



ผลการทดลองใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

โดย

นายภูวิศ หล่อกำเนิด

เลขทะเบียน..... 08887 ฉ.๒

วันที่..... 16 สิงหาคม 47

จพ.

363.70910

ภ 691 ๗

ม.ก.ร.จวท.

ฉ.๒

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2547

ISBN 974-217-148-3

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก

THE EFFECT OF USING VIDEO MEDIA IN ECOTOURISM

By

Mr. PHUWIS LORKAMNOED

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirement for the Master Degree of Communication Arts**

Department of Broadcasting

Graduate School

KRIRK UNIVERSITY

2004

ISBN 974-217-148-3

มหาวิทยาลัยเกริก

บัณฑิตวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์

ของ

นายภูวิส หล่อกำเนิด

เรื่อง

ผลการทดลองใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

เมื่อ วันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2547

ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ สมคิด ชีรศิลป์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิญญู สุวรรณเพิ่ม)

กรรมการวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ อรรถัย ศรีสันติสุข)

กรรมการวิทยานิพนธ์

.....
(อาจารย์ พิสิทธิ์ ศิวายพราหมณ์)

หัวหน้าสาขาวิชา

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

.....
(รองศาสตราจารย์ วินิจ วิทยาจักร)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ผลการทดลองใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
ชื่อผู้เขียน	นาฏวิศ หล่อกำเนิด
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์/ บัณฑิตวิทยาลัย/มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ สมคิด ธีรศิลป์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร.วิญญู สุวรรณเทม
ปีการศึกษา	2546

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ผลการทดลองใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (experimental research) ใช้รูปแบบ randomized control-group pre-test post-test design และรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (questionnaire)

ประชากรในการศึกษาวิจัยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่ลงทะเบียนกับกรมป่าไม้ในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จำนวนเฉลี่ย 80,000 คน ในเดือนเมษายน การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากร โดยวิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (systematic sampling) ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน เข้ากลุ่มทดลองวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิเคราะห์ผลหาประสิทธิภาพของวีดิทัศน์ เปรียบเทียบผลการทดลองก่อนชมและหลังชมวีดิทัศน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า

- 1.วีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สร้างขึ้นเพื่อเผยแพร่ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านการตลาดการท่องเที่ยวและด้านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด
- 2.เปรียบเทียบการทดสอบก่อนชมวีดิทัศน์ที่สร้างขึ้นกับหลังชม ปรากฏว่า มีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
- 3.ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ที่สร้างขึ้นนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งใกล้เคียงกับตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยตั้งไว้

Thesis Title	The Effect of Using Video Media in Ecotourism
Author's Name	Mr.Phuwis Lorkamnoed
Department	Department of Broadcasting
Faculty/University	Graduate School/KRIRK University
Thesis Advisor	Associate Professor Somkid Dhirasilpa
Thesis Co Advisor	Associate Professor Dr.wisanu suwanapern
Academic Year	2003

Abstract

The analytical studies in using Video Media for Ecotourism, in an experimental research of randomized control-group, pre-test, post-test design and gathering information in the form of questionnaire. An estimate 80,000 tourist who has registered with the Royal Forest Department for The National Park of Thailand Doi-Intanon were subjected for the study group using the experiment. The research was conducted in April using a random method of systematic sampling. An ideal group of 120 people was subjected to Video Media of Ecotourism to analyze the effectiveness of the media and comparing the results of the reaction prior and after exposure of the media by computing through the SPSS program.

The results of the thesis were as to follows,

1. Ecotourism Video Media conceived for the purpose of conserving the environments, tourism and marketing, in getting tourist involve has reach the expected results.
2. Comparing the pre-test and post-test of the Video Media, the results has show some significant difference from statistic.
3. The result of the tourist satisfactions and reactions from experiencing the Video Media has show to be in a mid level, as expected.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากรองศาสตราจารย์ สมคิด ชีรศิลป์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำและตรวจตราแก้ไข เนื้อหาของวิทยานิพนธ์รองศาสตราจารย์ ดร.วิษณุ สุวรรณเพิ่ม อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่กรุณา ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ทำให้วิทยานิพนธ์ออกมามีเนื้อหาครบถ้วน รวมทั้งประธาน กรรมการการสอบวิทยานิพนธ์รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ และกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ อรทัย ศรีสันติสุข ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษาจน วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ ที่สนับสนุนทุนการศึกษา คุณภักพงษ์ มาสศิริรัตน์ และ คุณจันจิรา แม่สุวรรณ ที่สนับสนุนข้อมูลและเวลาในการศึกษาครั้งนี้ และขอขอบคุณ คุณสุภวรรณ วงศ์จรัส ที่เป็นกำลังใจให้ตลอดเวลาการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

นายภูวิศ หล่อกำเนิด

มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ.2547

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(2)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	7
1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น.....	7
1.6 นิยามศัพท์.....	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิดิทัศน์.....	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์.....	21
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	24
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม.....	35
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....	38
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	51
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ.....	53
2.8 แนวคิดเกี่ยวกับและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	54
2.9 แนวคิดเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ.....	72
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	75

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	88
3.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	88
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	88
3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	89
3.4 วิธีรวบรวมข้อมูล.....	91
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	91
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	93
บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	96
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	96
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	96
5.3 ข้อเสนอแนะการนำไปใช้.....	97
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย.....	97
ภาคผนวก.....	99
ก.การหาค่าความยากง่าย อ่านางจำแนกและหาค่าความเชื่อมั่น.....	100
ข.แบบการประเมินการผลิตสื่อ.....	104
ค.รายชื่อผู้เชี่ยวชาญการประเมินสื่อ.....	110
ง. บทบรรยายสื่อวีดิทัศน์.....	116
บรรณานุกรม.....	129
ประวัติผู้วิจัย.....	137

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในประเทศไทย มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และกระจายตัวอยู่ทุกภูมิภาค กล่าวคือ ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีการสำรวจและรวบรวมไว้ทั้งสิ้น 2,579 แห่ง (รัชวิภา คาลพันธุ์, 2540 : 5)

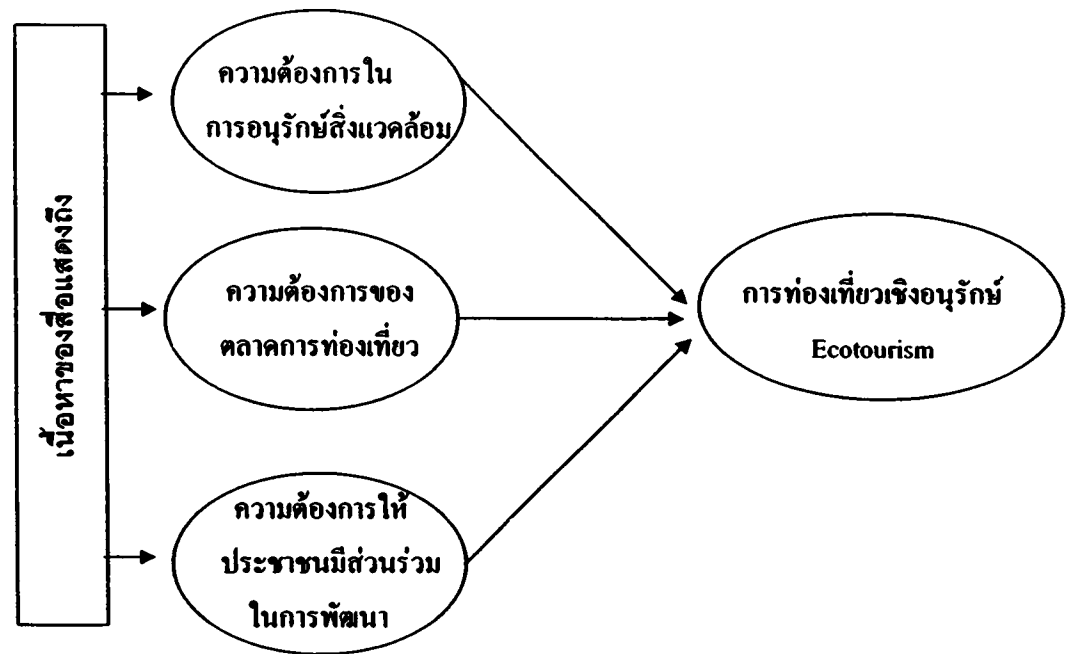
การท่องเที่ยว (tourism) เป็นการนันทนาการ (recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (leisure time) ที่มีการเดินทาง (travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งทีถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ (R.W. Mc Intosh : 1986)

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาการท่องเที่ยวของไทยได้เจริญเฟื่องฟูรุดหน้าตามลำดับ เป็นผลให้เกิดรายได้หมุนเวียนมีมูลค่านับแสนล้านบาท ซึ่งส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แต่ในด้านตรงข้าม การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กลับทำให้สภาพแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวและภาพพจน์ของการท่องเที่ยวลดถดถอยลง การจัดการการท่องเที่ยวโดยทั่วไป มักประสบปัญหาที่สวนทางกันระหว่างการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และสังคมกับการพัฒนาอยู่เสมอ

การพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ประสานการพัฒนากับการอนุรักษ์ ได้มีความพยายามดำเนินการมาโดยตลอด โดยการวางกลยุทธ์ในการพัฒนาภายใต้แผนพัฒนาที่ดำเนินการอย่างรอบคอบ ครบตามหลักวิชาภายใต้แนวทาง “การพัฒนาอนุรักษ์เพื่อพิทักษ์การท่องเที่ยวไทย” แต่การดำเนินการที่ผ่านมาแนวทางต่าง ๆ เหล่านั้นยังไม่สามารถปฏิบัติอย่างได้ผล ด้วยสาเหตุหลายประการ สาเหตุประการหนึ่งคือ ความสับสนในการพัฒนาระหว่างความต้องการทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ และการขาดการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่ เหมาะสม

ภายใต้ความต้องการของประเทศในการสร้างความสมดุล ระหว่างการพัฒนากับการอนุรักษ์และกระแสโลกในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ก่อให้เกิดกระแสที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ด้าน (รูปที่ 1) คือ

- 1) กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
- 2) กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวด้านการศึกษา เรียนรู้ หรือมีประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ
- 3) กระแสความต้องการพัฒนาคน โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน



รูปที่ 1 กระแสความต้องการ Ecotourism

จากพลัง 3 กระแสเหล่านี้ จึงทำให้เกิดแนวความคิดของการพัฒนาในทิศทางที่ยั่งยืน ซึ่งมีผลต่อระบบการจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวและต่อรูปแบบการท่องเที่ยวขึ้น ทำให้เกิดทางเลือกในการท่องเที่ยวใหม่ (alternative tourism) ซึ่งมาทดแทนหรือแข่งขันกับการท่องเที่ยวตามแบบประเพณีนิยม หรือแบบทั่วไป (conventional tourism) ซึ่งมีการนำเสนอในหลายรูปแบบ รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีระบบการจัดการที่กล่าวถึงมากที่สุดคือ Ecotourism ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศน์ที่ต้องมีการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์ธรรมชาติและเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน

แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบ Ecotourism จะเป็นทางออกที่มีอนาคตประเทศไทยจึงยอมรับ และกล่าวขานถึงการท่องเที่ยวแบบนี้ค่อนข้างมาก ซึ่งเป็นที่สนใจของฝ่ายต่างๆ ในภาครัฐและเอกชนของไทยมากขึ้นตามลำดับ จึงเกิดความต้องการการท่องเที่ยวแบบ Ecotourism สูงมาก และมีธุรกิจด้านนี้เกิดขึ้น มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบด้านตลาดการท่องเที่ยวอย่างมาก ทำให้นำเป็นหวังว่า ตลาดการท่องเที่ยวแบบ Ecotourism จะเป็นการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม หรือเป็นตัวเร่งให้เกิดความเชื่อมโยง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นำแนวคิดเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ Ecotourism เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ หลักการโดยทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นควบคู่ไปกับการสนุกสนานเพลิดเพลิน การสร้างจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการที่คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมดูแล และได้รับประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านั้น จากหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นี้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางที่จะนำไปสู่เป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นั่นคือ การพัฒนาให้เป็น “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism)” ซึ่งมีหลักการ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว
2. ต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว
3. ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
4. ต้องขึ้นนำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่น และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

จากหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทั้ง 4 ประการนั้น จะเห็นได้ว่าความต้องการที่จะประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และการสงวนรักษา สิ่งแวดล้อมให้

ยาวนานที่สุด (ยูดี นิรันดร์ตระกูล, 2539 : 103)

ปัจจุบันแนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเทศไทย ได้รับการตอบรับจากฝ่ายต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคเอกชน เช่น โรงแรมมีความตระหนักเรื่องการพัฒนาและระมัดระวังเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น บริษัทนำเที่ยวให้ความสนใจรายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพิ่มขึ้น ส่วนในภาครัฐ มีการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลในยุคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นยุคของนายชวน หลีกภัย หรือยุคของนายบรรหาร ศิลปอาชา ในขณะที่ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544) จึงมีเป้าหมายในการวางแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นสำคัญ เป็นการวางแนวทางกว้าง ๆ ด้านการปรับปรุง (adjustment) และการเปลี่ยนแปลง (change) ทรัพยากรการท่องเที่ยวจากสภาพเดิม ไปสู่สภาพใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาด ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและยาวนานที่สุด แต่ก่อให้เกิด ผลกระทบน้อยที่สุด (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2540 : 9-11)

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นเรื่องละเอียดอ่อนและมีความสลับซับซ้อน เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งหากไม่มีความรอบคอบและเข้มงวดในการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แล้ว จะทำให้เกิดการเสียหายต่อสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติของประเทศได้ การส่งเสริมให้ประชาชนในประเทศเดินทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้น นอกจากจะเป็นการช่วยชลอให้แหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมมีระยะเวลาในการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมแล้ว ยังช่วยไม่ให้เกิดการทำลายทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้มากไปกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้การรณรงค์ประสบความสำเร็จตามเป้าประสงค์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การโฆษณา การเผยแพร่ และการประชาสัมพันธ์ในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อการโฆษณาประเภทต่าง ๆ จึงต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญ ของการสูญเสียทรัพยากรการท่องเที่ยวรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้ ทั้งนี้ต้องกระทำอย่างระมัดระวัง มีหลักวิชาการมีมาตรฐานและมีคุณภาพจึงจะเกิดผลดีที่ยั่งยืนต่อประเทศในระยะยาว

การใช้สื่อเพื่อเผยแพร่โฆษณา และประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้น โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น วิดีทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ ไปสเตอร์ โฆษณาทาง โทรทัศน์ วารสาร นิตยสาร สไลด์ เป็นต้น แต่เดิมจะเน้นเรื่องของการตลาดและการขายเป็นหลัก สื่อที่ผลิตออกมาส่วนใหญ่เป็นการเชิญชวนให้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่สำคัญ หรือชี้ให้เห็นถึงจุดเด่นของจังหวัดนั้น ๆ มากกว่าการชักชวนให้แก่นักท่องเที่ยวที่ดี หรือรณรงค์ให้มีการช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งยังมีข้อมูลเผยแพร่ออกไปไม่มากนัก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็น

ต้นมา การใช้สื่อของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยมี การ จัดสรรงบประมาณของการผลิตโฆษณา และประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศส่วนหนึ่งให้กับบริษัทตัวแทนโฆษณาเพื่อใช้ในการผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทัศน์ ประชาสัมพันธ์ โฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์และป้ายโฆษณากลางแจ้ง โดยมีแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นหลัก ได้มีการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของสื่อไปในทางกระตุ้นเตือนให้เกิด จิตสำนึก และความรับผิดชอบต่อปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมส่วนรวมกัน

ในการวางแผนและผลิตสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงทางด้านการตลาด และความเจริญก้าวหน้าของวิทยาการและเทคโนโลยีสาขาต่าง ๆ ยังมีปัจจัยสนับสนุนไม่เพียงพอ เช่น บุคลากร ผู้เชี่ยวชาญ งบประมาณ การจัดการ เครื่องมือ อุปกรณ์ เป็นต้น อีกทั้งยังมีอุปสรรคต่อการดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้เกิดผลสูงสุดอยู่อีกหลายประการ ดังนั้นการผลิตโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จึงจำเป็นต้องอาศัยบริษัทตัวแทนโฆษณา ซึ่งมีความเชี่ยวชาญและเป็นมืออาชีพในการผลิตสื่อ ให้เป็นผู้จัดทำขึ้น เพื่อให้โฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ออกไปมีคุณภาพสามารถกระตุ้นเตือนให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงอนุรักษ์ด้วยความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาผลของสื่อวิทัศน์ที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในด้านเนื้อหาของสื่อวิทัศน์ที่อธิบายความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อีกทั้งเทคนิคการนำเสนอของสื่อวิทัศน์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่อาศัยมาสัมผัสเมืองไทย รวมถึงมีความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ควบคู่กันไปด้วย อีกทั้งเพื่อยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินงานของผู้ผลิต ว่ามีความสอดคล้องกับแนวความคิดในนโยบาย ส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพียงใด เพื่อผลวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการลดข้อบกพร่อง วางแผนและพัฒนาการผลิตสื่อวิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ให้มีรูปแบบและเนื้อหาสาระที่เหมาะสม มีคุณภาพ เพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และมีประสิทธิผลสูงสุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์การรับรู้ทางด้านเนื้อหาของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อ
 ทัศนียภาพ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อทัศนียภาพเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากร

1.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่ลงทะเบียนกับกรมป่าไม้
 ในอุทยานแห่งชาติคอกยอนทนนท์ จำนวนเฉลี่ย 80,000 คน ในเดือนเมษายน
 (รายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติ, กรมป่าไม้, ปี 2544-2545)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากร โดยวิธีการ
 สุ่มตัวอย่างอย่างมีระบบ (systematic sampling) ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 120
 คน

2. เครื่องมือที่ใช้

2.2 สื่อทัศนียภาพ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เรื่องเที่ยวทั่วไทยด้วยใจอนุรักษ์
 ความยาว 15 นาที

2.1 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์การรับรู้ทางด้านเนื้อหาของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.3 แบบทดสอบวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อทัศนียภาพการท่องเที่ยวเชิง
 อนุรักษ์

3. เนื้อหา

เนื้อหาทัศนียภาพที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การนำเสนอสื่อทัศนียภาพเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยว
 เชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ความยาว 15 นาที

4. ตัวแปรที่ศึกษา

4.1 ตัวแปรอิสระ (independent variable) การเปิดรับสื่อทัศนียภาพ

4.2 ตัวแปรตาม (dependent variable)

4.1 ผลสัมฤทธิ์ในการรับรู้ทางด้านเนื้อหา

4.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อทัศนียภาพ

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่ได้ชมวิดีโอวีทัศน์เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีผลสัมฤทธิ์ในการรับรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสูงขึ้น
2. นักท่องเที่ยวที่ได้ชมวิดีโอวีทัศน์เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีผลสัมฤทธิ์ในการรับรู้ด้านการตลาดการท่องเที่ยวสูงขึ้น
3. นักท่องเที่ยวที่ได้ชมวิดีโอวีทัศน์เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีผลสัมฤทธิ์ในการรับรู้ด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวสูงขึ้น
4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อวีทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับสูง

1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น

วีทัศน์ที่นำมาวิจัยครั้งนี้ ปรับปรุงจากวีทัศน์ที่ผลิตขึ้นในปี พ.ศ. 2539 โดยบริษัท เอ็กเซเทรา จำกัด ผลิตให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชุดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เรื่อง เที่ยวทั่วไทยด้วยใจอนุรักษ์ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้หนึ่งในทีมงานผลิตวีทัศน์เรื่องนี้ในตำแหน่งผู้ควบคุมการผลิต ซึ่งปัจจุบันเรื่องนี้กำลังใช้เผยแพร่และอยู่ในลิขสิทธิ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและได้รับอนุญาตจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเรียบร้อยแล้ว

1.6 นิยามศัพท์

1. สื่อ (media) หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เนื้อหาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. วิดีทัศน์ (video) หมายถึง เทปโทรทัศน์สี ระบบ PAL และ VHS ที่บันทึกเนื้อหาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ความยาว 15 นาที ที่ผู้วิจัยปรับปรุงเนื้อหาและสร้างขึ้นใหม่
3. สื่อวีทัศน์ (video media) หมายถึง วิดีทัศน์ที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เนื้อหาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ความยาว 15 นาที ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น
4. การท่องเที่ยว (tourism) หมายถึง การนันทนาการ (recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (leisure time) ที่มีการเดินทาง (travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการ

เดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ดีเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (motivator) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ (R.W. Mc Intosh : 1986)

5. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งแห่งใด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ การศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศน์ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถที่จะสร้างประโยชน์ให้เกิดแก่ประชาชนในท้องถิ่น (นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ,2539 : 11)

6. การรับรู้ (perception) หมายถึง การรับรู้จากสื่อวิทัศน์ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวความสัมฤทธิ์ผลด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ถูกวิจัยทราบถึงผลสัมฤทธิ์การรับรู้สื่อวิทัศน์ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) เพื่อเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้เรื่องการรับรู้ด้านสื่ออื่นที่เกี่ยวข้องต่อไปในการนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยได้ต่อไป

2. ให้ผู้ผลิตสื่อได้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อวิทัศน์ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายอื่นได้

3. ผู้ถูกวิจัย จะได้ทราบแนวทางในการรับรู้จากสื่อวิทัศน์ ส่งผลให้สามารถแนะนำให้ผู้ผลิตวิทัศน์ แก่ใจ ปรับปรุงและพัฒนา เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลการใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการวิจัยดังต่อไปนี้

- 2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับวีดิทัศน์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ✓
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
- 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.9 แนวคิดเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ
- 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับวีดิทัศน์

วีดิทัศน์ (videotape) ตามปกติเรามักจะเรียกทับศัพท์ว่า “วิดีโอเทป” หรือตามศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถาน ,2530 : 30 เรียกว่า “วีดิทัศน์” โดยแบ่งเป็นวัสดุ คือ แถบวีดิทัศน์และอุปกรณ์เครื่องเล่นวีดิทัศน์ แถบวีดิทัศน์เป็นวัสดุที่สามารถใช้บันทึกภาพและเสียงไว้ได้พร้อมกันในแถบเทปในรูปของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า และยังสามารถลบแล้วบันทึกลงใหม่ได้เช่นเดียวกันกับเทปบันทึกเสียง แถบวีดิทัศน์ทำด้วยสารโพลีเอสเตอร์ (polyester) มีขนาดความกว้างของแถบเทปหลายขนาดตั้งแต่ ½ นิ้ว, ¾ นิ้ว, 1 นิ้ว หรือ 2 นิ้ว ทั้งนี้แล้วแต่ชนิดและระบบของเครื่องเล่นวีดิทัศน์นั้น ๆ ในปัจจุบันนี้วีดิทัศน์ได้รับความนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายตามบ้านเรือน สถาบันการศึกษาและสถานีโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการใช้โทรทัศน์เพื่อการศึกษาและการสอน เนื่องจากสะดวกในการใช้มาก เนื่องจากสามารถบันทึกบทเรียนหรือการสอนไว้ได้ และนำมาใช้ได้อีกหลายครั้ง เช่น ในการสอนแบบจุลภาค (micro-teaching)

เพื่อให้ผู้เรียนได้บันทึกภาพการทดลองของตนไว้ชมเพื่อการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง เป็นต้น

ข้อดีของการใช้วีดิทัศน์ในการเรียนการสอน คือ สามารถเลือกคุณภาพตามที่ต้องการได้ โดยการบังคับแถบเทปให้เลื่อนเดินหน้า ถอยหลัง รูปภาพช้าหรือหยุดเฉพาะภาพ (still frame) ก็ได้ แต่ภาพที่หยุดจะไม่คมชัดเท่าที่ควร และในเครื่องเล่นวีดิทัศน์บางชนิดยังสามารถ zoom หรือดึงภาพเพื่อให้ขยายดูได้ชัดเจนยิ่งขึ้น การบันทึกวีดิทัศน์เพื่อใช้เป็นบทเรียนนั้นสามารถทำได้ในห้องสตูดิโอ (studio) หรือภายในห้องปฏิบัติการ ซึ่งสามารถตัดต่อส่วนที่ไม่ต้องการหรือเพิ่มเติมส่วนใหม่ลงไปได้

สันทัก ภิบาลสุข (2527 : 27) กล่าวว่า วีดิทัศน์แปลตามศัพท์เทคนิค หมายถึงภาพ ส่วนคำว่า “วีดิทัศน์” ตามที่รู้จักในขณะนี้แปลว่า “เทปบันทึกภาพ” หรือ “เทปโทรทัศน์” หรือเทปวีดิทัศน์หมายถึง 2 กรณี คือ

1. เครื่องบันทึกเทปโทรทัศน์ หมายถึง เครื่องเล่นวีดิทัศน์ที่ใช้ได้ทั้งบันทึก และเล่นเทปออกทางเครื่องรับโทรทัศน์หรือทีวีมอนิเตอร์ ไม่ว่าจะ เป็นแบบ VTR (video tape recorder) ซึ่งเป็นเทปชนิดม้วนหรือแบบ VCR (video cassette recorder) ซึ่งเป็นเทปชนิดคดกลับ

2. เทปภาพ หมายถึง วีดิทัศน์หรือเทปบันทึกภาพหรือเทปโทรทัศน์ทั้งชนิดม้วนและชนิดคดกลับ

วิภาวี คูวานนท์ (2524 : 107) สรุปว่าเทปโทรทัศน์ (video tape) หรือ video หรือ video cassette หมายถึง วัสดุสังเคราะห์ที่เคลือบด้วยสารแม่เหล็ก สามารถบันทึกภาพและเสียงแล้วนำมาถ่ายทอดด้วยระบบโทรทัศน์ออกทางเครื่องรับโทรทัศน์

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของอิทธิพลของวีดิทัศน์

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทวีดิทัศน์ที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้รับทั่วไปในหลาย ๆ ด้านด้วยกัน ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และอิทธิพลด้านการศึกษา
2. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และอิทธิพลในการให้ความบันเทิงและบันเทิงใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และอิทธิพลในการพัฒนาประเทศ
4. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และอิทธิพลในด้านสังคมและวัฒนธรรม

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และอิทธิพลด้านการศึกษา

ปัจจุบันภาพทัศน์ได้เข้ามามีบทบาทต่อวงการศึกษาศาสตร์และสื่อสารมวลชนมากขึ้น จนกลายเป็นสื่อที่มีความจำเป็นอย่างหนึ่งในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้และความบันเทิงไปสู่ผู้รับทุกเพศ ทุกวัย ในสมัยต่อมาได้มีการนำสื่อโทรทัศน์และกิจกรรมผู้อื่น ๆ เข้ามาเป็นเครื่องช่วย เพื่อให้การสอนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงดึงดูดความสนใจของนักเรียนได้มากยิ่งขึ้น เกิดความเข้าใจในบทเรียนที่ครูสอนมากยิ่งขึ้น ในบรรดาสื่อการสอนที่ได้นำไปใช้เป็นเครื่องช่วยในการเรียนการสอนนั้น สื่อวีดิทัศน์เป็นสื่อหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อการศึกษาเป็นอย่างมาก

จะเห็นได้ว่าในระยะแรก ๆ วิดีโอเทปที่นำมาเผยแพร่และจำหน่ายในประเทศไทย ส่วนใหญ่ได้เน้นหนักไปในเรื่องของสารคดี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2529 : 5-1) ทั้งนี้เพราะการใช้สื่อในลักษณะดังกล่าวสามารถได้รับความรู้ และการศึกษาทันต่อเหตุการณ์ตลอดเวลา วิดีทัศน์ทางโทรทัศน์เรื่องสารคดีต่าง ๆ ที่ได้นำมาเผยแพร่ต่อผู้ชมทางโทรทัศน์ ทำให้ประชาชนมีความรู้และเข้าใจสิ่งแวดล้อมต่างๆ ในโลก และทำให้ได้รู้ข่าวทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ไม่เพียงแต่สื่อวีดิทัศน์จะมีประโยชน์ต่อการศึกษาในห้องเรียนอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในห้องเรียนอีกด้วย โดยใช้ประกอบการบรรยายสารคดีด้านวิชาการเรียนต่าง ๆ ด้านกีฬาและวิชาการอื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี นับได้ว่าวีดิทัศน์เป็นสื่อการสอนที่ทรงคุณค่า นอกจากนี้ยังได้มีการนำวีดิทัศน์ไปใช้ในด้านการประชาสัมพันธ์ การฝึกอบรมและงานเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

อนึ่ง สำหรับงานด้านโสตทัศนูปกรณ์ของห้องสมุดต่าง ๆ แล้ว สื่อวีดิทัศน์เป็นโสตทัศนูปกรณ์ที่สำคัญมาก โดยสามารถใช้เพื่อทำสำเนาสไลด์หรือภาพยนตร์เก็บไว้ได้ จากปรากฏการณ์นี้จึงมีแนวโน้มว่า จะนำสื่อวีดิทัศน์มาใช้สำหรับฝ่ายโสตทัศนูปกรณ์ห้องสมุดเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาลดลง (ลัคนา ศรีสวัสดิ์ 2529 : 11)

จากคุณสมบัติและบทบาทหน้าที่ของสื่อวีดิทัศน์ จึงเห็นได้ว่าบทบาทที่สื่อวีดิทัศน์เข้ามาอยู่ในวงการศึกษานั้น ทำให้ความรู้ที่เคยมีอิทธิพลต่อการเรียนการสอน ค่อย ๆ เปลี่ยนบทบาทและคลายอิทธิพลลง โดยสื่อวีดิทัศน์กำลังเข้ามามีอิทธิพลแทน และในปัจจุบันวงการศึกษาก็หันมาให้ความสำคัญกับสื่อวีดิทัศน์มากขึ้นทุกที ทั้งการศึกษาในระบบศึกษาปิดและการศึกษาทางไกลในระบบเปิด รวมทั้งการศึกษาหรือให้การฝึกอบรมในด้านต่าง ๆ อีกมาก

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และอิทธิพลในการให้ความบันเทิงและโน้มน้าวชักจูงใจ

บทบาทหน้าที่ของวิทัศน์ในด้านการให้ความบันเทิง มีอิทธิพลต่อผู้ชมหลายลักษณะ คือ

1. การเขียนแบบ เช่น การแต่งกาย ท่าทางตามแบบคารา นักร้อง
2. ผู้ชมเป็นจำนวนมากที่ “ติด” รายการละครทางโทรทัศน์ จนขอมตัดขาดจากกิจกรรมอื่น ๆ หรือตั้งเวลาบันทึกภาพเพื่อชมหลังช่วงเวลาที่ไม่สามารถรับชมตอนออกอากาศได้

การโน้มน้าวชักจูงใจโดยสื่อวิทัศน์ มักทำในรูปของการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นส่วนใหญ่

1. บทบาทหน้าที่และอิทธิพลของวิทัศน์ในด้านการโฆษณา

มักจะเห็นกันทั่วไปในรูปแบบต่าง ๆ คือ

- 1) การถ่ายทำเพื่อผลทางโฆษณาสินค้าโดยตรง เพื่อโน้มน้าวชักจูงให้ผู้ชมนิยมสินค้าประเภทนั้น ๆ และจ่ายเงินซื้อสินค้านั้นมา โดยวิทัศน์ไปฉายสาธิตตามห้างร้าน เพื่อแสดงคุณภาพของสินค้าและโน้มน้าวใจให้อยากซื้ออยากได้สินค้านั้น ๆ
- 2) ถ่ายทำเป็นภาพยนตร์โฆษณา แล้วนำไปถ่ายทอดลงโทรทัศน์อีกต่อหนึ่ง เพื่อนำไปเผยแพร่ต่อไป
- 3) ถ่ายทำเป็นเทปวิทัศน์โดยตรง เพื่อนำไปโฆษณาทางโทรทัศน์ โดยทำเป็น สปอต (spot) โฆษณาประมาณ 15-60 วินาที
- 4) โฆษณาผลิตภัณฑ์ด้วยเทปวิทัศน์ เพื่อเสนอผลงานหรือความคิดต่าง ๆ ค่อ ลูกค้า โดยถ่ายเป็นเทปวิทัศน์ตามเค้าโครงเรื่องที่ฝ่ายจัดทำได้วางไว้ แล้วนำเทปวิทัศน์ที่ถ่ายทำเรียบร้อยแล้วไปเสนอหรือรายงานต่อที่ประชุม เมื่อฉายวิทัศน์ได้ลูกค้าชมแล้วทำให้ทราบปฏิกิริยาได้ทันทีว่า ลูกค้าพอใจหรือไม่ และสามารถย้อนดูในส่วนใดส่วนหนึ่งได้

2. บทบาทหน้าที่และอิทธิพลของวิทัศน์ในด้านการประชาสัมพันธ์

ปัจจุบันหน่วยงานของรัฐ เอกชน หรือรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ได้ผลิตวิทัศน์ เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งนิยมทำกันหลายรูปแบบ คือ

- 1) วิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการโน้มน้าวชักจูงใจในลักษณะของการสร้างภาพพจน์ที่ดีและเป็นที่น่าประทับใจ และมีจุดประสงค์เพื่อต้องการความร่วมมือ สนับสนุนจากสาธารณชนให้ทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อแสดงให้เห็นว่าหน่วยงานนั้น ๆ มีความหวังดีต่อประชาชน และตั้งใจจะสร้างสังคมที่ดีงาม เพื่อประโยชน์ส่วนรวม ประชาชนจะได้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นของหน่วยงานเป็นที่รู้จักแพร่หลายและประชาชนจะเลื่อมใส ศรัทธาและให้ความร่วมมือ สนับสนุน

2) วิถีทัศน์ที่แสดงกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน เช่น สร้างความสามัคคีในชุมชน ในการสร้างสาธารณกุศลที่หน่วยงานนั้น ๆ มีส่วนร่วม หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่หน่วยงานมีส่วนในสังคมหรือชุมชนนั้น ๆ เพื่อเป็นการสร้างศรัทธาและภาพพจน์ที่ดีแก่ประชาชนทั่วไป

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และอิทธิพลในการพัฒนาประเทศ

Lorette J. Atienza ได้ให้ความเห็นว่า วิถีทัศน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาประเทศที่ไม่ควรมองข้ามไป เพราะในแง่ของการให้ข่าวสารแล้ว วิถีทัศน์ก็คือโทรทัศน์ นั่นคือ วิถีทัศน์สามารถทำหน้าที่ส่งข่าวสารจากเบื้องบนไปสู่เบื้องล่าง หรือจากเมืองไปสู่ชนบทจากหัวน้ำไปยังประชาชนทั่วไปเหมือนกับโทรทัศน์ แต่อีกแง่หนึ่งแล้ววิถีทัศน์ไม่ใช่โทรทัศน์เสียทีเดียว แต่เป็นเพียงระบบโทรทัศน์ขนาดเล็กที่เป็นสื่อทำให้ผู้รับสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารในระหว่างชุมชนเดียวกันหรือชุมชนต่อชุมชน ฉะนั้น จึงกลายเป็นบันไดในการนำสารกลับไปยังผู้นำ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอเนื้อหาสาระหรือปัญหาต่าง ๆ เรียกได้ว่าเป็นขอบข่ายระดับชาติ และในระดับบุคคลแล้ว วิดีโอได้ถูกสร้างขึ้นมามีสำหรับบุคคลทั่ว ๆ ไปให้ได้มีโอกาสได้ใช้ ซึ่งต่างจากโทรทัศน์ที่ผู้รับสารจะเป็นแต่เพียงผู้รับตลอดไป

ตามทัศนะของ J. Atienza แล้ว เราสามารถใช้วิถีทัศน์ เพื่อช่วยในการพัฒนาประเทศไทย

1. ใช้บันทึกเหตุการณ์สำคัญ ๆ ได้ทั้งภาพและเสียงเป็นอย่างดี
2. ใช้เพื่อเสนอเรื่องราวบางเรื่อง เพื่อสร้างบรรยากาศให้น่าตื่นเต้น รู้สึกได้ว่าเรื่องที่น่ามาเสนอนั้นเป็นเรื่องราวที่สำคัญ น่าสนใจและเป็นการดึงคนให้มารวมกันโดยทางอ้อม
3. ใช้เพื่องานประชาสัมพันธ์ ในกรณีที่ผู้นำท้องถิ่นปฏิเสธที่จะเข้าร่วมโครงการ เราสามารถใช้การฉายวิดีโอเพื่อช่วยสร้างความเข้าใจอันดีแก่บุคคลเหล่านั้นขึ้นมาได้
4. ใช้ในการเรียนการสอนต่าง ๆ เช่น การสอนภาษาท่าทางประกอบบทเรียนในโรงเรียน
5. ใช้เพื่อบันทึกสื่อพื้นบ้านต่าง ๆ เช่น งานฉลอง ละคร หรือการได้วาทีและง่ายต่อการที่จะนำไปเผยแพร่ยังส่วนต่าง ๆ ของประเทศ เป็นการทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมหรือทำให้ศิลปินต่าง ๆ ได้มีหูตากว้างขวางขึ้น เมื่อได้เห็นผลงานต่าง ๆ เหล่านั้น (Lorette J. Atienza 1977 : 11-13)

ประเทศไทยในฐานะประเทศกำลังพัฒนา มีการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทาง การสื่อสาร เช่น วิดีโอเข้ามาร่วมกับสื่อทางการสื่อสารเดิมที่มีอยู่ก่อนแล้ว ผู้ที่มีหน้าที่บริหารเกี่ยวกับ นโยบายทางการสื่อสาร ควรจะมีข้อมูลที่เพียงพอเกี่ยวกับสื่อวิทัศน์สำหรับการคาดการณ์ใน อนาคต นอกจากนี้ยังเป็นข้อมูลเพื่อช่วยลดความไม่แน่นอนให้ผู้รับพิจารณาในการตัดสินใจใน หน่วยงานของรัฐบาล หรือแม้แต่เอกชนนำไปเป็นแนวทางเพื่อตัดสินใจเลือกสื่อมาใช้ร่วมกับการ ปฏิบัติงานของหน่วยงานที่ตนต้องรับผิดชอบ

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และอิทธิพลในด้านสังคมและวัฒนธรรม

วิทัศน์มีบทบาทต่อสังคมและวัฒนธรรม ดังต่อไปนี้

1. วิทัศน์ที่นำเข้ามาเผยแพร่ นั้น ส่วนมากจะแสดงถึงสังคมและวัฒนธรรมของประเทศ หรือสถานที่ที่แสดงอยู่ในวิทัศน์นั้น ๆ ซึ่งสามารถเป็นเครื่องมือในการครอบงำทางวัฒนธรรมได้ เช่น วัฒนธรรมการแต่งกาย การปฏิบัติตัว และวัฒนธรรมอื่น ๆ ซึ่งหากผู้ชมรับวัฒนธรรมชาติ อื่นเข้าไปโดยไม่มีการกลั่นกรองให้เหมาะสมกับสภาพของคนและสังคมก็ทำให้เกิดปัญหาใน สังคมได้ ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ของชาติไปในที่สุด

2. อิทธิพลจากเนื้อหาของวิทัศน์ที่เป็นเรื่องของ “ความรุนแรง” เป็นเนื้อหาที่กระตุ้นผู้รับ ให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เป็นที่ต้องการของสังคม อิทธิพลของวิทัศน์นั้น มีส่วนทำให้พฤติกรรม ของผู้ชมที่เป็นเด็กเปลี่ยนไปในทางที่น่าเป็นห่วง เพราะเมื่อเด็กดูวิทัศน์แล้วจะเกิดการเรียนรู้ แต่ ไม่สามารถกลั่นกรองรองรับเฉพาะสิ่งที่ถูกต้องเข้าไปได้ จึงทำให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงความ รุนแรงออกมาอย่างไรก็ตาม การดูวิทัศน์ของเด็ก ๆ ก็มีผลดีสำหรับผู้ปกครอง คือได้อยู่ใกล้ชิด ตลอดเวลา ไม่ต้องกังวลใจว่าเด็กจะไปทำสิ่งที่เสียหายที่อื่น อีกทั้งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ อย่างใกล้ชิดภายในครอบครัวให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับแนวโน้มการใช้วิทัศน์

สิ่งที่น่าเป็นปัจจัยที่ชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มการใช้วิทัศน์ในอนาคตจะเพิ่มปริมาณมากขึ้นได้แก่

1. สภาพความนิยมและค่าใช้จ่าย การใช้วิทัศน์อย่างกว้างขวางทุกด้านและมีปริมาณมาก ขึ้น ทำให้ผู้ผลิตขายวิทัศน์ได้จำนวนมากจึงผลิตมาก ทำให้ต้นทุนคงที่ ประชาชนก็สามารถซื้อ ใช้ได้ได้ในราคาถูก ประชาชนจึงยิ่งซื้อ ผู้ผลิตก็ขายได้ ราคาต้นทุนก็ยิ่งลดลง ราคาขายก็ยิ่งต่ำลง

2. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีของวิทัศน์ ปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีของ วิทัศน์ไปอย่างมากมาย ทำให้วิทัศน์ใช้ง่ายและประชาชนนิยมใช้อย่างกว้างขวาง จึงทำให้ ปริมาณขายมากขึ้น ผู้ผลิตจึงมีเงินทุนเพื่อพัฒนาและวิจัยเครื่องเล่นวิทัศน์และเทปวิทัศน์ให้ดี

ยิ่งขึ้น เมื่อพัฒนาด้านเทคโนโลยีใกล้ถึงจุดอิ่มตัวก็หันมาพัฒนาด้านขนาดและรูปร่างให้มีขนาดเล็กและเบา เพื่อสะดวกในการเคลื่อนย้าย

จากปัจจัยดังกล่าว ได้แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มในการใช้วีดิทัศน์ว่า จะมีปริมาณการใช้เพิ่มขึ้นอย่างแน่นอนและจะเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา การสื่อสาร การบันเทิง หรือธุรกิจต่าง ๆ เมื่อมีผู้ประกอบการด้านวีดิทัศน์มากขึ้น ก็จะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้วีดิทัศน์เผยแพร่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์มากขึ้น การใช้วีดิทัศน์เพื่อการศึกษา ก็กว้างขวางขึ้น จึงเห็นได้ว่าเมื่อปริมาณการใช้ขึ้น แนวโน้มการใช้วีดิทัศน์ก็เพิ่มขึ้นลำดับ

ถัดมา ศรีสวัสดิ์ (2529) นิสิตปริญญาโท สาขานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ ได้ทำวิจัยเรื่อง “บทบาทของวิดีโอ : สภาพปัจจุบันและแนวโน้ม” ในระหว่าง พ.ศ. 2530 – 2540 โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางการสื่อสาร จำนวน 22 คน และได้พบว่า

1. โดยทั่ว ๆ ไป ปัจจุบันสื่อวิดีโอมีบทบาทในการบันเทิง โน้มน้าวจิตใจหรือชักจูงใจผู้ชม และให้การศึกษาทั้งระบบในโรงเรียนและนอกระบบโรงเรียน สำหรับแนวโน้มในอนาคตสื่อวิดีโอจะมีบทบาทในการบันเทิงเพิ่มขึ้น โดยจะมีความหลากหลายในเนื้อหาสาระมากขึ้น สื่อวิดีโอจะมีแนวโน้มบทบาทในการใช้โน้มน้าวจิตใจหรือชักจูงใจผู้ชมเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสการศึกษาและแสวงหาความรู้มากขึ้น และจะมีบทบาทในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งของรัฐบาลและเอกชนไปสู่ประชาชน

2. ปัจจุบันการเข้ามาของสื่อวิดีโอมีประโยชน์ คือ ช่วยเปิดโอกาสสำหรับการศึกษาและแสวงหาความรู้แบบการศึกษาเฉพาะรายบุคคล (individual study) เพิ่มขึ้น ช่วยเพิ่มเสรีภาพในการเลือกสารสนเทศมากขึ้น ช่วยให้ผู้ชมมีโอกาสชมรายการที่เป็นส่วนตัวมากขึ้นและช่วยแก้ปัญหาการขาดโทรทัศน์ แนวโน้มในอนาคตของประโยชน์ของสื่อวิดีโอ คือ จะเป็นสื่อหลักในการให้ข่าวสารข้อมูลและความบันเทิงสำหรับบางพื้นที่

3. ปัจจุบันการเข้ามาของสื่อวิดีโอก่อให้เกิดปัญหา คือ เทปวิดีโอภาพยนตร์บางประเภทกระตุ้นให้เกิดความเสื่อมเสียต่อศีลธรรมและอาชญากรรมทางเพศ และแนวโน้มในอนาคตคือเปิดโอกาสให้ใช้ข่าวสารข้อมูลไปในลักษณะที่ไม่สมควรเพิ่มมากยิ่งขึ้น

4. ความเป็นไปได้ในการใช้สื่อวิดีโอเพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศ ในปัจจุบัน ได้แก่ พัฒนาการศึกษา พัฒนาเศรษฐกิจ พัฒนาสังคมและวัฒนธรรม วิดีโอจึงมีบทบาทช่วยส่งเสริมการตัดสินใจ และพบว่าสื่อชนิดนี้เหมาะสำหรับการสื่อสารแบบกลุ่มย่อย การใช้สื่อวิดีโอเพื่อพัฒนาการเมืองการปกครองยังมีความเป็นไปได้น้อยมาก เกี่ยวกับแนวโน้มของการใช้สื่อ วิดีโอ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศในอนาคต ผู้เชี่ยวชาญระบุอย่างเด่นชัดว่าสามารถทำได้เฉพาะการพัฒนาการศึกษาและพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมเท่านั้น แต่สำหรับการพัฒนา

เศรษฐกิจ พัฒนาการเมืองการปกครอง และพัฒนาการสื่อสารแล้ว ยังไม่สามารถสรุปเป็น แนวโน้มในอนาคตที่ชัดเจนได้

การผลิตวีดิทัศน์

การผลิตวีดิทัศน์ ผู้ผลิตควรมีการเตรียมการ มีการวางแผนการผลิตก่อนเป็นอันดับแรก ทั้งนี้เพื่อให้วีดิทัศน์สามารถใช้เป็นสื่อการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ธวัชชัย สันคิ ประภา, 2528: 13-29) ได้กล่าวถึงการวางแผนการผลิตวีดิทัศน์ไว้ ดังนี้

ผู้ผลิตควรมุ่งถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. เนื้อหา (content) ผู้ผลิตควรจะคำนึงถึงเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับเนื้อหาดังต่อไปนี้

- 1) เรื่องที่จะผลิตเป็นเรื่องและเนื้อหาเกี่ยวกับอะไรบ้าง
- 2) วัตถุประสงค์ในการใช้วีดิทัศน์ ใช้เพื่อประกอบการสอนวิชา ให้ความรู้ ข่าวสาร หรือชักจูงใจนิสิต นักศึกษาหรือประชาชนทั่วไป ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบแนวทางในการกำหนดเนื้อหาของวีดิทัศน์

3) ใช้กับใคร คือใครเป็นบุคคลเป้าหมาย (target audience)

4) เราสามารถที่จะหาข้อมูล หรือรายละเอียดของเนื้อหาจากแหล่ง (source) ใดบ้าง เช่น หนังสือ ตำรา เอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ หรือจากบุคคลผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเนื้อหา ดังกล่าว หรือจากภาพยนตร์ สไลด์ เกี่ยวกับเนื้อหานั้น ๆ และเอกสารวัสดุต่าง ๆ เหล่านี้จะขีมนได้จากที่ใด หรือจะหาซื้อได้จากที่ใด

5) ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการใช้วีดิทัศน์เรื่องดังกล่าว

2. เวลา (time) ตั้งแต่เริ่มต้นของกระบวนการ คือ การวางแผนการผลิต ตลอดจนการนำวีดิทัศน์ดังกล่าวไปฉายให้กับกลุ่มบุคคลเป้าหมายเรา ฉะนั้นสิ่งที่ผู้ผลิตวีดิทัศน์ควรคำนึงเกี่ยวกับเวลา มีดังนี้

- 1) การวางแผน (planning)
- 2) รวบรวมเอกสารและงานวิจัย (collection of materials and research)
- 3) คัดเลือกเอกสารและวัสดุต่าง ๆ (selecting of materials)
- 4) เขียนบทรายการเทปโทรทัศน์ (script writing)
- 5) การเตรียมการเพื่อบันทึกเทปรายการโทรทัศน์ (preparation for video recording)
- 6) การเตรียมการเกี่ยวกับศิลปกรรม (artwork)

7) การเตรียมอุปกรณ์และวัสดุสำหรับการสาธิต (equipment and material for demonstration)

8) การบันทึกภาพ (video recording)

9) การตัดต่อ (editing)

10) การบันทึกเสียง (sound recording)

11) การฉายทดลอง (preview)

12) การนำไปใช้ (utilization of program)

13) การประเมินผล (evaluation)

3. ค่าใช้จ่าย (cost) ค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การผลิตวีดิทัศน์มีคุณภาพ หากมีงบประมาณมาก ผู้ผลิตก็สามารถจัดหาวัสดุอุปกรณ์ เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ มาร่วมกันผลิตได้อย่างสมบูรณ์ หากมีงบประมาณจำกัด ผู้ผลิตก็อาจจะต้องตัดทอนบางสิ่งบางอย่าง ให้เหลือเฉพาะเท่าที่จำเป็นเท่านั้น ทำให้คุณภาพของวีดิทัศน์รายการหนึ่ง ๆ จะต้องมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ตลอดจนการจัดการ ดังต่อไปนี้

- 1) ค่าเทปวีดิทัศน์
- 2) ค่าเทปเสียง
- 3) ค่าวัสดุและอุปกรณ์ประกอบรายการ
- 4) ค่าวัสดุอุปกรณ์ทางศิลปกรรม เช่น กระดาษ สี อักษรลอก เป็นต้น
- 5) ค่าพาหนะและค่าเชื้อเพลิง
- 6) ค่าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบริการผู้ร่วมงานขณะทำงาน
- 7) ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าที่พัก
- 8) ค่าเช่าอุปกรณ์ หรือเครื่องมือบางอย่าง
- 9) ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

4. ผู้ร่วมงาน (staff) การผลิตวีดิทัศน์นั้นมิใช่งานที่ทำได้ด้วยคนเพียงคนเดียวเท่านั้น การผลิตวีดิทัศน์ให้มีประสิทธิภาพนั้น จะต้องอาศัยผู้ชำนาญหรือผู้เชี่ยวชาญ (specialists) ด้านต่าง ๆ มาร่วมทำงาน ฉะนั้นเพื่อให้วีดิทัศน์ชุดดังกล่าวมีประสิทธิภาพบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ การผลิตวีดิทัศน์จึงเป็นงานที่ต้องอาศัยการทำงานเป็นกลุ่ม (team work) ดังนั้นในการคัดเลือกผู้ร่วมงาน จะต้องคำนึงว่าผู้ที่จะมาร่วมงานนั้นเป็นผู้ที่จะทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้

ไพโรจน์ ศิริธรรมากุล และนิพนธ์ สุภศรี ,2531 : 9-11 ได้กล่าวถึงขั้นตอนของการผลิตวีดิทัศน์ไว้ดังนี้

1) กำหนดจุดประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น เรื่องที่ผลิต ประเภทของผู้ชมและวิธีการที่จะใช้สอนในห้องเรียน

- 2) รวบรวมข้อมูล และเอกสารที่จำเป็นสำหรับการจัดทำรายการวิดิทัศน์ ตรวจสอบความถูกต้อง รวมทั้งคุณภาพและปริมาณ
- 3) คัดเลือกข้อมูลและเอกสารเฉพาะที่เหมาะสมและตรงจุดที่จะทำ
- 4) การเขียนบท เตรียมเนื้อหาที่จะนำไปเขียนบทถ่ายทำวิดิทัศน์
- 5) เตรียมการบันทึกวิดิทัศน์จัดทำตารางมอบหมายเจ้าหน้าที่ทำงานและห้องถ่ายทำวิดิทัศน์
- 6) งานด้านศิลปกรรม เตรียมงานศิลปะสำหรับหัวเรื่อง แผ่นภาพพลิก
- 7) เตรียมเครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการสาธิตและการทดลองให้ เรียบร้อย
- 8) การถ่ายทำวิดิทัศน์ เตรียมการเกี่ยวกับกล้องถ่ายทำวิดิทัศน์ อุปกรณ์แสงสว่าง เครื่องบันทึกวิดิทัศน์และเสียง
- 9) การบันทึกเสียง ดำเนินการบันทึกเสียงคำบรรยาย คนตรีและเสียงประกอบอื่น ๆ
- 10) การตรวจแก้ไขก่อนนำไปใช้ เพื่อปรับปรุงแก้ไขส่วนที่บกพร่อง
- 11) เสนอรายการ นำเทปวิดิทัศน์ที่เสร็จสมบูรณ์แล้วมาเปิดให้ผู้ชมดู
- 12) ประเมินผลรายการที่จัดทำขึ้น ต้องมีการประเมินผลบ่อย ๆ เพื่อ ปรับปรุงรายการให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น

5. การตัดต่อวิดิทัศน์

ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา (กรมการศึกษานอกโรงเรียน กระทรวง ศึกษาธิการ ,2525 : 25) ได้กล่าวถึงวิธีการตัดต่อไว้ว่า การตัดต่อ (editing) เป็นขั้นตอนหลังจากที่บันทึกภาพได้ครบตามต้องการแล้ว ก็จะต้องนำภาพต่าง ๆ มาตัดต่อให้เป็นเรื่องราวตามบทที่กำหนด ทั้งนี้โดยใช้เครื่องตัดต่อภาพ (editing equipment) การตัดต่อนั้นมีด้วยกัน 2 วิธี คือ

1. assemble editing เป็นการตัดต่อเทปโดยวิธีง่าย ๆ โดยการนำภาพเทปโทรทัศน์หลาย ๆ ตอน (segments) หรือหลาย ๆ ฉาก (scenes) มาบันทึกเรียงต่อกันตามลำดับที่วางไว้ในบท ภาพตอนใดเป็นตอนหนึ่ง และภาพตอนใดเป็นตอนต่อไปก็นำมาตัดต่อเรียงกันต่อไปตามกำหนดเวลาที่กำหนดไว้ในบท assemble edit หรือเรียกอีกอย่างว่า butt editing
2. insert editing การตัดต่อภาพแบบนี้เป็นการตัดต่อภาพใหม่ลงไปในส่วนที่ถูกบันทึกแล้ว การตัดต่อภาพแบบนี้เป็นการบันทึกภาพใหม่ (edit in) ลงไปแทนภาพเก่าที่จะตัดออกไป (edit out) ซึ่งจะต้องมีความยาวเท่ากันพอดี จึงจะทำให้ภาพที่ใส่เข้าไปใหม่นั้นกลมกลืนกับภาพตอนที่อยู่ข้างหน้าภาพที่ insert และภาพที่อยู่หลังที่ insert เข้าไป

รศ. จันทรฉาย เตมิยาการ (2532 : 84-92) ได้แนะนำเทคนิควิธีการตัดต่อภาพที่ใช้เครื่องตัดต่อไว้ว่า มีการตัดต่อภาพแบบพื้นฐานอยู่ด้วยกัน 4 ประการ คือ

- 1) the cut
- 2) the dissolve
- 3) the fade
- 4) the wipe

ทั้ง 4 วิธีนี้ใช้พื้นฐานเดียวกัน คือช่วยเชื่อมภาพหนึ่งไปสู่อีกภาพหนึ่งให้มีความต่อเนื่องกันสำหรับผู้ชม

The cut เป็นวิธีการที่ทำกันบ่อยมากและเป็นวิธีการที่พื้นฐานที่สุดสำหรับการตัดต่อภาพ ภาพที่ปรากฏบนจอจะเปลี่ยนเป็นอีกภาพหนึ่งทันทีที่ใช้วิธีนี้ เร็วเหมือนกับการกระพริบตาของคนเราที่พยายามเปลี่ยนไปมองวัตถุอีกชิ้นหนึ่ง โดยที่มิได้สนใจสิ่งที่เป็นวัตถุที่อยู่ระหว่างนั้น ทั้งนี้จะเห็นว่าผิดจากการเปลี่ยนภาพโดยการกวาดกล้อง (pan) การตัดภาพ (cut) จึงเป็นการกระโดดจากภาพหนึ่งไปสู่อีกภาพหนึ่งเลย วิธีการแบบนี้จะใช้เมื่อ

1) ต้องการ clarification ซึ่งหมายความว่า เป็นการแสดงภาพให้ผู้ชมสามารถเห็นเหตุการณ์ได้ชัดเจนต่อเรื่องที่พูดเท่าที่จะทำได้ เช่น ในรายการสัมภาษณ์นักเขียนที่ได้รับรางวัลซีไรท์ ในขณะที่นักเขียนผู้นั้นถือหนังสือโชว์ เพื่อให้ผู้ชมสามารถเห็นได้ชัดเจนขึ้นก็จำเป็นต้องตัดภาพไปยังกล้องที่จับภาพถือหนังสือเห็นได้ในระยะใกล้ (close up)

2) ต้องการ intensification ซึ่งหมายถึง การให้ความคมชัดในเหตุการณ์ที่ น่าระทึกใจ ดังนั้น เหตุผลที่ควรใช้เทคนิควิธีการตัดภาพก็คือ

- เมื่อกำลังจะติดตามภาพที่ต่อเนื่องต่อไปได้อีกแล้วจึงต้องรีบตัดไปยังกล้องที่กำลังจับภาพที่ต่อเนื่องต่อไป

- เพื่อให้เห็นรายละเอียดของภาพ โดยตัดภาพไปในระยะที่ใกล้ชัดทันทีเพื่อให้ทันเหตุการณ์ จึงไม่ต้องสงสัยเลยว่า เหตุใดจึงไม่ใช้กล้องเดิม zoom in ภาพเข้ามา ทั้งนี้เนื่องจากอาจดึงภาพไม่ทันเหตุการณ์ที่น่าติดตามนั้น

- เพื่อแสดงการเปลี่ยนสถานที่และเวลา

- เพื่อเปลี่ยนจุดสนใจ

- แสดงจังหวะของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ถ้าเป็นเหตุการณ์ที่มีความตื่นเต้นมาก ก็ใช้การตัดภาพอย่างเฉียบพลัน ถ้าเป็นเหตุการณ์ที่สงบราบเรียบก็ต้องใช้การตัดภาพอย่างช้า ๆ ไปตามความต่อเนื่องของเหตุการณ์และความรู้สึก

The Dissolve เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “lap dissolve” หรือ “lap” เป็นการค่อย ๆ ส่งทอดภาพจากกล้องหนึ่งไปภาพอีกกล้องหนึ่ง โดยที่ภาพสองภาพนั้นจะซ้อนกันอยู่ (overlap) ก่อนที่ภาพแรกจะค่อย ๆ จางหายไป และภาพที่สองปรากฏขึ้นแทนที่อย่างช้า ๆ โดยทั่วไปแล้วมักใช้วิธีการตัดต่อแบบ dissolve นี้ต่อเมื่อ

- 1) เป็นการเชื่อมต่อท่าทางอย่างนุ่มนวล
- 2) ซึ่งให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของอากาศและเวลา
- 3) ให้เห็นความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดของภาพสองภาพนั้น

รายการที่มักใช้ “lap dissolve” ได้แก่ รายการแสดงการเดิน การรำ แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของต้นไม้ในแต่ละฤดูกาล

The Fade วิธีนี้จะเป็นวิธีที่ภาพค่อย ๆ หายไปจากจอซึ่งเรียกว่า “fade out” หรือภาพจะปรากฏขึ้นอย่างช้า ๆ ซึ่งเรียกว่า “fade in” ส่วนมากมักใช้วิธี fade in เมื่อเริ่มรายการและใช้วิธี fade out เมื่อจบสิ้นรายการ จึงไม่ควร fade in หรือ fade out บ่อย ๆ หรือโดยไม่จำเป็น เพราะจะทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกไม่ต่อเนื่อง และอาจเข้าใจว่าจบรายการแล้วได้

The Wipe เป็นการกวาดภาพ เพื่อเปลี่ยนจากภาพหนึ่งเป็นอีกภาพหนึ่ง ซึ่งสามารถทำได้ทั้งในแนวนอน แนวตั้ง และทั้งค้ำบน ค้ำล่างและค้ำทะแยง

กราฟิกที่ใช้ในรายการโทรทัศน์ (graphic)

เมื่อเตรียมกราฟิกเพื่อใช้ในรายการโทรทัศน์ คือ ใช้ในการเขียน caption จะต้องมีการวางสัดส่วนเพื่อให้เหมาะกับจอทีวี ดังนี้

Aspect Ratio เป็นสัดส่วนของจอทีวี คือ 3:4 คือความสูงในแนวตั้งเป็น 3 หน่วย ความขางในแนวนอนนั้นเป็น 4 หน่วย ดังนี้ ตัวอักษรใด ๆ ก็ตาม จะต้องจัดให้ปรากฏออกมาภายใน Aspect Ratio

Scanning Area คือ กรอบที่กล้องโทรทัศน์รับภาพเอาไว้ได้แล้วไปปรากฏในจอโทรทัศน์ในห้องผลิตรายการ (monitor) เป็นบริเวณที่ (camera pick up tube) สามารถจับภาพไว้ได้

The Essential Area บางครั้งอาจเรียกว่า critical Area เป็นบริเวณตรงกลางของ scanning area เป็นสัดส่วนที่จอร์รับภาพตามบ้านจะได้รับ (home viewer) เป็นบริเวณที่เหมาะสมกับการเขียน caption เพราะเป็นบริเวณที่จะปรากฏอยู่ในจอร์รับภาพอย่างแน่นอน และสามารถเขียน



ตัวอักษรหรือรูปร่างได้เต็มพื้นที่นี้ ซึ่งกราฟที่ได้จะได้สัดส่วนปรากฏขึ้นในจอโทรทัศน์อย่างเหมาะสม ไม่ทำให้ตัวหนังสือตกหายหรือล้นกรอบ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อในการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (public relations) คือการสื่อสาร (communication) สาขาหนึ่งในรูปแบบของการสื่อสารองค์การ (organization communication) ที่ต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะด้านเป็นอย่างมาก ต้องใช้ความสามารถทั้งศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินงานสื่อสาร เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกันระหว่างองค์การกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง (การประชาสัมพันธ์ภายใน) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง (การประชาสัมพันธ์ภายนอก) เพื่อก่อให้เกิดความสนับสนุน ร่วมมือ เชื่อถือ ศรัทธา ตลอดจนการสร้างชื่อเสียง เกียรติยศ การยอมรับ และการไว้วางใจ อันจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินงาน เพื่อความสำเร็จในงานขององค์กร ดังนั้น งานประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างองค์การกับประชาชน ซึ่งมีใช้สิ่งทีดำเนินการให้ประสบความสำเร็จได้โดยง่าย (ดวงพร กำภูวณิชช์และวาสนา จันทร์สว่าง, 2536)

แบล็ค (Black, 1947) ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์คือ ศิลปะและศาสตร์ในอันที่จะแสวงหาช่องทางในองค์การ สถาบัน และประชาชนให้มีความสัมพันธ์อันดีต่อกันและบังเกิดความพึงพอใจร่วมกัน

โรบินสัน (Robinson, 1969) ยังให้ทัศนะว่า การประชาสัมพันธ์ถ้าหากจะพิจารณาในแง่ของพฤติกรรมศาสตร์แล้ว (behavioral science) มีหน้าที่ ดังนี้

1. สำรวจและประเมินถึงทัศนคติของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง
2. ช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ในด้านการเพิ่มพูนความเข้าใจแก่ประชาชนและเป็นที่ยอมรับของประชาชน กล่าวคือ ยอมรับทั้งนโยบาย แผนงาน และบุคลากรขององค์การ
3. วัตถุประสงค์ที่องค์การกำหนดขึ้นนี้ จะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของความต้องการและประโยชน์ของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ
4. ปรับปรุงและประเมินผลโครงการประชาสัมพันธ์ที่องค์การกำลังดำเนินอยู่ เพื่อให้เป็นที่เข้าใจและเป็นที่ยอมรับแก่ประชาชน

เลขทะเบียน..... 08887	ว. ๒	วพ.	๓๖๓.๗๐๙๑๐
วันที่..... ๑๖ สิงหาคม ๒๕๓๖			๓๖๙๑ ๗
			พ.ศ. ๒๕๓๖
			ว. ๒

ในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งนั้น สิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำ คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในหน่วยงานหรือองค์กรสถาบันนั้นอย่างถูกต้อง การประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัยการเผยแพร่หรือการกระจายข่าวสารเรื่องราวเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลงานและการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์กรหรือสถาบัน ตลอดจนเรื่องราวความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ องค์กร สถาบัน ให้ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้ทราบและเข้าใจ เพื่อสร้างความนิยม ศรัทธา และเรียกร้องความร่วมมือ สนับสนุนจากกลุ่มประชาชน ดังนั้น ในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนกลุ่มต่าง ๆ จึงอาจกระทำได้หลายวิธีทาง วิธีหนึ่งที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์นั้นจะได้รับความสำเร็จ หรือมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากหรือน้อยเพียงไร ก็คือ การใช้สื่อ ซึ่งสื่อที่สามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่ มากมายหลายประเภทแต่ละประเภทก็มีคุณสมบัติที่เฉพาะเจาะจง ตลอดจนสามารถดัดแปลงใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้แตกต่างกันไป ซึ่งในเรื่องการจำแนกแบ่งประเภทและลักษณะของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ก็ได้มีการแบ่งประเภทไว้ในหลายรูปแบบแตกต่างกันไป

ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์

ประสิทธิผลของสื่อในงานประชาสัมพันธ์ ขึ้นอยู่กับปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่สำคัญหลายประการด้วยกัน ผู้ส่งสารจะต้องมีความรู้ มีความเข้าใจในคุณสมบัติหรือธรรมชาติของสื่อในแต่ละประเภท รวมทั้งต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบและระมัดระวังว่า จะเลือกใช้สื่อประเภทใดในการสื่อสาร และเพื่อวัตถุประสงค์อะไร โดยจะต้องมีการคิดหาวิธีการใช้สื่อ มีการวางแผนสื่อ มีการทดสอบสื่อ ตลอดจนการประเมินผลสื่อในการปฏิบัติการทางด้านการสื่อสารทุกขั้นตอน เพื่อให้ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง ชัดเจนและวัดได้จริงตรงวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานการสื่อสารในหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันนั้น ๆ (ศิริลักษณ์ อริยปัญญาพิทย, 2540 : 25)

คุณสมบัติของสื่อ

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2530) สรุปว่า การที่ผู้ส่งสารมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในเรื่องคุณสมบัติทั้งข้อดีและข้อด้อยเป็นรายสื่อ ถือเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่จะช่วยในการเปรียบเทียบและตัดสินใจเลือกหรือใช้สื่อให้เหมาะสมได้

การเลือกและใช้สื่อ

สื่อต่าง ๆ ในงานประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่มากมายหลายประเภท และการพิจารณาว่าจะเลือกใช้สื่อประเภทใดนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งที่จะทำให้การดำเนินงานการสื่อสารในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ แต่ในขณะเดียวกันการดำเนินงานของกิจการใด ๆ ก็อาจจะล้มเหลวได้ ถ้าผู้ส่งสารขาดการให้ความสำคัญกับขั้นตอนของการเลือกและใช้สื่อนี้

อนันต์ธนา อังกินันท์ (2524) เสนอความเห็นว่าการเลือกและใช้สื่อ มักมีวิธีการแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับ (type of audience) ลักษณะของข่าวสาร (message) และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร (recipient's stage in adoption process) หากเลือกและใช้สื่อแต่ละประเภทไม่เหมาะสมแล้ว ความสำเร็จของโครงการนั้นอาจเป็นไปได้ยากในการส่งข่าวสาร หรือการให้ความรู้ย่อมต้องอาศัยสื่อ (media) เป็นเครื่องช่วยนำเนื้อหาข่าวสารไปยังผู้รับให้เกิดความเข้าใจ ชัดเจน ถูกต้อง แต่การจะใช้สื่ออะไร อย่างไร ให้บังเกิดผลตามความต้องการนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับสื่อเหล่านั้นให้ดีเสียก่อน และจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงธรรมชาติและหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิดนั้นด้วย

ลดาวัลย์ ชมจินดา (2527) ได้กล่าวเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ว่า จะต้องคำนึงถึงข้อพิจารณาในเรื่องต่อไปนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย
2. เรื่องหรือข่าวสารที่จะเผยแพร่
3. วัตถุประสงค์ของโครงการประชาสัมพันธ์
4. วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้สื่อ
5. ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตสื่อ
6. งบประมาณ
7. ลักษณะของสื่อแต่ละชนิด

การทดสอบสื่อ

จุมพล รอดคำดี (2533) กล่าวไว้ว่า การทดสอบสื่อหรือการทดสอบประสิทธิภาพของสื่อ ก็คือ การวัดปฏิกิริยาของสื่อบุคคลที่มีต่อสื่อก่อนนำไปใช้จริงว่าสื่อ นั้นสามารถ

1. ถ่ายทอดความรู้และหรือสร้างความเข้าใจได้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์หรือไม่
2. ลักษณะรายการแบบใดหรืออย่างไรที่สามารถดึงดูดความสนใจได้มากกว่า

3. เนื้อหาที่ส่งไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่

การวัดประสิทธิผลของสื่อ

จุมพล รอดคำดี (2533) กล่าวถึงเรื่องการทดสอบประสิทธิผลของสื่อไว้ว่า คือ การวัด ปฏิกริยาและพฤติกรรมของกลุ่มบุคคลเป้าหมายหลังจากการใช้สื่อไปแล้วว่า สื่อ นั้น

1. สามารถทำให้เกิดความรู้และความเข้าใจเพิ่มขึ้นหรือไม่ หรือ/และ
2. สามารถกระตุ้นให้เกิดความรู้ยากเห็นเพิ่มขึ้นหรือไม่ หรือ/และ
3. สามารถโน้มน้าวใจให้เปลี่ยนทัศนคติได้หรือไม่ หรือ/และ
4. สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมได้หรือไม่

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1971) ในเรื่องการสื่อสารที่มีประสิทธิผลว่าจะต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือเกิดผลบางประการในตัวผู้รับสาร โดยเกิดจากความตั้งใจของแหล่งสารใน 3 ประเด็น คือ

1. การเปลี่ยนแปลงในระดับความรู้ (change in receiver's knowledge)
2. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (change in receiver's attitude)
3. การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม (change in receiver's behavior)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

- McIntosh and Goeldner (1986 : 4) ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ว่า หมายถึงผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ (การกระทำต่อกันและกัน) ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับจับคู่กับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนอื่น ๆ

- Huziker and Krapf (ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ, 2528-2529 : 5) การท่องเที่ยว หมายถึง ความสัมพันธ์เบ็ดเสร็จและปรากฏการณ์ทั้งหลาย ทั้งส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยอยู่อย่างชั่วคราวของคนต่างถิ่นที่พักอยู่ ทั้งนี้มีเงื่อนไขมิใช่เป็นการตั้งหลักฐานเพื่อประกอบอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นการชั่วคราวหรือถาวร ทำให้เกิดผลกำไร

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กำหนดลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพ

- Valens Smith (1997 : 2-3) กล่าวว่า ประเภทของการท่องเที่ยว หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในการจำแนกที่หมายปลายทางการท่องเที่ยว (Type of Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็นสองกลุ่มหรือประเภทของประสบการณ์ (Travel Experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับ ออกเป็น 6 ประเภท

1. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (ethnic tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งจะรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อน และเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่าง ๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (cultural tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและบางกรณีก็เข้าร่วมใช้ชีวิตแบบเก่า ๆ ที่ได้สูญหายไปหมดแล้ว ท้องถิ่นเก่า ๆ ที่มีสีสันเป็นสิ่งดึงดูดใจมาก ซึ่งอาจร่วมอาหารในโรงนาเก่า ๆ งานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณี การเร่ร่อนบ้าน การแสดงศิลปะและหัตถกรรมรุ่นโบราณ ๆ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (historical tourism) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานและโบสถ์เก่า ๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองของอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์วิหาร วัดต่าง ๆ การแสดงแสงเสียงเหตุการณ์เด่น ๆ ในอดีตกาล เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (environmental tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ กล่าวคือ ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่ข้อนี้จะเน้นสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติและการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพ ก็อยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งจะรวมการถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็กและการตั้งแคมป์ เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อการสันทนาการ (recreation tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา นันทนาการ การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่หย่อนคลายจิตใจ สถานที่ดังกล่าว เช่น หาดทราย ชายทะเล ที่มีแนวต้นไม้ร่มรื่น สนามกอล์ฟชั้นเยี่ยมหรือสนามเทนนิสชั้นดี การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

6. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (business tourism) มีลักษณะเด่น คือ การประชุมหรือการพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้ามาไว้ด้วย เมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภท บางแห่ง

เป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการสนทนา การ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม แล้วแต่นักท่องเที่ยวจะต้องการอย่างไร

7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้านต่าง ๆ เพื่อการดูงาน ประชุมศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมและเพื่อการสนทนา โดยหน่วยงานและบริษัทห้างร้านจะเป็นผู้รับผิดชอบในค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้ทั้งหมด

ความหมายของนักท่องเที่ยว

- McIntosh and Goeldner ให้คำนิยามว่า นักท่องเที่ยว (tourist) คือ ผู้ที่เดินทางไปเยือนยังที่ต่างถิ่นอันมิใช่ถิ่นที่พำนักอาศัยปกติประจำวันของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวด้วยความสมัครใจ อีกทั้งมิได้เดินทางไปประกอบอาชีพหารายได้แต่อย่างใด (McIntosh and Goeldner, 1986)

- ม.ล. คุ้ย ขุนสาย “นักท่องเที่ยว” (tourist) ได้แก่ ผู้เยี่ยมเยือนชั่วคราวที่มาพักอย่างน้อย 24 ชั่วโมง ในประเทศที่เข้ามาเยี่ยมชม และมิเหตุจูงใจในการเยี่ยมชมเป็น 2 ประการคือ

ก. การใช้เวลาว่างเพื่อความเพลิดเพลิน การพักผ่อน สุขภาพ การศึกษา การศาสนาและการกีฬา

ข. การจัดดำเนินการธุรกิจ การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัว การปฏิบัติภาระกิจที่ได้รับมอบหมายและการกีฬา (ม.ล. คุ้ย ขุนสาย, 2527)

- พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ให้คำว่า “นักท่องเที่ยว” คือ บุคคลที่เดินทางจากท้องที่อื่นเป็นถิ่นที่อยู่ปกติของตนไปยังท้องที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 96 ตอนที่ 22, 2522)

- เสรี วงศ์ไพจิตร แบ่งนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

ก. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (foreign tourist หรือ international tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งนิยามที่คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญทางสถิติของสันนิบาตชาติได้ประชุมกันกำหนดไว้ในปี 2480 ว่า “นักท่องเที่ยวต่างชาติ (foreign tourist)

คือ ผู้เดินทางไปเยือนประเทศใดประเทศหนึ่ง อันมิใช่ประเทศที่พำนักอาศัยอยู่ตามปกติของคน และต้องไปพำนักในประเทศที่ไปเยือนนั้นอย่างน้อย 24 ชั่วโมงขึ้นไป”

ข. นักท่องเที่ยวในประเทศ (domestic tourist) คือ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางในประเทศของตนเอง ซึ่งคณะกรรมการทบทวนทรัพยากรการท่องเที่ยวแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา ได้พิมพ์นิยามของคำว่า “นักท่องเที่ยวในประเทศ” (domestic tourist) ออกเผยแพร่ในปี พ.ศ. 2516 คือ นักท่องเที่ยวผู้ที่เดินทางออกไปจากบ้านอย่างน้อย 50 ไมล์ (วัดระยะทางเที่ยวเดียว ไม่ใช่ระยะทางไปกลับรวมกัน) วัตถุประสงค์เพื่อติดต่อรูปร่าง แสวงหาความเพลิดเพลิน กิจกรรมส่วนตัว หรือวัตถุประสงค์อื่นใดก็ตาม ยกเว้น การเดินทางไปทำงาน ไม่ว่าเขาจะพักค้างคืนหรือเดินทางกลับในวันเดียวกันหรือไม่ก็ตาม (เสรี วังสไพจิตร, 2533-2534)

- Stanley C. Plog (1974 : 55-58) ได้ให้ความหมายประเภทของนักท่องเที่ยวว่า หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมและแบบแผนการท่องเที่ยวแตกต่างกัน เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ (intangible product) เป็นธุรกิจที่ขายฝัน กล่าวคือนอกจากค่าใช้จ่ายเล็ก ๆ น้อย ๆ เป็นค่าสินค้าของที่ระลึกแล้ว นอกนั้นเป็นการซื้อประสบการณ์ ดังนั้น จึงต้องพิจารณาประเภทของนักท่องเที่ยว ทั้งจากแง่มุมของประชากรศาสตร์ (demographics) อันได้แก่รายได้ อาชีพ เพศ ถิ่นที่อยู่และแง่มุมทางด้านจิตวิทยา (psychographics) ซึ่งได้มีการจำแนกประชากร ออกเป็นกลุ่มจิตวิทยาหลายวิธีการด้วยกัน แต่ Plog ได้จำแนกประชากรสหรัฐอเมริกาออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ 5 กลุ่ม ตั้งแต่กลุ่มที่เน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (psychocentric) ไปจนถึงกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย (allocentric)

1. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (psychocentric) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่คิดจะสนใจแต่ปัญหาเล็ก ๆ ในชีวิตตนเอง ชอบสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันดี ไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่ ทั้งที่พัก อาหาร และสิ่งบันเทิงและบุคคลใหม่ ๆ ไม่ต้องการพบสิ่งที่ยุ่งยากและเหตุการณ์ที่ผิดปกติ
2. นักท่องเที่ยวที่เน้นตัวเองปานกลาง (near psychocentric) เป็นผู้ที่อยู่ระหว่างการเน้นตัวเองและการเดินสายกลาง
3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินสายกลาง (mid - centrics) เป็นพวกที่ไม่สุดโต่งไปข้างใดข้างหนึ่ง ไม่ได้ชอบผจญภัยแต่ก็ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ ๆ トラบาท่าที่ไม่ได้เสี่ยงอันตรายจนมากเกินไป หรือไม่คิดปกติเกินไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มนี้
4. นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอควร (near allocentrics) เป็นกลุ่มที่อยู่ระหว่างกลุ่มที่เดินสายกลางและกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย
5. นักท่องเที่ยวประเภทที่มีความสนใจหลากหลาย(allocentrics) เป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมหลากหลาย เป็นพวกที่เปิดเผยมุมและมีความมั่นใจในตนเอง ชอบผจญภัยอย่างมาก

ความอยากรู้อยากเห็นและได้สนองความอยากรู้อยากเห็นของพวกเขาเข้าด้วยกัน เป็นกลุ่มที่ชอบทดลองของใหม่ ๆ ทั้งที่พัก อาหาร การบันเทิง และผู้คนที่แตกต่างไปจากของตน ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (psychocentrics) ไม่อาจจะยอมรับได้

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความขององค์ประกอบในการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว หรือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบ 8 ประการ ดังนี้

- การคมนาคมขนส่ง (ซึ่งหมายถึงทั้งการคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ)
- ที่พัก
- ร้านอาหารและภัตตาคาร
- บริการนำเที่ยว
- สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา แม่น้ำ รวมทั้งประเพณี วัฒนธรรม และโบราณสถาน (กล่าวคือ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการมาเยี่ยมชม ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่มืออยู่แล้วในธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้)
- ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง
- ความปลอดภัย
- การเผยแพร่และโฆษณา

ส่วนรายงานการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวไว้ในอีกทัศนะหนึ่งว่าการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (tourism resource) บริการท่องเที่ยว (tourism service) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อย ๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน องค์ประกอบย่อย เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจ และการลงทุน สังคมวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยว จึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น โดยความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากร

การท่องเที่ยว เพื่อนันทนาการหรือเพื่อทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่

แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (tourism supply) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

บริการท่องเที่ยว บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งมักไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจจะเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (tourism demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวมักจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความที่เกี่ยวข้องบางส่วน ดังนี้

- **ผู้มาเยือน** (visitors) ผู้ที่จากถิ่นพำนักของตนเองเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง อาจพักค้างแรมหรือไม่ก็ได้ (เป็นผลรวมของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว)

- **นักท่องเที่ยว** (tourism) คือ ผู้เดินทางมายังพื้นที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่เป็นการไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่บุคคลท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ในพื้นที่นั้น ผู้เดินทางนี้จะต้องพักแรมไม่น้อยกว่า 1 คืน (แต่ไม่เกิน 90 วัน) วัตถุประสงค์ในการเดินทางอาจเพื่อใช้เวลาว่าง (การนันทนาการ การพักผ่อนวันหยุด การรักษาสุขภาพ การศึกษาเรียนรู้ การศาสนา และการกีฬา) ธุรกิจเยี่ยมชม การปฏิบัติหน้าที่ และการประชุม เป็นต้น

- **นักทัศนอาจร** (excursionist) คือผู้เดินทางที่ไม่ได้พักค้างคืน

- **การท่องเที่ยวภายในประเทศ** (domestic tourism) คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จากจังหวัดหนึ่งไปอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และต้องไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่จังหวัดที่เดินทางไป

- ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (tourist consumption expenditures) คือ ค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้าและบริการ ที่จ่ายโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (international tourist) ระหว่างการพำนักอยู่ในประเทศไทย ไม่รวมค่าโดยสารระหว่างประเทศ

- รายได้จากการท่องเที่ยว (tourism revenues) คือ รายได้ที่ประเทศไทยได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อมในรูปของเงินตราต่างประเทศที่นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศจ่ายเป็นค่าสินค้าและบริการ ไม่รวมค่าโดยสารระหว่างประเทศ

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ขึ้นต่อคุณภาพของมนุษย์ ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งไม่สามารถแยกออกจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจอื่น ๆ กระบวนการท่องเที่ยวได้พัฒนาจนเกิดสาขาที่สำคัญสาขาหนึ่งในระบบเศรษฐกิจที่มีผู้ซื้อและผู้ขาย (ให้บริการ) จนขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (tourism industry) ที่สร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างมากมาย จนการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งรายได้สำคัญที่นำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศไทยได้สูงเป็นอันดับ 1 ของการส่งออกทั้งหมดนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน

ผลกระทบของการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม แม้การท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แต่ผลจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้ก่อให้เกิดผลกระทบในด้านต่าง ๆ มากมายด้วยเช่นกัน ทั้งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ผลกระทบทางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสามารถกล่าวในรายละเอียดได้ ดังนี้

ผลกระทบด้านดี

1. มาตรฐานการครองชีพดีขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้มาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นดีขึ้น สืบเนื่องจากผลกระทบเชิงเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ และกระจายโอกาสการจ้างงานไปสู่คนในท้องถิ่นมากขึ้น ทั้งทางตรง เช่น การจ้างงาน บุคลากรในโรงแรม การขนส่ง บริการนำเที่ยวบริการให้เช่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ฯลฯ และทางอ้อม เช่น คนส่งหนังสือพิมพ์โรงแรม คนงานทอผ้าพนักงานเก็บค่ากระแสไฟฟ้า เกษตรกรผู้ผลิตอาหาร คนงานชุดทอ พนักงานธนาคาร ฯลฯ

2. ความสะดวกสบายจากกิจการสาธารณูปโภคสาธารณูปการในแหล่งท่องเที่ยว เมื่อมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คนในท้องถิ่นย่อมได้รับประโยชน์จากสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น

ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ รถโดยสาร ฯลฯ ซึ่งจะส่งผลดีแก่สภาพความเป็นอยู่ที่ สะดวกสบายแก่คนในท้องถิ่นทั้งสิ้น

3. การเดินทางท่องเที่ยวจะช่วยให้เกิดสันติภาพแห่งมวลมนุษย สหประชาชาติได้เคย ประกาศในปี พ.ศ. 2510 (ค.ศ.1967) เป็นปีการท่องเที่ยวสากล และกำหนดคำขวัญว่า “การท่องเที่ยวเป็นหนทางไปสู่สันติภาพ” (tourism is a passport to peace) เมื่อมีการเดินทางไปยัง ท้องที่ต่าง ๆ ผู้คนมีโอกาสสังสรรค์ร่วมกิจกรรมกัน ย่อมจะทำให้พื้นที่มาจากสังคมที่แตกต่างกัน ได้แลกเปลี่ยนความรู้ความคิดได้เห็นและมีโอกาสใช้ชีวิตความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียมประเพณี ร่วมกันและกัน ต่างฝ่ายต่างมีโอกาสถ่ายทอดและรับรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน และนำกลับไป เผยแพร่ยังภูมิลำเนาของตน จนทำให้คำกล่าวที่ว่า “การท่องเที่ยวทำให้โลกปราศจากพรมแดนทาง การเมือง” เป็นจริง นักท่องเที่ยวที่ได้ไปพบเห็นสภาพแท้จริงก็จะทำให้เกิดความเข้าใจสถานที่ นั้นอย่างถูกต้อง

4. การท่องเที่ยวจะชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรนันทนาการ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ของท้องถิ่นทำให้เกิดความต้องการที่จะ ค้นคว้าอนุรักษ์ และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติเหล่านี้ให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชาติไว้ได้

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา ทั้งในวงกว้าง คือ ช่วยให้คนมีโลกทัศน์กว้าง ความรู้และประสบการณ์ที่ได้พบเห็นด้วยตนเองนั้นจะมีประโยชน์ สามารถนำมาปรับ ใช้กับวิถีชีวิตในสังคมได้ ส่วนในวงแคบนั้นการเดินทางท่องเที่ยวอาจเป็นการจุดฉนวนที่กระตุ้น ให้เกิดความสนใจที่จะศึกษาให้ลึกซึ่งเฉพาะเรื่องเฉพาะแห่งได้ โดยมีแหล่งเที่ยวต่าง ๆ เป็น เหมือนห้องปฏิบัติการตามธรรมชาติ และเมื่อมีการพบปะประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการ ระหว่างนักวิชาการต่างชาติต่างภาษาแล้ว บางครั้งก็เป็นโอกาสที่จะสร้างชื่อเสียงและภาพจน์ทาง วิชาการ รวมทั้งเรื่องราวที่ค้นคว้าก็อาจจะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมได้

6. การท่องเที่ยวจะลดปัญหาการอพยพหลังไหลเข้าไปแออัดในเมืองหลวง ตาม ธรรมชาติแล้วมนุษย์มักจะรักถิ่นฐานบ้านเกิดเมืองนอนของตน หากคนมีโอกาสมีงานอาชีพที่ ก้าวหน้าเหมาะสมในภูมิลำเนาย่อมเป็นสิ่งที่น่าสนใจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะเป็นหนทางช่วย ลดปัญหาได้ เพราะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นประกอบอาชีพรายย่อย หรือทำอุตสาหกรรมท้องถิ่นอยู่ในครอบครัว เมื่อคนเหล่านี้มีงานทำมีรายได้ ย่อมไม่อพยพไป แออัด ชักเยียดเสี่ยงต่อโอกาสถูกลูก และการถูกเอารัดเอาเปรียบด้านแรงงานในเมือง ดังเช่นชาวบ้านดวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เคยต้องออกไปหางานทำนอกหมู่บ้าน ในช่วงฤดูว่างจากการทำนา ต่อเมื่อมีการนำเอาไม้แกะสลักไปทำเป็นอาชีพเสริม ทำให้คนไม่ได้ออก จากหมู่บ้านไปหางานทำ

7. ใช้ทรัพยากรไร้ค่าให้เกิดประโยชน์ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นที่จะนำเอาทรัพยากรส่วนเกินหรือไร้ค่ามาประดิษฐ์คิดค้นเป็นของใช้ ของที่ระลึกในรูปของสินค้าพื้นเมืองจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะเป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวแล้ว ยังเป็นการนำเอาทรัพยากรบางอย่างที่เคยถูกทอดทิ้งให้ไร้ค่า มาทำให้เกิดประโยชน์เพิ่มมูลค่า เช่น เปลือกไม้เปลือกหอย เศษผ้า เศษหนัง รังไหม ครกตำข้าวตำรูด ฯลฯ และยังเป็นช่องทางในการพัฒนาคุณภาพของการผลิตสินค้าพื้นเมืองให้มีคุณภาพดีขึ้น เช่น การทอผ้า ย้อมผ้า การเลี้ยงและสาวไหม การพัฒนาการบรรจุหีบห่อให้กระต๊อค การออกแบบให้ทันสมัย เป็นต้น

8. เกิดทัศนคติที่ดี ความประทับใจจากการเดินทางท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถานที่นั้น และนี่ก็ถึงอยู่ตลอดเวลา ขามเมื่อมีโอกาสที่จะให้ความช่วยเหลือ ความประทับใจที่เคยมีมาในอดีต ก็อาจเป็นแรงกระตุ้นให้ตัดสินใจในด้านที่จะเป็นคุณได้ ซึ่งถ้าหากจะเป็นการตัดสินใจให้ความช่วยเหลือในระดับชาติแล้ว ก็ย่อมจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศอย่างมากในวงกว้าง โดยเฉพาะประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่ต้องการความช่วยเหลือจากต่างชาติอยู่

9. การลดช่องว่างระหว่างประเทศที่ร่ำรวยกับประเทศยากจน คนมั่งมีในเมืองมาสู่ชนบท จะช่วยให้เกิดความรู้สึก เข้าใจ และเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน ปัญหาความตึงเครียดระหว่างประเทศจึงหมดไป

10. การท่องเที่ยวจะช่วยป้องกันแทรกซึมบอนทำลายจากฝ่ายตรงข้ามได้ ด้วยเหตุผลสองประการ คือ เมื่อสถานที่นั้นมีผู้คนเข้าไปพุดกพ่ล่าน และหรือผู้คนมีงานมีอาชีพมีความเป็นอยู่ที่ดี ก็จะทำให้ผู้ก่อการร้ายไม่มีโอกาสโจมตีรัฐบาล นอกจากนั้นในแง่ของการเมืองการปกครอง การที่กษัตริย์ในสมัยโบราณโปรดให้ราษฎรถวายฎีกาต่อพระองค์เวลาเสด็จประพาส ทำให้ข้าราชการไม่กล้าข่มเหงราษฎร เป็นเหตุให้ราษฎรพากันนิยมในพระคุณของพระมหากษัตริย์อย่างแพร่หลาย หรือแม้แต่ในปัจจุบันเมื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จ แปรพระราชฐาน ณ จังหวัดใด ก็จะเสด็จออกเยี่ยมราษฎรในเขตห่างไกลและทำให้มีโครงการพระราชดำริเกี่ยวกับการพัฒนาต่าง ๆ ขึ้น เช่น โครงการหลวงพัฒนาชาวเขาโครงการแพทย์หลวงและแพทย์พระราชทาน ฯลฯ

ผลกระทบด้านลบ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

1. การบุกรุกพื้นที่อนุรักษ์/พื้นที่สาธารณะ จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวธรรมชาติมากขึ้น ทำให้ที่พักรวมประเภทรีสอร์ทและบังกาโลเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย และที่พักรวมประเภทรีสอร์ทและบังกาโลบางแห่ง ได้มีการบุกรุกพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าและเขตอนุรักษ์รวมไปถึง

พื้นที่สาธารณะต่าง ๆ ร้านอาหารมีการบุกรุกทำลายหรือนำพื้นที่มาใช้ประโยชน์ หรือเปลี่ยนแปลงสภาพพื้นที่ไปจากพื้นที่สงวน ไปเป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว

2. การขาดแคลนน้ำเพื่อการอุปโภคและบริโภค จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวในบางพื้นที่ ก่อให้เกิดการขาดแคลนน้ำดื่ม น้ำใช้อย่างมาก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลประเภทเกาะต่าง ๆ เช่น ภูเก็ต โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจะมีการใช้น้ำในทุกกิจกรรมถึง 500 ลิตรต่อคนต่อวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่มีอัตราการขาดแคลนน้ำสูง เช่น กระบี่ จะประสบกับปัญหาการขาดแคลนน้ำมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะหมู่เกาะพีพี ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว จะต้องมีการบรรทุกน้ำจากในตัวเมืองไปใช้บนเกาะด้วย ภาวะการขาดแคลนน้ำทำให้มีการใช้น้ำบาดาลเกินอัตราทดแทน เป็นสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดการแทรกคืบของน้ำทะเลเข้าสู่แผ่นดิน (Salt Intrusion) ปรากฏการณ์เช่นนี้ อาจส่งผลกระทบต่อพืชพรรณและสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ตามแนวชายฝั่งได้

3. น้ำทิ้ง น้ำทิ้งจากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากสถานที่พักแรม รongลงมาเป็นร้านอาหารและจากสถานบริการที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สถานที่พักแรมขนาด 80 ห้องขึ้นไป จะมีระบบบำบัดที่ได้มาตรฐานก็เฉพาะที่ก่อสร้างหลังประกาศ พ.ร.บ. ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติเท่านั้น ตามแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลเกือบทั้งหมดล้วนมีระบบบำบัดน้ำทิ้งที่ไม่ได้มาตรฐาน บางแห่งปล่อยน้ำทิ้งลงสู่แหล่งน้ำใกล้เคียงโดยตรง บางแห่งมีการต่อท่อน้ำทิ้งโดยตรงจากห้องสุขาสู่ท่อน้ำสาธารณะ เป็นเหตุให้น้ำทะเลมีค่าสูงกว่ามาตรฐานเพื่อการว่ายน้ำได้ เช่น ที่เกาะสมุยบริเวณหาดเฉวง บริเวณหน้าคอน น้ำทิ้งจากสถานประกอบการหลายแห่งเกิดร่วมกับน้ำทิ้งจาก ชุมชน เช่น บริเวณทะเลสาบลำปำ อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ก่อให้เกิดสภาพน้ำขุ่นขึ้น ภาวะดินเลนอันเนื่องมาจากตะกอน และมีผลต่อสิ่งมีชีวิตบริเวณนั้นด้วย

1

4. ขยะมูลฝอย จากการสำรวจของคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า แหล่งท่องเที่ยวแทบทุกแห่งจะมีปัญหาเรื่องขยะมูลฝอยมากน้อยแตกต่างกันไป เช่น ชุมชนอ่าวตันไทร เกาะพีพี มีเตาเผาขยะขนาด 3.5 ตัน/วัน แต่ขยะมูลฝอยบนเกาะพีพีมีทั้งหมด 8 ตัน/วัน ขยะส่วนเกินจะถูกลำเลียงลงเรือไปทิ้งที่ที่กำจัดขยะบนฝั่ง สภาพโดยทั่วไปของเกาะยังมูลฝอยตกค้างกระจายอยู่ทั่วไป ในจังหวัดชุมพร การเก็บขยะยังไม่ทั่วถึง ทำให้มีขยะตกค้างยังจุดต่าง ๆ เช่น บริเวณหาดทรายรี หาดอู๋ไธทย ส่วนใหญ่จะมีปัญหาการฝังกระจายของขยะและการทิ้งขยะ พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยก่อให้เกิดปัญหาขยะมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ วิธีการและระยะเวลาในการจัดเก็บที่ไม่เหมาะสม มี

ส่วนเกี่ยวข้องกับปริมาณขยะสะสมตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ก่อให้เกิดทัศนียภาพที่ไม่น่าดูและความสกปรกรกรุงรัง ส่วนการท่องเที่ยวเดินป่าก่อให้เกิดปัญหาความสกปรกจากขยะและสิ่งปฏิกูล จากการตั้งเต็นท์ กิจกรรมการล่องแพจะมีการตัดไม้เป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวมักทิ้งขยะเศษกระดาษลงในน้ำ

5. มลภาวะทางเสียง มลภาวะทางเสียง ซึ่งมีผลกระทบต่อการทำงานของนักท่องเที่ยวตามชายหาด มาจากพาหนะขุดยานต่าง ๆ จากเครื่องกำเนิดไฟฟ้า เครื่องดนตรีจากสถานบริการเรีงรมณ์บางแห่ง และจากเรือโดยสารทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก จากกีฬาทางน้ำ เช่น เรือยนต์ สก๊อตเตอร์น้ำ

6. ความหลากหลายทางชีวภาพ ป่าไม้ และสัตว์ป่า กิจกรรมต่าง ๆ จากนักท่องเที่ยวรวมไปถึงสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ การรบกวนและการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน ล้วนส่งผลกระทบต่อพืชและสัตว์ที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้น เช่น พื้นที่วางไข่ พื้นที่เพาะฟักตัวอ่อน พื้นที่หาอาหาร ผลกระทบจากการเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ หากมีปริมาณมากเกินไปจะส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศของสัตว์ป่าในบริเวณนั้น ๆ ส่วนการท่องเที่ยวเดินป่าจะส่งผลกระทบต่อความอุดมสมบูรณ์และการพังทลายของดิน ความเสียหายของดินเนื่องจากการเดินป่า จะเกิดขึ้นในเส้นทางเดินป่าที่ถูกใช้เป็นประจำ มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากและใช้ช้างเป็นพาหนะ

7. แนวปะการัง สาเหตุสำคัญของปะการังที่ถูกทำลายและมีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะเกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่ขาดจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ เช่น การทิ้งสมอเรือในบริเวณแนวปะการัง การทิ้งขยะมูลฝอยลงทะเลและการปล่อยน้ำเสียก็มีส่วนทำให้คุณภาพน้ำเปลี่ยนแปลงไป ไม่เหมาะแก่การเจริญของปะการัง

จากผลกระทบในด้านต่าง ๆ ดังที่กล่าวมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัญหาที่เห็นชัดเจนและขยายตัวรวดเร็วที่สุดปัญหาหนึ่ง กอปรกับความตื่นตัวในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก จึงได้มีการพิจารณาถึง “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” (Sustainable Tourism) มาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และคำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับผลประโยชน์ทางสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม เพื่อให้การท่องเที่ยวนี้ ดำรงอยู่ได้ตลอดไป

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ดร.เกษม จันทรแก้ว (2524 : 61) ได้ให้ความหมายของคำว่า “การอนุรักษ์” ไว้ว่า หมายถึงการใช้ประโยชน์อย่างมีเหตุผล (to use rationally) และมีการสร้างสรรค์ (build up) ใน การที่จะให้บรรลุเป้าหมายในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้มีใช้ตลอดไป ในหลักการทางอนุรักษ์ วิชา สรุปได้ 3 ประเด็นใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ต้องใช้อย่างฉลาด กล่าวคือ ในการที่จะใช้ทรัพยากรแต่ละอย่างนั้น ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบถึงผลได้ผลเสีย ความขาดแคลนหรือความหายากในอนาคต อีกทั้งพิจารณาทางหลักเศรษฐศาสตร์อย่างถี่ถ้วนด้วย

2. ประหยัดของที่หายาก หมายถึงว่า ทรัพยากรใดที่มีน้อยหรือหายาก ควรอย่าง ั่ข่งที่เก็บรักษาเอาไว้มิให้สูญไป บางครั้งถ้ามีของบางชนิดที่พอจะใช้ได้ก็ควรใช้อย่างประหยัดอย่า ่ฟุ่มเฟือย

3. หาวิธีการปรับปรุงของที่ไม่ดีหรือเสื่อมโทรมให้ดีขึ้น กล่าวคือ ทรัพยากรใด ก็ตามมีสภาพเสื่อมโทรมต่อการสูญเปล่า หรือจะหมดไป ถ้าดำเนินการไม่ถูกต้องตามหลักวิชา ควร อย่งข่งที่จะได้หาทางปรับปรุงให้อยู่ลักษณะที่ดีขึ้น

ส่วนคำว่า สิ่งแวดล้อม นั้นหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ทั้งที่มีชีวิตและ ่ไม่มีชีวิต ทั้งที่มีรูปธรรม (จับต้องและมองเห็นได้) และนามธรรม (วัฒนธรรมแบบแผน ประเพณี ความเชื่อ) มีอิทธิพลเกี่ยวข้องถึงกัน เป็นปัจจัยในการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ผลกระทบจากปัจจัยหนึ่งจะมีส่วนเสริมสร้างหรือทำลายอีกส่วนหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สิ่งแวดล้อมเป็น วงจรและวัฏจักรที่เกี่ยวข้องกันไปทั้งระบบ หรืออาจแยกออกเป็นลักษณะกว้าง ๆ ได้ 2 ส่วน คือ

- สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา ดิน น้ำ อากาศ ฯลฯ
- สิ่งแวดล้อมทางสังคม เช่น ชุมชนเมือง สิ่งก่อสร้าง โบราณสถาน โบราณวัตถุ

ศิลปกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ฯลฯ (ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม 2530 : 15)

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (environmental conservation) หมายถึง การใช้ สิ่งแวดล้อมอย่างมีเหตุผล เพื่อที่จะอำนวยให้คุณภาพของการมีชีวิตดีตลอดไปสำหรับมนุษย์ กล่าว อีกนัยหนึ่งก็คือ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความหมายรวมไปถึง การใช้ทรัพยากรทั้งหลายในโลก นี้อย่างมีเหตุผลและเป็นไปตามหลักอนุรักษ์วิทยา ทั้งนี้เพื่อจะทำให้สิ่งแวดล้อมอยู่ในลักษณะที่ดี

มนุษย์ที่อาศัยอยู่จะมีชีวิตอยู่อย่างคุณภาพที่ดีตลอดไป เพราะสิ่งแวดล้อมนั้นมีผลดีต่อสุขภาพและ
 พละนาบขของมนุษย์ (เกษม จันทรแก้ว 2524 : 65)

คุณสมบัติของสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ รอบตัวมนุษย์มีหลากหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทจะมี
 คุณสมบัติเฉพาะตัว เพื่อแสดงให้เห็นว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งแวดล้อม เช่น ป่าไม้ แม่น้ำลำธาร แร่ธาตุ
 ดิน มนุษย์ สัตว์ วัฒนธรรม และอื่น ๆ อีกมากมาย แต่ละประเภทมีลักษณะและความทนทาน
 และเปราะบางต่อการถูกกระทบกระเทือนได้แตกต่างกัน รวมถึงมีการเปลี่ยนแปลงไปตาม
 กาลเวลาที่เปลี่ยนไป ซึ่งอาจเป็นการเปลี่ยนแปลงชั่วคราว หรือถาวรก็ได้ สิ่งแวดล้อมจะไม่อยู่
 โดดเดี่ยวในธรรมชาติ แต่จะมีความต้องการ และมีสิ่งแวดล้อมแวดล้อมอื่นอยู่ด้วยเสมอ การอยู่
 รวมกันของสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดระบบนิเวศน์ขึ้นในโลก ทุกสิ่งมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันเป็น
 ลูกโซ่ ดังนั้น เมื่อสิ่งแวดล้อมหนึ่งถูกทำลายลงไป อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ
 ไม่ว่าจะเป็ทางตรงหรือทางอ้อม (พจนา วาสิกรัตน์, 2526 : 25)

องค์ประกอบของสิ่งแวดล้อม สามารถแบ่งออกเป็นลักษณะกว้าง ๆ ได้ดังนี้

1. สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (natural environment) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้เอง
 ตามธรรมชาติ บางชนิดอาจใช้เวลาสั้น แต่บางชนิดอาจใช้เวลานานจึงจะเกิดขึ้นเป็นสิ่งที่นั้น ๆ เช่น
 ต้นไม้ น้ำ ดิน แสงแดด อากาศ เป็นต้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ สิ่งที่มีชีวิต (biotic
 environment) และสิ่งที่ไม่มีชีวิต (abiotic environment) ซึ่งจะประกอบอยู่ในส่วนต่าง ๆ ที่อยู่บน
 พื้นผิวโลก อันได้แก่

1.1 atmosphere หมายถึง ส่วนของชั้นบรรยากาศที่ห่อหุ้มโลกเอาไว้ เช่น
 ออกซิเจน คาร์บอนไดออกไซด์

1.2 hydrosphere หมายถึง ส่วนที่เป็นน้ำทั้งหมดบนพื้นผิวโลก เช่น น้ำใต้ดิน
 แม่น้ำ ทะเล มหาสมุทร

1.3 lithosphere หมายถึง เปลือกโลก ซึ่งรวมไปถึงส่วนที่เป็นของแข็งบริเวณ
 เปลือกโลก ประกอบด้วย ดิน หิน และแร่ธาตุต่าง ๆ

1.4 biosphere ได้แก่ บริเวณส่วนต่าง ๆ ของโลกที่มีสิ่งมีชีวิตเกิดขึ้นทั้งที่ตายไป
 แล้ว และยังมีชีวิตอยู่ เป็นส่วนที่ปรากฏขึ้นในบริเวณพื้นผิวโลกทั้ง 3 ส่วน ดังที่กล่าว
 มาแล้ว

2. สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (man-made environment) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมาด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ สามารถมองเห็นและจับต้องได้ หรืออาจมองไม่เห็นและจับต้องไม่ได้ แบ่งย่อยออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical environment) หรือสิ่งแวดล้อมที่เป็นรูปธรรม คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ประโยชน์ และเพื่อใช้อำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถมองเห็นและสัมผัสได้ เช่น โถง อาคาร บ้านเรือน ถนน วัสดุ สิ่งก่อสร้าง

2.2 สิ่งแวดล้อมทางสังคม (social environment) หรือสิ่งแวดล้อมที่เป็นนามธรรม คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ เป็นเรื่องของกฎเกณฑ์ทางสังคมที่สร้างขึ้นมาเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบแบบแผนในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุข เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา ภาษา กฎหมาย

ทรัพยากรธรรมชาติ (natural resources) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีประโยชน์สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ หรือมนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ เช่น ดิน น้ำ ป่าไม้ บรรยากาศ แร่ธาตุ พลังงาน รวมทั้งกำลังงานจากมนุษย์ ซึ่งอาจแบ่งตามลักษณะและการใช้ประโยชน์ออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. ทรัพยากรที่ใช้แล้วไม่รู้จักหมดสิ้น (non – exhausting natural resources) เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่เกิดขึ้นมาพร้อม ๆ กับมนุษย์ มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เช่น อากาศ น้ำ แสงอาทิตย์ ถ้าทรัพยากรเหล่านี้ขาดหายไป หรือมีสิ่งเจือปนที่เป็นพิษอาจทำให้มนุษย์ไม่สามารถมีชีวิตอยู่ได้

2. ทรัพยากรที่ใช้แล้วเกิดขึ้นทดแทนได้ (renewable natural resources) ได้แก่ ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ ซึ่งเมื่อมีการใช้ไปแล้วสามารถเกิดขึ้นทดแทนกันได้ ทั้งในระยะเวลาอันสั้น หรือระยะยาว ถ้าทรัพยากรประเภทนี้ขาดหายไปหรือเกิดความไม่สมบูรณ์ขึ้น ก็อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นในทางตรงหรือทางอ้อม เช่น พืช ป่าไม้ สัตว์

3. ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป (exhausting natural resources) เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มนุษย์ใช้แล้วจะหมดไปโดยไม่สามารถเกิดขึ้นมาทดแทนได้ บางชนิดอาจเกิดทดแทนได้ แต่ต้องใช้เวลาเป็นล้านปี ทรัพยากรธรรมชาติประเภทนี้เป็นส่วนที่มนุษย์นำมาใช้เพื่อบำรุงความสุขของตนเอง เช่น น้ำมันปิโตรเลียม ก๊าซธรรมชาติ แร่ธาตุต่าง ๆ

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

คำว่า Ecotourism กำลังเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจอย่างสูงในสถานการณ์ปัจจุบันนี้ วงการท่องเที่ยวและแวดวงทางวิชาการได้พยายามที่จะบัญญัติศัพท์เป็นภาษาไทย จากช่วงเวลาที่ผ่านมามีการบัญญัติไว้มากมายหลายคำ อาทิ นิเวศสัญจร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ การท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ สำหรับ ททท. ยังให้คำนิยามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชื่นชมและเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพแวดล้อม สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศน์

บนพื้นฐานของนิยามความหมายดังกล่าว นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มผู้เดินทางที่แสวงหาสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมต่าง ๆ ที่ให้ประสบการณ์ที่หลากหลายได้มากขึ้น
2. ประสบการณ์จากการได้ไปเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ และหรือประสบการณ์ที่ได้สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของสังคมที่แตกต่างจากที่ตนอยู่
3. โอกาสที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะทางธรรมชาติ วัฒนธรรมที่แตกต่างในแต่ละพื้นที่
4. ให้มีการอนุรักษ์สภาพธรรมชาติและสมบัติทางวัฒนธรรมในพื้นที่ที่ไปชม

เป้าหมายสำคัญที่สุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น คือ ความพยายามที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ครอบคลุมกว้างไกล เพราะเป็นนิยามความหมายที่ต้องการประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคมและการสงวนรักษาสิ่งแวดล้อมให้ยาวนานที่สุด

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จึงถือว่าเป็นแนวทางวิถีทางหนึ่งที่พยายามจะก้าวไปสู่เป้าหมายสำคัญ คือ การพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงมีองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณา 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการกระจายรายได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2538 : 3-6)

เฮกเตอร์ เซบัลลอส-ลาสคูเรียน (Hector Ceballos-Lascurian, 1991) แห่งสหภาพสากลว่าด้วยการอนุรักษ์ (International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources -

IUCN) ซึ่งเป็นบุคคลแรกที่กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า “เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับเส้นทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพพืชพรรณและสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น”

อลิซาเบธ บู (Elizabeth Boo, 1990) เป็นผู้คลุกคลีกับงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแถบลาติน - อเมริกาและหมู่เกาะคาริเบียน และเป็นผู้เขียนรายงานเรื่อง “Ecotourism : the potentials and pitfalls” ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า “เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับการดูแล รักษาพื้นที่การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่นและการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม”

โรเจอร์ ทรอย ปีเตอร์สัน (Roger troy Peterson) (อ้างถึง ศรัณย์ สิงห์ทน, 2539 :10) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ว่า “การท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นทางเลือกทางหนึ่งในหลายทางที่จะช่วยรักษาชีวิตสัตว์ป่าและสถานที่ทางธรรมชาติจากการมีรายได้สำหรับการดูแลรักษาพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่น และการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม”

สมาคมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (The Ecotourism Society, 1991) เป็นองค์กรภาคเอกชนที่มีบทบาทโดยตรงเกี่ยวกับการศึกษาวางแผนและเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ว่า

“เป็นการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ธรรมชาติด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศ และในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น”

ต่อมา คำนิยามของสมาคมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (The Ecotourism Society) ก็ได้รับการปรับปรุงโดย “เวสเทิร์น (Western, 1993)” ให้มีความหมายสมบูรณ์ขึ้นว่า “เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ ซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น”

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่วางนโยบายจี้ควารูปแบบการท่องเที่ยวและปรับปรุงแนวการท่องเที่ยว ถือเป็นองค์กร โดยตรงที่ทำหน้าที่รับผิดชอบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ในหนังสือนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ปี พ.ศ. 2530-2539 ว่า “เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชื่นชมและเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ”

จากนิยามทั้งหมดข้างต้น จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ความสำคัญที่เป็นสาระสำคัญ พอสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมและพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และอาจรวมไปถึงแหล่งประวัติศาสตร์โบราณคดีและวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย
2. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และระบบนิเวศ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายหรือทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
3. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส หรือมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติโดยตรง และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังจะเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้านสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม
4. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันจะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม
5. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จะมุ่งเน้นที่คุณค่าของธรรมชาติหรือลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เน้นที่การเสริมแต่งหรือการพัฒนาถึงอำนวยความสะดวก

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism)

แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เกิดขึ้นมาจากสาเหตุของแนวโน้ม 2 ประการ ได้แก่ แนวโน้มเกี่ยวกับการอนุรักษ์ และแนวโน้มเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1. แนวโน้มเรื่องการอนุรักษ์ การที่มีประชากรโลกเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับเกิดภาวะทางเศรษฐกิจถดถอยในหลายประเทศ กิจกรรมทางด้านการพัฒนา เช่น การตัดไม้ การทำเหมืองแร่ ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อระบบนิเวศ จนทำให้ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรม และเกิดความไม่ยั่งยืนของการพัฒนาเศรษฐกิจก็ตามมา

ประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาจึงพยายามที่จะนำเรื่องของ การอนุรักษ์ให้เข้ามามีส่วนในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยการนำประโยชน์จากพื้นที่อนุรักษ์ที่มีอยู่เดิม และที่กำลังประกาศจัดตั้งให้เป็นแหล่งพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมควบคู่ไปกับการ สงวนรักษาระบบนิเวศตามธรรมชาติ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในบริเวณพื้นที่อนุรักษ์เป็น

ทางเลือกหนึ่งที่เปิดโอกาสให้มีการจ้างงานและสร้างรายได้จำนวนมาก ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ เป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับประชาชนเพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญและหันมาช่วยกันสนับสนุนการอนุรักษ์ธรรมชาติ รวมถึงทรัพยากรประเภทอื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี

2. แนวโน้มเรื่องการท่องเที่ยว : ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปโดยมีแนวโน้มในเรื่องของการท่องเที่ยวแบบผจญภัย การเข้าไปมีส่วนร่วมและการสัมผัสธรรมชาติ รวมไปถึงความต้องการที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ไปเยือนตั้งแต่เรื่องระบบนิเวศ ชนิดของพันธุ์พืช สัตว์ที่กำลังจะสูญพันธุ์ และการตั้งประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์มากยิ่งขึ้น จะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวตามอุทยานแห่งชาติและพื้นที่อนุรักษ์ประเภทอื่น ๆ ที่เพิ่มสูงขึ้น ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีสาเหตุสำคัญมาจากการตื่นตัว และการให้ความสนใจเกี่ยวกับคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

เมื่อแนวโน้มทั้งสองประการมาบรรจบกัน จึงส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศขึ้น

เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีการดำเนินงานในทิศทางเดียวกันคณะกรรมการกำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเทศไทย จึงมีการจัดประชุมขึ้นเมื่อเดือนมิถุนายน 2538 และได้มีมติในเรื่องการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไว้เป็นแนวทางเพื่อให้การส่งเสริมเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

นโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้นั้นลักษณะสำคัญดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งในด้านธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดีและวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นให้เกิดคุณภาพ มีระบบการสื่อความหมายที่ดีและคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
2. ประสานงานให้เกิดความร่วมมือระหว่างทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มุ่งเน้นที่การสร้างควมรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ
3. สร้างสำนึกด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดวิถีทางแห่งการอนุรักษ์ การคืนประโยชน์สู่ระบบนิเวศ
4. ดำเนินการให้มีการวางแผนและปรับปรุงพัฒนากฎระเบียบ องค์กรการจัดการด้านการพัฒนานิเวศสู่จอร์ให้มีประสิทธิภาพ เกิดการประสานงาน และเกื้อหนุนซึ่งกันและกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนท้องถิ่น
5. ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม (เอกสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2538)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการพิจารณาวางแผนและจัดการ ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีอยู่ด้วยกัน 4 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การสร้างจิตสำนึกหรือความรับผิดชอบ (ecologically sensitive) ที่มีต่อระบบนิเวศ การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ดังนั้น ผู้ประกอบการ หน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับพื้นที่ นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในส่วนต่าง ๆ จึงมีหน้าที่ในการรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกิดผลกระทบน้อยที่สุด (low impact)

2. ความพึงพอใจในการพักผ่อนหย่อนใจ (recreation) ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในด้านการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยตรง นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourist) มักจะเป็นกลุ่มที่มีความปรารถนาหรือสนใจในการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่าง ๆ สภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทางและทำท่าย โดยไม่สนใจเรื่องความสะดวกสบาย ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงต้องจัดให้มีการสื่อความหมายธรรมชาติในแง่มุมที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ และทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจกลับไป

3. การได้รับความรู้ (education) เกี่ยวกับลักษณะทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ จากแหล่งที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารเพื่อการศึกษาแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าไปใช้ประโยชน์ การได้ออกไปสัมผัสกับธรรมชาติ และได้เรียนรู้จากสถานที่จริง โดยมีเอกสารข้อมูลติดตัวไปเป็นคู่มือในการเดินทางศึกษาหาความรู้ จะทำให้นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้รับประสบการณ์ด้วยตนเองเกิดเป็นความประทับใจและรู้สึกหวงแหนในธรรมชาติที่เหลือน้อยมากขึ้น

4. ผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น (local benefit) การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาวมากกว่ากิจกรรมอื่น ๆ การเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดการหรือให้บริการท่องเที่ยว ตั้งแต่ระบบที่พัก อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก ผู้นำทางหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน คนในท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการมีส่วนร่วม

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีขอบข่ายในการพิจารณาที่ลึกซึ้ง และให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์เป็นหลัก ซึ่งมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบเดิม (conventional tourism) ดังนั้นจึงสามารถระบุวัตถุประสงค์ได้ 4 ประการ คือ

1. เพื่อพัฒนาจิตสำนึก (awareness) และความเข้าใจ (understanding) ของนักท่งเที่ยว ในการทำคุณประโยชน์แก่สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ
2. เพื่อเพิ่มทุนประสบการณ์ที่มีคุณภาพ หรือคุณค่าสูงให้แก่ักท่งเที่ยวหรือผู้มาเยือน แหล่งท่งเที่ยว
3. เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนที่แหล่งท่งเที่ยวตั้งอยู่
4. เพื่อดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่งเที่ยว

หลักการของการท่งเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1. เป็นการท่งเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมทางสภาพแวดล้อม ไม่ว่าจะป็นน้ำเสีย ขยะ ตลอดจนการคมนาคม
2. ก่อให้เกิดประโยชน์ในระยะยาวแก่ทรัพยากรชุมชนในท้องถิ่นและอุตสาหกรรมกรท่งเที่ยวเอง ส่วนหนึ่งของรายได้ควรย้อนไปสู่การอนุรักษ์
3. การเสริมสร้างประสบการณ์ให้นักท่งเที่ยว เป็นการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ สิ่งแวดล้อม สภาพสังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ควรสนับสนุนให้นักท่งเที่ยวมีความรับผิดชอบทั้งทางด้านคุณธรรม จริยธรรมและพฤติกรรมของตนเองที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและ วัฒนธรรมชุมชนในที่ป็นแหล่งท่งเที่ยว
4. ในการสร้างหรือการจัดการใด ๆ ควรยอมรับในข้อจำกัดของสภาพแหล่งท่งเที่ยว ตามลักษณะที่เป็นอยู่ หากมีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงควรเป็นไปเพื่อให้ทัศนียภาพของท้องถิ่นดีขึ้น ตลอดจนการลงทุนด้านการท่งเที่ยวก็เป็นไปเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจและกิจกรรมต่าง ๆ ในท้องถิ่น ไม่เพียงการลงทุนของต่างชาติ ซึ่งเป็นการลดการไหลออกของรายได้ไปยังต่างประเทศ
5. ในการวางแผน ตัดสินใจ และดำเนินงาน ตลอดจนการควบคุม ควรให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมมากที่สุด มิใช่เป็นเพียงเป้าหมายของการท่งเที่ยว และให้บุคคลภายนอกมาคิดและตัดสินใจแต่เพียงฝ่ายเดียว เพราะจะไม่เป็นไปตามความต้องการของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง
6. ผู้ประกอบการธุรกิจท่งเที่ยวมีบทบาทสำคัญ ในการอนุรักษ์การท่งเที่ยวให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นหรือไม่เพียงใด การทำธุรกิจโดยมุ่งทำกำไรสูงสุดในระยะสั้นเป็นการท่งเที่ยวชั่วคราวเอง อย่างไรก็ตาม บริษัทนำเที่ยวก็สามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการท่งเที่ยวได้ยาวนานเท่านั้น ถ้ามีการจัดทำธุรกิจที่ถูกต้องเหมาะสม นับตั้งแต่การใช้วัสดุที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและสามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ การมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ระบบนิเวศและวัฒนธรรมของแหล่งท่งเที่ยวอย่างแท้จริง การให้การศึกษาแก่นักท่งเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทางก่อนที่จะไปถึง ทั้งในรูปของภาพยนตร์ ในเครื่องบิน เทปบันทึกเสียงและเอกสารเผยแพร่

7. มีการจัดการและความคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และไม่เกินความสามารถของชุมชนในท้องถิ่น และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวจะรองรับได้ อีกทั้งมีนักท่องเที่ยวสม่ำเสมอตลอดทั้งปี ไม่ใช่มีเฉพาะฤดูกาล เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมนี้

จากหลักการดังกล่าวข้างต้นนี้ อาจสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวแนวใหม่นั้นเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงผลประโยชน์ท่องเที่ยวในระยะยาว จึงจำเป็นต้องมีการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้มีผลกระทบในทางลบน้อยที่สุด และท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม มิใช่เป็นเพียงเป้าหมายที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมาตัดดวงผลประโยชน์แต่เพียงฝ่ายเดียวอย่างเช่นที่ผ่านมาในอดีต

ลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

จากรายงานผลการดำเนินงานเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ โดยสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้กล่าวถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า จะต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกให้มีความตระหนักในการอนุรักษ์ธรรมชาติ ส่วนการวัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถพิจารณาระดับความเข้มข้นได้จากปัจจัยต่อไปนี้

1. ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาประเภทและรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมไปเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมความรู้ การอนุรักษ์ การรักษาสีงแวดล้อม และการสร้างความตระหนักในการพัฒนาที่ยั่งยืน ระดับความเข้มข้นของความสนใจ มีดังนี้

- สนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติหรือวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะถิ่น มีความสมบูรณ์หลากหลาย ต้องใช้ความตั้งใจในการท่องเที่ยวสูง มีกิจกรรมที่แตกต่างจากความเคยชินตามปกติ หรือมีระดับความสนใจลดลงตามลำดับ

- มีกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เรียนรู้ สัมผัส และดูแลรักษา สภาพธรรมชาติและระบบนิเวศ เช่น การศึกษาธรรมชาติ การเดินป่า การดำน้ำดูปะการัง การดูนก ส่องสัตว์ เป็นต้น

2. การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรจะ

- มีการเตรียมการศึกษาหาความรู้ โดยศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และ/หรือเข้ารับการอบรมก่อนเดินทาง หรือโดยการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ก่อนเดินทาง

- มีการเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือในการท่องเที่ยวให้ครบถ้วนด้วยตนเอง หรือตามคำแนะนำ โดยให้ความสำคัญในอุปกรณ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และไม่ทิ้งให้เป็นขยะมูลฝอยในขณะท่องเที่ยว เช่น กระติกน้ำ กล้องอาหาร กล้องส่องทางไกล

3. การปฏิบัติตัวในการท่องเที่ยว ระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรจะ

- ปฏิบัติตามกฏเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ หรือที่เห็นสมควร
- มีความกระตือรือร้นในการรักษาสิ่งแวดล้อม
- มีความสนใจใฝ่รู้ในระหว่างการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญต่อข้อมูล กิจกรรม การสื่อความหมาย หรืออื่น ๆ ที่จะเสริมสร้างความรู้และความตระหนักที่ดี
- มีความยินดีจ่ายในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม (เน้นการจ่ายทางตรงลงไปในพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น การบริจาค การจ่ายค่าบริการ การส่งเสริมแนะนำ เป็นต้น)
- สนใจเข้าร่วมกิจกรรมและปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

4. การปฏิบัติหลังการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรปฏิบัติ ดังนี้

- มีความรักและหวงแหนทรัพยากรที่ได้เรียนรู้เพิ่มขึ้นหลังจากการท่องเที่ยว
- มีการเรียนรู้ต่อเนื่อง
- ช่วยสื่อ ขยาย เผยแพร่ข้อมูลที่ได้รับต่อผู้อื่น

จากเกณฑ์การพิจารณาทั้ง 4 ประการดังกล่าว จะเห็นได้ว่ามิได้ใช้เกณฑ์ในเรื่องขนาด เชื้อชาติหรือเกณฑ์การใช้จ่ายเป็นตัววัดความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนั้น นักท่องเที่ยวขนาดใหญ่ นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายเงินมาก หรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกสบาย จึงอาจมีลักษณะเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้หากมีลักษณะตามเกณฑ์ 4 ประการดังกล่าว

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ในกระบวนการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละแห่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวมีความพึงใจ เพลิดเพลิน และมีความสุขจากการท่องเที่ยวหรือนันทนาการนอกเวลางานตามปกติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นจะให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยวมาก เพราะกิจกรรมต่าง ๆ นั้น จะเป็นสื่อกลางในการนำการท่องเที่ยวไปสู่เป้าหมายได้ กิจกรรมที่เหมาะสมจึงควรเป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาหาความรู้ในระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการได้รับความเพลิดเพลิน ทั้งนี้ ต้องเป็นกิจกรรมที่มีผลกระทบน้อยที่สุดหรือเป็นผลกระทบที่สามารถป้องกันหรือแก้ไขได้

กิจกรรมการท่องเที่ยวอาจจำแนกเป็น กิจกรรมที่เน้นการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมที่เน้นการแสดงออก และกิจกรรมที่เน้นการศึกษาหาความรู้ ซึ่งสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้ศึกษาทบทวนกิจกรรมที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวทั้งสิ้นจำนวน 28 กิจกรรม พบว่าเป็นกิจกรรมที่เน้นการแสดงออกมากที่สุด รองลงมาคือกิจกรรมในการแสวงหาความรู้ อย่างไรก็ตาม กิจกรรมต่างๆ นี้อาจมีความเหลื่อมซ้อนหรือสามารถปฏิบัติร่วมกันได้ แต่การประกอบกิจกรรมอาจมีวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน และจากกิจกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 28 กิจกรรมนั้น มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ 19 กิจกรรม ดังนี้

1. กิจกรรมเชิงนิเวศในแหล่งธรรมชาติ ได้แก่

- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| - เดินป่า | hiking, trekking, walking |
| - ศึกษาธรรมชาติ | nature educating |
| - ส่องสัตว์ / ดูนก | animal / bird watching |
| - เที่ยวถ้ำ / น้ำตก | cave / waterfall exploring |
| - พายเรือ | canoeing |
| แคนู | |
| คะยัค | kayak |
| เรือใบ | sail boating |
| กระดานโต้ลม | wind surfing |
| - คุปะการังน้ำตื้น / น้ำลึก | snorkeling / scuba driving |
| - ตั้งแคมป์ | tent camping |
| - ล่องแพ | rafting |
| - ชี่ม้า นั่งช้าง | horse / elephant riding |

2. กิจกรรมกึ่งนิเวศ ได้แก่

- | | |
|------------------------------------|---------------------------|
| - ถ่ายรูป บันทึกภาพ / เสียง | photographing |
| - ศึกษาท้องฟ้า | sky interpreting |
| - ขี่จักรยานท่องเที่ยว (เสือภูเขา) | terrain / mountain biking |
| - ปีน / ไต่เขา | rock / mountain climbing |
| - ตกปลา | fishing |

3. กิจกรรมทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ได้แก่

- ชมความงาม ความเก่าแก่ ลักษณะเฉพาะตัวของแหล่งประวัติศาสตร์
- ศึกษาเรียนรู้ประวัติ ความเป็นมาของแหล่งโบราณคดีและประวัติศาสตร์
- ศึกษาชื่นชมงานศิลปกรรมและวัฒนธรรม
- ร่วมกิจกรรม เรียนรู้พฤติกรรมของผู้คน
- การศึกษาเรียนรู้การผลิตของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กันใน 4 ประเด็นหลัก คือ

1. องค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมธรรมชาติเป็นวัตถุดิบพื้นฐาน สำหรับนำมาผลิตเป็นสินค้าออกสู่ตลาดการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

2. การจัดการเกี่ยวกับการให้บริการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพบนพื้นฐานทางวิชาการ ที่ถูกต้อง สามารถช่วยลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้น ให้อยู่ในระดับต่ำหรือน้อยที่สุด

3. การท่องเที่ยวสามารถช่วยสนับสนุนในด้านวัตถุ หรือตัวเงินต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม

4. ผู้ประกอบกิจการธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถมีส่วนช่วยในการปรับเปลี่ยนทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม หรือสามารถให้การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมต่อผู้รับบริการให้มีความเข้าใจที่ถูกต้องมากขึ้นได้

สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหากได้รับการจัดการอย่างถูกต้องเหมาะสมแล้ว จะมีบทบาทในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้หลายประการ คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนอกจากนักท่องเที่ยวจะได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้ว ยังได้รับความรู้และมีความคุ้นเคยกับสภาพธรรมชาติที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์นานาชนิด ได้เข้าใจถึงสถานภาพของพืชและสัตว์ที่ใกล้จะสูญพันธุ์หรือถูกคุกคาม นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมในประเทศของตนเองหรือในประเทศอื่นที่ได้มีโอกาสไปท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันคนในประเทศนั้นเองก็จะเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ และจะมีความมุ่งมั่นที่จะช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมธรรมชาตินั้นไว้ให้ยั่งยืนต่อไป

2. ค่าธรรมเนียมจากการเข้าท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่อนุรักษ์ในหลายประเทศ ซึ่งเก็บในอัตราที่ค่อนข้างสูง สามารถนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการพิมพ์เอกสารเผยแพร่และ

แผนที่ได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวอาจเรียกเก็บค่าบริการจากลูกค้าเพิ่มขึ้นส่วนหนึ่ง เพื่อนำมาบริจาคให้แก่องค์กร หรือโครงการที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่ประเทศที่ผู้ประกอบการและลูกค้าของบริษัทที่ไปใช้บริการด้วย

3. รายได้จากการท่องเที่ยวที่อาศัยสิ่งแวดล้อมธรรมชาติเป็นจุดขาย มักมีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นโดยตรง บริษัทท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้บริการของบริษัทในท้องถิ่นในเรื่องพาหนะขนส่ง ให้ลูกค้าเข้าพักค้างคืนในโรงแรมขนาดเล็กซึ่งคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของ รวมถึงจ้างมัคคุเทศก์ซึ่งเป็นคนท้องถิ่นมาให้บริการอีกด้วย คนท้องถิ่นเองก็สามารถขายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกซึ่งใช้วัสดุในพื้นที่และแรงงานท้องถิ่น

4. นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะมีพฤติกรรมปฏิเสธการซื้อของที่ระลึก หรือผลิตภัณฑ์ซึ่งทำจากวัสดุซึ่งมาจากพืชหรือสัตว์ที่เป็นที่ทราบว่าเป็นใกล้สูญพันธุ์หรือกำลังถูกคุกคาม เช่น งาช้าง ประการัง กระจกเต่าหรือกระ เป็นต้น เมื่อเป็นเช่นนี้คนท้องถิ่นก็จะไม่สนใจหรือลดจำนวนการนำวัสดุเหล่านั้นมาทำของที่ระลึก เพื่อเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังสามารถช่วยลดการซื้อผลิตภัณฑ์ในประเทศของคนที่ตั้งซื้อหรือลักลอบนำเข้ามาภายในประเทศ โดยผิดกฎหมาย เช่น เครื่องหนังจากประเทศเขตร้อน เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคนในประเทศกำลังพัฒนาที่ลักลอบจับสัตว์เพื่อส่งออกลดจำนวนลง

5. ความสนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนเจ้าของที่ดินในท้องถิ่นเอง หรือโดยความช่วยเหลือขององค์กรระหว่างประเทศในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีผลกระทบน้อย เพื่อเป็นแหล่งอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น เจ้าของที่ดินท้องถิ่นในบาลิซ (Balize) จัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อใช้เป็นพื้นที่อนุรักษ์พันธุ์ลิง Howler Monkeys สำหรับประเทศไทยก็มีภาคเอกชนได้จัดตั้งสวนอนุรักษ์หรืออุทยานผีเสื้อขึ้น เนื่องจากมีความสนใจในการอนุรักษ์พันธุ์ผีเสื้อ และเป็นธุรกิจท่องเที่ยวธรรมชาติซึ่งสร้างโดยมนุษย์อีกรูปแบบหนึ่งที่รัฐควรให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง

นโยบายและแนวทางเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ ททท.

ในช่วงปี พ.ศ. 2538 - 2539 ททท. ได้กำหนดนโยบายและแนวทางเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อใช้ในการกำกับทิศทางและวางรูปแบบการปฏิบัติในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

1. นโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนา จึงกำหนดนโยบายดังนี้

1.1 ส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว ทั้งด้านธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดีและวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นให้เกิดคุณภาพ มีระบบการสื่อความหมายที่ดี และคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

1.2 ประสานงานให้เกิดความร่วมมือระหว่างทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มุ่งเน้นที่การสร้างควมรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ โดยต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายหรือไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรม

1.3 สร้างสำนึกด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดวิถีทางแห่งการอนุรักษ์ การคืนประโยชน์สู่ระบบนิเวศ

1.4 ดำเนินการให้มีการวางแผนและปรับปรุงพัฒนากฎระเบียบ องค์กรการจัดการด้านการพัฒนานิเวศสตูจอร์ให้มีประสิทธิภาพ เกิดการประสานงานและเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ระหว่างภาครัฐภาคเอกชนและประชาชนท้องถิ่น

1.5 ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

2. วัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.1 เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยพัฒนาไปสู่ทิศทางแบบยั่งยืน

2.2 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างจิตสำนึก (awareness) และความเข้าใจ (understanding) ที่ถูกต้องต่อการท่องเที่ยวอย่างได้ความรู้และมีความรับผิดชอบ

2.3 เพื่อคงไว้ซึ่งคุณภาพที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่

3. แนวทางการจัดการ

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และแนวนโยบายทั้ง 4 ประการที่กำหนดไว้ จำเป็นต้องมีแนวทางการจัดการที่ชัดเจน ซึ่งสามารถนำเสนอได้ ดังนี้

3.1 แนวทางการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

3.1.1 พิจารณาการจัดการแบบแบ่งเขตภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อแยกกิจกรรมระหว่างเขตท่องเที่ยวและเขตอนุรักษ์ ทั้งนี้โดยดำเนินการตามแผนการจัดการ (management plan) ที่จัดทำขึ้น

3.1.2 พิจารณามาตรการการจำกัดนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เปราะบางให้เข้มงวดและจริงจัง

3.1.3 กำหนดบทบาทของ ททท. ให้ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
ในเขตอนุรักษ์และเปราะบาง

3.1.4 พิจารณาข้อกำหนด / วินัยของนักท่องเที่ยว

3.2 แนวทางการสื่อความหมาย – บริการความรู้

3.2.1 จัดทำสื่อประกอบการท่องเที่ยว ทั้งในแง่ธรรมชาติและวัฒนธรรม
ประวัติศาสตร์

3.2.2 พิจารณาสับสุนงงบประมาณการจัดทำสื่อให้กับหน่วยงานที่
เกี่ยวข้อง

3.2.3 พิจารณาส่งเสริมบุคลากรท้องถิ่นที่มีความรู้ให้เป็นมัคคุเทศเฉพาะ
ทางที่มีคุณภาพและถูกกฎหมาย พร้อมทั้งพัฒนาหลักสูตรมัคคุเทศก์ให้ทันกับทิศทางการพัฒนา

3.3 แนวทางส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์

3.3.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการให้การศึกษา และเผยแพร่ความรู้
ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในสื่อต่าง ๆ ทั้งในระบบและนอกระบบแก่เยาวชน
ประชาชน หรือผู้นำท้องถิ่น

3.3.2 ส่งเสริมให้ธุรกิจท่องเที่ยวในท้องถิ่นรวมตัวกันเป็นชมรม องค์กร
หรือสหกรณ์ เพื่อร่วมกำหนดทิศทางการพัฒนา-อนุรักษ์ และเพื่อความเข้มแข็ง มีอำนาจต่อรอง
ทางการตลาด อันจะทำให้ธุรกิจของท้องถิ่นสามารถดำรงอยู่ได้ในเชิงธุรกิจ โดยให้องค์กรพัฒนา
เอกชนและนักวิชาการได้เข้ามามีส่วนร่วมเป็นที่ปรึกษา แนะนำการจัดการ

3.3.3 ในการดำเนินการใด ๆ ควรพิจารณาถึงทรัพยากรท้องถิ่นเป็น
อันดับแรก ไม่ว่าจะเป็นบุคลากร วัสดุ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ

3.4 แนวทางป้องกันผลกระทบทางวัฒนธรรม

3.4.1 กำหนดมาตรการให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ดำเนินถึง
ผลกระทบทางวัฒนธรรม เช่น ไม่สร้างความแปลกแยกทางวัฒนธรรม แต่ควรปฏิบัติตนให้
สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น (ไม่รุกรานสิทธิส่วนตัวหรือแสดงอาการดูถูก ดูหมิ่น ประชาชน
ท้องถิ่นหรือมองว่าเป็นตัวแปลกประหลาด แต่ควรมีเกียรติสุภาพ ยึดหลักความเท่าเทียมกันและ
สิทธิมนุษยชน)

3.4.2 การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ควรคำนึงถึงผลกระทบต่อวิถีชีวิตและ
วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานจากการศึกษาอย่างถ่องแท้ และให้ความเคารพวัฒนธรรม
ภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.4.3 การนำเสนอวัฒนธรรมดั้งเดิมให้นักท่องเที่ยวชม ควรคำนึงถึง
ความถูกต้องทางวิชาการ ความเห็นชอบของชุมชนท้องถิ่น และข้อจำกัดในวัฒนธรรมและ

พิธีกรรมต่าง ๆ ไม่ควรเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมหรือพิธีกรรม เพราะเพียงคำนึงถึงทิศทางการตลาด หรือเอาใจนักท่องเที่ยวอย่างเดียว

3.5 แนวทางการตลาด

3.5.1 ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในหมู่เยาวชนและนักท่องเที่ยวทั่วไป ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

3.5.2 กำหนดมาตรฐานของการจัดนำเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ชัดเจน โดยเน้นที่คุณภาพของนักท่องเที่ยวมากกว่าปริมาณ

3.5.3 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

3.5.4 ส่งเสริม สนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการจัดประชุมนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

3.5.5 เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์อุปกรณ์ไฮโดรทศนุปรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

3.6 แนวทางอื่นๆ

3.6.1 พิจารณาถึงผลดี-ผลเสีย ข้อจำกัด การจัดที่พักแบบ home stay

3.6.2 เผยแพร่ความรู้ด้าน Ecotourism ที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ครอบคลุมให้กว้างขวาง

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (satisfaction)

ความพึงพอใจ (satisfaction) ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายลักษณะดังนี้

สจ๊วต ออสแคมป์ (อ้างถึงใน วนิศา,2537 : 12) กล่าวว่าความพึงพอใจมีความหมายอยู่ 3 นัยคือ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติจริงได้เป็นไป
2. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ
3. ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็นตามหรือตอบสนองคุณค่าของบุคคล

โวลแมน (Wolman 1973 : 384) ให้ความหมายความพึงพอใจไว้ว่าเป็นความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการและแรงจูงใจ

วอลเลอร์สไตน์ (Wallerstein 1997 : 256) ให้ความหมายความพึงพอใจไว้ว่าความรู้สึกที่เกิดขึ้นที่ได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย

เรเบอร์ (Raber 1985 : 660) ให้ความหมายความพึงพอใจไว้ว่าเป็นความรู้สึกที่สำเร็จตามความมุ่งหมายและความพอใจ

สรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง สภาพความรู้สึก หรือระดับความพอใจซึ่งมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จากการศึกษาแนวความคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ รวบรวมไว้ได้ดังนี้

ทฤษฎีความพึงพอใจ Shelley (อ้างถึงใน เสาวณิต,2533 : 91) สรุปได้ว่า คือทฤษฎีที่ว่าด้วยความรู้ 2 แบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวก คือ ความรู้สึกอาจเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้จะเป็นความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก จะเห็นว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้ก็จะส่งผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางลบอื่นๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพอใจ โดยความพอใจจะเกิดขึ้น เมื่อระบบความพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ ความพอใจสามารถแสดงออกมาได้ในรูปของความรู้สึกทางบวกแบบต่างๆ ได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพอใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึก ความคิดเห็น หรือความพอใจแก่มนุษย์ ได้แก่ทรัพยากร (resource) หรือสิ่งเร้า (stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วนแต่เนื่องจากทรัพยากรในโลกนี้มีอยู่จำกัด ดังนั้น ความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมีการจัดทรัพยากรที่ถูกต้องเหมาะสม

Newman (อ้างถึงใน เสาวณิต,2533 : 10 – 11) เสนอแนวคิดในเรื่องของความพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นเกิดขึ้นได้อย่างไรไว้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สามารถศึกษาได้ชัดเจนเมื่อแยกออกเป็น การตอบรับ (response) และปฏิกิริยา (reaction) ของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปฏิกิริยาต่อสภาพแวดล้อมหมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพหรือสรีระที่สามารถวัดได้ง่าย เช่น การเปลี่ยนแปลงของอัตราเต้นของหัวใจ อุณหภูมิร่างกาย ฯลฯ ในขณะที่การตอบสนอง หมายถึง การรับรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งรวมเรียกว่า การตอบสนอง การประเมินผลความพอใจของบุคคลเกิดตามมาจาก การรับรู้ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลก็จะเกิดตามมาจาก การรับรู้ การประเมินผลการแสดงออกนี้จะสะท้อนว่าบุคคลนั้นมีความพอใจซึ่งได้จากการรับรู้มากน้อยเพียงใด

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

กระบวนการรับรู้

การนำแนวทางของจิตวิทยามาใช้ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา นักโฆษณาควรจะต้องเรียนรู้ถึงกระบวนการที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค นั่นคือ กระบวนการรับรู้ (perception) ซึ่งเป็นกระบวนการที่มนุษย์เข้าใจ หรือมีประสบการณ์กับวัตถุ เหตุการณ์ต่าง ๆ หรือรับเอาสิ่งเร้าเข้ามากระทบกับประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย การเข้าใจถึงกระบวนการนี้ จะช่วยให้การวางแผนงาน รวมถึงแนวความคิดในการผลิตงานโฆษณา ให้สามารถผ่านขั้นตอนการรับรู้ของผู้บริโภคได้ องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์ มีดังต่อไปนี้

ความตั้งใจ (attention)

มนุษย์ไม่สามารถรับรู้ทุกสิ่งทุกอย่างในสภาพแวดล้อมรอบตัวพร้อมกันได้ การรับรู้สิ่งหนึ่งสิ่งใดของมนุษย์ จะขึ้นอยู่กับความตั้งใจหรือความสนใจที่อยากจะรู้ ซึ่งมักจะเห็นหรือได้ยินสิ่งนั้นก่อนเสมอ เช่น ขณะที่บุคคลหนึ่งกำลังตั้งใจดูสารคดีการท่องเที่ยวในโทรทัศน์อยู่ และมีเพื่อนนั่งคุยกันอยู่ใกล้ ๆ เราจะไม่สามารถจับความได้เลยว่าเขากำลังคุยกันเรื่องอะไร จะได้ยินเฉพาะเสียงคุยผ่านเข้ามาเท่านั้น นอกจากนี้ สิ่งเร้าหรือจุดเร้าใจต่าง ๆ ก็มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์เช่นกัน สิ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของมนุษย์อาจแยกได้เป็น

สิ่งเร้าภายนอก มีคุณสมบัติดึงดูดความตั้งใจ ได้แก่

- ก. ของที่มีขนาดใหญ่ เช่น ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ มักจะดึงดูดความสนใจให้ตั้งใจมองได้มากกว่าป้ายโฆษณาขนาดเล็ก
- ข. ระดับความเข้มหรือความหนักเบาของสิ่งเร้า เช่น ภาพที่มีแสงและเงาชัดเจน จะมองเห็นถึงความเด่นกว่าส่วนอื่นที่มีการใช้แสงและเงาที่มีความเข้มน้อย หรือการใช้เสียงดังข่มจะได้รับความสนใจมากกว่าเสียงค่อย หรือเสียงแผ่ว ๆ
- ค. การกระทำซ้ำ ๆ เช่น การนำเสนอโฆษณาพรรคการเมืองการอนุรักษ์ธรรมชาติ บ่อย ๆ จะกระตุ้นให้เกิดสำนึกและความตั้งใจที่จะช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้คงอยู่ได้นานที่สุด
- ง. การเคลื่อนที่หรือการเปลี่ยนระดับ วัตถุที่มีการเคลื่อนไหวได้ มักจะดึงดูดความสนใจของมนุษย์ได้มากกว่าวัตถุที่อยู่กับที่ เช่น โฆษณาสินค้าหรือบริการเดียวกัน ถ้ามีการแพร่ภาพในโทรทัศน์ จะได้รับความสนใจหรือจดจำได้มากกว่าโปสเตอร์ที่ติดอยู่บนกระดาน

จ. การตัดกัน (contrast) สิ่งที่มีการตัดกันจะทำให้เกิดความตั้งใจมองมากกว่าสิ่งที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกัน เช่น ข้อความในป้ายประกาศที่ต้องการเน้นความสำคัญ อาจมีการพิมพ์ตัวหนังสือเอนให้มีความแตกต่าง หรือทำเป็นตัวหนังสือเข้มให้ตัดกับตัวหนังสือธรรมดา

ฉ. สี แต่ละสีมีความสามารถในการดึงดูดสายตาไม่เท่ากัน เช่น การใช้สีแดงเป็นสีหลักในภาพ จะสะดุดตามากกว่าที่ใช้สีฟ้า

สิ่งเร้าภายใน เป็นการสร้างความต้องการและความคาดหวังในการที่จะได้รับรู้สิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเฉพาะ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น

ก. ความสนใจชั่วขณะ (momentary interest) ได้แก่ความสนใจที่มีอยู่หรือเกิดขึ้นในขณะนั้น ๆ เช่น นักท่องเที่ยวที่กำลังตั้งใจส่องกล้องดูนกที่หายากในป่า ก็จะสามารถให้ความสนใจมากกว่าการฟังคำอธิบายเกี่ยวกับสภาพของป่าจากวิทยากร

ข. ความสนใจที่ติดเป็นนิสัย (habitual interest) เป็นความสนใจเดิมของแต่ละบุคคลที่มีจนติดเป็นนิสัย ดังนั้น จึงมีความพร้อมที่จะเลือกสนใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามความสนใจเดิมของตน เช่น นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ส่วนใหญ่จะสนใจสภาพธรรมชาติรอบ ๆ ตัวที่เกิดขึ้นเพื่อนำไปเปรียบเทียบกับสิ่งที่เคยพบเห็น มากกว่าที่จะเดินเที่ยวชมธรรมชาติเฉย ๆ

การเตรียมความพร้อมที่จะรับรู้ (preparatory set)

การที่มนุษย์ถูกวางเงื่อนไขให้รับรู้ในสิ่งใดสิ่งหนึ่งก่อนการเห็นหรือได้สัมผัส ย่อมจะมีความพร้อมในการที่จะรับรู้ในเรื่องนั้นอย่างเต็มที่ เช่น คนที่สนใจในเรื่องการค้ำน้ำทุกคนจะต้องมีการเรียนรู้ทฤษฎี กฎของการค้ำน้ำ ความอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวในโลกได้นำ สัญญาณต่าง ๆ ที่ใช้ให้เข้าใจก่อนจะมีการฝึกปฏิบัติจริงในสระว่ายน้ำ เพื่อให้เกิดความคล่องแคล่วในการใช้อุปกรณ์และเกิดความปลอดภัย หลังจากนั้นจึงจะเป็นการลงค้ำน้ำจริง เพื่อหาประสบการณ์ที่ตนต้องการ

2.8 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ เราใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาในชีวิตประจำวันเป็นข้อมูลในการวางแผนประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสาร (the information society) และเรากำลังอยู่ในยุคข่าวสาร (the information age) (ประวะ สตะเวทิน , 2539 : 3)

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความแตกต่างในการเลือกสรรข่าวสารของมนุษย์ได้มีผู้เสนอไว้หลายๆ แนวทาง ดังนี้

วิลเลียม ดี บรูค (William D. Brooks, 1971:213-214 อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน , 2538:114)

ได้กล่าวถึงลักษณะเฉพาะทางจิตวิทยาระหว่างเพศชายและเพศหญิง ซึ่งก่อให้เกิดความแตกต่างในการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม (submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (home oriented) ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่นๆ แต่ไม่โทษตัวเอง

เดอเฟอร์ (De Fleur , 1966) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรกที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร ทฤษฎีที่สำคัญของเดอเฟอร์เกี่ยวกับเรื่องนี้มีด้วยกัน 3 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (individual differences theory) เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทิศทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลมีดังนี้

- มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- ความแตกต่างนี้มีบางส่วนมาจากความแตกต่างทางชีวภาพหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
- มนุษย์ซึ่งถูกขูขู่เล็งภายใต้สภาพการณ์ต่างๆจะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป
- การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน

2. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (social categories theory) ทฤษฎีนี้ กล่าวไว้ว่าบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิภาค ฯลฯ

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (the social relations theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคมในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิหรือกลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งมีความใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงานหรือในครอบครัวและวงศาณาญาติจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อข่าวสารจากการโฆษณาใดหรือไม่ นั่น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือหรือไต่ถามเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิด อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เราเรียกว่า “ อิทธิพลของบุคคล ” (personal influence)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้รับสาร

พฤติกรรมทั่วไปในการสื่อสาร

พฤติกรรมทั่วไปในการสื่อสาร หมายถึง พฤติกรรมตามปกติของมวลชนผู้รับสารในการรับสารจากองค์การสื่อมวลชน หรือนักสื่อสารมวลชน พฤติกรรมการรับสารของมวลชนผู้รับสารนั้นถูกกำหนดโดยปัจจัยต่างๆทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) ทัศนคติ (attitudes) ความรู้ (knowledge) และสถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม (position within a social-cultural system)

ก. ทักษะในการสื่อสาร

ทักษะในการสื่อสาร หมายถึง ความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสาร ทักษะในการสื่อสารเชิงวจนะ (verbal communication skills) แบ่งออกได้เป็น 5 ทักษะ คือ ทักษะการเขียนและการพูด (writing and speaking) ซึ่งเป็นทักษะในการส่งสาร ทักษะในการอ่านและฟัง (reading and listening skills) ซึ่งเป็นทักษะในการรับสาร และทักษะในความคิดหรือการใช้เหตุผล (thought or reasoning) ส่วนทักษะในการสื่อสารเชิงอวจนะ (nonverbal communication skills) ได้แก่ อากัปกริยา (gesturing) ท่าทาง (posturing) การเขียน (drawing) การวาดภาพ (painting) การดู (seeing) ซึ่งเป็นทักษะในการรับสาร และทักษะในความคิดหรือการใช้เหตุผล (thought or reasoning)

การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารที่ใช้ทั้งการสื่อสารเชิงวจนะภาษาและการสื่อสารเชิงอวจนะภาษา ในฐานะของผู้รับสาร มวลชนผู้รับสารจึงใช้ทักษะในการรับสารทั้งด้านวจนะและอวจนะ นั่นคือ ทั้งการอ่าน การฟัง และการดู รวมถึงการใช้ความคิดและเหตุผลด้วย ทักษะในการสื่อสารมีอิทธิพลต่อมวลชนผู้รับสาร 2 ประการ คือ

- มีอิทธิพลต่อความคิดของมวลชนผู้รับสาร ทักษะในการอ่านและการฟังก็คือทักษะด้านภาษานั้นเอง ภาษามีอิทธิพลต่อมวลชนผู้รับสาร 3 ประการ คือ ทำให้มวลชนผู้รับสารคิดเรื่องอะไร? คิดอย่างไร? และคิดหรือไม่? เอ็ดเวิร์ด สเปียร์ และเบนจามิน วอร์ฟ (Edward Sapir and Benjamin Whorf) ได้เสนอสมมติฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของภาษาต่อการรับรู้ (perception) และการคิด (thinking) ของคน สมมติฐานนี้เรียกกันทั่วไปว่า Sapi - Whorf Hypothesis ซึ่งกล่าวว่าภาษามีส่วนกำหนดการเห็นของว่า เขาจะเห็นอะไร (what he sees) เขาจะคิดเรื่องอะไร (what he thinks about) ตลอดจนกำหนดวิธีการคิดและวิธีการตัดสินใจของคน

- มีอิทธิพลต่อความสามารถของมวลชนผู้รับสาร ในการถอดรหัส ซึ่งแสดงถึงเจตนาารมณ์หรือ ความคิดของผู้รับสาร ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสามารถในการตีความหมายสาร เช่น จะเข้าใจความต้องการและความคิดของผู้ส่งสารว่าอย่างไร? จะตีความหมายของสารว่าอย่างไร

ข. ทักษะคติ

ปัจจัยด้านทักษะคติของมวลชนผู้รับสารแบ่งออกได้เป็น 3 ประการ คือ

1. ทักษะคติต่อตนเอง (attitude toward self)

ในการรับสารนั้นหากมวลชนผู้รับสารมีทักษะคติที่ดีต่อตนเอง มีความเชื่อมั่นในตนเอง โอกาสที่มวลชนผู้รับสารจะเข้าใจสารของผู้ส่งสารก็มีมาก พฤติกรรมการรับสารก็เป็นแบบหนึ่งในทางตรงกันข้ามหากมวลชนผู้รับสารมีทักษะคติที่ไม่ดีต่อตนเอง ไม่มีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถของตนเอง โอกาสที่จะเข้าใจสารก็น้อย พฤติกรรมการรับสารก็จะเป็นในอีกลักษณะหนึ่ง

2. ทักษะคติต่อสาร (attitude toward message)

ทักษะคติต่อสาร หมายถึง ท่าที ความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ฯลฯ ที่มวลชนผู้รับสารมีต่อสาร หากมวลชนผู้รับสารมีทักษะคติที่ดีต่อสาร มีความสนใจ มีความชอบเนื้อหาสาระของสาร พฤติกรรมการรับสารก็จะออกมาในรูปของความกระตือรือร้น ในทางตรงกันข้ามหากไม่พอใจในสาร พฤติกรรมการรับสารก็อาจเป็นไปในรูปของความน่าเบื่อหน่ายไม่สนใจ หรือยุติการรับสาร เช่น ปิดเครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ เปลี่ยนสถานี หรือเปลี่ยนช่อง

3. ทักษะคติต่อผู้ส่งสาร (attitude toward source)

พฤติกรรมการรับสารจะเป็นอย่างไร จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับทักษะคติที่มวลชนผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสาร หากมวลชนผู้รับสารมีทักษะคติที่ดีต่อผู้ส่งสาร มีความเชื่อถือเลื่อมใสในความรู้ความสามารถและความจริงใจของผู้ส่งสาร มีความชอบ มีความประทับใจในตัวผู้ส่งสาร ก็จะสนใจติดตามการสื่อสารของผู้ส่งสารนั้น เช่น ติดตามรายการที่ดำเนิน โดยพิธีกรที่ชื่นชอบรายการที่มีคาราทีนิยมชมชอบ ฯลฯ

ความรู้

ความรู้มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถของมวลชนผู้รับสารในการที่จะรับสารว่าจะรับสารได้หรือไม่? เข้าใจสารหรือไม่? ความรู้ของผู้รับสารแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสาร (knowledge of content of the message)

เนื้อหาของสื่อมวลชนที่เกี่ยวกับความรู้ บทความ สารคดี ความคิดเห็น หรือแม้แต่ความบันเทิงที่อิงความรู้บางอย่าง เช่น กฎหมาย ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม การเมือง ฯลฯ ต้องการความรู้ของผู้รับสารเพื่อที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาของสารได้ มวลชนผู้รับสารที่มีความรู้ในระดับต่างๆกัน จึงมีความสามารถในการรับสารต่างกัน เช่น ผู้ที่มีการศึกษาน้อยมักชอบอ่านข่าวประเภทอาชญากรรม บันเทิง กีฬา ฯลฯ ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะชอบอ่านข่าวการเมือง เศรษฐกิจ ต่างประเทศ หรือบทบรรณาธิการและบทความ ฯลฯ

2. ความรู้เรื่องกระบวนการการสื่อสาร (knowledge of the communication process)

นอกจากการมีความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสารแล้ว มวลชนผู้รับสารจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการการสื่อสารด้วย หากมวลชนผู้รับสารไม่มีความรู้เรื่องกระบวนการการสื่อสารมวลชน ผู้รับสารก็อาจไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ใช้สื่อในการรับสารไม่เหมาะสมตีความหมายของสารผิดพลาด ฯลฯ

สมาชิกของมวลชนผู้รับสารล้วนแล้วแต่เป็นสมาชิกของสังคมในลักษณะต่างๆ เช่น ครอบครัว เพื่อน โรงเรียน ที่ทำงาน สมาคม จังหวัด ประเทศ การเป็นสมาชิกในสังคมย่อมต้องมีบทบาทที่กำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของคนแต่ละคน นอกจากนั้น สังคมแต่ละสังคม ทั้งระดับเล็กและระดับใหญ่มักยังมีบรรทัดฐาน (norms) และวัฒนธรรม (cultural) ที่คอยกำกับและควบคุมทัศนคติและพฤติกรรมของคนด้วย ทั้งบทบาท บรรทัดฐาน และวัฒนธรรม จึงกำหนดสถานภาพของคนและมีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำ ว่าคนในสถานภาพนั้น ๆ ควรจะคิดอย่างไร ทำอย่างไร สังคมและวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของคนในทุกๆเรื่อง รวมทั้งความคิดและพฤติกรรมการสื่อสารด้วย ดังนั้น พฤติกรรมการรับสารของมวลชนผู้รับสารจึงถูกกำหนด โดยสถานภาพของคนตามบรรทัดฐานและวัฒนธรรมในสังคม เช่น จะรับสารประเภทใด จะรับสารของใคร จะรับสารอย่างไร จึงเหมาะสมกับสถานภาพของคนในสังคม การรับสารในลักษณะดังกล่าวนี้ เป็นได้ทั้งโดยความตั้งใจของมวลชนผู้รับสารเอง และโดยอัตโนมัติไม่ได้ตั้งใจ แต่เนื่องมาจากอิทธิพลที่ลึกซึ้งของสังคมและ วัฒนธรรม

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชน

จอห์น ซี. เมอร์ริลล์ (John C. Merrill) และ ราล์ฟ แอล. ลอเวนสไตน์ (Ralph L. Lowenstein) กล่าวถึงเหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีการเปิดรับสื่อมวลชนจากปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่

1. ความเหงา เป็นเหตุทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมจะไม่ชอบอยู่ตามลำพังเนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสร้างสรรคกับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ แต่เมื่อไม่สามารถติดต่อสังสรรคกับบุคคลใดโดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่างๆที่ใช้ในการสื่อสารนั่นเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสารปกติ มนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองมากที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ และไม่ว่าสิ่งทีตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้านหรือเพื่อนร่วมโลก ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆนอกเหนือจากทีเกิดขึ้นใกล้ชิดกับตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งทีเกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นอีกด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (self - aggrandizement) โดยพื้นฐานนั้น มนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะทีเป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างทีจะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเองเพื่อช่วยให้ความคิดของคนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารทีได้มาเสริมบารมีเพื่อให้ได้ข่าวสารทีจะช่วยทีตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งได้ให้ข่าวสารทีทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณในทางปฏิบัติ ทางจรรโลงจิตใจหรือแม้แต่ความคิด ก็สามารจะหาได้จากสื่อมวลชนเสียเป็นส่วนใหญ่

พฤติกรรมกาเลือกในการสื่อสาร (selective communication behavior)

โดยปกติมนุษย์เรามักมีนิสัยชอบเลือก เลือกทีจะคิด เลือกทีจะทำ เลือกทีจะเชื่อตามใจปรารถนาลักษณะนิสัยในการชอบเลือกนี้ เกิดจากการเรียนรู้ประสบการณ์ในชีวิต ในการสื่อสารมวลชนก็เช่นเดียวกันมวลชนผู้รับสารก็จะเลือกในการรับสาร การเลือกนี้เรียกว่ากระบวนการในการเลือก (selective process) ซึ่ง ไมเคิล เบอร์กู้น (Michael Burgoon) กล่าวว่ามียู่ 4 กระบวนการ หรือ 4 ขั้นตอนทีมีความต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกัน ขั้นตอนทั้ง 4 เรียงตามลำดับดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ หรือ การเลือกใช้สื่อมวลชน (selective exposure) ในชีวิตประจำวันแต่ละคนมีโอกาสที่จะรับสารจากแหล่งหรือผู้ส่งสารต่างๆจำนวนมากมาย แต่จะมีเวลาและความสามารถที่จำกัดในการรับสารจากแหล่งต่างๆ รวมทั้งมีความพึงพอใจหรือไม่พอใจ แหล่งหรือผู้ส่งสารต่างๆแตกต่างกันไป ดังนั้นในการสื่อสารมวลชนผู้รับสารจึงเลือกที่จะเปิดรับสื่อหรือเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนตามความปรารถนาของตน และโดยปกติแล้วเราจะเลือกใช้สื่อมวลชนที่เสนอข่าวสาร และความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิด และทัศนคติของเรา ทั้งนี้เพราะโดยธรรมชาติแล้วคนเรามีความต้องการอย่างยิ่งที่จะปกป้องรักษาและส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (self-concept)

2. การเลือกให้ความเข้าใจ (selective attention) หลังจากการเลือกใช้สื่อมวลชนแล้ว ขั้นตอนมาคือการเลือกให้ความสนใจกับเนื้อหาของสื่อมวลชนที่คนเลือกใช้ โดยปกติเรามักเลือกให้ความสนใจกับสิ่งที่เราสนใจ ชอบ และสอดคล้องกับทัศนคติ ความคิด และความเชื่อของเรา เช่น เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์เรามักจะเลือกอ่านเพียงบางหน้า บางข่าว บางคอลัมน์ บางบทความ อ่านข่าวในหน้าสังคม หน้าบันเทิง อ่านบทความที่สอดคล้อง ส่งเสริม สนับสนุนความคิด ความเชื่อของเรา เป็นต้น

3. การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย (selective perception or selective interpretation) การรับรู้ (perception) และการตีความหมาย (interpretation) มีความหมายเกี่ยวข้องกันจนเกือบจะเป็นสิ่งเดียวกัน การรับรู้ คือ กระบวนการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็น ขั้นตอนที่สามของกระบวนการในการเลือกของมวลชนผู้รับสารก็คือ การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อมวลชนที่คนเลือกให้ความสนใจ คนเราจะเลือกตีความหมายของสิ่งที่คนอ่าน ดู ฟัง ตามทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของคนเนื้อหาของสื่อมวลชนจึงมักจะถูกตีความหมายบิดเบือนไปโดยที่เราไม่รู้ตัว การเลือกตีความหมายเกิดขึ้นตามธรรมชาติของมนุษย์ ยกตัวอย่างเช่น คนที่สูบบุหรี่ เมื่ออ่านบทความในหนังสือพิมพ์ที่พูดถึงผลร้ายของการสูบบุหรี่ที่อาจทำให้เป็นมะเร็งได้ มักจะไม่ค่อยเชื่อว่าการสูบบุหรี่จะทำให้เป็นมะเร็งได้จริงๆ

4. การเลือกจดจำ (selective retention) หลังจากที่มวลชนผู้รับสารเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อมวลชนแล้ว ในการจดจำเนื้อหาของสื่อมวลชน มวลชนผู้รับสารก็ทำการเลือกเช่นเดียวกับการเลือกใช้สื่อมวลชน เลือกให้ความสนใจกับเนื้อหาของสื่อมวลชน และเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อมวลชนนั่นคือ มวลชนผู้รับสารจะเลือกจดจำเฉพาะเนื้อหาที่สอดคล้องกับรสนิยม ทัศนคติ ความชอบ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมของตน ผลของการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าบุคคลจะสามารถจดจำสิ่งที่สอดคล้องหรือสนับสนุนความคิดของคนได้ดีกว่าเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของคน ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสื่อมวลชนจึงเท่ากับเป็นการช่วย

ส่งเสริมสนับสนุน ให้ทัศนคติเดิมหรือความเชื่อเดิมของเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การเลือกในการสื่อสาร

ในการเลือกของผู้รับสารมีปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการในการเลือก ทอดด์ ฮันท์ (Todd Hunt) และ เบรนท์ ดี รูเบน (Brent D. Ruben) ได้กล่าวถึงปัจจัยดังกล่าวไว้ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการ (need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ เป็นตัวกำหนดการเลือกของบุคคล บุคคลมักเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทัศนคติและค่านิยม (attitude and values) ทัศนคติ คือ ความชอบและความมีใจโน้มเอียงต่อเรื่องต่างๆ ค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ทั้งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อตอบสนองเป้าหมายของคน

3. เป้าหมาย (goals) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายสำหรับการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของคน

4. ความสามารถ (capability) ความสามารถของบุคคลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษา มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของคน

5. การใช้ประโยชน์ (utility) โดยทั่วไปบุคคลจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามที่จะเข้าใจและจดจำข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น คนที่จะซื้อรถใหม่ก็จะหาบทความหรือโฆษณาเกี่ยวกับรถมาอ่าน เป็นต้น เป็นการกระทำจากการเลือกของบุคคลโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆของคน

6. ลีลาในการสื่อสาร (communication style) การเป็นผู้รับสารของบุคคลนั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของแต่ละคน คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาวะ (context) หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารและข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องการถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่เราคิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเราทั้งสิ้น

8. ประสบการณ์และนิสัย (experience and habit) ในฐานะของผู้รับสารแต่ละคน พัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของคน บุคคลพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง แล้วจึงเลือกที่จะใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm) กล่าวถึงหลักทั่วไปในการเลือกรับสื่อของผู้รับสารว่าบุคคลมักจะเลือกรับสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (least Effect) หรือหมายถึงสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนมากที่สุด (promise of reward) นอกจากนี้ผู้รับสารมักแสวงหาข่าวสารที่มาสสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน preconceptions แล้ว อย่างไรก็ตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับสื่อของผู้รับสารยังมีอีกหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยด้านจิตใจและปัจจัยด้านสังคม ซึ่งได้แก่

ปัจจัยด้านจิตใจ

1. ประสบการณ์ ผู้รับสารย่อมจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุประสงค์ สิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันไป และประสบการณ์นี้เป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เห็นแตกต่างกัน

2. ประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ในขณะที่ผู้รับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารที่ต้องการ เพื่อสนองวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินประโยชน์จะช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่า ข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างไปจากข่าวสารอีกอย่างหนึ่ง ดังนั้น จึงก่อให้เกิดพัฒนาการและการปรับปรุงอุปนิสัย และรูปแบบของการแสวงหาข่าวสารขึ้นในหมู่คนทั่วไปด้วย

3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน

4. การศึกษาและสถานภาพทางสังคม การศึกษาและระดับชั้นทางสังคมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกของผู้รับสาร ทั้งการเลือกรับสื่อและเลือกรับเนื้อหาของข่าวสาร เช่น คนที่มีการศึกษาสูงมักจะเลือกดูข่าวรายการข่าวสาร และรายการที่เกี่ยวกับการบ้านการเมือง โดยมักเลือกใช้สิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อโทรทัศน์

5. ความสามารถในการรับข่าวสาร หมายถึง สภาพร่างกาย จิตใจ แลสติปัญญา มีส่วนสัมพันธ์กับการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลด้วย เช่น ผู้มีสติปัญญาดีอาจมีพฤติกรรมที่เป็นไปได้ทั้งต่อต้านและยอมรับข่าวสารได้ง่าย และผู้มีสติปัญญาปานกลางมีโอกาสที่จะถูกโน้มน้าวใจได้มากกว่าผู้ที่มีสติปัญญาสูงสุดและต่ำสุด เป็นต้น

6. **บุคลิกภาพ** บุคลิกภาพของผู้รับสารเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ รวมไปถึงพฤติกรรมของผู้รับสารด้วย

7. **ทัศนคติ** ทัศนคติของผู้รับสารถือเป็นตัวแปรที่อยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่างๆ ด้วยการแสดงออกมาทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละอย่างแต่ละประเภทที่พบ หรืออีกนัยหนึ่งเป็นคุณสมบัติหรือท่าทีที่ผู้รับแต่ละคนมีอยู่ก่อนที่จะรับข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง ปกติทัศนคติของผู้รับสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนไป การรับข่าวสารหรือการโน้มน้าวใจของผู้รับสารจะแตกต่างกันไป รวมทั้งการตอบสนองของผู้รับก็จะเปลี่ยนไปตามสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

ปัจจัยทางสังคม

ปัจจัยทางสังคมเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมที่สามารถสร้างประสบการณ์กลุ่มเคลาและปลูกฝังความคิด ทัศนคติ รวมทั้งพฤติกรรมทั่วไปของผู้รับสารโดยตรง ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ สภาพแวดล้อม ทั้งสภาพแวดล้อมทางครอบครัว สถาบันการศึกษา ที่ทำงาน ฯลฯ บทบาทของผู้รับสาร (role) และกลุ่มอ้างอิงที่สังกัด วัฒนธรรมประเพณี และลักษณะทางประชากรศาสตร์ เหล่านี้ ล้วนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารทั้งสิ้น

เดอ เฟลอร์ (De Fleur) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (intervening variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนไปยังผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร ทฤษฎีที่สำคัญของเดอ เฟลอร์เกี่ยวกับเรื่องนี้มี 3 ทฤษฎี ดังนี้

1. **ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล** (individual differences theory) เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลมี ดังนี้

- มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- ความแตกต่างนี้บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาคหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
- มนุษย์ซึ่งถูกขบเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป

- การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน

2. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (social categories theory) ทฤษฎีนี้ กล่าวว่าไว้ว่าบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ได้แก่ การเปิดรับสื่อความพึงพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิฐานะ ฯลฯ

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (the social relations theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม ในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิหรือกลุ่มทุติยภูมิโดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน หรือในครอบครัว และวงศาคณาญาติจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่าข่าวสารต่างๆที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่ม หรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาใดหรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือ ใ้ถามเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิด อิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า “ อิทธิพลของบุคคล ” (Personal Influence)

ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม (diffusion of innovation)

นวัตกรรม (innovation) หมายถึง ความคิดใหม่ การปฏิบัติใหม่ หรือสิ่งใหม่ซึ่งสมาชิกในสังคมเห็นว่าหรือนี้กว่าเป็นของใหม่ คือ เป็นของใหม่ในลักษณะนามธรรม ไม่ใช่ในลักษณะรูปธรรมใหม่ ในที่นี้มีได้หมายถึงความรู้ใหม่จริงๆ คนอาจจะเคยได้ยินเกี่ยวกับนวัตกรรมมาก่อน แต่ยังไม่เกิดทัศนคติชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น หรือยังไม่เคยยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น

สำหรับทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรมเป็นทฤษฎีการเผยแพร่วัตกรรมเป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้รับสารในการยอมรับนวัตกรรมที่ถูกนำเข้ามาสู่ระบบ โดยอาศัยกระบวนการสื่อสารโดยปกติแล้วกระบวนการของนวัตกรรมของสังคมใดสังคมหนึ่ง เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคมซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน 3 ประการ คือ

1. การประจักษ์รู้จักกัน หมายถึง ตัวนวัตกรรมซึ่งอาจจะพัฒนาขึ้นเองหรือนำเข้าจากต่างประเทศ นวัตกรรมนี้ไม่จำเป็นว่าต้องเป็นสิ่งแปลกใหม่เสมอไป อาจจะเป็นการค้นพบสิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อน หรือหมายถึงของใหม่ที่รับมาจากการเป็นของเก่าในที่อื่น หรือการผสมผสาน

ของเก่าจนกลายเป็นของใหม่ เช่น การกระจายเสียงในรถประจำทาง (bus sound) ที่รุดโดยสาร และวิทยุมิใช่ของใหม่ แต่การบริการวิทยุในรถโดยสารกลับกลายเป็นนวัตกรรม หรือการนำแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) ซึ่งได้รับความนิยมมานานนับสิบปีในต่างประเทศ มาเผยแพร่และใช้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย ก็นับเป็นนวัตกรรมใหม่ด้วยเช่นกัน

2. การเผยแพร่หรือการสื่อสาร เป็นขั้นตอนหลังจากที่เกิดนวัตกรรมขึ้นแล้ว และต้องการนำนวัตกรรมนั้นเข้าไปสู่สังคมหรือชุมชน

3. ผลพวงของการรับนวัตกรรม การเผยแพร่นวัตกรรมออกไปจะสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ส่งสาร แต่ขึ้นอยู่กับผู้รับสารว่าจะยอมรับนวัตกรรมนั้นหรือไม่ ดังนั้น ผลพวงของนวัตกรรมนั้นจะต้องควบคู่กับการประเมินเสมอ

การเผยแพร่นวัตกรรมไปสู่ประชาชนผู้รับสาร และก่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้น จำเป็นต้องอาศัยสื่ออนวัตกรรมเป็นช่องทางที่จะนำสารไป สื่ออนวัตกรรมที่สำคัญมี 4 ประการ คือ

- สื่อมวลชน สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการกระจายข่าวสารในวงกว้าง เป็นสื่อที่เหมาะสมต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในนวัตกรรมนั้นได้ง่าย เพราะสื่อมวลชนเน้นเผยแพร่ไปสู่ผู้รับสารในวงกว้าง สารที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนต้องง่ายแก่การเข้าใจของผู้คนทุกระดับ

- สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้นำชุมชน นักการเมือง ข้าราชการ ครู กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน บุคคลที่มีอิทธิพล หรือแม้แต่ญาติ เพื่อน บุคคลใกล้ชิด

- หน่วยราชการ

- หน่วยงานเอกชน เช่น มูลนิธิ บริษัท ห้างร้านต่างๆ

การยอมรับนวัตกรรม (adoption process)

การยอมรับนวัตกรรมเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างพฤติกรรมให้สอดคล้องตามนวัตกรรมที่ส่งออกไปจากแหล่งสาร การยอมรับนวัตกรรมมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยเวลา โดยประกอบด้วยขั้นตอนต่อไปนี้

1. การรับรู้ (awareness) เป็นขั้นตอนแรกในกระบวนการยอมรับนวัตกรรม กล่าวคือ เมื่อนวัตกรรมถูกส่งออกไปยังผู้รับสารนั้น ผู้รับสารสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับความคิดหรือ

การปฏิบัติใหม่นั้นเพียงใด ขั้นตอนนี้เป็นเพียงการรับทราบนวัตกรรมเท่านั้นว่า นวัตกรรมได้เกิดขึ้นและมีอยู่จริง แต่ผู้รับสารยังไม่ได้ใช้ความพยายามในการซึมซาบนวัตกรรมนั้น

2. ความสนใจ (interest) เป็นขั้นตอนที่ถัดจากการรับรู้ กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารรับรู้ในนวัตกรรมนั้นแล้ว ผู้รับสารบางคนอาจเกิดความสนใจนวัตกรรมมากขึ้น โดยแสดงออกด้วยวิธีการไต่หาข่าวสารมากยิ่งขึ้น เพื่อสนองความอยากรู้ที่เกี่ยวกับนวัตกรรม

3. การประเมิน (evaluation) เป็นขั้นตอนถัดไป เพื่อการตัดสินใจว่า ควรจะพิจารณาเลือกใช้นวัตกรรมนั้นหรือไม่ หลังจากที่ได้ศึกษาหรือให้ความสนใจต่อก่อนนวัตกรรมนั้นมาระยะหนึ่งแล้ว

4. การลองปฏิบัติ (trial) เป็นขั้นตอนถัดจากการตัดสินใจซึ่งผู้รับสารพิจารณาแล้วว่า จะลองนำนวัตกรรมมาปฏิบัติ โดยอาจลองปฏิบัติทั้งโครงสร้างหรือบางส่วนของนวัตกรรม การลองปฏิบัตินี้เป็นเพียงการยอมรับนวัตกรรมอย่างชั่วคราว เพื่อรอการตัดสินใจว่าจะยอมรับนวัตกรรมอย่างถาวรต่อไปหรือไม่หลังจากที่ผู้รับสารได้ใคร่ครวญแล้ว

5. การยอมรับปฏิบัติ (adoption) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการสร้างพฤติกรรมเพื่อให้ผู้รับสารเกิดการยอมรับในการนำนวัตกรรมนั้นไปปฏิบัติอย่างจริงจัง (full scale) และอย่างต่อเนื่อง (continuity) จากกระบวนการดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่าในขั้นของการรับรู้และความสนใจนั้น เป็นสภาพความรู้ (knowledge) ของบุคคลนั้นต่อก่อนนวัตกรรม ในขณะที่การประเมินและการทดลองปฏิบัติเริ่มก่อตัวเป็นทัศนคติหรือทัศนคติ (attitude) ต่อนวัตกรรม ส่วนการยอมรับนั้นเป็นขั้นตอนของพฤติกรรม (practice) ซึ่งปรับเปลี่ยนอันเนื่องมาจากการยอมรับนวัตกรรม

สภาพความรู้จึงเป็นเพียงระยะต้นๆของกระบวนการนวัตกรรม ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุดต่อกลไกในการสร้างความรู้คือสื่อมวลชน โดยมีโครงสร้าง หน้าที่ และบทบาทของสื่อเหมาะสมต่อขั้นตอนนี้ สำหรับในส่วนของการสร้างทัศนคติอันเป็นขั้นตอนของการตัดสินใจต่อก่อนนวัตกรรมในระดับที่ลึกซึ้งขึ้น อาจจำเป็นต้องใช้สื่อบุคคลในการเจาะนำสื่อประเภทอื่นๆ เนื่องจากว่าสื่อบุคคลสามารถ โน้มน้าวใจได้ง่ายกว่าสื่อประเภทอื่น ส่วนพฤติกรรมที่เกิดจากการยอมรับนวัตกรรมมักใช้สื่อคล้ายคลึงกับในขั้นของการสร้างทัศนคติ แต่ประสิทธิภาพส่วนบุคคลเป็นปัจจัยส่งเสริมที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าสื่อบุคคล ในการสร้างความง่ายต่อการยอมรับได้มากขึ้น

สำหรับแนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) นั้นนับได้ว่าเป็นนวัตกรรมที่สังคมไทยนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งจำเป็นต้องปรับปรุงโดยการศึกษาแนวทางการจัดการที่เหมาะสม เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นนวัตกรรมที่เหมาะสมกับสังคมสภาพแวดล้อม และสภาพธรรมชาติของเมืองไทย และการนำแนวความคิดใหม่เข้ามาเผยแพร่สู่สังคม จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการเผยแพร่นวัตกรรม โดยอาศัยสื่อทั้ง 4 ประเภท ทั้งสื่อมวลชนที่เป็นวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคล เช่น มัคคุเทศก์ วิทยากร

ท่องเที่ยว ผู้นำเยาวชนท่องเที่ยว ฯลฯ หน่วยงานราชการ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลต่างๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ฯลฯ หน่วยงานเอกชน เช่น มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม มูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มูลนิธิสืบนาคะเสถียร ฯลฯ รวมทั้งบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อนำข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านต่างๆ ไปเผยแพร่สู่ประชาชน และก่อให้เกิดความรู้ ทักษะที่ดี จนกระทั่งนำไปสู่การยอมรับปฏิบัติ คือ เปลี่ยนพฤติกรรมไปสู่การเป็น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทและประสิทธิภาพของการสื่อสาร

การสื่อสารและประสิทธิภาพของการสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นพื้นฐานของกระบวนการทางสังคมของมนุษย์ กล่าวคือ การที่มนุษย์สามารถรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นสังคม นับตั้งแต่สังคมขนาดเล็กในระดับครอบครัว จนกระทั่งถึงการรวมตัวเป็นสังคมขนาดใหญ่ในระดับประเทศนั้น จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นปัจจัยพื้นฐานในการติดต่อสื่อสาร เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันของคนในสังคม ตลอดจนการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างกฎระเบียบ เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข และเป็นที่ยอมรับกันระหว่างสมาชิกในสังคม

ชรัมม์ (Schamm, 1973) ให้ความเห็นว่า เมื่อไรก็ตามที่เราทำการศึกษาถึงการติดต่อสื่อสาร เมื่อนั้นก็หมายความว่าเรากำลังศึกษาถึงคน (we student people) ซึ่งมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน รวมทั้งการเกี่ยวข้องกับกลุ่มต่างๆ เป็นองค์การ เป็นสังคม และมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงสู่กันและกัน

และยังได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ร่วมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารว่า การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารมีประสบการณ์ร่วมกัน ในการรับส่งสัญญาณของทั้งสองฝ่าย ซึ่งหมายถึงประสบการณ์เดียวกันช่วยทำให้เกิดความเข้าใจความหมายที่ส่งไปพร้อมสัญญาณและเข้าใจในสัญญาณนั้น

กรีช เควิก (Krech David) อ้างถึงใน วิรัช ลภวิคตกุลม , 2540 อธิบายถึงกฎ 5 ข้อของการสื่อสารว่า เมื่อผู้ส่งสารสื่อสารไปยังผู้รับสารนั้น ผู้ส่งสารย่อมมีวัตถุประสงค์ที่คาดหวังไว้ 5 ขั้นตอนต่อผู้รับสาร เรียกว่า กฎ 5 ข้อแห่งการสื่อสาร กล่าวคือ

1. การรับสารนั้นได้ (receive)
2. การเข้าใจสารนั้น (understand)
3. การยอมรับ (accept)

4. การเกิดการปฏิบัติ (action)
5. การมีปฏิกริยาตอบกลับ (provide feedback)

ดังนั้น ในการสื่อสารทุกประเภท ถ้าผู้รับสารสามารถบรรลุถึงกฎ 5 ข้อตามขั้นตอนนี้แล้ว ย่อมถือได้ว่าเป็นการสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จ

Roger (1971) ให้ความเห็นว่า การส่งสารซ้ำหลาย ๆ ครั้ง จะทำให้สารนั้นถูกยอมรับโดยผู้รับสารมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารจำเนื้อหาสารได้ดีขึ้น และสารนั้นจะมีประสิทธิภาพในการจูงใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย

คอตเลอร์ แลโรเบิร์ตโต (Kotler and Roberto, 1989) ให้ความเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการจดจำสาร (memorability factors) ของผู้รับสารว่าต้องประกอบด้วย ตัวสนับสนุนให้สารนำจดจำ (idea reinforcement) คือการนำเสนอสารซ้ำ ๆ กัน จะเป็นตัวช่วยให้สารเป็นที่จดจำได้มาก โดยใช้ความถี่ (frequency) ซึ่งหมายถึง อัตราความบ่อยครั้งที่กลุ่มเป้าหมายได้รับสาร และการซ้ำ (repetition) คือการซ้ำเดือนเป็นระยะ ๆ เพื่อผู้รับสารจะได้ไม่ลืมสารนั้น ๆ ตลอดจนความต่อเนื่อง (continuity) ในการให้ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอด้วย

ประมะ สตะเวทิน (2538) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร อันได้แก่ แหล่งสาร สาร ข่าวสาร และผู้รับสาร ว่าเป็นตัวกำหนดถึงประสิทธิผลของการสื่อสาร กล่าวคือ หากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารมีประสิทธิภาพสูง ประสิทธิผลของการสื่อสารก็จะมีมาก ในทางตรงกันข้าม หากองค์ประกอบมีประสิทธิภาพต่ำ การสื่อสารก็จะมีประสิทธิผลน้อยในกระบวนการสื่อสารนั้น องค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีผลต่อการสื่อสารด้วย ดังนั้น ประสิทธิผลของการสื่อสารจะมีมากที่สุดก็ต่อเมื่อทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงที่สุด และยังคงกล่าวไว้ว่า ปัจจัยทางด้านทัศนคติของผู้รับสารทั้งต่อตนเอง ต่อสาร และผู้ส่งสาร ก็เป็นปัจจัยอีกประเภทหนึ่งที่สามารถเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสารได้

สื่อและประสิทธิผลของสื่อ

ความหมายของสื่อ

ในบรรดาองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการของการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ผู้ส่งสาร (source) สาร (message) ช่องทางในการสื่อสารหรือสื่อ (channel/media) และผู้รับสาร (receiver) นั้น

สื่อนับว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ เกิดทัศนคติ ตลอดจนเกิดพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนาได้

สื่อ หรือช่องทางการสื่อสารที่เป็นตัวเชื่อมผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าด้วยกัน ด้วยวิธีที่สารไหลจากแหล่งสารที่เป็นบุคคลหรือสถาบัน ไปยังผู้รับสารซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือสถาบันก็ได้ ซึ่งคำว่า “ สื่อ ” นั้นได้มีผู้นำมาใช้กันในความหมายที่ค่อนข้างกว้างและแตกต่างกันไป

เสถียร เขยประทับ (2525) สรุปไว้ว่า

1. ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน คือช่องทางที่สามารถทำให้แหล่งสารที่ประกอบด้วยบุคคลคนหนึ่งหรือบุคคลไม่กี่คนสามารถส่งสารไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก ๆ ได้ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งช่องทางที่เป็นสื่อมวลชนมีคุณลักษณะ ดังนี้

- สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก ๆ ได้ในเวลาอันรวดเร็ว
- สามารถให้ความรู้และข่าวสารได้ดี
- สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้

2. ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล คือช่องทางที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่าสองคนขึ้นไป ซึ่งช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีลักษณะดังนี้

สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบสองทาง ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นเดียวกัน

สามารถจูงใจบุคคลที่มีความเฉยเมย หรือมีปฏิกิริยาต่อต้านสารที่ผู้ส่งสารส่งให้เปลี่ยนแปลงความคิด หรือทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้

แคทซ์ และลาซาร์เฟลด์ (Katz Lazarfeld , 1955) ให้ความเห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ซึ่งสื่อบุคคลจะมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นของใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญมากกว่าในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องและอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

แคลปเปอร์ (Klapper , 1968) ให้แนวคิดถึงบทบาทของสื่อที่มีต่อผู้รับสารว่า สื่อบุคคลเป็นประเด็นสำคัญที่ก่อให้เกิดผลต่อผู้รับ และสื่อบุคคลเป็นตัวสำคัญที่จะสกัดกั้นหรือส่งเสริม

สังคมนั้นให้ยอมรับหรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง และถ้าสื่อบุคคลเป็นผู้นำความคิดเห็นในเรื่องที่ต้องการเปลี่ยนแปลงด้วยแล้ว บทบาทของสื่อบุคคลยังจะมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น จึงกล่าวได้ว่า สื่อบุคคลเป็นรูปแบบที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและร่วมกันทำกิจกรรมได้ดีที่สุด

แชรรม (Schramm , 1973) ยังกล่าวว่า ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังบุคคล กลุ่มบุคคลหรือมวลชน โดยสร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (specialized media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (audio visual media) และสื่อสิ่งพิมพ์ (printed media)

พัชนี เชมจรรยา , เมตตา กฤตวิทย์ และฉัตรนันทน์ อนวัชศิริวงศ์ (2534) สรุปถึงแนวคิดของ Rao ที่กล่าวถึงช่องทางการสื่อสารว่าควรมีลักษณะดังนี้

1. ช่องทางเป็นหน่วยพลังงานมวลสาร (matter – energy unit) ประเภทหนึ่ง ที่เรียกว่าสื่อ (medium)
2. ช่องทางเป็นตัวนำส่งหน่วยพลังงานมวลสาร ซึ่งมีการจัดเป็นระเบียบแบบแผน ที่เรียกว่า สารสนเทศ (information)
3. ช่องทางเป็นตัวเชื่อมระหว่างบุคคลที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

ประเภทของสื่อในการสื่อสาร

ในการศึกษาเรื่องสื่อ ได้มีการแบ่งประเภทลักษณะต่าง ๆ กันหลายรูปแบบและไม่มีลักษณะตายตัว ขึ้นอยู่กับเหตุผลของนักวิชาการหรือผู้ศึกษาแต่ละท่าน

ประมะ สตะเวทิน (2538) กล่าวไว้ว่า โดยปกติสื่อที่ใช้ในการสื่อสารแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

1. สื่อบุคคล หมายถึง ตัวคนที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะเผชิญหน้าทั้งในรูปของการสนทนา หรือในรูปของการประชุมกลุ่ม ซึ่งการใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารก่อให้เกิดผลดี คือ

สามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ผู้รับสารได้โดยตรง และสามารถชักจูงใจผู้รับสารได้โดยวิธีการพูดคุยกันแบบกันเอง

สามารถทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ชัดเจน ปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็นราย ๆ ไปได้ และยังทำให้ได้รับทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารได้ในทันที

2. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาเดียวกันหรือในเวลาใกล้เคียงกันได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ นิตยสารและภาพยนตร์ ซึ่งสื่อมวลชนมีคุณสมบัติที่ติดกล่าวคือ

2.1 สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว

2.2 สามารถให้ความรู้และข่าวสารแก่ผู้รับสารเป็นอย่างไรก็ได้

3. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม เช่น หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพ สไลด์ นิตยสาร เป็นต้น ซึ่งคุณลักษณะที่ติดของสื่อเฉพาะกิจ ก็คือ

ผู้ส่งสาร สามารถส่งข่าวเฉพาะเรื่องให้กับผู้รับสารเป้าหมายได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น

สื่อเฉพาะกิจ สามารถทำให้ผู้รับสารเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารต้องการได้

ประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างบุคคล

ในการเปลี่ยนหรือการสร้างทัศนคติที่บุคคลจะยึดถืออย่างมั่นคงนั้น กล่าวว่าการใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal channels) ซึ่งประกอบด้วยการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลแบบเผชิญหน้า (Face to Face) โดยการพูดคุยกันระหว่างบุคคล 2 คนขึ้นไป การสื่อสารระหว่างบุคคลเช่นนี้ใช้ได้ผลที่สุดเมื่อ (Roger 1983:198)

1. เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ซึ่งบุคคลหนึ่งอาจขยายความหรือให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมจากบุคคลอื่นได้ การสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถเอาชนะอุปสรรคทางด้านจิตวิทยา, สังคม, การเลือกรับสื่อการรับรู้และการจำได้

2. การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญมากในขั้นการจูงใจให้บุคคลสร้างหรือเปลี่ยนทัศนคติที่มีอย่างมั่นคงได้

สรุปได้ว่าประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญมากในขั้นการจูงใจ ขั้นการตัดสินใจ ขั้นปฏิบัติการและขั้นการทบทวนการตัดสินใจ (Roger 1983:198 -200) ให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงทัศนคติและเกิดการยอมรับนวัตกรรมได้

2.9 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารโน้มน้าวใจ

การสื่อสารโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) หมายถึง การสื่อสารเพื่อการจูงใจ ชี้นำและชักชวนให้บุคคลทำตามในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยอาศัยกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือ ในการโน้มน้าวใจ โดยมุ่งไปที่เป้าหมาย คือ ผู้รับสาร สถานการณ์ ข่าวสารและช่องทางในการรับ สาร สภาพของผู้รับสาร ประกอบด้วยความคิดเห็น ความเชื่อและค่านิยม การเปลี่ยนแปลงของ การรับรู้ การเปลี่ยนแปลงค่านิยม ความรู้สึกนึกคิด และเป้าหมายที่ต้องการ คือ การ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ส่วนสถานการณ์ข่าวสารและช่องทางในการรับสารเพื่อการจูงใจนั้น ได้มี การศึกษาในกระบวนการจิตวิทยา สังคมวิทยาไว้หลายรูปแบบและหลายทฤษฎี ซึ่งจะ เป็นประโยชน์สำหรับสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้ ทฤษฎีแห่งความสมดุล และ ทฤษฎีการตัดสินใจด้วยสังคม (รจิตลักษณ์ แสงอุไร : 208-224)

1. ทฤษฎีการเรียนรู้ (learning theory) เน้นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงกระตุ้น และการตอบสนอง แรงกระตุ้นนั้นหมายถึง อะไรก็ตามที่ผู้รับสารสังเกตเห็นเมื่อมีการสื่อสารและมี ปฏิกริยาสนองตอบแรงกระตุ้นนั้น จากทฤษฎีการเรียนรู้ที่พบว่าการสื่อสารจะได้ผลต่อเมื่อมีการให้ถึงกำลังใจทางบวกและทางลบแล้วแต่กรณี โดยวิธีให้รางวัลและโทษซึ่งจะต้องกระทำโดย รวดเร็วเด่นชัดจะได้ผลดีตามเงื่อนไข ตลอดจนมีการย้ำ การซ้ำ และการติดตามผลเพราะผู้รับสารมีความสามารถในการรับแตกต่างกัน มีภูมิหลังด้านกายภาพและจิตวิทยาต่าง ๆ กันไปและ โดยเฉพาะการจัดการเรียนรู้จะต้องจัดองค์ประกอบอย่างง่าย ๆ เพื่อความเข้าใจ หรือถ้าเป็นสิ่งที่ ยุ่งยากซับซ้อน ต้องเริ่มจากระดับง่าย ๆ ก่อนเสมอ เพื่อความเข้าใจของผู้รับสารตามขั้นคอนด้าต่าง ๆ หรือการจัดการและปรับปรุงเรื่องราวที่ยุ่งยากซับซ้อนให้เป็นเรื่องง่าย ๆ เข้าใจได้ง่ายและสื่อสาร ง่าย

2. ทฤษฎีแห่งความสมดุล (balance theory) ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจนั้น ทฤษฎีนี้กล่าวว่า

2.1 บุคคลจะตกอยู่ในสภาพไม่สมดุล เมื่อเผชิญสถานการณ์ซึ่งอยู่ในสภาพเกี่ยวพัน ซึ่งกันและกัน โดยไม่อาจตัดสินใจทางใดทางหนึ่งได้อย่างทันท่วงที เมื่อบุคคลตกอยู่ในสภาพ เช่นกัน ก็จะพยายามลดความไม่สมดุลไม่สอดคล้องด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้สื่อสาร เพื่อการ โน้มน้าวใจ จะช่วยลดความไม่สมดุลด้วยการกระตุ้นการตัดสินใจ เพื่อลดความไม่ สอดคล้องที่เกิดขึ้น

2.2 ความไม่สมดุลที่เกิดขึ้น มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องเนื้อหาและจำนวนของข่าวสารซึ่ง จะมีผลโดยตรงต่อทัศนคติของบุคคล ถ้าความสมดุลอยู่ในระดับต่ำ บุคคลที่ตกอยู่ในสภาพนั้นจะ

เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ในระดับต่ำด้วย แต่หากความไม่สมคูลอยู่ในระดับสูง การโน้มน้าวใจจะประสบความสำเร็จได้มากกว่า

2.3 ความสัมพันธ์ของตัวแปรในการเลือก (variable of choice) และผลที่ตามมา (commitment) เป็นสิ่งสำคัญที่บุคคลคำนึงถึงเมื่อประสบความสำเร็จหรือไม่สอดคล้องซึ่งต้องตัดสินใจเลือก ฉะนั้น นักสื่อสารจะพิจารณาผลของการเลือกสิ่งตอบแทน ประโยชน์ที่มองเห็นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถโน้มน้าวใจ

2.4 เป็นการยากมากที่การโน้มน้าวใจเพื่อความไม่สมคูลนั้นจะกระทำโดยสำเร็จ ด้วยการสื่อสารโน้มน้าวใจเพียงครั้งเดียว เพราะฉะนั้นจะต้องมีการย้ำ การเน้น หรือการซ้ำมีการประเมินผลแล้วสื่อสารใหม่อย่างต่อเนื่อง

3. ทฤษฎีการตัดสินใจโดยสังคม (social judgement theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่า ผู้รับสารโดยปกติจะมีทัศนคติหลักของตนเองจากการจัดเวลาทางสังคม (socialization) และการตั้งสมทางสังคม การรับสารนั้นผู้รับจะมีขอบเขตทั้งนี้การยอมรับหรือไม่ของบุคคลขึ้นอยู่กับ

3.1 สารที่มุ่งใจอยู่ใกล้ทัศนคติหลักของบุคคลผู้นั้นเพียงใด ถ้าใกล้มากการยอมรับจะสูงกว่าปกติ

3.2 ถ้าสารนั้นไม่สอดคล้องกับทัศนคติหลักมากเพียงใด หรืออยู่ตรงข้ามกันผู้รับสารจะอยู่ในขอบเขตของการปฏิเสธอย่างกว้างขวาง โดยจะมองว่าความขัดแย้งเกิดขึ้นมากกว่าความเป็นจริง ฉะนั้น การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจจะต้องใกล้เคียงหรือทำให้ดูเหมือนใกล้เคียงและไม่ขัดแย้งกับทัศนคติหลักของบุคคลผู้รับสาร

ข้อพิจารณาในการสื่อสารโน้มน้าวใจ

นอกจากทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นแล้ว นักการสื่อสารควรจะได้ตระหนักถึงข้อพิจารณาในการสื่อสารโน้มน้าวใจอีก 5 ประการ เพื่อความสำเร็จตามเป้าหมาย คือ (กรรณิการ์ อัสวครเดชา , 2531:23-30)

- 1.วัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวใจ
- 2.การถือผู้รับเป็นศูนย์กลางในการโน้มน้าวใจ
- 3.กระบวนการโน้มน้าวใจ
- 4.ข้อจำกัดของการโน้มน้าวใจ
- 5.องค์ประกอบทางจิตวิทยาในการโน้มน้าวใจ

การ โน้มน้าวใจจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย จำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์ระบุไว้อย่าง
แจ่มชัด คือ

- 1.1 ให้เกิดความเป็นเอกภาพ มีการเน้น การขำ การกระตุ้นเตือน การซ้ำได้อย่างต่อเนื่อง
- 1.2 ทำให้ผู้สื่อสารสามารถเลือกใช้สารและช่องทางในการสื่อสาร ได้อย่างถูกต้อง
- 1.3 สามารถติดตามผลการดำเนินงาน โดยมีการประเมินผลเป็นระยะตามต้องการรวมทั้ง
พิจารณาถึงปฏิกิริยาข้อกลับ (feed back) แล้วนำมาปรับปรุงการสื่อสารครั้งใหม่ต่อไป
- 1.4 เป็นแนวทางและเป้าหมายในการดำเนินงานถือเป็นสิ่งจูงใจสำหรับผู้ทำการสื่อสาร
- 1.5 ทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ วิเคราะห์ และประเมินสารเพื่อการโน้มน้าวใจได้อย่าง
ถูกต้อง

2. การถือผู้รับสารเป็นศูนย์กลางในการ โน้มน้าวใจ

ผู้รับสารสำคัญมากสำหรับการโน้มน้าวใจ ต้องมีการวิเคราะห์อย่างแน่ชัดว่าผู้รับคือใคร
เป็นอย่างไร มีประสบการณ์ การรับรู้ ค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ และระบบสังคมวัฒนธรรม
อย่างไร เราจะไม่สามารถโน้มน้าวใจผู้รับได้เลย ถ้าหากไม่รู้จักวิเคราะห์ผู้รับแจ่มแจ้งและถือผู้รับ
เป็นศูนย์กลางในการเตรียมสารที่ถูกต้องเหมาะสม

3. กระบวนการโน้มน้าวใจ

การ โน้มน้าวใจเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นกระบวนการเพราะมีการเคลื่อนไหว
เปลี่ยนจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ดำเนินกิจกรรมต่อเนื่อง ไม่มีจุดเริ่มต้น ไม่มีจุดสิ้นสุด

กระบวนการ โน้มน้าวใจประกอบด้วย

- 3.1 ผู้ส่งสารต้องมีเป้าหมายที่แน่นอน มีวัตถุประสงค์ตั้งไว้เด่นชัด
- 3.2 วิเคราะห์ผู้รับสารอย่างถูกต้องแท้ เพื่อทำการเตรียมสาร
- 3.3 การเลือกสื่อหรือช่องทางส่งสารถึงผู้รับ
- 3.4 ผู้รับต่อครห์สของสารและตีความ
- 3.5 การมีปฏิกิริยาตอบสนอง

กระบวนการโน้มน้าวใจจะเกี่ยวข้องกับหลักจิตวิทยา คือ การ โน้มน้าวใจจะเป็นไปได้เมื่อ
ผู้รับสารมีความตั้งใจรับ ใช้สัญลักษณ์ที่เห็นได้และฟังได้ เพื่อให้สารง่ายแก่การเข้าใจ

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเชิงสำรวจของศรีชัย สิงห์ทน (2540) เรื่อง “ความรู้ ทักษะและการมีส่วนร่วมของผู้บริหารในการเผยแพร่แนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” เป็นการใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลเฉพาะผู้บริหารในกรุงเทพมหานคร และในต่างจังหวัดที่มีการเผยแพร่แนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จำนวน 237 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ เป็นสถิติเชิงพรรณนา ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันในการวิเคราะห์แบบสอบถาม สมมติฐาน ผู้วิจัยพบว่า ผู้บริหารส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระดับปานกลางและระดับสูง แต่ส่วนใหญ่มีทัศนคติในระดับปานกลาง ผู้บริหารที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาก มีส่วนร่วมในการเผยแพร่แนวความคิดน้อย ส่วนผู้บริหารที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์น้อย กลับมีส่วนร่วมในการเผยแพร่แนวความคิดมาก ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของผู้บริหาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่แนวความคิดและระดับทัศนคติไปในทิศทางเดียวกับระดับการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่แนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ผู้วิจัยได้เสนอแนะให้ผู้บริหารจัดการสัมมนาเพื่อโน้มน้าวให้องค์กร ประชาชนและผู้เกี่ยวข้อง ได้เข้าไปมีส่วนร่วมให้มากขึ้น ในการให้ความรู้และทัศนคติที่ถูกต้องในการเผยแพร่แนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จนพัฒนาถึงระดับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

งานวิจัยของศกฉลวรรณ พาเรือง (2540) เรื่อง “องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับการใช้เวลาว่าง รสนิยมการท่องเที่ยว ลักษณะการท่องเที่ยว และพฤติกรรมเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าและมหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย/มัธยัมเลขคณิต ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และหาค่าสหสัมพันธ์แบบคอรอสส์คอเคชัน เขตภูมิลำเนา ภูมิภาค บุคคลที่พักอาศัยด้วย มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ยกเว้นตัวแปรรายได้ต่อเดือนของนิสิตนักศึกษา ส่วนการใช้เวลาว่าง รสนิยม ลักษณะการท่องเที่ยว พฤติกรรมเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความรู้ในเค้นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต่างก็มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สกลวรรณ พาเรือง ศึกษาถึงองค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

- ลักษณะปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษา คือ ตัวแปรชั้นปี สาขาวิชาที่ศึกษา ภูมิลำเนา และบุคคลที่อาศัยด้วย กล่าวคือ ผู้ที่ศึกษาในชั้นปีที่ 2 ผู้ที่มีลำเนาในเขตเมือง ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้ที่ศึกษาในสาขาสังคมศาสตร์และผู้ที่พักอาศัยอยู่กับบิดามารดา จะไม่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ส่วนผู้ที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยเปิด (รวมค่าแห่ง) ผู้ที่ศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และผู้ที่มีลำเนาอยู่ในเขตชนบท จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

- กิจกรรมการใช้เวลาว่างในลักษณะที่ต้องลงมือกระทำ (Active Activity) ได้แก่ การออกกำลังกายทั้งในลักษณะกีฬาในร่มและกีฬากลางแจ้ง เล่นดนตรี คอมพิวเตอร์ วิดีโอเกมส์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กล่าวคือ ผู้ที่ใช้เวลาว่างในกิจกรรมดังกล่าวมากเท่าใด จะยังมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้นด้วย

- ปัจจัยด้านรสนิยมการท่องเที่ยว คือ ผู้ที่นิยมไปท่องเที่ยวภาคกลาง ผู้ที่นิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทั้งประเภทธรรมชาติ โบราณสถาน แหล่งอนุรักษ์พันธุ์พืช/สัตว์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กล่าวคือ ผู้ที่นิยมไปเที่ยวภาคกลางบ่อยมาก จะยังมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้นด้วย และผู้ที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภทมาก จะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากด้วย

- พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยทั่ว ๆ ไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 64.2 รองลงมาคือสื่อวิทยุ ร้อยละ 26.8 เช่นเดียวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 67.2 รองลงมาคือสื่อวิทยุ ร้อยละ 17 และกลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเนื้อหาของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ได้รับจากโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่โดย ททท. มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ด้วย

- ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ปนัดดา ภักดีภูวคณ ศึกษาถึงการสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวของมณฑลเทศาไไทย พบว่า มณฑลเทศาไที่มีเทศแตกต่างกันมีประเด็นในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีวิธีการสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างเทศหญิงมีประเด็นการสื่อสารและวิธีการสื่อสารที่คืดต่อการส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากกว่าเทศชาย และมณฑลเทศาไที่มีระยะเวลาการประกอบอาชีพต่างกัน จะมีวิธีการสื่อสารคืดว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพในช่วง 11-15 ปี มีวิธีการสื่อสารคืดว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพช่วง 1-5 ปี และกลุ่มอื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่าความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ไม่มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เสรี วงศ์ไพจิตร (พ.ศ. 2533-2534) ทำการศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวในวิทยานิพนธ์ เรื่อง “จุดหักเหของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวชนวนให้เกิดขบวนการนิเวศวิทยาทางการเมือง” โดยคังสมมติฐานไว้ว่า “ประชาชนโดยทั่วไปมีทัศนคติที่คืดขต่อการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เจริญก้าวหน้ายิ่ง ๆ ขึ้นไปในอนาคต”

การศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่คืดมาขต่อการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไปอีกในอนาคต โดยมีผู้ที่เห็นด้วยอย่างยิ่งและเห็นด้วยสูงมาก รวมแล้วสูงถึงร้อยละ 96.7 การพิสูจน์ความสัมพันธ์ของความคืดด้านความเห็นด้วย โค-สแควร์ พบว่าจำนวนผู้เห็นด้วยมีมากกว่าผู้ไม่เห็นด้วยอย่างแท้จริงขึ้นขันผลทางสถิติได้ แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งที่เป็นบวกและที่เป็นลบปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคืดเห็นว่ “ การท่องเที่ยวส่งผลทั้งคืดและไม่คืดเท่า ๆ กันต่อท้องถิ่น” ได้คังเฉลี่ยของความคืดเห็น 3.5 อันแสดงถึงความเห็นที่เป็นกลาง ซึ่งผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยกองสถิติและวิจัย ฝ่ายวิชาการ เรื่อง “ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อประชาชนในท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต ในปี พ.ศ. 2526” ผลการศึกษาครั้งนั้นกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ ผลกระทบของการท่องเที่ยวโดยส่วนรวมเป็นไปในลักษณะปานกลางที่แสดงว่ “การท่องเที่ยวส่งผลกระทบทั้งคืดและไม่คืดพอ ๆ กันต่อท้องถิ่น”

แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องพึงระมัดระวังไว้ประการหนึ่งก็คือ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ ควรจะส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เจริญก้าวหน้ายิ่ง ๆ ขึ้นไปนั้น ผู้คอบบางรายก็ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่ ควรจะมีมาตรการในการควบคุมให้มากกว่าเดิม เช่น เรื่องขยะมูลฝอย การกำจัดน้ำเสียตามแหล่งท่องเที่ยว การวางของขายตามริมถนน หรือตามสถานที่ท่องเที่ยว และสรุปว่ควรจะจัดให้มีการควบคุมและวางแผนการพัฒนาอย่างเป็นระบบ อันเป็นการเตือนให้จัดมาตรการแก้ไขปัญหาผลกระทบทางลบไว้ด้วย นอกจากนี้หากพิจารณาว่าผู้คอบ

ส่วนใหญ่ระบุว่า ตัวเองประกอบอาชีพเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และยังมีความเห็นในเชิงเป็นกลาง ก็ทำให้คาดได้ว่า ปัญหา/ผลกระทบคงมีอยู่จริง จนยากที่จะปฏิเสธได้

สำหรับกรณีที่ได้มีการพยายามใช้การท่องเที่ยว หรือนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมาเป็นองค์ประกอบหลักประการหนึ่ง ในการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติให้เจริญเติบโตมั่นคงและก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การที่ประชาชนมีทัศนคติที่ดีและไม่ดีเท่า ๆ กัน ต่อท้องถิ่นนั้นเป็นที่น่าวิตกอย่างยิ่ง เพราะในการแสวงหาความร่วมมือในระยะยาวอาจจะพบอุปสรรค ถ้าประชาชนโดยทั่วไปไม่ได้มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

ปัญหาในกรณีที่มีความคิดเห็นเป็นกลาง ๆ เช่นนี้ มีสาเหตุได้ทั้งจากการที่ผู้ตอบได้พบผลกระทบที่ไม่ดีมาด้วยตนเอง หรือเพียงแต่ได้ความรู้และรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างไม่ถูกต้อง โดยเน้นที่ผลกระทบในทางลบของการท่องเที่ยวอย่างเกินความเป็นจริง ซึ่งในส่วนของ การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องนั้น จะต้องมีการศึกษาและวิเคราะห์กันต่อไป ส่วนในเรื่องของผลกระทบในทางลบที่มีอยู่จริงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก็จะต้องมีการแก้ไขและป้องกันอย่างจริงจังด้วยเช่นกัน

พระนันท์ บูรณะโสภณ (2538) ได้ศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อุนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า บุคคลที่มีเพศ อายุ และรายได้ต่างกัน จะมีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ แต่ไม่พบความแตกต่างทางด้านพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร ในผู้ที่มีการศึกษาและอาชีพที่ต่างกัน และตัวแปรที่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์กับการใช้ผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ แผ่นพับและการจัดงานนิทรรศการ ตามลำดับ

สุพัศตรา ผาสุย (2532) ได้ศึกษาประสิทธิผลของหน่วยงานประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ในการให้ความรู้และทัศนคติด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ แก่ประชาชนในหมู่บ้านจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า หลังจากชาวบ้านในหมู่บ้านทดลอง 1 และหมู่บ้านทดลอง 2 ได้รับความรู้เรื่องทรัพยากรป่าไม้จากหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ของสำนักงานป่าไม้เขตเชียงใหม่แล้ว มีความรู้เพิ่มขึ้นและเปลี่ยนแปลงทัศนคติในทางที่ดีขึ้น มากกว่าหมู่บ้านควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และชาวบ้านที่เคยพบปะพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ป่าไม้บ่อยครั้ง จะมีทัศนคติในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ในทางบวก มากกว่าชาวบ้านที่ไม่เคยพบปะพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ป่าไม้

ดังนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมป่าไม้จึงเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการทำงานของหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่

สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์ (2531) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ ข่าวสารความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ ประชาชนในเขตนครเชียงใหม่ พบว่า ปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมี ความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว และความรู้ความเข้าใจใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยกเว้น ความรู้ เกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติ ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สนิ นัชวินิจ (2539) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ทัศนัย สุทรวิภาต (2532) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ เมืองพัทยา พบว่า ปริมาณการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับการมา ท่องเที่ยวเมืองไทย โดยค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าเท่านั้นที่ จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อทุกประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคล

นฤพล โรหิตจันทร์ (2534) ศึกษาถึงประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อ ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการรักเจ้าพระยากับคาวิเศษของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ทั้งพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการและสื่อ ประชาสัมพันธ์ในโครงการนั้น ต่างมีความสัมพันธ์กันทั้งสิ้น การที่จะให้ประชาชนเกิดความรู้ และทัศนคติที่ดีต่อโครงการและสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการนั้น จะต้องให้ประชาชนมี พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มากเพียงพอที่จะทำให้เกิดการรับรู้และจดจำได้

พจนา วาสกรัตน์ (2536) ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการริงค์เวิร์ทในการให้ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตในกรุงเทพมหานคร พบว่า การเผยแพร่เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ในกลุ่มเด็กนักเรียนได้ แต่ไม่สามารถเปลี่ยนทัศนคติของนักเรียนให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้ ทั้งนี้อาจจะสันนิษฐานได้ว่า มีสาเหตุมาจากการเลือกรับข่าวสาร การเลือกสนใจข่าวสาร การเลือกรับรู้ข่าวสารและการเลือกจดจำข่าวสารของนักเรียนที่เข้ารับฟังการเผยแพร่ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสภาพจิตใจของผู้รับสารที่จะมีผลกระทบต่อตรงกับการรับข่าวสาร หากผู้รับสารไม่สนใจและไม่รับรู้การสื่อสารก็จะไม่เกิดสัมฤทธิ์ผล

วณี รัตนวงศ์ (2514) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบผลการสอนวิชาสังคมศึกษาโดยใช้วีดิโอเทปกับการสอนโดยไม่ใช้วีดิโอเทป โดยศึกษานักเรียนชั้น ป.กศ. ปีที่ 2 2 กลุ่ม ๆ ละ 30 คน กลุ่มหนึ่งให้เรียนจากเทปบันทึกโทรทัศน์ อีกกลุ่มหนึ่งเรียนจากครูโดยตรง บทเรียนที่ทำการทดลองนี้สอนโดยครูคนเดียวกัน ทำการทดลองรวม 5 ครั้ง ผลการวิจัยพบว่า ผลการเรียนโดยทั่วไปของนักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม ไม่แตกต่างกัน แต่บทเรียนที่มีวัตถุประสงค์จะให้ผู้เรียนโดยทั่วไปของนักเรียนทั้ง 2 กลุ่ม ไม่แตกต่างกัน แต่บทเรียนที่มีวัตถุประสงค์จะให้ผู้เรียนเห็นรายละเอียดของอุปกรณ์การสอนจะเรียนทางโทรทัศน์ได้ดีกว่า

ลิคนา ศรีสวัสดิ์ (2529) นิสิตปริญญาโท สาขานิติศาสตร์พัฒนาการภาควิชาการประชาสัมพันธ์ ได้ทำวิจัยเรื่อง “บทบาทของวีดิโอ : สภาพปัจจุบันและแนวโน้ม” ในระหว่าง พ.ศ. 2530 - 2540 โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบเคลฟาย ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางการสื่อสาร จำนวน 22 คน และได้พบว่า

1. โดยทั่ว ๆ ไป ปัจจุบันสื่อวีดิโอมิบทบาทในการบันเทิง โน้มน้าวจิตใจหรือชักจูงใจผู้ชม และให้การศึกษาทั้งระบบในโรงเรียนและนอกระบบโรงเรียน สำหรับแนวโน้มในอนาคต สื่อวีดิโอจะมีบทบาทในการบันเทิงเพิ่มขึ้น โดยจะมีความหลากหลายในเนื้อหาสาระมากขึ้น สื่อวีดิโอจะมีแนวโน้มบทบาท ในการใช้โน้มน้าวจิตใจหรือชักจูงใจผู้ชมเพิ่มขึ้น มีแนวโน้มใช้สื่อวีดิโอเพื่อเพิ่มโอกาสทางการศึกษาและแสวงหาความรู้มากขึ้น และจะมีบทบาทในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งของรัฐบาลและเอกชนไปสู่ประชาชน

2. ปัจจุบันการเข้ามาของสื่อวีดิโอมีประโยชน์ คือ ช่วยเปิดโอกาสทางการศึกษาและแสวงหาความรู้แบบการศึกษาเฉพาะรายบุคคล (individual study) เพิ่มขึ้น ช่วยเพิ่มเสรีภาพในการเลือกสารสนเทศมากขึ้น ช่วยให้ผู้ชมมีโอกาสชมรายการที่เป็นส่วนตัวมากขึ้นและ

ช่วยแก้ปัญหาการขาดโทรทัศน์ แนวโน้มในอนาคตของประโยชน์ของสื่อวิดีโอ คือ จะเป็นสื่อหลักในการให้ข่าวสารข้อมูลและความบันเทิงสำหรับบางพื้นที่

3. ปัจจุบันการเข้ามาของสื่อวิดีโอก่อให้เกิดปัญหา คือ เทปวิดีโอภาพยนตร์บางประเภท กระตุ้นให้เกิดความเสื่อมเสียต่อศีลธรรมและอาชญากรรมทางเพศ และแนวโน้มในอนาคตคือ จะเปิดโอกาสให้ใช้ข่าวสารข้อมูลไปในลักษณะที่ไม่สมควรเพิ่มมากขึ้น

4. ความเป็นไปได้ในการใช้สื่อวิดีโอเพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศ ในปัจจุบัน ได้แก่ พัฒนาการศึกษาศึกษา พัฒนาเศรษฐกิจ พัฒนาสังคม-วัฒนธรรม และพัฒนาการสื่อสาร โดยสื่อ วิดีโอมีบทบาทช่วยส่งเสริมการตัดสินใจ และพบว่าสื่อชนิดนี้เหมาะสำหรับการสื่อสารแบบกลุ่มย่อย การใช้สื่อวิดีโอเพื่อพัฒนาการเมืองการปกครองยังมีความเป็นไปได้น้อยมาก เกี่ยวกับแนวโน้มของการใช้สื่อวิดีโอ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศในอนาคต ผู้เชี่ยวชาญระบุอย่างเด่นชัดว่าสามารถทำได้เฉพาะการพัฒนาการศึกษาและพัฒนาสังคม-วัฒนธรรมเท่านั้น แต่สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจ พัฒนาการการเมืองการปกครอง และพัฒนาการสื่อสารแล้ว ยังไม่สามารถสรุปเป็นแนวโน้มในอนาคตที่ชัดเจนได้

สมชาย อินทรักษาทรัพย์ (2528) ได้ศึกษาเปรียบเทียบผลการเรียนรู้จากการเรียนด้วยรายการ โทรทัศน์ที่เสนอภาพบางส่วนจากเนื้อหาในรายการ ก่อนรายการและหลังรายการ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 60 คน ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่เรียนจากรายการโทรทัศน์ที่เสนอภาพบางส่วนจากเนื้อหาในรายการ และหลังรายการ มีผลการเรียนสูงกว่า

นภคณ คุลยสุวรรณ (2529) ได้ศึกษาเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่เรียนจากรายการโทรทัศน์ที่ใช้สิ่งช่วยจัดตั้งกับก่อนการสอนด้วยเค้าโครงเรื่องที่เป็นภาพ เค้าโครงเรื่องที่เป็นคำบรรยาย เค้าโครงเรื่องที่เป็นอักษรบรรยายแตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนที่เรียนจากรายการโทรทัศน์ที่ใช้สิ่งช่วยจัดตั้งกับก่อนการสอนด้วยเค้าโครงเรื่องที่เป็นภาพ เค้าโครงเรื่องที่เป็นคำบรรยาย เค้าโครงเรื่องที่เป็นอักษรบรรยายแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ภาวนา พรหมสาขา ณ สกลนคร (2531) ได้ศึกษาเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่เรียนจากรายการโทรทัศน์การสอนที่ใช้การนำเรื่องต่างกัน คือ นำเรื่องทีบอกจุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรม โดยใช้ตัวอักษรประกอบเสียงบรรยาย กับแบบนำเรื่องทีเสนอภาพทีเป็นผลของจุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรมประกอบเสียงบรรยาย ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนที่เรียนจากรายการ โทรทัศน์การสอนแบบนำเรื่องเสนอภาพทีเป็นผลของจุดมุ่งหมายเชิง

พฤติกรรมประกอบเสียงบรรยาย มีผลการเรียนสูงกว่านักเรียนที่เรียนจากระบบการโทรทัศน์การสอนแบบนำเรื่องที่บอกจุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรม โดยใช้ตัวอักษรประกอบเสียงบรรยาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วรพงศ์ คติยะวรรณ (2528) ได้ทำการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากการสอนโดยใช้วิธีทัศนการสอน พบว่า นักเรียนที่เรียนจากวิธีทัศนการสอน มีสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักเรียนที่เรียนจากการสอนแบบปกติ

ครูที่ใช้การคูณประกอบการอธิบายจะได้ประโยชน์จากการคูณ 2 ประการ คือ

1. ใช้ประกอบการอธิบายจุดมุ่งหมายของการเรียน
2. เป็นการลำดับขั้นการสอนได้เป็นอย่างดี วิททิช-ชูลเลอร์ (Wittich and Schuller 1957, 138-139)

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับความสนใจของเด็ก วิปเปิล (Whipple 1953, 262-269)

ดังนี้

1. ภาพที่แสดงการเคลื่อนไหวได้รับความสนใจสูง
2. ภาพสีได้รับความสนใจมากกว่าภาพขาวดำ

พริ้มเพลา พลัฒลา (2542) ได้ศึกษาการสร้างวิธีทัศนการ์ตูนประกอบบทเรียน วิชาสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิต เรื่อง พืช สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 พบว่า วิธีทัศนเรื่องดังกล่าวที่สร้างขึ้น มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียนจากวิธีทัศนที่สร้างขึ้น แตกต่างจากนักเรียนที่เรียนจากหนังสือเรียนปกติอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อวิธีทัศนอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

เขาวนิศ เต็งไทรรัตน์ (2542) ได้ศึกษา การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคงทนในการจำ วิชา วิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ใช้และไม่ใช้ วิธีทัศนนำเข้าสู่บทเรียน เป็นกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบง่าย จากประชากรซึ่งเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ของโรงเรียนเทศบาลท่าอิฐ จังหวัดอุตรดิตถ์ จำนวน 200 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มควบคุมที่ไม่ใช้วิธีทัศนนำเข้าสู่บทเรียน จำนวน 30 คน และกลุ่มทดลองที่ใช้วิธีทัศนนำเข้าสู่บทเรียน จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ วิธีทัศนและแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 30 ข้อ วิเคราะห์ผลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t - test

ผลการวิจัยพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่ใช้และไม่ใช้ วัตทัศน์ นำเข้าสู่บทเรียนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับความคงทนในการจำของนักเรียนหลังเรียน 14 วัน แยกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อ้อยทิพย์ นิธิยานันท์ (2540) “ทัศนคติของผู้สื่อข่าวต่อการเผยแพร่ข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้และทัศนคติของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ กับความรู้และทัศนคติของผู้สื่อข่าว ตลอดจนศึกษาลักษณะข่าวสารของกองประชาสัมพันธ์ ททท. ต่อผู้สื่อข่าวที่นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งมีผลการวิจัย ดังนี้

1. ผู้สื่อข่าวมีทัศนคติในทางบวกต่อข่าวสารที่ ททท. เผยแพร่ออกไป โดยเห็นว่า มีประโยชน์นำเผยแพร่
2. ความรู้และทัศนคติทั้งในทางบวกและในทางลบของผู้สื่อข่าวเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสำนักงาน ททท. ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกเผยแพร่ข่าว แต่การนำเสนอข่าวตรงไปยังผู้สื่อข่าวที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกข่าว ททท. ลง มีความสัมพันธ์กับการเลือกเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชน
3. ผู้สื่อข่าวเผยแพร่ข่าวสาร ททท. อยู่ในระดับปานกลางและสาเหตุที่ข่าว ททท. ไม่ได้รับการเผยแพร่ เนื่องจากข่าวที่ส่งไปไม่มีคุณค่าข่าวและการเขียนไม่น่าสนใจ
4. ข้อมูล ททท. ที่ผู้สื่อข่าวต้องการได้รับอย่างต่อเนื่องและฉับไว คือ สถิตินักท่องเที่ยว รายได้ที่ประเทศจะได้รับจากการท่องเที่ยว ความเคลื่อนไหวของ ททท. และการให้ความร่วมมือธุรกิจเอกชนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว
5. ข่าว ททท. ที่นำเสนอไปยังสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ ได้รับการเผยแพร่ในรูปแบบข่าว ภาพข่าว ข่าวสังคมและบทความ โดยรูปแบบ “ข่าว” ได้รับการเผยแพร่มากที่สุด
6. เนื้อหาข่าว ททท. ที่นำเสนอไปยังสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์มากที่สุด คือ ข่าวเกี่ยวกับผลงานของ ททท. ด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนข่าวด้านผลงานการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สื่อมวลชนให้ความสนใจจะเผยแพร่น้อยมาก
7. สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์เห็นด้วยกับการสร้างประเด็นข่าว ททท. โดยเห็นว่าทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความเคลื่อนไหว แต่ไม่ควรทำมากเกินไป ควรส่งข่าวที่ทันสมัยและมีประเด็นข่าวได้อย่างสม่ำเสมอดีกว่า

ศิริลักษณ์ อริยบุญโญทัย (2540) ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ในระยะแรก และความสัมพันธ์ระหว่าง 1) การเปิดรับสื่อกับความรู้อันเกี่ยวกับโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ 2) การเปิดรับสื่อกับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ อะเมซิ่งไทยแลนด์ และ 3) การเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทย ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวน 449 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ประมวลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทยของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
3. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ คู่มือออนนิคยสารสวรรค์ นิตยสารกินรี ซีดีรอมและอินเตอร์เน็ต กับทัศนคติของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ หนังสือพิมพ์และนิตยสารทั่วไป กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ นิตยสารสวรรค์ นิตยสารกินรี สตีกเกอร์ แผ่นพับ จุลสาร วิดีโอ ซีดีรอมและอินเตอร์เน็ต กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่โครงการ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปนัดดา ภักดีภูวาล (2540) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของมัคคุเทศก์ เขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ONE WAY ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSSx

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับ ปานกลาง
2. การสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของมัคคุเทศก์ ได้แก่ ประเด็นการสื่อสาร พบว่ามีความแตกต่างกันตามเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนวิธีการสื่อสารพบว่า มีความแตกต่างกันตาม เพศและระยะเวลาในการประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
3. ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของมัคคุเทศก์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของมัคคุเทศก์

สุชาดา วรรณธานี (2542) “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) กับ ความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร” การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) แบบวัดครั้งเดียว (one shot descriptive study) ซึ่งมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประชากรที่ศึกษา คือ นักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi – stage sampling) ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 คน ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อวิทยุมากที่สุด รองลงมาคือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ตามลำดับ มีความรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง และมีทัศนคติในเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่แตกต่างกัน ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเทศกัน มีภูมิลำเนาและการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน
3. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน และศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเทศกัน จะมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน
4. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ภูมิลำเนาและการเข้าร่วมกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน
5. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเทศกัน และมีการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

6. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
7. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อมวลชนทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
8. ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
9. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ศศิอาภา ประสพทรัพย์ (2539) การมีส่วนร่วมของเยาวชนที่ผ่านการอบรมโครงการผู้นำเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์พิทักษ์การท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเยาวชนที่ผ่านการอบรม โครงการผู้นำเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์พิทักษ์การท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เยาวชนที่ผ่านการอบรมโครงการผู้นำเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์พิทักษ์การท่องเที่ยว ตั้งแต่รุ่นที่ 1-รุ่นที่ 5 (พ.ศ. 2523- พ.ศ. 2538 ตามลำดับ) มีเยาวชนทั้งสิ้นประมาณ 800 คน โดยเลือกตัวเยาวชนรุ่นต่าง ๆ รุ่นละ 25 % รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 192 ตัวอย่าง ใช้วิธีเก็บข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และการศึกษาจากเอกสารของโครงการ ผลการศึกษาโดยสรุป พบว่า การมีส่วนร่วมของเยาวชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเยาวชน ได้แก่ เพศหญิงมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และการสร้างจิตสำนึกมากกว่าเพศชาย เช่นเดียวกับเยาวชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาหรือสูงกว่า มีส่วนร่วมมากกว่าระดับอื่น ๆ และเยาวชนที่เคยเดินทาง 3 ครั้งขึ้นไป จะมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทัศนศึกษามากกว่าเยาวชนที่เดินทางน้อย

Sheldon, Ian R. (2543) ได้ศึกษา การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจในเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยพบว่า ความคาดหวังในความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีอยู่ค่อนข้างสูง ทั้งนี้การพัฒนาจะต้องดำเนินการตามหลักอย่างเคร่งครัด การบริการและสาธารณูปโภคต่างๆ ต้องมีการปรับปรุง เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ความสนใจในเมืองของชีวิตสัตว์ป่า ยังคงเป็นความสนใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยวและจะเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหันมาสนใจการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างที่สำคัญ

ของกรณีศึกษานี้คือ อุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ ที่ปัจจุบันได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

ZUCKERMAN, GRACE (2539) ได้ศึกษา ผลของการใช้สื่อวีดิทัศน์ประกอบการเรียน ที่มีต่อทัศนคติและการเรียนรู้ของนักเรียนวิชาประวัติศาสตร์ระดับเกรด 8 พบว่านักเรียนทั้ง 3 ระดับ การอ่าน คือ ระดับต่ำ - ระดับกลาง และระดับสูง ได้รับความรู้ จากการชมวีดิทัศน์แบบควบคุมโดยครูผู้สอนมากกว่าการชมวีดิทัศน์แบบต่อเนื่อง ที่ไม่มีการควบคุมจากครูผู้สอน ส่วนความพึงพอใจในรูปแบบการชมและทัศนคติของนักเรียนต่อการชมวีดิทัศน์ ไม่มีผลต่อการรับรู้และเข้าใจเนื้อหาของวีดิทัศน์และการตอบสนองของนักเรียนต่อการฉายวีดิทัศน์ทั้ง 2 รูปแบบ

MILLS, FREDERICKH. J. (2536) ได้ศึกษา การวิจัยนี้ ได้รับการออกแบบ เพื่อศึกษาถึงผลกระทบระหว่างการใส่บทบรรยายภายใต้การฉายวีดิทัศน์ตลอดทั้งเรื่อง หรือการใส่บทบรรยายเพียงบางตอนจะมีผลต่อความจำและความเข้าใจในเนื้อหาของเรื่องที่สุด ผลของการทดสอบชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างที่เห็นได้ชัดระหว่างกลุ่มทดสอบทั้ง 4 กลุ่ม การจำได้ในข้อมูลระดับง่าย ๆ ของกลุ่มทดสอบมีระดับสูงกว่ากลุ่มควบคุมที่ไม่มีการรับชมวีดิทัศน์ อย่างไรก็ตาม การใส่บทบรรยาย (ทั้งแบบใส่บทบรรยายตลอดทั้งเรื่อง และใส่เพียงบางตอน) ในวีดิทัศน์ไม่มีผลใดๆ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับการชม วีดิทัศน์ที่ไม่มีบทบรรยาย

CHRISTENSEN, DENIEL KENT (2538) ได้ศึกษา การวิจัยนี้ เป็นการทดสอบ ผลของการบำบัดรักษาความเครียดด้วยวิธีการจำลองรูปแบบตามธรรมชาติ (REST) และการให้รับชมวิดีโอเกี่ยวกับธรรมชาติที่สวยงาม (UNE) โดยการสะกดจิตได้รับการพิจารณาให้เป็นตัวแปรระดับกลาง

การทดสอบนี้ นับเป็นครั้งแรกที่มีการใช้การจำลองความเครียด การวัดผลด้วยวิธี SCL แสดงให้เห็นว่า การบำบัดด้วยวิธี REST ช่วยบำบัดความเครียดได้อย่างต่อเนื่อง ส่วนผลกระทบจากการบำบัดด้วยวิธี UNE ยังไม่ได้รับการสนับสนุน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลการใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นวิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ecotourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่เผยแพร่ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี คนท้องถิ่นให้คงอยู่ตลอดไป การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำสื่อวีดิทัศน์เรื่องดังกล่าวไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การวิจัยเชิงทดลอง (experimental research) ใช้รูปแบบ randomized control-group pre-test post-test design และรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (questionnaire)

3.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่ลงทะเบียนกับกรมป่าไม้ในอุทยานแห่งชาติคอนอินทนนท์ จำนวนเฉลี่ย 80,000 คน ในเดือนเมษายน (รายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติ, กรมป่าไม้, ปี 2544-2545) และ การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรโดยวิธีการ สุ่มตัวอย่างอย่างมีระบบ (systematic sampling) ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน เข้ากลุ่มทดลองวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. วิดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เรื่องเที่ยวทั่วไทยด้วยใจอนุรักษ์ ความยาว 15 นาที
2. แบบทดสอบแบ่งออกเป็น 2 ส่วน
 - 2.1 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์การเปิดรับรู้ทางด้านเนื้อหาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แบบปรนัย 4 ตัวเลือก

แบบทดสอบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. การผลิตวิธีทดสอบการท่องเที่ยวนูริรักษ์ เรื่องเที่ยวทั่วไทยด้วยใจอนุรักษ์

ลำดับ	รายละเอียด	ระยะเวลา						
		ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พค.	มิย.
		45	46	46	46	46	46	46
1.	ขั้นตอนรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวนูริรักษ์ (Ecotourism)							
2.	เลือกพิจารณาเรื่องที่เหมาะสมในการนำเสนอ							
3.	ทดลอง (tryout) นอกการวิจัย							
4.	ขั้นตอนการวางแผนและผลิตสื่อเพื่อการทดลอง							
5.	นำสื่อหาคามเชื่อมั่น (reliability) กับนักท่องเที่ยวนอกการทดลอง							
6.	ทดลองกับนักท่องเที่ยวที่สุ่มตัวอย่างเพื่อทดลองวิจัยต่อไป							

2. การสร้างแบบประเมินการผลิตสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ นำสื่อวีดิทัศน์ที่พัฒนาแล้วไปบันทึกลงเทปโทรทัศน์ ระบบ PAL แบบ VHS และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและเนื้อหาจำนวน 5 ท่าน ประเมินคุณภาพสื่อ โดยใช้แบบประเมินสื่อชนิดประมาณค่า (rating scale) และใช้เกณฑ์ประเมินของ ประคอง วรรณสูตร (2538, 117) ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	ดีที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	ดี
2.50 – 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

ผลการประเมินสื่อวีดิทัศน์ของผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ปรากฏว่าผู้เชี่ยวชาญประเมินสื่อวีดิทัศน์การท่องเทียวงเชิงอนุรักษ์ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดี

3. การสร้างแบบทดสอบวัดผลด้านเนื้อหา

3.1 สร้างแบบทดสอบเรื่อง การท่องเทียวงเชิงอนุรักษ์ จำนวน 1 ฉบับ แบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวนทั้งหมด 30 ข้อ

3.2 นำแบบทดสอบไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มทดลอง จำนวน 60 คน

3.3 นำมาวิเคราะห์หาค่าความยากง่าย (p) และค่าอำนาจจำแนกแบบทดสอบแต่ละข้อตามเทคนิค 27 เปอร์เซ็นต์ของ จุง เทห์ ฟาน เพื่อเลือกข้อสอบที่มีค่าความยากง่าย (p) ระหว่าง .20 - .80 และค่าอำนาจจำแนก(r)ตั้งแต่ .20 ขึ้นไปได้แบบทดสอบที่มีค่าความยากง่าย (p) ระหว่าง .45-.82 และค่าอำนาจจำแนก (r) .20-.70 จำนวน 20 ข้อไว้มาใช้ในการทดลอง

4.การสร้างแบบประเมินความพึงพอใจ

สร้างแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวีดิทัศน์การท่องเทียวงเชิงอนุรักษ์ ซึ่งระดับที่ผู้วิจัยกำหนดคือ ระดับมาก ในด้านเนื้อหา รูปแบบ ความน่าสนใจ ภาพเสียงบรรยายและดนตรีประกอบโดยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ของ ลิเกิร์ต (เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์, 2537 : 93) ดังต่อไปนี้

4.50-5.00	หมายถึง	ชอบมากที่สุด
3.50-4.49	หมายถึง	ชอบมาก
2.50-3.49	หมายถึง	ชอบปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง	ชอบน้อย
1.00-1.49	หมายถึง	ชอบน้อยที่สุด

ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 ท่าน ปรากฏว่าได้ค่าเฉลี่ย 4.03 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ชอบมาก

3.4 วิธีการรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการทดลองโดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1. จัดเตรียมห้องทดลองและอุปกรณ์การทดลอง ดังนี้คือ เครื่องรับโทรทัศน์สี ขนาด 29 นิ้ว จำนวน 2 เครื่อง เครื่องต่อเชื่อมกับเครื่องเล่นวีดิทัศน์แบบ VHS
2. นำวีดิทัศน์ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่สร้างขึ้นไปทดลองหาความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยงในกรุงเทพฯ จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มทดลองจริง เป็นกลุ่มทดลองเครื่องมือ (try out) โดยใช้เกณฑ์มาตรฐาน 80/80
3. จัดกลุ่มทดลองทำการทดลองจากสื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เรื่องเที่ยวทั่วไทยด้วยใจอนุรักษ์
4. ทำการทดสอบวัดผลการรับรู้ด้านเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มทดลองด้วยแบบทดสอบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น
5. ทำการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อสื่อเกี่ยวกับกลุ่มทดลองด้วยแบบทดสอบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น
6. นำกระดาษคำตอบของกลุ่มทดลองมาตรวจด้วยวิธี 0-1 (Zero - one method)
7. รวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการคำนวณหาค่าทางสถิติ โดยวิเคราะห์ดังต่อไปนี้ ผลการใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยหาค่า E_1/E_2

สูตร

$$E_1 = \frac{\sum X}{N} \times 100 (\text{คะแนนแบบทดสอบก่อนชมวิดีโอ})$$

$$E_2 = \frac{\sum Y}{N} \times 100 (\text{คะแนนแบบทดสอบหลังชมวิดีโอ})$$

เมื่อ

E_1 = ประสิทธิภาพของกระบวนการ คิดเป็นร้อยละจากการทำแบบทดสอบก่อนชมวิดีโอ

E_2 = ประสิทธิภาพของกระบวนการ คิดเป็นร้อยละจากการทำแบบทดสอบหลังชมวิดีโอ

X = คะแนนรวมของนักท่องเที่ยวก่อนจากการทำแบบทดสอบก่อนชมวิดีโอ

Y = คะแนนรวมของนักท่องเที่ยวก่อนจากการทำแบบทดสอบหลังชมวิดีโอ

N = จำนวนนักท่องเที่ยวที่ชมวิดีโอ

A = คะแนนรวมเต็มของแบบทดสอบก่อนชมวิดีโอ

B = คะแนนรวมเต็มของแบบทดสอบหลังชมวิดีโอ

การหาค่าเฉลี่ยของคะแนน

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

1.ค่าเฉลี่ยของคะแนนทดสอบก่อนชมวิดีโอ

$$\bar{X}_1 = \frac{\sum X_1}{n_1}$$

2.ค่าเฉลี่ยของคะแนนทดสอบหลังชมวิดีโอ

$$\bar{X}_2 = \frac{\sum X_2}{n_2}$$

ทั้งนี้ใช้โปรแกรมคำนวณทางสังคมศาสตร์ SPSS version 9 วิเคราะห์จากการทดสอบทางด้าน การรับรู้ด้านเนื้อหาและความพึงพอใจจากการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งจะนำไปอภิปรายต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อสร้างสื่อวีดิทัศน์เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อหาประสิทธิภาพของวีดิทัศน์ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่สร้างขึ้นและเปรียบเทียบผลการทดสอบก่อนการชมวีดิทัศน์กับและหลังชม และเพื่อประเมินศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ที่สร้างขึ้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 หาประสิทธิภาพของวีดิทัศน์ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่สร้างขึ้นโดยใช้เกณฑ์มาตรฐาน 80/80 (ตารางที่ 1)

ตอนที่ 2 เปรียบเทียบผลการทดสอบก่อนการชมวีดิทัศน์ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และหลังชมวีดิทัศน์ (ตารางที่ 2)

ตอนที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่สร้างขึ้น (ตารางที่ 3)

ตอนที่ 1 หาประสิทธิภาพของวีดิทัศน์ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่สร้างขึ้นโดยใช้เกณฑ์มาตรฐาน 80/80

ผู้วิจัยได้นำวีดิทัศน์ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่สร้างขึ้นไปทดลองหาประสิทธิภาพกับนักท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มทดลองจริง เป็นกลุ่มทดลองเครื่องมือ โดยใช้เกณฑ์มาตรฐาน 80/80 มีผลการทดลองดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการหาประสิทธิภาพของวิดิทัศน์เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ประสิทธิภาพ	คะแนนทดสอบก่อนชมวิดิทัศน์				คะแนนทดสอบหลังชมวิดิทัศน์			
	เต็ม(20)	รวม	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	เต็ม(20)	รวม	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
วิดิทัศน์	500	401	16.04	80.20	500	422	16.88	84.40

จากตารางที่ 1 ผลการหาประสิทธิภาพของวิดิทัศน์เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่สร้างขึ้น ปรากฏว่า คะแนนแบบทดสอบก่อนชมวิดิทัศน์มีคะแนนเฉลี่ย 16.04 คิดเป็นร้อยละ 80.20 ส่วนคะแนนแบบทดสอบหลังชมวิดิทัศน์มีคะแนนเฉลี่ย 16.88 คิดเป็นร้อยละ 84.40 แสดงว่า วิดิทัศน์ที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน ที่ระดับ 80.20/84.40 สรุปได้ว่า วิดิทัศน์เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่สร้างขึ้นนี้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80

ตอนที่ 2 เปรียบเทียบผลการทดสอบก่อนการชมวิดิทัศน์ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และหลังชมวิดิทัศน์

ผู้วิจัยได้นำวิดิทัศน์ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่สร้างขึ้นไปทดสอบกับนักท่องเที่ยวที่ลงทะเบียนกับกรมป่าไม้ในอุทยานแห่งชาติคอนอินทนนท์ จำนวน 120 คน มีผลการทดสอบ ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบผลการทดสอบก่อนการชมวิดิทัศน์ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และหลังชมวิดิทัศน์

กลุ่มทดสอบ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T	Sig.
ก่อนชม	120	6.92	2.84	10.972	.000
หลังชม	120	12.27	4.91		

จากตารางที่ 2 พิจารณาจากคะแนนผลสัมฤทธิ์ก่อนการชมของนักท่องเที่ยวที่ได้ชมวิดิทัศน์ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.92 ส่วนคะแนนเฉลี่ยหลังการชมได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12.27 ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย พบว่า ค่า $t = 10.972$ และ ค่า $Sig. = .000 < .05$ แสดงว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มทดลองก่อนและหลังชมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่า ผลการทดลองของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ผลการประเมิน
1. เนื้อหาเหมาะสมกับผู้ชม	3.38	0.93	ปานกลาง
2. ตรงตามวัตถุประสงค์	3.33	0.95	ปานกลาง
3. ความน่าสนใจ	3.63	1.00	มาก
4. การสื่อความหมายชัดเจน	3.53	1.02	มาก
5. ภาษาที่ใช้เหมาะสม	3.43	1.01	ปานกลาง
6. เนื้อหาสาระถูกต้องเหมาะสม	3.19	1.08	ปานกลาง
7. ความเหมาะสมของเวลา	3.27	1.04	ปานกลาง
8. ความต่อเนื่องของเนื้อหา	3.36	1.07	ปานกลาง
9. ความชัดเจนของภาพ	3.30	1.05	ปานกลาง
10. สีต้นเหมาะสม	3.33	1.06	ปานกลาง
11. เสียงบรรยาย	3.18	1.04	ปานกลาง
12. การเคลื่อนไหวของภาพ	3.31	1.02	ปานกลาง
13. ไตเติลและแคปชั่น	3.58	1.19	มาก
14. ขนาดของภาพและตัวอักษร	3.08	1.17	ปานกลาง
15. ความสัมพันธ์ของภาพและเสียง	3.10	1.20	ปานกลาง
รวมคะแนนเฉลี่ย	3.33	1.05	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยรวมทั้งฉบับเท่ากับ 3.33 โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจใน ความน่าสนใจ การสื่อความหมายชัดเจน ไตเติลและแคปชั่น โดยเฉลี่ยแล้ว

อยู่ในระดับมาก ส่วนความน่าสนใจเรื่องอื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (experimental research) โดยใช้รูปแบบ Randomized control-group pre-test post-test design เพื่อสร้างทัศนคติท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลอดจนหาประสิทธิภาพของทัศนคติที่สร้างขึ้น และเพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อทัศนคติท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สร้างขึ้น

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สร้างขึ้นเพื่อเผยแพร่ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านการตลาดการท่องเที่ยวและด้านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด
2. เปรียบผลการทดสอบก่อนชมทัศนคติที่สร้างขึ้นกับหลังชม ปรากฏว่า มีคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อทัศนคติที่สร้างขึ้นนั้นอยู่ในระดับ ปานกลาง ซึ่งใกล้เคียงกับตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยตั้งไว้

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สรุปได้ว่า ทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่สร้างขึ้น มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด เมื่อนำผลการทำแบบทดสอบเพื่อเผยแพร่ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านการตลาดการท่องเที่ยวและด้านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ก่อนการชมมาเปรียบเทียบกัน ปรากฏว่า กลุ่มทดสอบที่ได้ชมทัศนคติการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่สร้างขึ้น นั้น มีผลการทดสอบแตกต่างกับผลการทดสอบก่อนชมอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อย่างไรก็ตาม ผลของการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อทัศนคติ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นั้น ปรากฏว่าคะแนนโดยเฉลี่ยทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการชมทัศนคติ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในครั้งนี้ โดยนักท่องเที่ยวมีความ

พึงพอใจใน ความน่าสนใจ การสื่อความหมายชัดเจน ใต้อะไหล่และแคปชั่น ซึ่งสอดคล้องกับ ภาพนาพรหมสาขา ณ สกลนคร (2531) การเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ที่ได้จากสื่อวีดิทัศน์ที่มีเสียงประกอบ คำบรรยาย อักษรประกอบมีผลของจุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรมสูงกว่ากลุ่มอื่นที่ไม่ใช้สื่อ อย่างไรก็ตามมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อสังเกตว่า คณะกรรมการทดสอบการชมวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก่อนชมวีดิทัศน์และหลังชมวีดิทัศน์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีประสิทธิภาพ เพราะหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้ชมวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แล้วได้รับความรู้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับคำกล่าว วรพงศ์ ดติยวรนันท์ (2528) การรับรู้ของนักเรียนที่เรียนจากสื่อวีดิทัศน์มีผลสัมฤทธิ์ทางการรับรู้ที่สูงกว่านักเรียนที่เรียนกับแบบปกติ พร้มเพรา พลัฒลา (2542) วีดิทัศน์มีประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ทางการรับรู้สูงกว่า ซึ่งแตกต่างกับนักเรียนที่เรียนจากหนังสือปกคิอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติอีกทั้งความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อวีดิทัศน์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

อนึ่ง วีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สามารถนำไปเผยแพร่ได้ สอดคล้องกับคำกล่าว ลักนา ศรีสวัสดิ์ (2529) ปัจจุบันสื่อวีดิทัศน์มีบทบาทโน้มน้าวใจหรือชักจูงกลุ่มผู้ชม โดยมีควาหลากหลายในด้านเนื้อหาสาระและเพิ่ม โอกาสสำหรับการศึกษาและแสวงหาความรู้และจะมีบทบาทในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆทั้งของรัฐและเอกชน ไปสู่ประชาชน

จากการทดสอบจึงสรุปได้ว่า วีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่สร้างขึ้นมีผลต่างระหว่างก่อนชมและหลังชมวีดิทัศน์ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและสนใจมากขึ้น โดยมีความสนใจในระดับปานกลาง จึงสามารถนำไปเผยแพร่สู่สาธารณะชนได้

5.3 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ควรนำวีดิทัศน์เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ร่วมกับสื่ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แผ่นพับ ใบปลิว หรือเอกสารการท่องเที่ยวยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การศึกษาแก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และให้มีความสำนึกที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1. ควรทำการศึกษาถึงการท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ เช่น การเที่ยววัฒนธรรม โบราณสถาน การท่องเที่ยวการเกษตร
2. ควรพิจารณาหาเทคนิคการสร้างและการตัดต่อ เพื่อส่งผลให้การสื่อความหมายของเนื้อหาเชื่อม โยงกันได้ดี

3. ควรศึกษาเรื่องระยะเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้ครอบคลุมรายละเอียด และสื่อสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้มีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

ภาคผนวก

ผนวก ก

ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. เนื้อหาความรู้ที่ได้รับ	4.08	0.87
2. ความน่าสนใจของเนื้อเรื่อง	4.05	0.62
3. เนื้อเรื่องเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้	3.83	0.64
4. เนื้อหาถูกต้องชัดเจน	3.80	0.86
5. ความยาวของเรื่องเหมาะสม	4.03	0.76
6. รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ	4.02	0.75
7. ความน่าสนใจของภาพ	4.10	0.75
8. ความชัดเจนของภาพ	4.20	0.75
9. ภาพสีสันท่าสนใจ	3.90	0.73
10. ภาพสื่อความหมายชัดเจน	4.13	0.75
11. ภาพที่มีความต่อเนื่อง	4.13	0.70
12. ภาพตัวละครเหมาะสม	4.07	0.69
13. เสียงประกอบชัดเจน	4.15	0.66
14. เสียงบรรยายสนุกสนานชัดเจน	4.07	0.63
15. ต้องการให้นำมาฉายอีก	3.85	0.78
รวม	4.03	0.73

ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านที่มีต่อ
สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1.เนื้อหาความรู้ที่ได้รับ	4.20	0.84
2.ความน่าสนใจของเนื้อเรื่อง	4.40	0.89
3.เนื้อเรื่องเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้	4.40	0.89
4.เนื้อหาถูกต้องชัดเจน	4.00	1.22
5.ความยาวของเรื่องเหมาะสม	4.20	0.84
6.รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ	4.00	1.00
7.ความน่าสนใจของภาพ	3.80	1.10
8.ความชัดเจนของภาพ	4.20	1.10
9.ภาพสีทันน่าสนใจ	4.60	0.89
10.ภาพสื่อความหมายชัดเจน	4.00	0.71
11.ภาพที่มีความต่อเนื่อง	4.20	0.84
12.ภาพตัวละครเหมาะสม	4.40	0.89
13.เสียงประกอบชัดเจน	4.00	1.00
14.เสียงบรรยายสนุกสนานชัดเจน	3.80	0.84
15.ต้องการให้นำมาฉายอีก	4.40	0.89
รวม	4.17	0.93

ตารางแสดงค่าความยากง่าย (p) และค่าอำนาจจำแนก (r) แบบทดสอบ

ข้อที่	จำนวนคนที่ ตอบถูก	ร้อยละของผู้ที่ ตอบถูก	ร้อยละของผู้ที่ ตอบผิด	ถูกXผิด	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1	48	0.80	0.20	0.16	0.40
2	45	0.75	0.25	0.19	0.44
3	43	0.72	0.28	0.20	0.45
4	38	0.63	0.37	0.23	0.49
5	37	0.62	0.38	0.24	0.49
6	49	0.82	0.18	0.15	0.39
7	43	0.72	0.28	0.20	0.45
8	48	0.80	0.20	0.16	0.40
9	45	0.75	0.25	0.19	0.44
10	47	0.78	0.22	0.17	0.42
11	33	0.55	0.45	0.25	0.50
12	21	0.35	0.65	0.23	0.48
13	57	0.95	0.05	0.05	0.22
14	35	0.58	0.42	0.24	0.50
15	41	0.68	0.32	0.22	0.47
16	49	0.82	0.18	0.15	0.39
17	42	0.70	0.30	0.21	0.46
18	27	0.45	0.55	0.25	0.50
19	55	0.92	0.08	0.08	0.28
20	33	0.55	0.45	0.25	0.50
					11.19

ค่าระดับความยากง่าย (p) = .45-1.00 อำนาจจำแนกของแบบทดสอบ (r) = .70-.90

ได้แบบทดสอบ 20 ข้อที่ใช้ในการทดลอง

$$\text{ค่าระดับความยากง่าย (p)} = .45-.82$$

$$\text{ค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบ (r)} = .20-.70$$

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร} \quad r_u &= \frac{N [1 - \sum pq]}{(N-1) S^2} \\ &= \frac{20 [1 - 4.0192]}{19 \quad 17.5282} \\ &= 1.0526 (1 - 0.2293) \\ &= 0.8113 \end{aligned}$$

ผนวก ข

แบบประเมินผลการผลิตสื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ข้อที่	หัวข้อการประเมิน	1	2	3	4	5
1	เนื้อหาเหมาะสมกับผู้ชม					
2	ตรงตามวัตถุประสงค์					
3	ความน่าสนใจ					
4	การสื่อความหมายชัดเจน					
5	ภาษาที่ใช้เหมาะสม					
6	เนื้อหาสาระถูกต้องเหมาะสม					
7	ความเหมาะสมของเวลา					
8	ความต่อเนื่องของเนื้อหา					
9	ความชัดเจนของภาพ					
10	สีสันทันเหมาะสม					
11	เสียงบรรยาย					
12	การเคลื่อนไหวของภาพ					
13	ไตเติ้ลและแคปชั่น					
14	ขนาดของภาพและตัวอักษร					
15	ความสัมพันธ์ของภาพและเสียง					

ข้อเสนอแนะ

.....

ผู้เชี่ยวชาญ.....

ตำแหน่ง.....สถานที่ทำงาน.....

แบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. เนื้อหาความรู้ที่ได้รับ					
2. ความน่าสนใจของเนื้อเรื่อง					
3. เนื้อเรื่องเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้					
4. เนื้อหาถูกต้องชัดเจน					
5. ความยาวของเรื่องเหมาะสม					
6. รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ					
7. ความน่าสนใจของภาพ					
8. ความชัดเจนของภาพ					
9. ภาพสีสันทันน่าสนใจ					
10. ภาพสื่อความหมายชัดเจน					
11. ภาพที่มีความต่อเนื่อง					
12. ภาพตัวละครเหมาะสม					
13. เสียงประกอบชัดเจน					
14. เสียงบรรยายสนุกสนานชัดเจน					
15. ต้องการให้นำมาฉายอีก					

ความคิดเห็นอื่นๆ

.....

แบบทดสอบ เนื้อหา วิทัศน์ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นส่วนหนึ่งที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวชนิดใด

- ก. การท่องเที่ยวแบบชั่วคราว
- ข. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
- ค. การท่องเที่ยวแบบศึกษาธรรมชาติ
- ง. การท่องเที่ยวแบบศึกษาวัฒนธรรม

2. หน่วยงานใดมีส่วนร่วมดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้เป็นรูปธรรมมากที่สุด

- ก. กรมประชาสัมพันธ์
- ข. กรมทรัพยากรธรณี
- ค. กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม
- ง. กรมป่าไม้

3. กิจกรรมใดไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

- ก. คำน้ำชมปะการัง
- ข. คุณกัวยกกล้องส่องทางไกล
- ค. ล่องแพไม้ไผ่
- ง. ชมวัฒนธรรมชาวกระเหรี่ยง

4. กิจกรรมใดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ถูกต้อง

- ก. การเดินศึกษาธรรมชาติโดยการเก็บตัวอย่างพันธุ์ไม้ในป่า
- ข. การเดินศึกษาธรรมชาติโดยขับรถบุกเข้าไปเพื่อประหยัดเวลา
- ค. การเดินศึกษาธรรมชาติโดยมีซากนกเป็นตัวอย่างในการดูนก
- ง. การล่องแก่งด้วยเรือยาง

5. ป่าพรุโต๊ะแดงมีอีกชื่อหนึ่งว่าอะไร

- ก. ป่าพรุธรรมชาติ
- ข. ป่าพรุสิรินธร
- ค. ป่าพรุศิริกิต
- ง. ป่าพรุเฉลิมพระเกียรติ

6. เส้นทางศึกษาธรรมชาติ อ่างกาอยู่ที่อุทยานใด

- ก. อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
- ข. อุทยานแห่งชาติห้วยขาแข้ง
- ค. อุทยานแห่งชาติคอกยอินทนนท์
- ง. อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน

7. เส้นทางศึกษาธรรมชาติทุ่งเตียวอยู่จังหวัดใด

- ก. กระบี่
- ข. พังงา
- ค. ภูเก็ต
- ง. กาญจนบุรี

8. เส้นทางศึกษาธรรมชาติทุ่งเตียวมีลักษณะอย่างไร

- ก. ป่าที่ราบสูง
- ข. ป่าที่ราบต่ำ
- ค. ป่าดงดิบ
- ง. ป่าสน

9. องค์กรใดมีส่วนเกี่ยวข้องและได้รับประโยชน์มากที่สุดจากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

- ก. โรงเรียน
- ข. กรมป่าไม้
- ค. ชุมชน
- ง. นักท่องเที่ยว

10. หน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญของหมู่บ้านคีรีวงคือหน่วยงานใด

- ก. องค์กรบริหารส่วนตำบล
- ข. องค์กรบริหารส่วนจังหวัด
- ค. องค์กรบริหารส่วนอำเภอ
- ง. ถูกทุกข้อ

11. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบศึกษาความเป็นอยู่ของชุมชนชาวประมงคือที่ใด
- ชุมชนชาวประมงเกาะเสม็ด
 - ชุมชนชาวประมงเกาะกูด
 - ชุมชนชาวประมงเกาะสมุย
 - ชุมชนชาวประมงเกาะยาว
12. สถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนมีส่วนผลักดันเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างไร
- จัดสัมมนาทางการท่องเที่ยว
 - เปิดอบรมมัคคุเทศก์ เปิดสอนหลักสูตรการท่องเที่ยวและการโรงแรม
 - จัดตั้งชมรมอนุรักษ์ธรรมชาติ
 - จัดนำเที่ยวสถานที่ต่างๆ
13. ชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อ.อุ้มผาง จ.ตาก เกิดจากหน่วยงานใด
- นักศึกษา
 - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 - ชุมชน
 - บริษัทนำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
14. อะไรคือส่วนประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- เทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์/ภูมิศาสตร์/ธรรมชาติ
 - ประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม/ประเพณี/ธรรมชาติ
 - วัฒนธรรม/ประเพณี/ชุมชน/เทคโนโลยี
 - ชุมชน/ภูมิศาสตร์/วัฒนธรรม/ประเพณี
15. ข้อควรปฏิบัติขณะไปท่องเที่ยวต้องแก่ควรเป็นอย่างไร
- ใช้เรือยาง
 - ใช้แพไม้ไผ่
 - ใช้โฟมเป็นแพ
 - ใช้เรือยนต์

16. โครงการการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติจัดขึ้นเพื่อเชื่อมโยงระหว่างใคร

- ก. ชุมชนเมือง - ชุมชนชนบท
- ข. ชุมชนเมือง - ชุมชนเมือง
- ค. ชุมชนชนบท - ชุมชนชนบท
- ง. หน่วยงานของรัฐ - ชุมชนชนบท

17. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จะบรรลุความวัตถุประสงค์ได้ด้วยการร่วมมือจากใครบ้าง

- ก. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ข. นักท่องเที่ยว
- ค. ชุมชน
- ง. ถูกทุกข้อ

18. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จัดทำเพื่อใครมากที่สุด

- ก. นักท่องเที่ยว
- ข. รัฐ
- ค. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ง. บริษัททัวร์

19. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีกี่ประเภท

- ก. 1
- ข. 2
- ค. 3
- ง. 4

20. องค์กรใดดูแลโครงการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

- ก. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ข. กระทรวงวิทยาศาสตร์
- ค. กรมป่าไม้
- ง. ทบวงมหาวิทยาลัย

ผนวก ค.

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญการประเมินสื่อ

1. คุณวิจิต พัฒนโกศัย
ผู้อำนวยการสำนักอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้
2. คุณร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ
ผู้ช่วยผู้อำนวยการกองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. คุณภัคดีพงษ์ มาสศิริตัน
กรรมการผู้จัดการ บริษัทเอ็ทเซเทรา จำกัด
4. คุณจันทร์จิรา แผ่สุวรรณ
กรรมการผู้จัดการ บริษัทเฮอริมีส จำกัด
5. คุณประคอง ศรีนันท์
Sound Engineer บริษัทลัมมินารี จำกัด



ที่ ม.กร.1510/14

4 กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ประเมินผลสื่อวีดิทัศน์

เรียน คุณวิจิต พัฒน์โกศล

ผู้อำนวยการสำนักอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้

ด้วยนายภูวิส หล่อกำหนด รหัสประจำตัว 4204-1005 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ ผลการใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ” โดยมี รศ.สมคิด ธีรศิลป์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและรศ.ดร.วิญญู สุวรรณเพิ่ม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้จำเป็นต้องประเมินผลสื่อวีดิทัศน์และได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษในการประเมินผลสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นักศึกษาผลิตขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความร่วมมือด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ)

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร.0-2970-5820 ต่อ 652-3

โทรสารต่อ 628



ที่ ม.กร.1510/ 16

4 กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ประเมินผลสื่อวีดิทัศน์

เรียน คุณรำไพพรรณ แก้วสุริยะ
ผู้อำนวยการกองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ด้วยนายภูวิศ หล่อกำหนด รหัสประจำตัว 4204-1005 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ ผลการใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ” โดยมี รศ.สมคิด ชีรศิลป์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและรศ.ดร.วิษณุ สุวรรณเพิ่ม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้จำเป็นต้องประเมินผลสื่อวีดิทัศน์และได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษในการประเมินผลสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นักศึกษาผลิตขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความร่วมมือด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ คงยิ่งศิริ)

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย
โทร.0-2970-5820 ต่อ 652-3
โทรสารต่อ 628



ที่ ม.กร.1510/15

4 กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ประเมินผลสื่อวีดิทัศน์

เรียน คุณภักดีพงษ์ มาสศรีรัตน์

กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็มเซเทรา จำกัด

ด้วยนายภูวิส หล่อกำเนิด รหัสประจำตัว 4204-1005 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ ผลการใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ” โดยมี รศ.สมคิด ธีรศิลป์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและรศ.ดร.วิษณุ สุวรรณเพิ่ม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้จำเป็นต้องประเมินผลสื่อวีดิทัศน์และได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษในการประเมินผลสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นักศึกษาผลิตขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความร่วมมือด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ คงยิ่งศิริ)

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร.0-2970-5820 ต่อ 652-3

โทรสารต่อ 628



ที่ ม.กร.1510/ 12

4 กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ประเมินผลสื่อวีดิทัศน์

เรียน คุณจันทร์จิรา แผลสุวรรณ
กรรมการผู้จัดการ บริษัทเฮอริมีส จำกัด

ด้วยนายภูวิส หล่อกำเนิด รหัสประจำตัว 4204-1005 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ ผลการใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ” โดยมี รศ.สมคิด ธีรศิลป์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและรศ.ดร.วิษณุ สุวรรณเพิ่ม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้จำเป็นต้องประเมินผลสื่อวีดิทัศน์และได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษในการประเมินผลสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นักศึกษาผลิตขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความร่วมมือด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ คงอังกศิริ)

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร.0-2970-5820 ต่อ 652-3

โทรสารต่อ 628



ที่ ม.กร.1510/13

4 กุมภาพันธ์ 2546

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ประเมินผลสื่อวีดิทัศน์

เรียน คุณประคอง ศรีนันท์

Sound Engineer บริษัทลัมมินารี จำกัด

ด้วยนายภูวิศ หล่อกำเนิด รหัสประจำตัว 4204-1005 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ ผลการใช้สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ” โดยมี รศ.สมคิด ธีรศิลป์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและรศ.ดร.วิษณุ สุวรรณเพิ่ม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้จำเป็นต้องประเมินผลสื่อวีดิทัศน์และได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษในการประเมินผลสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นักศึกษาผลิตขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความร่วมมือด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ คงยิ่งศิริ)

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร.0-2970-5820 ต่อ 652-3

โทรสารต่อ 628

ผนวก ง.

บทสารคดีวิทัศน์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
ความยาวประมาณ 12 นาที

ภาพ	เสียง
-----	-------

Introduction (ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว และการเปลี่ยนแปลง)

1. B/C คำ SUPER ชื่อเรื่อง "....."

SFX...เสียงหวูดรถไฟ และเสียงล้อที่แล่นไปบนราง

...FADE OUT ชื่อเรื่อง...

2. ภาพ - LS รถไฟออกจากอุโมงค์ แล่นผ่านกล้อง

- CU ภาพล้อรถไฟขณะแล่นบนราง

- FADE BLACK

3. ภาพ - CU ภาพเท้าเหยียบพื้นเห็นรอยเท้า

มากมาย ค่อย ๆ เพิ่มจำนวนขึ้น

- CU ล้อรถยนต์ที่แล่นทับพื้นธูปไม้

- MS ชายคนหนึ่งกำลังเดินคืบหน้า

แล้วทิ้งขวดพลาสติกไว้ในป่า

- LS ชายคนเดิมเดินมาที่เดินที่ นั่งลง

- CU ไปที่กระเป๋ามือหยิบซากนกป่า

ออกมา

- CU / SHIFT FOCUS จากซากนก

ไปที่หน้าคน

- MS กล้องตามชาวบ้าน FOCUS

ที่มีมือถือมีด

- MS คนกำลังตัดต้นไม้ ZOOM IN

ไปที่คมมีด กับต้นไม้

มนต์เสน่ห์แห่งความงดงามของธรรมชาติ และ

มนต์ขลังแห่งความศักดิ์สิทธิ์ของอารยธรรมอันเก่าแก่

เข้าชวนใจนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลก ให้มาชื่นชม

แต่ไม่เพียงเท่านั้นหลายต่อหลายครั้งพวกเขาได้ทิ้งร่องรอย

ไว้แทนความสวยงาม และสภาพดั้งเดิมซึ่งเคยปรากฏอยู่

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ จะมีผู้ใดบ้างรู้สึกเสียดายใน

สิ่งที่สูญเสียไปแล้วอย่างไม่มีวันหวนคืนกลับมาได้อีก

เสียงประกอบ...เสียงตามภาพ

ภาพ

เสียง

- MS กอไม้ที่ถูกตัดจนเห็นเคียนเคียน
- MS คนปล่อยแพไม้ไผ่ ลงน้ำ
และปล่อยให้ลอยผ่านกล้องไป
เหลือแค่พื้นผิวน้ำ
- DISSOLVE กับผิวน้ำทะเล
- CU เคลื่อนกล้องแทนสายคานักค้ำน้ำ
ขึ้นเข้ามาหากล้อง
- MS นักค้ำน้ำกำลังขึ้นมือเข้าไปใกล้
ปะการัง
- DISSOLVE กล้อง CU ได้ผิวน้ำเห็นฟอง
คลื่น
- DISSOLVE กล้อง CU บนฝั่งเห็นคลื่น
กระทบฝั่ง
- ZOOM OUT / PAN ไปที่ชายฝั่งเห็น
นักท่องเที่ยวได้เสื้อกั๊กชูชีพกางเกงขาสั้น
(ซึ่งเป็นการแต่งกายที่ไม่เหมาะสมกับ
วัฒนธรรมของชุมชน) คนตัวเกาะ
- CU มือหัวตัวเกาะที่เป็นอุปกรณ์
เกี่ยวกับการคุ้มครอง เช่น ถุงมือ
กระดิกน้ำแข็ง เดินหลุด FRAME ไป
- LS กล้องรับภาพกลุ่มนักท่องเที่ยว
เดินเข้าไปในหมู่บ้านชุมชนมุสลิม
- LS โบราณสถานแห่งหนึ่ง มีกลุ่มนัก
ท่องเที่ยวจอร์เจียนเสื้อสูทเข้ามาใน
FRAME
- MS กลุ่มนักท่องเที่ยวกำลังจะจอร์จอร์เจียน

เสียงประกอบเสียงตามภาพ

ภาพ	เสียง
-----	-------

- CU ส่วนใดส่วนหนึ่งของจักรยาน
- กระแทกกับโบราณสถาน
- “ใช้เทคนิคการตัดต่อเพื่อเปลี่ยนสีและ
- การเคลื่อนไหวของภาพ”

4. ภาพธรรมชาติที่ไม่สมบูรณ์

- ใบไม้แห้งปลิวลงมาจากต้น
- ตกลงบนพื้นดิน
- ซากต้นไม้ฮินคาบ
- ร่องรอยการทำลายป่าไม้
- ถ้ำธารแห้งขอค

5. ภายในหมู่บ้าน ผู้เฒ่านั่งอยู่ ล้อมรอบ

ห้วยเล็ก ๆ

(หมู่บ้านเกาะยาว)

- DISSOLVE ภาพความเป็นอยู่ของ
- ชาวบ้าน เช่น การทำประมงพื้นบ้าน
- และประเพณีประจำหมู่บ้านที่เกี่ยวข้อง
- เนื่องกับธรรมชาติ

6. DISSOLVE / CU ใบหน้าผู้เฒ่า

- CU ใบหน้าคึกๆ ที่ฟังอย่างตั้งใจ
- DISSOLVE ภาพ สิ่งปลูกสร้าง
- ตามความเชื่อ และวิถีการดำเนิน
- ชีวิต
- DISSOLVE ภาพงานสถาปัตยกรรม
- ที่ประณีตวิจิตรบรรจง

เสียงคร่ำครวญของสรรพชีวิตล่องลอยมาตาม

สายลม ร่ำร้องถึงวันเวลาอันผ่านล่วงเลยมาแล้วที่
ผืนดินแห่งนี้เคยเป็นอาณาจักรแห่งความหลากหลาย
ทางชีวภาพของพืชพรรณ และสรรพสัตว์ บ่งบอก
ถึงความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ อังคางม และ
นำอิศวรรย์

ผู้เฒ่าเล่าถึงเรื่องราวที่ฝังอยู่ในความทรงจำ ครั้งหนึ่ง
วิถีชีวิตความเป็นอยู่นั้นเรียบง่าย มีความสัมพันธ์อย่าง
ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ โดย
คำนึงถึงความสมดุลของระบบนิเวศน์

ผู้เฒ่ายังคงต่อไปอีกว่า ความเชื่อ ความศรัทธา

และวิถีการดำเนินชีวิตที่ผูกพันอย่างลึกซึ้งกับชาตินั้น
ก่อให้เกิดสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งหลายแห่งเป็นงาน
สถาปัตยกรรมที่ประณีตวิจิตรบรรจง เพื่อใช้เป็นสถานที่
ประกอบกิจกรรม พิธีกรรมต่าง ๆ อันแสดงถึงเอกลักษณ์
ของชาติ และบ่งบอกถึงเรื่องราวสำคัญ ในประวัติศาสตร์

ภาพ	เสียง
-----	-------

- DISSOLVE / CU ใบหน้าเด็กสีหน้า
ครุ่นคิด

- DISSOLVE ภาพการซื้อขายสินค้าที่
เกิดจากการทำลายธรรมชาติ

- DISSOLVE ภาพวัฒนธรรมความเป็นอยู่
ของคนในท้องถิ่นที่เปลี่ยนไป

(ภาพ B/G เป็นภาพโบราณสถาน)

เช่น การแย่งขายสินค้าแก่นักท่องเที่ยว

- DISSOLVE ภาพโบราณวัตถุสถานถูก

ทำลาย เช่น รอยขูดขีด รอยแตกหักของวัตถุ
ที่เกิดจากความเลินเล่อของนักท่องเที่ยว

7. ภาพธรรมชาติ วิถีชีวิต และ โบราณวัตถุ

สถานที่เสื่อมโทรม

** ใช้การเทคนิคการเปลี่ยนสีภาพ

เป็นสีโทนร้อนเน้นการสูญเสีย**

เด็กน้อย ครุ่นคิดถึงสิ่งต่าง ๆ ที่ได้ฟังจากผู้เฒ่า

ซึ่งภาพปรากฏของสิ่งเหล่านั้น นับวันยิ่งจะ ลมเปลี่ยน

ไปพร้อมกับวันเวลาที่ล่วงเลย

แม้ว่าหลายสิ่งหลายอย่าง ได้สูญเสียไปอย่างไม่อาจ

หวนคืนมาได้เหมือนเดิมอีก แต่ก็ถือเป็นบทเรียนอัน

มีค่าสำหรับมนุษย์ ที่ต้องตระหนักถึงความสำคัญของ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกครั้ง

คนศรี...

8. ภาพแหล่งท่องเที่ยว (โทนสีธรรมชาติ)

- ภาพแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ
มีเจ้าหน้าที่ของกรมป่าไม้กำลังตรวจ
พื้นที่ (เป็นขั้นตอนการวางแผน)

- CU ไปที่แผนที่หรือแปลนงาน

- DISSOLVE กับ ภาพ CU แผนที่

หรือแปลนงานของเจ้าหน้าที่ ททท.

หรือ หน่วยงานต่าง ๆ

- ZOOM OUT / LS บรรยากาศการประชุม

การที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ สามารถดำรง

อยู่อย่างยั่งยืนได้นั้น จำเป็นที่ต้องเข้าใจเสียก่อนว่า

คุณค่า หรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวต่อระบบ

ธรรมชาติ วัฒนธรรม และความต้องการของชุมชน

จะสามารถคงอยู่ควบคู่ไปกับการเอื้อประโยชน์ให้เกิดผล

ทางเศรษฐกิจทางการท่องเที่ยวด้วย

ภาพ	เสียง
-----	-------

Sequencel (ความหมายของ Ecotourism)

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>9. SUPER : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
(ECOTOURISM)</p> <ul style="list-style-type: none"> - BG เป็นภาพจักรยานเสือภูเขา - LS ภาพล่องแก่ง, ชี่ช้าง, เดินป่า
ดูนก (การอนุรักษ์) - DISSOLVE ภาพขี่จักรยานเสือภูเขา
ชมอุทยานประวัติศาสตร์ (แหล่งประวัติศาสตร์) - DISSOLVE ภาพประเพณีการชักพระ
และแข่งเรือยาว
(วัฒนธรรมและประเพณี) - DISSOLVE ภาพวิถีชีวิตของชาวกระเหรี่ยง
(โดยมุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับป่า) | <p>การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือการเดินทางไปยัง
สถานที่ท่องเที่ยว แห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์
เพื่อการศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลิน ไปกับทัศนียภาพ
สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของ
คนท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้ และความรับผิดชอบต่อ
ต่อระบบนิเวศน์</p> |
| <p>10. ภาพนักท่องเที่ยวที่ได้รับความ
สะอึกสะอากจากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้
เช่น จาก ทางเดินศึกษาธรรมชาติ ป่า
แนะนำแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการ
ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ที่ทำการอุทยาน
คำนำตรวจ ฯลฯ</p> | <p>ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น อาจจะมีการเสริมแต่ง
พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างสอดคล้อง
กลมกลืนกับธรรมชาติและวัฒนธรรมมากที่สุด</p> |
| <p>11. ภาพนักท่องเที่ยวในชุมชน เช่น
หมู่บ้านกระเหรี่ยง และหมู่บ้านคีรีวง
- นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าหัตถกรรม
จากชาวบ้าน (ประโยชน์ทางตรง)
- ภาพนักท่องเที่ยวได้รับการต้อนรับที่
อบอุ่นจากชาวบ้าน เช่นการจัดเลี้ยง
ขันโตก (ประโยชน์ทางอ้อม)</p> | <p>การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นส่วนหนึ่งที่จะนำไป
สู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และไม่ทำให้ทรัพยากร
ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม ในขณะที่เดียวกันก็
จะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรง และทางอ้อม</p> |

ภาพ	เสียง
-----	-------

Sequence 2 (การสร้างสรรค์ Ecotourism)

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>13. LS ภาพป่าพรุ (สภาพทั่วไปและลักษณะเด่นของป่า)</p> <ul style="list-style-type: none"> - LS ภาพป่าพรุ ในสภาพที่มีการจัดเตรียมพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว - MS ภาพป้ายชื่อ ศูนย์วิจัยและศึกษาธรรมชาติป่าพรุสิรินธร - LS ภาพภายนอกและภายในศูนย์วิจัยฯ - LS ภาพทางเดินศึกษาธรรมชาติ - CU ภาพธรรมชาติ และลักษณะเด่นๆ ของป่าพรุ | <p>ตัวอย่างของการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เป็นรูปธรรม คือการที่กรมป่าไม้ได้มีการเตรียมพื้นที่โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อที่จะเป็นสื่อเชื่อมโยงความเข้าใจระหว่างกัน ของผู้มาเยือนกับทรัพยากรท่องเที่ยว รวมถึงเข้าใจตัวเองอย่างแท้จริงด้วย</p> |
| <p>14. ภาพ MS เส้นทางศึกษาธรรมชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> - MS/CU สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ได้จัดสร้างขึ้น | <p>ป่าพรุสิรินธร หรือพรุโต๊ะแดง จังหวัดนราธิวาส มีการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติในป่าพรุ และสิ่งทีจัดสร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางเดิน ป้ายข้อมูล ม้านั่ง และถังขยะ มีความกลมกลืนกับสภาพธรรมชาติอย่างเหมาะสม (เสียงประกอบ มัคคุเทศก์ ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว)</p> |
| <p>15. ภาพ LS คอยอินทนนท์</p> <ul style="list-style-type: none"> - MS ความหลากหลายของพืชพรรณ - MS ลำธาร น้ำตก ถ้ำ - MS ความหลากหลายของพืชพรรณ - LS ป้ายอ่างกา ZOOM IN - MS ภาพนักท่องเที่ยวศึกษาธรรมชาติตามเส้นทางมีการอ่านป้ายและเอกสารประกอบ - CU ภาพดอกกุหลาบพันปี และข้าวตอกฤๅษี - MS ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว | <p>อุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ แหล่งศึกษาธรรมชาติที่อิงใหญ่และสมบูรณ์แบบบริเวณที่มีการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติคือ บริเวณอ่างกา ซึ่งมีคู่มือในการเดินชม ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ ระบบการอยู่ร่วมกันของพืช รวมถึงมีการจัดสร้างนิทรรศการอธิบายถึงสภาพป่าและสัตว์ป่า</p> |

ภาพ	เสียง
<p>16. ภาพ LS สภาพป่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - LS เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ - MS นักท่องเที่ยวสองคน - CU คู่มือ คัดสลับกับหน้านักท่องเที่ยว - แทนสายตาของนักท่องเที่ยว - PAN ไปรอบ ๆ ป่า 	<p>และทุ่งเคียว จังหวัดกระบี่ เป็นป่าที่ราบต่ำ มีการจัดสร้างทางเดินศึกษาธรรมชาติ พร้อมด้วยคู่มือเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้คู่มือนี้ท่องเที่ยวด้วยตนเองและสัมผัสกับความยิ่งใหญ่ของป่าอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น</p>
<p>17. ภาพนักท่องเที่ยวที่ชมวัฒนธรรมชุมชนต่าง ๆ (เช่น ชาวเขา, ชาวกระเหรี่ยง และชาวล)</p>	<p>อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญคือ จะทำอย่างไรให้ชุมชนเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เข้านั้นอย่างเต็มที่ รวมถึงยังคงทำให้คุณค่าของวิถีชีวิต และวัฒนธรรมชุมชนสามารถดำรงอยู่เป็นตัวแทนภาพชีวิตพื้นบ้าน ได้อย่างเด่นชัดเคียงคู่กับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามได้</p>
<p>18. ภาพวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน (หมู่บ้านคีรีวง)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาพครอบครัวช่วยกันทำงานดูแลพืชผล - ภาพการละเล่นหรือการใช้เวลาว่างในการกิจกรรมร่วมกันของชุมชน 	<p>ชุมชนจะเป็นผู้ตัดสินใจเองว่า พวกเขามีความพร้อมแล้วหรือยังที่จะเปิดชุมชนให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวและมีความเข้าใจว่า พวกเขาจะต้องมีอาชีพพื้นบ้านที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ อาชีพจากการท่องเที่ยวเป็นเพียงแค່รายได้ที่มาเสริมเท่านั้น รวมถึงความสามารถที่จะก้าวทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น และกำหนดทิศทางของตนเองได้</p>
<p>19. ภาพชาวบ้านรวมกลุ่มกันประชุมพูดคุยในบรรยากาศของชุมชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาพบรรยากาศของประชุม (มีเสียงบรรยากาศการประชุมประกอบ) - ภาพเจ้าหน้าที่อบต. นำนักท่องเที่ยวเข้าไปในหมู่บ้านคีรีวง - ภาพความสัมพันธ์อันดีระหว่าง 	<p>การร่วมมือกันจัดตั้งชุมชนเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังตัวอย่างการจัดตั้งชมรมท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์-บ้านคีรีวง ที่หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช เกิดขึ้นจากความสามัคคี และร่วมกันสร้างกลุ่มกิจกรรม ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์การบริหารส่วนตำบลหรือ อบต. หากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาอุทยานแห่งชาติเขาลงผิงบ้านคีรีวง จะต้องได้รับ</p>

ภาพ	เสียง
<p>นักท่องเที่ยวและชาวบ้าน (เช่น การพูดคุย ยิ้ม หัวเราะ) - ภาพนักท่องเที่ยวซื้อผลผลิตคิมมื่อ กลับไป</p>	<p>อนุญาตจากอบค.ก่อน เป็นการจับภาพหน้าที่ของ องค์กรชุมชนเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง ชาวบ้านซึ่งเป็น สมาชิกของชมรม จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว และเป็นผู้ที่ได้ประโยชน์สูงสุดจากการท่องเที่ยว</p>
<p>20. DISSOLVE ภาพท่องเที่ยวที่วิ่งกับ เกาะยาว TILT DOWN มาที่ทะเล - PAN มาที่เรือประมงชาวบ้านกำลัง หาปลา - DISSOLVE ภาพการร่วมกลุ่มกัน ของชาวบ้าน - DISSOLVE กลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่ง มี(.....ชื่อ.....) กำลังอธิบายและพูด คุยกับนักท่องเที่ยว</p>	<p>เสียงประกอบ...เสียงคลื่น และที่เกาะยาว จังหวัดพังงา อีกเช่นกันที่ชาวบ้าน ได้รวมตัวกันก่อตั้งชมรมชาวประมงพื้นบ้านอำเภอ เกาะยาวขึ้น เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และ สิ่งแวดล้อมชายฝั่ง ส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์นั้นชาวบ้าน ได้ร่วมกันจัดทำโครงการการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบ และได้ มีการวางแผนในการบริหารจัดการ และกิจกรรมท่องเที่ยว</p>
<p>21. ภาพกิจกรรมการอบรมและการปฏิบัติ งานนักศึกษาในสถาบันต่าง ๆ เช่น - มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ - มหาวิทยาลัยพายัพ</p>	<p>สถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐ และเอกชนใน ประเทศไทยก็มีส่วนผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์เป็นอย่างมาก มีการเปิดอบรมมัคคุเทศก์ และ เปิดสอนหลักสูตรการท่องเที่ยว และการโรงแรม โดยพยายามที่จะสอดแทรกแนวคิดการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ให้แก่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น</p>
<p>22. ภาพกิจกรรมการท่องเที่ยว - ภาพมัคคุเทศก์แนะนำนักท่องเที่ยว ก่อนออกเดินทาง - ภาพมัคคุเทศก์กับนักท่องเที่ยวใน ในกิจกรรมต่าง ๆ - ภาพการทำกิจกรรมของมูลนิธิพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว</p>	<p>บริษัทนำเที่ยว มีการค้นคว้า และประกอบธุรกิจ ในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มากขึ้น เช่น ธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับ Sea Canoe, ดำน้ำ เป็นต้น รวมถึง การรวมตัวกันของบริษัทนำเที่ยวในลักษณะ ชมรมสมาคม ซึ่งในปัจจุบันนี้มีชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่ตั้งห่าง จังหวัดคาท</p>

ภาพ	เสียง
-----	-------

- ภาพขบวนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
อุ้งผาง จังหวัดตาก

Seauence3 (เทคนิค Reverse แสดงจิตสำนึก และปฏิบัติการอนุรักษ์)

23. MS ภาพนักท่องเที่ยวกำลังเพลิดเพลิน
กับธรรมชาติ
CU ภาพมือนักท่องเที่ยวจับบันทึก
CU ป้ายความรู้ตามสถานที่ท่องเที่ยว
ต่าง ๆ (ธรรมชาติสวยงาม)
DISSOLVE / CU ภาพใบหน้านักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้มาจากเอกภาพของ
ธรรมชาติ ป่า แม่น้ำ ขุนเขา และสรรพสัตว์ ซึ่งล้อมรอบ
เราอยู่ งามยิ่ง ในคุณค่าแห่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม
ประเพณี และยังได้สัมผัสกับความสนุกสนาน ความพึงพอใจ
จนเกิดความประทับใจไปตราบนานเท่านาน

24. เทคนิค REVERSE

หมายเหตุ (ภาพต่อไปนี้จะเกี่ยวโยง ด้วยความสำนึก
จากช่วง INTRODUCTION ซึ่งจะแสดง
ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวในทางที่ถูกต้อง)
**ใช้เทคนิคการตัดต่อเพื่อเปลี่ยนสีและ
การเคลื่อนไหวของภาพ**

แต่ไม่มีสิ่งใดที่สำคัญไปกว่าการมีหัวใจเต็มเปี่ยมไป
และรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมและ
ระบบนิเวศน์ธรรมชาติ ซึ่งจะทำให้ทรัพยากรธรรมชาติ
และสิ่งแวดล้อมดำรงอยู่ชั่ววันรันคร์

- SHIFT FOCUS จากชายที่เดินอยู่ในป่า
มาที่ BG ชวนพลาสติกที่ทิ้งไว้ในป่า
- DISSOLVE LS ชายคนเดิมนั่งลงหน้า
ต้นไม้ในมือมีจากนกป่า
- CU / SHIFT FOCUS จากจากนกมาที่
หน้าคน...(จบการใช้เทคนิค)
- DISSOLVE นักท่องเที่ยวเข้าสู่ข้อมูล
เพื่อจะได้ปฏิบัติตัวอย่างถูกต้องในการเดินป่า,
การสาธิตการเดินทางเข้าป่าโดยวิทยากร
- ภายในห้องเรียนวิชาป่าภัยวิทยุทวนข.
นักศึกษากำลังเรียนภาคทฤษฎีโครงสร้าง

ภาพ

เสียง

ทางชีวภาพของนก, การฟังเสียงนกจากเทป

อาจารย์อธิบายวิธีการดูนก

- การศึกษาเรื่องนกในพื้นที่จริง
- CU ภาพเท่าที่เหยียบลงบนทางเดิน
- MS ชายคนเดิม (เปลี่ยนเครื่องแต่งกายใหม่ที่เหมาะสมกับการเดินป่า) คืบหน้าจากกระตักน้ำเดินป่าที่นำคิดค้นมา จากนั้นเก็บเข้าที่เดิม และหยิบกล่องดูนกออกมาจากกระเป๋าแล้วส่งดูนก

- CU นกบนต้นไม้

**ใช้เทคนิคการตัดต่อเพื่อเปลี่ยนสีและ

การเคลื่อนไหวของภาพ**

- MX คนปล่อยเพนกวินให้ลอยน้ำ

- MLS กอไม้ที่ถูกตัดจนเห็นเดือน

....(จบการใช้เทคนิค)

- ดูบลมเรือยาง, นักท่องเที่ยวสวมเสื้อและ

หมวกชูชีพ, การเรียนรู้การพายเรือ

- MS นักท่องเที่ยวที่สวมเสื้อชูชีพ

- CU ที่เห็นนักท่องเที่ยวสวม

รองเท้าที่ไม่เป็นอันตรายเวลาตกน้ำ

- MLS ธรรมชาติป่าและลำธารที่สวยงาม

- CUT ภาพใบไม้ลอยไปตามกระแสน้ำ

- DISSOLVE นักท่องเที่ยวปล่อยเรือลงน้ำ

- DISSOLVE ภาพเรือล่องลอยไปตาม

กระแสน้ำ และปล่อยให้ลอยผ่าน

กล่องไปเหลือแค่พื้นผิวน้ำ

** ใช้เทคนิคการตัดต่อเพื่อเปลี่ยนสีและ

การเคลื่อนไหวของภาพ **

ภาพ	เสียง
-----	-------

- CU FG ปะการัง มือของนักดำน้ำขึ้น
เข้ามาจับ
- DISSOLVE CU ปะการังที่ถูกทำลาย
โดยสมอเรือ...(จบการใช้เทคนิค)
- ภาพการฝึกอบรมวิธีการดำน้ำอย่างถูกวิธี
- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เขารู้เรื่องระบบนิเวศน์
ได้นำ จากสไลด์ หรือสื่ออื่น ๆ
- การผูกเรือกับทุ่น
- DISSOLVE กับฉิวทะเล
- CU เคลื่อนกล้องแทนสายคานำดำน้ำ
ลงไปได้นำ
- MS แทนมุมมองจากปะการัง เห็นมือ
นักท่องเที่ยวที่แนบถ้ำตัวขณะดำน้ำ
ว่ายผ่านไป
- ** ใช้เทคนิคการตัดต่อเพื่อเปลี่ยนสีและ
การเคลื่อนไหวของภาพ****
- LS กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่หัวสับการะสุรา
และมีการแต่งกายที่ไม่เหมาะสม กำลังเดิน
เข้าไปในชุมชนมุสลิม...(จบการใช้เทคนิค)
- มัคคุเทศก์ อธิบายถึงวิถีชีวิตของชุมชน
เกาะยาว รวมถึงข้อห้าม และข้อปฏิบัติของ
ชุมชนที่กระทำอย่างเคร่งครัด
- นักท่องเที่ยวอ่านป้ายห้ามต่าง ๆ และแผ่นพับ
- DISSOLVE กล้อง CU ได้ฉิวน้ำเห็นฟอง
คลื่น
- DISSOLVE กล้อง CU บนฝั่งเห็นคลื่น
กระทบฝั่ง
- ZOOM OUT / PAN ไปที่ชายฝั่งเห็น

ภาพ

เสียง

นักท่องเที่ยวแต่งกายอย่างเหมาะสม

เดินผ่านกล้องหูดเฟรม

- LS กล้องรับภาพกลุ่มนักท่องเที่ยว

เดินเข้าไปในหมู่บ้านชุมชนมุสลิม

- MS นักท่องเที่ยวสนใจในวัฒนธรรม

ของชุมชน

** ใช้เทคนิคการตัดต่อเพื่อเปลี่ยนสีและ

การเคลื่อนไหวของภาพ **

- MS กลุ่มนักท่องเที่ยวกำลังจะจอดรถจักรยาน

- CU ส่วนใดส่วนหนึ่งของจักรยาน

กระแทกกับโบราณสถาน... (จบการใช้เทคนิค)

- นักท่องเที่ยววางแผนที่เพื่อศึกษาเส้นทาง

(เส้นทางที่ไม่ทำลายสภาพธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อม)

- ภาพเตรียมความพร้อมของนักท่องเที่ยว

และอุปกรณ์

- นักท่องเที่ยวข้อมูลเกี่ยวกับโบราณสถาน

ประเพณี จากททท. สำนักงานภาค

- LS โบราณสถานแห่งหนึ่งมีกลุ่มนัก

ท่องเที่ยวเสื้อภูเขาเข้ามาในเฟรม

- MS กลุ่มนักท่องเที่ยวจอดรถในที่จอดรถ

- MS กลุ่มนักท่องเที่ยวกำลังในความสนใจ

ในเรื่องราวของโบราณสถานนั้น ๆ

** ใช้เทคนิคการตัดต่อเพื่อเปลี่ยนสีและ

การเคลื่อนไหวของภาพ **

(เกี่ยวข้องกับประเพณีลอยกระทงในการนำ

วัสดุธรรมชาติมาใช้แทนโพน)

ภาพ	เสียง
-----	-------

Conclusion (คุณค่าที่ก่อกำเนิดขึ้นอีกครั้ง)

25. DISSOLVE ภาพประเพณีชักพระ
ซึ่งหน่วยงานในภาครัฐ (ททท.)
เอกชน, ผู้ประกอบกิจการ, คนท้องถิ่น
นักท่องเที่ยว ร่วมมือกันจัดขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แม้เป็นเพียงรูปแบบหนึ่ง
ของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแต่ถ้าทุกฝ่าย
ที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานในภาครัฐ, เอกชน, ผู้ประกอบ
กิจการ และคนในท้องถิ่น รวมถึงนักท่องเที่ยวทุกคน
ให้ความร่วมมือกันแล้ว

26. ภาพสวยงามของธรรมชาติ
- ภาพวัฒนธรรมของชุมชนและประเพณี
- ภาพความงดงามของโบราณวัตถุสถาน

แผ่นดินแห่งนี้จะกลับมีชีวิตขึ้นมาอีกครั้ง ภายใน
อ้อมกอดแห่งชาติ และจะงดงามด้วยสีสันของ
วัฒนธรรมประเพณี, โบราณวัตถุสถาน ซึ่งจะ
ดำรงอยู่ชั่ววันรันคร์ เพื่อให้พวกเราได้ศึกษาเรียนรู้ เกิด
ความประทับใจและภาคภูมิใจสูงสุดในความเป็นคนไทย

*** อาจจะเป็น SUPER เป็นสโลแกนของ
การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์***
(LOGO ททท.)

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. เอกสารเผยแพร่,2539.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ปี พ.ศ. 2538-2539. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ,2539.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. การดำเนินงานเรื่อง Ecotourism ในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : อัมรินทร์พรินติ้งแอนพับลิชชิ่ง, (ม.ป.ป.),2540.

เกษม จันทร์แก้ว. วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร : อักษรสยามการพิมพ์,2524.

จันทร์ฉาย นามิษาการ. การผลิตรายการโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร. โอเคอินเตอร์,2532.

จุมพล รอดคำดี. เชื่อมโยงการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2532.

ดวงพร คำบุญวัฒน์และวาสนา จันทร์สว่าง. การสื่อสารการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด อินทิม้เทรด,2536.

คู่ย์ ชุมสาย มล. หลักวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แพรวพิทยา,2527.

ประคอง วรรณสุคร. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2530.

พรทิพย์ วรกิจ โภคาพร. การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์.

กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
,2530.

ไพโรจน์ ตรีธนากุลและนิพนธ์ สุกศรี. เทคนิคการผลิตรายการวิดีโอเทปเพื่อการศึกษา.

กรุงเทพมหานคร,2531

ยูวดี นิรัตน์ตระกูล. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนใน 36 ปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเทศไทย, หน้า 103. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ดอกเบี๋ย,2539.

ลดาวัลย์ ขมจินดา. การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์.

กรุงเทพมหานคร : กิ่งจันทร์การพิมพ์,2527.

ล้วน สายยศและอังศมา สายยศ. เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3.

กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ,2536.

วรรณพร วนิชขานุกร. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : Ecotourism. กรุงเทพมหานคร :

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2540.

วิภา อุดมพันธ์. การผลิตสื่อโทรทัศน์และวีดิทัศน์. กรุงเทพมหานคร :

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2538.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการ

การเพื่อกำหนดนโยบายท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศน์. กรุงเทพมหานคร :

กองบริการที่ปรึกษาศูนย์บริการวิชาการสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
แห่งประเทศไทย,2540.

สนั่น ปัทมะทิน. 2528. บทบาทและพิษสงของวิดีโอ. สื่อมวลชนปริทัศน์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 3

กันยายน 2528. กรุงเทพมหานคร : สถาบันพัฒนาการหนังสือพิมพ์ไทย,2528.

สมคิด ธีรศิลป์. การผลิตรายการโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร : กิ่งจันทร์การพิมพ์,2530.

สันศักดิ์ ภิบาลสุข. วิชาวิดิโอบักับการศึกษา. ในรวมบทความเกี่ยวกับเทคโนโลยีฯ และนวัตกรรมการศึกษา. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น,2527.

เสรี วังสีไพจิตร. จุดหักเหของอุตสาหกรรมนวนิวให้เกิดกระบวนการนิเวศน์วิทยาทางการเมือง. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล. วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร,2537.

อนันต์ธนา อังกินันท์. การผลิตและ การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง,2524.

อรรธรณ ปิลันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการ โน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2537.

เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์. การวิจัยเทคโนโลยีการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น,2537.

บทความในวารสาร นิตยสาร และหนังสือพิมพ์

ชยากรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. ผลกระทบด้านสังคม วัฒนธรรมและการเมืองจากการพัฒนาการท่องเที่ยว. จุลสารการท่องเที่ยว 15, 1 (มกราคม - มีนาคม) : 32-37,2539.

นวรรค์ ไกรพานนท์. นิเวศน์สัญจร กลยุทธ์ร่วมประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน. วารสารนิเวศน์วิทยา. 23, 1 (มกราคม – เมษายน 2539) : 31 – 32,2539.

ชวดี นิรัตน์ตระกูล. Eco-Tourism : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. จุลสารการท่องเที่ยว, หน้า 50-58. ปีที่ 14 เล่มที่ 3 (กรกฎาคม - กันยายน), 2538.

เอกสารอื่นๆ

รัชวิภา คาลตัน. “เอกสารสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย” .การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2540.

ชวตี นิรัตน์ตระกูล. “การดำเนินงานเรื่อง Ecotourism ในประเทศไทย”. ในเอกสารประกอบ
โครงการอบรมผู้นำเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์พิทักษ์ท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 6, หน้า 47-49
,2539.

ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ. “อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับความมั่นคงแห่งชาติ”.
เอกสารวิจัยส่วนบุคคล วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร,2529.

ธวัชชัย สันคศิริประภา. “การวางแผนผลิตเทปโทรทัศน์”.เอกสารประกอบการอบรม
หลักสูตรการผลิตเทปโทรทัศน์ทางการเกษตร รุ่นที่ 4 ณ ศูนย์ส่งเสริมการฝึกอบรม
การเกษตรแห่งชาติ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน,2528.

นันทวัน สุชาโต. “เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชา จิตวิทยาเพื่อการสื่อสาร”.
ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2538.

ทัศนัย สุนทรวิภาค. “พฤติกรรมและการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมือง
ไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ เมืองพัทยา”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2532.

นภค คลยสุวรรณ. “การศึกษาเปรียบเทียบผลการเรียนรู้จากรายการ โทรทัศน์ที่ไร้สิ่ง ช่วยจัดตั้ง
กัปก่อนการสอนด้วยเค้าโครงเรื่องที่เป็นภาพการบรรยายและอักษรบรรยาย”.ปริญญา
นิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีทางการศึกษา), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
,2529.

นฤพล โรหิตจันทร์.ง.ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้และทัศนคติ
เกี่ยวกับโครงการ รักเจ้าพระยาภิรมย์พิเศษ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร”.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ปนัดดา ภักดีภูวค. “ การสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับ
นักท่องเที่ยวของมัคคุเทศน์ไทย”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540

พจนา วาสิกรัตน์. การศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการชิงเอิร์ธ

ในการให้ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักเรียนมัธยมศึกษา
ตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2536.

พริ้มเพรา พลับพลา.” การสร้างวิทัศน์การดำเนินงานประกอบบทเรียนวิชาสร้างเสริมประสบ

การณ์ชีวิต เรื่อง พืช สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2”. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง,2542.

พีระนันท์ บุรณะโสภณ. “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วน

ร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2538.

ภาวนา พรหมาสาขา ณ สกลนคร.” การศึกษาเปรียบเทียบผลการเรียนรู้จากรายการ

โทรทัศน์การสอนที่ใช้ในการนำเรื่องต่างกัน”. ปริญญาโท กศ.ม.

(เทคโนโลยีทางการศึกษา), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร,2531.

เขาวนิศ เค็งไครรัตน์.” การศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคงทน

ในการจำวิชาวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ใช้และไม่ใช้วิทัศน์นำ
เข้าสู่บทเรียน”. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
,2542.

ลักณา ศรีสวัสดิ์. “ บทบาทของวิดีโอ : สภาพปัจจุบันและแนวโน้ม”.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2529.

วณิ รัตนวงศ์. “การเปรียบเทียบผลการสอนวิชาสังคมศึกษาโดยใช้วิดีโอเทปกับการสอนโดยไม่

ใช้วิดีโอเทป”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย2514.

วรพงศ์ คติยะวรนันท์.”การผลิตรายการโทรทัศน์เรื่องของจริงและหุ่นจำลอง”.

ปริญญาโท กศ.ม. (เทคโนโลยีทางการศึกษา), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร,2528.

วิภาวี ควายนนท์. “โครงการจัดตั้งหน่วยเทปโทรทัศน์เคลื่อนที่เพื่อการศึกษาออกโรงเรียน”.
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.

ศกลวรรณ พาเรือง. “องค์ประกอบที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษา
ในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ศรันย์ สิงห์ทน. “ความรู้ ทักษะและการมีส่วนร่วมของผู้บริหารในการเผยแพร่
แนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ศศิอาภา ประสพทรัพย์. “การมีส่วนร่วมของเยาวชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์ : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ผ่านการอบรมโครงการผู้นำเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์พิทักษ์
ท่องเที่ยวไทย”. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตร์มหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม). สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2539.

ศิริลักษณ์ อริยปิฎกไฉย. “ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ
อะเมซิ่งไทยแลนด์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์
มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สนิ นัยวินิจ. “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
กับความรู้ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจ
แพท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี”.
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สมชาย อินทร์ษาทรัพย์. “การศึกษาเปรียบเทียบผลการเรียนรู้จากรายการ โทรทัศน์ที่เสนอ
ภาพบางส่วนจากเนื้อหาในรายการก่อนรายการกับรายการ โทรทัศน์ที่เสนอภาพ
บางส่วนจากเนื้อหาในรายการหลังรายการ”. ปริญาานิพนธ์ กศ.ม.
(เทคโนโลยีทางการศึกษา), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2528.

สุชาดา วรรณานี. “ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) กับความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษา มหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์. “พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะและการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตนครเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

อ้อยทิพย์ นิธิยานันท์. “ทัศนคติของผู้สื่อข่าวต่อการเผยแพร่ข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

BOOKS

Black. M., Marvin. Practical Public Relation. New York : Harper and Row, 1974.

Boo, Elizabeth. Ecotourism: The Potentials. Vol 1 and 2. World Wildlife Fund. Washington, D.C., 1990.

Fan, Chung. Item analysis table Bangkok : copy, 1952.

Hector Ceballos-Lascurain. Tourism, ecotourism and protected areas
Parks. 2 (3), 1991

Lorette J. Atienza. VTR Workshop Small Format Video. Paris : UNESCO, 1977.

McIntosh, Robert W. and Goeldner, Charles R. Tourism. Principles, Practices, Philosophies. Fifth Edition. New York : John Wiley & Sons, Inc., 1986.

Plog, Stanley C. Why Destination as Rise and Fall in Popularity.

The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 14,
No. 4, February 1974, pp. 55-58, 1974.

Robinson, J., Edward. Publics Relation and Survey Research Achieving

Organizational Goals in Communication Context. New York : Appleton-Century-Crofts, 1969

Roger, M., Everett, and Shoemaker, F., Floyd.

Communication of Innovation : A Cross-Cultural Approach. New York : The Free Press, 1971'

The Ecotourism society. The Ecotourism society's definition.

The Ecotourism society Newsletter. (spring) ,1991.

Smith, Valene. 1977. Hosts and Guests. Philadelphia : University of

Pennsylvania Press, 1977.

OTHER MATERIALS

Sheldon, Ian R. " Ecotourism development in northern Thailand :

An exploration of perceptions and potentials". Canada: University of Alberta, 2000.

Zuckerman, Grace . "Effects of different modes of classroom video presentation on pattitudes and knowledge of eighth-grade history students". Fordham University, 1996.

Mills, Frederickh. J. "Hearing elementary school student's recall and understanding of a captioned science video presentation". Canada. Memorial University of newfoundland, 1993.

Christensen, Daniel Kent. "Effects of dry flotation rest, natural environment video presentation, and hypnotizability on recovery from induced stress". Washington State University, 1995.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นายภูวิศ หล่อกำหนด
วัน/เดือน/ปีเกิด	18 พฤศจิกายน 2515
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรีนิเทศศาสตร์บัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ปีการศึกษา 2539
ประวัติการทำงาน	ปี 2540 - 2545 บริษัท เอ็มเซเทรา จำกัด ปี 2545 - ปัจจุบัน บริษัท คีทอล์ค จำกัด (ผลิตรายการสัญญาณมหาชน)