึ่งประสิทธิผลของสารมักจะขึ้นอยู่กับลักษณะการเร้าอารมณ์ที่ใช้ (Type of Appeal) รูปแบบการนำเสนอ (Presentation Style) ชนิดของสารที่ต้องการสร้างให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์ รวมไปถึงปัจจัยทางด้านผู้ส่งสาร ซึ่งมีอิทธิพลในการกำหนดเนื้อหาสาร เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง

หลักเกณฑ์ที่จะวิเคราะห์สาร (Message) ที่ถูกนำเสนอออกไปจะให้ความสำคัญเรื่องดังต่อไปนี้

1. ความถี่ (Frequency)

ความถี่ในการนำเสนอ จะมีผลเป็นอย่างมากต่อการเรียนรู้และการ โน้มน้าวต่างๆ (Hamson, 1977) แม้ว่าบางครั้งเนื้อหาอาจจะไม่น่าสนใจก็ตาม ทั้งนี้ทั้งนั้นความถี่ในการนำเสนอ นี้จะต้องมี พอเหมาะพอควร มิฉะนั้นแล้วก็อาจจะเกิดผลในทางตรงกันข้ามได้ ถ้าหากมีความถี่ในการนำเสนอ มากจนเกินควร ขณะเดียวกัน เนื้อหาที่ถูกนำเสนอซ้ำๆ กันบ่อย โดยไม่เปลี่ยนแปลงตามควร ก็ อาจจะไม่ได้ผลดีนัก เนื้อหาที่ควรนำเสนอควรจะมีหลากหลายควบคู่ไปกับความถี่ และควร นำเสนอในช่วงเวลาที่มีผู้ชมให้ความสนใจ การนำเสนอในเวลาที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย อาจไม่เกิด ประโยชน์ ดังนั้นการเลือกเวลาในการนำเสนอ ก็เป็นสิ่งสำคัญ

Rogers (1971) ให้ความเห็นว่า การส่งสารซ้ำหลายๆ ครั้งจะทำให้สารนั้นถูกยอมรับโดย ผู้รับสารมากขึ้น และทำให้ผู้รับสารจำเนื้อหาสาร ได้ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพในการจดจำมากขึ้น

Kotler และ Roberto (1989) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการจดจำสารของผู้รับ สารว่า ต้องประกอบด้วยตัวสนับสนุนให้สารน่าจดจำ คือการนำเสนอสารซ้ำๆ กัน จะเป็นตัวช่วยให้

สารเป็นที่จดจำได้มาก โดยใช้ความถี่ (Frequency) ซึ่งหมายถึงอัตราความบ่อยครั้งที่กลุ่มเป้าหมายได้รับสาร และการย้ำเตือนเป็นระยะๆ เพื่อผู้รับสารจะได้ไม่ลืมสารนั้นๆ ตลอดจนความต่อเนื่องในการให้ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ

2. รูปแบบ (Style)

รูปแบบที่นำเสนอแบบพื้นๆ ทั่วไปอาจจะไม่ค่อยชักจูงใจนัก ดังนั้นการนำเสนอด้วยรูปแบบของละคร (Dramatic) แบบอารมณ์ขัน (Humorous) หรือรูปแบบที่เข้าใจง่ายจะทำให้ น่าสนใจกว่า ซึ่งการนำเสนอที่นี้อาจออกมาในรูปแบบของการ์ตูน มีการถาม-ตอบ หรือทำเป็น ละครสั้นๆ รูปแบบของรายการที่สั้นๆ กะทัดรัดไม่เยิ่นเย้อ จะเรียกร่องผู้ชมได้มากกว่ารายการที่ ก่อนข้างยาว ด้วยเหตุนี้ทำให้การนำเสนอจึงไม่มีรูปแบบที่ตายตัว แต่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของ ผู้รับสาร สิ่งสำคัญก็คือพยายามให้รูปแบบและเนื้อหาสามารถเกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้รับสารหรือเกิด ประโยชน์ต่อผู้รับสาร ง่ายต่อการเข้าใจ ก็จะสามารถสร้างความน่าสนใจได้

3. ลักษณะเนื้อหาที่ใช้กระตุ้นความสนใจ (Content Appeal)

ลักษณะของการนำเสนอเพื่อการชักจูงหรือ โน้มน้าว ด้วยวิธีการนำเสนอด้้นเดียว (One-sided argument) เหมาะสำหรับเนื้อหาที่มีข้อสรุปตายตัวอยู่แล้ว ยังมีวิธีการนำเสนออีกรูปแบบหนึ่ง คือ การนำเสนอสองด้้น (Two-sided argument) เป็นลักษณะของการนำเสนอเนื้อหาโดยมีการ ได้แย้งกันทางความคิดเกิดขึ้น วิธีการนี้เหมาะสำหรับผู้ชมที่ค่อนข้างมีการศึกษาและมีทิทำที่จะ ได้แย้งต่อข้อมูลได้ง่าย (Lumsdaine and Janis, 1953, Sawyer, 1973) หรือผู้รับสารค่อนข้างจะเป็น คนขี้สงสัย และเกรงว่าข้อมูลที่นำเสนอจะเป็นการ โฆษณาชวนเชื่อ

การออกแบบเนื้อหาสารต้องสอดคล้องไปกับเป้าประสงค์ของผลกระทบทที่ใด้วางไว้ใน ชั้นตอนแรก โดยคำนึงถึงว่าควรจะกล่าวถึงอะไร และใช้รูปแบบในการนำเสนออย่างไร อาทิ ควร ให้เนื้อหาสารทั้งด้้นดีและด้้นเสีย หรือเพียงด้้นเดียว (positive & negative appeals) ใช้สารที่ กระตุ้นให้เกิดความกลัว หรือเป็นการเสนอแนะ (fear & rational appeals) ให้ข้อสรุปที่ชัดเจนหรือ เปิดไว้ให้คิดเอง (definite & open conclusion) การเสนอซ้ำๆ หลายครั้งในเรื่องยากต่อความเข้าใจก็ อาจให้ผลดีกว่าการเสนอเพียงหนเดียว

นอกจากนั้นยังมีองค์ประกอบในด้้นต่างๆ ของผู้ส่งสารต่อการ โน้มน้าวใจ 4 ประการคือ

1. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (reliability and trustworthiness) เช่นความจริงใจ วางใจได้ เชื่อสัตย์

2. ความเชี่ยวชาญสามารถ (expertness) เช่น การผ่านการศึกษา อบรมมีความรู้ และความชำนาญเฉพาะเรื่องที่น่าเสนอ

3. ลักษณะความคุ้นเคย และคล้ายคลึงในปัญหาที่ผู้รับสารเป้าหมายเคยประสบ ซึ่งจะช่วยให้สามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างตัวนำสารกับบุคคลที่ต้องการสื่อไปถึง

4. ความคล่องแคล่ว กระฉับกระเฉงและบุคลิกดี (dynamism) เช่น มีชีวิตชีวา ตื่นตัว ไม่น่าเบื่อสำหรับเนื้อหาที่เป็นความรู้

2.3 ช่องทางการแพร่กระจายสาร (message distribution)

หลังจากที่ได้กำหนดเป้าประสงค์ และวางกลยุทธ์ในการสร้างเนื้อหาสารแล้ว นักวางแผนต้องจัดทำแผนงานการใช้สื่อ เพื่อส่งเสริมให้เข้าถึงผู้รับสารเป้าหมาย โดยต้องคำนึงถึงเทคนิควิธีการเสนอสารในแต่ละชนิด ความบ่อยครั้ง การเปิดรับอย่างเลือกสรรของกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความแตกต่างกันในสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ลักษณะและสไตล์ของสื่อแต่ละชนิดรวมถึงประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสื่อแต่ละประเภท

รูปแบบหนึ่งของช่องทางการแพร่กระจายสาร ที่นิยมใช้ในการรณรงค์ก็คือ การสื่อสารเพื่องานเฉพาะกิจ ซึ่งในการรณรงค์ต่างๆ นั้น การสื่อสารเพื่องานเฉพาะกิจเป็นการสื่อสารอีกประเภทหนึ่งที่นิยมใช้กันมาก เพราะเป็นการสื่อสารที่อาศัยสื่อต่างๆ มากมายหลายชนิดนำมาใช้ในคราวเดียวกัน หรือรวมเอาวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ มาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามกิจนั้นๆ เช่นต้องการจะให้ความรู้แก่ผู้รับสารเป้าหมายในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือการจูงใจให้ผู้รับสารยอมรับสิ่งใหม่ หรือต้องการเพียงแค่กระตุ้นให้เกิดความคิดเห็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรืออาจต้องการไปถึงขั้นให้ผู้รับสารเป้าหมายเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การสื่อสารต่างๆ ร่วมกันหรือใช้วิธีการสื่อสารหลายๆ รูปแบบร่วมกัน ใช้หลักที่ว่าสื่อแต่ละชนิดมีข้อดี ข้อจำกัดหรือคุณสมบัติที่แตกต่างกัน และในทำนองเดียวกันวิธีการสื่อสารแต่ละรูปแบบก็มีข้อได้เปรียบเสียเปรียบต่างกันด้วย แต่เมื่อนำเอาส่วนดีของสื่อแต่ละชนิดและข้อดีของวิธีการสื่อสารแต่ละประเภทมาใช้ร่วมกันก็อาจจะทำให้เกิดสัมฤทธิ์ผลทางการสื่อสารที่สูงสุดได้

3. การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง คือ ในการรณรงค์การสื่อสารจำเป็นที่จะต้องมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ก่อนเริ่มทำการรณรงค์ ระหว่างการรณรงค์ และหลังจากกิจกรรมการรณรงค์สิ้นสุดลง เพื่อนำผลการประเมินความสำเร็จ ข้อผิดพลาดต่างๆ มาหาแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป

4. บทบาทเสริมของสื่อมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคลในการเป็นสื่อกลางที่สำคัญที่สื่อสารกิจกรรมต่างๆ ของการรณรงค์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้อย่างทั่วถึง และเนื่องจากสื่อแต่ละประเภทมีข้อดีและข้อจำกัดในตัวเอง ดังนั้นจึงต้องการเลือกใช้สื่อหลายประเภทเพื่อเสริมข้อเด่นและลดข้อด้อย

5. การเลือกสรรสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพสูงสุด เพราะการเลือกสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้อุปกรณ์เป้าหมายได้รับสาร ได้เต็มที่มากขึ้น หากผู้ส่งสารตัดสินใจเลือกสื่อที่ไม่เหมาะสมก็อาจทำให้การส่งสารครั้งนั้นล้มเหลวได้

Bowman และ Ellis (1969) ได้แบ่งประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยยึดเอาแนวความคิดของการสื่อสารเป็นสำคัญ กล่าวคือ

1. การสื่อสารโดยบุคคล (Personal Communication) หมายถึงการสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรือหลายบุคคล โดยอาศัยตัวบุคคลเป็นสื่อ ประสิทธิภาพหรือความสำเร็จของการสื่อสารนั้นจะขึ้นอยู่กับความรู้ ความสามารถและทักษะในการสื่อสารของบุคคลผู้ส่งสารเป็นสำคัญ การสื่อสารประเภทนี้ครอบคลุมถึงการพูด การให้สัมภาษณ์ การเขียนเขียน และการพบปะพูดคุยอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

2. การสื่อสารโดยสิ่งพิมพ์ (Printed Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นพาหนะที่จะนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร สื่อเหล่านี้ได้แก่ จดหมาย หนังสือ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสิ่งพิมพ์อื่นๆ

3. การสื่อสารด้วยการมองเห็น (Visual Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยสื่อประเภทภาพเป็นพาหนะนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร สื่อเหล่านี้ได้แก่ รูปภาพ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ นิตรรศการและเอกลักษณ์ของหน่วยงาน

4. การสื่อสารด้วยการได้ยิน (Audio Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยเครื่องส่งและเครื่องรับของระบบวิทยุกระจายเสียงเป็นตัวนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

5. การสื่อสารพิเศษ (Specialized Communication) เป็นการสื่อสารที่มีความหมายครอบคลุมได้กว้างไกล และแตกต่างจากที่กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งได้แก่ กิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนสาธารณประโยชน์ต่างๆ กิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ลูกค้า พนักงาน

ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์

ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับปัจจัย และองค์ประกอบต่างๆ ที่สำคัญหลายประการด้วยกันคือ ผู้ส่งสารจะต้องมีความรู้ มีความเข้าใจในคุณสมบัติหรือธรรมชาติของสื่อในแต่ละประเภท รวมทั้งต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบและระมัดระวังว่าจะเลือกใช้สื่อประเภทใดในการสื่อสาร เพื่อวัตถุประสงค์อะไร โดยจะต้องมีการศึกษาวิธีการใช้สื่อ มีการวางแผนสื่อ การทดสอบสื่อ ตลอดจนการประเมินผลสื่อในการปฏิบัติการด้านการสื่อสารทุกขั้นตอน เพื่อให้ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นอย่างถูกต้อง ชัดเจน และวัดได้จริงตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน

การเลือกสื่อในการประชาสัมพันธ์

การเลือกสื่อแต่ละชนิดเพื่อการประชาสัมพันธ์ควรพิจารณาถึงเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องคือ

1. วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์
2. กลุ่มเป้าหมาย
3. สภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง
4. ศักยภาพของหน่วยงาน

1. วัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย วัตถุประสงค์หลักอาจจะเป็นวัตถุประสงค์ทั่วไปอย่างกว้างๆ ของการประชาสัมพันธ์คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี เพื่อสร้างชื่อเสียง สร้างศรัทธา ส่งเสริมและสนับสนุนให้ความร่วมมือและเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด วัตถุประสงค์เหล่านี้อาจจะทำให้เลือกสื่อได้ค่อนข้างยาก เพราะฉะนั้นเราจะจำกัดวัตถุประสงค์หลักให้แคบลงเพื่อให้ได้เป้าหมายเฉพาะที่เด่นชัดสามารถเลือกสื่อได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์รองที่ย่อยๆ ลงมาว่าในระดับไหน ขึ้นไหน ควรใช้สื่ออะไร เช่นวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบอาจใช้สื่อมวลชนทั่วไป แต่ถ้าเป็นวัตถุประสงค์เพื่อให้ความร่วมมือในกิจกรรมหรือให้มีการสนับสนุนร่วมมือด้วย จะเป็นลักษณะเฉพาะที่ต้องใช้สื่อเฉพาะเพิ่มขึ้นหรือผสมผสานกันไปเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ คือนอกจากจะใช้สื่อมวลชนแล้ว ต้องใช้สื่อบุคคลและสื่ออื่นๆ เพิ่มเติมประกอบด้วย

2. กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนกลุ่มที่ต้องการครอบคลุมถึง เป็นกลุ่มที่จัดขึ้นและกำหนดขึ้น โดยเฉพาะเจาะจงสำหรับการดำเนินงานต่างๆ โดยพิจารณาถึงคุณสมบัติและลักษณะต่างๆ ที่คล้ายคลึงกันเพื่อทราบถึงเพศ อายุ อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา ความคิดเห็น ความเชื่อ ทักษะ และพฤติกรรมการสื่อสาร ฯลฯ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการเลือกสื่อที่มีประสิทธิผลและตรงเป้าหมายสำหรับกลุ่มนั้นๆ ทั้งนี้จะต้องศึกษาให้ทราบถึงข้อมูลของกลุ่มโดยแน่ชัดต้องมีการค้นคว้าหรือสำรวจวิจัย

3. สภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง สื่อต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งแวดล้อม เป็นสถานการณ์เกี่ยวข้องกับบุคคลในขณะนั้น และมีผลกระทบต่อสื่อสารในสังคม มีอิทธิพลต่อคุณภาพและต่อสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพราะฉะนั้นการเลือกสื่อจะต้องให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองด้วย

4. ศักยภาพของหน่วยงาน หมายถึง ความพร้อมในเรื่องของบุคลากร งบประมาณและการบริหารจัดการ ซึ่งมีผลในการที่จะเลือกสื่อให้เหมาะสมตามกำลังความสามารถ (วาสนา จันทรสว่าง, 2534)

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์

จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2544) กล่าวไว้ว่า โดยทั่วไปแล้ว การวางแผนหมายถึง การกำหนดการตัดสินใจและการดำเนินงานอย่างมีระบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ การวางแผนมิใช่จะเป็นแต่เพียงการกำหนดการปฏิบัติงานเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงการแสวงหาเหตุผลของอุปสรรคและปัญหา ตลอดจนเป็นการเตรียมการแก้ไขปัญหาก็อาจเกิดขึ้น

ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ นอกจากจะมีความหมายดังกล่าวแล้ว ยังได้เน้นถึงการเลือกใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดผลคือชื่อเสียง และภาพพจน์ของสถาบัน รวมทั้งการให้ได้รับความร่วมมือสนับสนุน ตลอดจนการยอมรับจากประชาชนกลุ่มนั้นด้วย

องค์ประกอบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์

ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ มีองค์ประกอบปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบปัจจัยเหล่านั้น ได้แก่

1. การตัดสินใจและการวางนโยบาย
2. มนุษย์ปัจจัย
3. งบประมาณ
4. เวลา
5. ค่านิยมและวัฒนธรรมประเพณี
6. วัตถุประสงค์

1. การตัดสินใจและการวางนโยบาย

การที่เราตัดสินใจเพราะมีบางสิ่งบางอย่างกระทบกระเทือนการปฏิบัติงาน หรือกล่าวได้ว่า ความกระทบกระเทือนนั้นมาจากสิ่งแวดล้อมของผู้ทำการตัดสินใจ และบทบาทหน้าที่ที่เขาได้รับความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจเป็นการกระทำอย่างรอบคอบในการเลือกจากทรัพยากรที่มีอยู่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

1. การตัดสินใจรวมถึงการเลือก ถ้าหากมีสิ่งเดียวการตัดสินใจย่อมเป็นไปได้
2. การตัดสินใจเป็นกระบวนการด้านความคิด ทั้งจะต้องมีความสุขุมรอบคอบเพราะอารมณ์และองค์ประกอบของจิตได้สำนึกมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดนั้น
3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของการกระทำที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ผลลัพธ์และความสำเร็จที่ต้องการและหวังไว้

กระบวนการตัดสินใจ

1. การตัดสินใจที่ดีขึ้นอยู่กับตัวผู้ทำการตัดสินใจ ซึ่งมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ และรู้จักประกอบและสถานการณ์เรื่องราว รวมทั้งสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดการตัดสินใจ ในการตัดสินใจนี้สามารถนำมาใช้ช่วยในการตัดสินใจในปัจจุบัน ผู้ที่ทำการตัดสินใจจะต้องระลึกเสมอว่า ตัวเองก็ไม่สามารถที่จะพิจารณาความจริงได้หมดทุกอย่าง แต่จะต้องรู้จักเลือกวิธีการที่ได้มาซึ่งข้อมูล

2. การตัดสินใจที่ดีขึ้นอยู่กับการที่มีความเข้าใจในประเด็นปัญหาที่ถูกต้อง

3. ในการตัดสินใจนั้น การค้นหาและวิเคราะห์ทรัพยากรที่มีอยู่และผลที่จะตามมาในภายหลังเป็นสิ่งจำเป็น สิ่งสำคัญของขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนของการหาเหตุและผล

4. การเลือกวิธีแก้ปัญหา ถึงแม้ว่าได้มีการออกแบบการตัดสินใจอย่างดีที่สุดแล้ว ก็ยังต้องการจัดอันดับความพอใจในวิธีการแก้ปัญหา

5. การยอมรับจากสถาบัน การที่จะปฏิบัติงานจะต้องมีการยอมรับการตัดสินใจนั้นๆ จากสถาบัน เพื่อความแน่ใจในการปฏิบัติงาน

2. มนุษย์ปัจจัย

มนุษย์ปัจจัยจัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบหนึ่ง เพราะในการทำงานประชาสัมพันธ์และวางแผนจำเป็นที่จะต้องอาศัยผู้เข้าใจในวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง เพื่อผลงานที่มีประสิทธิภาพเป็นทรัพยากรที่มีค่า เพราะมนุษย์เป็นผู้ที่มีความสามารถในการใช้เหตุผลและข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

3. งบประมาณ

งบประมาณเป็นองค์ประกอบปัจจัยที่สำคัญอย่างมากต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ช่วยทำให้การทำงานมีความคล่องตัวขึ้น เพราะงานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องใช้ความพยายามอย่างต่อเนื่องถึงจะเห็นผล หากผู้บริหารองค์กรมีนโยบายให้การสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์ก็ควรได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณด้วย

4. เวลา

ในการวางแผนนั้น ผู้วางแผนจำเป็นจะต้องมีเวลาเพียงพอที่จะคิดหาวิธีการในการเตรียมการ และดำเนินงานศึกษาหาข้อมูลเพื่อที่จะให้กลยุทธ์ในการดำเนินการต่างๆ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

5. คำนิยาม วัฒนธรรม ประเพณี

คำนิยามทางสังคม หมายถึง แนวทางสำหรับสมาชิกของสังคมที่จะยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด

วัฒนธรรมหรือมรดกทางสังคม หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างอันเป็นแบบแผนในการคิดและการกระทำที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมใดสังคมหนึ่ง

วัฒนธรรมและประเพณีมักใช้คู่กัน เพราะเป็นการกระทำที่แสดงออกถึงการดำเนินชีวิตของคนในสังคมอันเกิดมาจากความเชื่อถือ มีผลต่อการแสดงออกทางความคิดและทัศนคติ

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่ต้องเกี่ยวข้องกับทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ รวมทั้งคำนิยาม วัฒนธรรม ประเพณีของคนในสังคมหรือองค์กรที่ต้องการติดต่อและเข้าถึง ช่วยให้การวางแผนไม่ขัดกับความรู้สึกนึกคิดของคนในสังคม มีผลดีในการเลือกใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องเหมาะสม เพราะธรรมชาติของมนุษย์จะชอบปฏิบัติต่อสิ่งที่ได้รับรู้ ก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นไม่ขัดกับความรู้สึก คำนิยามของตัวเองและสังคม

6. วัตถุประสงค์

เป็นปัจจัยที่ช่วยในการอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานและการติดต่อสื่อสาร หากขาดวัตถุประสงค์ที่จำเป็นก็จะทำให้งานล่าช้าไม่ทันการณ์

ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ องค์กรประกอบต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว อันได้แก่ การตัดสินใจและการวางแผนนโยบาย งบประมาณ ทรัพยากรมนุษย์ คำนิยาม วัฒนธรรมประเพณีและวัตถุประสงค์ เป็นสิ่งที่ผู้มีหน้าที่วางแผนการประชาสัมพันธ์จะต้องเอาใจใส่ ใคร่ครองให้รอบคอบ เพราะถ้าขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใดก็จะส่งผลกระทบต่องาน ทำให้เกิดความล่าช้าและอาจล้มเหลวได้ในที่สุด

ลักษณะ สตะเวทิน (2540) กล่าวว่า การวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่ดี มีส่วนช่วยให้องค์กรมีทิศทางในการดำเนินงาน ซึ่งลักษณะของแผนประชาสัมพันธ์ที่ดีควรมีลักษณะดังนี้

1. มีวัตถุประสงค์และการดำเนินงานตามแผนจะต้องเป็น ไปอย่างซื่อสัตย์และจริงจัง
2. มีความยั่งยืนและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และลักษณะขององค์กร
3. มีความแน่นอนและมีลักษณะชวนให้ปฏิบัติ รวมทั้งเรียกร้องความสนใจ
4. มีขอบเขตที่เข้าใจง่ายและมีความต่อเนื่องในการนำไปปฏิบัติ
5. มีความชัดเจน มีเนื้อหาต่างๆ
6. มีประโยชน์ต่อทั้งองค์กรและประชาชน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ นั้นเริ่มมาตั้งแต่สมัยที่มนุษย์เริ่มอยู่กันเป็นชุมชน โดยรูปแบบการมีส่วนร่วมสามารถมีได้หลายลักษณะ หลายวัตถุประสงค์ ดังนั้นการให้คำนิยามหรือคำ

จำกัดความของการมีส่วนร่วมอย่างครอบคลุมและถูกต้องจึงเป็นไปได้ยาก นักวิชาการจึงให้ความหมายของการมีส่วนร่วมตามสาขาวิชาหรือความสนใจของคน

ในรายงานการประชุมของ The Ad Hoc Group of Expert เรื่อง "Popular Participation as a Strategy for Promoting Community Level Action and National Development" (อ้างในบุญชัย เกิดปัญญาวงศ์ 2535: 76) ได้กล่าวถึงการให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า "การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นไม่สามารถให้คำจำกัดความที่ตายตัวได้ และมีการให้ความหมายแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ หรือแม้แต่ในประเทศเดียวกัน ในการจะเข้าใจความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นต้องดูบริบท (Context) ของแต่ละประเทศและสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมืองของประเทศนั้น" นอกจากนี้การประชุมดังกล่าวยังได้กล่าวถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมเอาไว้ด้วยว่า

การมีส่วนร่วมจะนำมาซึ่งโอกาสที่จะทำให้สมาชิกของชุมชนและสังคมสามารถเข้ามามีส่วนร่วมและอิทธิพลในกระบวนการพัฒนา และในการแบ่งสรรผลของการพัฒนาอย่างเป็นธรรม ซึ่งหมายถึงการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเท่าเทียมในประเด็นของ

1. การสนับสนุนและกระบวนการพัฒนา
2. การแบ่งสรรผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม
3. การตัดสินใจในรูปของการกำหนดเป้าหมาย การวางแผน และการปฏิบัติตามแผน ทั้งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (Department of International Economic and Social Affairs 1981: 5)

การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมใดๆ นั้นจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชนในการลงมือกระทำ กล่าวคือจะต้องประกอบไปด้วยบุคคลและการลงมือกระทำ

ในทางรัฐศาสตร์มักจะกล่าวถึงการมีส่วนร่วมในรูปของการปกครองแบบประชาธิปไตย ดังคำกล่าวของอริสโตเติล นักปราชญ์ในสมัยกรีกโบราณเกี่ยวกับการปกครองแบบประชาธิปไตยว่าเป็นรูปแบบของการปกครองที่ประชาชนทั้งหมดเป็นผู้ใช้อำนาจในการปกครองโดยตรง

Rousseau (อ้างในบุญชัย เกิดปัญญาวงศ์: 2535) ได้เขียนทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (A Participation Theory of Democracy) ไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพในการตัดสินใจว่าจะเลือกมีส่วนร่วมหรือไม่ ที่สำคัญคือ จะต้องไม่มีใครเป็นนายใครหรือนายแห่งชีวิตใคร
2. กระบวนการมีส่วนร่วมนั้นต้องอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาค และความสามารถพึ่งพาตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดความตระหนัก รับผิดชอบในความสำคัญของการมีส่วนร่วมของตนเอง

ไพรัตน์ เตะระรินทร์ (2527) กล่าวว่า นโยบายการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา หมายถึง กระบวนการที่รัฐบาลส่งเสริม ชักนำ สนับสนุน และสร้าง โอกาสให้ประชาชนในชุมชน ทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มคน ชุมชน สมาคมมูลนิธิ และองค์กรอาสาสมัครรูปแบบต่างๆ ให้เข้ามามี ส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องร่วมกันให้บรรลุวัตถุประสงค์และ นโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้ ดังนี้

1. ร่วมทำการศึกษาค้นคว้าถึงปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ตลอดจน ความต้องการของชุมชน
2. ร่วมคิดหาและสร้างรูปแบบและวิธีการพัฒนาเพื่อแก้ไขและลดปัญหาของชุมชน หรือ เพื่อสร้างสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือสนองความต้องการของชุมชน
3. ร่วมวางแผนนโยบายหรือแผนงานหรือโครงการหรือกิจกรรมเพื่อขจัดและแก้ปัญหาและ สอนองความต้องการของชุมชน
4. ร่วมตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
5. ร่วมจัดหรือปรับปรุงระบบบริหารงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
6. ร่วมการลงทุนในกิจกรรมโครงการของชุมชน ตามขีดความสามารถของตนเอง และ หน่วยงาน
7. ร่วมปฏิบัติตามนโยบาย แผนงาน โครงการและกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้
8. ร่วมควบคุม ติดตาม ประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ได้ทำไว้ทั้ง เอกชนและรัฐบาลให้ใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

สำหรับทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (Active Participation of Theory) ในทางจิตวิทยานั้น ผลการวิจัยบางเรื่องเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ให้ข้อเสนอแนะว่า "การเปลี่ยนแปลง ทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทำให้เกิดขึ้นได้โดยการสร้างสถานการณ์ให้เกิดการมีส่วน ร่วมในกลุ่มบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ"

การทำให้สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การเกิดความรู้สึกนั้นๆ และการมีส่วน ร่วมในการปฏิบัติจะทำให้บุคคล กลุ่ม ชุมชนเกิดความรู้สึกว่าตนเองได้ลงทุนให้ความคิดเห็น การ ตัดสินใจและอุทิศพลังงานทุกอย่างเพื่อให้ได้มาซึ่งวิธีการแก้ปัญหาต่างๆ ซึ่งมีผลทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติของตนเองได้ด้วยเช่นกัน (ลควาล์ พอใจ 2536: 23)

ในทางสังคมวิทยา สัจฉญา สัจฉญาวิวัฒน์ (2523: 28) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง พฤติกรรมอันประกอบไปด้วยการร่วมและการสมยอม ประพฤติตามพฤติกรรมคาดหวังของกลุ่ม ทางการและ ไม่ใช่ทางการ ดังนั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในความหมายนี้คือ การที่ประชาชน ก่อให้เกิดสิ่งต่างๆ ร่วมกันนั่นเอง

William W. Reeder (1963) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมหมายถึง การมีส่วนร่วมในการปะทะ สัมผัสทางสังคม ซึ่งรวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลและการมีส่วนร่วมของทุกกลุ่ม

Philippe Encyclopedia of Social Work (1981) ได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า คือ การแบ่งอำนาจในการกำหนดนโยบายและตัดสินใจในการกำหนดหรือจัดสรรทรัพยากร ซึ่งจะไม่สามารถทำได้โดยขาดความเข้าใจร่วมกันในจิตสำนึกและการประสานงานกัน โดยการร่วมมือกันของบุคคลที่ส่วนใหญ่แสดงออกโดยผ่านกลุ่มตัวแทนในการกำหนดและหาแนวทางในการแก้ปัญหาาร่วมกัน ซึ่งในขณะนี้จะทำให้บุคคลและกลุ่มสามารถตัดสินใจในสิ่งที่กระทบต่อชีวิตของเขา โดยเฉพาะผลประโยชน์ที่เขาควรจะได้รับจากบริการต่างๆ

สหประชาชาติได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนในฐานะที่เป็นกระบวนการในการพัฒนาว่า คือ การเข้าร่วมอย่างกระตือรือร้นและมีพลังของประชาชนในระดับต่างๆ คือ

1. ในกระบวนการตัดสินใจ เพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคมและการจัดสรรทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมาย

2. ในการปฏิบัติตามแผนการหรือโครงการต่างๆ โดยสมัครใจ (United Nations 1978:4)

จากความหมายของคำว่า "การมีส่วนร่วม" ต่างๆ ที่ยกมาข้างต้นนี้สามารถสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการด้วยกัน ดังนี้

1. การเกี่ยวข้องกับด้านจิตใจและอารมณ์ เป็นการเกี่ยวข้องกับทั้งร่างกายและจิตใจ ไม่ใช่เฉพาะแต่ด้านร่างกายหรือทักษะ กล่าวคือ ผู้มีส่วนร่วมจะเกี่ยวข้องกับจิตใจไม่ใช่เฉพาะแต่การกระทำเท่านั้น

2. การกระทำให้ เมื่อผู้มีส่วนร่วมมีความเกี่ยวข้องกับทั้งทางด้านการกระทำและจิตใจแล้วก็เท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้เขาได้แสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กระทำการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม (Group Goal) โดยเหตุนี้การมีส่วนร่วมจึงเป็นมากกว่าการยินยอมที่กระทำตามคำสั่ง ซึ่งเป็นการกระทำโดยปราศจากการยินยอมพร้อมใจและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมจึงเป็นความสัมพันธ์ทางอารมณ์และจิตใจแบบ "บุคคลวิธี" คือมีการติดต่อทั้งไปและกลับระหว่างบุคคลและกลุ่ม

3. การมีส่วนร่วมรับผิดชอบ เมื่อเกิดการเกี่ยวข้องกับด้านจิตใจ อารมณ์และได้กระทำการให้แก่สถานการณ์กลุ่มนั้นแล้ว ผู้มีส่วนร่วมจะเกิดความรู้สึกรับผิดชอบร่วมกับกลุ่มนั้นด้วย เพราะการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการทางสังคมที่บุคคลไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มและต้องการเห็นผลสำเร็จของงานนั้นๆ ด้วย

โดยสรุปแล้วอาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า

การมีส่วนร่วม	=	ความร่วมมือร่วมใจ	+ การประสานงาน	+ ความรับผิดชอบ
Participation	=	Cooperation	+ Coordination	+ Responsibility

ความร่วมมือร่วมใจ หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะเข้ามาทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม

การประสานงาน หมายถึง ความรู้สึกผูกพันในการทำงานและในการทำให้เชื่อถือไว้วางใจ ดังนั้นการมีส่วนร่วมจึงอาจหมายถึง การกระทำกิจกรรมใดๆ ร่วมกับกลุ่มเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ ซึ่งจะต้องกระทำโดยอาศัยช่วงระยะเวลาที่ถูกจังหวะและเหมาะสม นอกจากนี้การกระทำกิจกรรมดังกล่าวจะต้องเกิดความรู้สึกผูกพันของบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านที่ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การมีส่วนร่วม” ไว้ตามความสนใจและความถนัดของตน เป็นต้นว่า

William Erwin (1976: 138) ได้กล่าวถึง การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมว่า คือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด คัดสินใจแก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันของประชาชน ใช้ความคิดสร้างสรรค์และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติการขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดดังกล่าวได้นำมาใช้ประโยชน์ในการออกแบบแบบสอบถามในส่วนของการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจถึงแวกด้อม (Young Creative Traveler) ของเยาวชนที่เป็นสมาชิกโครงการฯ ในเขตกรุงเทพมหานครว่าควรครอบคลุมการมีส่วนร่วมมากเพียงใด

แนวคิดสำคัญของการมีส่วนร่วม

แนวความคิดเกี่ยวกับการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนนั้น ได้บังเกิดขึ้นกับชุมชนต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งการมีส่วนร่วมเกิดจากแนวคิดสำคัญ 3 ประการคือ (ทวิทอง หงษ์วิวัฒน์ 2527: 182)

1. ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจและความห่วงกังวลของบุคคลซึ่งบังเอิญต้องกัน กลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนรวม
2. ความเคียดแค้นและความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้น ผลักดันให้มุ่งไปสู่การรวมกลุ่ม วางแผนและลงมือกระทำร่วมกัน
3. การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนไปในทิศทางที่พึงปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนี้จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกระทำการที่ตอบสนองความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น

นอกจากนี้การมีส่วนร่วมยังเกิดจากแนวความคิดอื่นๆ อีก เป็นต้นว่า

1. ความศรัทธา ความเชื่อที่มีต่อบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ส่งผลให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่นการลงแขก การบำเพ็ญประโยชน์

2. ความเกรงใจที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือหรือบุคคลที่มีเกียรติยศ ตำแหน่ง ทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมด้วย ทั้งๆ ที่ยังไม่มีความศรัทธาหรือเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะกระทำเช่น ผู้ใหญ่ออกปากขอแรงผู้น้อยก็จะช่วย

3. อำนาจบังคับที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า ทำให้ปวงชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่างๆ เช่น บังคับให้ทำงานเยี่ยงทาส

เงื่อนไขของการมีส่วนร่วม

การพัฒนาต่างๆ จำเป็นต้องเริ่มต้นจากประชาชน ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการและในกิจกรรมต่างๆ อันจะนำไปสู่ความสามารถในการพึ่งพาและช่วยเหลือตนเองได้ โอกาสในการมีส่วนร่วมของประชาชนต้องอาศัยเงื่อนไขอย่างน้อย 3 ประการดังนี้

1. ประชาชนต้องมีอิสรภาพที่จะมีส่วนร่วม
2. ประชาชนต้องมีความสามารถที่จะมีส่วนร่วม
3. ประชาชนต้องเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม

หากปราศจากเงื่อนไขใดเงื่อนไขหนึ่งข้างต้นนี้ การมีส่วนร่วมของประชาชนก็จะไม่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม นอกจากเงื่อนไขทั้ง 3 ประการที่กล่าวมาแล้ว ความสำเร็จของการมีส่วนร่วมยังขึ้นอยู่กับเงื่อนไขดังต่อไปนี้ (บุญชัย เกิดปัญญาวงศ์, 2535: 85)

1. ประชาชนต้องมีเวลาที่จะมีส่วนร่วมก่อนเริ่มกิจกรรม เนื่องจากการมีส่วนร่วมไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในสถานการณ์ฉุกเฉิน
2. ประชาชนต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการมีส่วนร่วมมากเกินไปที่เขาประเมินผลตอบแทนที่จะได้รับ
3. ประชาชนต้องมีความสนใจที่สัมพันธ์สอดคล้องกับการมีส่วนร่วมนั้น
4. ประชาชนต้องสามารถสื่อสารกันรู้เรื่องทั้งสองฝ่าย
5. ประชาชนต้องไม่รู้สึกกระทบกระเทือนต่อตำแหน่ง หน้าที่ หรือสถานภาพทางสังคม หากจะมีส่วนร่วม

รูปแบบการมีส่วนร่วม

รูปแบบการมีส่วนร่วมนั้นสามารถจำแนกได้ 3 ประการตามลักษณะของการมีส่วนร่วม ดังนี้

1. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรง โดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชน เช่น การรวมตัวของกลุ่มชาวบ้านจัดโครงการทอดผ้าป่าต้นไม้
2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม โดยผ่านองค์กรผู้แทนประชาชน เช่น กรรมการกลุ่ม กรรมการหมู่บ้าน

3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยการเปิดโอกาสให้ผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนของประชาชน เช่น สถาบันหรือหน่วยงานที่เชิญชวน หรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเมื่อใดก็ได้

แบบอย่างของผู้มีส่วนร่วม

ผู้มีส่วนร่วมนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. เป็นผู้กระทำการ คือผู้ที่ก่อให้เกิดการพัฒนาหรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งขึ้นมา
2. เป็นผู้รับผลการกระทำ กล่าวคือ ได้รับผลจากกิจกรรมโดยตรง
3. เป็นสาธารณชนทั่วไป หรือประชาชนทั่วไปที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง แต่มีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรม

ขอบเขตของการมีส่วนร่วม

ประเด็นเรื่องขอบเขตของการมีส่วนร่วมของประชาชนมีผู้พิจารณาไว้ 2 ทางด้วยกันคือ 1) พิจารณาจากกิจกรรมการพัฒนา เป็นการพิจารณาว่าประชาชนเข้าร่วมในกิจกรรมใดหรือขั้นตอนใดในการพัฒนา 2) พิจารณาจากลักษณะการเข้าร่วมของประชาชน เป็นการดูว่าประชาชนเข้าร่วมอย่างไร

1. ขั้นตอนในการพัฒนาตามความเห็นของม.ร.ว. อคิน รพีพัฒน์ (2525) กล่าวว่า ประชาชนอาจเข้าร่วมในขั้นตอนต่างๆ ของการพัฒนา 4 ขั้นตอน คือ

- 1.1 ขั้นตอนการค้นหาปัญหา กำหนดสาเหตุของปัญหา จัดลำดับของความสำคัญของปัญหาและหาแนวทางแก้ไข
- 1.2 ขั้นตอนการตัดสินใจ เลือกแนวทางและวางแผนพัฒนาแก้ไขปัญหา
- 1.3 ขั้นตอนการปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน
- 1.4 ขั้นตอนประเมินผลงานของกิจกรรมการพัฒนา

สำหรับขอบเขตการมีส่วนร่วมดังกล่าวนี้ ประชาชนอาจเข้าร่วมในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งหรือเข้าร่วมในทุกขั้นตอนก็ได้

2. ลักษณะการเข้าร่วมของประชาชน ขอบเขตการเข้าร่วมประเภทนี้จะพิจารณาว่าประชาชนจะเข้าร่วมกิจกรรมอะไรบ้าง ตามแนวคิดของ John M. Cohen and Norman T. Uphoff (1977: 6) กล่าวว่า ประชาชนอาจเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจว่าจะทำอะไรและอย่างไร เข้าร่วมโดยการนำโครงการไปปฏิบัติโดยเสียดสัทธิพยากรต่างๆ หรือร่วมมือในความพยายามประเมินผลโครงการ

อย่างไรก็ตามลักษณะการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอาจเข้าร่วมในลักษณะใดก็ได้ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจจะเป็นได้ทั้งบุคคลภายในหรือภายนอกชุมชน โดยอาจจะพิจารณาได้จากประโยชน์ที่ได้รับหรือประสบการณ์ที่ได้รับในอดีต ซึ่งมีผลต่อกิจกรรมนั้นๆ

ปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชน

ม.ร.ว. อकिन รพีพัฒน์ พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนอาจถูกจำกัดโดยลักษณะโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมไทย เป็นค้ำว่า ความเกรงใจมีผลทำให้คนบางกลุ่มในชุมชนอันได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้านและผู้มีฐานะดี มักได้รับเลือกจากเจ้าหน้าที่ของรัฐให้มีส่วนร่วมในโครงการต่างๆ และชาวบ้านก็จะเข้าร่วมกิจกรรมเนื่องจากความเกรงใจผู้ใหญ่บ้าน กำนัน หรือนายอำเภอที่ขอร้องให้เข้าร่วม

ข้อสังเกตของม.ร.ว. อकिन รพีพัฒน์ สะท้อนลักษณะประการหนึ่งซึ่งเป็นปัญหาพื้นฐานของการมีส่วนร่วมคือ ลักษณะการครอบงำโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งไม่ส่งเสริมหรือไม่ให้ความสนใจในการมีส่วนร่วมของคนส่วนใหญ่ ดังที่มีผู้วิจารณ์ว่า ปัญหาวิกฤตการณ์ปัจจุบันที่ก่อให้เกิดความยากจนทับทวีขึ้นนี้ มิได้เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เลี่ยงไม่ได้ แต่เป็นผลของความตั้งใจแต่ครั้งอดีตที่จะแยกชาวบ้านบทย่อยออกจากการวางแผนและกระบวนการพัฒนา ความตั้งใจที่จะหลีกเลี่ยงการปฏิรูปสถาบันและ โครงสร้างรวมทั้งการปฏิรูปทางการเกษตร และเน้นหนักแต่เพียงการเพิ่มผลผลิตเท่านั้น

การครอบงำนั้นไม่เพียงแต่จะเกิดขึ้น โดยองค์กรของรัฐและผู้ปกครองเท่านั้น กลุ่มผู้มีผลประโยชน์หรือบางครั้งผู้นำในระดับท้องถิ่นเองก็มีส่วนในการครอบงำการพัฒนาด้วยเช่นกัน ซึ่งผู้นำเหล่านี้มักจะเป็นผู้มีฐานะดี มีอำนาจและมีอิทธิพลในท้องถิ่น รวมทั้งมีความสามารถในการติดต่อประสานงานกับข้าราชการหรือตัวแทนของกลุ่มบุคคลและองค์กรภายนอกได้เป็นอย่างดี ลักษณะความไม่เสมอภาคทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองระหว่างบุคคลในท้องถิ่น จึงมีผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังที่ม.ร.ว. อकिन รพีพัฒน์ ชี้ว่าคนที่มิฐานะทางเศรษฐกิจเท่าเทียมกันและมีปัญหาร่วมกันอาจร่วมมือกันแก้ปัญหาและช่วยเหลือกันได้

นอกจากนี้ปัญหาอื่นๆ ที่นับได้ว่าเป็นอุปสรรคของการมีส่วนร่วมได้แก่ ความไม่รู้อันเกิดจากการไร้การศึกษา การไม่สามารถเข้าถึงแหล่งสื่อมวลชนและระดับการศึกษา รวมทั้งความแตกต่างทางด้านสถานะเศรษฐกิจ สังคม ที่ถูกควบคุมโดยคนจำนวนน้อย และขาดกลไกที่มีประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากร หรือกลไกควบคุมระบบเศรษฐกิจอย่างเข้มงวด นอกจากนี้การแบ่งแยกในสังคม เช่น ภาษา เพศ อายุ อาจมีผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมด้วย

การที่บุคคลจะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ไม่ว่าด้วยความสำนึกของคนหรือด้วยการชักจูงจากผู้อื่นย่อมเป็นผลมาจากระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ความผูกพันและความสำนึกที่มีต่อสิ่งแวดล้อม โดยมองเห็นถึงผลกระทบที่เข่าจะได้รับ รวมทั้งมีความรู้ถือว่า

สิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องสำคัญเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคน ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ เป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดให้ประชาชนเข้าร่วมใน โครงการอนุรักษ์ เนื่องจากพวกเขาจะได้รับผลจากการเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรง เช่น พวกเขาจะได้รับความร่วมมือจากป่า มีน้ำในลำธารที่ใสสะอาดเหมาะสำหรับอุปโภคบริโภคและพักผ่อนหย่อนใจ มนุษย์ทุกคนต่างมีความปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างเป็นสุข ได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น และพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อกิจกรรมของชุมชน ขณะเดียวกันเราต้องยอมรับว่ามนุษย์นั้นสามารถพัฒนาได้ถ้ามีโอกาสและได้รับการชี้แนะอย่างถูกต้อง

สำหรับการมีส่วนร่วมในโครงการ "นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม" ของเยาวชนที่เป็นสมาชิกโครงการฯ ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง การปฏิบัติตน การให้ความร่วมมือและการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินการและเข้าร่วมโครงการ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การร่วมประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การร่วมให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับโครงการฯ ผ่านทาง Call Center 1147 และการร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทางเว็บไซต์ของโครงการคือ www.creativetraveler.net เป็นต้น และจากแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมข้างต้นจะทำให้เราทราบถึงความหมายและรูปแบบของการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตระหนักและองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความตระหนัก

Benjamin B. Wolman, 1973: 38 หมายถึง ภาวะการณ์ที่บุคคลเข้าใจหรือสำนึกถึงบางสิ่งบางอย่างของเหตุการณ์ ประสบการณ์หรือวัตถุสิ่งของนั้นๆ

Benjamin S. Bloom, 1973: 271 ได้กล่าวถึงความตระหนักในความหมายที่ค่อนข้างกว้างว่า ความตระหนักเป็นขั้นต่ำสุดของภาคอารมณ์ ความตระหนักเกือบคล้ายกับอารมณ์และความรู้สึก (Affective Domain) ความตระหนักเกือบคล้ายกับความรู้ ตรงที่ความรู้และความตระหนักต่างไม่เน้นที่ลักษณะสิ่งเร้า แต่ความตระหนักต่างกับความรู้ ตรงที่ความตระหนักไม่จำเป็นต้องเป็นปรากฏการณ์หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ความตระหนักจะเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งเร้าให้เกิดความตระหนัก

Carter V. Good, 1973: 54 กล่าวว่าความตระหนัก หมายถึง การกระทำที่แสดงว่าจำได้ การรับรู้หรือการมีความรู้หรือความสำนึก อีกนัยหนึ่งคือเป็นความรู้สึกที่แสดงถึงการรับรู้ของบุคคลหรือการที่บุคคลแสดงความรู้สึกรับผิชอบต่อปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น

Dagobert D. Runes, 1971: 32 ได้ให้ความหมายของความตระหนักว่า เป็นการกระทำที่เกิดจากการสำนึกในเรื่องหรือเหตุการณ์นั้นๆ

ไพลิน ศศิชนากรแก้ว (2537) ความตระหนักหมายถึง สภาวะทางจิตของบุคคลที่เกี่ยวกับ ความรู้สึกความคิด ความปรารถนาต่างๆ เกิดจากการรับรู้และความสำนึกเป็นสภาวะที่บุคคลรับรู้มาก่อน

จากความหมายของความตระหนักพอสรุปได้ว่า ความตระหนักเป็นสภาวะทางจิตใจของบุคคลที่เกิดจากความสำนึก รับผิดชอบต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยมีสิ่งเร้าจากภายนอกเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความตระหนัก

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ “ความตระหนัก” หมายถึง ลักษณะอาการที่แสดงถึงการรับรู้ คิดได้ รู้สึกสำนึก เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการอนุรักษ์พิทักษ์รักษาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม

องค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความตระหนัก

Breckler (1986) ได้กล่าวไว้ว่า “ความตระหนักเกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้า อันได้แก่บุคคล สถานการณ์ กลุ่มสังคม และสิ่งต่างๆ ที่โน้มน้าวหรือที่จะตอบสนองในทางบวกหรือทางลบ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ โดยองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดความตระหนักมีอยู่ด้วยกัน 3 ประการดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) จะเริ่มต้นจากระดับง่ายและมีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ
2. อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) เป็นความรู้สึกด้านทัศนคติ ค่านิยม ความตระหนักชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี เป็นองค์ประกอบในการประเมินสิ่งเร้าต่างๆ
3. พฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นการแสดงออกทั้งทางวาจา กิริยา ท่าทาง ที่มีต่อสิ่งเร้าหรือแนวโน้มที่บุคคลจะกระทำ

แนวความคิดของ Breckler ดังกล่าวนี้สามารถนำมาอธิบายความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้ว่า เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้าต่างๆ อันได้แก่ ข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมผ่านทางสื่อต่างๆ แล้ว บุคคลจะเกิดความรู้สึก ค่านิยม รวมทั้งความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยองค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึกนี้เองจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมต่อไป

ความสำคัญของการมีความตระหนักต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม

การรักษาสิ่งแวดล้อมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดนั้น นอกจากกระบวนการให้ความรู้ ความเข้าใจแล้ว การปลูกฝังจิตสำนึกและการพัฒนาความรู้สึกซาบซึ้งต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ถูกต้อง นับเป็นความจำเป็นอีกประการหนึ่งเช่นกัน การปรับปรุงหรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางด้านความรู้สึก อารมณ์นั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลแต่ละคน ดังนั้นในการปลูกฝังเรื่อง

อารมณ์ ความรู้สึก จึงควรจะทำตลอดเวลาที่มีโอกาสทำได้ แม้ว่าจะไม่เห็นผลของพฤติกรรมในทันทีทันใดก็ตาม แต่ในอนาคตต่อไป ถ้าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นไปตามที่มุ่งหวัง ก็จะเป็นการส่งเสริมให้บุคคลมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นและมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมต่อไปด้วย

การวัดความตระหนัก

ความตระหนักเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการรู้สำนึกว่ามีสิ่งนั้นอยู่ จำแนกและรับรู้ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ละเอียดอ่อนเกี่ยวกับด้านความรู้สึกและอารมณ์ ดังนั้นการที่จะทำการวัดและประเมินจึงต้องมีหลักการและวิธีการ เทคนิคเฉพาะ จึงจะสามารถวัดความรู้สึกและอารมณ์ดังกล่าวออกมาให้เที่ยงตรงและเชื่อมั่นได้ เครื่องมือที่ใช้วัดความรู้สึกและอารมณ์มีหลายประเภทเช่น

1. วิธีการสัมภาษณ์ อาจเป็นการสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง โดยสร้างคำถามและมีคำตอบให้เลือกเหมือนกับแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ และคำถามจะต้องตั้งเรียงลำดับก่อนหลังไว้ให้ดี หรือแบบไม่มีโครงสร้างซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ที่มีแต่หัวข้อใหญ่ๆ ให้ผู้ตอบมีเสรีภาพในการตอบ
2. แบบสอบถาม อาจเป็นชนิดปลายปิด ปลายเปิดหรือจะเป็นแบบผสมระหว่างปิดกับเปิดก็ได้
3. แบบตรวจสอบรายการ เป็นเครื่องวัดชนิดที่ให้ตรวจสอบว่าเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือไม่มีกำหนดตามรายการ อาจอยู่ในรูปของการทำเครื่องหมาย หรือเลือกว่าใช่-ไม่ใช่ก็ได้
4. มาตรการอันคืบคุณภาพ เหมาะสำหรับวัดอารมณ์และความรู้สึกที่ต้องการทราบความเข้ม ว่ามีมากน้อยเพียงใด

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

นิยะดา ชูณหางค์ และ นิพนธ์ โอฬารวรุฒ (2520) กล่าวว่า "พฤติกรรม" หมายถึง อากัปกริยาที่คนเราแสดงออก บ่งถึงความชอบและไม่ชอบต่อกิจกรรมบางอย่างที่สามารถสังเกตเห็นได้

ปกิจ พรหมายน (2531: 29) ได้กล่าวว่า "พฤติกรรม" หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ใดหรือสิ่งกระตุ้นต่างๆ โดยการกระทำนั้นมีจุดมุ่งหมายและเป็นไปอย่างใคร่ครวญมาแล้วหรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกรู้สีก้าว และไม่ว่าสิ่งมีชีวิตและบุคคลอื่นสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

องค์ประกอบของพฤติกรรม

พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการ ต่อไปนี้ (Cronbach อ้างถึงใน ปกิจ พรหมายน, 2531: 29-30)

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการและวัตถุประสงค์บางอย่างก็ใช้เวลานานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปภายหลัง

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง อีกทั้งความต้องการบางอย่างยังอยู่นอกเหนือความสามารถของบุคคลอีกด้วย

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงตามที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อการไม่สมหวัง (Reaction to Frustration) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะเสียใหม่และเลือกวิธีการสนองตอบใหม่ก็ได้

ประจวบ อินอ็อค (เอกสารประกอบคำบรรยาย โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการทางสื่อสารมวลชน: 1-2) ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับพลังที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ไว้ดังนี้

มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับเคลื่อนและพลังที่จะประพฤติปฏิบัติเพื่อความอยู่รอดและมั่นคงแห่งชีวิต อันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย

มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรอบตัว จึงมักต้องปฏิบัติไปตามครรลองของสิ่งแวดล้อมซึ่งสอดคล้องประสานกับเป้าหมายส่วนตัว

พลังของสังคมที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน

ความจำเป็นเบื้องต้นของชีวิตมนุษย์และประสบการณ์ได้หล่อหลอมให้เกิดเป็นรูปแบบมนุษย์แต่ละคนเรียกว่าบุคลิกภาพ

แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์อยู่รวมกันในกลุ่มเดียวกัน มีผลประโยชน์ร่วมกัน ภายในสิ่งแวดล้อมเดียวกัน ก็ย่อมเกิดบุคลิกภาพของกลุ่มขึ้นได้ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย

มนุษย์จะมีสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายที่คนมีต่อสิ่งรอบตัวออกมาในรูปแบบต่างๆ ซึ่งสามารถสืบไปถึงพลังภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้นๆ ได้

พฤติกรรม (Practice) การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่ เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดจากความแตกต่างในเรื่องการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างกันในการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ผสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยทั่วไปการใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวพฤติกรรมนั้นมีวิธีการดังนี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 123)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotion Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตามไม่ว่าด้วยภาพหรือเสียง
2. การเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละและความกรุณาปราณี ขอมแพ้เพื่อความเป็นพระ ก็อาจโน้มน้าวใจผู้คนที่ขอมรับได้
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้นเพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธาและเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกซื้อสินค้าที่หือ่นๆ

และผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)
2. หดขยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)

ทั้งการกระตุ้นและการหดขยั้งเป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่นๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจฉฉฉฉต่อประเด็นปัญหา การจัดหาขุทรววิธีการดำเนินงานและการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

Miller และ Bergoon (1973) อธิบายการโน้มน้าวใจว่า การโน้มน้าวใจใช้เมื่อผู้โน้มน้าวใจตั้งใจที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้ได้รับการโน้มน้าวใจ

Brembeck และ Howell (1976) ให้ความหมายของการโน้มน้าวใจว่า หมายถึง ความตั้งใจในการสื่อสารที่จะมีอิทธิพลเหนือทางเลือก

Simon (1976) การโน้มน้าวใจ หมายถึง การสื่อสารของมนุษย์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือผู้อื่น โดยการเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ

Cutlip และ Center (1964) อธิบายว่า การ โน้มน้าวใจทางด้านประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกันนั้นให้สลายไป เพื่อก่อให้เกิดความคิดเห็นในทางที่เป็นประโยชน์ต่อเราหรือหน่วยงานของเรา หรือเพื่อรักษาความคิดเห็นที่ถืออยู่แล้วนั้นให้คงอยู่ตลอดไป

กล่าวโดยสรุป การ โน้มน้าวใจมีลักษณะดังนี้

1. ผู้โน้มน้าวใจตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าวใจ
2. โดยปกติผู้ถูกโน้มน้าวใจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งและผู้โน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงให้ผู้ถูกโน้มน้าวใจยอมรับทางเลือกที่ตนเสนอ
3. สิ่งที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการคือ การเปลี่ยนแปลงหรือการสร้างหรือการดำรงไว้ซึ่งความคิดเห็น ทศนคติ ค่านิยมและความเชื่อของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งจะส่งผลปัจจัยอื่นอันได้แก่ อารมณ์ พฤติกรรม เป็นต้น

การสร้างสารเพื่อโน้มน้าวใจ

อรวรรณ ปิถันธนโสภาวาท (2537) กล่าวว่า ในการ โน้มน้าวใจ ผู้ส่งสารจะต้องพยายามอ้างเหตุผลสนับสนุน ซึ่งอาจจะสนับสนุนทั้ง 2 ด้านของประเด็นเดียวหรือเสนอสารเพียงด้านเดียว ควรพิจารณาสิ่งต่อไปนี้

1. การเสนอสารสองด้านเหมาะสำหรับผู้ฟังที่มีการศึกษาค่อนข้างสูง
2. การเสนอสารสองด้านเหมาะสำหรับผู้รับสาร ที่ไม่ได้สนับสนุนจุดยืนของผู้ส่งสารแต่แรก
3. การเสนอสารสองด้านเหมาะสำหรับกรณีที่ได้รับสารอาจมีโอกาสได้รับสารที่ด้านจุดยืนของผู้ส่งสาร
4. การเสนอสารด้านเดียวจะเหมาะสม ถ้าผู้ได้รับสารเห็นด้วยกับผู้ส่งสารตั้งแต่ต้นและมีข้อแม้ว่าผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะ ไม่ได้รับสารเนื่องความตรงข้ามในภายหลัง
5. ทศนคติที่มีอยู่เดิมและข้อผูกพันที่มีอยู่เดิมอาจจะทำให้การเสนอสารด้านเดียวหรือสองด้าน ไม่แตกต่างกันเลย

จุดจูงใจในสาร (Message Appeals)

ในการ โน้มน้าวใจ ผู้ส่งสารต้องรู้จักจุดจูงใจในสาร จุดจูงใจในสารอาจจะเป็นด้านชีววิทยา (ความต้องการด้านสรีระ) หรือเป็นจุดจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned Motives) แต่การ โน้มน้าวใจจะได้ผลดียิ่งขึ้น ถ้ามีจุดจูงใจที่ผู้รับสารสามารถเชื่อมโยงได้กับกรอบอ้างอิงของตัวเอง จุดจูงใจที่ใช้กันทั่วไปได้แก่

1. จุดจูงใจโดยใช้ความกลัว (Fear Appeals)

2. จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional Appeals)

2.1 การใช้ภาษาที่เจืออารมณ์

2.2 การเชื่อมโยงความคิดที่เราเสนอใหม่กับความคิดเก่า

3. จุดจูงใจโดยใช้ความโกรธ (Anger Appeals)

4. จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ขัน (Humorous Appeals)

5. จุดจูงใจโดยใช้รางวัล (Rewards as Appeals)

6. จุดจูงใจโดยใช้แรงจูงใจ (Motivational Appeals)

จุดจูงใจในสารเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ที่ใช้ในการ โน้มน้าวใจ ผู้ส่งสารอาจจะใช้ความกลัว รางวัล หรือการเร้าอารมณ์แบบอื่น ความแตกต่างที่สำคัญยิ่งระหว่างสารที่มุ่งให้ข้อมูลกับสารที่มุ่งโน้มน้าวใจคือ สารประเภทหลังจะเน้นที่จุดจูงใจ (อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท, 2537)

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ความหมายของสิ่งแวดล้อม

คำว่า “สิ่งแวดล้อม” นี้มีผู้ให้คำนิยามหรือความหมายที่แตกต่างกันออกไป เป็นต้นว่า

ในทางชีววิทยา ทุกๆ สิ่งที่อยู่รอบๆ และมีผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตหนึ่งก็คือสิ่งแวดล้อมของสิ่งนั้น (Haynes 1978:61)

คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติได้สรุปความหมายของคำว่า “สิ่งแวดล้อม” ว่าคือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ทั้งที่มีชีวิตและ ไม่มีชีวิต ทั้งที่เป็นรูปธรรม (จับต้องและมองเห็นได้) และนามธรรม (วัฒนธรรม แบบแผนประเพณี ความเชื่อ) มีอิทธิพลเกี่ยวข้องถึงกัน เป็นปัจจัยในการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ผลกระทบจากปัจจัยหนึ่งจะมีส่วนสร้างหรือทำลายอีกส่วนหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สิ่งแวดล้อมเป็นวงจรและวัฏจักรที่เกี่ยวข้องกัน ไปทั้งระบบ (ณรงค์ จำวิจิตร: 2534)

ศุภวิทย์ เปี่ยมพงศ์สานต์ (2530:1) ได้ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมไว้ว่า ทุกสิ่งทุกอย่างที่แวดล้อมตัวมนุษย์อยู่ทั้งที่มีชีวิตและ ไม่มีชีวิต ซึ่งมีได้มีแต่สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีทั้งสิ่งแวดล้อมด้านชีวกายภาพ (Biophysical Environment) และสิ่งแวดล้อมทางด้านวัฒนธรรม (Socialcultural Environment)

ทวี ทองสว่าง (2530: 1) ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมไว้ว่า วัตถุ พหุติกรรม และสถานการณ์ต่างๆ ที่อยู่รอบๆ ตัวเรา เช่น สภาพลมฟ้าอากาศ ดินและสิ่งมีชีวิตต่างๆ สิ่งแวดล้อมเหล่านี้จะมีอิทธิพลเป็นตัวกำหนดรูปร่างความเป็นอยู่ รวมทั้งการอยู่รอดของแต่ละชีวิตหรือสังคมสิ่งมีชีวิตนั้น

เสถียร เขยประทับ (2528) ได้อธิบายไว้ว่า สิ่งแวดล้อม หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ล้อมรอบตัวเรา ทั้งที่มีชีวิตและ ไม่มีชีวิต นับตั้งแต่คน สัตว์ คน น้ำ ดิน ไม้ ภูเขา ตลอดจนสิ่งก่อสร้างต่างๆ เช่น อาคารที่อยู่อาศัย ถนนหนทาง โรงงานอุตสาหกรรม สิ่งก่อสร้าง สิ่งประดิษฐ์ต่างๆ

นอกจากนี้ยังหมายรวมไปถึงสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อต่างๆ ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้เกี่ยวข้องกับคนเราทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ

Enger และ Smith (1998) กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมหมายความรวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้อง สัมพันธ์ และมีอิทธิพลต่อสิ่งมีชีวิต ตลอดจนอายุขัยของสิ่งมีชีวิตนั้นๆ

Smith (1984) กำหนดความหมายของคำว่าสิ่งแวดล้อมไว้ว่า ผลรวมของสภาพทางกายภาพ เคมีและชีวภาพที่สิ่งมีชีวิตทั้งหลายต้องพบเห็นอยู่เสมอ ซึ่งประกอบด้วยภูมิอากาศ น้ำ แสงสว่าง ดิน พืชพรรณ และชนิดของสิ่งมีชีวิตอื่นๆ นอกจากนี้ สิ่งแวดล้อมยังหมายถึง วัตถุ พุทธิกรรม และสภาพการณ์ต่างๆ ที่อยู่รอบๆ ตัวเรา เช่น สภาพลมฟ้าอากาศ ดิน และสิ่งมีชีวิตต่างๆ สิ่งเหล่านี้จะทำปฏิกิริยาร่วมกัน ซึ่งที่สุดสิ่งแวดล้อมเหล่านี้จะมีอิทธิพลเป็นตัวกำหนดรูปร่าง ความเป็นอยู่ รวมทั้งการอยู่รอดของแต่ละชีวิต หรือสังคมของสิ่งมีชีวิตนั้น

กล่าวโดยสรุป "สิ่งแวดล้อม" ก็คือ สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบๆ ตัวเรา ทั้งที่เกิดขึ้นหรือมีอยู่เองตามธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการอาศัยดำรงชีวิตของมนุษย์

คุณสมบัติเฉพาะตัวของสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมทั้งหลายจะมีคุณสมบัติเฉพาะตัวซึ่งสรุปได้ดังนี้ (เกษม จันทรแก้ว: 2530)

1. สิ่งแวดล้อมแต่ละประเภทนั้นมีคุณสมบัติเฉพาะตัวในการแสดงให้เห็นว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งแวดล้อม เช่น ดิน ไม้ น้ำ ดิน มนุษย์ สัตว์ วัฒนธรรม ฯลฯ
2. สิ่งแวดล้อมนั้นจะไม่อยู่โดดเดี่ยวในธรรมชาติ แต่จะมีสิ่งแวดล้อมอื่นอยู่ด้วยเสมอ เช่น มนุษย์กับที่อยู่อาศัย ดิน ไม้กับดิน น้ำกับปลา ฯลฯ
3. สิ่งแวดล้อมประเภทหนึ่งมีความต้องการสิ่งแวดล้อมอื่นเสมอ เช่น ปลาต้องการน้ำ มนุษย์ต้องการที่อยู่อาศัย
4. สิ่งแวดล้อมจะอยู่กันเป็นกลุ่ม ซึ่งกลุ่มของสิ่งแวดล้อมเหล่านี้เรียกว่า "ระบบนิเวศน์" หรือ "ระบบสิ่งแวดล้อม" ซึ่งภายในระบบนี้มีองค์ประกอบหลายชนิด แต่ละชนิดจะมีหน้าที่เฉพาะ และทำหน้าที่ของตนภายในระบบนิเวศน์นั้นๆ
5. สิ่งแวดล้อมทั้งหลายมักจะมี ความเกี่ยวเนื่องและสัมพันธ์ต่อกันเป็นลูกโซ่ ดังนั้นเมื่อทำลายสิ่งแวดล้อมหนึ่งแล้วจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เป็นลูกโซ่เสมอ เช่น การตัดไม้ทำลายป่า จะส่งผลกระทบต่อทั้งหลายของดิน เมื่อดินขาดความอุดมสมบูรณ์ ก็เกิดอุทกภัย สูญเสียดิน ทรัพยากรและชีวิต ฯลฯ
6. สิ่งแวดล้อมแต่ละประเภทจะมีลักษณะและความเปราะต่อการถูกกระทบได้แตกต่างกัน บางชนิดจะมีความคงทนได้ดี บางชนิดเปราะง่าย เช่น ดินมักจะถูกชะล้างได้ง่าย

7. สิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลาที่เปลี่ยนไป การเปลี่ยนแปลงนั้นอาจเป็นการเปลี่ยนแปลงชั่วคราวหรือถาวรก็ได้ เช่น เมืองทุกเมืองจะค่อยๆ เติบโต การทำลายป่าแล้วเผาจะมีพืชค่อยๆ ขึ้นทดแทน เป็นต้น

ประเภทของสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1. สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่แวดล้อมด้วยมนุษย์อยู่ เป็นทั้งสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต เช่น ต้นไม้ ภูเขา แม่น้ำ สัตว์ป่า ฯลฯ

2. สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ อาจเป็นสิ่งที่สามารถมองเห็นได้ หรือไม่สามารถมองเห็นได้ อาจแบ่งย่อยได้ 2 ประเภทคือ

2.1 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ใช้ความรู้ ความสามารถ สร้างขึ้นมา เช่น อาคารบ้านเรือน รถยนต์ ซึ่งเมื่อใดก็ตามที่มนุษย์สร้างสิ่งแวดล้อมเหล่านี้โดยขาดการศึกษาถึงความเหมาะสมต่อสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติแล้ว สิ่งที่เกิดขึ้นมาจะเข้าไปรบกวนสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในที่ของมันได้

2.2 สิ่งแวดล้อมทางสังคม หรือสิ่งแวดล้อมที่เป็นนามธรรม หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีตัวตน ไม่มีรูปร่าง เช่น วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา กฎระเบียบต่างๆ

หน้าที่ของสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ

สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติมีหน้าที่สำคัญ 4 ประการคือ

1. เป็นแหล่งที่มาของทรัพยากรธรรมชาติหรือวัตถุดิบสำหรับภาคเศรษฐกิจ
2. เป็นที่รองรับระบบต่างๆ ที่ทำให้ชีวิตดำรงอยู่ได้ (Life Support System)
3. ทำหน้าที่รองรับ ลูกรถ และย่อยสลายเศษเหลือ (Residuals) จากการผลิตและการบริโภค
4. เป็นฝ่ายให้สิ่งที่เรียกว่าทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Goods) เช่น ทิวทัศน์ ภูมิประเทศ ความงามของธรรมชาติ สภาพป่าตามธรรมชาติ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ความหมายของการอนุรักษ์

คำว่า "การอนุรักษ์" นั้นมีผู้ให้ความหมายไว้ต่างๆ กันดังนี้

นิวัติ เรืองพานิช (2528: 14) กล่าวว่า "การอนุรักษ์" หมายถึง การรู้จักใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาดให้เป็นประโยชน์ต่อมหาชนมากที่สุดและใช้ได้เป็นเวลานานที่สุด ทั้งนี้ต้องสูญเสีย

ทรัพยากร โดยเปล่าประโยชน์น้อยที่สุด และจะต้องกระจายการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรโดยทั่วถึงกัน

จิสระ จินตบุญกุล (2530: 18) กล่าวว่า “การอนุรักษ์” หมายถึง การใช้สิ่งที่มีอยู่อย่างเหมาะสม และก่อให้เกิดประโยชน์ได้มากที่สุดตลอดไป

ทวี ทองสว่าง (2530: 11-12) กล่าวว่า “การอนุรักษ์” หมายถึง การรู้จักใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาดให้เป็นประโยชน์ต่อมหาชนมากที่สุดเป็นเวลานานที่สุด จะต้องให้สูญเสียทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์น้อยที่สุด

New Standard Encyclopedia (1974: vol.10) กล่าวถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมว่า หมายถึง การใช้สิ่งแวดล้อมอย่างฉลาด ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมโดยรวม ดำรงไว้ซึ่งสภาพเดิมของสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งการหาทางกำจัดและป้องกันมลภาวะหรือสิ่งแวดล้อมเป็นพิษไม่ให้เกิดขึ้นต่อสังคมมนุษย์

Lonsdale B.J. และ Edward F. Doloder (1982) กล่าวถึงการอนุรักษ์ว่าเป็น การนำทรัพยากรมาใช้อย่างชาญฉลาดเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อมหาชนมากที่สุด ใช้ได้นานที่สุดและเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

จากความหมายต่างๆ สามารถสรุปได้ว่า “การอนุรักษ์” หมายถึง การใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างคุ้มค่าให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และใช้ได้ในระยะเวลายาวนานที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

นิวัติ เรืองพานิช (2528: 15) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไว้ 10 ประการด้วยกัน ดังนี้

1. การที่จะใช้ทรัพยากรธรรมชาตินั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ในการรักษาสิ่งแวดล้อม และทรัพยากร กล่าวคือต้องมีความรู้เกี่ยวกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่จะมีผลต่อสิ่งแวดล้อม และจะให้ประโยชน์และโทษแก่มนุษย์ซึ่งอยู่ในแต่ละสิ่งแวดล้อมนั้นๆ อย่างน้อยต้องคำนึงถึงการสูญเสีย อันอาจจะเกิดจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

2. รักษาทรัพยากรที่จำเป็นและหายากด้วยความระมัดระวัง และทำให้อยู่ในสภาพที่เพิ่มพูนทั้งทางด้านกายภาพและเศรษฐกิจเท่าที่จะทำได้ รวมทั้งต้องตระหนักว่าการใช้ทรัพยากรธรรมชาติมากเกินไปจะไม่ปลอดภัยต่อสภาพแวดล้อม

3. ต้องรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่ทดแทนได้ โดยอาศัยอัตราการผลิต (เพิ่มพูน) เท่ากับอัตราการใช้หรืออัตราการเกิดเท่ากับอัตราการตาย

4. ประชากรเป็นปัจจัยที่ทำให้สถานะแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องประมาณอัตราการเกิดและการเปลี่ยนแปลงของพลเมืองตลอดเวลา โดยพิจารณาความต้องการในการใช้ทรัพยากรเป็นสำคัญ

5. หาทางปรับปรุงวิธีการใหม่ๆ ในการที่จะผลิตและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งพยายามค้นคว้าสิ่งใหม่ๆ เพื่อให้ประชาชนได้ใช้อย่างเพียงพอ

6. ให้การศึกษาแก่ประชาชนเพื่อเข้าใจถึงความสำคัญในการรักษาความสมดุลตามธรรมชาติ ซึ่งจะต้องทำให้สภาพแวดล้อมอยู่ในสภาพที่ดี การให้การศึกษาอาจเป็นทั้งในและนอกระบบโรงเรียนและเหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น วัย และคุณวุฒิ เพื่อให้ประชาชนเข้าใจในหลักการอนุรักษ์ธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

7. การนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้จะต้องคำนึงถึงความถูกต้องตามกาลเทศะ

8. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติต้องคำนึงถึงทรัพยากรอย่างอื่นในเวลาเดียวกันด้วย ไม่ควรแยกพิจารณาเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียวเท่านั้น เพราะทรัพยากรธรรมชาติทุกอย่างมีส่วนเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด

9. การวางแผนจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างชาญฉลาดนั้น จะต้องไม่แยกมนุษย์ออกจากสภาพแวดล้อมทางสังคมหรือวัฒนธรรมหรือภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ เพราะว่าวัฒนธรรมและสังคมมนุษย์ได้พัฒนาตัวเองมาพร้อมกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติของสังคมนั้นๆ กล่าวโดยทั่วไปการอนุรักษ์ดีได้ว่าเป็นทางแห่งการดำเนินชีวิต เพราะมีส่วนเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจและสังคมซึ่งมีบทบาทต่อชีวิตมนุษย์เป็นอันมาก

10. ไม่มีโอกาสใดที่การอนุรักษ์จะสำเร็จ นอกเสียจากผู้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติจะได้ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรนั้นๆ และใช้อย่างชาญฉลาดให้เกิดผลดีในทุกๆ ด้านต่อสังคมมนุษย์ รวมถึงการใช้ทรัพยากรให้อำนวยประโยชน์หลายๆ ด้านในเวลาเดียวกันด้วย

หลักในการอนุรักษ์

ฝ่ายประชาสัมพันธกรมป่าไม้ได้เสนอหลักในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เกิดผลดีต่อสาธารณะไว้ดังนี้ (มปป: 5-10)

1. การสำรวจตรวจหา (Exploration)

สิ่งแรกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ คือการสำรวจตรวจหาสิ่งที่เราต้องการนำมาใช้ประโยชน์ นักการป่าไม้จะเสาะแสวงหาพืชพันธุ์ไม้ที่สำคัญ ในการที่จะนำมาใช้ประโยชน์ด้านต่างๆ นักธรณีวิทยาจะพยายามค้นหาแหล่งแร่ที่มีค่า ส่วนนักอุทกวิทยาก็ทำการสืบค้นหาแหล่งน้ำต่างๆ นักการเกษตรก็จะสำรวจวิธีการปรับปรุงที่ดินเพื่อใช้ในการเพาะปลูก วิศวกรก็พยายามค้นหาวิธีที่จะนำพลังงานจากดวงอาทิตย์มาใช้ประโยชน์ เป็นต้น

2. การป้องกัน (Protection)

เมื่อสำรวจทรัพยากรต่างๆ หรือสิ่งต่างๆ ที่ต้องการนำมาใช้ประโยชน์ได้แล้วก็ต้องมีการป้องกันมิให้ทรัพยากรเหล่านั้นเปลี่ยนสภาพเป็นพิษภัย (Pollution) เกิดความเสื่อมโทรม (Deterioration) เกิดความเสียหาย (Spoilage) หรือถูกทำลาย (Destruction) ไป ในอดีตที่ผ่านมาได้

เกิดการสูญเสียทรัพยากรน้ำในหลายๆ วิถีทาง เช่น น้ำซึมรั่วหายไปจากกุดคลองส่งน้ำ หรือการระเหยของน้ำจากอ่างเก็บน้ำ ความสูญเสียเหล่านี้อยู่ในวิสัยที่จะลดลงได้ ความเป็นพิษของน้ำและอากาศเป็นเรื่องที่ควบคุมได้ แต่ทรัพยากรธรรมชาติอีกหลายอย่างที่ถูกทอดทิ้งก็จะเสื่อมโทรมไปเองตามธรรมชาติได้เหมือนกัน เช่น ป่าไม้ที่ไม่มีไม้มีค่า ถ้าหากละทิ้งไม่ช่วยธรรมชาติในการบำรุงรักษาแล้ว พันธุ์ไม้ที่ไม่มีค่าอาจจะบุกรุกป่าขึ้นมากขึ้น จนพันธุ์ไม้ชนิดมีค่าต้องลดน้อยลงและเสื่อมสูญไป พื้นที่ที่ถูกทะเลาะปล่อยให้น้ำคือนถูกชะล้างด้วยแรงฝนและแรงลม ดิน ๗ ที่ตรงนั้นก็ค่อยๆ เสื่อมค่าลงไปได้เช่นกัน นอกจากนี้ยังมีพลังงานอีกมากมายที่แฝงตัวอยู่ในธรรมชาติและยังไม่ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ ดังนั้นจึงมีแนวโน้มในอนาคตว่าควรจะต้องมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เหมาะสมและมีการอนุรักษ์ที่สมควรประกอบกันไป

3. การลดอัตราการสูญเสีย (Reduction of Waste)

หลักการสำคัญของการอนุรักษ์อีกข้อหนึ่งคือ การบริโภคให้ถูกหลักเศรษฐศาสตร์และมีประสิทธิภาพนั่นคือ เป็นการบริโภคที่มีการลดอัตราการเสื่อมโทรมให้มากที่สุด ทุกครั้งที่มนุษย์ใช้ทรัพยากรย่อมจะมีสิ่งหนึ่งที่ทิ้งขว้างไปเสมือนของไม่มีค่าที่เรียกกันว่า "By Product" นี่คือนี่สิ่งที่เราจะต้องอนุรักษ์และหาทางใช้ให้เป็นประโยชน์ ตัวอย่างเช่น ทรัพยากรป่าไม้ เมื่อทำการโค่นต้นไม้ลงจะต้องริดกิ่งก้านสาขาของต้นไม้ออก เพื่อความสะดวกในการขนไม้ออกจากป่า กิ่งก้านที่ริดออกก็จะถูกทิ้งให้ผุเปื่อยอยู่ในป่าแทนที่จะนำมาใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้ เช่น ทำไม้ชิ้นเล็กๆ สำหรับปูพื้นที่เรียกว่า "ปาร์เก้" หรือแม้แต่เศษซี้เลื่อยก็ควรนำมาเป็นส่วนประกอบของไม้อัดได้เช่นกัน ดังนั้นด้วยวิถีทางใดๆ ก็ตาม การใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติให้ใช้ได้เต็มที่ (Fuller Use) จะเท่ากับเราได้เพิ่มปริมาณของทรัพยากรนั้น ไปในตัว

4. พยายามใช้สิ่งต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพรองลงมา (Use Lower-Grade Material)

การพยายามใช้สิ่งต่างๆ ที่มีคุณภาพรองลงมา และพยายามนำวิทยาการที่เหมาะสมเข้ามาช่วย เราก็อาจมีทรัพยากรเพิ่มขึ้นอีกหลายชนิด และพบคุณค่าของทรัพยากรเหล่านั้นมากขึ้น เท่าที่ผ่านมามนุษย์มักจะเลือกใช้แต่ของดีหรือดีที่สุดในยุคอยู่ตลอดเวลา ทั้งๆ ที่บางครั้งไม่จำเป็นที่จะต้องใช้ของที่มีคุณภาพสูงเช่นนั้นเลยก็ตาม เป็นต้นว่า สมัยก่อนผู้คนในจังหวัดภาคเหนือใช้ไม้สักทำรั้วบ้าน ทำหลังคาบ้าน และทำพื้น เป็นต้น

5. การปรับปรุงคุณภาพ (Improve the Quality)

ในขณะที่นักวิทยาศาสตร์สาขาต่างๆ ได้เรียนรู้วิธีใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณภาพชั้นรองลงมา นักวิทยาศาสตร์จำนวนไม่น้อยยังได้ศึกษาวิธีการที่จะปรับปรุงคุณภาพของทรัพยากรเหล่านั้นด้วย เช่นหาวิธีที่จะปรับปรุงน้ำเสียให้ใช้ประโยชน์ได้อีก หาวิธีการปรับปรุงคุณภาพดินที่เสื่อมโทรม เพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ในการเพาะปลูกอีก เป็นต้น

6. การใช้สิ่งอื่นทดแทนกัน (Substitution)

ในที่นี้หมายถึงการนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีเหลือมาใช้ประโยชน์แทนทรัพยากรธรรมชาติที่หาได้ยากขึ้น เช่น ใช้เสาเข็มคอนกรีตแทนการใช้ไม้เสาเข็มในการลงรากปลูกสร้างอาคาร เป็นต้น

7. การนำกลับมาใช้ประโยชน์ (Re-cycling)

ในการผลิตต่างๆ ย่อมจะมีเศษวัสดุเหลืออยู่มาก เช่น เศษโลหะต่างๆ เป็นต้นว่า ทองแดง สังกะสี ตะกั่ว สิ่งเหล่านี้นำไปหลอมกลับมาใช้ใหม่ได้อีก

หลัก 7 ประการที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จึงเป็นหลักการเบื้องต้นที่จะต้องระลึกไว้เสมอในการที่จะพัฒนาทรัพยากรใดก็ตามในอนาคต ความสัมพันธ์กันระหว่างทรัพยากรธรรมชาติแต่ละอย่างนั้นเป็นสิ่งที่มองข้ามไม่ได้ในการที่จะใช้ทรัพยากรอย่างใดอย่างหนึ่ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 1) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- 2) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารและการรณรงค์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ฉัตรชามณูย์ สุวิทย์พันธ์ (2545) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง และมีทักษะและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน ผู้ที่มีอาชีพต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจต่างกัน แต่เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไม่แตกต่างกัน การเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้ แต่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์

กัญญาภรณ์ เพ็ญภินันท์ (2544) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ศิริพร อ้วนคำ (2544) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมของนักเรียน ในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการโรงเรียนสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมดีเด่น พระเกียรติ พบว่า นักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ ที่มีอายุและระดับการศึกษาต่างกันมีการเปิดรับข่าวสาร มีความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน ในส่วนของการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมของนักเรียน ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของนักเรียน แต่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมของนักเรียน และความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของนักเรียน ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมของนักเรียน

วิไล สนิตวิ (2542) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของโครงการโฆษณาการ
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า เมื่อมีการจัดตั้งองค์การส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2503 กิจกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ต่อมาปี
พ.ศ. 2522 ได้เปลี่ยนฐานะมาเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้
กลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ทำรายได้เข้าประเทศสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งต่อเนื่องกันมาตั้งแต่ปี
พ.ศ. 2525 และในปี พ.ศ. 2538 ได้เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างจริงจัง ตลอดจนมีการผลิตสื่อ
เผยแพร่อย่างมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และมีประสิทธิภาพตามนโยบายของการท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย ต่อมาในปี พ.ศ. 2540 ได้มีการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บรรจุไว้ใน
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) องค์ประกอบของรูปแบบเนื้อหา
และจิตวิทยาที่ใช้สร้างสื่อโฆษณาทั้ง 4 ประเภท กับปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคต่อการวางแผน
ผลิตสื่อโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีลักษณะต่างๆ สอดคล้องกันกับนโยบายของการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย

นพรัตน์ มุณีรัตน์ (2541) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน
คีรีวง อ.ลานสกา จ. นครศรีธรรมราช พบว่า ประชาชนในชุมชนคีรีวงมองว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ก็คือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในมิติที่หลากหลาย
สรุปได้ 3 ประเด็นได้แก่ การท่องเที่ยวที่ไม่ทำลาย การท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตกับชาวบ้าน และการ
ท่องเที่ยวที่ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการจัดการ รูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏขึ้นในการจัดการการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง ประกอบด้วย 4 รูปแบบ คือ การสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ
การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและมีปฏิริยาโต้ตอบมาก การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการแต่มี
ปฏิริยาโต้ตอบน้อย และการสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการ ผู้นำในชุมชนคีรีวงซึ่งมีบทบาท
สำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนประกอบด้วย ผู้นำที่เป็นทางการ และผู้นำที่ไม่
เป็นทางการ ผู้นำเหล่านี้ต่างมีบทบาทร่วมกันในฐานะคณะกรรมการชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
บ้านคีรีวง ปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนคีรีวงเกิดขึ้นจากปัจจัยภายใน
และปัจจัยภายนอก

ปนัดดา ภักดีภูวค (2540) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์
สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวของมณฑลเทศาภิบาล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องการ
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง และความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารเพื่อส่งเสริม
พฤติกรรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของมณฑลเทศาภิบาล การสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์
สิ่งแวดล้อมของมณฑลเทศาภิบาล ได้แก่ ประเด็นการสื่อสารมีความแตกต่างกันตามเพศ ส่วนวิธีการสื่อสาร
พบว่ามีความแตกต่างกันตามเพศและระยะเวลาในการประกอบอาชีพ

ศกถาวรณ พาเรือง (2540) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบจากปัจจัยการใช้เวลาว่าง 16 กิจกรรมของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานครพบว่าสามารถจัดองค์ประกอบได้ 2 องค์ประกอบ คือ กิจกรรมที่ต้องลงมือกระทำและกิจกรรมที่ไม่ต้องลงมือกระทำ โดยกิจกรรมที่ลงมือกระทำ ลักษณะปัจจัยทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แต่ความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สุภาวดี ศิริสรหรือ (2540) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและการรับรู้ ความหมายของเนื้อหาสาร ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตศึกษานิเทศศาสตร์ พบว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพของบิดา มารดา และผู้ปกครอง รวมทั้งรายได้ของครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์ กับระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ยกเว้นชั้นปีการศึกษา ที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่เป็นลักษณะความสัมพันธ์ที่ไม่ใช่เชิงเส้นตรง (Non-Linear) การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความ เกี่ยวพันส่วนใหญ่มีความเหมือนกันในประเด็นของความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของภาพโฆษณาและการให้ความหมาย แต่ในรายละเอียดเกี่ยวกับขนาดของภาพจะมีการรับรู้ความหมายที่แตกต่างกัน

สนิ นัยวินิจ (2539) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจโดยรวมแตกต่างกัน โดยการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว และการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจทั้งหมด มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารและการรณรงค์

ศรัญญา สารระสุทธิ (2545) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์ท่องเที่ยวไทย ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การท่องเที่ยวภายในประเทศของคนกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศและระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารที่ไม่แตกต่างกัน แต่สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกัน และการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์ท่องเที่ยวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับทักษะ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ ความรู้และทักษะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ ความรู้เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศได้ดีที่สุด

ศุคาวรรณ เศรษฐวิบูลย์วงศ์ (2543) ศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ผ่านสื่อมวลชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ในโครงการ Amazing Thailand พบว่า สัญลักษณ์ที่พบในเนื้อหาเรื่องนี้ หัตถกรรม อาหาร วัตถุสิ่งของ สิ่งก่อสร้าง สถานที่ ธรรมชาติ กิจกรรม พาหนะ การแสดง คน สัตว์ และพืช สัญลักษณ์เหล่านั้นถูกใช้เพื่อสื่อถึงความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัยไปพร้อมๆ กัน ซึ่งสำหรับการสื่อความหมายโดยนัยนั้น พบว่าประกอบไปด้วยเรื่องต่างๆ ดังนี้ คือ เรื่องวัฒนธรรมไทย เรื่องธรรมชาติและเรื่องเชิงพาณิชย์ โดยที่กระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 ประการคือ นายทุนผู้ผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยวได้แก่ ภาครัฐบาลและภาคเอกชน ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารของกระบวนการ สารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในโครงการ Amazing Thailand นั้นเป็นสารที่มีกลยุทธ์การนำเสนอด้วยสัญลักษณ์ เนื่องจากพบว่ามีการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ มากมายในการสื่อความ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสัญลักษณ์ประเภทที่แสดงความหมายเรื่องวัฒนธรรมมีมากที่สุด ช่องทางการสื่อสารทั้งโทรทัศน์ วิทยุและสิ่งพิมพ์ ที่เป็นช่องทางหลักในการถ่ายทอดสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในโครงการนี้ โดยโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์จะเป็นช่องทางที่เหมาะสมที่สุดในการนำเสนอสัญลักษณ์ นักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลาง ผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีความต้องการที่หลากหลายแตกต่างกันมาก รวมทั้งมีความต้องการอนุรักษ์คุณค่าแบบเก่าหรือโหยหาอดีตด้วย ทำหน้าที่เป็นผู้รับสารของกระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์นี้

วิณี วรรณสกล (2542) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจต่างกัน การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับทักษะ การเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่ออินเตอร์เน็ตมี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ความถี่ในการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจได้ดีที่สุด ส่วนตัวแปรการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสามารถอธิบายพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจได้ในอันดับที่สี่เท่านั้น

วันทนา สุรชีวิน (2541) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคณิกของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 ส่วนมากมาจากกลุ่มประเทศยุโรปเป็นเพศหญิงและชายในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน เป็นผู้ที่มีสมรสแล้ว มีการศึกษาระดับมัธยมปลายหรือเทียบเท่า มีอาชีพรับจ้างอิสระ และส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวประเทศไทยแตกต่างกัน โดยเปิดรับจากสื่อบุคคลในระดับปานกลาง และมีการเปิดรับข่าวสารต่ำและต่ำมากในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออื่นๆ และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทักษะคณิกเกี่ยวกับประเทศไทยที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย

ศิรสา สอนศรี (2541) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวไทย ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แผนการประชาสัมพันธ์ใช้สื่อมวลชนเป็นหลัก โดยมีสื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนเป็นสื่อรอง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความสม่ำเสมอและความต่อเนื่องของเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับสูงมาก เปิดรับจากสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคลในระดับปานกลาง ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ และการมีส่วนร่วม

ศิริลักษณ์ อริยบัญญัติ (2540) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์และวิทยุ โดยการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทักษะคณิก และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของประชาชน แต่การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จากสื่อเฉพาะกิจบางประเภทไม่มีความสัมพันธ์กับทักษะคณิกของประชาชน

ศิริกาญจน์ ปรับโควิตใจโย (2539) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในขณะที่ปัจจัยทางด้านประชากรตัวอื่น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ แต่การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยวของต่างประเทศ บริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่าย คิวเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

วรางคณา รัตนรักษ์ (2539) ศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเพื่อการรณรงค์โครงการ "ไทยเที่ยวไทย" พบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยึดหลักการหาช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลที่แน่นอนเป็นหลักในการดำเนินงาน ด้วยการใช้งบประมาณในการเช่าซื้อเวลาและสนับสนุนรายการที่ได้รับความนิยมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่ม ในสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ และให้ความสำคัญกับความถี่ในการนำเสนอ เงื่อนไขอีกประการหนึ่งที่สามารถเข้าไปใช้ช่องทางที่แน่นอนได้คือ ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของเวลาด้วย รูปแบบการนำเสนอสารเป็นสารคดีสั้น สารคดียาว สารคดีวาไรตี้และสารคดีเชิงข่าว เพื่อนำเสนอข้อมูลเฉพาะในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เนื้อหาสารที่นำเสนอเป็นข้อมูลทางการท่องเที่ยวโดยทั่วไป และข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยใช้จุดเร้าใจต่างๆ คือจุดเร้าใจที่เป็นเหตุเป็นผล จุดเร้าใจด้านอารมณ์ จุดเร้าใจในเชิงลบ และจุดเร้าใจ โดยใช้กลุ่มอ้างอิง

รพีพล ชูระนิคม (2536) ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า นโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของกองประชาสัมพันธ์ สำนักงานในประเทศไทย 22 แห่ง และสำนักงานต่างประเทศ 17 แห่ง มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ มีนโยบายเป็นหลักในการวางแผน แผนมีทั้งระยะสั้นและระยะยาว มีการกำหนดรายละเอียดของแผนอย่างชัดเจน แต่ไม่มีการประเมินผลโดยตรง ด้านโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองประชาสัมพันธ์สำนักงานใหญ่มีการแบ่งส่วนงานอย่างชัดเจน และแบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามความชำนาญของบุคลากร แต่สำนักงานในประเทศไทยและสำนักงานต่างประเทศส่วนใหญ่ไม่มีการแบ่งส่วนงาน เนื่องจากไม่มีฝ่ายประชาสัมพันธ์โดยตรงจึงอาศัยการทำงานร่วมกันผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยส่วนใหญ่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายและบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ ส่วนอุปสรรคและปัญหาในการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น สำนักงานใหญ่ สำนักงานในประเทศไทยและสำนักงานต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีอุปสรรคและปัญหาด้านบุคลากรและงบประมาณไม่เพียงพอ

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” นี้ได้แบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษากระบวนการสื่อสาร และการดำเนินการสื่อสารของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการศึกษาจากเอกสารโครงการ แผนการสื่อสาร และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาประสิทธิผลของโครงการ โดยการวิจัยเชิงสำรวจพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ ความตระหนัก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษา “กระบวนการสื่อสารเพื่อการรณรงค์โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

แหล่งข้อมูล

การศึกษาวิจัยในส่วนนี้มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

การดำเนินโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ว่าจ้างให้บริษัทเอกชน คือ บริษัทครีเอทีฟ จูซ จีวัน จำกัด (Creative Juice\G1) ในการดำเนินการวางแผนโครงการรณรงค์ ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการจึงแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

- 1.1 เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบโครงการโดยตรง
- 1.2 พนักงานบริษัทบริษัทครีเอทีฟ จูซ จีวัน จำกัด (Creative Juice\G1) ที่ได้รับมอบหมาย

ให้ดูแลและวางแผนการรณรงค์โครงการ

2. แหล่งข้อมูลประเภทสื่อและเอกสารต่างๆ

2.1 แผนงานและรายละเอียดต่างๆ ในการเตรียมงานทั้งจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัทครีเอทีฟ จูซ จีวัน จำกัด

2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น เอกสารประกอบการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตัวอย่างข่าว หนังสือพิมพ์ เอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการรณรงค์ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการรณรงค์ที่สามารถเก็บรวบรวมได้

2.3 สื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการณรงค์ เช่น เทปคาสเซต เทปวีดีโอที่บันทึกภาพและเสียงการดำเนินกิจกรรม โครงการและที่ใช้ในการเผยแพร่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยวางแนวทางการสัมภาษณ์ กำหนดประเด็นข้อมูลที่ต้องการ พร้อมบันทึกเทปการสัมภาษณ์และจดบันทึกรายละเอียดบางส่วนจากการสัมภาษณ์

2. แหล่งข้อมูลประเภทสื่อและเอกสารต่างๆ

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการและสื่อต่างๆ ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์และศึกษาร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยส่วนที่เป็นกระบวนการสื่อสาร โครงการณรงค์ ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลมาศึกษา และสรุปรวบรวมประเด็นสำคัญ นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาตามที่กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ โดยการบรรยายกระบวนการสื่อสารโครงการณรงค์ พร้อมด้วยการนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ความวัตถุประสงค์โครงการ การเลือกใช้สื่อ เนื้อหาสารที่ใช้ในการเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ

ส่วนที่ 2 การศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรป ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะทำการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร

การศึกษาวิจัยในส่วนนี้มุ่งที่จะศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์ จากพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ ความตระหนัก และพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ชาวชนที่เป็นสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวยุโรป ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 60,792 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 20 เมษายน พ.ศ.2547) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ซีเคียม)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น โดยอาศัยสูตรของ Taro Yamane (อ้างถึงในวิเชียร เกตุสิงห์, 2543 หน้า 22) โดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากร
 e = ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดได้
 ผลจากการคำนวณ = 398

ดังนั้น จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา เป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างเลือกเฉพาะสมาชิกโครงการฯ ที่มีรายชื่อจากทางททท. จำนวน 60,792 คน ด้วยวิธีการเลือกลำดับจากการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ข้อมูลจาก Random Number Table (The Rand Corporation, 1995) จำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

2. การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

- ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์ ตามที่อยู่ที่ได้รับจากทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยได้สอดซองเปล่าและติดแสตมป์ไปให้กลุ่มตัวอย่างด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กลุ่มตัวอย่างสามารถส่งคืนแบบสอบถามที่ได้กรอกแล้วกลับมาได้ในทันที

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรในการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ ซึ่งจะศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกและการศึกษาจากเอกสารโครงการ

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์ ด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งตัวแปรที่กำหนดในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม แจกแจงตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรตาม คือ ความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน

ตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน

สมมติฐานข้อที่ 3 ความตระหนักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน

ตัวแปรต้น คือ ความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน

เกณฑ์การวัดและให้คะแนนตัวแปร

1. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมใน โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
วัดจากปริมาณพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรม โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจ
สิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีข้อความที่กำหนดเป็นตัวชี้วัดจำนวน 10 ข้อ ลักษณะ
แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) โดยกำหนดคะแนนไว้ดังนี้

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	1	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับการมีส่วนร่วม

1. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 มีส่วนร่วมต่ำมาก
2. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 มีส่วนร่วมต่ำ
3. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 มีส่วนร่วมปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 มีส่วนร่วมสูง
5. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 มีส่วนร่วมสูงมาก

2. ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและ
สิ่งแวดล้อม

วัดจากการแสดงความรู้สึกและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยมีข้อความที่กำหนดเป็นตัวชี้วัดจำนวน 10 ข้อ ลักษณะ
แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับทั้ง
ความตระหนักเชิงบวกและเชิงลบ โดยกำหนดคะแนนไว้ดังนี้

ข้อความที่เป็นความตระหนักมาก (ในทางที่เห็นด้วย)

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เฉยๆ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

ข้อความที่เป็นความตระหนักน้อย (ในทางที่ไม่เห็นด้วย)

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน
เห็นด้วย	2	คะแนน
เฉยๆ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	4	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับความตระหนัก

1. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 มีความตระหนักต่ำมาก
2. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 มีความตระหนักต่ำ
3. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 มีความตระหนักปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 มีความตระหนักสูง
5. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 มีความตระหนักสูงมาก

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

วัดจากพฤติกรรมหรือการปฏิบัติในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยเป็นคำถามให้เลือกตอบ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) ให้คะแนน ดังนี้

พฤติกรรมที่ควรปฏิบัติ

เป็นประจำ	5	คะแนน
บ่อยครั้ง	4	คะแนน
บางครั้ง	3	คะแนน
นานๆ ครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคยทำเลย	1	คะแนน

พฤติกรรมที่ไม่ควรปฏิบัติ

เป็นประจำ	1	คะแนน
บ่อยครั้ง	2	คะแนน
บางครั้ง	3	คะแนน
นานๆ ครั้ง	4	คะแนน
ไม่เคยทำเลย	5	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับพฤติกรรม

1. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่ำที่สุด
2. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่ำ
3. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูง
5. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูงที่สุด

เกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิเคราะห์ ดังนี้

(Bartz, 1999: 184)

คะแนนระหว่าง 0.00-0.20	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 0.21-0.40	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 0.41-0.60	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 0.61-0.80	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 0.81-1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีคำถามชนิดปลายปิด (Closed-End Questionnaires) และชนิดปลายเปิด (Open-Ended Questionnaires) จำนวน 36 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 ตอน

ในแต่ละตอนจะประกอบด้วยคำถามดังนี้

- ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร จำนวน 6 ข้อ
- ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ จำนวน 10 ข้อ
- ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความตระหนักในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จำนวน 10 ข้อ
- ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จำนวน 10 ข้อ

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

1. ความเที่ยงตรง (Validity)

นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความชัดเจน ความครอบคลุมของเนื้อหาและตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

2. ความเชื่อมั่น (Reliability)

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบ (pre-test) กับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างคือ เป็นเยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 14-26 ปี จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง (Relevance) ของเนื้อหาความเป็นไปได้ (Feasibility) ในแง่ของคำตอบที่จะได้รับจากผู้ตอบคำถาม แล้วนำผลที่ได้ไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการคำนวณค่า Reliability Alpha Coefficient ของ Cronbach (อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2543: 93) ซึ่งเหมาะสมสำหรับเครื่องมือที่ให้คะแนนรายข้อมากกว่า 1 คะแนน โดยในส่วนของพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมได้ค่า Reliability เท่ากับ 0.91 ในส่วนของความตระหนักได้เท่ากับ 0.75 และส่วนของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้เท่ากับ 0.82

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์ ตามที่อยู่ที่ได้รับจากทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยได้สอดซองเปล่าและติดแสตมป์ไปให้กลุ่มตัวอย่างด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กลุ่มตัวอย่างสามารถส่งคืนแบบสอบถามที่ได้กรอกแล้วกลับมาได้ในทันที การเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2548

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลดังต่อไปนี้

1.1 การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

1.2 ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

1.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทิศทางเดียว (One - way Analysis of Variance) (วรชัย เขาวป่าณี, 2542 : 503) ทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ ความตระหนัก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียวแล้ว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจึงทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffé's test) (วรชัย เขาวป่าณี, 2542 : 507)

3. การทดสอบสมมติฐาน

ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ ตามสมมติฐานข้อที่ 1-3

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงทำการกำหนดรหัส ลงรหัสบันทึกข้อมูล แล้วจึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” นี้ได้แบ่งการศึกษาวีจยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษากระบวนการสื่อสาร และการดำเนินการสื่อสารของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการศึกษาจากเอกสารโครงการ แผนการสื่อสาร และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาประสิทธิผลของโครงการ โดยการวิจัยเชิงสำรวจ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ความตระหนัก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ผลการวิจัยได้นำเสนอเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 การศึกษากระบวนการสื่อสารและการดำเนินงานโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การศึกษากระบวนการสื่อสารและการดำเนินงานโครงการรณรงค์ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ และทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและการดำเนินโครงการ จำนวน 3 ท่านคือ

- | | |
|-------------------------|---|
| คุณบริสุทธิ ประสพทรัพย์ | - ผู้อำนวยการกองส่งเสริมการขายตลาดในประเทศ |
| คุณสุจิตรา จงชาญสิทธิ | - ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสื่อ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ |
| คุณธนพร บุญยั้งยืน | - กรรมการผู้จัดการฝ่ายบริหาร บริษัทครีเอทีฟ อูซ จีวัน จำกัด |

การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและดำเนินงานโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการสัมภาษณ์มีดังนี้

1. แนวคิดและที่มาของโครงการรณรงค์

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับโครงการรณรงค์ พบว่า แนวคิดซึ่งเป็นที่มาของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม คือ ต้องการปลูกฝังให้เยาวชนไทยรักเมืองไทย เที่ยวเมืองไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงทำการรณรงค์และกระตุ้นให้มีการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเป็นหลัก โดยเริ่มที่กลุ่มเยาวชนซึ่งสามารถขยายผลไปยังบุคคลรอบข้าง เช่น ครอบครัว

ญาติพี่น้อง หรือเพื่อนฝูงได้ เนื่องจากเล็งเห็นว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นจะเป็นการช่วยสร้างจิตสำนึก ความหวงแหน และความรับผิดชอบที่จะคงดูแลและปกป้องรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไปได้ โดย ททท. ได้ให้ความสำคัญแก่เยาวชนซึ่งเป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญและมีค่ามากที่สุดของประเทศ และยังมีจำนวนมากคือเกือบครึ่งหนึ่งของประเทศ หรือ จำนวนกว่า 21 ล้านคนนั้น เป็นเยาวชนซึ่งจะก้าวเข้ามาเป็นกำลังสำคัญในการช่วยเผยแพร่วิติตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไป

สำหรับเยาวชนที่สนใจสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมนั้น จะได้รับผลประโยชน์ซึ่งถือเป็นสิทธิพิเศษทางด้านการท่องเที่ยวและที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากมาย ที่สามารถทำให้ท่องเที่ยวได้อย่างประหยัดและทำให้เกิดความภาคภูมิใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก ซึ่งจะทำให้ทางโครงการสามารถหาสมาชิกได้จำนวนมากตามที่กำหนด นอกจากนี้กลุ่มสมาชิกจะต้องมีความพร้อมที่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี ภายใต้อำนาจกำหนดคดีกาของการเข้าร่วมเป็นสมาชิก

2. การแสวงหาข้อมูล

จากการสัมภาษณ์เรื่องของการวางแผน และกำหนดแนวคิดสร้างสรรค์สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าข้อมูลที่นำมาใช้เพื่อการวางแผนงาน โครงการรณรงค์ดังกล่าว มีที่มาจากข้อมูลแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำปี 2547 ซึ่งกำหนดคนโบายไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวทัศนศึกษาอย่างถูกวิธีให้กับเยาวชนทั่วประเทศรวมทั้งเยาวชนระหว่างประเทศด้วย
2. สร้างความรู้ ความเข้าใจในหมู่สถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนและสถาบันครอบครัว เพื่อให้ใช้กิจกรรมทัศนศึกษาเป็นสื่อในการพัฒนาเยาวชนให้มีความสมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ คุณธรรมและจริยธรรม ตลอดจนส่งเสริมให้เยาวชนมีส่วนร่วมและมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยตามความเหมาะสม
3. ระดมความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน องค์การระหว่างประเทศ รวมทั้งสื่อมวลชนและประชาชนทั่วไปในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทัศนศึกษาสำหรับเยาวชน ตลอดจนมีบทบาทสนับสนุนให้เยาวชนเดินทางท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี รักและภาคภูมิใจในความเป็นไทย มีจิตสำนึกในการช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมและมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาติ โดยมุ่งกระจายจากจังหวัดหลัก ไปยังจังหวัดใกล้เคียงอื่นๆ
4. สร้างค่านิยมให้เยาวชนและประชาชนท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้น

5. เสริมสร้างให้เยาวชนและประชาชนเข้าใจและเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสังคมตลอดจนมีความสามารถในการบำรุงรักษาและจัดการทรัพยากรด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

6. เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาเยาวชนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

7. เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและวิทยาการระหว่างประเทศ โดยให้การท่องเที่ยวเป็นสื่อกลาง

3. การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ

- ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับของเยาวชนให้เพิ่มมากขึ้น
- ส่งเสริมให้เยาวชนเกิดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี และเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์มรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
- พัฒนาศักยภาพของเยาวชนให้เป็นเจ้าบ้านที่ดี

4. กลุ่มเป้าหมายของโครงการรณรงค์

กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ เยาวชนอายุ 14-26 ปี

กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ ครอบครัวและญาติของกลุ่มเยาวชนที่เป็นเป้าหมายหลัก

5. เป้าหมายคาดหวัง

- เยาวชนสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการจำนวน 200,000 ราย
- เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ในหมู่เยาวชนอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง
- มีการท่องเที่ยวภายในประเทศจากโครงการรณรงค์โครงการ 1,440,000 คน/ครั้ง เกิดรายได้โดยประมาณ 3,600 ล้านบาท (คิดจากค่าใช้จ่าย 1,000 บาท/คน/2 ครั้ง)
- เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชนรูปแบบใหม่

6. แผนการสื่อสารโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

แผนการดำเนินงานการสื่อสารจัดขึ้นในลักษณะเป็นกระบวนการมีการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารหลายรูปแบบ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย คือ เยาวชนอายุระหว่าง 14-26 ปี ทั่วประเทศ เป็นกระบวนการในระยะยาว 3 ปี และดำเนินการสื่อสารต่อเนื่อง ดังนี้

แผนขั้นที่ 1 มีการกำหนดเป้าหมายทางการสื่อสารเพื่อมุ่งสร้างการรับรู้และทัศนคติต่อโครงการ และการเกิดพฤติกรรมในการสมัครเป็นสมาชิกโครงการ (ตุลาคม 2546 -มกราคม 2547)

แผนขั้นที่ 2 เป็นการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อมุ่งให้สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จัดขึ้นเพื่อสมาชิก และขณะเดียวกันยังมีการสื่อสารกับสมาชิก โดยใช้รูปแบบการสื่อสารแบบบูรณาการ เพื่อให้รับทราบข้อมูลของโครงการ การให้ความรู้ ความเข้าใจ และการเพิ่มพูนความรู้ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการเป็นเจ้าของที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวแก่สมาชิกตลอดระยะเวลาของโครงการ (กุมภาพันธ์ 2546 - ตุลาคม 2548)

7. ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการสื่อสารของโครงการ

ขั้นตอนการสื่อสาร โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2546-2548 สามารถแบ่งการรณรงค์ออกได้เป็น 3 ช่วงคือ

ช่วงที่ 1 (Pre-Launch) เปิดรับสมาชิกโครงการและสร้างกระแสการอนุรักษ์ในกลุ่มเป้าหมาย

- ต.ค. 2547 แถลงข่าวเปิดตัวโครงการ
- ต.ค.-ก.ย. 2547 แคมป์สัปดาห์ 36 แห่ง
- ต.ค.-ธ.ค. 2547 ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์, กอดล์เซนเตอร์ และเอสเอ็มเอส
- ต.ค.-ก.ย. 2547 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ภาพยนตร์โฆษณาชุดสัตว์ขยับ, บ้าน

ใคร...ใครก็รัก

- ต.ค.-ก.ย. 2547 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ/สิ่งพิมพ์ (ร่วมทำกิจกรรมพิเศษ)
- ก.ย. 2547 คิดตั้งโปสเตอร์/แจกแผ่นพับ/โปสเตอร์

ช่วงที่ 2 (Launch) เปิดตัวสมาชิกร่วมสัตยาบันและเปิดรับสมาชิกบริเวณงาน

- ต.ค. 2547 จัดงานเปิดตัวสมาชิกเพื่อร่วมสัตยาบัน
- ต.ค.-ธ.ค. 2547 ประชาสัมพันธ์/สร้างข่าวกับทุกสื่อ/สัมภาษณ์
- ต.ค.-ธ.ค. 2547 เผยแพร่สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

ช่วงที่ 3 (Post-Launch) เสริมสร้างและปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีในการท่องเที่ยว

- ม.ค.-มี.ค. 2548 จัดกิจกรรมอบรมท่องเที่ยวระหว่างสมาชิกและพรีเซนเตอร์ 10 ครั้ง
- ก.พ.-พ.ค. 2548 แคมป์สัปดาห์ 30 แห่ง ต่างจังหวัด 4 ภาค
- เม.ย.-ต.ค. จัดกิจกรรม SAVE THE UNSEEN

8. สื่อที่ใช้ในการรณรงค์

สำหรับสื่อที่ใช้ในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม สามารถสรุปจากผลการสัมภาษณ์ ได้ว่า การวางแผนการใช้สื่อของโครงการในระยะแรกจะมุ่งเน้นไปที่สื่อที่มีค่าใช้จ่ายสูง ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมทั่วประเทศ ส่วนสื่ออื่นๆ ที่มีค่าใช้จ่ายต่ำจะยังคงใช้ต่อเนื่องไปตลอดโครงการ สาเหตุที่ต้องทำดังนี้เนื่องมาจากททท.มีงบประมาณไม่เพียงพอ

สื่อหลัก	คือ	สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเตอร์เน็ต
สื่อรอง	คือ	สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์
สื่อเฉพาะกิจ	คือ	แผ่นพับ โปสเตอร์ แผ่นป้ายรณรงค์ กอลล์เซนเตอร์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์

การรณรงค์โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดให้มีการสื่อสารในเชิงรุก และมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชน เช่น การออกสปอตโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ และสถานีวิทยุต่างๆ การใช้แผ่นพับ โปสเตอร์ แผ่นป้าย การจัดนิทรรศการ และการจัดโรดโชว์ เป็นต้น สื่อเหล่านี้ นอกจากจะใช้เพื่อให้เยาวชนเกิดความตระหนัก และมีพฤติกรรมให้ความร่วมมือในการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบแล้ว ยังเป็นการช่วยเพิ่มพูนความรู้ให้แก่เยาวชนและบุคคลทั่วไปอีกด้วย

การรณรงค์ใช้สื่อโทรทัศน์และสื่ออินเตอร์เน็ตเป็นหลัก และเสริมด้วยสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจ ประเภท โปสเตอร์ แผ่นพับ และป้ายรณรงค์ต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การโฆษณา

วัตถุประสงค์ของการโฆษณา

1. เพื่อเปิดตัวโครงการและสร้างการรับรู้ให้กับเยาวชนทั่วประเทศ ที่มีอายุระหว่าง 14-26 ปี
2. เพื่อโน้มน้าวให้สมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม ดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว และให้เกิดกระแสการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว

การโฆษณาจัดเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงผู้ชมได้มาก เนื่องจากมีความถี่สูงและสามารถใช้สื่อโฆษณาได้หลายประเภท คือ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ โดยกำหนดเนื้อหาตามวัตถุประสงค์เพื่อเปิดตัวโครงการและสร้างการรับรู้ให้กับเยาวชนทั่วประเทศ ทั้งนี้ได้เลือกตัวแสดงผู้นำเสนอโครงการ (Presenter) คือ คุณแจษฎาภรณ์ ผลดี ซึ่งเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังเป็นการบ่งบอกถึงจุดยืนของโครงการว่าเป็นโครงการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ และเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและต่อการท่องเที่ยวตามภาพลักษณ์ของคุณแจษฎาภรณ์ ผลดี ที่เป็นนักแสดงคุณภาพ มีความรับผิดชอบ มี

ชื่อเสียง และเคยเป็นผู้นำเสนอ (Presenter) โฆษณาชุด เทียวเมืองไทยในราคา 600 บาท ซึ่งเป็นงานโฆษณาที่มุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายเยาวชนทั่วประเทศ ที่ทาง ททท. ได้ดำเนินการเผยแพร่ไปเมื่อปี พ.ศ. 2538 มาแล้ว

ในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม คุณเจนฉัตรภรณ์ ผดดี เป็นผู้แสดง (Presenter) ในโฆษณาที่จัดทำขึ้นเป็นภาพยนตร์โฆษณา 2 รูปแบบคือ

โฆษณารูปแบบที่ 1 เรื่อง บ้านใคร...ใครก็รัก ความยาว 60 วินาที

โฆษณารูปแบบที่ 2 เรื่อง สัตย์บ้าน ความยาว 30 วินาที

สื่อที่ใช้โฆษณามีดังนี้

- สื่อโทรทัศน์ ออกเผยแพร่สลับกันไป ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2546 หลังจากที่มิพธิธิเปิดตัวโครงการและเปิดตัวฟรีเซนต์โครงการไปเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2546 โดยเลือกออกอากาศในช่วงรายการที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ เช่น รายการเพลงทะเลจอย รายการเพื่อนเดินทาง รายการ T.V.Relax และรายการองศา 9 เป็นต้น

- สื่อวิทยุ จัดทำสปอตโฆษณาทางวิทยุความยาว 30 วินาที โดยใช้เสียงของฟรีเซนต์และเนื้อหาคำพูดเป็นบทเดียวกันกับภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ออกอากาศเผยแพร่ทางสถานีวิทยุและรายการวิทยุที่ทาง ททท. ชื่อเวลาไว้แล้ว เช่น คลื่น FM. 94.5 และ FM. 89.5 เป็นต้น

- สื่อสิ่งพิมพ์ จัดทำแบบโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ รวม 4 รูปแบบ มีการลงเผยแพร่ในสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยการซื้อพื้นที่โฆษณาในนิตยสาร เช่น แพรว อิมเมจ Student Weekly

เนชั่นเนียร์ และสารคดี เป็นต้น ในส่วนของหนังสือรายวัน ได้เลือกเผยแพร่ลงในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งครอบคลุมผู้อ่านทั่วประเทศ เพื่อให้เป้าหมายเกิดการรับรู้และเกิดความสนใจที่จะสมัครเข้าเป็นสมาชิกโครงการ

สำหรับการเผยแพร่สื่อโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ได้ลงเผยแพร่ในเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2546 เท่านั้น และมีความถี่ที่ต่ำ เนื่องจากงบประมาณในการซื้อสื่อมีไม่เพียงพอ แต่จะมีการใช้สื่ออื่นๆ ในการประชาสัมพันธ์แทนในระยะต่อไป

- สื่อกลางแจ้ง (Billboard) จัดทำขึ้น โดยใช้รูปแบบเดียวกันกับสื่อสิ่งพิมพ์ และมีการติดตั้งใน 4 จุด คือ บริเวณทุ่งสองห้อง, บริเวณทางด่วน อ.ส.ม.ท., บริเวณสามย่าน และบริเวณคอนเมือง

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

1. สร้างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
2. กระตุ้นให้เกิดการสนใจและสร้างจิตสำนึกในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ทำการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านทุกสื่อ ตั้งแต่เริ่มเปิดตัวโครงการและเปิดตัวผู้แสดง ได้แก่

- สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุด สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และทั่วถึงผ่านทางภาพและเสียงของเหตุการณ์และกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ ได้อย่างชัดเจน เช่น การเปิดตัวโครงการ การเปิดตัวผู้แสดง ซึ่งมีการสัมภาษณ์คุณเจนุภาภรณ์ ผลดี เป็นสื่อบุคคลที่สามารถสร้างความสนใจให้สื่อมวลชนและกลุ่มเป้าหมายได้ดี

- สื่อวิทยุ เป็นสื่อที่ใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมายและวิทยุยังเป็นสื่อที่เหมาะสมในการสร้างการรับรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สื่อทางด้านเสียงสามารถให้ความรู้เหมือนเพื่อนผู้เข้าใจที่ให้คำปรึกษาหรือรับฟังได้อย่างสะดวกใจ โดยไม่รู้สีกว่ากำลังถูกยัดเยียดข้อมูล นอกจากนั้นยังมีข้อได้เปรียบในเรื่องของความถี่ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกช่วงได้ การนำเสนอโครงการผ่านสื่อวิทยุทำโดยการใช้เสียงของผู้แสดงในการแนะนำโครงการ ซึ่งเสียงของผู้แสดงนี้จะทำให้กลุ่มเป้าหมายจดจำโครงการได้

- สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปในวงกว้าง จัดทำโดยการส่งข่าวแจก (Press Release) การนัดสัมภาษณ์พิเศษผู้บริหาร ททท. และสัมภาษณ์ผู้แสดง เป็นกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการพร้อมกับการซื้อหน้าลงบทความ (Advertorial Section) ในหนังสือพิมพ์รายวัน เช่น มติชน และผู้จัดการรายวัน เป็นต้น

- สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพสูงและเป็นที่ยอมรับใช้งานในหน่วยงานต่างๆ รวมถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการซึ่งเป็นเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่มีการใช้งานสื่อประเภทนี้มาก สื่ออินเทอร์เน็ตนี้ยังให้ประโยชน์ในการประเมินผลโครงการเพราะเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-Way Communication) และช่วยอำนวยความสะดวกให้กลุ่มเป้าหมายสามารถสมัครเข้าเป็นสมาชิกโครงการผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตได้จากเว็บไซต์ www.creativetraveler.net

- สื่อโทรศัพท์ หรือคอลล์เซนเตอร์ เป็นสื่อที่ให้กลุ่มเป้าหมายสามารถโทรศัพท์เข้ามาสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ กิจกรรม สิทธิประโยชน์และยังเป็นช่องทางหนึ่งในการสมัครสมาชิกโครงการ ได้อีกด้วย ผ่านทางหมายเลข 1147

- สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่

1. ไปสเตอร์/แผ่นพับ แนะนำโครงการพร้อมใบสมัคร
2. สมุดคู่มือการเป็นสมาชิกโครงการและสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกได้รับ เพื่อเป็นการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศด้วย
3. สารคดีโทรทัศน์เกี่ยวกับโครงการและการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่เยาวชนสนใจ และสารคดีท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อใช้ประกอบการสัมมนา บรรยาย และประชาสัมพันธ์

4. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงสมาชิก (E-Mail) เป็นการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงผู้ที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกของ โครงการแล้ว เพื่อแจ้งถึงกิจกรรมของโครงการ รวมถึงเนื้อหาสาระความรู้ อื่นๆ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

9. กฤษฎีการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบ

เนื้อหาหลักที่ทางโครงการใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือ สถานการณ์ปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากน้ำมือของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลร้ายแรงแก่ธรรมชาติ ทั้งสัตว์ป่าที่ล้มตายลง โบราณวัตถุและโบราณสถานที่มีร่องรอยขีดเขียน ทูบทำลาย และสภาพธรรมชาติที่ทรุดโทรมลงอย่างน่าใจหาย ในขณะที่เดียวกันยังมุ่งเน้นบอกกล่าวถึงแนวทางในการปฏิบัติที่ถูกต้องในการเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย เพื่อเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นแก่กลุ่มเป้าหมาย

10. งบประมาณโครงการ

ในการดำเนินงานโครงการมีงบประมาณจำนวน 35,000,000 บาท โดยเป็นงบประมาณที่มาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 10 ล้านบาท และเงินสนับสนุนจากพันธมิตร จำนวน 25 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายด้านการประชาสัมพันธ์

- ค่าผลิตภาพยนตร์โฆษณา 2 เรื่อง	6,000,000 บาท
- รายการโทรทัศน์	6,000,000 บาท
- ค่าออกแบบ/ผลิตสื่อ	2,000,000 บาท
- ค่าจัดทำเว็บไซต์/คอลล์เซนเตอร์	2,000,000 บาท
- อื่นๆ	1,000,000 บาท

ค่าใช้จ่ายด้านกิจกรรม

- บัตรสมาชิก 200,000 ใบๆ ละ 30 บาท	6,000,000 บาท
- רכזահាสมาชิก จำนวน 20 ครั้ง	2,500,000 บาท
- ค่าจัดกิจกรรม	7,000,000 บาท
- พิธีเปิดตัวโครงการ/แถลงข่าว	1,500,000 บาท
- อื่นๆ	1,000,000 บาท

11. การหาพันธมิตรร่วมสนับสนุน

ดำเนินการจัดหาพันธมิตรร่วมสนับสนุนโครงการเพื่อให้เกิดความยิ่งใหญ่แก่ภาพของโครงการ และเพิ่มความน่าสนใจในด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับของสมาชิก โดยหาพันธมิตรที่ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว, เคนป่า หรือผลิตภัณฑ์ที่เน้นกลุ่มเยาวชนเป็นหลัก ได้แก่

- สำนักงานกรุงเทพมหานคร
- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด
- บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด
- บริษัท เซ็นทรัล พัฒนา จำกัด (มหาชน)

12. ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการสื่อสารและการดำเนินงาน

จากการสัมภาษณ์ถึงปัญหาและอุปสรรคที่พบในการสื่อสารและการดำเนินงานตามแผนสามารถสรุปได้ดังนี้

1. งบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด ในขณะที่การสื่อสารเพื่อรณรงค์โครงการด้านการอนุรักษ์นั้นจำเป็นที่จะต้องมีการกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จึงจะสามารถสร้างกระแสการอนุรักษ์ให้สามารถโน้มน้าวใจ รวมถึงสร้างความรู้ ความเข้าใจและความตระหนักให้เกิดขึ้นได้ และจากการที่มีงบประมาณจำกัดนี้ทำให้การรณรงค์ทางสื่อมวลชนที่สามารถก่อให้เกิดการรับรู้และมีผลกระทบสูง อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ สามารถกระทำได้ในเพียงช่วงสั้นๆ คือช่วงเริ่มต้นโครงการในระยะแรกเพียง 2 เดือนเท่านั้น (พ.ย.-ธ.ค. 2547) ในขณะที่ช่วงเวลาที่เหลือของโครงการซึ่งมีระยะเวลายาวนานประมาณ 2 ปี ทางททท. จำเป็นต้องหันไปใช้สื่อด้านอื่นๆ คือ สื่อเว็บไซต์ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าแทน ซึ่งสื่อประเภทนี้สามารถเข้าถึงและเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มเกิดการลืมเลือนและมีความสนใจในโครงการลดน้อยลง

ข้อเสนอแนะ ควรจะมีการจัดสรรการใช้จ่ายงบประมาณที่มีประสิทธิภาพมากกว่านี้ เนื่องจากงบประมาณจำนวนทั้งสิ้น 35 ล้านบาทนั้น นับว่าเป็นเม็ดเงินในจำนวนที่ไม่น้อย ทางททท. ควรจะมีแนวทางในการบริหารจัดการงบประมาณด้วยความรอบคอบ อาทิ การลดค่าใช้จ่ายในส่วนของการจัดกิจกรรม ซึ่งอาจจะยังคงความดีในการจัดกิจกรรมเช่นเดิม แต่อาจจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง การพักค้างแรม และอื่นๆ ให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น เช่น แทนที่จะจัดที่พักตามโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีราคาแพง ก็อาจจะปรับเปลี่ยนมาเป็นการพักแบบโฮมสเตย์ หรือการกางเต็นท์รอบกองไฟแบบเข้าค่าย ซึ่งเป็นที่คุ้นเคยและชื่นชอบของเยาวชน ก็จะช่วยประหยัดงบประมาณและลดค่าใช้จ่ายได้มาก แต่ในกรณีที่ไม่สามารถตัดค่าใช้จ่ายได้จริง ก็ควรจะหาช่องทางในการเพิ่มงบประมาณ ซึ่งอาจเป็นการจัดกิจกรรมร่วมกันกับพันธมิตร หรืออาจจะขอการ

สนับสนุนเพิ่มเติมจากภาคเอกชนหรือธุรกิจที่ดำเนินการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่แล้ว ให้จัดการแสดง งานออกร้าน หรือกิจกรรมการกุศลเพื่อจัดหาเงินทุนในการสนับสนุนโครงการ หรือในอีกกรณีหนึ่งคือการขอความสนับสนุนจากมูลนิธิทางด้านสิ่งแวดล้อมของต่างประเทศให้เข้ามาช่วยเหลือด้านเงินทุนในการดำเนินการโครงการต่อไป

2. เขาชวนให้ความร่วมมือในกิจกรรมของโครงการน้อย เนื่องจากรูปแบบของการจัดกิจกรรมยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเขาชวนเท่าที่ควร มีการเน้นหนักไปทางการประชุมและการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเป็นจำนวนมาก ในขณะที่การจัดกิจกรรมทัศนศึกษา การไปเข้าค่าย และกิจกรรมปฏิบัติการด้านการอนุรักษ์ที่กลุ่มเขาชวนให้ความสนใจและมีความชื่นชอบมากกว่ายังมีอยู่เป็นจำนวนน้อย อีกทั้งความถี่ในการจัดกิจกรรมยังมีไม่มากพอ ทำให้สมาชิกทั่วประเทศไม่สามารถเข้าร่วมได้อย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะ ควรมีการจัดทำแบบสำรวจเพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มสมาชิกทั่วทั้งประเทศ ในเรื่องรูปแบบ ลักษณะ และความถี่ของกิจกรรม เพื่อให้ทางโครงการฯ สามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงงานให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มสมาชิกต่อไป

13. การติดตามและประเมินผลโครงการ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดวิธีการประเมินผลโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม โดยใช้กรอบของ Stufflebeam (1971) ภายใต้แบบ CIPP Model และทำการประเมินแบบครบวงจร เริ่มตั้งแต่การประเมินบริบทของโครงการ รวมถึงการประเมินปัจจัยที่ใช้ในการดำเนินการ ตลอดจนกระบวนการและผลสำเร็จของโครงการ โดยเริ่มดำเนินการประเมินผลทางตรงจากสมาชิกที่สมัครเข้าร่วมโครงการ ผ่านทางเว็บไซต์ www.creativetraveler.net และจากคอลล์เซนเตอร์ 1147 นอกจากนี้ยังมีการประเมินผลการรับรู้ (Awareness) จากสื่อโฆษณา โดยวัดผลการรับรู้โครงการจากงานวิจัยของบริษัท AC Neilson จำกัด

นอกจากนั้นยังมีการประเมินผลจากการทำแบบสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มเขาชวนที่เป็นสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมที่โครงการจัดให้ เพื่อประมวลผลทั้งหมดนำมาปรับปรุงโครงการเป็นระยะ และปรับปรุงในส่วนของกิจกรรมให้แก่สมาชิก และปรับปรุงโครงการในปีต่อไปด้วย โดยมอบหมายให้บริษัทครีเอทีฟ จูซ จีวัน จำกัด ดำเนินการส่วนหนึ่งและกองติดตามและประเมินผลของ ททท. ดำเนินการร่วมกันอีกทางหนึ่ง

ส่วนที่ 2 การศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใต้ใจถึงแควด้อม

การศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเก็บข้อมูลในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้การสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในประเด็นต่างๆ คือ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ ความตระหนัก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม มีดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิจัยที่นำมาอธิบายในเชิงพรรณนา ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งจะแสดงผลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 2 ผลการวิจัยที่นำมาอธิบายในเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1-3 โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficients) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการกับความตระหนัก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	132	33.00
หญิง	268	67.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.00 และเพศชาย ร้อยละ 33.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
14-17	248	62.00
18-20	87	21.75
21-23	21	5.25
24-26	44	11.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 14-17 ปี ร้อยละ 62.00 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 18-20 ร้อยละ 21.75 ผู้ที่มีอายุระหว่าง 24-26 ปี ร้อยละ 11.00 และผู้ที่มีอายุระหว่าง 21-23 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 5.25

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	1.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย	308	77.00
ปวช./ปวศ./อนุปริญญา	8	2.00
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	55	13.75
สูงกว่าปริญญาตรี	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 77.00 รองลงมาคือ ปริญญาตรี/เทียบเท่า ร้อยละ 13.75 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 5.75 ระดับการศึกษาปวช./ปวศ./อนุปริญญา ร้อยละ 2.00 และระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น น้อยที่สุด คือ ร้อยละ 1.50

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน	304	76.00
นิสิต/นักศึกษา	53	13.25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	10	2.50
พนักงานบริษัทเอกชน	32	8.00
ไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน)	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน ร้อยละ 76.00 รองลงมาคือ นิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 13.25 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 8.00 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ร้อยละ 2.50 และไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน) มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 0.25

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนตัว

รายได้ส่วนตัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 2,000 บาท	167	41.75
2,001 - 5,000 บาท	160	40.00
5,001 - 8,000 บาท	21	5.25
8,001 - 11,000 บาท	21	5.25
11,001 - 14,000 บาท	9	2.25
มากกว่า 14,001 บาท	22	5.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท ร้อยละ 41.75 รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 2,001 - 5,000 บาท ร้อยละ 40.00 รายได้มากกว่า 14,001 บาท ร้อยละ 5.50 รายได้ระหว่าง 5,001 - 8,000 บาท และ 8,001 - 11,000 บาท มีจำนวนเท่ากัน คือร้อยละ 5.25 และรายได้ระหว่าง 11,001 - 14,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 2.25

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวภายใน 1 ปี

จำนวนครั้งของการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2 ครั้ง	80	20.00
3-4 ครั้ง	154	38.50
4-5 ครั้ง	54	13.50
มากกว่า 6 ครั้ง	112	28.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวภายใน 1 ปีคือ 3-4 ครั้ง ร้อยละ 38.50 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวมากกว่า 6 ครั้ง ร้อยละ 28.00 ท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง ร้อยละ 20.00 และท่องเที่ยว 4-5 ครั้งมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 13.50

ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างในการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม

การมีส่วนร่วมใน โครงการรณรงค์ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม	\bar{X}	S.D.	ระดับการมีส่วนร่วม
1. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น	1.37	0.88	มีส่วนร่วมค่านาก
2. ท่านเคยเข้าชมและร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทาง เว็บไซต์ของโครงการ YCT www.creativetraveler.net	1.48	0.82	มีส่วนร่วมค่านาก
3. ท่านเคยติดต่อ, สอบถาม หรือขอข้อมูลโครงการ YCT จาก คอลด์ชาเตอร์ โทร.1147	1.39	0.81	มีส่วนร่วมค่านาก
4. ท่านเคยชักชวนเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง ให้เข้าร่วมกิจกรรมที่ทาง โครงการ YCT จัดขึ้น	1.63	1.06	มีส่วนร่วมค่านาก
5. ท่านมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือแพร่ข่าวสาร ความมุ่งมั่นและ เจตนารมณ์ของ โครงการ YCT ไปยังเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง และคน รู้จัก	1.72	1.04	มีส่วนร่วมค่านาก
6. ท่านร่วมทำกิจกรรมของ โครงการ YCT มาอย่างค่อนเนื่อง	1.43	0.83	มีส่วนร่วมค่านาก
7. ท่านเคยปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ และ ครอบครัวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งแวดลอม	2.48	1.10	มีส่วนร่วมต่ำ
8. ท่านติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และการดำเนินงาน โครงการฯ	2.45	1.11	มีส่วนร่วมต่ำ
9. ท่านเคยค้นหา ศึกษาข้อมูล และสอบถามผู้รู้เกี่ยวกับแนวทาง การอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอม	2.64	1.03	มีส่วนร่วมปานกลาง
10. ท่านเคยร่วมสนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ในการจัด กิจกรรมของโครงการ YCT	1.64	0.94	มีส่วนร่วมค่านาก
รวม	1.823	0.962	มีส่วนร่วมต่ำ

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม โดยรวมแล้วมีระดับการมีส่วนร่วมต่ำเท่ากับ 1.823 โดยที่ข้อความที่มีค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมสูงสุดคือ ค้นหา ศึกษาข้อมูล และสอบถามผู้รู้เกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอม เท่ากับ 2.64 รองลงมาคือ ปรึกษาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ และครอบครัวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอม เท่ากับ 2.48 และติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และการดำเนินงานโครงการฯ เท่ากับ 2.45 และข้อความที่มีค่าการมีส่วนร่วมต่ำที่สุดคือเคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น เท่ากับ 1.37

ตารางที่ 8 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	\bar{X}	S.D.	ระดับความตระหนัก
1. ปัญหาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควรได้รับการปลูกฝังให้รู้ และเข้าใจตั้งแต่เด็ก เนื่องจากเป็นปัญหาที่สำคัญมากในปัจจุบัน	4.53	0.68	ความตระหนักสูงมาก
2. การชมหรือศึกษาโบราณวัตถุอย่างใกล้ชิด โดยการสัมผัสหรือจับต้องอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อโบราณวัตถุนั้น	4.03	0.95	ความตระหนักสูง
3. ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด	3.69	1.09	ความตระหนักสูง
4. การสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ก่อให้เกิดการสูญเสียป่าและต้นน้ำลำธาร	3.84	0.88	ความตระหนักสูง
5. การปิดอุทยานแห่งชาติหรือการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวมิให้เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานฯ มากเกินไป เป็นการเปิดโอกาสให้ธรรมชาติได้ฟื้นตัว	4.13	0.83	ความตระหนักสูง
6. การที่มีนักท่องเที่ยวไปพักผ่อนบริเวณต้นน้ำลำธารเป็นจำนวนมาก เป็นการทำลายสภาพป่าให้เสื่อมโทรมเร็วยิ่งขึ้น	4.05	0.91	ความตระหนักสูง
7. งานเทศกาลและประเพณีต่างๆ ควรจะปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว	3.47	1.09	ความตระหนักสูง
8. การนำปลาสวยงามประเภทต่างๆ ในทะเลมาเลี้ยงไว้ในตู้ปลาเป็นการทำลายทรัพยากรสัตว์น้ำทางอ่อน	3.88	1.06	ความตระหนักสูง
9. มนุษย์ได้คิดแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติจนเกินขอบเขต ทำให้สถานะความสมดุลทางธรรมชาติต้องสูญเสียไป	4.27	0.81	ความตระหนักสูงมาก
10. เราทุกคนสามารถช่วยแก้ปัญหาหรือนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้	4.60	0.68	ความตระหนักสูงมาก
รวม	4.049	0.898	ความตระหนักสูง

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความตระหนักโดยรวมแล้วอยู่ในระดับสูงเท่ากับ 4.049 โดยข้อความที่มีค่าเฉลี่ยความตระหนักสูงสุดคือเราทุกคนสามารถช่วยแก้ปัญหาหรือนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้ เท่ากับ 4.60 รองลงมาคือปัญหาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควรได้รับการปลูกฝังให้รู้ และเข้าใจตั้งแต่เด็ก เนื่องจากเป็นปัญหาที่สำคัญมากในปัจจุบัน เท่ากับ 4.53 และมนุษย์ได้คิดแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติจนเกินขอบเขต ทำให้สถานะความสมดุลทางธรรมชาติต้องสูญเสียไป เท่ากับ 4.27 และข้อความที่มีค่าเฉลี่ยความตระหนักต่ำที่สุดคืองานเทศกาลและประเพณีต่างๆ ควรจะปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เท่ากับ 3.47

ตารางที่ 9 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างในด้าน พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	\bar{X}	S.D.	ระดับพฤติกรรม
1. ทำนปฏิบัติความถูกต้องของข้อบังคับของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว อย่างเคร่งครัด	4.13	0.78	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูง
2. ทำนช่วยปกป้องดูแลมิให้ผู้อื่นทำลายหรือทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	3.58	0.83	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูง
3. ทำนเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งโบราณวัตถุและโบราณสถานด้วยความเคารพ ดำรง และรักษาสภาพเดิมของสถานที่ท่องเที่ยวไว้	4.34	0.75	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูงที่สุด
4. ทำนหลีกเลี่ยงการสัมผัส จิกเขียนข้อความหรือใช้แฟลชถ่ายรูปโบราณสถาน เนื่องจากเป็นสาเหตุของการทำลายโบราณสถาน	4.35	0.88	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูงที่สุด
5. ทำนงดเว้นการให้อาหารแก่สัตว์ป่า เนื่องจากอาจทำให้พฤติกรรมทางกินของสัตว์ป่าเปลี่ยนไปได้	3.98	1.04	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูง
6. ทำนให้ความเคารพและปฏิบัติตัวถูกต้องตามกาลเทศะ เมื่อเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมต่างออกไป	4.33	0.75	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูงที่สุด
7. ทำนเสนอแนะหรือแจ้งเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพบว่ามีความเสียหายหรือมีการกระทำที่ไม่เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น	3.36	1.04	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปานกลาง
8. ทำนหลีกเลี่ยงการส่งเสียงดังทั้งจากตนเอง หรือจุดดอกไม้ไฟ และยิงปืนในพื้นที่ธรรมชาติ	4.25	0.94	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูงที่สุด
9. ทำนนำขยะออกจากแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยเก็บขยะในระหว่างการท่องเที่ยวด้วย	3.88	0.91	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูง
10. ทำนช่วยแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้กับผู้อื่นในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว	3.48	1.00	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูง
รวม	3.968	0.892	พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูง

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับสูง เท่ากับ 3.968 โดยข้อความที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือหลีกเลี่ยงการสัมผัส จิกเขียนข้อความหรือใช้แฟลชถ่ายรูปโบราณสถาน เนื่องจากเป็นสาเหตุของการทำลายโบราณสถาน เท่ากับ 4.35 รองลงมาคือ เดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งโบราณวัตถุและโบราณสถานด้วยความเคารพ ดำรง และรักษาสภาพเดิมของสถานที่ท่องเที่ยวไว้ เท่ากับ 4.34 และให้ความเคารพและปฏิบัติตัวถูกต้องตามกาลเทศะ เมื่อเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมต่างออกไป และ 4.33 และข้อความที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือเสนอแนะหรือแจ้งเจ้าหน้าที่ที่

รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพบว่ามีความเสี่ยงหรือมีการกระทำที่ไม่เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เท่ากับ 3.36

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ

การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม	ชาย		หญิง		T	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น	1.61	1.16	1.25	0.67	3.88*	0.00
2. ท่านเคยเข้าอบรมและร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทางเว็บไซต์ของโครงการ YCT www.creativetraveler.net	1.53	0.90	1.46	0.78	0.82	0.41
3. ท่านเคยติดต่อ, สอบถาม หรือขอข้อมูลโครงการ YCT จากคอลด์เซนเตอร์ โทร.1147	1.38	0.91	1.40	0.76	-0.24	0.81
4. ท่านเคยชักชวนเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง ให้เข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น	1.64	1.17	1.62	1.01	0.12	0.91
5. ท่านมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือแพร่ข่าวสาร ความมุ่งมั่นและเจตนารมณ์ของโครงการ YCT ไปยังเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง และคนรู้จัก	1.66	0.96	1.75	1.08	-0.78	0.43
6. ท่านร่วมทำกิจกรรมของโครงการ YCT มาอย่างค่อนเนื่อง	1.51	0.86	1.40	0.82	1.26	0.21
7. ท่านเคยปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ และครอบครัวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	2.27	1.17	2.57	1.06	-2.59*	0.01
8. ท่านติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และการดำเนินงานโครงการฯ	2.29	1.21	2.53	1.05	-2.03*	0.04
9. ท่านเคยค้นหา ศึกษาข้อมูล และสอบถามผู้รู้เกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	2.55	1.21	2.68	0.93	-1.18	0.24
10. ท่านเคยร่วมสนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ในการจัดกิจกรรมของโครงการ YCT	1.70	1.00	1.61	0.92	0.96	0.34

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกันในทุก ข้อความ ยกเว้นข้อความการเคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น, เคยปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ และครอบครัวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม และติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และการดำเนินงานโครงการฯ อย่างมี นัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00, 0.01 และ 0.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อความ ตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตาม เพศ

ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยว ที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม	ชาย		หญิง		t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ปัญหาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควรได้รับการปลูกฝังให้รู้ และเข้าใจตั้งแต่เด็ก เนื่องจากเป็นปัญหาที่สำคัญมากในปัจจุบัน	4.43	0.85	4.58	0.58	-2.08*	0.04
2. การชมหรือศึกษาโบราณวัตถุอย่างใกล้ชิด โดยการสัมผัสหรือจับต้องอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อโบราณวัตถุนั้น	4.06	1.09	4.02	0.88	0.41	0.68
3. ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด	3.73	1.25	3.68	1.00	0.45	0.65
4. การสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ก่อให้เกิดการสูญเสียน้ำและดินน้ำ ด้าธาร	3.81	0.99	3.85	0.83	-0.39	0.70
5. การปิดอุทยานแห่งชาติหรือการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวมิให้เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานฯ มากเกินไป เป็นการเปิดโอกาสให้ธรรมชาติได้ฟื้นตัว	4.17	0.92	4.12	0.78	0.58	0.56
6. การที่มีนักท่องเที่ยวไปพักผ่อนบริเวณคันน้ำด้าธารเป็นจำนวนมาก เป็นการทำลายสภาพป่าให้เสื่อมโทรมเร็วยิ่งขึ้น	4.09	0.95	4.03	0.89	0.67	0.50
7. งานเทศกาลและประเพณีต่างๆ ควรจะปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบัน ให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว	3.58	1.09	3.41	1.09	1.40	0.16
8. การนำปลาสวยงามประเภทต่างๆ ในทะเลมาเลี้ยงไว้ในตู้ปลาเป็นการทำลายทรัพยากรสัตว์น้ำทางอ้อม	3.75	1.08	3.94	1.05	-1.69	0.09
9. มนุษย์ได้คิดแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติจนเกินขอบเขต ทำให้สภาวะความสมดุลทางธรรมชาติต้องสูญเสียไป	4.20	0.94	4.30	0.74	-1.18	0.24
10. เราทุกคนสามารถช่วยแก้ปัญหาหรืออนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้	4.39	0.86	4.70	0.55	-4.44*	0.00

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความตระหนักไม่แตกต่างกันในทุกข้อความ ยกเว้นข้อความปัญหาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควรได้รับการปลูกฝังให้รู้ และเข้าใจตั้งแต่เด็ก เนื่องจากเป็นปัญหาที่สำคัญมากในปัจจุบัน และเราทุกคนสามารถช่วยแก้ปัญหาหรืออนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.04 และ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	ชาย		หญิง		t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ท่านปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด	3.57	0.88	3.58	0.81	-0.11	0.91
2. ท่านช่วยปกป้องดูแลมิให้ผู้อื่นทำลายหรือทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	4.16	0.78	4.43	0.71	-3.45*	0.00
3. ท่านเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งโบราณวัตถุและโบราณสถานด้วยความเคารพ สำนวณ และรักษาสภาพเดิมของสถานที่ท่องเที่ยวไว้	4.19	1.01	4.43	0.79	-2.55*	0.01
4. ท่านหลีกเลี่ยงการสัมผัส จิกเขียนข้อความหรือใช้แฟลชถ่ายรูปโบราณสถาน เนื่องจากเป็นสาเหตุของการทำลายโบราณสถาน	4.08	0.96	3.93	1.07	1.43	0.15
5. ท่านงดเว้นการให้อาหารแก่สัตว์ป่า เนื่องจากอาจทำให้พฤติกรรมกรากินของสัตว์ป่าเปลี่ยนไปได้	4.20	0.84	4.40	0.70	-2.41*	0.02
6. ท่านให้ความเคารพและปฏิบัติตามกฎข้อห้ามการทะเลาะ เมื่อเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมค่างออกไป	3.57	1.07	3.26	1.01	2.80*	0.01
7. ท่านเสนอแนะหรือแจ้งเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพบว่ามีความเสียหายหรือมีการกระทำที่ไม่เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยว	4.17	0.97	4.28	0.92	-1.06	0.29
8. ท่านหลีกเลี่ยงการส่งเสียงดังทั้งจากตนเอง หรือจุดดอกไม้ไฟและยิงปืนในพื้นที่ธรรมชาติ	3.90	0.96	3.87	0.89	0.29	0.77
9. ท่านนำขยะออกจากแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยเก็บขยะในระหว่างการท่องเที่ยวด้วย	3.53	1.05	3.46	0.98	0.70	0.48
10. ท่านช่วยแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้กับผู้อื่นในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว	3.57	0.88	3.58	0.81	-0.11	0.91

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามเพศ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมไม่แตกต่างกันในทุกข้อความ ยกเว้นข้อความท่านช่วยปกป้องดูแลมิให้ผู้อื่นทำความเสียหายแก่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม, ท่านเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งโบราณวัตถุและโบราณสถานด้วยความเคารพ ตำรวม และรักษาสภาพเดิมของสถานที่ท่องเที่ยวไว้, ท่านงดเว้นการให้อาหารแก่สัตว์ป่า เนื่องจากอาจทำให้พฤติกรรมการหากินของสัตว์ป่าเปลี่ยนไปได้และท่านให้ความเคารพและปฏิบัติตัวถูกต้องตามกาลเทศะ เมื่อเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมต่างออกไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่มีค่า นัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00, 0.01, 0.02 และ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมจำแนกตามอายุ

การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม	14-17	18-20	21-23	24-26	F	Sig.
	ปี	ปี	ปี	ปี		
	X	X	X	X		
1. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น	1.26	1.77	1.10	1.32	8.58*	0.00
2. ท่านเคยเข้าชมและร่วมแสดงความคิดเห็นผ่าน ทางเว็บไซต์ของโครงการ YCT www.creativetraveler.net	1.28	1.75	1.62	2.02	16.19*	0.00
3. ท่านเคยติดต่อ, สอบถาม หรือขอข้อมูลโครงการ YCT จากคอลล์เซนเตอร์ โทร.1147	1.28	1.68	1.43	1.43	5.37*	0.00
4. ท่านเคยชักชวนเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง ให้เข้าร่วม กิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น	1.36	1.84	1.90	2.57	20.94*	0.00
5. ท่านมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือแพร่ข่าวสาร ความ มุ่งมั่นและเจตนารมณ์ของโครงการ YCT ไปยังเพื่อน ฝูง ผู้ปกครอง และคนรู้จัก	1.47	1.90	2.24	2.50	17.29*	0.00
6. ท่านร่วมทำกิจกรรมของโครงการ YCT มาอย่าง ต่อเนื่อง	1.28	1.82	1.67	1.41	9.99*	0.00
7. ท่านเคยปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ และครอบครัวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	2.41	2.45	2.86	2.73	1.95	0.12
8. ท่านติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และการ ดำเนินงานโครงการฯ	2.28	2.51	2.33	3.32	11.99*	0.00

ตารางที่ 13 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมจำแนกตามอายุ

การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม	14-17	18-20	21-23	24-26	F	Sig.
	ปี	ปี	ปี	ปี		
	X	X	X	X		
9. ท่านเคยค้นหา ศึกษาข้อมูล และสอบถามผู้เกี่ยวข้องกับ แนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อม	2.46	2.70	3.38	3.16	10.56*	0.00
10. ท่านเคยร่วมสนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ใน การจัดกิจกรรมของโครงการ YCT	1.58	1.86	1.33	1.70	2.82*	0.04

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์
นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่
ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมแตกต่างกันในทุกข้อความ
ยกเว้นข้อความท่านเคยปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ และครอบครัวเกี่ยวกับการ
อนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่มีค่านัยสำคัญ
ทางสถิติเท่ากับ 0.12

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามอายุ

ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	14-17	18-20	21-23	24-26	F	Sig.
	ปี	ปี	ปี	ปี		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}		
1. ปัญหาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควรถูกได้รับการปกป้องให้รู้ และเข้าใจตั้งแต่เด็ก เนื่องจากเป็นปัญหาที่สำคัญมากในปัจจุบัน	4.52	4.41	4.48	4.89	5.07*	0.00
2. การชมหรือศึกษาโบราณวัตถุอย่างใกล้ชิด โดยการใช้กล้องหรือจับต้องอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อโบราณวัตถุนั้น	3.95	4.13	4.86	3.93	6.61*	0.00
3. ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด	3.88	4.07	2.38	2.50	45.12*	0.00
4. การสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ก่อให้เกิดการสูญเสียชีวิตและค่าน้ำค่าธรรม	3.86	3.95	3.76	3.48	3.11*	0.03
5. การปิดอุทยานแห่งชาติหรือการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวมิให้เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานฯ มากเกินไป เป็นการเปิดโอกาสให้ธรรมชาติได้ฟื้นตัว	4.00	4.31	4.00	4.57	8.01*	0.00
6. การที่มีนักท่องเที่ยวไปพักผ่อนบริเวณค่าน้ำค่าธรรมเป็นจำนวนมาก เป็นการทำลายสภาพป่าให้เสื่อมโทรมเร็วยิ่งขึ้น	3.92	4.20	4.19	4.43	5.48*	0.00
7. งานเทศกาลและประเพณีต่างๆ ควรจะปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว	3.58	3.63	2.48	2.95	11.56*	0.00
8. การนำปลาสวยงามประเภทต่างๆ ในทะเลมาเลี้ยงไว้ในตู้ปลาเป็นการทำลายทรัพยากรสัตว์น้ำทางอ้อม	3.76	3.87	4.33	4.34	5.28*	0.00
9. มนุษย์ได้คิดแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติจนเกินขอบเขต ทำให้สภาวะความสมดุลทางธรรมชาติต้องสูญเสียไป	4.17	4.36	4.57	4.48	3.60*	0.01
10. เราทุกคนสามารถช่วยแก้ปัญหาหรืออนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้	4.56	4.53	5.00	4.77	4.08*	0.01

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามอายุ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความตระหนักแตกต่างกันในทุกข้อความ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	14-17	18-20	21-23	24-26	F	Sig.
	ปี	ปี	ปี	ปี		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}		
1. ท่านปฏิบัติตนกฎและข้อบังคับของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว อย่างเคร่งครัด	4.06	4.15	4.10	4.48	3.76*	0.01
2. ท่านช่วยปกป้องดูแลมิให้ผู้อื่นทำความเสียหายแก่แหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	3.46	3.63	3.62	4.07	7.11*	0.00
3. ท่านเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่ง โบราณวัตถุและ โบราณสถานด้วยความเคารพ สำนวณ และรักษาสภาพเดิมของ สถานที่ท่องเที่ยวไว้	4.25	4.44	4.52	4.55	3.18*	0.02
4. ท่านหลีกเลี่ยงการสัมผัส จิกเขียนข้อความหรือใช้แปดข อรูปโบราณสถาน เนื่องจากเป็นสาเหตุของการทำลาย โบราณสถาน	4.15	4.53	4.90	4.82	13.52*	0.00
5. ท่านงดเว้นการให้อาหารแก่สัตว์ป่า เนื่องจากอาจทำให้ พฤติกรรมกรากินของสัตว์ป่าเปลี่ยนไปได้	3.80	4.07	4.43	4.59	9.71*	0.00
6. ท่านให้ความเคารพและปฏิบัติตัวถูกต้องตามกาลเทศะ เมื่อ เดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมต่างออกไป	4.26	4.46	4.33	4.48	2.12	0.10
7. ท่านเสนอแนะหรือแจ้งเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในแหล่ง ท่องเที่ยว เมื่อพบว่ามีความเสียหายหรือมีการกระทำที่ไม่ เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น	3.25	3.51	2.90	3.95	8.13*	0.00
8. ท่านหลีกเลี่ยงการส่งเสียงดังทั้งจากตนเอง หรือจุดดอกไม้ไฟ และยิงปืนในพื้นที่ธรรมชาติ	4.04	4.56	4.19	4.82	14.26*	0.00
9. ท่านนำขยะออกจากแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยเก็บขยะใน ระหว่างการท่องเที่ยวด้วย	3.70	4.07	4.14	4.43	11.41*	0.00
10. ท่านช่วยแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้กับผู้อื่นในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว	3.40	3.78	3.10	3.55	4.43*	0.00

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิง อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามอายุ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมแตกต่างกันในทุกข้อความ ยกเว้นข้อความท่านให้ความเคารพและปฏิบัติตัวถูกต้องตามกาลเทศะ เมื่อเดินทาง ไปในแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมต่างออกไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.10

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมจำแนกตามระดับการศึกษา

การมีส่วนร่วมใน โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษาตอน ปลาย	ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี/ เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญา ตรี	F	Sig.
	X	X	X	X	X		
1. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น	1.17	1.33	2.13	1.62	1.00	3.92*	0.00
2. ท่านเคยเข้าชมวีดิทัศน์และร่วมแสดงความคิดเห็นผ่าน ทางเว็บไซต์ของโครงการ YCT www.creativetraveler.net	2.00	1.33	1.75	2.09	1.78	13.10*	0.00
3. ท่านเคยคิดต่อ, สอบถาม หรือขอข้อมูลโครงการ YCT จากคอลล์เซนเตอร์ โทร.1147	1.50	1.35	2.13	1.51	1.39	2.18	0.07
4. ท่านเคยชักชวนเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง ให้เข้าร่วม กิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น	2.00	1.41	2.50	2.36	2.39	16.56*	0.00
5. ท่านมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือแพร่ข่าวสาร ความ มุ่งมั่นและเจตนารมณ์ของโครงการ YCT ไปยังเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง และคนรู้จัก	2.00	1.52	1.75	2.42	2.61	15.14*	0.00
6. ท่านร่วมทำกิจกรรมของโครงการ YCT มาอย่าง ต่อเนื่อง	2.00	1.35	1.38	1.91	1.22	6.60*	0.00
7. ท่านเคยปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ และครอบครัวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	2.83	2.38	2.75	2.80	2.83	2.72*	0.03
8. ท่านติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และการ ดำเนินงานโครงการฯ	2.50	2.27	3.63	2.89	3.35	11.33*	0.00
9. ท่านเคยค้นหา ศึกษาข้อมูล และสอบถามผู้รู้เกี่ยวกับ แนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อม	3.00	2.46	3.38	3.24	3.26	11.25*	0.00
10. ท่านเคยร่วมสนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ใน การจัดกิจกรรมของโครงการ YCT	2.00	1.59	2.13	1.98	1.22	4.02*	0.00

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมใน โครงการรณรงค์
นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการมีส่วนร่วมใน โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่
ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมแตกต่างกันใน
ทุกข้อความ ยกเว้นข้อความท่านเคยคิดต่อ, สอบถาม หรือขอข้อมูลโครงการ YCT จากคอลล์เซน
เตอร์ โทร.1147 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.07

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจาแนกตามระดับการศึกษา

ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ปวช./ปวส./อาชีวศึกษา	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี	F	Sig.
	X	X	X	X	X		
1. ปัญหาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควรได้รับการปลูกฝังให้รู้ และเข้าใจตั้งแต่เด็ก เนื่องจากเป็นปัญหาที่สำคัญมากในปัจจุบัน	4.83	4.49	3.88	4.64	5.00	5.73*	0.00
2. การชมหรือศึกษาโบราณวัตถุอย่างใกล้ชิด โดยการสัมผัสหรือจับต้องอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อโบราณวัตถุนั้น	4.33	3.97	3.25	4.73	3.43	12.77*	0.00
3. ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด	4.33	3.93	3.13	3.09	1.96	30.76*	0.00
4. การสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ก่อให้เกิดการสูญเสียป่าและต้นน้ำลำธาร	4.00	3.89	3.25	3.80	3.30	3.44*	0.01
5. การปิดอุทยานแห่งชาติหรือการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวมิให้เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานฯ มากเกินไป เป็นการเปิดโอกาสให้ธรรมชาติได้ฟื้นตัว	4.00	4.06	3.13	4.45	4.70	9.02*	0.00
6. การที่นักท่องเที่ยวไปพักผ่อนบริเวณต้นน้ำลำธารเป็นจำนวนมาก เป็นการทำลายสภาพป่าให้เสื่อมโทรมเร็วขึ้น	4.67	3.93	3.25	4.49	4.70	10.68*	0.00
7. งานเทศกาลและประเพณีต่างๆ ควรจะปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว	4.00	3.63	3.13	3.16	2.04	14.99*	0.00
8. การนำปลาสวยงามประเภทต่างๆ ในทะเลมาเลี้ยงไว้ในตู้ปลาเป็นการทำลายทรัพยากรสัตว์น้ำทางอ่อน	4.17	3.78	2.88	4.36	4.26	6.46*	0.00
9. มนุษย์ได้คิดเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติจนเกินขอบเขตทำให้สภาวะความสมดุลทางธรรมชาติต้องสูญเสียไป	4.83	4.19	3.75	4.64	4.48	5.85*	0.00
10. เราทุกคนสามารถช่วยแก้ปัญหาหรืออนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้	4.83	4.55	3.00	4.89	5.00	18.85*	0.00

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจาแนกตามระดับการศึกษา

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความตระหนักแตกต่างกันในทุกข้อความ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	ปวช./ปวส/ อนุปริญญา	ปริญญาตรี/ เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญา ตรี	F	Sig.
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}		
1. ท่านปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวอย่าง เคร่งครัด	4.50	4.06	2.88	4.55	4.26	11.19*	0.00
2. ท่านช่วยปกป้องดูแลมิให้ผู้อื่นทำความเสียหายแก่แหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	4.00	3.51	3.63	3.65	4.09	3.20*	0.01
3. ท่านเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งโบราณวัตถุและโบราณสถาน ด้วยความเคารพ สำนวณ และรักษาสภาพเดิมของสถานที่ ท่องเที่ยวไว้	4.67	4.31	3.50	4.42	4.78	5.37*	0.00
4. ท่านหลีกเลี่ยงการสัมผัส จิกเขียนข้อความหรือใช้แฟลชถ่ายรูป โบราณสถาน เนื่องจากเป็นสาเหตุของการทำลายโบราณสถาน	4.83	4.21	4.13	4.82	5.00	10.52*	0.00
5. ท่านงดเว้นการให้อาหารแก่สัตว์ป่า เนื่องจากอาจทำให้ พฤติกรรมหากินของสัตว์ป่าเปลี่ยนไปได้	4.83	3.83	4.25	4.35	4.78	8.52*	0.00
6. ท่านให้ความเคารพและปฏิบัติตัวถูกต้องตามกาลเทศะ เมื่อ เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมต่างออกไป	4.83	4.28	4.38	4.49	4.57	2.31	0.06
7. ท่านเสนอแนะหรือแจ้งเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพบว่ามีความเสียหายหรือมีการกระทำที่ไม่เหมาะสมในแหล่ง ท่องเที่ยวนั้น	3.50	3.33	3.50	3.27	3.91	1.87	0.12
8. ท่านหลีกเลี่ยงการส่งเสียงดังหึ่งจากตนเอง หรือจุดดอกไม้ไฟ และยิงปืนในพื้นที่ธรรมชาติ	5.00	4.11	4.38	4.56	5.00	8.44*	0.00
9. ท่านนำขยะออกจากแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยเก็บขยะใน ระหว่างการท่องเที่ยวด้วย	4.00	3.78	3.25	4.29	4.52	8.23*	0.00
10. ท่านช่วยแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้กับผู้อื่นในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว	4.17	3.46	3.38	3.56	3.43	0.87	0.48

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามระดับการศึกษา

เมื่อพิจารณาเป็นรายค้านพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมแตกต่างกันในทุกข้อความ ยกเว้นข้อความท่านให้ความเคารพและปฏิบัติตัวถูกต้องตามกาลเทศะ เมื่อเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมต่างออกไป, ท่านเสนอแนะหรือแจ้งเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในแหล่ง

ท่องเที่ยว เมื่อพบว่ามีความเสียหายหรือมีการกระทำที่ไม่เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยวและท่านช่วยแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้กับผู้อื่นในขณะเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.06, 0.12 และ 0.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม

การมีส่วนร่วมใน โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม	นักเรียน	นิสิตนักศึกษา	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	ไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน)	F	Sig.
	X	X	X	X	X		
1. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น	1.26	2.00	1.00	1.50	1.00	9.52*	0.00
2. ท่านเคยเข้าเยี่ยมชมและร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทงเว็บไซต์ของโครงการ YCT www.creativetraveler.net	1.29	2.17	1.20	2.22	2.00	25.16*	0.00
3. ท่านเคยติดต่อ, สอบถาม หรือขอข้อมูลโครงการ YCT จากคอลด์เซนเตอร์ โทร.1147	1.30	1.92	1.20	1.50	1.00	7.62*	0.00
4. ท่านเคยชักชวนเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง ให้เข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น	1.37	2.32	2.20	2.75	2.00	24.45*	0.00
5. ท่านมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือแพร่ข่าวสาร ความมุ่งมั่นและเจตนารมณ์ของโครงการ YCT ไปยังเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง และคนรู้จัก	1.49	2.23	2.40	2.81	3.00	20.43*	0.00
6. ท่านร่วมทำกิจกรรมของโครงการ YCT อย่างเป็นอิสระ	1.32	1.94	1.00	1.78	2.00	9.25*	0.00
7. ท่านเคยปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ และครอบครัวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	2.36	2.96	3.20	2.56	3.00	4.85*	0.00
8. ท่านติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และการดำเนินงานโครงการฯ	2.27	2.79	3.40	3.28	3.00	10.72*	0.00
9. ท่านเคยค้นหา ศึกษาข้อมูล และสอบถามผู้รู้เกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	2.45	3.30	3.40	3.09	4.00	12.81*	0.00
10. ท่านเคยร่วมสนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ในการจัดกิจกรรมของโครงการ YCT	1.57	1.98	1.00	2.00	1.00	4.80*	0.00

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์
นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่
ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมแตกต่างกันในทุก
ข้อความ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อความ
ตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตาม
อาชีพ

ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยว ที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม	นักเรียน	นิสิตนักศึกษา	พนักงาน รัฐวิสาหกิจรับ ราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน)	F	Sig.
	X	X	X	X	X		
1. ปัญหาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควรได้รับการ ปลูกฝังให้รู้ และเข้าใจตั้งแต่เด็ก เนื่องจากเป็นปัญหาที่สำคัญมาก ในปัจจุบัน	4.51	4.43	4.60	4.94	4.00	3.47*	0.01
2. การชมหรือศึกษาโบราณวัตถุอย่างใกล้ชิด โดยการสัมผัสหรือ จับต้องอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อโบราณวัตถุนั้น	3.96	4.17	3.00	4.78	5.00	9.60*	0.00
3. ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มาก ที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด	3.93	3.13	1.70	3.00	2.00	24.06*	0.00
4. การสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ก่อให้เกิดการสูญเสียดินและต้นน้ำลำ ธาร	3.88	3.85	2.50	3.75	4.00	6.37*	0.00
5. การปิดอุทยานแห่งชาติหรือการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวมิให้ เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานฯ มากเกินไป เป็นการเปิดโอกาสให้ ธรรมชาติได้ฟื้นตัว	4.05	4.19	4.00	4.84	4.00	7.20*	0.00
6. การที่มีนักท่องเที่ยวไปพักผ่อนบริเวณต้นน้ำลำธารเป็นจำนวน มาก เป็นการทำลายสภาพป่าให้เสื่อมโทรมเร็วยิ่งขึ้น	3.94	4.34	3.70	4.69	3.00	7.46*	0.00
7. งานเทศกาลและประเพณีต่างๆ ควรจะปรับปรุงให้เข้ากับยุค สมัยปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว	3.63	3.04	2.00	3.16	2.00	10.27*	0.00
8. การนำปลาสวยงามประเภทต่างๆ ในทะเลมาเลี้ยงไว้ในตู้ปลา เป็นการทำลายทรัพยากรสัตว์น้ำทางอ่อน	3.78	3.94	3.60	4.75	4.00	6.56*	0.00
9. มนุษย์ได้คิดแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติจนเกินขอบเขต ทำให้สภาวะความสมดุลทางธรรมชาติต้องสูญเสียไป	4.21	4.42	3.80	4.72	4.00	4.34*	0.00
10. เราทุกคนสามารถช่วยแก้ปัญหาหรืออนุรักษ์ทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้	4.55	4.75	4.00	5.00	5.00	6.22*	0.00

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจําแนกตามอาชีพ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความตระหนักแตกต่างกันในทุกข้อความ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจําแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	นักเรียน	นิสิตนักศึกษา	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ รับราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน)	F	Sig.
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}		
1. ท่านปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด	4.08	4.00	3.90	4.78	5.00	7.20*	0.00
2. ท่านช่วยปกป้องดูแลมิให้ผู้อื่นทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	3.51	3.66	3.90	3.91	5.00	3.05*	0.02
3. ท่านเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งโบราณวัตถุและโบราณสถานด้วยความเคารพ สํารวม และรักษาสภาพเดิมของสถานที่ท่องเที่ยวไว้	4.31	4.40	4.50	4.50	5.00	0.91	0.46
4. ท่านหลีกเลี่ยงการสัมผัส จิกเขียนข้อความหรือใช้แฟลชถ่ายรูปโบราณสถาน เนื่องจากเป็นสาเหตุของการทำลายโบราณสถาน	4.21	4.83	4.70	4.72	5.00	8.43*	0.00
5. ท่านงดเว้นการให้อาหารแก่สัตว์ป่า เนื่องจากอาจทำให้พฤติกรรมหากินของสัตว์ป่าเปลี่ยนไปได้	3.85	4.30	4.70	4.44	5.00	5.81*	0.00
6. ท่านให้ความเคารพและปฏิบัติตัวถูกต้องตามกาลเทศะ เมื่อเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมค่างออกไป	4.29	4.53	4.10	4.47	5.00	1.87	0.12
7. ท่านเสนอแนะหรือแจ้งเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวเมื่อพบว่ามีคนเสียหายหรือมีการกระทำที่ไม่เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยว	3.34	3.36	3.40	3.56	4.00	0.43	0.79
8. ท่านหลีกเลี่ยงการส่งเสียงดังทั้งจากตนเอง หรือจุดดอกไม้ไฟและยิงปืนในพื้นที่ธรรมชาติ	4.13	4.57	4.70	4.69	4.00	5.35*	0.00
9. ท่านนำขยะออกจากแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยเก็บขยะในระหว่างการท่องเที่ยวด้วย	3.78	4.15	3.60	4.50	5.00	6.89*	0.00
10. ท่านช่วยแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้กับผู้อื่นในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว	3.47	3.75	3.30	3.22	3.00	1.71	0.15

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามอาชีพ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมแตกต่างกันในทุกข้อความ ยกเว้นข้อความท่านเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่ง โบราณวัตถุและ โบราณสถานด้วยความเคารพ สำนวณ และรักษาสภาพเดิมของสถานที่ท่องเที่ยวไว้, ท่านให้ความเคารพและปฏิบัติตัวถูกต้องตาม กาลเทศะ เมื่อเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมต่างออกไป, ท่านเสนอแนะหรือแจ้ง เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพบว่ามีความเสียหายหรือมีการกระทำที่ไม่เหมาะสม ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น และท่านช่วยแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อมให้กับผู้อื่น ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่มีค่านัยสำคัญ ทางสถิติเท่ากับ 0.46, 0.12 , 0.79 และ 0.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมจำแนกตามรายได้

การมีส่วนร่วมใน โครงการรณรงค์ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อม	น้อยกว่า 2,000 บาท	2,001 - 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	มากกว่า 14,001 บาท	F	Sig.
	X	X	X	X	X	X		
1. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทาง โครงการ YCT จัดขึ้น	1.20	1.54	1.14	1.43	1.22	1.59	3.27*	0.01
2. ท่านเคยขึ้นชื่อชมและร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทาง เว็บไซต์ของโครงการ YCT www.creativetraveler.net	1.29	1.51	1.52	2.05	1.67	2.14	7.37*	0.00
3. ท่านเคยติดต่อ, สอบถาม หรือขอข้อมูลโครงการ YCT จาก คอลด์เซนเตอร์ โทร.1147	1.29	1.53	1.10	1.24	1.33	1.68	2.77*	0.02
4. ท่านเคยชักชวนเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง ให้เข้าร่วมกิจกรรมที่ทาง โครงการ YCT จัดขึ้น	1.38	1.71	1.05	2.52	2.56	2.27	10.32*	0.00
5. ท่านมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือแพร่ข่าวสาร ความมุ่งมั่นและ เจตนารมณ์ของ โครงการ YCT ไปยังเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง และ คนรู้จัก	1.53	1.68	1.43	2.33	2.78	2.64	8.94*	0.00
6. ท่านร่วมทำกิจกรรมของ โครงการ YCT มาอย่างต่อเนื่อง	1.32	1.53	1.48	1.52	1.11	1.64	1.63	0.15
7. ท่านเคยปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ และ ครอบครัวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อม	2.41	2.48	1.95	2.57	3.44	2.95	3.42*	0.00
8. ท่านติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และการดำเนินงาน โครงการฯ	2.39	2.31	2.24	3.14	3.22	3.14	5.28*	0.00
9. ท่านเคยค้นหา ศึกษาข้อมูล และสอบถามผู้เกี่ยวกับแนวทาง การอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	2.56	2.56	2.29	3.10	3.33	3.41	5.21*	0.00
10. ท่านเคยร่วมสนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ในการจัด กิจกรรมของโครงการ YCT	1.57	1.69	1.71	2.10	1.00	1.55	2.14	0.06

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์
นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

เมื่อพิจารณาเป็นรายค้านพบว่าการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่
ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมแตกต่างกันในทุก
ข้อความ ยกเว้นข้อความท่านร่วมทำกิจกรรมของโครงการ YCT มาอย่างต่อเนื่อง และท่านเคยร่วม
สนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ในการจัดกิจกรรมของโครงการ YCT อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ
0.05 โดยที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.15 และ 0.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจําแนกตามรายได้

ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	น้อยกว่า 2,000 บาท	2,001 - 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	มากกว่า 14,001 บาท	F	Sig.
	X	X	X	X	X	X		
1. ปัญหาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควรได้รับการปลูกฝังให้รู้ และเข้าใจตั้งแต่เด็ก เนื่องจากเป็นปัญหาที่สำคัญมากในปัจจุบัน	4.56	4.42	4.38	4.71	5.00	4.95	4.13*	0.00
2. การชมหรือศึกษาโบราณวัตถุอย่างใกล้ชิด โดยการสัมผัสหรือจับต้องอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อโบราณวัตถุนั้น	3.94	4.15	3.81	4.48	3.89	3.73	2.48*	0.03
3. ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด	3.81	3.90	3.76	3.05	1.89	2.59	14.67*	0.00
4. การสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ก่อให้เกิดการสูญเสียน้ำและดินน้ำใต้ดิน	3.93	3.83	3.95	3.67	2.78	3.64	3.57*	0.00
5. การปิดอุทยานแห่งชาติหรือการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวมิให้เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานฯ มากเกินไป เป็นการเปิดโอกาสให้ธรรมชาติได้ฟื้นตัว	4.07	4.04	4.43	4.33	5.00	4.50	4.48*	0.00
6. การที่มีนักท่องเที่ยวไปพักแรมบริเวณค้มน้ำใต้ดินเป็นจำนวนมาก เป็นการทำลายสภาพป่าให้เสื่อมโทรมเร็วยิ่งขึ้น	3.98	3.96	4.33	3.95	5.00	4.59	4.66*	0.00
7. งานเทศกาลและประเพณีต่างๆ ควรจะปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว	3.64	3.46	3.48	3.90	1.67	2.50	11.23*	0.00
8. การนำปลาสวยงามประเภทต่างๆ ในทะเลมาเลี้ยงไว้ในตู้ปลาเป็นการทำลายทรัพยากรสัตว์น้ำทางอ่อน	3.80	3.86	3.76	4.33	4.44	4.00	1.58	0.17
9. มนุษย์ได้คิดแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติจนเกินขอบเขต ทำให้สภาวะความสมดุลทางธรรมชาติต้องสูญเสียไป	4.25	4.21	4.29	4.38	4.44	4.59	1.04	0.39
10. เราทุกคนสามารถช่วยแก้ปัญหาหรืออนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้	4.59	4.56	4.48	4.52	5.00	5.00	2.50*	0.03

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจําแนกตามรายได้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความ

ตระหนักแตกต่างกันในทุกข้อความ ยกเว้นข้อการนำปลาสวยงามประเภทต่างๆ ในทะเลมาเลี้ยงไว้ในตู้ปลาเป็นการทำลายทรัพยากรสัตว์น้ำทางอ้อม และมนุษย์ได้คัดแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติจนเกินขอบเขต ทำให้สภาวะความสมดุลทางธรรมชาติต้องสูญเสียไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.17 และ 0.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามรายได้

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	น้อยกว่า 2,000 บาท	2,001 - 5,000 บาท	5,001 - 8,000 บาท	8,001 - 11,000 บาท	11,001 - 14,000 บาท	มากกว่า 14,001 บาท	F	Sig.
	X	X	X	X	X	X		
1. ทำนปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด	4.17	3.93	4.24	4.71	4.22	4.45	5.75*	0.00
2. ทำนช่วยปกป้องดูแลมิให้ผู้อื่นทำลายหรือทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	3.41	3.60	3.24	4.05	4.00	4.32	7.97*	0.00
3. ทำนเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งโบราณวัตถุและโบราณสถานด้วยความเคารพ สำนวณ และรักษาสภาพเดิมของสถานที่ท่องเที่ยวไว้	4.32	4.33	3.95	4.29	5.00	4.77	4.26*	0.00
4. ทำนหลีกเลี่ยงการสัมผัส จิกเขียนข้อความหรือใช้แฟลชถ่ายรูปโบราณสถาน เนื่องจากเป็นสาเหตุของการทำลายโบราณสถาน	4.23	4.38	4.29	4.62	4.78	4.64	2.03	0.07
5. ทำนงดเว้นการให้อาหารแก่สัตว์ป่า เนื่องจากอาจทำให้พฤติกรรมหากินของสัตว์ป่าเปลี่ยนไปได้	3.71	4.05	3.90	4.38	5.00	4.77	8.05*	0.00
6. ทำนให้ความเคารพและปฏิบัติตามกฎข้อห้ามทางทะเล เมื่อเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมค่าออกไป	4.31	4.32	4.19	4.38	4.22	4.77	1.79	0.11
7. ทำนเสนอแนะหรือแจ้งเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพบว่ามีคนเสียหายหรือมีการกระทำที่ไม่เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น	3.16	3.49	2.81	3.90	3.33	4.00	6.07*	0.00
8. ทำนหลีกเลี่ยงการส่งเสียงดังทั้งจากตนเอง หรือจุดดอกไม้ไฟและยิงปืนในพื้นที่ธรรมชาติ	4.08	4.29	4.38	4.52	4.78	4.55	2.60*	0.02
9. ทำนนำขยะออกจากแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยเก็บขยะในระหว่างการท่องเที่ยวด้วย	3.76	3.89	3.57	4.33	4.00	4.59	5.08*	0.00
10. ทำนร่วมแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้กับผู้อื่นในขณะเดินทางท่องเที่ยว	3.29	3.60	3.95	3.48	3.56	3.59	2.75*	0.02

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามรายได้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมแตกต่างกันในทุกข้อความ ยกเว้นข้อความท่านหลีกเลี่ยงการสัมผัส จิกเขียนข้อความหรือใช้แฟลชถ่ายรูปโบราณสถาน เนื่องจากเป็นสาเหตุของการทำลายโบราณสถาน และท่านให้ความเคารพและปฏิบัติตัวถูกต้องตามกาลเทศะ เมื่อเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมต่างออกไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.07 และ 0.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยการทดสอบเชฟเฟ(Scheffé Test) ของการมีส่วนร่วมใน โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมจำแนกตามกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	F	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffé
1. อายุ 14-17 18-20 21-23 24-26	1.67 2.03 1.99 2.22	0.60 0.99 0.47 0.60	11.617*	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ 24-26 ปี ● ระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด คือ 14-17 ปี
2. ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช./ปวศ./อนุปริญญา ปริญญาตรี/เทียบเท่า สูงกว่าปริญญาตรี	2.10 1.70 2.35 2.28 2.10	0.70 0.70 1.21 0.67 0.42	10.820*	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ การศึกษาปวช./ปวศ./อนุปริญญา ● ระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย
3. อาชีพ นักเรียน นิสิต/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน)	1.67 2.36 2.00 2.35 2.20	0.63 0.93 0.38 0.65 -	17.946*	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ อาชีพนิสิต/นักศึกษา ● ระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด คือ นักเรียน
4. รายได้ น้อยกว่า 2,000 บาท 2,001 - 5,000 บาท 5,001 - 8,000 บาท 8,001 - 11,000 บาท 11,001 - 14,000 บาท มากกว่า 14,001 บาท	1.69 1.85 1.59 2.20 2.17 2.30	0.59 0.85 0.46 0.57 0.49 0.73	5.256*	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ รายได้มากกว่า 14,001 บาท ● ระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุดคือ รายได้ 5,001 - 8,000 บาท

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 25 พบว่าการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เมื่อเปรียบเทียบตามตัวแปรต่างๆ คือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกตัวแปร

อายุที่แตกต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่าอายุ 24-26 ปี จะมีระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด เท่ากับ 2.22 รองลงมาคือ อายุ 18-20 ปี เท่ากับ 2.03 อายุ 21-23 ปี เท่ากับ 1.99 และอายุ 14-17 ปี มีระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด เท่ากับ 1.67

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่าการศึกษา ปวช./ปวส./อนุปริญญา จะมีระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด เท่ากับ 2.35 รองลงมาคือ ปริญญาตรี/เทียบเท่า เท่ากับ 2.28 มัธยมศึกษาตอนต้นและสูงกว่าปริญญาตรีจะมีค่าเท่ากัน เท่ากับ 2.10 และมัธยมศึกษาตอนปลาย มีระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด เท่ากับ 1.70

อาชีพที่แตกต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่านิสิต/นักศึกษา จะมีระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด เท่ากับ 2.36 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน เท่ากับ 2.35 ไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน) เท่ากับ 2.20 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ เท่ากับ 2.00 และนักเรียน มีระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด เท่ากับ 1.67

รายได้ที่แตกต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่ารายได้มากกว่า 14,001 บาท จะมีระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด เท่ากับ 2.30 รองลงมาคือ รายได้ 8,001 - 11,000 บาท เท่ากับ 2.20 รายได้ 11,001 - 14,000 บาท เท่ากับ 2.17 รายได้ 2,001 - 5,000 บาท เท่ากับ 1.85 รายได้น้อยกว่า 2,000 บาท เท่ากับ 1.69 และรายได้ 5,001 - 8,000 บาท มีระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด เท่ากับ 1.59

ตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยการทดสอบเซฟเฟ(Scheffé Test) ของความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	F	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffé
1. อายุ				
14-17	4.02	0.51	1.41*	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับความตระหนักมากที่สุด คือ 18-20 ปี ● ระดับความตระหนักน้อยที่สุด คือ 21-23 ปี
18-20	4.15	0.47		
21-23	4.00	0.21		
24-26	4.03	0.65		
2. ระดับการศึกษา				
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.40	0.31	8.377*	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับความตระหนักมากที่สุด คือ มัธยมศึกษาตอนต้น ● ระดับความตระหนักน้อยที่สุดคือ ปวช./ปวส./อนุปริญญา
มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.04	0.51		
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	3.26	0.94		
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	4.23	0.34		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.89	0.27		
3. อาชีพ				
นักเรียน	4.04	0.52	9.569*	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับความตระหนักมากที่สุด คือ พนักงานบริษัทเอกชน ● ระดับความตระหนักน้อยที่สุดคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ
นิสิต/นักศึกษา	4.03	0.31		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	3.29	0.76		
พนักงานบริษัทเอกชน	4.36	0.30		
ไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน)	3.70	-		
4. รายได้				
น้อยกว่า 2,000 บาท	4.06	0.42	3.01*	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับความตระหนักมากที่สุด คือ รายได้ 8,001 - 11,000 บาท ● ระดับความตระหนักน้อยที่สุดคือ รายได้ 11,001 - 14,000 บาท
2,001 - 5,000 บาท	4.04	0.52		
5,001 - 8,000 บาท	4.07	0.77		
8,001 - 11,000 บาท	4.18	0.89		
11,001 - 14,000 บาท	3.91	0.28		
มากกว่า 14,001 บาท	4.01	0.30		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 พบว่าความเครียดในการเป็นนักท่องเที่ยงที่มีคุณภาพ ไม่ทำลาชแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอม เมื่อเปรียบเทียบตามตัวแปรต่างๆ คือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกตัวแปร

อายุที่แตกต่างกันจะมีระดับความเครียดในการเป็นนักท่องเที่ยงที่มีคุณภาพ ไม่ทำลาชแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่าอายุ 18-20 ปี จะมีระดับความเครียดมากที่สุด เท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ อายุ 24-26 ปี เท่ากับ 4.03 อายุ 14-17 ปี เท่ากับ 4.02 และอายุ 21-23 ปี มีระดับความเครียดน้อยที่สุด เท่ากับ 4.00

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีระดับความเครียดในการเป็นนักท่องเที่ยงที่มีคุณภาพ ไม่ทำลาชแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่าการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีระดับความเครียดมากที่สุด เท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ ปริญญาตรี/เทียบเท่า เท่ากับ 4.23 มัธยมศึกษาตอนปลาย เท่ากับ 4.04 สูงกว่าปริญญาตรี เท่ากับ 3.89 และปวช./ปวศ./อนุปริญญา มีระดับความเครียดน้อยที่สุด เท่ากับ 3.26

อาชีพที่แตกต่างกันจะมีระดับความเครียดในการเป็นนักท่องเที่ยงที่มีคุณภาพ ไม่ทำลาชแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่าพนักงานบริษัทเอกชน จะมีระดับความเครียดมากที่สุด เท่ากับ 4.36 รองลงมาคือ นักเรียน เท่ากับ 4.04 นิสิต/นักศึกษา เท่ากับ 4.03 ไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน) เท่ากับ 3.70 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ มีระดับความเครียดน้อยที่สุด เท่ากับ 3.29

รายได้ที่แตกต่างกันจะมีระดับความเครียดในการเป็นนักท่องเที่ยงที่มีคุณภาพ ไม่ทำลาชแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่ารายได้ 8,001 - 11,000 บาท จะมีระดับความเครียดมากที่สุด เท่ากับ 4.18 รองลงมาคือ รายได้ 5,001 - 8,000 บาท เท่ากับ 4.07 รายได้ น้อยกว่า 2,000 บาท เท่ากับ 4.06 รายได้ 2,001 - 5,000 บาท เท่ากับ 4.04 รายได้มากกว่า 14,001 บาท เท่ากับ 4.01 และรายได้ 11,001 - 14,000 บาท มีระดับความเครียดน้อยที่สุด เท่ากับ 3.91

ตารางที่ 27 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยการทดสอบเชฟเฟ(Scheffé Test) ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจำแนกตามกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	F	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffé
1. อายุ 14-17 18-20 21-23 24-26	3.84 4.12 4.02 4.37	0.56 0.46 0.50 0.44	16.509*	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ 24-26 ปี ● ระดับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ 14-17 ปี
2. ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช./ปวส./อนุปริญญา ปริญญาตรี/เทียบเท่า สูงกว่าปริญญาตรี	4.43 3.89 3.73 4.20 4.43	0.39 0.56 0.30 0.43 0.40	10.390*	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มัธยมศึกษาตอนต้นและสูงกว่าปริญญาตรี ● ระดับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ ปวช./ปวส./อนุปริญญา
3. อาชีพ นักเรียน นิสิต/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน)	3.90 4.15 4.08 4.28 4.60	0.56 0.50 0.47 0.40 -	6.054*	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน) ● ระดับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ นักเรียน
4. รายได้ น้อยกว่า 2,000 บาท 2,001 - 5,000 บาท 5,001 - 8,000 บาท 8,001 - 11,000 บาท 11,001 - 14,000 บาท มากกว่า 14,001 บาท	3.84 3.99 3.85 4.27 4.29 4.45	0.57 0.47 0.77 0.42 0.40 0.46	7.594*	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ รายได้มากกว่า 14,001 บาท ● ระดับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ รายได้น้อยกว่า 2,000 บาท

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 27 พบว่าพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เมื่อเปรียบเทียบตามตัวแปรต่างๆ คือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกตัวแปร

อายุที่แตกต่างกันจะมีระดับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า อายุ 24-26 ปี จะมีระดับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากที่สุด เท่ากับ 4.37 รองลงมาคืออายุ 18-20 ปี เท่ากับ 4.12 อายุ 21-23 ปี เท่ากับ 4.02 และอายุ 14-17 ปี มีระดับพฤติกรรมน้อยที่สุด เท่ากับ 3.84

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีระดับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่าการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นและสูงกว่าปริญญาตรี จะมีระดับพฤติกรรมมากที่สุด เท่ากับ 4.43 รองลงมาคือปริญญาตรี/เทียบเท่า เท่ากับ 4.20 มัธยมศึกษาตอนปลาย เท่ากับ 3.89 และปวช./ปวส./อนุปริญญา มีระดับพฤติกรรมน้อยที่สุด เท่ากับ 3.73

อาชีพที่แตกต่างกันจะมีระดับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า ไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน) จะมีระดับพฤติกรรมมากที่สุด เท่ากับ 4.60 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน เท่ากับ 4.28 นิสิต/นักศึกษา เท่ากับ 4.15 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ เท่ากับ 4.08 และนักเรียน มีระดับพฤติกรรมน้อยที่สุด เท่ากับ 3.90

รายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า รายได้มากกว่า 14,001 บาท จะมีระดับพฤติกรรมมากที่สุด เท่ากับ 4.45 รองลงมาคือ รายได้ 11,001 - 14,000 บาท เท่ากับ 4.29 รายได้ 8,001 - 11,000 บาท เท่ากับ 4.27 รายได้ 2,001 - 5,000 บาท เท่ากับ 3.99 รายได้ 5,001 - 8,000 บาท เท่ากับ 3.85 และรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท มีระดับพฤติกรรมน้อยที่สุด เท่ากับ 3.84

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

1. สมมติฐานที่ 1 “พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม”

ตารางที่ 28 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

	ความตระหนัก	
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig.
การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์	0.02	0.69

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 28 แสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่าการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม	ความตระหนัก	
	ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์	Sig.
1. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น	0.014	0.775
2. ท่านเคยเข้าเยี่ยมชมและร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทางเว็บไซต์ของโครงการ YCT www.creativetraveler.net	-0.002	0.965
3. ท่านเคยติดต่อ, สอบถาม หรือขอข้อมูล โครงการ YCT จากคอลล์เซนเตอร์ โทร.1147	-0.003	0.958
4. ท่านเคยชักชวนเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง ให้เข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น	0.049	0.328
5. ท่านมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือแพร่ข่าวสาร ความมุ่งมั่นและเจตนารมณ์ของโครงการ YCT ไปยังเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง และคนรู้จัก	0.027	0.589
6. ท่านร่วมทำกิจกรรมของโครงการ YCT มาอย่างคั่งเนื่อง	0.019	0.706
7. ท่านเคยปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ และครอบครัวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	0.044	0.377
8. ท่านติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และการดำเนินงานโครงการฯ	-0.036	0.471
9. ท่านเคยค้นหา ศึกษาข้อมูล และสอบถามผู้รู้เกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	0.021	0.680
10. ท่านเคยร่วมสนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ในการจัดกิจกรรมของโครงการ YCT	0.012	0.809

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมเป็นรายข้อความแล้วพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในทุกๆ ข้อความ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2. สมมติฐานที่ 2 “พฤติกรรมการมีส่วนร่วมใน โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน”

ตารางที่ 29 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

	พฤติกรรมการท่องเที่ยว	
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig.
การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์	0.23*	0.00

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 29 แสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่าการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่ากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.23

จึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในโครงการมาก ก็จะทำให้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมสูงขึ้นด้วย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

ตารางแสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม	พฤติกรรมการท่องเที่ยว	
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig.
ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทาง โครงการ YCT จัดขึ้น	0.120*	0.016
ท่านเคยเข้าชมรมและร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทางเว็บไซต์ของโครงการ YCT www.creativetraveler.net	0.172*	0.001
ท่านเคยติดต่อ, สอบถาม หรือขอข้อมูลโครงการ YCT จากคอลล์เซนเตอร์ โทร.1147	0.096	0.055
ท่านเคยชักชวนเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง ให้เข้าร่วมกิจกรรมที่ทาง โครงการ YCT จัดขึ้น	0.180*	0.000
ท่านมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือแพร่ข่าวสาร ความมุ่งมั่นและเจตนารมณ์ของโครงการ YCT ไปยัง ฝูงชน ผู้ปกครอง และคนรู้จัก	0.159*	0.001
ท่านร่วมทำกิจกรรมของโครงการ YCT มาอย่างคั่งเนื่อง	0.108*	0.031
ท่านเคยปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ และครอบครัวที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	0.254*	0.000
ท่านติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และการดำเนินงานโครงการฯ	0.193*	0.000
ท่านเคยค้นหา ศึกษาข้อมูล และสอบถามผู้รู้เกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม	0.297*	0.000
ท่านเคยร่วมสนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ในการจัดกิจกรรมของโครงการ YCT	0.077	0.125

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางแสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่าการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ในทุกๆ ข้อความ ยกเว้นข้อความท่านเคยติดต่อ, สอบถาม หรือขอข้อมูลโครงการ YCT จากคอลล์เซนเตอร์ โทร.1147 และท่านเคยร่วมสนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ในการจัดกิจกรรมของโครงการ YCT อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3. สมมติฐานที่ 3 “ความตระหนักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน
เชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน”

ตารางที่ 30 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความตระหนักของเยาวชนใน
การเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมกา
รท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

	พฤติกรรมการท่องเที่ยว	
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig.
ความตระหนัก	0.41*	0.00

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30 แสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความตระหนักของ
เยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่าความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่
ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางกับพฤติกรรมกา
รท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่มีค่า
นัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.41

จึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มี
คุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมกา
รท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักในการเป็น
นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอยู่ในระดับสูง ก็จะทำให้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่ง
ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมสูงขึ้นด้วย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

ตารางแสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวนที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวนที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	พฤติกรรมการท่องเที่ยว	
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig.
1. ปัญหาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควรได้รับการปลูกฝังให้รู้ และเข้าใจตั้งแต่เด็ก เนื่องจากเป็นปัญหาที่สำคัญมากในปัจจุบัน	0.419*	0.000
2. การชมหรือศึกษาโบราณวัตถุอย่างใกล้ชิด โดยการสัมผัสหรือจับต้องอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อโบราณวัตถุนั้น	0.229*	0.000
3. ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด	0.031	0.532
4. การสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ก่อให้เกิดการสูญเสียดินและคันน้ำฉ่ำธาร	0.180*	0.000
5. การปิดอุทยานแห่งชาติหรือการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้าไปท่องเที่ยวในอุทยานฯ มากเกินไป เป็นการเปิดโอกาสให้ธรรมชาติได้ฟื้นตัว	0.364*	0.000
6. การที่มียกท่องเที่ยวไปพักผ่อนบริเวณคันน้ำฉ่ำธารเป็นจำนวนมาก เป็นการทำลายสภาพป่าให้เสื่อมโทรมเร็วยิ่งขึ้น	0.313*	0.000
7. งานเทศกาลและประเพณีต่างๆ ควรจะปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว	-0.046	0.357
8. การนำปลาสวยงามประเภทต่างๆ ในทะเลมาเลี้ยงไว้ในตู้ปลาเป็นการทำลายทรัพยากรสัตว์น้ำทางอ้อม	0.260*	0.000
9. มนุษย์ได้คิดแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติจนเกินขอบเขต ทำให้สภาวะความสมดุลทางธรรมชาติต้องสูญเสียบไป	0.361*	0.000
10. เราทุกคนสามารถช่วยแก้ปัญหาหรืออนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้	0.403*	0.000

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางแสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวนที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาแล้ว ความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวนที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเป็นรายชื่อความพบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ในทุกๆ ข้อความยกเว้นข้อความควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด และงานเทศกาลและประเพณีต่างๆ ควรจะปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความตระหนักของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม ในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอม
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วม ความตระหนัก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม

ทั้งนี้ได้มีการตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอม
2. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมของเยาวชน
3. ความตระหนักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมของเยาวชน

การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การศึกษากระบวนการสื่อสารและการดำเนินงานโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยศึกษาจากการวิเคราะห์เอกสาร สื่อที่ใช้เผยแพร่ และการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน

ส่วนที่ 2 การศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยศึกษาจากการมีส่วนร่วมในโครงการ ความตระหนัก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากร ตลอดจนพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ ความตระหนัก และพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ตอนที่ 2 เป็นการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficients) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การศึกษากระบวนการสื่อสารและการดำเนินงานโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในการวางแผนและดำเนินการสื่อสารรณรงค์ของโครงการจำนวน 3 ท่าน การศึกษาจากเอกสาร และสื่อที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ พบว่าโครงการรณรงค์มีขั้นตอนในการวางแผนการสื่อสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล

จากการสัมภาษณ์เรื่องของการวางแผน และกำหนดแนวคิดสร้างสรรค์สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวางแผนงานโครงการรณรงค์ดังกล่าว มีที่มาจากข้อมูล แผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำปี 2547 ซึ่งกำหนดนโยบายไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวทัศนศึกษาอย่างถูกวิธีให้กับเยาวชนทั่วประเทศรวมทั้ง เยาวชนระหว่างประเทศด้วย
2. สร้างความรู้ ความเข้าใจในหมู่สถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเยาวชน และสถาบันครอบครัว เพื่อให้ใช้กิจกรรมทัศนศึกษาเป็นสื่อในการพัฒนาเยาวชนให้มีความสมบูรณ์ ทั้งทางร่างกาย จิตใจ คุณธรรมและจริยธรรม ตลอดจนส่งเสริมให้เยาวชนมีส่วนร่วมและมีบทบาท สำคัญในการพัฒนาประเทศ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยตามความเหมาะสม
3. ระดมความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน องค์การระหว่าง ประเทศ รวมทั้งสื่อมวลชนและประชาชนทั่วไปในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทัศนศึกษาสำหรับ เยาวชน ตลอดจนมีบทบาทสนับสนุนให้เยาวชนเดินทางท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี รักและภาคภูมิใจใน ความเป็นไทย มีจิตสำนึกในการช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมและมีบทบาท ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาติ โดยมุ่งกระจายจากจังหวัดหลักไปยังจังหวัดใกล้เคียงอื่นๆ
4. สร้างค่านิยมให้เยาวชนและประชาชนท่องเที่ยวในประเทศให้มากขึ้น
5. เสริมสร้างให้เยาวชนและประชาชนเข้าใจและเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและ สังคมตลอดจนมีความสามารถในการบำรุงรักษาและจัดการทรัพยากรด้านธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม
6. เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาเยาวชนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง ใต้
7. เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและวิทยาการระหว่างประเทศ โดยให้การ ท่องเที่ยวเป็นสื่อกลาง

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ

- ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับของเยาวชนให้เพิ่มมากขึ้น
- ส่งเสริมให้เยาวชนเกิดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี และเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ มรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
- สร้างเสริมจิตสำนึกในการอนุรักษ์ให้กับเยาวชน
- พัฒนาศักยภาพของเยาวชนให้เป็นเจ้าบ้านที่ดี

3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใต้อิงสิ่งแวดล้อม แบ่งออกเป็น

กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ เยาวชนอายุ 14-26 ปี

กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ ครอบครัวและญาติของกลุ่มเยาวชนที่เป็นเป้าหมายหลัก

4. การวางแผนการสื่อสารโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใต้อิงสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

แผนขั้นที่ 1 มีการกำหนดเป้าหมายทางการสื่อสารเพื่อมุ่งสร้างการรับรู้และทัศนคติต่อโครงการ และการเกิดพฤติกรรมในการสมัครเป็นสมาชิกโครงการ (ตุลาคม 2546 – มกราคม 2547)

แผนขั้นที่ 2 เป็นการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อมุ่งให้สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จัดขึ้นเพื่อสมาชิก และขณะเดียวกันยังมีการสื่อสารกับสมาชิก โดยใช้รูปแบบการสื่อสารแบบบูรณาการ เพื่อให้รับทราบข้อมูลของโครงการ การให้ความรู้ ความเข้าใจ และการเพิ่มพูนความรู้ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวแก่สมาชิกตลอดระยะเวลาของโครงการ (กุมภาพันธ์ 2546 – ตุลาคม 2548)

5. ขั้นตอนการดำเนินงานการสื่อสารของโครงการสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วง ได้แก่

ช่วงที่ 1 (Pre-Launch) เปิดรับสมาชิกโครงการและสร้างกระแสการอนุรักษ์ในกลุ่มเป้าหมาย

ช่วงที่ 2 (Launch) เปิดตัวสมาชิกร่วมสัปดาห์และเปิดรับสมาชิกบริเวณงาน

ช่วงที่ 3 (Post-Launch) เสริมสร้างและปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีในการท่องเที่ยว

6. สื่อที่ใช้ในการรณรงค์ แบ่งออกเป็น

สื่อหลัก คือ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเตอร์เน็ต

สื่อรอง คือ สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์

สื่อเฉพาะกิจ คือ แผ่นพับ โปสเตอร์ แผ่นป้ายรณรงค์ คอลัมน์เซนเตอร์ จดหมาย

7. กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบ

เนื้อหาของสปอค โฆษณาที่ใช้เผยแพร่ในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใต้อิงสิ่งแวดล้อม เน้นในเรื่องสถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมที่ทรุดโทรมและถูกทำลาย และทำร้ายด้วยน้ำมือของนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันยังมุ่งให้แนวทางปฏิบัติในการเดินทางท่องเที่ยวที่ถูกวิธีอีกด้วย

8. งบประมาณโครงการ

ในการดำเนินงานโครงการมีงบประมาณจำนวน 35,000,000 บาท โดยเป็นงบที่มาจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 10 ล้านบาท และเงินสนับสนุนจากพันธมิตร จำนวน 25 ล้านบาท

9. การหาพันธมิตรร่วมสนับสนุน

ดำเนินการจัดหาพันธมิตรร่วมสนับสนุนโครงการเพื่อให้เกิดความยิ่งใหญ่แก่ภาพของโครงการ และเพิ่มความน่าสนใจในด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับของสมาชิก โดยหาพันธมิตรที่ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว, เคนป่า หรือผลิตภัณฑ์ที่เน้นกลุ่มเยาวชนเป็นหลัก

10. ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการสื่อสารและการดำเนินงาน

1. งบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด จึงไม่สามารถสร้างกระแสการอนุรักษ์ ให้เกิดมีการใ้มน้ำใจ รวมถึงสร้างความรู้ ความเข้าใจและความตระหนักให้เกิดขึ้นแก่กลุ่มเยาวชน ได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังไม่สามารถวางแผนโครงการระยะยาวได้เนื่องจากต้องอาศัยงบประมาณตามปีงบประมาณของภาครัฐ

2. เยาวชนให้ความร่วมมือในกิจกรรมของโครงการน้อย เนื่องจากรูปแบบของการจัดกิจกรรมยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเยาวชนเท่าที่ควร

11. การติดตามและประเมินผลโครงการ

วิธีการประเมินผลโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใ้ใจสิ่งแวดล้อม ใช้กรอบของ Stufflebeam (1971) ภายใต้แบบ CIPP Model และทำการประเมินแบบครบวงจร เริ่มตั้งแต่การประเมินบริบทของโครงการ รวมถึงการประเมินปัจจัยที่ใช้ในการดำเนินการ ตลอดจนกระบวนการและผลสำเร็จของโครงการ โดยเริ่มดำเนินการประเมินผลทางตรงจากสมาชิกที่สมัครเข้าร่วมโครงการ ผ่านทางเว็บไซต์ www.creativetraveler.net และจากคอลล์เซนเตอร์ 1147 โดยมีมอบหมายให้บริษัท ครีเอทีฟ จูซ จีวัน จำกัด ดำเนินการส่วนหนึ่งและกองติดตามและประเมินผล ของ ททท. ดำเนินการร่วมกันอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีการประเมินผลการรับรู้ (Awareness) จากสื่อโฆษณา โดยวัดผลการรับรู้โครงการจากบริษัท AC Neilson จำกัด อีกด้วย

ส่วนที่ 2 การศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

1.1 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งหมด 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 14-17 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และมีอาชีพเป็นนักเรียน ส่วนใหญ่ มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท มีจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวภายใน 1 ปีคือ 3-4 ครั้ง

1.2 พฤติกรรมการมีส่วนร่วม

กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมโดยรวมแล้วมีระดับการมีส่วนร่วมต่ำ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง คือ การค้นหา ศึกษาข้อมูล และสอบถามผู้รู้เกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อระดับการมีส่วนร่วม ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

1.3 ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความตระหนักโดยรวมแล้วอยู่ในระดับสูง ความตระหนักสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างคือ เราทุกคนสามารถช่วยแก้ปัญหาหรืออนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อระดับความตระหนัก ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

1.4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับสูง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การหลีกเลี่ยงการสัมผัส ชิคเขียนข้อความหรือใช้แฟลชถ่ายรูปโบราณสถาน เนื่องจากเป็นสาเหตุของการทำลายโบราณสถาน

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อระดับพฤติกรรม แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1: ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

พฤติกรรมการมีส่วนร่วมใน โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนัก จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ของเยาวชน

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2: เป็นไปตามสมมติฐาน

พฤติกรรมการมีส่วนร่วมใน โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม แต่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ โดยที่มีค่าเท่ากับ 0.23 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการมีส่วนร่วมตามรายข้อพบว่าทุกข้อความมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ยกเว้นข้อความท่านเคยติดต่อ สอบถาม หรือขอข้อมูล โครงการ YCT จากคอลด์เซ็นเตอร์ โทร.1147 และท่านเคยร่วมสนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ในการจัดกิจกรรมของโครงการ YCT อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 3 ความตระหนักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิง อนุรักษ์
แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน**

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3: เป็นไปตามสมมติฐาน

ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเท่ากับ 0.41 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

เมื่อพิจารณาความตระหนักตามรายชื่อพบว่าทุกข้อความมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ยกเว้นข้อความควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด และงานเทศกาลและประเพณีต่างๆ ควรจะปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การศึกษากระบวนการสื่อสารและการดำเนินงานโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากผลการวิจัยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้พบประเด็นที่น่าสนใจในการอธิบายถึงกระบวนการสื่อสารรณรงค์โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงได้นำมาอภิปรายผลดังนี้

1.1 สื่อที่ใช้ในโครงการรณรงค์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ทุกรูปแบบ เพื่อโน้มน้าวและให้ข้อมูลเยาวชนให้รับทราบข้อมูลโครงการและเชิญชวนให้เยาวชนสมัครเป็นสมาชิกโครงการ และให้ทัศนคติในการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีจิตสำนึกและความตระหนักในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารรณรงค์โครงการที่ทางททท.เลือกใช้กับกลุ่มเป้าหมาย คือการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์

การโฆษณา (Advertising) สื่อที่เลือกใช้คือ

- สื่อโทรทัศน์ เพื่อชักจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายสมัครเป็นสมาชิกและมีพฤติกรรมอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมตามเนื้อหาในภาพยนตร์โฆษณา

- สื่อวิทยุ ซึ่งเป็นสื่อที่ไม่มีภาพ แต่ทางททท. ได้ใช้เสียงของผู้แสดงเป็นผู้กล่าวสปอควิทยุ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายสามารถจดจำและคล้อยตามได้

- สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารและหนังสือพิมพ์รายวัน ใช้ผู้แสดงเป็นแบบโฆษณา โดยรูปแบบจะเป็นภาพเดียวกันกับสื่อโปสเตอร์ เพื่อให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และเพื่อสนับสนุนและคอกย้ำการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ให้เข้าใจและมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการ

นอกจากนั้น ทางททท. ยังใช้กลยุทธ์ใช้สื่อแบบเฉพาะช่วง กล่าวคือ ในช่วงเปิดตัวโครงการ และเปิดตัวผู้แสดงจะเน้นให้มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความถี่สูงมาก โดยจะไม่ใช้สื่อแบบต่อเนื่องตลอดทั้งปี การใช้สื่อประเภทนี้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่มีการขายเป็นฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น แหล่งท่องเที่ยวตามฤดูกาล เทศกาลงานประเพณี โครงการส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว

สำหรับในระยะต่อมา คือหลังจากช่วงเปิดตัวโครงการและนักแสดงแล้ว ทางททท. เลือกใช้สื่อมวลชนประเภท สื่ออินเตอร์เน็ต คอลเซนเตอร์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และยังใช้สื่อบุคคลเข้าร่วมด้วย เช่น การนำคุณงามความดี ผลดี ร่วมเดินทางไปกับเยาวชนและพูดคุยกับสมาชิกในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม การเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว สำหรับการเดินทางในโครงการนี้นั้นจะเป็นการเดินทางไปร่วมกิจกรรมกับสมาชิกในต่างจังหวัดและมีสมาชิกทั้งในจังหวัดนั้นและจังหวัดใกล้เคียงมาเข้าร่วมกิจกรรมกันด้วย ซึ่งระหว่างการเดินทางททท. จะจัดเจ้าหน้าที่ในการดูแลสมาชิกอย่างใกล้ชิด ให้ความเป็นกันเอง มีการมอบอุปกรณ์การเดินทาง และของที่ระลึกของโครงการให้แก่สมาชิกโครงการ เพื่อให้เยาวชนเกิดความประทับใจและมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อโครงการ

การประชาสัมพันธ์ เครื่องมือการสื่อสารที่เลือกใช้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบข่าวสารของโครงการ ทางททท. เลือกใช้ช่องทางสื่อมวลชน ประเภท โทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสาร โดยเผยแพร่ในลักษณะของข่าว บทความ และการสัมภาษณ์พิเศษ ซึ่งใช้สื่อบุคคลในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คุณงามความดี ผลดี และบุคลากรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีความรู้ในเชิงวิชาการเข้าไปพูดคุย สนทนา บรรยาย อภิปรายให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมถึงสอดแทรกประเด็นการรับสมัครสมาชิกเข้าไปด้วย นอกจากนี้ยังใช้การสัมมนา และการประชุมเชิงปฏิบัติการเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความรู้เรื่องการท่องเที่ยวอย่างถูกวิธีให้แก่เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมด้วย

สำหรับการประชาสัมพันธ์นี้ ทางททท. ได้ใช้สื่ออินเตอร์เน็ต คือเว็บไซต์ และคอลล์เซนเตอร์ อีกทั้งยังมีสื่อเฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์ สมุดคู่มือสมาชิกและสื่อสารคดีทางโทรทัศน์ ประกอบในการสัมมนา และประชาสัมพันธ์อีกด้วย

กล่าวโดยสรุปแล้ว ในการวางแผนการใช้สื่อในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพยายามใช้สื่อในหลากหลายรูปแบบ ในช่วงเวลา



เดียวกัน โดยเฉพาะในยามที่มีการจัดกิจกรรมพิเศษ อาทิ กิจกรรม Get Closer To Nature with YCT Rally, YCT Trip – พระนครศรีอยุธยา, กิจกรรมเปิดประตูสู่ภาคอีสาน และกิจกรรมนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ใส่ใจได้ เป็นต้น ซึ่งการใช้สื่อที่หลากหลายนี้จะทำให้การเผยแพร่ข่าวสารนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละรายจะมีลักษณะการเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแคลปเปอร์ (Klapper: 1960) ที่ว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนแตกต่างกันออกไป

1.2 กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบการรณรงค์

เนื้อหาของสปอตโฆษณาที่ใช้เผยแพร่ในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ใช้กลยุทธ์การ โน้มน้าวใจด้วยการนำเสนอเนื้อหาด้านเดียว (one-sided argument) คือเป็นเนื้อหาที่มีข้อสรุปตายตัวอยู่แล้ว เพื่อ โน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ มุ่งให้กลุ่มเยาวชนเกิดความตระหนัก เข้าใจ ยอมรับ และมีจิตสำนึกในหน้าที่และความสามารถของตน ที่พึงกระทำได้ในยามเดินทางท่องเที่ยว คือการไม่เก็บสมบัติของธรรมชาติติดตัวออกมา การไม่ทิ้งขยะหรือสิ่งแปลกปลอมของคนที่น่าคิดตัวไปลงในแหล่งท่องเที่ยว และการไม่ขีดเขียนข้อความลงบนต้นไม้ ใบหญ้า โบราณสถานหรือบ่อน้ำพุอื่นๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เพราะการกระทำดังกล่าวจะสร้างความเสียหาย และความเสื่อมโทรมให้กับแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งอาจต้องใช้เวลานานหรือใช้เวลาดังชีวิตของมนุษย์ในการทนุบำรุงหรือฟื้นฟูให้สวยงามดังเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอรวรรณ ปิณฑน์โอวาท คือการ โน้มน้าวใจกลุ่มเยาวชนด้วยการนำเสนอเนื้อหาด้านเดียวนี้อาจก่อให้เกิดผลและมีความเหมาะสมในกรณีที่ผู้รับสารมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกับผู้ส่งสารตั้งแต่ต้นอยู่แล้ว

จากการวิเคราะห์กลยุทธ์การใช้ “เนื้อหาสาร” ที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ พบว่า ในภาพยนตร์โฆษณาชุดบ้านใคร...ใครก็รัก มีจุดมุ่งใจในสาร โดยใช้อารมณ์ขัน (Humorous Appeals) ด้วยวิธีการประชดประชันกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวและเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติอย่างขาดความรับผิดชอบ และจิตสำนึก ทิ้งขยะเรี่ยราด จนทำให้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสื่อมโทรมและยังกลายเป็นการคร่ำชีวิตสัตว์ป่าที่หลงคิดว่ากล่องโฟมและถุงพลาสติกคืออาหารของพวกเขา จากภาพยนตร์มีการนำเสนอภาพสิ่งมีชีวิตเป็นเจ้าของป่า หรือเป็นเจ้าบ้านในความหมายของโฆษณาชุดนี้ กำลังเก็บกวาดขยะที่นักท่องเที่ยวนำเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวและทิ้งไว้เมื่อตนเองจากไป ภาพที่ปรากฏในภาพยนตร์สอดคล้องกันกับข้อความที่ผู้แสดงกล่าวว่า “ที่สุด...เราก็ได้พบมุมมองใหม่ๆ มุมหนึ่ง เป็นมุมมองที่สะท้อนให้เราเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวจะสวยงามได้ เราทุกคนต้องช่วยกันรักษา”

สำหรับในชุดศึกษานี้ ใช้จุดสนใจในสารลักษณะอารมณ์ (Emotion Appeals) ด้วยการใช้ภาษาที่เจืออารมณ์เพื่อบรรยายสถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกทำร้ายจากพฤติกรรมขาดความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการเก็บเปลือกหอยจากชายทะเลมาขายหรือเพื่อเป็นที่ระลึก การทิ้งขยะลงในแหล่งท่องเที่ยว และการฉีกเขียนข้อความลงบนทรัพย์สินแหล่งท่องเที่ยว สร้างความบอบช้ำและเสื่อมโทรมให้กับแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก จากภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ ผู้แสดงและกลุ่มสมาชิกโครงการฯ จะสวมเสื้อของโครงการฯ เพื่อเป็นการบ่งบอกถึงสถานะว่าเป็นสมาชิกของโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการคอกำภาพลักษณ์และจุดมุ่งหมายของโครงการ และผู้แสดงหรือคุณเจษฎาภรณ์ ผลดี จะเป็นผู้กล่าวข้อความนำ ซึ่งข้อความดังกล่าวจะสอดคล้องกันกับภาพที่ปรากฏในภาพยนตร์ถึงการที่ธรรมชาติถูกทำร้าย ไม่ว่าจะเป็นปูเสฉวนที่ไม่มีเปลือกหอยเป็นบ้านให้พักพิง เพราะถูกนักท่องเที่ยวเก็บไปเป็นที่ระลึก หรือเก็บไปจำหน่ายหมดแล้ว จึงต้องอาศัยอยู่ในกระป๋องแทน ภาพสัตว์ป่าล้มตายอยู่บนท่ามกลางกองขยะที่นักท่องเที่ยวทิ้งไว้ในป่า และภาพต้นไม้ ใบหญ้าที่เต็มไปด้วยข้อความที่นักท่องเที่ยวฉีกเขียนไว้ ล้วนสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้แสดงว่า “ถ้าคุณเก็บ...คุณอาจทำให้ใครบางคนไม่มีบ้านอยู่ ถ้าคุณทิ้ง...สิ่งที่คุณทิ้งก็จะไปทำร้ายธรรมชาติที่เรารัก ถ้าคุณเขียน...แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามของเราก็คงหมดคุณค่าไป” โดยที่ทุกครั้งที่จบแต่ละประโยคของผู้แสดง กลุ่มสมาชิกจะพร้อมใจกันกล่าวสัจย์ปฎิญาณว่า “เราจะไม่เก็บ เราจะไม่ทิ้ง เราจะไม่เขียน” ด้วยเสียงอันดังโดยพร้อมเพรียงกัน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่รับชมภาพยนตร์โฆษณาชุดศึกษานี้ เกิดความรู้สึกหรืออารมณ์ร่วมไปกับเหตุการณ์ จนก่อให้เกิดความตระหนัก จิตสำนึก ความซึ่กเหิม และหวงแหนทรัพย์สินแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

1.3 การดำเนินงานโครงการ

โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมอยู่ในความรับผิดชอบของคณะกรรมการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีการประชุมวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดของกลุ่มเป้าหมาย และมีการรวบรวมสถิติการเดินทางรวมทั้งข้อมูล ด้านความสนใจของกลุ่มเยาวชนจากงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดแผนการสื่อสารรณรงค์โครงการ โดยในแผนจะมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการสื่อสาร กำหนดกิจกรรมการสื่อสาร สื่อโฆษณาที่ต้องการ งบประมาณระยะเวลาการสื่อสาร รวมทั้งข้อมูลทางการสื่อสารโครงการที่จำเป็น และมอบให้ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในฐานะประธานคณะกรรมการไปดำเนินการดังนี้

1. ดำเนินการจัดจ้างบริษัทครีเอทีฟ รุช จีวัน จำกัด ไปดำเนินการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารผลิตสื่อโฆษณา วางแผนการใช้สื่อและกำหนดระยะเวลา โดยในแผนการใช้สื่อในแต่ละรูปแบบ กำหนดให้มีการใช้สื่อในรูปทุกแบบ หรือการสื่อสารแบบบูรณาการเพื่อให้ครอบคลุมและเข้าถึง

เป้าหมายให้มากที่สุด โดยบริษัทครีเอทีฟ จูซ จีวัน จำกัด เป็นผู้ดำเนินการตามแผนและฝ่ายโฆษณา และประชาสัมพันธ์เป็นผู้ควบคุม

2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรม โดยกองประชาสัมพันธ์ในประเทศและกองกลยุทธ์ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นผู้รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์ ทั้งการออกแบบข่าวสาร การจัดแถลงข่าว การจัดทำข่าวแจก การจัดทัศนศึกษาต่อมวลชน การจัดทำบทความพิเศษในสื่อสิ่งพิมพ์ และการให้ข้อมูล โครงการแก่หน่วยงานภายในองค์กรด้วย ในส่วนของกองกลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์จะรับผิดชอบการจัดทำข่าวสารข้อมูลโครงการเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสิ่งพิมพ์ ที่ใช้เวลาไว้ให้ประชาสัมพันธ์โครงการในระยะเวลาตามแผนการสื่อสารที่กำหนดไว้ เพื่อสื่อสารข้อมูล โครงการให้เป็นที่ทราบในทิศทางเดียวกัน ทุกสื่อ

ส่วนที่ 2 การศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใต้อินโดจีน
ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

1. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใต้อินโดจีน

ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใต้อินโดจีนอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งอาจสืบเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านอายุและระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นสมาชิกของโครงการ กล่าวคือ จากผลการวิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยการทดสอบเชฟเฟ (Scheffé Test) ของการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใต้อินโดจีน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีอายุระหว่าง 14-17 ปี มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และมีอาชีพเป็นนักเรียนมีส่วนร่วมในโครงการต่ำที่สุด จึงสามารถสรุปได้ว่าการที่โครงการนักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใต้อินโดจีน มีสมาชิกเข้าร่วมในโครงการอยู่ในระดับต่ำ นั้นเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยของการศึกษาเล่าเรียน ผู้ปกครองมองว่าเป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต ที่ยังไม่มีความเติบโตทางด้านวุฒิภาวะมากพอ จึงจำเป็นต้องได้รับการดูแลและเอาใจใส่จากผู้ปกครองมากเป็นพิเศษ ความคิดคำนึงดังกล่าวจึงส่งผลให้การเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการนักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใต้อินโดจีนของกลุ่มสมาชิกอยู่ในระดับต่ำ อีกทั้งอาจมีสาเหตุมาจากกลุ่มตัวอย่างมีความรับผิดชอบในเรื่องการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จึงอาจกล่าวได้ว่าอยู่ในช่วงวัยที่จะมีการเปลี่ยนแปลงของชีวิต ที่กำลังจะก้าวจากช่วงชีวิตของเด็กมัธยม เข้าสู่รั้วมหาวิทยาลัย ทำให้มีภารกิจด้าน

การศึกษาค่อนข้างมาก จึงอาจไม่มีเวลาเพียงพอที่จะเข้าร่วมในโครงการฯ อีกทั้งยังจำเป็นต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ปกครองเสียก่อน เนื่องจากกิจกรรมส่วนใหญ่มักจะเป็นกิจกรรมในแนวเข้าค่าย อนุรักษ์ และการทัศนศึกษาตามต่างจังหวัด และแม้ว่ากิจกรรมที่โครงการจัดขึ้นจะไม่มีค่าใช้จ่ายที่ทางสมาชิกต้องแบกรับภาระก็ตาม โครงการนี้ก็ยังไม่ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกโครงการเท่าที่ควร ทั้งนี้การมีส่วนร่วมในโครงการมักจะกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มสมาชิกกลุ่มเดิม ๆ และมักจะเป็นกลุ่มที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป (ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอายุ)

และจากปัจจัยทางด้านอายุและระดับการศึกษานี้เช่นกัน ที่อาจส่งผลให้การสื่อสารรณรงค์โครงการที่มุ่งเผยแพร่ผ่านทางสื่อเว็บไซต์เป็นช่องทางหลักนั้น ไม่ได้รับการตอบสนองและไม่สามารถสร้างการรับรู้จากกลุ่มสมาชิกเท่าที่ควร โดยจะพบว่ากลุ่มสมาชิกที่มีอายุระหว่าง 14-17 ปี มีการเข้าใช้งานสื่อเว็บไซต์น้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอายุอื่นๆ (ตารางที่ 13) ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านเวลาและความเหมาะสม เพราะสื่อเว็บไซต์เป็นช่องทางการสื่อสารที่เปิดกว้าง ผู้ที่เข้าใช้งานสามารถค้นหาและเข้าถึงข้อมูลต่างๆ จากทุกมุมโลกได้อย่างอิสระ ไร้ขีดจำกัด หรือขอบเขตใดๆ ทั้งสิ้น สื่อเว็บไซต์จึงเปรียบเสมือนคาบสองคมสำหรับเยาวชนที่อาจขาดความซื่อสัตย์ ความรู้ไม่เท่าทันและอาจใช้สื่อนี้ในทางที่ผิดได้ เพราะเว็บไซต์เป็นสื่อที่ง่ายต่อการที่เยาวชนจะเข้าถึงสื่อลามก ข้อมูลที่ไม่เหมาะสม ล่อแหลมหรือประสบอันตรายจากการล่อลวงเยาวชนจากการเข้าใช้โปรแกรมการสนทนาผ่านระบบออนไลน์ ดังนั้นผู้ปกครองส่วนใหญ่จึงเข้ามาควบคุม จัดสรรเวลาในการเข้าใช้งานเว็บไซต์ และดูแลการใช้งานเว็บไซต์ของบุตรหลานอย่างใกล้ชิด ทำให้กลุ่มตัวอย่างในวัยนี้มีการเข้าถึงสื่อการรณรงค์ของโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมในช่องทางเว็บไซต์เป็นจำนวนน้อย ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความเข้าใจและการรับรู้ในกิจกรรมของโครงการน้อยลง และอาจส่งผลต่อการเข้าร่วมโครงการลดน้อยลงด้วยเช่นกัน

2. ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะในช่วงระยะเวลา 3-4 ปีที่ผ่านมา หลายประเทศทั่วโลกซึ่งรวมถึงประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น จึงมีการรณรงค์เผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในหลายๆ รูปแบบผ่านทางสื่อมวลชน รวมถึงมีการสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมีประสบการณ์ที่ดีกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายหรือทำให้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

และสิ่งแวดลอมเสื่อมโทรมลง และเมื่อมีการเผยแพร่ข้อมูลด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมจากโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอมเพิ่มมากขึ้น จึงน่าจะ เป็นสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งแวดลอมมาอย่างต่อเนื่อง มีความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมอยู่ในระดับสูงได้

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอม

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมอยู่ใน ระดับสูง เนื่องมาจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการรณรงค์ให้มีการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ นั้น อาจมีการใช้วิธีการแสดงตัวอย่าง เพื่อให้ ผู้รับสารเกิดการปฏิบัติตาม หรือแสดงให้เห็นถึงความเสียหายหรือความเสื่อมโทรมของทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอม ที่เกิดขึ้นจากน้ำมือของนักท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นการกระทำโดยตั้งใจ หรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอม และกระตุ้นให้มีพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งแวดลอมเกิดขึ้น หรือเพื่อให้เกิดการหยุดยั้งพฤติกรรมด้านลบ คือ การทำลายทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอม ดังนั้นจากการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสาร จนมีการสั่งสมของ ประสบการณ์ ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักที่ถูกต้องและคิงาม จะส่งผลต่อการเกิด พฤติกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอม กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างเกิดการ สร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม นั่นคือ การอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมนั่นเอง

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 “พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจ สิ่งแวดลอม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของเยาวชนใน การเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอม”

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจ สิ่งแวดลอม ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนัก ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอมอยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่ มีความตระหนักอยู่ในระดับสูง

ทั้งนี้อาจเป็น ไปได้ว่าพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจ สิ่งแวดลอมนั้น อาจมีผลหรือไม่มีผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักมากหรือน้อยขอมเป็น ไปได้ ทั้งสิ้น เพราะความตระหนักนั้นเป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกับอารมณ์ ความรู้สึก และเกิดมาจากความรู้สึก

รับผิดชอบซึ่งมีที่มาจากจิตใต้สำนึกว่าสิ่งใดที่พึงกระทำ และสิ่งใดที่ไม่ดีและสมควรที่จะละเว้น ซึ่งสอดคล้องกันกับแนวคิดของเกษม จันทรแก้ว (2530) ที่ว่าความตระหนักในสิ่งแวดล้อมมีความหมายโดยนัยเหมือนกับมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม เพราะความตระหนักเป็นความรู้ที่รับรู้ภายในจิตใต้สำนึกตลอดเวลา ครั้งใดที่เกิดปัญหาหรือพบเห็นเรื่องราวที่เรามีความรู้ ก็จะดึงจิตใต้สำนึกนั้นออกมาทำให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน คำนึงถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการอยู่ในระดับต่ำ แต่เขวชนอาจได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจากสื่อหรือช่องทางอื่นๆ ได้ เพราะกระแสเรื่องการอนุรักษ์เป็นสิ่งที่ทั่วโลกให้ความสนใจอยู่แล้ว ซึ่งทำให้เขวชนอาจเกิดความตระหนักด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมขึ้นเองได้

เช่นเดียวกันกับแนวคิดของ ม.ร.ว. อคิน รพีพัฒน์ อาจนำมาอธิบายเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในโครงการได้ว่า การที่บุคคลจะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากหรือน้อย และไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมด้วยความสำนึกของคนหรือด้วยการชักจูงจากผู้อื่น ย่อมเป็นผลมาจากระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ความผูกพันและความสำนึกที่มีต่อสิ่งแวดล้อม โดยมองเห็นถึงผลกระทบที่เขาจะได้รับ รวมทั้งมีความรู้ดีกว่าสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องสำคัญเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคน ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ เป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการอนุรักษ์ เนื่องจากพวกเขาจะได้รับผลจากการเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรง เช่น พวกเขาจะได้รับความร่มรื่นจากป่า มีน้ำในลำธารที่ใสสะอาดเหมาะสำหรับอุปโภคบริโภคและพักผ่อนหย่อนใจ ทั้งนี้เพราะมนุษย์ทุกคนต่างมีความปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข ได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น และพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อกิจกรรมของชุมชน ซึ่งอาจอธิบายได้ว่าก่อนที่จะเกิดการมีส่วนร่วมในโครงการ เขวชนอาจจะมีความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมาแต่เดิมแล้ว การมีส่วนร่วมในโครงการจึงอาจจะมีผลหรือไม่มีผลต่อความตระหนักก็ได้

อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Breckler (1986) ที่อาจนำมาอธิบายได้ว่า การที่พฤติกรรมมีส่วนร่วมไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนัก เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างสามารถเกิดความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้เอง โดยที่ไม่จำเป็นต้องเข้าร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพราะความตระหนักของกลุ่มตัวอย่างอาจเกิดจากการได้รับสิ่งเร้าต่างๆ จากภายนอกโครงการ เช่น ข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมผ่านทางสื่อต่างๆ จนกลุ่มตัวอย่างเกิดความรูสึก คำนึงม รวมทั้งความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมขึ้นเอง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ศุวารีย์ วงศ์วัฒนา (2536) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ความรู้เรื่อง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ทีระนันท์ บุรณะ ไสภณ (2538) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สนิ นัชวินิจ (2539) ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจ แพท่องเที่ยวของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ความรู้ในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว

กัญญาภรณ์ เพ็ญภินันท์ (2544) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สมมติฐานข้อที่ 2 “พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจ สิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิง อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเขาวงกต”

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจ สิ่งแวดล้อม โดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม แต่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมใน โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมาก พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมก็จะอยู่ในระดับสูงด้วย .

สมมติฐานดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของไพรัตน์ เตะระรินทร์ (2527) ที่ว่า “การ เปลี่ยนแปลงทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทำให้เกิดขึ้นได้โดยการสร้างสถานการณ์ให้

เกิดการมีส่วนร่วมในกลุ่มบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ” เนื่องจากการที่กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมในกิจกรรมของโครงการ ทั้งการเข้าร่วมในรูปแบบของการร่วมทัศนศึกษา ร่วมแสดงความคิดเห็นในกระดานสนทนาของเว็บไซต์โครงการ และการเข้าถึงสื่อต่างๆ ของโครงการที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ล้วนแต่ส่งผลให้เขาเหล่านั้นมาให้ความสนใจในสาเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อม ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการอนุรักษ์มากขึ้น จนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวในที่สุด

และจากแนวคิดของโรเจอร์ส (Rogers: 1978) ที่ว่า “การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทัศนคติ และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร” ก็อาจอธิบายความสัมพันธ์เชิงบวกของการมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้เช่นเดียวกัน เพราะการมีส่วนร่วมในโครงการนี้ มิได้หมายรวมถึงแค่การเข้าร่วมงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การร่วมแสดงความคิดเห็น การร่วมในการตัดสินใจ การร่วมประสานงาน การร่วมในการวางแผน และการร่วมเป็นผู้นำในกิจกรรมด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารของโครงการ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและข่าวสารต่างๆ ของโครงการผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจอีกด้วย ซึ่งนำไปสู่ความสอดคล้องร่วมกันกับแนวคิดของแคลปเปอร์ (Klapper: 1960) ที่ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนไว้ว่า “สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ค่านิยมความมีใจนั้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจที่เพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม รวมทั้งสื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลมีความนั้มเอียงที่จะเปลี่ยนอยู่แล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล บุคคลก็จะเปลี่ยนพฤติกรรมได้” เช่นเดียวกับกับแนวคิดของเดอเฟลอร์ (Defleur: 1970) ที่กล่าวว่า “สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบอย่างการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของบุคคล โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่ได้”

สาเหตุอีกประการของการมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ การมีส่วนร่วมในโครงการนั้น มิได้มุ่งเฉพาะการจัดกิจกรรมเพื่อถ่ายทอด ให้ข้อมูลความรู้และแนวคิดในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียว หากแต่ยังมุ่งเสนอแนะรูปแบบและแนวทางการประพฤติปฏิบัติคนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีคุณภาพอีกด้วย

สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ถดาวัดย์ พอใจ (2536) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วม ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การเปิดรับข่าวสารในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในระดับต่ำ

กนกวรรณ มณฑิราษ (2539) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้กับ ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ แต่มีค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ชลดา ทองสุกนอก (2540) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคารและ โรงงานควบคุม พบว่า การเปิดรับ ข่าวสารด้านการอนุรักษ์พลังงานมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของ เจ้าของอาคารและ โรงงานควบคุมในระดับต่ำ

นารีگانต์ พรหมนุก (2544) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักของ ผู้บริหาร และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ โรงแรม แต่มีค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 3 “ความตระหนักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน”

ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อมของเยาวชน โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

สอดคล้องกับแนวคิดของสุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมคือ การกระทำที่เป็นการแสดงออกโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ ทักษะ และความตระหนักของบุคคล ดังนั้นจากการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสาร จนเกิดเป็นความรู้ มีทักษะ และความตระหนักที่ดีต่อ การอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน

เช่นเดียวกันกับแนวคิดของแนนซี อี ชวาร์ตซ์ Nancy E. Schwartz (อ้างในอรรถรรณ
ปีลันธน์โอวาท 2546: 39-40) ที่กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่ามีความสัมพันธ์
ระหว่างความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

1. ทักษะเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์
กับทักษะ และมีผลต่อการปฏิบัติ

2. ความรู้และทักษะมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา

3. ความรู้และทักษะต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทักษะไม่จำเป็นต้อง
มีความสัมพันธ์กัน

4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Breckler (1986) ที่สามารถนำมาอธิบายความ
ตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมและ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ได้ว่า เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้าต่างๆ อันได้แก่ ข่าวสารและ
ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมผ่านทางสื่อต่างๆ แล้ว บุคคลจะเกิดความรู้สึก คำนึงม รวมทั้งความ
ตระหนักในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยองค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึกนี้
เองจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่อไป

กล่าวโดยสรุป เมื่อกลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลและข่าวสารด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว
และสิ่งแวดล้อมผ่านทางช่องทางสื่อสารมวลชนของโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจ
สิ่งแวดล้อมอย่างเพียงพอ จะส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความตระหนักต่อปัญหาความเสื่อมโทรม
ของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมอนุรักษ์ต่อไปในที่สุด
ดังนั้นการที่จะส่งเสริมพฤติกรรมอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม จึงมีความจำเป็นที่
จะต้องให้ความรู้ที่ถูกต้องและเป็นจริงแก่กลุ่มตัวอย่าง สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความรู้
ความเข้าใจในการส่งเสริมและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว สร้างความตระหนักในปัญหา
สิ่งแวดล้อมที่ปรากฏ รวมทั้งเป็นการฝึกทักษะและค่านิยมในการที่จะร่วมกันรับผิดชอบต่อปัญหา
สิ่งแวดล้อมและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ต่อไป

สอดคล้องกับงานวิจัยของ

สุวรรณีย์ วงศ์วัฒนา (2536) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนัก
การมีส่วนร่วมและพฤติกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพในจังหวัดพิษณุโลก พบว่า
ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมในการอนุรักษ์
สิ่งแวดล้อม

อลิสตา วีรพัฒน์กุล (2540) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการปฏิบัติ ตามกฎจรรยาของผู้ขับขีรถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความตระหนักในการปฏิบัติ ตามกฎจรรยา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติตามกฎจรรยา

วราภรณ์ พงษ์ไพบูลย์ (2541) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร โครงการรณรงค์ให้นิยมไทย ความตระหนักถึงการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ และพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ความตระหนักถึงการร่วมกันแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ในเชิง บวกกับพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าไทยทุกประเภท

พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์ (2542) ศึกษา กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของ โครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร พบว่า ความตระหนักในการแยกประเภทขยะ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมแยกประเภทขยะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากการวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งอาจมีความเป็นไปได้ว่าการเผยแพร่ข่าวสารของโครงการยังมีไม่มากพอ จึงไม่สามารถเข้าถึงหรือสร้างความสนใจให้กับกลุ่มตัวอย่างได้ และอาจเป็นไปได้เช่นกันว่ากิจกรรมที่ทางโครงการจัดขึ้นยังไม่เป็นที่น่าสนใจและยังไม่ตรงต่อความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้น จึงควรเพิ่มปริมาณในการนำเสนอข่าวสารของโครงการผ่านทางช่องทางสื่อสารอื่นๆ ที่นอกเหนือจากที่ทางททท. ใช้อยู่เดิม เช่น การขอความร่วมมือจากพันธมิตรภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนโครงการทางด้านเงินทุนอยู่แล้ว ให้เพิ่มความร่วมมือในด้านการดำเนินการประชาสัมพันธ์ควบคู่กันไปกับทางททท. ด้วย และในส่วนของกิจกรรมโครงการควรมีการปรับปรุงรูปแบบการจัดกิจกรรมให้น่าสนใจและดึงดูดกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น โดยจัดให้มีการทำแบบสำรวจเพื่อสอบถามความต้องการที่แท้จริงของเหล่าสมาชิกโครงการ

2. จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม พบว่า ททท. มีงบประมาณในการดำเนินการสื่อสารเพื่อการรณรงค์โครงการอยู่อย่างจำกัด เพราะททท. เองก็มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่จำเป็นต้องดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์เหมือนกัน ทำให้ทางโครงการไม่สามารถเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางสื่อมวลชน อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีราคาแพง แต่มีอิทธิพลและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางได้อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาของโครงการ จึงจำเป็นต้องใช้สื่อคั้งกล่าวในการเผยแพร่โครงการในช่วงระยะแรกเท่านั้น ดังนั้นทางโครงการจึงควรพยายามจัดสรรการใช้งบประมาณที่มีอยู่ให้เหมาะสมเสียก่อน อาจจะช่วยการตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นในส่วนของกิจกรรมให้กับสมาชิก เช่น จากที่เคยจัดทัศนศึกษาต่างจังหวัด ที่ต้องพักค้างคืนในโรงแรม ก็อาจจะเปลี่ยนมาเป็นการค้างแรมแบบเข้าค่าย กางเตนท์นอนเพื่อให้เยาวชนได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติมากขึ้น หรือถ้าไม่อาจตัดค่าใช้จ่ายลงได้แล้ว จึงขอหาทุนด้วยการจัดกิจกรรมร่วมกับภาคเอกชน หรือขอความอนุเคราะห์จากสถานีโทรทัศน์ และสถานีวิทยุให้เข้ามาช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นต่อไป

3. จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ให้ความสนใจในการเข้าใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตของโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม www.creativetraveler.net อยู่ในระดับต่ำมาก ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าทางโครงการยังมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่กลุ่มตัวอย่างน้อยเกินไป และอาจเป็นไปได้เช่นกันว่าเนื้อหาและข้อมูลในเว็บไซต์ยังไม่เป็นที่สนใจมากพอ ดังนั้นทางโครงการจึงควรมีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของโครงการให้มากขึ้น ด้วยการนำ

ลิงค์ของเว็บไซต์โครงการไปฝากประชาสัมพันธ์ในเว็บที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเข้าไปใช้งาน นอกจากนั้นยังควรมีการปรับปรุงรูปแบบหน้าตาของเว็บไซต์ให้มีความน่าสนใจและมีรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการที่มากขึ้นกว่าเดิม อาทิ การจัดทำมีการแสดงรูปถ่ายและโหวตรูปภาพของสมาชิกโครงการที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ส่งรูปภาพของคนเข้าสู่ทางเว็บไซต์ เพื่อเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่จะทำให้สมาชิกรู้จักกันมากขึ้น และเป็นการเชิญชวนให้สมาชิกเข้ามาทำกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์กันมากขึ้นด้วย นอกจากนั้นควรมีการจัดทำห้องสนทนาออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มสมาชิกสามารถเข้าสู่ระบบ และติดต่อพูดคุยระหว่างกันได้ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความสัมพันธ์อันดีต่อกันและกันให้มากขึ้น

4. ทางโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมควรทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุระหว่าง 14-26 ปี โดยอาจจำเป็นต้องแบ่งกลุ่มอายุเป็น 2 ช่วงอายุ คือ 14-20 ปี และ 21-26 ปี เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีการใช้สื่อที่แตกต่างกัน ทั้งในลักษณะของเนื้อหาและเวลาในการเลือกรับสื่อ ทั้งนี้เพราะจากการวิจัยพบว่า อายุของกลุ่มตัวอย่างเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างเช่นกัน

5. จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นสมาชิกของโครงการมีความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมและมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับสูงอยู่แล้ว ดังนั้นจึงควรมีการขยายโครงการด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมสำหรับเยาวชนให้เข้าไปอยู่ในหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ หรือหลักสูตรระดับอุดมศึกษา เพื่อให้เยาวชนของประเทศไทยได้เริ่มเรียนรู้การท่องเที่ยวอย่างถูกวิธีและสามารถนำความรู้ที่ได้นั้นมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตนเอง และสามารถถ่ายทอดความรู้นั้นให้แก่บุคคลอื่นๆ ทั้งในครอบครัวและในสังคมต่อไปได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้สื่อด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เปรียบเทียบระหว่างสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมกับเยาวชนทั่วไป หรือสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมที่เข้าร่วมกิจกรรมการอบรมสัมมนา และทัศนศึกษาของโครงการ และสมาชิกที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนการสื่อสารณรงค์เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมต่อไปในอนาคต

2. เนื่องจากสมาชิกโครงการนักร้องเทีชรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม มีอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ จึงควรมีการศึกษาการมีส่วนร่วม ความตระหนัก และพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมของสมาชิกโครงการนักร้องเทีชรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอมในภูมิภาคอื่นๆ นอกเหนือจากสมาชิกที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดจากกลุ่มตัวอย่างในทุกภูมิภาค และนำมาปรับใช้ในการวางแผนการสื่อสารรณรงค์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

3. ควรมีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle) ของสมาชิกโครงการนักร้องเทีชรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดลอม ว่าชอบทำกิจกรรมใด ประเภทไหน ในชีวิตประจำวันมีการเข้าถึงหรือเปิดรับสื่อประเภทใดบ้าง และนำข้อมูลที่ไดมาเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดลอมที่ตรงกับความต้องการของสมาชิกมากที่สุด เพื่อให้สมาชิกมีการเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการอย่างค่อเนื่อง

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กนกวรรณ มณจिरาช. พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้ กับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเขาวชนในจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- กาท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. "โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม." กรุงเทพมหานคร: กองประชาสัมพันธ์ในประเทศ กาท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547. (CD-ROM)
- กาท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนการตลาดท่องเที่ยวปี 2548. กรุงเทพมหานคร: กาท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547.
- กาท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนปฏิบัติการกาท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ. กรุงเทพมหานคร: กองอนุรักษ์ กาท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544.
- กิตติวัฒน์ รัตนคิดถ กูเกิด. โครงการอบรมอาสาสมัครต้อนรับนักท่องเที่ยวประจำท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร: กองท่องเที่ยวเขาวชน กาท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2542.
- กองอนุรักษ์ กาท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. "ปีกาท่องเที่ยวเชิงนิเวศนานาชาติ 2545." จุลสารกาท่องเที่ยว 21 (มกราคม-มีนาคม 2545):4.
- เกษม จันทรแก้ว. วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร : อักษรสยามการพิมพ์, 2530.
- จิตรกรณ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- จารุณี บุญนิพัทธ์. พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับความตระหนัก ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ชลดา ทองสุกนอก. กาเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคารและโรงงานควบคุม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

- ฉัฐชามชญ์ สุวิทย์พันธ์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษานโยบาย สาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, 2527.
- นิยระคา ชุมหวงศ์ และนิพนนาท โอหารวรวุฒิ. พฤติกรรมศาสตร์ทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: บางกอกการพิมพ์, 2520.
- นิวัติ เรืองพานิช. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร: เฉลิมชาอูการพิมพ์, 2528.
- นพรัตน์ มุณีรัตน์. การสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อ.ลานสกา จ. นครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- บุญชัย เกิดปัญญาวงศ์. การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อกระบวนการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2528.
- บุษบา สุธีธร. การบริหารงานประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์. เอกสารชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 7. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.
- ปนัดดา ภักดีภูวคณ. การสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวของมณฑลภูเก็ตไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2540.
- ประยูร คาศรี. ภูมิศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. ม.ป.ท., 2545.
- พีระนันท์ บุรณะโสภณ. พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ไพรัตน์ เศรษฐินทร์. นโยบายและกลวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจุบัน. (ม.ป.ป.), 2527.

- ไพลิน ศศิธนากรแก้ว. การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดลอมทางโทรทัศน ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดลอมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- ภิญญาภรณ์ เพ็ญภินันท์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดลอมของประชาชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- รพีพล ชูระนิคม. การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ถดาวลัย พอใจ. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดลอมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ลักขณา สตะเวทิน. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเพ็ญฟ้า พรินติ้ง จำกัด, 2540.
- วันทนา สุรชีวิน. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วรางคณา รัตนรักษ์. กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเพื่อการรณรงค์โครงการ "ไทยเที่ยวไทย". วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2543.
- วิธินี วรรณสกล. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

- วิไล สนิทรี. การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของกรโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- วาสนา จันทร์สว่าง. การประชาสัมพันธ์ในงานสาธารณสุข. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2534.
- วรชัย เขียวป่าฉี. โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS / PC+ 4.0 ขั้นพื้นฐานและกราฟฟิก. กรุงเทพมหานคร : โอเคเอ็นเอสโคร์, 2542.
- ศกลวรรณ พาเรือง. องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ศิริสา สอนศรี. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวไทย ของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ศิริพร อ้วนคำ. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ โรงเรียนสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมดีเด่นพระเกียรติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ศิริลักษณ์ อริยบุญโญทัย. ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ศุภวิทย์ เปี่ยมพงศ์สานต์. แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติและปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญของประเทศไทย. วารสารประชากรศาสตร์ 2 : 1-10.
- ศนิ นัยวินิจ. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรู้ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540.

- เสถียร เชษประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2528
- สริยญา สาระสุทธิ. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์ท่องเที่ยวไทย ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาניתศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะניתศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- สิริกาญจน์ ปรับ โควิต ใจ โย. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาניתศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์ คณะניתศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สุคาวรรณ เตชะวิบูลย์วงศ์. กระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ผ่านสื่อมวลชนในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ในโครงการ Amazing Thailand. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาניתศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะניתศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- สุภาวดี ศิริสรรหิรัญ. การวิเคราะห์ระดับความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดลอมและการรับรู้ ความหมายของ เนื้อหาสารในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษานิตศศาสตร์. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาניתศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะניתศ ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์. แนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวไทย. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล วิทยาลัย การทัพบก สถาบันวิชาการทหารบกชั้นสูง, 2546.
- สุวารีย์ วงศ์วัฒนา. พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมใน การอนุรักษ์สิ่งแวดลอมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพินนุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาניתศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะניתศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- สำนักงานวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โครงการวิเคราะห์ศักยภาพแผนการลงทุนของจังหวัด ทั่วประเทศด้านการท่องเที่ยว. ม.ป.ท., 2540.
- อकिन รพีพัฒน์. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภการพิมพ์, 2527.
- อลิตา วีรพัฒนกุล. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักและการปฏิบัติตามกฎรารของผู้นับ ฆีรยณต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาניתศศา

สตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2540.

อรรณ ปิรันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ภาษาไทย

- Breckler, S.W. Attitude Structure and Function. Hillsdale, NJ: L. Erlbaum Association, 1986.
- Bloom, Benjamin S. Handbook on Formative and Summative of Student Learning, New York: Mc Graw Hill Book Company, 1973.
- Bowman, Pat. and Ellis, Nigel. The handbook of public relations. London: Harrap, 1969.
- Cronbach, L.J. Educational Psychology. New York: Harcourt, Prance and Company, 1963.
- Defleur, Melvin L. Theories of Mass Communication. New York: David Mckay, 1970.
- Enger, E.D. and Smith, B.F. Environmental Science: A Study of Interrelationships. 6th ed., McGraw Hill, New York. 1998.
- Erwin, William. Participation Management: Concept Theory and Implementation. Atlanta Ga: Georgia State University, 1976.
- Good, Carter V. Dictionary of Education, New York: Mc. Graw Hill Book Company, 1973.
- Haynes, Christopher D. Sustainable tourism in protected areas. Gland, Switzerland: IUCN, the World Conservation Union, 1978.
- Klapper, Joseph T. The Effects of Mass Communication. New York: The Free Press, 1960.
- Kotler, Philip and Eduardo L. Roberto. Social Marketing: Strategies for changing public behavior, New York: Free Press, 1989.
- Miller G.R. and Burgoon M. New Techniques of Persuasion, New York: Harper and Row Publishers, 1973.
- Paisley, William J. Public Communication Campaigns. London: Sage Publications, 1981.
- Reeder, William W. Directive Factors in Social Action: A Multiple Factor Theory of Social Action. CD. Review Vol. 8 no. 2, June 1963.
- Rogers, Everette M. and Floyd, Shoemaker F. Communication of Innovations. New York: The Free-Press, 1971.
- Runes, Dagobert D. Dictionary of Philosophy. Ottawa: N.J. Littlefield, 1971.
- Simons H. Persuasion: Understanding, Practice, and Analysis, Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company, Inc., 1976.
- S.M. Cutlip and A.H. Center. Effective Public Relations, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1964.
- Stufflebeam, D.L., et al. Educational Evaluation and Decision-Making. Illinois: Peacock Publishers., Inc., 1971.

Turner, John B. Philippe Encyclopedia of Social Work. Washington D.C. : National Association of Social Workers, 1981.

W. Brembeck and S. Howell. Persuasion: A Means of Social Influence. NJ: Prentice – Hall, Inc., 1976.

Wolman, Benjamin B. Dictionary of Behavioral Science, London: Litton Educational Publishing, 1975.

ภาคผนวก

**แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบการวางแผนการสื่อสาร
โครงการรณรงค์ “นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม”**

1. แผนการสื่อสารรณรงค์มีกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างไร คอนเซ็ปต์ของแผนนี้คืออะไร
2. หลักเกณฑ์หรือปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาหรือกำหนดแผนคืออะไร
3. รายละเอียดด้านต่างๆ ของการแผนการสื่อสารรณรงค์
 - 3.1 วัตถุประสงค์
 - 3.2 กลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
 - 3.3 สื่อที่ใช้ เนื้อหาหลัก รูปแบบ และการนำเสนอ
 - 3.4 ระยะเวลาการเผยแพร่
 - 3.5 งบประมาณและแหล่งที่มาของงบประมาณ
 - 3.6 ผู้รับผิดชอบโครงการ
4. ปัญหาที่พบในการดำเนินงานตามแผนและแนวทางการแก้ปัญหา
5. แนวทางการประเมินผล ผู้รับผิดชอบ
6. จุดอ่อนและจุดแข็งของการสื่อสารรณรงค์และการดำเนินงาน
7. ในอนาคตจะมีการรณรงค์ในลักษณะนี้ต่อเนื่องไปอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

**การศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง และเติมค่าลงในช่องว่าง ที่ตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ

<input type="checkbox"/> 1. 14-17 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 18-20 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 21-23 ปี	<input type="checkbox"/> 4. 24-26 ปี
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> 1. มัธยมศึกษาตอนต้น	<input type="checkbox"/> 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย
<input type="checkbox"/> 3. ปวช./ปวส./อนุปริญญา	<input type="checkbox"/> 4. ปริญญาตรี/เทียบเท่า
<input type="checkbox"/> 5. สูงกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. อาชีพ

<input type="checkbox"/> 1. นักเรียน	<input type="checkbox"/> 2. นิสิต/นักศึกษา
<input type="checkbox"/> 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	<input type="checkbox"/> 4. พนักงานบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/> 5. ไม่ได้ทำงาน (ว่างงาน)	<input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. รายได้ส่วนตัวเองเดือนละ

<input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 2,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 2,001-5,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 5,001-8,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. 8,001-11,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5. 11,001-14,000 บาท	<input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 14,000 ขึ้นไป
6. ในระยะเวลา 1 ปี ท่านท่องเที่ยวบ่อยเพียงใด

<input type="checkbox"/> 1. 1-2 ครั้ง/ปี	<input type="checkbox"/> 2. 3-4 ครั้ง/ปี
<input type="checkbox"/> 3. 5-6 ครั้ง/ปี	<input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 6 ครั้ง/ปี

ตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงตามความเป็นจริง

การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
1. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทาง โครงการ YCT (นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม)จัดขึ้น					
2. ท่านเคยเข้าเยี่ยมชมและร่วมแสดง ความคิดเห็นผ่านทางเว็บไซต์ของ โครงการ YCT www.creativetraveler.net					
3. ท่านเคยติดต่อ, สอบถาม หรือขอ ข้อมูลโครงการ YCT จากคอลล์เซน เตอร์ โทร.1147					
4. ท่านเคยชักชวนเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง ให้เข้าร่วมกิจกรรมที่ทางโครงการ YCT จัดขึ้น					
5. ท่านมีส่วนร่วมในการช่วยเผยแพร่ ข่าวสาร ความมุ่งมั่นและเจตนารมณ์ ของโครงการ YCT ไปยังเพื่อนฝูง ผู้ปกครอง และคนรู้จัก					
6. ท่านร่วมทำกิจกรรมของโครงการ YCT มาอย่างต่อเนื่อง					
7. ท่านเคยปรึกษา แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นกับเพื่อนๆ และครอบครัว เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม					
8. ท่านติดตามข่าวสาร ความ เคลื่อนไหวและการดำเนินงาน โครงการฯ					

การมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ นักท่องเที่ยวยุโรปใหม่ ใต้วงศ์แควดล้อม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลข
9. ท่านเคยค้นหา สึกษาข้อมูล และ สอบถามผู้รู้เกี่ยวกับแนวทางการ อนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวงและ สิ่งแวดล้อม					
10. ท่านเคยร่วมสนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ในการจัดกิจกรรมของ โครงการ YCT					

ตอนที่ 3 ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและ
สิ่งแวดล้อม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงตามความเป็นจริง

ท่านมีความคิดเห็นต่อเรื่องนี้อย่างไร	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. ปัญหาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อมควรได้รับการปลูกฝังให้รู้ และ เข้าใจตั้งแต่เด็ก เนื่องจากเป็นปัญหาที่สำคัญ มากในปัจจุบัน					
2. การชมหรือศึกษาโบราณวัตถุอย่างใกล้ชิด โดยการสัมผัสหรือจับต้องอาจก่อให้เกิดความ เสียหายต่อโบราณวัตถุนั้น					
3. ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกใน แหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด					
4. การสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ก่อให้เกิดการ สูญเสียป่าและดินน้ำลำธาร					
5. การปิดอุทยานแห่งชาติหรือการจำกัด จำนวนนักท่องเที่ยวมิให้เข้าไปท่องเที่ยวใน อุทยานฯ มากเกินไป เป็นการเปิด โอกาสให้ ธรรมชาติ ได้ฟื้นตัว					
6. การที่มีนักท่องเที่ยวไปพักแรมบริเวณดิน น้ำลำธารเป็นจำนวนมาก เป็นการทำลาย สภาพป่าให้เสื่อมโทรมเร็วยิ่งขึ้น					
7. งานเทศกาลและประเพณีต่างๆ ควรจะ ปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว					
8. การนำปลาสวยงามประเภทต่างๆ ในทะเล มาเลี้ยงไว้ในตู้ปลาเป็นการทำลายทรัพยากร สัตว์น้ำทางอ่อน					

ท่านมีความคิดเห็นต่อเรื่องนี้อย่างไร	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
9. มนุษย์ได้คัดแปลงสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติจนเกินขอบเขต ทำให้สภาวะความสมดุลทางธรรมชาติต้องสูญเสียไป					
10. เราทุกคนสามารถช่วยแก้ปัญหาหรืออนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้					

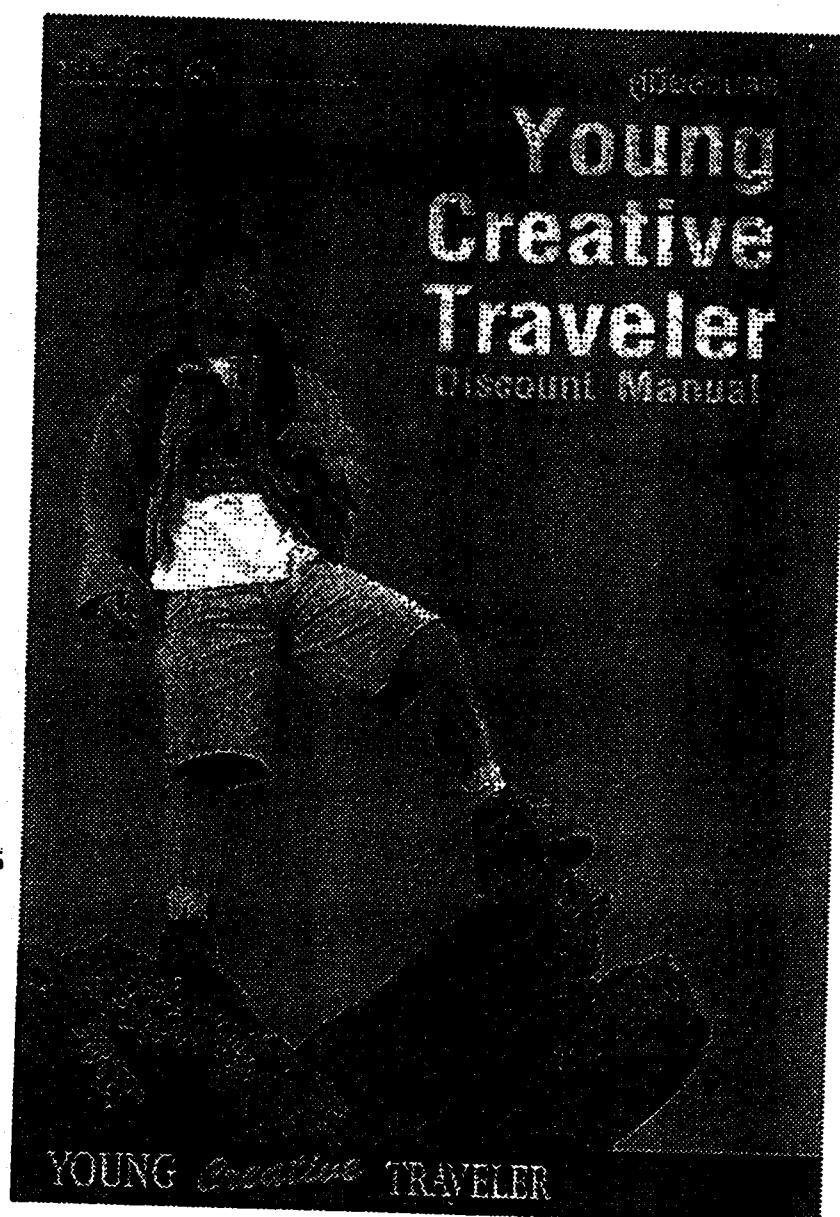
ตอนที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงตามความเป็นจริง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	เป็น ประจำ	บ่อย ครั้ง	บางครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย ทำเลย
1. ท่านปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับของแต่ละ แหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด					
2. ท่านช่วยปกป้องดูแลมิให้ผู้อื่นทำความ เสียหายแก่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม					
3. ท่านเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่ง โบราณวัตถุและโบราณสถานด้วยความเคารพ สำรวม และรักษาสภาพเดิมของสถานที่ ท่องเที่ยวไว้					
4. ท่านหลีกเลี่ยงการสัมผัส ชิคเขียนข้อความ หรือใช้แฟลชถ่ายรูปโบราณสถาน เนื่องจาก เป็นสาเหตุของการทำลายโบราณสถาน					
5. ท่านงดเว้นการให้อาหารแก่สัตว์ป่า เนื่องจาก อาจทำให้พฤติกรรมการหากินของสัตว์ป่า เปลี่ยนไปได้					
6. ท่านให้ความเคารพและปฏิบัติตัวถูกต้องตาม กาลเทศะ เมื่อเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มี วัฒนธรรมต่างออกไป					
7. ท่านเสนอแนะหรือแจ้งเจ้าหน้าที่ที่ รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพบว่ามีความ เสียหายหรือมีการกระทำที่ไม่เหมาะสมใน แหล่งท่องเที่ยวนั้น					
8. ท่านหลีกเลี่ยงการส่งเสียงดังทั้งจากตนเอง หรือจุดดอกไม้ไฟและยิงปืนในพื้นที่ธรรมชาติ					

พฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องในเชิงอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	เป็น ประจำ	บ่อย ครั้ง	บางครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย ทำเลย
9. ท่านนำขยะออกจากแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้ง ช่วยเก็บขยะในระหว่างการท่องเที่ยวด้วย					
10. ท่านช่วยแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ให้กับผู้อื่นในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว					


พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	เป็น ประจำ	บ่อย ครั้ง	บางครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย ทำเลย
9. ท่านนำขยะออกจากแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้ง ช่วยเก็บขยะในระหว่างการท่องเที่ยวด้วย					
10. ท่านช่วยแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ให้กับผู้อื่นในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว					

ภาคผนวก ข.



ตัวอย่าง : คู่มือการใช้บัตรสมาชิก (ปกหน้า)


ถ้าคุณเป็นคนไทยที่หัวใจสายธุรกิจ
สมัครเป็น



สมัคร Young Creative Traveler กับสิทธิพิเศษคือ

- ได้รับสิทธิในการจองตั๋วเครื่องบิน
- ได้รับสิทธิในการจองโรงแรม
- ได้รับสิทธิในการจองรถเช่า
- ได้รับสิทธิในการจองร้านอาหาร
- ได้รับสิทธิในการจองสปา
- ได้รับสิทธิในการจองรถเช่า
- ได้รับสิทธิในการจองร้านอาหาร
- ได้รับสิทธิในการจองสปา

สมัครสมาชิกกับเราวันนี้
โทร 02-2555-9999
www.youngcreative.com
100 ปี 100 ปี 100 ปี 100 ปี



นักท่องเที่ยวชาวไทย ใจใจสายธุรกิจ

ตัวอย่าง : คู่มือการใช้บัตรสมาชิก (ปกหลัง)

สิทธิพิเศษ...
เฉพาะคนรักธรรมชาติ

**สมัคร Young Creative Traveler วันเริ่มต้นพิเศษ สำหรับการเดินทางท่องเที่ยว
เยือนนครขอนแก่น และสวนไข่มุกแห่งทองผาภูมิ**

สมัครและสมัครฟรี!

- ▶ สมัคร Young Creative Traveler เป็นฟรี (ไม่ต้องเสียค่าสมัคร) สำหรับคนรักธรรมชาติ
- ▶ สมัคร Package 1 ปีแรก 500 บาท
- ▶ สมัครและสมัครฟรี (ไม่ต้องเสียค่าสมัคร) สำหรับคนรักธรรมชาติ

- ▶ มีสิทธิพิเศษ... (รายละเอียดเพิ่มเติม)
- ▶ สิทธิพิเศษ... (รายละเอียดเพิ่มเติม)
- ▶ สิทธิพิเศษ... (รายละเอียดเพิ่มเติม)
- ▶ สิทธิพิเศษ... (รายละเอียดเพิ่มเติม)

สมัครด่วนวันนี้! สมัครแล้ว... (รายละเอียดเพิ่มเติม)

สมัครด่วนวันนี้! (รายละเอียดเพิ่มเติม)

สมัครด่วนวันนี้! (รายละเอียดเพิ่มเติม)

สมัคร

ชื่อ: _____

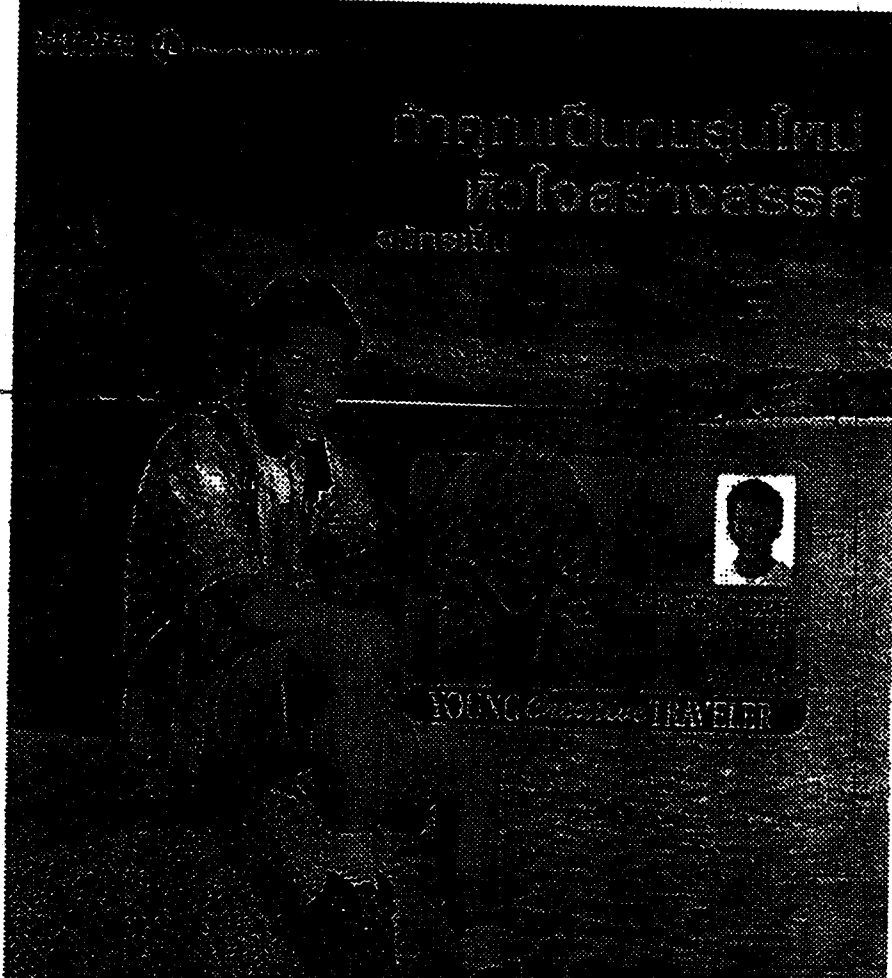
ที่อยู่: _____

ON: _____ ON: _____ ON: _____

ON: _____ ON: _____ ON: _____

ON: _____ ON: _____ ON: _____

ตัวอย่าง : สื่อสิ่งพิมพ์ในนิตยสาร




ทำคุณเป็นคนรุ่นใหม่
 หัวใจอย่างสรรค์
 สักหน่อย

YOUNG Creative TRAVELER

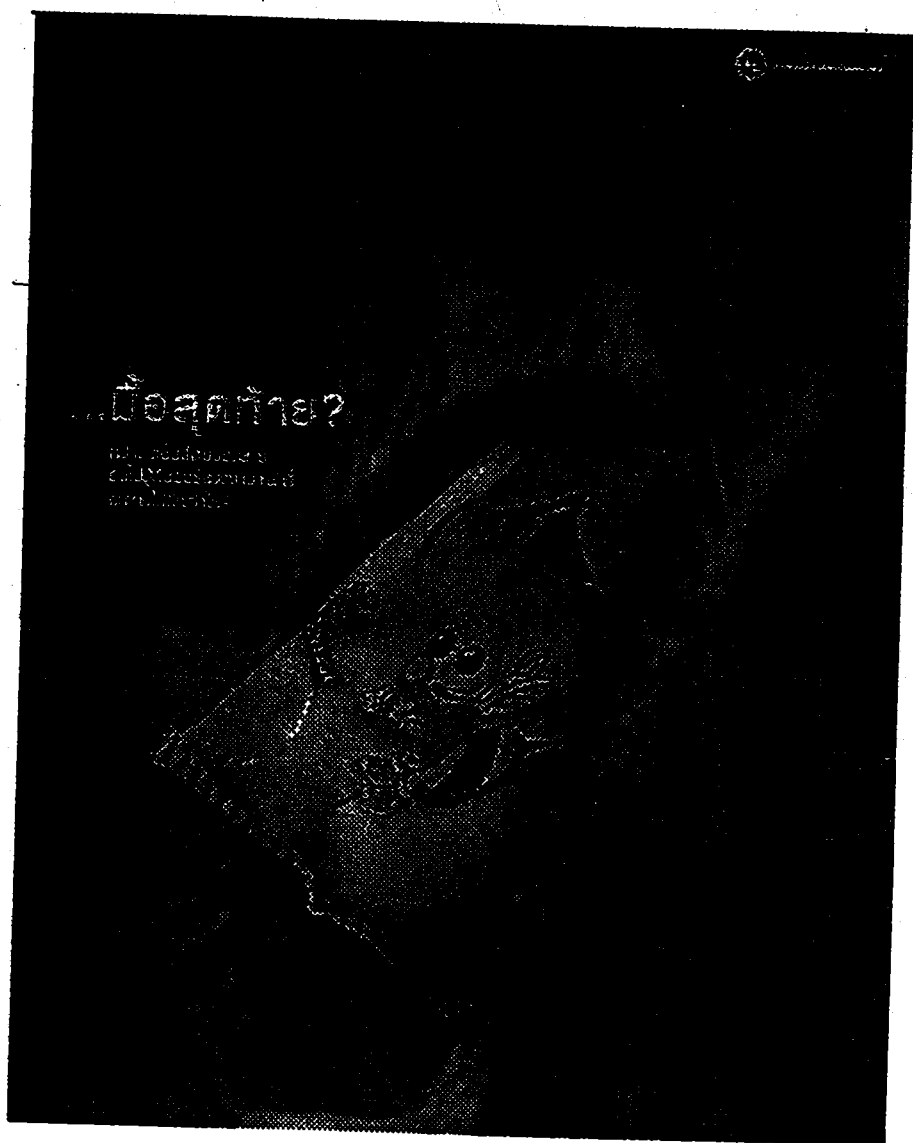
สมัคร Young Creative Traveler กับบริษัท สักหน่อย

- ◀ สมัครได้ตั้งแต่อายุ 18 ปีขึ้นไป
- ◀ สมัครได้ทั้งชายและหญิง
- ◀ สมัครได้ทั้งคนไทยและต่างชาติ
- ◀ สมัครได้ทั้งที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด
- ◀ สมัครได้ทั้งที่ว่างและกำลังเรียน
- ◀ สมัครได้ทั้งที่ว่างและกำลังทำงาน
- ◀ สมัครได้ทั้งที่ว่างและกำลังเรียน/ทำงาน
- ◀ สมัครได้ทั้งที่ว่างและกำลังเรียน/ทำงาน/แต่งงาน

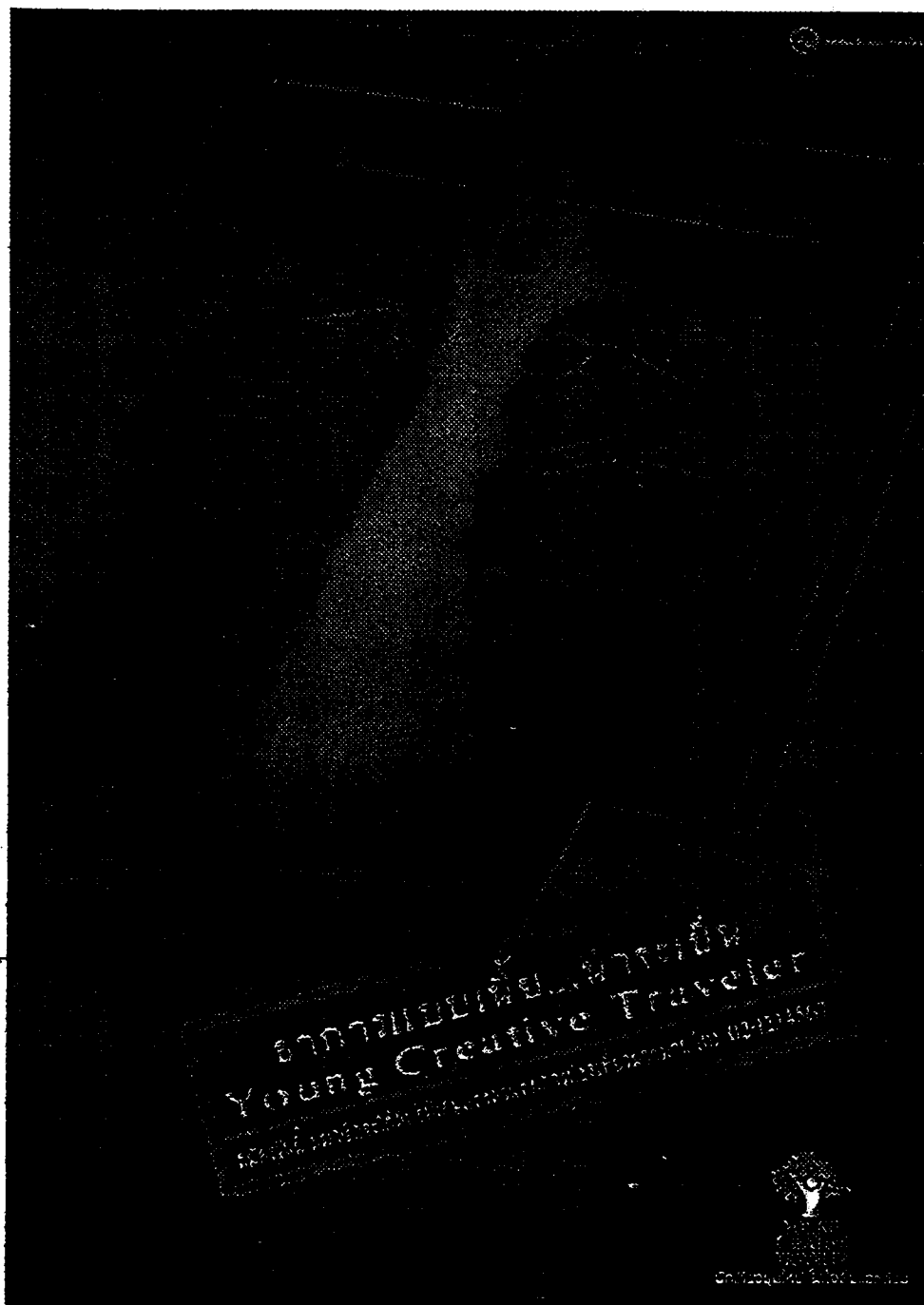
ขอทราบข้อมูลเพิ่มเติม โทร. 02-254-0111
 02-254-0112
 02-254-0113
 02-254-0114



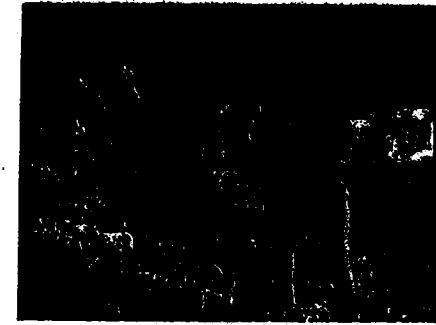
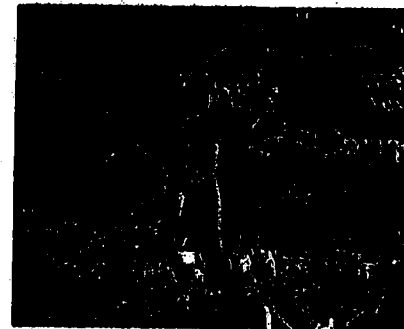
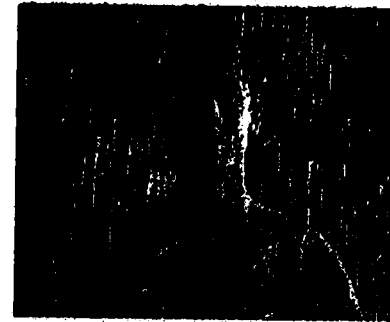
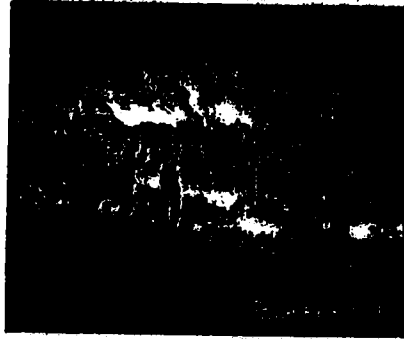
ตัวอย่าง : สื่อสิ่งพิมพ์



ตัวอย่าง : สื่อสิ่งพิมพ์



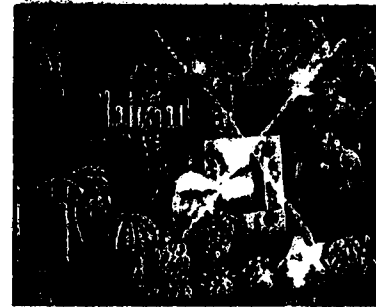
ตัวอย่าง : สื่อสิ่งพิมพ์



**YOUNG
Creative
TRAVELER**

เปิดใจเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
call center 0-2385-9800

ถึงแล้ว...ประติมากรรมภูผาเทิบ การที่เราได้สัมผัสมุมมองใหม่ๆ
ทำให้เราได้เห็นเมืองไทยที่สวยงามแปลกตาการได้ที่เราพบในสิ่งที่ไม่เคยเห็น
ทำให้เรารู้ว่า...ธรรมชาติ...เป็นปรากฏการณ์ที่เหนือคาดเดา...
ที่สุดเราก็ได้พบมุมมองใหม่ๆ มุมหนึ่งเป็นมุมมองที่สะท้อนให้เราเห็นว่า
แหล่งท่องเที่ยวจะสวยงามได้เราทุกคนต้องช่วยกันรักษา
Young Creative Travelerนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่...ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



ถ้าคุณเก็บ...คุณอาจทำให้ใครบางคนไม่มีบ้านอยู่ (เราจะไม่เก็บ)
 ถ้าคุณทิ้ง....สิ่งที่คุณทิ้งก็จะไปทำร้ายธรรมชาติที่เรารัก (เราจะไม่ทิ้ง)
 ถ้าคุณเขียน...แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามของเราก็คงหมดคุณค่าไป (เราจะไม่เขียน)
 มาร่วมเป็นนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม Young Creative Traveler
 พร้อมรับสิทธิประโยชน์ทางการท่องเที่ยวมากมาย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวพิมพ์ศิริ สมสกุล เกิดเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน พ.ศ. 2523 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีอักษรศาสตร์ สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศส จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2544 และเข้าศึกษาคณะระดับปริญญาโทสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ เมื่อ พ.ศ. 2547 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง Senior Public Relations Officer ที่บริษัทเคอะแวลลูซิสเต็มส์ จำกัด



3093

ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย