

ชื่อเรื่อง : การสื่อสารเพื่อสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขต  
กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย : นางสาวการดา ร่วมพุ่ม  
นางสาวอุไร คงคาหลวง

ปีที่เผยแพร่ : 2553

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจความคิดเห็นของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารที่จะมีส่วนสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการมีจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์กับจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างบทบาทของสื่อมวลชนแต่ละประเภทและสื่อบุคคลที่มีต่อการสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจคือเยาวชนอายุ 11 – 25 ปี ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และอุดมศึกษา โดยแบ่งวิธีการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. การวิจัยเชิงปริมาณ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติแบบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

2. การสนทนากลุ่ม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากเยาวชนจำนวน 40 คน แบ่งเป็นระดับมัธยมต้น 12 คน มัธยมปลาย 12 คน และอุดมศึกษา 16 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนโดยรวมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เฉพาะการเปิดรับสื่อวิทยุเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลโดยรวมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักถึงการมีจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

4) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลโดยรวมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักถึงการมีจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากพระและครูอาจารย์มีความสัมพันธ์กับความตระหนักถึงการมีจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเยาวชนที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์และอินเทอร์เน็ตของเยาวชนที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นอกจากนี้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารของเยาวชนที่ศึกษา ก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลโดยรวมของเยาวชนที่ศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนของเยาวชนที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นอกจากนี้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากญาติพี่น้องของเยาวชนที่ศึกษา ก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7) เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยด้านอายุและระดับการศึกษาต่างกัน มีจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่างกัน ส่วนเยาวชนที่มีเพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวต่างกัน มีจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ต่างกัน

8) จากการสนทนากลุ่มย่อย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเชื่อว่าสื่อบุคคลกับสื่อมวลชนมีบทบาทที่ต่างกันในการสร้างจิตสำนึกให้กับเยาวชนในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กล่าวคือ สื่อบุคคลสามารถโน้มน้าวใจให้เกิดจิตสำนึกที่ดีได้มากกว่าสื่อมวลชน โดยรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมควรมีบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เป็นกันเอง เพื่อให้สามารถแลกเปลี่ยนทัศนคติได้ เช่น การทำกิจกรรมร่วมกันในลักษณะชมรม การสนทนาเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น

ส่วนการนำสื่อบุคคลไปใช้ผสมผสานกับสื่อมวลชนนั้น ควรใช้รูปแบบของฟรีเซ็นเตอร์ โดยควรเป็นผู้ที่มีบุคลิกน่าเชื่อถือ มีความรู้และประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสามารถในการถ่ายทอดและโน้มน้าวใจ และมีอายุที่ใกล้เคียงกับเยาวชนหรือมากกว่าเยาวชนไม่มากนัก

Title : Communications for Raising Ecotourism Awareness among Youths  
in Bangkok Metropolis

Researcher : Miss Karada Ruampum  
Miss Urai Kongkaluang

Year : 2010

### ABSTRACT

This study is a mixed survey and focus group research to study ecotourism awareness among youths in the Bangkok Metropolis. In particular the study focuses on the following topics:-

1. correlation between media exposure behaviors and ecotourism awareness;
2. correlation between demographic factors and ecotourism awareness;
3. effects of mass media and personal media on ecotourism awareness.

The target population is secondary and university students between the ages of 11 and 25 in Bangkok Metropolis. The research methodology used two techniques:

Part I questionnaires collected from 400 student samples

Part II focus group discussions for 3 groups of 40 student samples

Percentage, mean, t-test, One-way ANOVA and Pearson's product moment correlation coefficient were used for data analysis. SPSS software was used for data processing.

The results of the research are as follows:-

1. In general, mass media exposure behaviors are not correlated with ecotourism knowledge, but radio exposure is significantly correlated with ecotourism knowledge.
2. Personal media exposure behaviors are not correlated with ecotourism knowledge.
3. Mass media exposure behaviors are not correlated with ecotourism awareness.
4. In general, personal media exposure behaviors are not correlated with ecotourism awareness, but receiving information from monks and teachers is significantly correlated with ecotourism awareness.
5. Mass media exposure behaviors are significantly correlated with good ecotourism behaviors.

6. In general, personal media exposure behaviors are not correlated with good ecotourism behaviors, but receiving information from friends and relatives is significantly correlated with good ecotourism behaviors.

7. Ages and educational levels are related to ecotourism awareness, but genders and family income are not.

8. Concerning the focus group discussion, the student samples believe that personal media are more effective to ecotourism awareness than mass media, especially for personal communications in a simple and friendly environment.

Moreover, the students suggest that the presenters of ecotourism campaigns should be in the same age group or slightly older; be credible, knowledgeable, and experienced in ecotourism; and have the capabilities of knowledge transfer and persuasion.