



การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยต่อการจัดการ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

โดย

นายภุริพัฒน์ แก้วตาธนวัด

วันที่.....	- ๙	S.H. 2553
เลขทะเบียน.....	๐122๐๒	๑.๒

ภาพ.

๑๑๐.๑๒๑

๓๖๖๑๓

ม.ก.ร. ๖๕๓๓

สารนิพนธ์เล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
พ.ศ. 2553

**Thai Tourists' Media Exposure and Satisfaction with the Management of
Ecotourism Service in Chanthaburi Province**

By

Mr. Puripat keawtatanawat

**A Study Report Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Master Degree of Communication Arts
Department of Tourism and Entertainment Communication**

Faculty of Communication Arts

KRIRK UNIVERSITY

2010

มหาวิทยาลัยเกริก

คณะนิติศาสตร์

สารนิพนธ์

ของ

นายภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒน์

เรื่อง

การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิติศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

เมื่อวันที่ 15 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

ประธานกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

กรรมการสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์อรทัย ศรีสันติสุข)

กรรมการสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แนน)

กรรมการสารนิพนธ์

(อาจารย์มูทิตา อารยะเศรฐากร)

หัวหน้าสาขาวิชา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิติศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี
ชื่อผู้เขียน	นายภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒน์
สาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร. สมควร กวียะ
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรและการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามลักษณะทางประชากรและการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

วิธีดำเนินการศึกษา เป็นการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบธรรมดา (Simple Random Sampling)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ เฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์ (Analytical Statistics) ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square)

ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.0 มีอายุ 36-45ปี ร้อยละ 30.5 มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 36.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 51.0 และส่วนใหญ่เป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 33.0

2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีการเปิดรับสื่อทุกวันคือ สื่อบุคคล ร้อยละ 65.5 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 55.5 และสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 42.0 ส่วนสื่อที่ไม่เคยเปิดรับเลย คือสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ 65.5

3) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีโดยรวมจากทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.03$)

ด้านการอำนวยความสะดวก กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$) คือ การจัดตั้งถังขยะตามจุดต่างๆ และปริมาณห้องน้ำสำหรับบริการ

ด้านการบริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$) คือ การบริการของร้านค้าที่ระลึก/ร้านอาหาร

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการทดสอบสมมติฐาน

- นักท่องเที่ยวมีความความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีในระดับมาก

- นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดจันทบุรีไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

- นักท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) ปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก ไม่มีข้อเสนอแนะ ร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ มีข้อเสนอแนะว่า ควรรักษาสภาพแวดล้อมและความสะอาดของสถานที่ ร้อยละ 30.0 และน้อยที่สุดคือข้อเสนอแนะ เรื่องจัดกิจกรรมอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ร้อยละ 7.3

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร. สมควร กวียะ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งได้กรุณาใช้เวลาอันมีค่ายิ่งในการให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจน ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่ายิ่ง อีกทั้งได้กรุณาตรวจสอบ ปรับปรุง และแก้ไข ข้อบกพร่องในประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้สารนิพนธ์มีความถูกต้องสมบูรณ์มากขึ้น ผู้ศึกษาซาบซึ้งใน พระคุณเป็นอย่างยิ่งด้วยความเคารพเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และให้ประสบการณ์ ต่าง ๆ มากมายแก่ผู้ศึกษาตลอดระยะเวลาการศึกษาในสถาบันแห่งนี้ และขอขอบพระคุณท่าน อาจารย์มุกิตา อารยะเศรษฐากร ผู้ซึ่งเปิดหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร การท่องเที่ยวและบันเทิง

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโททุกท่านที่ให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือ มาโดยตลอด รวมทั้งขอบพระคุณนักท่องเที่ยวยุโรปที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และทุกท่านที่มีได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ ที่มีส่วนผลักดันทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ให้กำเนิด และครอบครัวที่มอบความปรารถนาดี ความห่วงใย และเป็นกำลังใจให้ด้วยดีเสมอมา

นายภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒน์

มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.4 ข้อจำกัดของการวิจัย	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร	8
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ	19
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	24
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	24
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	31
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	37
2.7 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดจันทบุรี	40
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49
2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย	61
2.10 สมมติฐานการวิจัย	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	63
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	63
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	63
3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือ	64
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	64
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	66
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	67
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยว	70
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดจันทบุรี	71
4.4 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดจันทบุรี	74
4.5 การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย	75
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	83
5.1 สรุปผลการวิจัย	83
5.2 อภิปรายผล	86
5.3 ข้อเสนอแนะ	88
ภาคผนวก	91
ก. แบบสอบถาม	92
บรรณานุกรม	96
ประวัติผู้ศึกษา	101

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
2	ร้อยละของอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
3	ร้อยละของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
4	ร้อยละของรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	68
5	ร้อยละของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	68
6	ร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม	69
7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการจัดการด้านสถานที่	70
8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการจัดการด้านการอำนวยความสะดวก	71
9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการจัดการด้านการบริการ	72
10	ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดจันทบุรี	73
11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจโดยรวมต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	74
12	ร้อยละของระดับความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	77
13	ร้อยละของระดับความพึงพอใจจำแนกตามการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยว	

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมานในอดีตนั้นก่อให้เกิดลักษณะของการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวแบบกระแสหลัก (Conventional Tourism) ที่ประเทศไทยได้นำมาเป็นแบบอย่างในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวที่จะเพิ่มตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นโดยมิได้คำนึงต่อผลกระทบที่จะเกิดตามมาในระยะยาวจากการท่องเที่ยว

จากการพัฒนาดังกล่าวส่งผลให้สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เกิดความเสื่อมโทรม นอกจากนั้นก็ยังส่งผลให้การท่องเที่ยวภายในประเทศลดน้อยลง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) ในช่วงต่อมากระแสการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับโลกที่ถูกกล่าวถึงและได้รับความสนใจอย่างมากนั้นมีส่วนผลักดันให้รัฐบาลไทย ได้หันมาพิจารณาถึงทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวที่จะสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากการประชุมสุดยอดด้านสิ่งแวดล้อมโลก (Earth summit) ที่จัดขึ้น ณ กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2535 ในที่ประชุมได้มุ่งเน้นความสนใจของทั่วโลกสู่ประเด็นเรื่อง การอนุรักษ์สภาพแวดล้อม จากการประชุมครั้งนี้ได้ก่อให้เกิดกระแสที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ประการ ประการแรกนั่นก็คือ กระแสความต้องการของชาวโลกให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ประการที่สอง ได้แก่ กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนประการสุดท้าย ได้แก่ กระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว และจากกระแสหลักทั้ง 3 นี้ยังก่อให้เกิดการประยุกต์รูปแบบการท่องเที่ยวขึ้นมาหลากหลายรูปแบบแต่รูปแบบการท่องเที่ยวที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวความคิดพื้นฐานที่สำคัญอยู่ 4 ประการ คือ การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว และการให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม

จากการที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยในปี 2530 มีจำนวน 3,842 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็น 6,951 คน ในปี 2538 และสามารถสร้างรายได้จำนวนมากมาสู่ประเทศโดยในปี 2530 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน 50,023 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 190,765 ล้านบาทในปี 2538 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539) และจากจำนวนนักท่องเที่ยวข้างต้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2542) พบว่าร้อยละ 67.39 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและร้อยละ 29.40

ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความงดงามของธรรมชาติ ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติจำนวน 1,401 แห่ง ของประเทศไทย ปัจจุบันในปี พ.ศ. 2550 มีอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นราว 20 เปอร์เซ็นต์ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2550) จากข้อมูลดังกล่าวนอกจากจะสะท้อนให้เห็นถึงความนิยมของนักท่องเที่ยวในการเข้าไปพักผ่อนหาความเพลิดเพลินในพื้นที่ธรรมชาติแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นสิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นในพื้นที่ซึ่งเปิดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่การท่องเที่ยวไม่ได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม ทำให้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศเสื่อมโทรมหรือด้อยคุณค่าลงไป ดังนั้นการหาแนวทางในการจัดการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติต่างๆ เพื่อรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม โดยให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่นมีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องกระทำควบคู่ไปกับความพยายามในการหาหนทางให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เรื่องธรรมชาติ ระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมอีกทั้งให้ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว

การนำเสนอเกี่ยวกับแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยนั้น ได้มีการนำแนวความคิดนี้มาเสนอเป็นครั้งแรกในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติแผนแรกของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2519 โดยกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้อย่างกว้างๆ ไม่ปรากฏรายละเอียดและแนวทางที่ชัดเจน แต่มุ่งเน้นไปในเรื่องการพัฒนาาระบบท่องเที่ยวทั้งระบบ โดยผลของการพัฒนาจะทำการพิจารณาทางด้านเศรษฐศาสตร์เป็นสำคัญ ในระยะเวลาต่อมารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ถูกหยิบยกมาเป็นประเด็นแลกเปลี่ยนในระหว่างองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนของประเทศไทย โดยเฉพาะผู้รับผิดชอบหลักก็คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการพยายามร่างนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้นรองรับกระแสดังกล่าว เพื่อนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวของประเทศ จากนั้นนโยบายดังกล่าวส่งผลให้ธุรกิจท่องเที่ยวที่เรียกตัวเองว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” เกิดขึ้นมาไม่น้อยภายในประเทศ แต่ยังคงกล่าวได้ว่าในระดับผู้ดูแลการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการท่องเที่ยวยังมีการประสานงานและประมวลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีความชัดเจนร่วมกันอยู่ไม่มากนัก ส่งผลให้เกิดความสับสนใจลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวที่จะนำมาใช้

จากความหมายของสถาบันจากต่างประเทศ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยจึงได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) สรุปได้ว่า หมายถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา

ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงครอบคลุมองค์ประกอบหลัก(Key Elements) 4 ด้าน กล่าวคือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ (Nature-Based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity of Authentic or Endemic or Unique) ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้น

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ (Sustainable Managed Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (No or Low Impact) มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและจำกัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ (Environmental Education Based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) โดยมีการให้การศึกษา (Education) เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ประสบการณ์ (Experience) ความประทับใจ (Appreciation) เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องทั้งค่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม (Community Participation-Based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน (Involvement of Local community of People participation) โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว มีส่วนร่วมเกือบตลอดกระบวนการเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น (Local Benefit) ซึ่งได้หมายความรวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต การได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย และในที่สุดชุมชนท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพท้องถิ่นในที่นี้ เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า (Grass Root) จนถึงการปกครองท้องถิ่นและอาจรวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องจึงเป็น การท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540 : 2-17)

กิตติวัฒน์ รัตนคิลก ณ ภูเก็ท (2541) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องมีองค์ประกอบและวัตถุประสงค์สำคัญ 3 ประการ ประการแรก เป็นการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประการที่สอง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และประการที่สาม การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้จึงต้องจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้วย ซึ่งความเห็นนี้สัมพันธ์กับความคิดเห็นของ วิไลภรณ์ ชัดดิสิทธิ์ (2541) เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้เป็นการท่องเที่ยวที่พึงประสงค์ของชุมชน ชุมชนต้องมีส่วนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการ สุดท้ายประโยชน์จะกลับสู่ชุมชนโดยตรง โดยเฉพาะประโยชน์จากรายได้ เพราะประชาชนจะมีรายได้เสริมรายได้จากการเกษตรกรรม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ทางรัฐบาลได้มีการดำเนินงานส่งเสริมอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ได้มีการเสนอแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้เป็นครั้งแรกในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติแผนแรกของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2519 จนถึงปัจจุบัน รัฐบาลได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างมากมาย โดยเฉพาะสื่อสารมวลชนนอกจากจะมีบทบาทหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร การศึกษา และความบันเทิงแล้วหน้าที่สำคัญอีกด้านหนึ่งของสื่อมวลชน คือหน้าที่ในด้านการพัฒนา สื่อมวลชนสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวผู้ได้รับข่าวสารให้มีโลกทัศน์ใหม่ ๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกการอนุรักษ์และเห็นคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวทุกประเภท ฉะนั้นสื่อมวลชนสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่ามีบทบาทในการพัฒนาประเทศและสังคม โดยเฉพาะบทบาทในการให้ความรู้ ความเข้าใจ และส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากหากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว นำการสื่อสารมาใช้ให้ถูกต้อง และเพียงพอต่อการให้ข้อมูลข่าวสารด้านสถานที่ท่องเที่ยว การให้บริการด้านต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ ต่อนักท่องเที่ยว ก็จะ สามารถช่วยส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอันเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นที่ยอมรับว่าเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ การพัฒนาสังคม เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ว่าการเปิดรับสื่อมีอิทธิพลต่อการพัฒนา การดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน และปัญหาอุปสรรคอย่างไรบ้างเป็นไปตามแนวทางของหลักการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และหลักการจัดการและการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างไร ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศ และทรัพยากรที่สมบูรณ์ตลอดไป สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดจันทบุรีต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรและการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามลักษณะทางประชากรและการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตที่จะศึกษาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญในจังหวัดจันทบุรีจำนวน 5 แห่ง ดังนี้

1. อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว
2. อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ
3. วนอุทยานแห่งชาติเขาแหลมสิงห์
4. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว
5. ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ระยะเวลาที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการกรอกแบบสอบถาม เริ่มตั้งแต่วันที่ 15 ถึง 31 ตุลาคม 2552

1.4 ข้อยกเว้นของการศึกษา

การศึกษานี้ มีข้อยกเว้นสำหรับการศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีเท่านั้น ซึ่งผลของการศึกษาวิจัยที่ได้ในครั้งนี้ไม่ได้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดอื่นๆ ได้ทั้งหมด นอกจากการนำผลการวิจัยที่ได้ในบางส่วน ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์เท่านั้น

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ผู้บริหารสามารถนำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี และวางแผนกำหนดนโยบาย เพื่อพัฒนาการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.5.2 ผู้บริหารสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางส่งเสริมหรือช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.5.3 ผลการศึกษาวิจัยนั้นสามารถนำมาปรับปรุงหรือพัฒนาการนำเสนอข่าวสาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

1.5.4 ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้วางแผนโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา

การเปิดรับสื่อ หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อใหม่ สื่อเฉพาะกิจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดจันทบุรีที่เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ หรือได้รับประสบการณ์จากสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง ที่ช่วยเสริมสร้างจิตสำนึกที่คัดค้านธุรกิจทรัพยากรธรรมชาติอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี จำนวน 5 แห่ง คือ

1. อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว
2. อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ
3. วนอุทยานแห่งชาติเขาแหลมสิงห์
4. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว
5. ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

สื่อมวลชน หมายถึง โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และนิตยสารที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

สื่อบุคคล หมายถึง บุคคลที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี เช่น บิดา มารดา สามิภรรยา ญาติพี่น้อง เพื่อน เพื่อนร่วมงาน เจ้านาย เพื่อนบ้าน และเจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยว

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่จัดทำขึ้นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ หนังสือคู่มือหรือแผ่นพับ

สื่อใหม่ หมายถึง สื่ออินเทอร์เน็ต การหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางเว็บไซต์

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เข้ามาเยือนท้องถิ่นในเขตจังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะมาศึกษาหาความรู้และท่องเที่ยวพักผ่อนหรือวัตถุประสงค์ใด ๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ (1) อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว (2) อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ (3) วนอุทยานเขาแหลมสิงห์ (4) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว (5) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โดยไม่ได้มาอาศัยอยู่อย่างถาวร

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ วนอุทยานเขาแหลมสิงห์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว และศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

การจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การบริหารจัดการด้านพื้นที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณค่าสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ด้านสถานที่ หมายถึง สภาพของสถานที่ท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม การเดินทางมาท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความน่าสนใจทางด้านประวัติศาสตร์ บรรยากาศร่มรื่น จุดนั่งพัก ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว เส้นทางจราจร ป้ายบอกทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ป้ายบอกเส้นทางการเดินทางชมภายในสถานที่ ป้ายบอกประวัติ, ความสำคัญของสถานที่

ด้านการอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้ามาท่องเที่ยว ประกอบด้วย บริเวณที่จอดรถ การจัดจรรยาภายใน การจัดตั้งถังขยะตามจุดต่าง ๆ การจัดห้องน้ำไว้บริการแก่ผู้เข้ามาท่องเที่ยว การดูแลความสะอาดของห้องน้ำ จำนวนร้านขายของที่ระลึก ราคาในการจำหน่ายของที่ระลึก จำนวนร้านจำหน่ายอาหาร รสชาติและความสะอาดของอาหาร

ด้านการบริการ หมายถึง การบริการต่าง ๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวมีไว้สำหรับรองรับความต้องการของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ประกอบด้วย การบริการของเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวฯ ที่ให้ข้อมูลข่าวสาร การต้อนรับ อธิบายของเจ้าหน้าที่แต่ละสถานที่ การให้ข้อมูล การแนะนำของเจ้าหน้าที่แต่ละสถานที่ การดูแลรักษาความปลอดภัยทั้งด้านทรัพย์สินและร่างกาย การบริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ การบริการของร้านค้า / ร้านอาหาร ด้วยความสุภาพและมีมารยาทของผู้ให้บริการ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจ ที่ได้ทำการศึกษาจากเอกสารทั้งในด้านวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้เป็นกรอบและแนวทางในการอธิบายและวิเคราะห์ถึงการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ดีในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดจันทบุรี แล้วนำแนวความคิดมาสรุปเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร
- 2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ
- 2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.7 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดจันทบุรี
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 2.10 สมมติฐานการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร และประสบการณ์ซึ่งกันและกันทั้งนี้เพื่อที่จะเข้าใจ จูงใจหรือมีอิทธิพลต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน การที่จะบรรลุความเข้าใจหรือจูงใจกันได้ก็ต้องอาศัยการสื่อสาร การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการรวบรวมคนหลาย ๆ คนมาอยู่ร่วมกัน การสื่อสารจึงเปรียบเสมือนสายใยของสังคมที่ประสานหน่วยย่อยต่าง ๆ ของสังคมให้รวมเข้าไว้ด้วยกันและเป็นส่วนประกอบที่แนบเนื่องกับกระบวนการสังคมอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร ไปยังอีกบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ กระบวนการสื่อสารจึงประกอบด้วย

องค์ประกอบหลัก คือ ผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทาง ผู้รับสาร ผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสาร และการสะท้อนกลับหรือปฏิกิริยาตอบสนอง

การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ หมายถึงการมีลักษณะที่ต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา ไม่มีจุดเริ่มต้น และไม่มีจุดสิ้นสุด ไม่มีการหยุดนิ่ง หรือกล่าวได้ว่าจะมีการกระทำได้ตอบกลับไปกลับมาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารตลอดเวลา ผู้ส่งสารกลับเป็นผู้รับสาร และผู้รับสารกลายเป็นผู้ส่งสารในระหว่างเวลาเดียวกันได้

2.1.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร

องค์ประกอบของการสื่อสาร เบอร์โล (Berlo, 1960) พบว่าประกอบด้วย แหล่งสาร (Source) สาร (Message) ช่องสาร (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) กระบวนการสื่อสารเป็นลักษณะเส้นตรง (Linear) คือ จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารทางเดียว แต่ในกระบวนการของการสื่อสารจริง ๆ นอกจากจะมีผล (Effect) ของการสื่อสารแล้ว การสื่อสารยังมีผลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสื่อสารของผู้รับสารด้วย (Feedback)

1. แหล่งสาร (Source) คือ บุคคลหรือหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการกระทำการสื่อสารความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสารและวัตถุประสงค์ของตนโดยการพูด การเขียน หรือแสดงกิริยาท่าทางให้บุคคลอื่นหรือกลุ่มบุคคลอื่นทราบ

ปัจจัยสำคัญอย่างน้อย 4 ประการที่กำหนดประสิทธิภาพมากน้อยของผู้ส่งสาร ได้แก่ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skill) ทัศนคติ (Attitudes) ความรู้ (knowledge) ระบบสังคม (Social system) วัฒนธรรม (Culture) ปัจจัยเหล่านี้พบมากในสื่อสื่อบุคคลเพื่อใช้ในการโน้มน้าวใจผู้รับสาร เช่น เจ้าหน้าที่ของหน่วยราชการ กำนัน-ผู้ใหญ่บ้าน

2. สาร (Message) คือ ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิดความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของคนที่ปรากฏออกมา ในรูปของรหัส (code) เช่นคำพูดที่เราพูด สิ่งที่เราเขียน กิริยาท่าทาง ข่าวและข้อความ

3. สื่อ (Channel) คือ สิ่งที่ขนส่งสาร หรือสิ่งที่นำหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสารให้ปรากฏเป็นคลื่นแสง คลื่นเสียง หรือสื่อในการสื่อสารหรือในลักษณะประสานสัมผัสทั้งห้า คือการเห็น การได้ยิน การสัมผัส การดมกลิ่น การลิ้มรส

4. ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจเป็น คนๆ เดียว หรือหลายคน สถาบัน องค์กร บริษัท

ปัจจัยสำคัญของผู้รับสาร ได้แก่ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skill) ทัศนคติ (Attitudes) ความรู้ (knowledge) ระบบสังคม (Social system) วัฒนธรรม (Culture)

5. ผลของการสื่อสาร (Effect) ผลที่เกิดจากการสื่อสารอาจเป็นไปได้ทั้งผลในทางลบจนถึงผลในทางบวก หรืออาจเป็นผลในระยะสั้น หรือระยะยาวก็ได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้รับสาร

6. การส่งสารกลับหรือปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback) คือ ปฏิกิริยา (Reaction) ของผู้รับสารที่แสดงตอบสนองของแหล่งสาร ในกระบวนการสื่อสารแบบสองทางจะมีลักษณะตอบโต้กัน ดังนั้นบุคคลหรือองค์การจึงเป็นทั้งแหล่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน การสื่อสารสองทางทำให้ผู้ส่งสารทราบว่าบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่เพียงใด และสามารถควบคุมพฤติกรรมการสื่อสารในเวลาต่อมาของผู้ส่งสาร

2.1.3 การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

การสื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการสื่อสารที่มีองค์ประกอบของการสื่อสารอย่างครบถ้วน คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร และเป็นการสื่อสารที่สามารถไปถึงผู้รับได้เป็นจำนวนมากอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ในเวลาพร้อม ๆ กัน โดยผ่านสื่อมวลชนประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

2.1.3.1 ความหมายของสื่อมวลชน

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่ใช้ส่งสารจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปยังผู้รับที่มีจำนวนมากและอยู่ต่างถิ่นต่างที่กันในเวลาเดียวกันหรือต่างเวลากัน โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะส่งสารซึ่งได้แก่ ข่าวความรู้ ความคิดเห็น ความบันเทิง และแจ้งความ ฯลฯ ไปสู่มวลชนด้วยความรวดเร็วเที่ยงตรงและประหยัด

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มความรู้ แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้

ปรเม สตะเวทิน (2538, น. 6 - 7) ได้กล่าวว่า มีผู้ได้ให้ความหมายของการสื่อสารมวลชนไว้มากมายดังนี้

มอริส ราโรวิทซ์ (Morris Janowitz) ให้ความหมายของการสื่อสารมวลชนไว้คือ การสื่อสารประกอบด้วยสารบันและเทคนิค ซึ่งกลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี (หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ ฯลฯ) ส่งเนื้อหาที่เป็นลักษณะ (symbolic content) ไปสู่ผู้รับสารที่มีขนาดใหญ่ มีความแตกต่าง และอยู่กันอย่างกระจัดกระจาย

ชาร์ลส์ อาร์ ไรท์ (Charles R. Wright) ให้ความหมายว่า การสื่อสารมวลชนคือการสื่อสารที่มุ่งไปสู่ผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกัน และไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร สารถูกส่งไปยังประชาชนทั่วไป เพื่อให้ถึงประชาชนผู้รับสารได้รวดเร็วในเวลาเดียวกัน และสารนั้นมีลักษณะที่ไม่ยั่งยืน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อ ผู้ส่งสารมักจะเป็นหรือดำเนินกิจการภายใต้องค์การที่ซับซ้อนซึ่งมีค่าใช้จ่ายมหาศาล

ไมเคิล เบอร์กูน (Michael Burgoon) การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารที่ไม่เป็นส่วนตัว (Impersonal) และโดยอ้อม (Indirect) ที่มุ่งไปสู่คนจำนวนมาก

จอห์น อาร์ บิทเนอร์ (John R. Bittner) การสื่อสารมวลชน คือการที่สารถูกสื่อสารผ่านสื่อมวลชนไปยังคนจำนวนมาก

วอเรน เคอร์รี่ (Warren K. Agee) และคณะ การสื่อสารมวลชนคือ กระบวนการของการส่งข่าวสาร (information) ความคิด (ideas) และทัศนคติ (attitudes) ไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากที่มีความแตกต่างกัน โดยการใช้สื่อที่ถูกพัฒนาเพื่อการนี้

จากคำนิยามทั้งหลายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารมวลชนเป็นกระบวนการของการสื่อสาร โดยที่ผู้ส่งสารจะมีลักษณะการทำงานเป็นองค์กรกระทำการสื่อสารที่มีเนื้อหาอันเดียวกัน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนไปยังผู้รับสารจำนวนมากที่มีความแตกต่างกันทางด้านประชากรศาสตร์

2.1.3.2 อิทธิพลของสื่อมวลชน

สำหรับอิทธิพลของสื่อมวลชน แคลปเปอร์ (Klapper 1960: 15-49) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อพฤติกรรมของผู้รับสารไว้ ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อมเพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่สกัดกั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งมาก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็นำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกรับสารของผู้รับสาร ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใสและความไว้วางใจจากประชาชนทั่วไปจึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรีต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและความนิยมที่แตกต่างกันออกไปและประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจที่จะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชนเป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ทัศนคติ ความมีใจโน้มเอียงตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน แต่จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว สื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวเป็นแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

เบททิงฮอท (Bettinghaus, 1968 อ้างถึงใน เกยูร ชิวหากาญจน์, 2541) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคมไว้ว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ สิ่งที่สื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุด คืออารมณ์ส่วนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมยังไม่ปรากฏผลการวิจัยที่แน่นอนว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมแต่อย่างใด กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้น

ชแรมม์ (Schramm, 1973) ได้กล่าวว่า การสื่อสารเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาได้ 3 ลักษณะ ลักษณะที่หนึ่ง คือประชาชนต้องได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนา ลักษณะที่สองคือประชาชนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลง ลักษณะที่สามคือทักษะที่จำเป็นต้องได้รับการอบรมสั่งสอน เด็กต้องได้รับการศึกษา ผู้ประกอบอาชีพต่าง ๆ ต้องได้รับการเรียนรู้ในการปรับปรุงอาชีพของตนให้ก้าวหน้า

2.1.4 สื่อบุคคล

2.1.4.1 การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคล คือการสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป การสื่อสารทำในลักษณะตัวต่อตัว (Person-to-Person) กล่าวคือทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรงในขณะที่คนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่น ๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลอาจเกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย (Small Group) ซึ่งมีคนตั้งแต่สองคนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (ปรมะ สตะเวทิน, 2538: 35)

การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีองค์ประกอบของการสื่อสารอยู่อย่างครบถ้วน คือผู้ส่งสาร(Source) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) ผู้รับสาร(Receiver) ผล(Effect) และปฏิกิริยาตอบสนอง(Feedback) อรวรรณ ปิลาพันธ์โอวาท (2537: 187) ได้กล่าวถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลบ่งบอกเป็นนัยว่าผู้ทำการสื่อสารเป็นบุคคลและมีปฏิกิริยาโต้ตอบกันอย่างฉับพลันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคลกล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไปหรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุด ที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มาก ในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย (โรเจอร์ และชูแมกเกอร์,1971)

2.1.4.2 ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถซักถามทำความเข้าใจและมีปฏิกิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้โดยทันที จัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มากในการใช้เครื่องชักจูงใจโน้มน้าวใจผู้รับสาร ดังที่สเตียร์ เซยประดับ (2525) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุกยวน ถ้าผู้ส่งสารไม่เข้าใจก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้ตรงกับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน การที่ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิกิริยาตอบสนองหรือมีปฏิกิริยาสะท้อนกลับสูงสามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้ การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น การติดต่อสื่อสารโดยตรง และการติดต่อสื่อสารโดยกลุ่ม

- 2.1 การติดต่อสื่อสารโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสาร โดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หาประชาชนหรือผู้รับสารสงสัยไม่เข้าใจก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้รับสาร ได้ด้วย ฉะนั้นในการเผยแพร่ข่าวสารสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจจึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่การสื่อสารโดยตรงมีข้อจำกัด คือการสื่อสารประเภทนี้ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมากสิ้นเปลืองเวลาค่าใช้จ่ายและแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อสื่อสาร โดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือการติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่าง ๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ ดังที่ บลูเมอร์ (Blumer 1969) ได้กล่าวไว้ว่า “สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมของบุคคลเมื่อกลุ่มมีความสนใจไปในทางนั้นด้วย” การติดต่อโดยกลุ่มนี้อาจทำได้โดยการประชุมอภิปรายและสนทนาภายในกลุ่ม คือ จัดกลุ่มที่มีความสนใจกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกันซึ่งจะมีส่วนในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสาร

ลาซาร์เฟลด์ และเมนเซล (Lazarsfeld and Menzel, 1968) ได้ให้เหตุผลเกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ว่า

1. การพูดคุยกันเองเป็นส่วนตัวทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูด ได้ง่ายขึ้น
2. การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องราวต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้อย่างเหมาะสม
3. การสื่อสารแบบนี้ทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าคุณเองได้รับรางวัล หรือมีส่วนร่วมในเรื่องที่สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้

สำหรับปัจจัยที่ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสาร โดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสาร โดยผ่านสื่อมวลชนมี 4 ประการคือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับเนื้อหาของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนา หรือรับฟังเป็นไปได้อย่างยากกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ซึ่งผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อถือของตนหรือเรื่องที่ไม่สนใจได้ง่ายกว่า
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสาร ผู้รับสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือข้อตัดสินใจ และความเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือ มากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักกันมาก่อนแล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

นอกจากนี้แล้วการที่สื่อบุคคลจะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น สื่อบุคคลจะต้องมีปัจจัยประกอบอีก 3 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือระดับของความรู้สึที่ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณส่งสารเป็นที่น่าไว้วางใจ และมีความสามารถ โดยถ้าผู้รับสารมีความรู้สึว่าคุณส่งสารมีความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารก็มีแนวโน้มที่จะรับสารจากผู้ส่งสารได้โดยง่าย

2. ความดึงดูดใจ (Attractiveness) ผู้ส่งสารที่มีความดึงดูดใจย่อมกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจหรือความพึงพอใจในการได้พบเห็น และพูดคุย ซึ่งส่งผลให้ผู้รับสารสนใจ และคล้อยตามสารได้

3. ความคล้ายคลึงกัน (Similarity) สื่อบุคคลหรือผู้ส่งสารที่มีความคล้ายคลึงกันกับผู้รับสารในด้านต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ อาชีพ เชื้อชาติ ภาษา การแต่งกาย สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติ และความคิดเห็นของผู้รับสาร เพราะความคล้ายคลึงจะช่วยให้เกิดความเข้าใจกัน ชอบพอ รวมทั้งไว้วางใจกัน

สรุปได้ว่า สื่อบุคคลมีบทบาทสำคัญในการ โน้มน้าวหรือชักจูงให้บุคคลเปลี่ยนความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ซึ่งแตกต่างจากสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญอยู่ที่การให้ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ แก่มวลชน

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเรื่องหนึ่งเรื่องใดอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจ ให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง ดังเช่น

แกทซ์และลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955: 27) เห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นสูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องและอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

โรเจอร์ (Rogers, 1978: 291) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่าจากผลการวิจัยต่าง ๆ พบว่าสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนอย่างเดียว ไม่สามารถ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลง

พฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ เบตทิงฮอท (Bettinghaus, 1968:180) สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Flow of Communication) ยังได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าก่อน แล้วบุคคลเหล่านั้นจะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับ ไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อไป ซึ่งการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งของผู้รับสารคนท้าย ๆ จะได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของกลุ่มชนที่แรกไปด้วย ซึ่งอาจมีผลไม่น้อยที่ทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม (แกทซ์และลาซาร์สเฟล :Katz and Lazarsfeld, 1955)

การนำเอาสื่อมวลชนมาใช้ควบคู่กับสื่อบุคคล สามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสารได้ การสื่อสารระหว่างบุคคลจะทำหน้าที่สนับสนุนผลหรืออิทธิพลที่เกิดจากสารของสื่อมวลชนและจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของสารที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยช่วยลดอุปสรรคของการสื่อสารอันอาจเกิดจากการเลือกรับสาร และการตีความสาร (เสถียร เขยประดับ, 2525)

ตารางที่ 2-1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการสื่อสารโดยสื่อบุคคลและสื่อมวลชน

ลักษณะ	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
การไหลของข่าวสาร	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบซุกคลี (two-way)	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบเอ็ดวิถี (one-way)
ลักษณะของการสื่อสาร	มีลักษณะแบบตัวต่อตัวเห็นหน้ากัน (Face-to-face)	ไม่มีลักษณะแบบตัวต่อตัว
ปริมาณของปฏิบัติการ ตอบสนองในขณะที่ทำการ สื่อสาร	สูง	ต่ำ
ความสามารถลด กระบวนการเลือกในทาง จิตวิทยาโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเลือกรับสาร	สูง	ต่ำ
ความเร็วในการสื่อสารไปยัง ผู้รับสารจำนวนมาก	ค่อนข้างช้า	ค่อนข้างเร็ว
ผลที่อาจเกิดขึ้น	การสร้างและเปลี่ยนทัศนคติ	การเปลี่ยนแปลงความรู้

2.1.5 สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นใช้ในการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูลไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะเรียกว่าสื่อเฉพาะกิจ

2.1.5.1 ความหมายของสื่อเฉพาะกิจ

สมควร กวียะ (2530 อ้างถึงใน อรรถวรงค์ ปิณฑโรวาท, 2537:196) ได้ให้คำจำกัดความของสื่อเฉพาะกิจไว้ คือสื่อที่สร้างขึ้น หรือซื้อ หรือเช่า โดยองค์กรใดองค์กรหนึ่งเพื่อใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์องค์กรนั้น โดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจนั้นจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่พัฒนาเนื้อหามาใช้ประโยชน์เป็นเรื่อง ๆ ไป ฉะนั้นสื่อเฉพาะกิจโดยทั่วไปจึงมีกลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมายแน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะแก่ประชาชนกลุ่มนั้น ๆ นอกจากนี้การผลิต และการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นไปอย่างง่าย ๆ

ประมว สตะเวทิน (2532 :99) หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีเป้าหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม

2.1.5.2 รูปแบบของสื่อเฉพาะกิจ

รูปแบบของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบบลิว จดหมายข่าว คู่มือ วีดิทัศน์ เทป นิทรรศการ เป็นต้น นอกจากนี้สื่อดังกล่าวแล้ว ก็อาจจะมีสื่ออื่น ๆ อีก เช่น หอกระจายข่าวเป็นสื่อที่มีอยู่ในชุมชนเกือบทุกแห่ง

คุณลักษณะที่ต้องการใช้สื่อเฉพาะกิจกับการพัฒนาก็คือ ผู้ใช้สามารถนำข่าวสารของการพัฒนาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งของโครงการพัฒนา โครงการใดโครงการหนึ่งซึ่งต้องการที่จะทำการรณรงค์เฉพาะเรื่องนั้นกับประชาชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นเป้าหมายของโครงการพัฒนาได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของประชาชนเป้าหมาย เช่น การใช้หนังสือเพื่อสอนให้คนมีความรู้เรื่องการใช้จุลสาร แนะนำวิธีการวางแผนครอบครัวแก่สตรีที่อยู่ในภาวะเจริญพันธุ์ในชนบท เป็นต้น

การใช้สื่อเฉพาะกิจในการพัฒนา ย่อมสามารถทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายของโครงการพัฒนาได้รับทราบข่าวสาร ความรู้โดยตรงและถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติได้ถูกวิธี

2.1.5.3 ประสิทธิภาพของสื่อเฉพาะกิจ

อาดัมส์ (Adams, 1971) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่า เป็นสื่อที่มีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุน กิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว และ โปสเตอร์ นอกจากนี้การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลก ๆ และทันสมัยในสังคมนั้น ๆ

ดังนั้นการเลือกใช้สื่อ หรือการเลือกช่องทางในการส่งสารจึงเป็นเสมือนกุญแจดอกสำคัญดอกหนึ่งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการสื่อสาร สื่อที่ดีสำหรับการสื่อสารครั้งหนึ่ง ๆ จะต้องเป็นสื่อที่เข้าถึงตัวผู้รับสาร และเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอสารได้อย่างชัดเจน ตรงประเด็น

ในอดีตที่ผ่านมาปัญหาในการเลือกที่มักจะพบอยู่เสมอก็คือ การเลือกใช้สื่อเพียงสื่อเดียว และพยายามที่จะพิสูจน์ว่าสื่อหนึ่ง ๆ เป็นสื่อที่ดีที่สุด หรือมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งในช่วงต่อ ๆ มา ก็เป็นที่ยอมรับกันว่าสื่อแต่ละสื่อ ต่างก็มีข้อดี ข้อด้อยที่แตกต่างกันไป ดังนั้นเพื่อการชดเชยข้อจำกัดของกันและกัน เพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนา เข้าถึงประชาชนได้อย่างแพร่หลาย รวมทั้งเพื่อเป็นการสร้างความสนใจแก่ประชาชนด้วยการเผยแพร่ข่าวสารด้านการพัฒนาให้ปรากฏอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน เราจึงสามารถทำการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาในสื่อมวลชนหลาย ๆ สื่อในช่วงเวลาเดียวกัน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจ หรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนของสิ่งที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่ง ๆ ได้มีการเลือกรับสื่อ นั้น เกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่าง ๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามทัศนคติและประสบการณ์เดิมของตน
2. องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิฐานะ การศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคม

แม็คคอม และเบ็คเกอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้ให้ความเห็นว่าบุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่าง ๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวได้
3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และรอบ ๆ ตัว

ชาร์ล เก อัทकिन (Charles K. Atkin, 1973) กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยังมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

เชอร์รี่ (Cherry, 2001 อ้างใน อรนุช สุดประเสริฐ) ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสารกัน และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและการกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกัน

เลอเนอร์ (Lerner, 1999 อ้างใน อรณัฐประเสริฐ) การขยายตัวของชุมชนจนกลายเป็นเมืองจะช่วยให้เกิดพัฒนาทางด้านหนังสือ และระดับการเรียนรู้หนังสือที่สูงขึ้นจะทำให้การเปิดรับสื่อมวลชนแพร่หลายมากขึ้น ในทำนองเดียวกันเมื่อชุมชนมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการพัฒนาคู่มืออุตสาหกรรมมากขึ้น สังคมจะขยายขอบข่ายของสื่อมวลชนและการขยายตัวของสื่อมวลชนนี้เองจะช่วยยกระดับการเรียนรู้หนังสือมากขึ้นด้วย

โรเจอร์ และสเวนนิ่ง (Rogers and Svenning 2003 : 3) ให้คำนิยามว่าสื่อมวลชนนั้นคลุมเครือถึงสื่อ 5 ประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและภาพยนตร์ ด้วยเหตุนี้ คชันในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ภาพยนตร์ที่ดูต่อปีและอื่นๆ

เบคเกอร์ (Becker , 1997 : 76) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อ โดยจำแนกได้ดังนี้คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่นเปิดดูโทรทัศน์เฉพาะเรื่องหรือรายการที่สนใจหรือมีผู้แนะนำมา

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

เมอร์ริลล์ และ โลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein, 2002) ได้สรุปถึงแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อว่าเกิดจากพื้นฐาน 4 ประการ

1. ความเหงา เมื่อบุคคลจะต้องอยู่ตามลำพัง สิ่งที่ดีที่สุดก็คือ การอยู่กับสื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแท้แก่เหงาได้และบางทีบางคนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้ อยากเห็น มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวก่อน ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองออกไป

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์แสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุเพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมีให้ความบันเทิงแก่ตนเอง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดและได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด



4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่างมีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหา และได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการเปิดรับสื่อ

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Willbur Schramm, 1973) กล่าวว่า พฤติกรรมกรการเลือกรับข่าวสารของมนุษย์ว่ายังมีองค์ประกอบ ที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเลือกสรรข่าวสารของมนุษย์อีก ได้แก่

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารต่างกัน
2. การประเมินประโยชน์ของสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของคนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้ความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้ความแตกต่างในพฤติกรรมกรการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมกรการเลือกรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โน้มน้าวจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมกรการเลือกรับข่าวสารต่างกัน
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบ

ในเรื่องของความสนใจนั้น วิลเบอร์ ชแรมม์ (Willbur Schramm, 1964) ได้ให้เหตุผลว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ความพยายามน้อยที่สุด (least effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (promise of reward) ที่ว่าใช้ความพยายามน้อยที่สุด หมายความว่า ผู้อ่าน ผู้ดู หรือผู้ฟัง จะเลือกรับสื่อที่ตัวเองมีความสะดวกที่สุด การใช้ความพยายามน้อยที่สุด ในการรับสื่อมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น ความพร้อม () และความสะดวก ค่าใช้จ่ายที่จะใช้สำหรับซื้อสื่อ () เวลา () ที่รับสื่อ ซึ่งย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งบทบาท นิสัยและประเพณีนิยม ซึ่งรวมเป็นกิจกรรมอันเป็นพฤติกรรมทางสังคม ก็มีอิทธิพลในการเลือกใช้สื่อด้วย

การที่ผู้รับสารและคนมีพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อ และข่าวสารแบบฉบับของตนเอง ซึ่งอาจจะเหมือนหรือแตกต่างไปจากผู้อื่นนั้น เมอร์ริล และ โลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein, 1971

วันที่... - 9 S.A. 2553
เลขทะเบียน... 012202 ๑.๒

๑พ.
๑๑๐๑๒๑
๑๒๒๑๓
๑๓๒๑๔๑

อ้างถึงใน (ซวรัตน์ เชิดชัย, 2517) กล่าวว่า มีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลใด บุคคลหนึ่งได้มีการใช้สื่อ ดังนี้

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราข่มไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคมจึงชอบหรือพยายาม ที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่น เท่าที่โอกาสที่จะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือ การอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสารและแท้จริงบุคคลบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมแก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่ง ในการเสนอข่าวสารปกติ มนุษย์จะอยากรู้อยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างจากตัวเองมากที่สุด และไม่ว่าสิ่งที่สนองความอยากรู้อยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมโลก ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ นอกเหนือจากที่เกิดขึ้นใกล้ชิดกับตนเองมากที่สุด คงไม่มีอะไรดีกว่าสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งนี้มีไขเพราะว่าสิ่งเหล่านั้น จะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมนั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-aggrandizement) โดยพื้นฐานของมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดเห็นของตนเองบรรลุ เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบายรวมทั้งเพื่อความสนุกสนาน บันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณในทางปฏิบัติ ทางจรรยา ใจ หรือแม้ทางความคิด ก็สามารถที่จะหาได้จากสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่

นอกจากประโยชน์ใช้สอยแล้ว เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้รับสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มาสันนิษฐานมโนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Preconceptions) รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ เมื่อเป็นดังนี้ ผู้รับสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้อง กับท่าทีจิตใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว (predisposition) ข่าวสารที่แสวงหา จึงจะไม่ใช่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อของตน นอกจากนั้น ประสพการณ์ และปรัชญาแห่งชีวิต ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะกำหนดว่าจะเลือกสื่อ และข่าวสารอย่างไร

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทัศนคติ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละ

อย่างก็จะมีลักษณะเฉพาะตัว ผู้ที่รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหา และที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ลักษณะเฉพาะตัวของสื่อแต่ละอย่าง จึงมีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะผู้รับข่าวสารแต่ละคนข่มหน้าเข้าหาลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้เกิดความพึงพอใจ เช่น หนังสือพิมพ์มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญคือ ให้ข่าวสารละเอียดกว่า ราคากถูก และสามารถนำคิดตัวได้สะดวก เป็นสิ่งที่แสดงสถานภาพทางสังคม และเป็น การสัมผัสกับสังคมภายนอก ส่วน สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ก็เป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น เป็นสื่อที่สามารถปลดปล่อยอารมณ์ได้ดีที่สุด ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจที่ได้ แข่งขันและสามารถเอาชนะผู้อื่นได้ เช่น รายการทนายปัญหา สามารถชัดเจนความรู้สึกที่ตนเองไม่มี เป็นต้น

2.2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ

เดอร์เฟลอร์ (De Fleur, 1966) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพล ในกระบวนการสื่อสารมวลชน ระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหล ผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสาร แต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ทำให้เกิดผลไม่ เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร ทฤษฎีที่สำคัญของเดอร์เฟลอร์ ที่เกี่ยวกับเรื่องนี้มีด้วยกัน 3 ทฤษฎี ดังนี้

2.2.3.1 ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory)

เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกัน ในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร หรือตีความหมาย ข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล มีดังนี้

มนุษย์เราที่มีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ความแตกต่างนี้ มีบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาพ ทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่าง ที่เกิดจากการเรียนรู้ของมนุษย์ ซึ่งถูกชุปเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับฟังความคิดเห็นแตกต่างกันไป การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป ความแตกต่างดังกล่าวนี้ ได้ กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน

2.2.3.2 ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory)

ทฤษฎีนี้ กล่าวไว้ว่าบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมกร สื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมกรสื่อสารนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อและความพอใจในสื่อ และ

อุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิฐานะ ฯลฯ

2.2.3.3 ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relation Theory)

ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคม ระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม ในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิ หรือกลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงานหรือในครอบครัว และวงศาคณาญาตินี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิ ซึ่งเป็นกลุ่มที่เป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความ โดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาใดหรือไม่ นั่น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือกับเพื่อนฝูง หรือผู้ใกล้ชิด อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เราเรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล” (Personal Influence)

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นไม่ว่าจะเป็นทางบวกหรือลบ ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ ความเชื่อ ซึ่งจะบอกกล่าวถึง ความหมาย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ดังนี้

2.3.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ได้มีผู้ให้ความหมายหรือแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ไว้หลากหลายและมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งพอสรุปได้ ดังนี้

ความหมายของคำว่าพึงพอใจ หมายถึง พอใจชอบใจ (ราชบัณฑิตยสถาน. 2539 : 600) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542: 775) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้น เมื่อได้รับผลความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย(End – state- in felling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ (Wallestein. 1971 : 25 – 26)

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการ ได้รับการตอบสนองพร้อมบรรลุจุดมุ่งหมาย (Goals) ที่ตั้งไว้ระดับหนึ่ง (Krech and Crutfield. 1962 : 77)

ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ (Tiffin and McCormic. 1965 : 349)

ความพึงใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนที่เราสัมพันธ์กับระบบโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกันเช่น ความรู้สึก ดี – เลว พอใจ – ไม่พอใจ สนใจ – ไม่สนใจ เป็นต้น (วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร. 2526 : 74)

ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงพอใจ หรือภาวะของการมีอารมณ์ในทางบวกที่มีผลเกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคน ๆ หนึ่ง สิ่งที่เขาหายไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานแห่งความพอใจและไม่พอใจ (เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. 2540 : 98)

ความพึงพอใจ เป็นความสุข ความสบาย ที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นความสุขสบายที่เกิดขึ้นจากเข้าร่วม ได้รู้ได้เห็นในกิจกรรมนั้น ๆ (ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง. 2544 : 7)

ความพึงพอใจ หมายถึง การที่มนุษย์สามารถสนองความต้องการได้โดยการลดความตึงเครียดลง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้น (Morse. 1955 : 27)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ตามความต้องการ หรือตามแรงจูงใจ (Wolman. 1973 : 384)

จากความหมายความพึงพอใจดังกล่าวข้างต้นพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ สนใจ ไม่สนใจ ในสิ่งที่ได้สัมผัสหรือพบเห็น และได้แสดงออกถึงความรู้สึกดังกล่าวออกด้วย ท่าทาง และคำพูดต่าง ๆ ซึ่งเป็นรากฐาน แห่งความพอใจและไม่พอใจ

พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ คือความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด หรือความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่ได้คุณภาพในร่างกาย ซึ่งเมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าว ได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ (เสกสิทธิ์ ชนะสิทธิ์, 2544: 6)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ (อุทัยพรรณ สุคใจ, 2545:7)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นในลักษณะเชิงบวกของบุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการหรือได้รับสิ่งตอบแทนที่คาดหวังไว้ (สุพล ทองมาก, 2540: 27)

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่เขาหายไป หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคล ซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมใด ๆ นั้น (สุภาลักษณ์ รัชอนันต์, 2540: 17)

ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้นๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ ระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้นๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้ (อรรถพร สระศรี, 2546: 29)

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ถ้าเมื่อใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะมี

ความรู้สึกทางบวกแต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งใดสร้างความรู้สึกผิดหวัง ไม่บรรลุจุดหมาย ก็จะ ทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ (สายจิตร 2546: 14)

2.3.2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการ

ฉนิวรรณ คั่นไทย (2533) กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจหลังการให้บริการ เป็นระดับ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้บริการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ความพึงพอใจด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ความพึงพอใจด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการดำเนินการ และ
5. ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

John D. Millet (1954:4 อ้างถึงในสำรวย เกษกุล, 2538 : 7) อธิบายไว้ว่าบริการ สาธารณะที่น่าพึงพอใจ หรือความสามารถในการที่จะพิจารณาว่าบริการสาธารณะนั้น จะเป็นที่พึง พ้อใจหรือไม่ พิจารณาจากสิ่งต่อไปนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service)
2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely service)
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Amplify service)
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service)
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service)

John D. Millet (1954:4 อ้างถึงในสำรวย เกษกุล, 2538 : 7) ให้ทัศนะเกี่ยวกับความพึง พ้อใจในการบริการ หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ไว้ว่า ควร พิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ

1. ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอแก่ความต้องการของ ผู้รับบริการ (Amplify service)
2. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้ นั้น จะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาคและเสมอหน้า (Equitable service) แก่ผู้รับบริการ
3. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างต่อเนื่อง (Continuous service) โดย ไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการให้บริการนั้น ๆ
4. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely service)
5. ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ให้มีความเจริญก้าวหน้า (Progressive service) ตามลักษณะของการบริการนั้นขึ้นไปเรื่อย ๆ

ด้วยเหตุนี้ เมื่อนักท่องเที่ยว หรือประชาชนทั่วไปได้อ่าน ได้รับชม หรือได้ฟังสารเพื่อ
 จูงใจให้เห็นถึงประโยชน์ หลักการ และข้อมูลต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 5 แห่งในจังหวัด
 จันทบุรี คือ อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ วนอุทยานเขาแหลมสิงห์ เขต
 รักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว และศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ
 แล้วจะเกิดความรู้ ความเข้าใจ และจดจำเนื้อหาสารนั้น ๆ ด้วย โดยที่สารนั้นอาจไม่ครอบคลุม
 ทั้งหมด แต่การรับรู้บ่อยครั้ง ก็จะทำให้ผู้รับข่าวสารได้ข้อมูลต่าง ๆ โดยไม่รู้ตัว ทั้งนี้การเผยแพร่
 ข้อมูล ข่าวสารที่เป็นความรู้ให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย หรือกลุ่มประชาชนทั่วไปอาจ
 จำเป็นต้องใช้ทั้งสื่อมวลชน และสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจเข้ามาเป็นเครื่องมือ ในการเผยแพร่
 ความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อันเป็นการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพราะนักท่องเที่ยว
 เป้าหมาย หรือประชาชนทั่วไปนั้น มีระดับการศึกษาและความรู้ที่แตกต่างกันไป ซึ่งอาจส่งผลให้
 เกิดการละเลยข้อมูล ข่าวสาร หรือความรู้ในเรื่องนวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเหล่านี้
 ได้ เพราะการไม่ติดตามข้อมูล ข่าวสารหรือการขาดความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อาจ
 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติที่ไม่ดี มีพฤติกรรม หรือการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยว ที่อาจ
 ส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวได้

2.3.3 ทฤษฎีระดับชั้นความต้องการ

ทฤษฎีระดับชั้นความเป็นทฤษฎีของ Maslow (1992 : อ้างใน เสาวรส เรื่องเทพ , 2537
 : 26) ที่ได้ค้นพบว่าความต้องการของมนุษย์มีผลกระทบต่อความรู้สึกต่างกัน โดยได้จัดระดับชั้น
 ของความต้องการไว้ 5 ระดับ ได้แก่

1. ความต้องการทางร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน
 ซึ่งเกี่ยวกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งต้องได้รับการตอบสนองจากอาหาร น้ำ อากาศ รวมทั้ง
 ความสัมพันธ์ทางเพศ
2. ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง (safety and security needs) เป็น
 ความต้องการที่ต้องได้รับการตอบสนองด้วยความมั่นคง และการปกป้องจากภัยอันตรายใน
 สถานการณ์และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับมนุษย์โดยทั่วไป
3. ความต้องการการยอมรับ (belongingness needs) รวมทั้งความต้องการทางสังคม
 และความรักที่ต้องได้รับการตอบสนองด้วยการยอมรับและจากมิตรภาพจากพวกพ้อง เนื่องจาก
 มนุษย์เป็นสัตว์สังคมและส่วนใหญ่ชอบที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนรอบข้าง โดยได้รับการยอมรับ
 และได้เป็นส่วนหนึ่งในผู้คนเหล่านั้น
4. ความต้องการเกียรติยศและการยอมรับนับถือตนเอง (self-esteem needs) เป็น
 ความต้องการที่ต้องตอบสนองด้วยความรู้สึกในคุณค่าแห่งตนเอง เป็นสิ่งที่ได้รับจากสังคมซึ่งมีผล
 ต่อการดำเนินชีวิตอย่างสะดวกสบาย

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (self-actualization needs) เกิดจากการประสบความสำเร็จในตนเองด้วยการทุ่มเทความพยายาม ทักษะ และศักยภาพสูงสุดของตัวเองไปในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสามารถและความสำเร็จ เป็นความต้องการที่ต้องได้รับการตอบสนองด้วยการสามารถเป็นได้ในทุก ๆ สิ่งที่ยากเป็น

2.3.4 ทฤษฎีความต้องการของแมคเคลลันด์ (McClelland's Needs Theory)

McClelland (1996 อ้างถึงใน นันทพร คำรณพงศ์, 2540:78) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความต้องการระดับสูงตามทฤษฎีของมาสโลว์และเห็นว่าความต้องการระดับ 3 ถึงระดับ 5 นั้น มนุษย์เรียนรู้และแสวงหาการตอบสนองได้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ทฤษฎีของเขาจึงเน้นการศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างความต้องการของมนุษย์กับปัจจัยแวดล้อมที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจพื้นฐานของมนุษย์ 3 ประการได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ (nAch) ความต้องการอำนาจ (nPow) และความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (nAff)

1. ความต้องการความสำเร็จ (need for achievement) แมคเคลลันด์ได้ทำการวิจัยและพบว่าคนที่มีความต้องการความสำเร็จอยากมีความรับผิดชอบในการแก้ปัญหาต่าง ๆ มักแสวงหาความเป็นเลิศในการปฏิบัติงานชอบเป้าหมายที่ยากและท้าทาย แต่ไม่ใช่เป้าหมายที่บรรลุความสำเร็จไม่ได้เป้าหมายที่กำหนดจึงมีความเหมาะสมเป็นจริงและสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ปรารถนาที่จะได้รับข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับการปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรมรวมตลอดทั้งมีพลังและความเต็มใจสูงที่จะทำงานหนักด้วยความพากเพียรอดสาหัสเพื่อการแข่งขันและเห็นว่าคุณค่าของการบรรลุผลสำเร็จในเป้าหมายอยู่ที่ความยากและความเสี่ยงของเป้าหมายนั้นพอสมควรมีอัตราพอประมาณอาจกล่าวได้ว่าความต้องการความสำเร็จเป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเลิศและการแข่งขัน เป้าหมายที่ท้าทายความมุ่งมั่น และการแก้ปัญหาที่ยุ่ยากคั้งนั้นรูปแบบพฤติกรรมที่สนองความต้องการความสำเร็จจึงเป็นรางวัลตอบแทนในตัวเองอยู่แล้วแมคเคลลันด์พบว่าคนที่มีความต้องการความสำเร็จสูงกว่ามักทำงานได้ดีกว่าคนที่มีความต้องการความสำเร็จต่ำ และความต้องการประเภทนี้เป็นสิ่งที่เรียนรู้และพัฒนาขึ้นได้ด้วยการฝึกอบรม

2. ความต้องการอำนาจ (need for power) หมายถึงความต้องการที่จะมีอิทธิพลหรือสามารถควบคุมคนอื่นได้บุคคลที่มีความต้องการอำนาจจึงเป็นคนที่มุ่งหาวิธีสร้างอิทธิพลเหนือคนอื่น รวมทั้งใช้อำนาจและยึดอำนาจที่มีเหนือบุคคลนั้นไว้ บุคคลเหล่านี้ชอบการแข่งขันและชอบการเผชิญหน้ากับคนอื่นในสถานการณ์ที่เห็นว่าตัวเองได้เปรียบ การใช้อำนาจมี 2 รูปแบบ คือ

2.1 การใช้อำนาจทางบวกเป็นการใช้อำนาจเพื่อแสวงหาประโยชน์ให้กับองค์กรโดยส่วนรวมซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้บริหารซึ่งต้องอาศัยความพยายามของผู้อื่นสร้างความสำเร็จ

2.2 การใช้อำนาจทางลบ เป็นการใช้อำนาจของผู้ที่แสวงหาอำนาจเพื่อประโยชน์ส่วนตัว

3. ความต้องการได้เข้าร่วมในสังคม (need for affiliation) เป็นความต้องการที่จะได้รับความรักความชอบพอ และมิตรภาพจากคนอื่นคนที่มีความต้องการนี้ชอบงานเลี้ยง ชอบทำกิจกรรมทางสังคม และแสวงหาเป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยการเข้าร่วมในกลุ่มหรือสมาคมต่าง ๆ แมคเคลลล์แลนค์เห็นว่ามนุษย์ต่างก็มีความต้องการ 3 ประเภทนี้ทั้งนั้นเพียงแต่ว่าระดับของความ ต้องการแต่ละประเภทในตัวบุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกันออกไปตามวัฒนธรรมส่วนบุคคล และวัฒนธรรมประจำชาติการที่บุคคลมีความต้องการประเภทหนึ่งประเภทใดหรือหลายประเภท อย่างรุนแรงมักแสดงออกให้เห็นชัดเจนเป็นบุคลิกลักษณะประจำตัวซึ่งมีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการทำงานความต้องการทั้ง 3 นี้จึงมีชื่อเรียกรวม ๆ ว่าความต้องการที่โคคเค้น (manifest needs) แมคเคลลล์แลนค์มีข้อสมมติว่าความต้องการเกิดจากการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมในสังคมดังนั้นการฝึกอบรมและการศึกษาสามารถเสริมสร้างและมีอิทธิพลต่อความรุนแรงของความต้องการในตัวบุคคลได้และวิธีการปรับสภาพแวดล้อมของงานให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคคลจะช่วยสร้างแรงจูงใจซึ่งมีผลต่อเนื่องไปถึงการเพิ่มการปฏิบัติงานได้อีกด้วย

2.3.5 ทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory)

ทฤษฎีการเสริมแรงของ Skinner (1995 อ้างถึงใน นันทพร คำรงพงศ์, 2541: 8) ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่พยายามพัฒนาหรือเสริมความแข็งแกร่งของพฤติกรรมที่พึงประสงค์ อาจโดยวิธีการเสริมพลังในทางบวกหรือยุติพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์โดยวิธีการเสริมพลังทางลบก็ได้ทฤษฎีนี้เกิดจากแนวคิดที่ว่าพฤติกรรมมนุษย์เป็นเรื่องของการทำพฤติกรรมซ้ำอันสืบเนื่องมาจากผลทั้งทางบวกและลบที่ได้จากพฤติกรรมเดิม โดยที่มนุษย์เชื่อว่าการมีพฤติกรรมซ้ำนี้จะให้ผลที่น่าพอใจเหมือนเดิมอีก สกินเนอร์ เชื่อว่าพฤติกรรมมนุษย์สามารถควบคุมและกำหนดรูปแบบให้เป็นไปตามความต้องการได้ด้วยการให้รางวัลตอบแทน (rewarding) หรือเสริมพลัง (reinforcing) แก่พฤติกรรมที่พึงประสงค์โดยขณะเดียวกันต้องไม่สนใจหรือเอาใจใส่ต่อพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์เมื่อเวลาผ่านไปพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์จะลดลงตามลำดับจนเหลือแต่พฤติกรรมที่พึงประสงค์เท่านั้น สกินเนอร์ได้แนวความคิดจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรางวัลกับการทำงาน โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญ 3 ประการคือ

- (1) สิ่งเร้า (stimulus) หมายถึง สิ่งแวดล้อมหรือเงื่อนไขหรือสถานะของพฤติกรรม
- (2) การตอบสนอง (response) หมายถึง การมีพฤติกรรมการทำงานหรือการปฏิบัติงาน
- (3) ตัวเสริมแรง (reinforcer) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่ทำให้เกิดพฤติกรรม เช่น รางวัลตอบแทน

ปัจจัยทั้งสามนี้มีความสัมพันธ์กันโดยเงื่อนไขเชิงปฏิบัติการ (operant condition) หมายความว่า การที่บุคคลใดมีพฤติกรรมการทำงานที่ดีแล้วได้รับผลตอบแทนเป็นที่พอใจของ

บุคคลนั้นเมื่อมีแนวโน้มว่าจะมีสิ่งเร้าหรือเงื่อนไขที่เหมือนเดิมเกิดขึ้นอีกบุคคลจะมีแรงกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองสิ่งเร้าขึ้น โดยบุคคลจะเชื่อมโยงความคิดไปสู่การตอบสนองหรือพฤติกรรมที่ทำให้เกิดตัวเสริมแรงในอดีตที่ได้รับเช่น การที่คนหนึ่งมีการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งในการทำงานแล้วได้รางวัลตอบแทนเมื่อเกิดเงื่อนไขเหมือนเดิมซ้ำอีกคน ๆ นั้นจะเชื่อมโยงความคิดไปถึงพฤติกรรมที่ทำให้ได้รับรางวัล คน ๆ นั้นจะมีพฤติกรรมซ้ำเหมือนเดิมเพราะคิดว่าจะได้รับรางวัลอีก การให้รางวัลในลักษณะนี้เป็นการเสริมแรงทางบวก (positive reinforcement) ถ้ามีการเสริมแรงอย่างต่อเนื่องจะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรทำงานสูงขึ้นเป็นลำดับผู้บริหารควรนำมาใช้ในการปรับปรุงพฤติกรรมของบุคลากร

ในทางตรงกันข้ามหากมีการเสริมแรงด้วยการใช้ตัวเสริมแรงที่เป็นการลงโทษแก่บุคลากรเคยมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ซึ่งเป็นการบอกให้รู้ว่าห้ามมีพฤติกรรมเช่นนั้นอีกและต่อมาบุคลากรสามารถยุติการมีพฤติกรรมซ้ำได้หมายความว่าสามารถยับยั้งพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์นั้นได้ก็นำตัวเสริมแรงทางลบนั้นออกหรือหยุดการลงโทษการเสริมแรงตามเงื่อนไขนี้เรียกว่าการเสริมแรงทางลบ (negative reinforcement) โดยมากเป็นการเสริมแรงเพื่อเพิ่มความถี่ในการตอบสนองหรือทำให้มีพฤติกรรมการทำงานเพิ่มขึ้น

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ได้มีผู้ให้ความหมายหรือแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้หลากหลายและมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งพอสรุปได้ ดังนี้

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540 : 3 - 8 อ้างอิงจาก อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์. 2546, 10) ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ให้ความหมายคำว่า Tourism ไว้ ดังนี้

1. การท่องเที่ยว
2. การเดินทางเพื่อความสราญใจ
3. การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

ฉะนั้นในการเดินทางท่องเที่ยว นั้น ผู้เดินทางอาจจะมีเหตุผลในการเดินทางนั้นแตกต่างกันไป เช่น เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ เดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ เดินทางเพื่อการศึกษา เป็นต้น ซึ่งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว นั้นเป็นการผ่อนคลายความเครียดที่อาจจะเกิดขึ้นจากการทำงานหรือเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันพร้อมๆ กับการได้รับรู้ สัมผัสกับสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากการดำเนินชีวิตอันเป็นปกติของเรา ทำให้เกิดความเพลิดเพลินเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยว จึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้ และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อหาความสนุกสนาน เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อการศึกษาหาความรู้ เพื่อการศาสนา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชม อนุสาวรีย์ โดยที่ไม่มีรายได้เกิดขึ้นจากการเดินทางในครั้งนั้น (อารณีย์ วิวัฒนาการ. 2546 : 10)

การท่องเที่ยว หมายถึง เป็นการเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ (เจริญญา เจริญสุขใส และสุวัฒน์ จูรากรณ์. 2544 : 71)

การท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวมิใช่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์อย่างที่ว่าส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมอนุสาวรีย์ ก็นับได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น (เสรี วงศ์ไพจิตร. 2545 : 1)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่โดยมีเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544 : 15)

จากแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นพอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันทั้งที่เป็นการพักผ่อน ประกอบกิจกรรมตามความสนใจ หรือเพื่อประกอบธุรกิจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำงาน แต่ไม่ได้เป็นการเดินทาง เพื่อไปทำงาน หรือประกอบอาชีพเป็นหลัก

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.5.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้มีบุคคลหรือองค์กรต่างๆให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมาย เป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่งและได้รับการอ้างอิงถึงเสมอ ที่สำคัญมีดังนี้

ซีบอลอส ลักเคลเรน(Ceballos Lascurain. 1991) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "เป็นการท่องเที่ยว รูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์ เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ เหล่านั้น"

อลิซาเบท บู(Elizabeth Boo. 1991) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการ

ปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม"

The Ecotourism Society (1991) ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การเดินทางไปเยือนแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ด้วยความระมัดระวัง ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศและในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น"

เวสเทิร์น(Western, 1993) ได้ปรับปรุงคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ The Ecotourism Society ให้สั้นและกระชับแต่มีความหมายสมบูรณ์มากขึ้นคือ "การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น"

The Common Wealth Department of Tourism (1994) ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือ การท่องเที่ยวธรรมชาติที่ครอบคลุมถึงสาระด้านการศึกษา การเข้าใจธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และการจัดการเพื่อรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืน คำว่า ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมยังครอบคลุมถึงขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นด้วย ส่วนคำว่าการรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืนนั้นหมายถึง "การป็นผลประโยชน์ต่างๆ กลับสู่ชุมชนท้องถิ่นและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ"

เสรี เวชบุษกร (2538) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า "การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้วย"

กรมป่าไม้ (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็น "การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่น เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ ที่ขจรพรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย"

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งมีลักษณะแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมุ่งเน้นที่คุณค่าทางธรรมชาติ หรือวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมากกว่าการเสริมแต่งสภาพธรรมชาติ หรือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไม่ทำลายและไม่ทำให้สิ่งแวดล้อมหรือธรรมชาติเสื่อมโทรม

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ หรือได้รับประสบการณ์จากสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง ซึ่งนอกจากจะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีส่วนช่วยเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและ การอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะที่ชิวกันก็เอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม

2.5.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตามคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของราชบัณฑิตยสถาน แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะหมายรวมถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทุกแห่งตั้งแต่แหล่งธรรมชาติ โบราณสถาน ไปจนถึงชุมชนท้องถิ่น เพราะฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ไปจนถึงชุมชนต่างๆ ที่เปิดให้มีการท่องเที่ยว

แต่ปัจจุบันเรื่องการป้องกันผลกระทบสิ่งแวดล้อม และการให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้มาเยือนตามคำจำกัดความกระทำได้บ้างในระดับหนึ่ง คือยังไม่สมบูรณ์หรือได้มาตรฐานเพียงพอ ยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอุทยานแห่งชาติบางแห่งเท่านั้น อย่างเช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ คอยอินทนนท์ น้ำหนาว เขาสก แก่งกระจาน ฯลฯ

อย่างไรก็ตามหากยึดความหมายและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ปฏิบัติกันอยู่หลายประเทศ เช่น คอสตาริกา เคนย่า และประเทศในทวีปอเมริกากลางและอเมริกาใต้ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะจำกัดวงเฉพาะที่เป็นแหล่งธรรมชาติเท่านั้น (nature-based destinations) โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติและ วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ที่สำคัญได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และแหล่งสงวนธรรมชาติในรูปแบบอื่น

ดังนั้น ตามความหมายที่เป็นสากล ชี้ว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ ควรจะเน้นการพัฒนาและการจัดการ เฉพาะในแหล่งธรรมชาติซึ่งถือกันว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสนองตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (niche market) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความรู้และอยากเข้าไปมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการเพลิดเพลินและมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น รวมทั้งให้ประโยชน์กลับคืนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น

2.5.3 ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โดยลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมี ดังนี้

1. เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ไว้ รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นๆ
2. มุ่งเน้นที่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว มากกว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
3. เน้นให้ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว
4. ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้ หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ นอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่กินประโยชน์สู่ธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม
6. เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2.5.4 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณาอยู่ 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและระบบนิเวศ หากปัจจัยข้างต้นได้รับผลกระทบกระเทือนจากการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใดก็ตาม โอกาสที่จะเกิดความเสื่อมโทรมหรือถูกทำลายจนด้อยคุณค่าไปก็มีอยู่สูง

1. การให้ความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งการสร้างจิตสำนึกในการปกป้องรักษาธรรมชาติแวดล้อมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ให้กับราษฎรท้องถิ่น มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วย วิธีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปได้แก่ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น การจัดตั้งศูนย์สื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว การจัดเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จำเป็นต่อการศึกษาเรียนรู้ การจัดนิทรรศการ/แผ่นป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ การจัดทำเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ รวมถึงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและนิเวศวิทยาของสิ่งต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวพบเห็น

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่างๆ ทั้งสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทางและทำทนาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องการการ

บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่างๆ ทั้งในระดับกว้างและระดับลึกซึ้ง ซึ่งเป็นเสมือนการเพิ่มพูนประสบการณ์และได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาว และขณะเดียวกันการท่องเที่ยวมีผลต่อการคงอยู่ของธรรมชาติแวดล้อม ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม และทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และลดการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติลง ซึ่งนับว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการส่งเสริมการอนุรักษ์ ซึ่งมีความสำคัญต่อสังคมส่วนรวมระดับประเทศ

2.5.5 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น กิจกรรมการเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมดำรูประเพณีวัฒนธรรม บันเทิงเทปวีดีโอเทปเสียงธรรมชาติ กิจกรรมส่อง/ดูนก กิจกรรมศึกษา/เที่ยวถ้ำ หรืออาจเป็นกิจกรรมประเภทเดินเล่นผจญภัยหรือชื่นชมธรรมชาติก็ได้

ดังที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการศึกษาธรรมชาติและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยให้สร้างรายได้ และยังเป็นการสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ ด้วยเหตุผลดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กันไปได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.5.6 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการผลักดันและส่งเสริมให้เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือหรือมาตรการหนึ่งในการส่งเสริมเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรชีวภาพซึ่งมีแนวโน้มว่าจะลดน้อยหรือเสื่อมโทรมลง อันเป็นผลมาจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่มีสาเหตุจากการบรรจบของแนวโน้มในด้านการอนุรักษ์และแนวโน้มแห่งการเปลี่ยนแปลงด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายได้พยายามผสมผสานเรื่องของการอนุรักษ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยการใช้ประโยชน์พื้นที่อนุรักษ์ให้เป็นแหล่งพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม ควบคู่ไปกับการสงวนรักษาระบบนิเวศตามธรรมชาติ โดยส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวใน

พื้นที่อนุรักษ์ ด้วยความเชื่อที่ว่าการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ จะเป็นทางเลือกหนึ่งที่เปิดโอกาสให้มีการจ้างงานและสร้างรายได้จำนวนมากทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้แก่ราษฎรในชนบทให้ตระหนักถึงความสำคัญและช่วยสนับสนุนการสงวนรักษาพื้นที่อนุรักษ์และทรัพยากรธรรมชาติ

สำหรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มนุษย์มีความต้องการการท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัยมากขึ้น รวมทั้งการได้เข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวธรรมชาติมีความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ได้ไปเยือนทั้งในด้านระบบนิเวศ ชนิดพันธุ์พืช และสัตว์ที่ได้พบเห็น รวมถึงประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีสาเหตุสำคัญจากการตื่นตัวและให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัญหาในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

จากกรอบแนวความคิด Earth Summit ที่ประเทศบราซิลในปี 2535 กำหนดกระแสการท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 ด้าน คือ ความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้ และความต้องการพัฒนาคน โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มาจากรากหญ้า ซึ่งจะนำไปสู่การกระจายรายได้ที่เหมาะสมในท้องถิ่น จึงนำไปสู่การเกิดทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงมีแนวคิดที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับระบบนิเวศ โดยมีการบูรณาการการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย , 2540 อ้างใน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะแตกต่างไปจากแนวคิดการท่องเที่ยวเดิมๆ ที่เน้นในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคแต่เพียงมิติเดียว โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาคน ชุมชน และสังคม โดยการนำศักยภาพที่มีเป็นทุนเดิมของสังคมมาพัฒนาและจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งเป็นกระบวนการบูรณาการกิจกรรมด้านต่างๆ ในท้องถิ่นเข้าด้วยกัน โดยคำนึงถึงบริบทของท้องถิ่น และสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างแท้จริง (การสัมมนาระดับชาติเรื่องท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, 2545 อ้างใน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548)

ดังนั้น โคนัยแนวความคิดระดับชาติและนานาชาติสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเกี่ยวกับการนำแหล่งทุนทางธรรมชาติและแหล่งทุนทางวัฒนธรรม มาพัฒนาบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นนั้นๆ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ ซึ่งบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติ ที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และอาจรวมไปถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและระบบนิเวศ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลาย หรือทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม

3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสหรือมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังจะเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้านสิ่งแวดล้อมเชิงบวกด้วย

4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและถาวรภูมิธรรมชาติ ในขณะเดียวกันจะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนั้น จะมุ่งเน้นที่คุณค่าของธรรมชาติ หรือลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เน้นที่การเสริมแต่งหรือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.6.1 ความหมายของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

คาร์ล อาร์ แอนเดอร์สัน (Carl R. Anderson) ได้ให้ความหมายการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า หมายถึง กระบวนการกำหนดวัตถุประสงค์ขององค์การและการตัดสินใจใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลเพื่อให้องค์การได้รับผลการปฏิบัติงานที่สูง

ริชาร์ด แอล ดาฟท์ (Richard L. Daft) ให้ความเห็นว่า การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเรื่องของการมุ่งให้องค์การบรรลุประสิทธิผล และประสิทธิภาพ โดยมีการวางแผนการจัดองค์การและงาน การนำและการชักจูง และการควบคุมการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว

สตีเฟน พี โรบบินส์ (Stephen P. Robbins) ให้ความหมายว่า การจัดการเป็นกระบวนการของการทำงานให้มีประสิทธิภาพผ่านการทำงานของบุคลากร

แคทริน เอ็ม บาร์ทอล และเดวิด ซี มาร์ติน (Kathryn M. Bartol and David C. Martin) เห็นว่าการจัดการเป็นกระบวนการของการมุ่งบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยมีการทำหน้าที่ใน 4 ด้าน คือ การวางแผน การจัดองค์การและงาน การนำหรือการชักจูง และการควบคุม

จากความหมายของการจัดการที่นักวิชาการด้านการจัดการได้ให้ความหมายไว้ อาจสรุปได้ว่าการจัดการหมายถึง กระบวนการทำงานและการใช้ทรัพยากรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และ

เป้าหมายขององค์การที่ตั้งไว้ต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การทำงานโดยการจัดการจึงเปรียบได้กับวิธีการ (means) ที่นำไปสู่ผลสุดท้าย (ends) คือการที่องค์การบรรลุวัตถุประสงค์ของการทำงานที่ตั้งไว้ต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ส่วนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อาจสรุปความหมายได้ว่า เป็นกระบวนการของการทำงาน และการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเชิงระบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การที่ตั้งไว้ต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยวิธีการในการดำเนินการจะประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การและงาน การนำหรือชักจูง และการควบคุม กระบวนการในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้จะเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน ที่สำคัญต้องสอดคล้องกับหลักการและแนวทางในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ยั่งยืน และคำนึงถึงสภาพการณ์ที่แท้จริง ตลอดจนข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อมประกอบด้วย

2.6.2 หลักการในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีอยู่อย่างจำกัด ได้ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทรัพยากรการท่องเที่ยวและนำไปสู่การเผชิญหน้าระหว่างฝ่ายต่าง ๆ เช่น การเผชิญหน้าระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้าน ชาวบ้านกับรัฐ ชาวบ้านกับนายทุน รัฐกับนายทุน นักอนุรักษ์กับนักพัฒนา นายทุนกับนักอนุรักษ์ และรัฐกับนักอนุรักษ์ เป็นต้น

แต่ละฝ่ายต่างพยายามที่จะผลักดันต่อสู้เพื่อให้มีทางออกในระดับนโยบาย และมีกฎหมายที่เหมาะสม สอดคล้อง รองรับกับความต้องการของแต่ละฝ่าย ทั้งฝ่ายรัฐ ฝ่ายนายทุนที่คิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ประชาชน ตลอดจนฝ่ายอนุรักษ์ นักพัฒนา และนักวิชาการทั่วไป เป้าหมายจึงต้องมุ่งเน้นไปที่การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสมที่สุด ยาวนานที่สุด และสามารถรักษาหรืออนุรักษ์สภาพดึงดูดใจของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ได้มากที่สุด ขณะเดียวกันก็สามารถรองรับกับกระแสในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 2 กระแส คือ

กระแสที่ 1 คือ กระแสความต้องการให้มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งมีขอบข่ายกว้างขวางไปทั่วโลก ทั้งการอนุรักษ์ ป่ากัน และแก้ไขวิกฤตการณ์ในระดับท้องถิ่นและระดับโลก โดยเฉพาะการอนุรักษ์ระบบนิเวศ เพื่อให้คงไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศในซีกโลกตะวันตกที่สนใจกับคุณภาพและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างเหมาะสมมากขึ้น

กระแสที่ 2 คือ กระแสความต้องการพัฒนาคน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีมาจากรากหญ้า(ประชาชนพื้นฐาน) อันจะเป็นหลักประกันที่จะให้การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นไปอย่างมีทิศทาง ถูกต้อง และเหมาะสม ตลอดจนมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม

กระแสนี้ 2 ดังกล่าวข้างต้นนำไปสู่หลักการในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน (sustainability concept) เป็นการจัดการที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ขณะเดียวกันก็สามารถปกป้องและสงวนรักษาทรัพยากรเหล่านี้ไว้ให้คงอยู่ตลอดไป

จากหลักการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถสรุปได้ดังนี้ เป็นการจัดการเชิงระบบเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมพร้อมไปกับการรักษาสุนทรียภาพ เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และกระบวนการทางนิเวศวิทยานั้นเอง โดยมีเป้าหมายสูงสุดของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือความยั่งยืนนั่นเอง (sustainability)

2.6.3 แนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

แนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนมี 2 ประการ คือ

1. การสร้างสมดุลระหว่างความต้องการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศกับความจำเป็นในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการใช้งานในอนาคต โดยพยายามควบคุมผลกระทบทางลบให้มากที่สุด ซึ่งการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวทางนี้ต้องจัดให้มีการดำเนินการและกิจกรรมการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถในการรองรับ (carrying capacity) ทั้ง 3 ด้าน คือ

1.1 การจัดการตามขีดความสามารถในการรองรับทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง การจัดการโดยยอมให้มีจำนวนคนมากที่สุด สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้โดยไม่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และไม่ทำให้ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับนั้นมีคุณภาพลดลง

1.2 การจัดการตามขีดความสามารถในการรองรับทางการตลาด หมายถึง การจัดการโดยไม่ยอมให้มีจำนวนคน เพิ่มขึ้นจนถึงระดับที่ไปขัดขวางความสามารถของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในการที่จะให้ประสบการณ์ที่คุณภาพแก่นักท่องเที่ยว เพราะหากเกินขีดความสามารถในการรองรับแล้ว ตลาดการท่องเที่ยวก็จะถึงจุดวิกฤตได้

1.3 การจัดการตามขีดความสามารถในการรองรับของชุมชน หมายถึง การจัดการตามขีดความสามารถในการรองรับซึ่งจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดการนี้ต้องพยายามไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ เพราะหากเกินขีดความสามารถแล้ว ชุมชนในบริเวณนั้นจะรู้สึกถึงผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้น

สรุปได้ว่าแนวทางในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาด (wise use) โดยผู้ที่เกี่ยวข้องที่เป็นผู้ใช้ต้องทราบว่าจะสามารถใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ในระดับไหนจึงจะไม่ทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องถูกทำลาย และเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ก่อให้เกิด

ผลกระทบในระดับต่ำ (low impact) และมีการสูญเสียทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน้อยที่สุด (least waste)

2. การผลักดันและสนับสนุนรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบทางลบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีดังนี้

2.1 การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการกระจายรายได้

2.2 การผลักดันให้มีมาตรการเพื่อสนับสนุนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อาทิเช่น มาตรการทางการจัดการเป็นการจัดระบบการจัดการในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้อยู่ในสภาพสมดุล โดยมี (1) การวางแผนในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่นการแบ่งเขตพื้นที่ใช้ประโยชน์ การจัดทำป้ายบอกทาง และการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยว เป็นต้น (2) การควบคุมเช่น การจัดการรับ-ส่งตรงตามตารางเวลา การจัดให้มีผู้นำชม การจัดระบบการจราจรไม่ให้รุดคึกคักและปลอดภัยเป็นต้น (3) การจัดฝึกอบรมบุคลากร และการติดตั้งระบบการบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น

จากหลักการและแนวทางดังกล่าว รวมถึงการใช้มาตรการด้านการจัดการนั้น การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงควรมุ่งเน้นไปที่การจัดการเชิงระบบ โดยพิจารณาตามขีดความสามารถในการรองรับทั้ง 3 ด้าน คือ การจัดการตามขีดความสามารถในการรองรับทางสิ่งแวดล้อม การจัดการตามขีดความสามารถในการรองรับทางการตลาด และการจัดการตามขีดความสามารถในการรองรับของชุมชน ทั้งนี้เพื่อที่จะควบคุมระดับของผลกระทบ ซึ่งอาจจะเกิดจากกิจกรรมการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้อยู่ในระดับที่ต่ำที่สุด ให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน้อยที่สุด ในขณะที่เดียวกันการจัดการโดยภาพรวมจะต้องสามารถรักษาปริมาณการท่องเที่ยวเอาไว้ให้ได้ในระดับที่ควรจะเป็นด้วย

2.7 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดจันทบุรี

2.7.1 อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว

อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว มีพื้นที่ครอบคลุมท้องที่อำเภอเมือง อำเภอแหลมสิงห์ อำเภอขลุง และอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยป่าที่สมบูรณ์ เทือกเขาสูงสลับซับซ้อนเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารหลายสาย และมีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติ คือ น้ำตกพลิ้วที่สวยงาม มีน้ำตกตลอดปี เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป ซึ่งอยู่ห่างจากจังหวัดจันทบุรีประมาณ 14 กิโลเมตร ถนนลาดยางตลอดสายทำให้สะดวกสบายในการไปเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ มีเนื้อที่ประมาณ 134.50 ตารางกิโลเมตร หรือ 84,062.50 ไร่ เป็นอุทยานแห่งชาติแห่งที่ 11 ของประเทศ โดยใช้ชื่อว่า "อุทยานแห่งชาติเขาสระบาป"

ต่อมานายผจญ ธนมิตรามณี หัวหน้าอุทยานแห่งชาติเขาสระบาป ได้มีหนังสือ ที่ กษ 0708 (สบ)/พิเศษ ลงวันที่ 1 มีนาคม 2525 ขอเปลี่ยนชื่ออุทยานแห่งชาติเขาสระบาปเป็นอุทยานแห่งชาติ น้ำตกพลิว เนื่องจากน้ำตกพลิวเป็นน้ำตกที่มีความสวยงามตามธรรมชาติเป็นจุดเด่นของอุทยานแห่งชาติ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและประชาชน โดยทั่วไปเป็นเวลานานแล้ว ซึ่งคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติได้มีมติในคราวประชุมครั้งที่ 3/2525 เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2525 เห็นชอบให้เปลี่ยนชื่อเป็น " อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว "

ที่ทำการอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว อยู่ห่างจากตัวเมืองจันทบุรี ประมาณ 14 กิโลเมตร อยู่ห่างจากตัวเมืองตราด ประมาณ 55 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว ซึ่งทำหน้าที่ดูแลรักษาอุทยานแห่งชาติ รวมทั้งอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้ง 7 หน่วย ดังนี้

1. หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ ที่ 1 (น้ำตกตรอกนอง) ประมาณ 28 กิโลเมตร
2. หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ ที่ 2 (บ้านอ่าง) ประมาณ 18 กิโลเมตร
3. หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ ที่ 3 (น้ำตกคลองนารายณ์) ประมาณ 8 กิโลเมตร
4. หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ ที่ 4 (น้ำตกมะกอก) ประมาณ 36 กิโลเมตร
5. หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ ที่ 5 (กงสีไร่) ประมาณ 18 กิโลเมตร
6. หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติชั่วคราว ที่ 6 (น้ำตกคลองกลาง) ประมาณ 15 กิโลเมตร
7. หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติชั่วคราว ที่ 7 (เขาอ่าง) ประมาณ 45 กิโลเมตร

ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพทั่วไปเป็นเทือกเขาสูง มียอดเขาสลับซับซ้อนสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางตั้งแต่ 20-924 เมตร ค่อยๆ ลาดลงทางทิศใต้ มีที่ราบแคบๆ ทั่วไปบริเวณไหล่เขา พื้นที่ที่มีความลาดชันสูง จุดสูงสุดของพื้นที่อยู่ที่ยอดเขามาบหว้ากรอก มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 924 เมตร ลักษณะทางธรณีวิทยาส่วนใหญ่เป็นหินอัคนีประเภทหินแกรนิต ในบริเวณตอนกลางของพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นเทือกเขาสูงชันสลับซับซ้อนที่ประกอบไปด้วยป่าดงดิบที่สมบูรณ์ ทำให้บริเวณนี้กลายเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารหลายสาย เช่น ห้วยตาโบ คลองโป่งแรด คลองนารายณ์ คลองสระบาป คลองกมบาง คลองนาป่า คลองพลิว คลองน้ำแห้ง คลองหนองเสม็ด คลองตะปอนน้อย คลองตะปอนใหญ่ คลองขลุง คลองเกล คลองตรอกนอง และคลองมะกอก กระจายอยู่รอบพื้นที่

ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพอากาศระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน อากาศจะค่อนข้างร้อน ระหว่างเดือน

พฤษภาคม-ตุลาคม จะมีฝนตกชุกปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยปีละ 3,000 มม./ปี และระหว่างเดือน พฤศจิกายน - กุมภาพันธ์ อากาศจะเย็นสบายที่สุด อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 26 องศาเซลเซียส

พืชพรรณและสัตว์ป่า

สภาพป่าทั่วไปเป็นป่าดงดิบชื้นที่สมบูรณ์ จัดอยู่ในเขตพฤษศาสตร์อินโดจีนเนื่องจากอิทธิพลของทะเล มีพันธุ์ไม้ที่สำคัญได้แก่ พุงทะเลยล เข็มคะนอง กระบอกกรัง พนอง ตะเคียนหิน ยางแดง กฤษณา ตาเสือ พะวา ชะมวง จิกคง ปออีแก้ง และขนุนป่า ฯลฯ พืชพื้นล่างขึ้นปกคลุมพื้นป่าอีกหลายชนิด เช่น หัสศุณ ฉ่อนตีหมา แก้มขาว หวายลิง กะท้อ ระกำ เต่าร้าง ใผ่ซี่ เร่วป่า ปูดใหญ่ และกระทือ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีพืชอิงอาศัยหลายชนิดเกาะอยู่ตามลำต้นและกิ่งก้าน ได้แก่ ชายผ้าสีดา กระแตไต่ไม้ ข้าหลวงหลังลาย เกล็ดนาคราช และกล้วยไม้نانาชนิด เช่น กะระเกะร้อน เหลืองจันทร์บูร และเอื้องมัจฉา ไม้เถาเลื้อยที่พบ ได้แก่ พญาปล้องทอง เถาคัน พญาเท้าเอว แสลงพัน เถา หวายกำพวน หวายขริง และหวายเล็ก ฯลฯ

เนื่องจากสภาพป่าของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีมีลักษณะเป็นผืนป่าธรรมชาติโดดเด่นด้วยกล้วยป่าเกาะที่ถูกล้อมรอบด้วยพื้นที่เกษตรกรรมและชุมชนที่อยู่อาศัย ไม่มีผืนป่าธรรมชาติแห่งอื่นที่ต่อเนื่องหรือใกล้เคียง ประกอบกับพื้นที่มีขนาดไม่มากนัก ความหลากหลายของสัตว์ป่าในพื้นที่จึงมีน้อย ที่พบโดยทั่วไป ได้แก่ เลียงผา หมูป่า อีเห็นข้างลาย ลิงกัง ชะนิมังกู ลิ่นชวา อีเห็นข้างลาย กระแตเหนือ กระรอกแดง ค้างคาวเล็บงูด ค้างคาวปีกดงค่อมคาง หนูฟันเหลือง เป็ดแดง ไก่ป่า นกหกเล็กปากแดง นกกระปูดใหญ่ นกเค้าลมหลังเทา นกเขียวคางหางสีน้ำตาล นกขมิ้นน้อยสวน นกเขียวคราม นกปรอดทอง นกแซงแซวหางปลา นกกินแมลงอกเหลือง นกกระจิบสวน นกกางเขนดง นกกินปลีคอแดง นกสีชมพูสวน ตี๊กแกป่าตะวันออก จิ้งจกหางแบน กิ้งก่าบินปีกสีส้ม จิ้งเหลนหลากหลาย ตะกวด งูลายสาบเขียววันดำ งูเขียวหัวจิ้งจกป่า คางคกบ้าน กบอ่อง เขียดตะปาด และอึ่งอ่างบ้าน ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีปลาชนิดต่างๆ เช่น ปลาสร้อยขาว ปลากดหิน ปลาค้อ ปลาจิ้งจก ปลาพลวงหิน ปลากระทิง ปลาสร้อยลูกกล้วย เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

น้ำตกพลี คำว่า "พลี" กล่าวกันว่าเป็นภาษาขอม ซึ่งเป็นเจ้าของถิ่นแปลว่า ทราบหรือ ทราทราบ เข้าใจกันว่าน้ำตกพลี ก็คงจะได้ชื่อมาจากต้นไม้ชนิดหนึ่ง ซึ่งชอบขึ้นในที่ดินปนทราย เป็นไม้เถามีดอกเป็นช่อ มีผลเล็กขนาดลูกเกด สีเหลืองอมแดงขึ้นอยู่ทั่วไป ในแถบนี้ น้ำตกพลีเป็นน้ำตกขนาดใหญ่และสวยงามมีน้ำตกตลอดปี ปรกติน้ำจะใส มากสามารถมองเห็น พื้นล่างซึ่งส่วนใหญ่เป็นหินและทรายในระดับลึกกว่า 2 เมตร ภายในบริเวณน้ำตกและลำคลองมีปลาใหญ่น้อยหลายชนิดอาศัย อยู่เป็นจำนวนมาก ผู้ที่ไปพักผ่อนหย่อนใจจะตื่นตื่นเพลิดเพลิน ดิดตาตรึงใจกับฝูงปลา โดยเฉพาะ ปลาพองหิน เหล่านี้ น้ำตกพลีเป็นแหล่งท่องเที่ยวและ พักผ่อนหย่อนใจที่สำคัญ

ของอุทยาน ฯ ซึ่งประชาชนชาวจังหวัดจันทบุรีและนักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่น ๆ รู้จักกันดี และไปเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด

สถูปพระนางเรือล่มและอลงกรณ์เจดีย์ อยู่ในบริเวณน้ำตกพลิว สร้างขึ้นในสมัยรัชการที่ 5 (อลงกรณ์เจดีย์สร้าง พ.ศ. 2419 สถูปพระนางเรือล่มสร้าง พ.ศ. 2424) เพื่อเป็นที่ระลึก แก่สมเด็จพระนางเจ้า สุนันทากุมารีรัตน์ พระบรมราชเทวี ภายในสถูปพระนางเรือล่ม บรรจุพระอังคารพระนางเจ้า ฯ ด้วย เนื่องจาก พระองค์ท่านเคยเสด็จประพาสน้ำตกพลิว เมื่อ พ.ศ. 2417 และทรงโสมมน์สขึ้นชมความงามตามธรรมชาติของน้ำตกพลิวยิ่งนัก

น้ำตกคลองนารายณ์ อยู่ตำบลคลองนารายณ์ ห่างจากตัวเมืองจันทบุรีประมาณ 6 กม. น้ำตกอยู่ห่างจากถนนใหญ่สายจันทบุรี - ตราด ประมาณ 2 กิโลเมตร เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยว ที่ชอบการเดินป่าชมความงามของพฤษชาติและน้ำตก

น้ำตกตรองนอง อยู่ที่ตำบลตรองนอง อำเภอขลุง การเดินทางใช้เส้นทางแยกเข้า น้ำตกพลิวไปทางตราด ถึงสี่แยกเข้าอำเภอขลุง แล้วเลี้ยวซ้ายไปทางเข้าน้ำตกตรองนอง อีก 2 กิโลเมตร ถึงบริเวณหน่วยพิทักษ์อุทยาน ฯ แล้วเดินเท้าเข้าขึ้นไปไปอีกประมาณ 2 กิโลเมตร ก็จะถึงน้ำตกชั้นล่างสุดซึ่งเรียกว่าน้ำตกไม้ซี้ ถัดไปเป็นน้ำตกกลาง และชั้นบน สักเรียกว่า น้ำตรองนอง มีความสวยงามตามธรรมชาติมาก มีน้ำไหลตลอดปี ในระหว่างเดินทางขึ้นน้ำตก ท่านจะเพลิดเพลินกับความสวยงาม ของลำธารและ สภาพป่าที่ร่มรื่นและเขียวชอุ่มตามธรรมชาติ และในบริเวณนี้มีสัตว์ป่าชุกชุม ท่านจะ สังเกตเห็นรอยเท้าของสัตว์ป่าที่ลงมากินน้ำตามลำธาร เช่น หมู หนูป่า ชะมด หนูหริ่ง พังพอน เก้ง ฯลฯ พร้อมทั้งสัตว์จำพวกนกก็มีอยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน และในบริเวณนี้ ก็ยังมีถ้าพระเจดีย์อยู่บนไหล่เขาพระเจดีย์ ลักษณะเป็นก้อนหินใหญ่คล้ายเจดีย์ ตั้งอยู่บนไหล่เขาชาวบ้านเรียกว่า "เขาพระเจดีย์" เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าหลายชนิด เช่น หมู เลียงผา ค้างคาว

น้ำตกมะกอก อยู่เลขทางเข้าน้ำตกตรองนองไปอีกประมาณ 6 กิโลเมตรตามถนนสาย ขลุง-มะขาม จะถึงหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ พล.4 (น้ำตกมะกอก) เดินเลียบลำธารไปอีกราว 600 เมตร น้ำตกมะกอกเป็นน้ำตกขนาดเล็กมี 2 ชั้น สายน้ำไหลจากผาสูงชัน น้ำใสเป็นสีเขียวอมฟ้า มีน้ำตลอดปี มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติระยะทาง 2.1 กิโลเมตร จุดเริ่มต้นบริเวณด้านหลังหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ

อ่างเก็บน้ำห้วยตาโอบ อยู่ทางตอนเหนือของอุทยานแห่งชาติบริเวณตำบลมะขาม อำเภอ มะขาม การเดินทางใช้เส้นทางเดียวกับน้ำตกมะกอก โดยเลขทางแยกเข้าน้ำตกประมาณ 6 กิโลเมตร จะมีทางแยกซ้ายเข้าอ่างเก็บน้ำห้วยตาโอบประมาณ 8 กิโลเมตร จะถึงหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ พล.2 (บ้านอ่าง) ในบริเวณอ่างเก็บน้ำนี้มีนกเป็ดแดงจำนวนมากมาอาศัยอยู่ มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติระยะทาง 2.4 กิโลเมตร จุดเริ่มต้นบริเวณสันอ่างเก็บน้ำ

สิ่งอำนวยความสะดวก

อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว มีบ้านพักบริการนักท่องเที่ยว สถานที่กางเต็นท์ ห้องน้ำห้องสุขา ร้านอาหาร และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีการจัดทำป้ายสื่อความหมายบริเวณทางลงน้ำตกพลิว หน้าศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ระหว่างทางเดินเท้าไป น้ำตกคลองนารายณ์และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

2.7.2 อุทยานแห่งชาติเขาคิซมัญญ

อุทยานแห่งชาติเขาคิซมัญญ มีเนื้อที่ประมาณ 58.31 ตารางกิโลเมตร หรือ 36,444.05 ไร่อยู่ในบริเวณพื้นที่ป่าเขาคิซมัญญหรือเขาพระบาท ท้องที่อำเภอมะขาม และอำเภอเขาคิซมัญญ จังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยภูเขา ทิวทัศน์ที่งดงาม มียอดเขาสูงสุดอยู่ในระดับความสูง 1,000 เมตร มีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตกกระทิง และปรากฏการณ์ทางธรณีวิทยาที่เกี่ยวข้องเนื่องกับตำนานทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะในด้านความเชื่อทางศาสนาเกี่ยวกับรอยพระพุทธบาทบนยอดเขาคิซมัญญ

เมื่อปี พ.ศ. 2501 นายนิยมไพโรธสมาคม ได้มีหนังสือถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรเสนอให้รักษาป่าเขาคิซมัญญ ท้องที่จังหวัดจันทบุรี ไว้เป็นแหล่งอาศัยของสัตว์และจัดให้เป็นอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้จึงให้ป่าไม้เขตศรีราชาประสานงานกับป่าไม้จังหวัดจันทบุรีดำเนินการ และได้มีคำสั่ง ที่ 852/2517 ลงวันที่ 30 กรกฎาคม 2517 ให้นายสมพล วรรณกุล นักวิชาการป่าไม้เอก ไปดำเนินการสำรวจหาข้อมูลเบื้องต้น ซึ่งผลการสำรวจ ตามรายงานการสำรวจลงวันที่ 16 มิถุนายน 2518 พบว่า สภาพพื้นที่เป็นภูเขาสลับซับซ้อน มีสภาพทางธรรมชาติสวยงาม ประกอบด้วย ถ้ำ น้ำตก และมีสัตว์ป่าชุกชุม เหมาะกับการจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติ กองอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ จึงได้เสนอคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติ ซึ่งได้มีมติการประชุมครั้งที่ 2/2518 เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2518 เห็นสมควรให้ออกพระราชกฤษฎีกากำหนดพื้นที่ป่าเขาคิซมัญญให้เป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2520 เป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 14 ของประเทศไทย

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นภูเขาสูงชัน เนื่องจากการคั่นตัวของเปลือกโลก หินฐานเป็นหินอัคนีพวกหินแกรนิต ยุคจูแรสสิก มีอายุประมาณ 135-180 ล้านปี ทางด้านทิศตะวันออกจะมีความลาดชันมาก แนวสันเขาวางตัวไปในแนวตะวันตกเฉียงเหนือ-ตะวันออกเฉียงใต้ เขิงเขาด้านตะวันออกเฉียงใต้มีความลาดชันน้อย มียอดเขาพระบาทเป็นภูเขาสูงสุด สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,085 เมตร มีที่ราบอยู่ทางทิศตะวันตกเพียงเล็กน้อย บนเขาพระบาทมีหินก้อนใหญ่ลักษณะกลมเกลี้ยงกระจายอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะบริเวณรอยพระพุทธบาทมีหินก้อนใหญ่มากสามารถมองเห็นได้จากที่ราบนอกเขตอุทยานแห่งชาติ เทือกเขาสูงในอุทยานแห่งชาติเขาคิซมัญญเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารของลำห้วยที่สำคัญ เช่น คลองกระทิง คลองตะเคียน คลองทุ่งเพล คลองพลวง เป็นต้น ลำน้ำเหล่านี้เป็นแหล่งต้นน้ำที่สำคัญของแม่น้ำจันทบุรี

ลักษณะภูมิอากาศบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ โดยช่วงตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์อากาศหนาวเย็น ท้องฟ้าโปร่ง ในช่วงกลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคมจะมีความชื้นในอากาศสูง เกิดเมฆและฝนตกหนัก ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยปีละ 2,900 มิลลิเมตร ช่วงฤดูร้อนระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เดือนเมษายน เป็นช่วงเวลาที่เปลี่ยนอิทธิพลจากลมตะวันออกเฉียงเหนือเป็นลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ อุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปี 27 องศาเซลเซียส

ระบบนิเวศในพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏสามารถแบ่งออกได้หลักๆ 2 ประเภท คือ ป่าดิบชื้น ครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของอุทยานแห่งชาติ พันธุ์ไม้ที่ขึ้นอยู่ได้แก่ ยางแดง กระบาก หย่อง มะกอก บุนนาค ลูกคิง สารภี เนียนดำ มะไฟ จิกคง มะขาง คีหมี เลือดควาย สำรอง กระบกกรัง ฯลฯ และป่าดิบเขา จะอยู่สูงจากระดับน้ำทะเลมากกว่า 800 เมตรขึ้นไป หรือจะพบเฉพาะบริเวณยอดเขา เช่น เขาพระบาทพลวง พันธุ์ไม้ที่พบได้แก่ มะกอก กระบกกรัง สารภี บุนนาค ทำมึง พิมเสน ป่า พลอง คอห้อย ชันใบใหญ่ รง พลับ อมเขยและคิหมี เป็นต้น

ในส่วนของสัตว์ป่า เนื่องจากสภาพป่าอยู่ในเขตเทือกเขาสูงชัน และประกอบด้วยราษฎรที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับอุทยานแห่งชาติไม่ลึกลอบล่าสัตว์ เพราะมีอาชีพที่เป็นหลักแหล่งและทำรายได้ดีอยู่แล้ว คือ การทำสวนผลไม้ สัตว์ป่าจึงยังมีชุกชุม ได้แก่ ช้าง กระทิง เสือปลา หมิวควาย กวางป่า เก้ง เลียงผา หมูป่า ชะนิมงกุฏ แม่นใหญ่ อีเห็นข้างลาย พังพอนเล็ก กระต่ายป่า กระแต กระรอกหลากสี ค้างคาวแม่ไก่ภาคกลาง นกกระทาทู้ง ไก่ฟ้าหลังขาวจันทบูรณ์ ไก่ป่า นกแก้ว นกเขาเปล้า นกกระปูดใหญ่ นกตะขาบทุ่ง นกกก นกปรอดเหลืองหัวจุก นกแซงแซวหางปลา นกกางเขนดง นกกินปลีอกเหลือง เต่าเหลือง จิ้งจกหางหนาม ตุ๊กแกบ้าน กิ้งก่าหัวแดง แย้ ตะกวด จิ้งเหลนบ้าน งูหลาม งูเขียวหางไหม้ทองเหลือง คางคกบ้าน กบบัว ปาดบ้าน อึ่งอ่าง ฯลฯ ตามลำห้วยลำธารต่างจะพบปลาตะเพียนทราย ปลาชิวหางแดง ปลาสร้อยนกเขา ปลาช่อนทราย ปลาติดหิน ปลาแคเหลือง ปลาแป้น ปลาหมอไทย ปลานู๋ ปลากระทิง และปลากระทิงเหว เป็นต้น

2.7.3 วนอุทยานเขาแหลมสิงห์

วนอุทยานเขาแหลมสิงห์ อยู่ในท้องที่ตำบลบางกะไชย อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติป่าเลนคลองพลีว เนื้อที่ประมาณ 9,500.00 ไร่ กรมป่าไม้ได้ประกาศจัดตั้งเป็นวนอุทยานเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2526 มีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ จดบ้านแหลมสิงห์ ทางหลวงจังหวัด

ทิศใต้ จดทะเลอ่าวไทย

ทิศตะวันออก จดบ้านแหลมสิงห์ ทะเล

ทิศตะวันตก จดทะเลอ่าวไทย

ประวัติความเป็นมาเป็นภูเขาขนาดเล็ก สูงจากระดับน้ำทะเลราว 172 เมตร เหตุที่เรียกว่าเขาแหลมสิงห์ เนื่องจากด้านหน้าเขามีหินเป็นแก่งเกาะยื่นล้ำออกไปในทะเล เป็นรูปคล้ายสิงห์หมอบ มี

หัว ลำตัว หาง เطاء และดวงตาบริเวณใกล้กัน มีป้อมปิ่นที่สร้างในสมัยรัชกาลที่ 3 คือ ป้อมไพรี พินาศจากที่ทำการบนเนินเขามีทางเดินลงไปยัง หาดอ่าวกระทิง ซึ่งเป็นชายหาดเล็ก ๆ หาดทรายสี เหลืองนวล บรรยากาศเงียบสงบและสวยงาม สามารถขออนุญาตตั้งเต็นท์พักแรมได้ ด้านหน้าอ่าวกระทิงมีเกาะนมสาว ซึ่งมีหาดทรายและแนวปะการัง สวยงาม ถัดจากเกาะนมสาวไป ทางทิศตะวันออกเป็นเกาะจุฬา เป็นเกาะเล็ก ๆ ที่มีหาดทรายเช่นกันสามารถเช่าเรือจากหาดแหลม สิงห์ไปเที่ยวชมได้

ลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาขนาดเล็กยื่นลงไปในทะเล บนเขาเป็นป่าดิบแล้ง มีพื้นที่ส่วน ที่เป็นทะเล ชายหาด เกาะนมสาว เกาะจุฬา และมีป่าชายเลนอยู่ในพื้นที่ ความสูงของภูเขาคั้งแต่ 0 - 172 เมตร จากระดับน้ำทะเล วนอุทยานเขาแหลมสิงห์ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกของอ่าวไทยได้รับลม ทะเลอยู่เป็นประจำ ทำให้เกิดฝนตกอย่างสม่ำเสมอ อุณหภูมิโดยเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 25 - 30 องศา เซลเซียส

พันธุ์ไม้หลักที่ขึ้นอยู่มีกระบอง กระจับปี่ ยางแดง หว่า ดินเป็ด กระต้อนป่า มะขาม พะยอม และไม้ชั้นล่าง คือ พืชตระกูลปาล์ม เช่น เต่าร้าง หลาวชะโอน และหวายชะง่า เฟิร์น บริเวณป่า ชายหาด มีพันธุ์ไม้ขึ้นอยู่แนวแคบๆ หรือเป็นหย่อมยาวตลอดแนว โดยเฉพาะฝั่งตะวันตกของเขา แหลมสิงห์ เกาะนมสาว และเกาะจุฬา มีไม้สนทะเล หูกวาง ทองหลางป่า สัตว์ป่าที่พบเห็นอยู่ใน ปัจจุบันเป็นสัตว์เล็ก ได้แก่ กระจง หมูป่า แม่น กระต่ายป่า กระแต อ้น คูน ลิงแสม นกประกอบด้วย นกเขาใหญ่ นกขุนแผนหัวแดง นกกระปูด นกนางแอ่น และนกกินปลาอีกเป็นจำนวนมาก สัตว์เลื้อยคลานประกอบไปด้วยงูชนิดต่างๆ ตะกวด แล่น กิ้งก่า จิ้งเหลน และเต่าทะเลชนิดต่างๆ สัตว์น้ำ เช่น ปลากระพง ปลารัง ปลาทุ ปลาโอ ปลากระบอก ปลาเก๋า ปลาดาด กุ้ง ปลาหมึก ปูและ หอยชนิดต่างๆ สามารถพบเห็นปะการังตามแนวชายฝั่ง และรอบเกาะนมสาว

2.7.4 เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว

มีพื้นที่ 465,637.5 ไร่ ห่างจากจังหวัดจันทบุรีประมาณ 70 กม. เขาสอยดาวมีสภาพภูมิ ประเทศเป็นภูเขาสลับซับซ้อน มียอดเขาที่สูงที่สุดในภาคตะวันออกคือ ยอดเขาสอยดาวได้ สูง ประมาณ 1,675 เมตร นอกจากนี้ยังมีเขาสิบห้าชั้น เขาตะพง เขาสูง และเขาทรายขาว ภูเขาเหล่านี้เป็น แหล่งกำเนิดของน้ำตกและห้วยน้ำลำธารหลายสาย มีสัตว์ป่า มากมาย รวมทั้งนกและผีเสื้อสีส้ม สวยงามมากมายหลายชนิด น้ำตกที่สำคัญ คือ น้ำตกเขาสอยดาว ซึ่งเปิดให้นักท่องเที่ยวทั่วไปเข้าชม ได้ ประกอบด้วยชั้นต่างๆ ถึง 15 ชั้น อยู่ห่างจากที่ทำการประมาณ 4 กม. นอกจากนี้ยังมีเส้นทางเดิน ศึกษาธรรมชาติและค่ายพักแรมสำหรับเยาวชนและกลุ่มคณะที่สนใจ

เดิมเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาวมีชื่อว่า ป่าสงวนเขาสอยดาว เนื่องจาก ภูเขาแห่งนี้ มีความสูงมากคือ สูงถึง 1,675 เมตรจากระดับน้ำทะเล ในเวลากลางคืนจะเห็นว่าดวงดาวอยู่ใกล้ยอด เขาจะหุบหรือสอยถึง ได้ ต่อมาป่าสงวนแห่งนี้ถูกราชกรบุกกรุกลักลอบตัดไม้ทำลายป่า และลักลอบ ล่าสัตว์ป่ากันอยู่เสมอ ประกอบกับพระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติไม่รัดกุมพอที่จะเอาผิดแก่ผู้

ทำลายป่าและล่าสัตว์ป่าได้ จึงทำให้มีโอกาสลักลอบทำลายทรัพยากรกันอย่างไม่มีที่สิ้นสุด กรมป่าไม้เห็นว่า ถ้าปล่อยไว้ให้เป็นป่าสงวนอยู่ตามเดิม นับวันป่าจะหมดไป สัตว์ป่าหลายชนิดที่มีอยู่ในป่าแห่งนี้ก็จะถูกล่าสูญพันธุ์ไปด้วย ทางกรมป่าไม้ (โดยฝ่ายจัดการสัตว์ป่าแห่งชาติ กองบำรุงเดิม) ได้เข้าไปดำเนินงานเพื่อจัดให้เป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเมื่อปี 2508 โดยได้ทำการสำรวจเบื้องต้นเพื่อให้ทราบถึงชนิด ปริมาณของสัตว์ป่า สภาพของแหล่งน้ำ แหล่งอาหาร ตลอดจนความเหมาะสมในการที่จะจัดให้เป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ซึ่งผลจากการสำรวจปรากฏว่า เป็นแหล่งที่มีความเหมาะสมต่อการจัดให้เป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอย่างยิ่งและกรมป่าไม้ก็ได้ดำเนินการเพื่อออกพระราชกฤษฎีกากำหนดให้เป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2515

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว ตั้งอยู่ในท้องที่ตำบลทรายขาว ตำบลทับไทร อำเภอสอยดาว ตำบลตะเคียนทอง ตำบลฉนวน อำเภอมะขาม อำเภอโป่งน้ำร้อน อำเภอแก่งหางแมว และอำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี มีพื้นที่ 745 ตารางกิโลเมตร หรือ 465,363 ไร่ อาณาเขต ทิศเหนือ จรดอำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดปราจีนบุรี ทิศตะวันออก ขนานและจรดมาตามถนนจันทบุรี-สระแก้ว ทิศใต้จรดอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ ด้านทิศเหนือ ทิศตะวันตก จรดป่าสงวนแห่งชาติขุนแก่งหางแมว อำเภอท่าใหม่ และป่าสงวนแห่งชาติจันทาเป๊ะ อำเภอมะขาม

สัตว์ป่าที่สำคัญ ได้แก่ ช้างป่า กระทิง วัวแดง อีเก้ง กระซัง เลียงผา เสือโคร่ง เสือดาว กวาง เสือดำ เสือไฟ แมวลายหินอ่อน เสือลายเมฆ หมู ลิง ค่าง ชะนี ไก่ป่า นกยูง นกแก้ว นกกาฮัง และนกชนิดต่าง ๆ อีกมากมาย รวมทั้งไก่ฟ้าหลังขาวพันธุ์ย่อย *Lophura nycthemera lewisii* ซึ่งพบเฉพาะในเทือกเขาสอยดาวเพียงแห่งเดียว และเมื่อประมาณเดือนธันวาคม พ.ศ. 2514 มีผู้พบนก 2 ชนิด คือ นกขมิ้นแดง (*Oriolus traillii*) และนกขมิ้นขาว (*Oriolus mellainus*) ที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาวเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ซึ่งนกทั้ง 2 ชนิดนี้เป็นนกที่หายาก โดยเฉพาะนกขมิ้นขาวยังไม่เคยพบในป่าแห่งใดมาก่อน สัตว์ป่าในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาวนี้มีลักษณะที่พิเศษผิดแผกแตกต่างไปจากป่าแห่งอื่น ๆ ของประเทศไทยในแง่ของสัตว์ป่า คือ สัตว์ป่าหลายชนิดมีลักษณะคล้าย ไปทางสัตว์ป่าในแถบเขมรและเวียดนาม ดังนั้น การสงวนป่าแห่งนี้ไว้จึงมีคุณค่าทางด้านสัตวศาสตร์เป็นอย่างยิ่ง แหล่งน้ำของสัตว์ป่า สัตว์ป่าอาศัยน้ำจากลำห้วย ลำคลอง หนองบึง ที่มีอยู่มากมายในป่าแห่งนี้ ลำคลองใหญ่ ๆ มี คลองตารอง คลองประดง คลองดาหริ่ง คลองทุ่งกว้าง คลองดาเรือ ฯลฯ

ป่าเขาสอยดาว มี 2 ชนิด คือ

1. ป่าดงดิบ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นป่าต้นน้ำลำธารของลำห้วยลำธารหลายสาย มีไม้ที่สำคัญ เช่น ตะเคียนทอง มะค่าโมง ยาง สมพง กระบาก ประดู่ ฯลฯ
2. ป่าเต็งรัง หรือป่าโปร่ง เป็นแหล่งที่มีทุ่งหญ้าและมีพรรณไม้ซึ่งเป็นอาหารที่สำคัญของสัตว์ป่าหลายชนิด ในป่าเหล่านี้มีไม้สำคัญ ได้แก่ เต็ง รัง พลวง แดง ฯลฯ

2.7.5 ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ได้เริ่มก่อตั้งตามพระราชดำริ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในคราวที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จพระราชดำเนิน ประกอบพิธีเปิดพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ที่จังหวัดจันทบุรี เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2524 โดยมีพระราชดำริแก่ผู้ว่าราชการจังหวัดจันทบุรี “ให้พิจารณาพื้นที่ที่เหมาะสมจัดทำโครงการพัฒนาอาชีพการประมงและการเกษตรในเขตที่ดินชายฝั่งทะเล จังหวัดจันทบุรี” และได้พระราชทานเงินที่ราษฎรจังหวัดจันทบุรีร่วมทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายโดยเสด็จพระราชกุศล ในโอกาสดังกล่าว เป็นทุนริเริ่มดำเนินการ

ต่อมาเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ.2524 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้มีพระราชดำริเพิ่มเติม ๗ พระราชทานนักจิตรลดาโรฐาน สาระโดยสรุปว่าให้พิจารณาจัดหาพื้นที่ป่าสงวนเสื่อมโทรมหรือพื้นที่สาธารณประโยชน์เพื่อจัดตั้งศูนย์ศึกษาการพัฒนา เช่นเดียวกับศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อน ให้เป็นศูนย์ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาในเขตที่ดินชายทะเล

จังหวัดจันทบุรีได้ร่วมหารือกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องและพิจารณาความเหมาะสมจึงกำหนดพื้นที่ตำบลคลองขุด อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี เป็นพื้นที่จัดตั้งศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 ศูนย์ศึกษาดังกล่าว เป็นหน่วยงานที่ดำเนินการศึกษาสาธิต และการพัฒนาในเขตที่ดินชายทะเล โดยวิธีการผสมผสานความรู้อันหลากหลายของแต่ละหน่วยงานเพื่อวางแผนพัฒนาการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสมและยั่งยืนตลอดไป

ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนฯ มีพื้นที่ครอบคลุม 33 หมู่บ้าน ในตำบลคลองขุด, ตำบลราพัน, ตำบลโขมง อำเภอท่าใหม่ และ ตำบลสนามไชย, ตำบลกระแจะ อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี มีพื้นที่ประมาณ 71,025 ไร่

โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมประมง สำนักงานจังหวัดจันทบุรี กรมที่ดิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โครงการชลประทานจังหวัดจันทบุรี กรมชลประทาน สำนักนโยบายและสิ่งแวดล้อม กรมป่าไม้ กรมพัฒนาที่ดิน สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด กรมปศุสัตว์ และอื่น ๆ

ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนฯ นี้ มีพื้นที่เป้าหมายของโครงการอยู่ ๗ บริเวณอ่าวคุ้งกระเบน ครอบคลุมชายฝั่งทะเล โดยรอบ รวม ๒,๐๐๐ ไร่ ส่วนพื้นที่รอบนอกได้แก่ พื้นที่เขตตำบลคลองขุด ตำบลสนามไชย และใกล้เคียงเป็นเขตหมู่บ้านประมงตลอดแนวชายฝั่งทะเล และเขตเกษตรกรรมประมาณ ๓๒,๐๐๐ ไร่

การจัดตั้งศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ และบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง อีกทั้งยังเป็นสถานที่ฟื้นฟู คุณภาพแวดล้อม ของชายฝั่งทะเลให้มีสภาพสมบูรณ์ โดยมีพื้นที่ครอบคลุมชายฝั่งทะเลกว่า 2,000 ไร่ ปัจจุบันป่าชายเลนอ่าวคุ้งกระเบน ได้พลิกฟื้นกลายเป็นป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ มากไปด้วยระบบนิเวศที่หลากหลาย ในอันดับต้นๆ ของ

เมืองไทย นอกจากนี้ ศูนย์ฯ พัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน ยังเป็นห้องเรียนธรรมชาติ และสถานที่ท่องเที่ยว อันโดดเด่น แห่งภาคตะวันออก ซึ่งมีรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หรือรางวัลกินรี ประเภทองค์กร ส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยว ใน ปีพ.ศ.2545 การันตีในคุณภาพ

สถานที่ท่องเที่ยว สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษาสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำได้แบ่งการจัดแสดงออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ปลาเศรษฐกิจ ปลาสวยงาม ปลาในแนวปะการัง และปลาที่มีรูปร่างแปลก ที่ถือว่าได้ว่าเป็นพันธุ์ปลาที่หายาก ในแถบทะเลตะวันออก อาทิ ปลาการ์ตูน (นีโม) ปลาผีเสื้อลายไขว้ หอยมือเสือ ปลาสิงโต ปลานกขุนทองปากหนา ปะการังเขากวาง ปะการังดอกแฉ่ง ฯลฯ

เส้นทางศึกษาธรรมชาติ เป็นสะพานไม้ที่ทอดตัวหายเข้าไปในผืนป่าชายเลนที่ดูร่มครึ้ม และดูไม่แปลกแยกกับสภาพแวดล้อม สำหรับสะพานไม้สายนี้ ยาวประมาณ 1,600 เมตร ซึ่งหากเดินชมพันธุ์ไม้ ปู ปลา แบบเรื่อยๆ สบายอารมณ์ก็ใช้เวลาประมาณ 1.5-2 ชั่วโมง ระหว่างทางจะมีศาลาให้ความรู้ในเรื่องราวต่าง ๆ ของป่าชายเลน รวมถึงป้ายสื่อความหมายพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ไปเป็นระยะๆ ตลอดเส้นทาง

ต้นปูแสม (ขาว) อายุกว่า 200 ปี ที่ทางศูนย์สร้างสะพานล้อมรอบ ต้นแสมขาวโบราณขนาดใหญ่ ร่วมสิบคน โอบที่หลงเหลืออยู่

สะพานแขวน ที่เป็นทั้งจุดชมวิว และมุมถ่ายรูปล้นยอดเยี่ยม ส่วนถัดไปเป็น ศาลาโถงทางที่มากไปด้วยคอง โถงทางขึ้นอย่างหนาแน่น แต่ละต้นต่างก็มีขนาดใหญ่โต

อนุสรณ์หมูดุด หรือ ทะยูน หรือที่บางคนเรียกว่า วัวทะเล ซึ่งสัตว์ชนิดนี้ในอดีต ถือเป็นเจ้าแห่งอ่าวคุ้งกระเบน แต่มาวันนี้สูญพันธุ์ กลายเป็นตำนาน มีแค่รูปปั้นเอาไว้ให้ดูต่างหน้าเท่านั้น

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8.1 งานวิจัยในประเทศ

วิรัชพัชร วิจิต (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กัน 1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ(Product) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2.ปัจจัยด้านราคา(Price) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3.ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย(Place) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมภารณ์ กงเจริญกาย (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้นมาจากการบอกของญาติและเพื่อนแนะนำที่เข้ามาท่องเที่ยวก่อนแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเข้ามาไหว้พระ ความศักดิ์ต่าง ๆ ซึ่งจะเข้ามาท่องเที่ยวเฉลี่ยอยู่จำนวน 2-4 ครั้ง ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ด้วยการใช้พาหนะรถยนต์ส่วนตัว และเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว ผู้เข้ามาท่องเที่ยวมักจะใช้จ่ายซื้อของเบ็ดเตล็ด จำนวนเฉลี่ยไม่เกิน 1,000 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวตามสถานที่เป็นการเดินทางเท้าเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ มีอาณาบริเวณใกล้เคียงกัน มุ่งเน้นความสนใจด้านโบราณสถาน

ส่วนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้เข้ามาท่องเที่ยว คือ การจัดงานมรดกโลก โดยรับทราบข้อมูลการจัดงานทางวารสารการท่องเที่ยวและผู้เข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกครั้ง การศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวพบว่าระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรมพบว่า พฤติกรรมความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว การเดินทาง ลักษณะค่าใช้จ่ายในการเข้ามาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ และการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ผกาพรรณ นุชพันธุ์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม ซึ่งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 222 คน ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงร้อยละ 62.15 อายุระหว่าง 20 ถึง 30 ปี ร้อยละ 35.59 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 43.69 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 31.98

รายได้ต่อเดือน 5,000 ถึง 10,000 บาท ร้อยละ 28.38 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในด้านการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก รองลงมา ก็คือด้านการอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว ด้านการบริหารของบุคลากรที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามลำดับ ส่วนด้านการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย

กอบแก้ว ชัยเดชสุริยะ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมของบ้านทุ่งสง จังหวัดกระบี่ พบว่า ป่าชุมชนบ้านทุ่งสงมีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่

โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ โดยสามารถจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ทั้งหมด 7 กิจกรรม ได้แก่ การพักค้างกับชาวบ้าน การนวดสมุนไพร การนำเที่ยวในชุมชน/พื้นที่การเกษตร การขี่จักรยานชมธรรมชาติ/ชุมชน การชมเส้นทางสมุนไพร การเดินป่าแบบผจญภัย และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ประกอบกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความพึงพอใจกับการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างมาก ยกเว้นด้านการประชาสัมพันธ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เห็นว่าควรมีการเพิ่มประชาสัมพันธ์และการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้มากขึ้น อีกทั้งยังมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมการเดินป่าแบบผจญภัยและการชมเส้นทางสมุนไพรมากที่สุด โดยในส่วนตัวความคิดเห็นของผู้นำกลุ่มชุมชนนั้น ต้องการส่งเสริมกิจกรรมชมเส้นทางสมุนไพรมากที่สุด เพราะเห็นว่าชุมชนมีความพร้อม แต่อย่างไรก็ตามชุมชนยังต้องการสนับสนุนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ในส่วนผลของการศึกษาด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบ้านทุ่งสงโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7P's นั้น พบว่า ควรมีการจัดทำรูปแบบการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจ ตามความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเสนอขายสินค้าและสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี รวมถึงการจัดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อใช้ชุมชนบ้านทุ่งสงเป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ โดยเสนอแนะว่าชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นที่รู้จัก สำหรับชุมชนบ้านทุ่งสง ควรมีการกำหนดกลยุทธ์การจัดการส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7P's ไปประยุกต์ใช้ในชุมชน เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นให้เป็นไปอย่างยั่งยืนในอนาคต

เพื่อสัญลักษณ์ เกตุทัต (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ซึ่งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 15 – 24 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง มีรายได้ 24,000 – 37,999 บาทต่อเดือน และมีสถานภาพโสด ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ยกเว้นเพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันยกเว้นระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ทัศนคติด้านความปลอดภัยและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนทัศนคติด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านส่งเสริมการขายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด

อภินภัส ไวทยกุล (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปู จากการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นชาย มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท/เดือน มีสถานภาพโสด มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และพบว่า เพศ ภูมิลำเนาและอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเดินทางมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปูแตกต่างกัน แต่ อายุ รายได้ สถานภาพ และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการเดินทางมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปูแตกต่างกันทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการบริการสถานตากอากาศบางปูไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปูด้านจำนวนครั้งที่มาใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อปี แต่มีความสัมพันธ์ในด้านแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป นักท่องเที่ยวเห็นว่าการจูงใจด้านการบริโภคอาหาร เพื่อการเข้ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมคล้ายกันและเพื่อความสนุกสนานบันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปู ด้านจำนวนครั้งที่มาใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อปี และด้านใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น การบริโภคอาหารและเพื่อการเข้ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมคล้ายกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปูด้านแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

อารีย์ วรเวชธนกุล (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นหญิงมีอายุ 25 – 34 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท และพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านแหล่งการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการสนับสนุนและปัจจัยโครงการสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปี แตกต่างกัน แต่ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรีแต่ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวไทย และ

ปัจจัยด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี

สมา ฒ ระนอง (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น; ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนคีรีวงมี 3 ลักษณะ คือ

1. กลุ่มทุน มีหน้าที่ในการจัดหาและระดมทุนเพื่อให้เกิดมีทุนหมุนเวียนในชุมชนมากที่สุด นอกจากนั้นยังเปิดให้สมาชิกกู้ยืมเงินนำไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงการจัดสวัสดิการในส่วนของการรักษาพยาบาล การศึกษา และการพัฒนาชุมชนด้วย

2. กลุ่มอาชีพ มีหน้าที่ในการส่งเสริมอาชีพให้สมาชิกภายในชุมชนมีอาชีพเสริมนอกจากทำการเกษตรเพียงอย่างเดียว เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชน กลุ่มอาชีพเองเป็นเสมือนแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งภายในชุมชนด้วย

3. กลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มีหน้าที่หลักในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนให้มีความอุดมสมบูรณ์ และควบคุมการใช้ทรัพยากรของชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมไปถึงการปลูกจิตสำนึกให้คนภายในชุมชนรู้คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ เป็นกลุ่มดูแลเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชนคีรีวงด้วย และกลุ่มตัวอย่างความคาดหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับการจัดการด้านการท่องเที่ยวในเรื่องการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน การทำงานเป็นทีม การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ความรู้สึกรักชุมชนเพิ่มขึ้น เกิดความภาคภูมิใจในชุมชนของตนเอง ส่วนเรื่องการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในเรื่องต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้ คือ การมีส่วนร่วมในการประชุม มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และมีส่วนร่วมในการประเมินผล

สุพัตรา กลีบดี (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : ศึกษาเฉพาะกรณีการล่องเรือที่ตลาดริมน้ำคอนทวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าสภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำคอนทวายมีศักยภาพสูง สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพราะมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารและสินค้าทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม(วิถีชีวิต) ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแหล่งประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ตามลำดับการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จากการศึกษาพบว่า ชุมชนมีการจัดการด้านการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในระดับต่ำ การจัดการด้านกิจกรรมและการจัดการนักท่องเที่ยวชุมชนมีการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบขององค์กรในการจัดการพบว่าชุมชนสามารถจัดการได้อยู่ในระดับสูง เพราะมีการรวมตัวกันเพื่อจัดระเบียบการท่องเที่ยวในรูปของ

คณะกรรมการ และให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมให้ความเห็นในการจัดการท่องเที่ยวตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยว

คมกริช ทับทิมไทย (2545: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ชีวความสามารถทางจิตวิทยา ในการรองรับการใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการ บริเวณน้ำตกเหวสุวัต อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลการศึกษาพบว่ากิจกรรมนันทนาการที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทุกคน ได้แก่ การชมทิวทัศน์ รองลงมาได้แก่ การถ่ายรูป การเล่นน้ำ และปีกนิก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และปริมาณความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวขณะประกอบกิจกรรมนันทนาการ

ชีวิต เข้มเจริญ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการสร้างแผนการจัดการถ้ำลอด เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านถ้ำลอด อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า จากระดับความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นกับชุมชนบ้านถ้ำลอด ที่มีความใกล้ชิด และพึ่งพากัน ทั้งกรณีของตัวทรัพยากร คือ ถ้ำลอด ที่ต้องการความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ ขณะเดียวกับที่ชาวบ้านในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการนำเที่ยวถ้ำลอด โดยรวมตัวกันในนามกลุ่มตะเกียงและกลุ่มแพ มีการปันผลจากรายได้สู่หมู่บ้านในรูปของสาธารณประโยชน์ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง ที่มีสาเหตุมาจากความไม่พร้อมรับต่อกระแสทุนนิยมที่เข้ามาพร้อมการท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้นภายหลังจากการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2541 – 2542

นริศรา นงนุช (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนมอญ เกาะเกร็ด พบว่า รูปแบบการสื่อสารปรากฏขึ้นในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนมอญ เกาะเกร็ด ประกอบด้วย 4 รูปแบบ คือ

1. การสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ
2. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและปฏิภิกิริยาได้ตอบมาก
3. การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการแต่ปฏิภิกิริยาได้ตอบน้อย
4. การสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการ

ในส่วนของผู้นำชุมชนที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด นั้นประกอบด้วย ผู้นำที่เป็นทางการ ได้แก่ นายอำเภอ ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิก อบต.หน่วยงานภายนอก และผู้นำที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ เจ้าอาวาส ผู้อาวุโส เจ้าของกิจการเรือข้ามฟาก โดยกลุ่มผู้นำเหล่านี้ต่างมีบทบาทร่วมกันในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนมอญ เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี นับตั้งแต่การก่อตั้ง การดำเนินการประสานงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวรวมไปถึงการ

กำหนดแผนการจัดการ และกฎระเบียบ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การดูแลและบริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งการแก้ไขปัญหา

แสวงที่ ภัทรกิจกุลธร (2543) ได้ทำการศึกษา การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ที่ให้ความรู้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร มีการเปิดรับสื่อมวลชน ประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษในระดับต่ำมาก โดยรูปแบบการเปิดรับคือ การซื้อมาอ่านเอง หรือเป็นสมาชิกมากที่สุด ลักษณะการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นการอ่านเฉพาะ ส่วนที่สนใจ รองลงมาคืออ่านอย่างคร่าว ๆ เพื่อให้รู้ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร สิ่งพิมพ์ที่นักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร เปิดรับมากที่สุด 3 อันดับ คือ หนังสือสวดเดินที่วิถึลี นิตยสารเนชั่นจูเนียร์ และ Learn English ในหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น ตามลำดับ โดยเนื้อหาที่นักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร สนใจเปิดรับมากที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับเพลง ภาพยนตร์ต่างประเทศ รองลงมาคือเนื้อหาเกี่ยวกับข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย ส่วนอันดับสาม ได้แก่การทำนายโชคชะตา เพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ ในการพัฒนาภาษาอังกฤษไม่แตกต่างกัน ส่วนสังกัด โรงเรียน แผนการศึกษา และเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ ในการพัฒนาภาษาอังกฤษต่างกัน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ ในการพัฒนาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับปานกลาง การเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ ในการพัฒนาภาษาอังกฤษมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ การใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ ในการพัฒนาภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูงมาก

ใจพร เศรษฐธาภิวัตกุล (2544 : บทคัดย่อ)การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออก ผลการวิจัยพบว่า 1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออกของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่อนข้างน้อย โดยการสื่อสารระหว่างบุคคล ในกลุ่มเพื่อน เป็นสื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือนิตยสาร และวารสารการท่องเที่ยว 2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออก จะเคยมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ณ หมู่เกาะในเขตทะเลภาคตะวันออกมาก่อน มีความนิยมที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนฝูง โดยเป็นผู้ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต 3. ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวใน

หมู่เกาะเขตภาคตะวันออก 4. นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออก อยู่ในระดับปานกลาง แต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงมีความคาดหวังอยู่ในระดับที่สูงกว่าความพึงพอใจ 5. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมในขณะที่พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านสถานที่พัก

เดชา ไต้สูงเนิน (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรกรรมศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวที่บ้านม่วงคำและหมู่บ้านใกล้เคียง มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในสามพื้นที่คือ 1) พื้นที่บริเวณศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรม่วงคำ 2) พื้นที่บริเวณเชื่อมค่อระหว่างบ้านม่วงคำกับบ้านโป่งแยงใน และ 3) บริเวณบ้านผานกในส่วนพื้นที่ภายในศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรม่วงคำ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเข้ามาเพื่อศึกษาดูงานและเยี่ยมชมกิจกรรมทางด้านเกษตรภายในศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล ส่วนศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรม่วงคำ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสนใจแวะเที่ยวชมมากนัก เนื่องจากศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรม่วงคำยังไม่พร้อมที่จะเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ส่วนพื้นที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ คือ บริเวณถนนเชื่อมค่อระหว่างหมู่บ้านม่วงคำและบ้านโป่งแยงใน ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมเดินเท้าเพื่อชมธรรมชาติสองข้างถนน และศึกษาวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น สิ่งที่ต้องดำเนินการโดยเร่งด่วน คือ การประสานงานร่วมมือระหว่างชุมชนในท้องถิ่นและองค์กรภายนอกอย่างต่อเนื่อง ลดความขัดแย้งที่เกิดขึ้น แต่ต้องเร่งสร้างความสามัคคีเพื่อเพิ่มการค่อรองทางการตลาดในการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร และให้ประชาชนทั้งในและนอกหมู่บ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทางการเกษตรให้มากยิ่งขึ้น

พิกุล สิทธิประเสริฐกุล (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ ของอำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า พัฒนาการท่องเที่ยวใน อำเภอปางมะผ้า ได้รับอิทธิพลจากการขยายตัวของการท่องเที่ยวเดินป่าภาคเหนือของไทย และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีแผนรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2530 ส่วนการเข้ามาสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวของประชาชนนั้น เป็นผลจากการปรับตัว ปรับแบบแผนการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรภายใต้อิทธิพลของนโยบายความมั่นคง ซึ่งพยายามควบคุมและยุติการเคลื่อนย้ายของชาวไทยภูเขา เพื่อปัญหาความมั่นคง ลดความรุนแรงลง นโยบายปราบฝิ่นและส่งเสริมพืชทดแทนได้เข้ามามีบทบาทแทน โดยระบบการเกษตรยังชีพถูกแทนที่ด้วยการเกษตรเพื่อขาย ทำให้ชาวอำเภอปางมะผ้าต้องตกอยู่ภายใต้อิทธิพลมากขึ้น เนื่องจากปัญหาความเสื่อมโทรมและร่อยหรอของทรัพยากร ชาวอำเภอปางมะผ้าในวันนี้จึงอยู่ในภาวะที่ต้องต่อสู้เอาตัวรอดในระบบเกษตรเพื่อขาย พร้อมไปกับการช่วงชิงพื้นที่ในการอธิบายแบบแผนการใช้ทรัพยากรอย่างอนุรักษ์ เพื่อความชอบธรรมในการดำรงอยู่ในพื้นที่และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรต่อไป

สุภาภรณ์ หาญทอง (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวศกยภาพค่อนข้างต่ำ เนื่องจากขาดหน่วยงานหลักที่จะรับผิดชอบด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัด งบประมาณไม่เพียงพอ ขาดการบริหารจัดการที่ดี ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญคือ ปัญหางบประมาณที่ไม่เพียงพอและมีอยู่จำกัด จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอกับงานขนาดของพื้นที่รับผิดชอบ ปัญหาในเรื่องการประสานงานและขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาคนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุง

ปาริชาติ รอยเรืองพานิช (2543 : บทคัดย่อ) เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริม การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมา ท่องเที่ยวในภาคใต้ของคนไทย (ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากรับข่าวสารข้อมูลจากโทรทัศน์ และเจ้าหน้าที่ของ บริษัทท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่ออยู่ในระดับปานกลาง โดยสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีค่าเฉลี่ย ของการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และต่ำที่สุดคือการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทาง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับจากโทรทัศน์รองลงมา เป็นหนังสือพิมพ์ นักท่องเที่ยวส่วนมากใช้เวลาในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยว น้อยกว่า 1 เดือน ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในภาคใต้มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ ความถี่ของการรับสื่อ ส่วนสื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจ

สมศักดิ์ แจ่มอุลิตร์รัตน์ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : โอกาสและข้อจำกัดในการพัฒนาศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเต่า - นางยวน อำเภอพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า เกาะเต่า - นางยวน มีศักยภาพสูงสำหรับพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติค่อนข้างมาก โดยเฉพาะทรัพยากรทางทะเล และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ประกอบกับเกาะเต่า - นางยวน มีชุมชนอาศัยอยู่ด้วย ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ในส่วนของการให้ความรู้ทางด้านสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในระดับต่ำ การนำรายได้จากการท่องเที่ยวมาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมยังไม่เป็นรูปธรรม และยังขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะเต่า - นางยวน รวมทั้งยังขาดการวางแผนและการจัดการที่ชัดเจน เพื่อการรักษาสภาพแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติให้คงสมบูรณ์ตลอดไป

ชลดา ทองสุกนอก (2540) ศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อ ความรู้ทัศนคติ ความตระหนัก และ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน ของเจ้าของอาคารและ โรงงานควบคุม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยผลรวมของการวิจัย มีดังนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันทั้งด้านอายุ ตำแหน่ง อาชีพ การใช้จำนวนพลังงาน การศึกษา ประเภทกิจการที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อนิตยสาร สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล แตกต่างกัน รวมทั้งยังมีความรู้ ทัศนคติ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมต่อการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน ความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์พลังงานมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและความตระหนักต่อการอนุรักษ์พลังงาน ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน

ปริยานุช ปัญจวงศ์ (2540) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และสังคมชาวบ้าน ในหมู่บ้านรอบศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานอันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาวินิจฉัยพบว่า ผู้ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิต และสังคมของศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานอันเนื่องมาจากพระราชดำริ แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

พันทิพา โจมประดิษฐ์ (2540: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแผนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับการเดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจ ณ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และเหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว คือ ชอบสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติสำหรับความสนใจในประเภทกิจกรรมนันทนาการ ผลจากการศึกษาพบว่า กิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ การเดินป่า รองลงมาคือ การถ่ายภาพ และการตั้งค่ายพักแรม

จารุณี บุญนิพัทธ์ (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความตระหนัก ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงาน โรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคลซึ่งได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อนและเจ้าหน้าที่ ในที่ทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนัก ในการรักษาสิ่งแวดล้อม ส่วนการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคลในครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน และเจ้าหน้าที่ในที่ทำงานมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม ในการรักษาสิ่งแวดล้อม

อุทัยวรรณ โกศลวัฒน์ (2539) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาน้ำเสีย ในโครงการบำบัดน้ำเสียของผู้บริหารธุรกิจและเจ้าของสถานประกอบการ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 410 คน ที่มีสถานประกอบการอยู่ในพื้นที่โครงการบำบัดน้ำเสีย การวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสียในระดับปานกลาง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการแก้ปัญหาน้ำเสีย ส่วนทัศนคติในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาน้ำเสียในโครงการบำบัดน้ำเสีย

ชาติชาย เทพแปง (2538) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : ศึกษากรณี การให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว ของสำนักงานใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในด้านข้อมูลข่าวสาร (Brochure) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพอใจข้อมูลร้านค้าที่ระลึกในระดับพอใช้ ในด้านสถานที่ให้บริการนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพอใจในความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการในระดับพอใช้ และในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพอใจในทุกด้านในระดับดีมาก นอกจากนี้ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ กล่าวคือ เดินทางเข้ามาบ่อยครั้งจะมีความพอใจในบริการสูงขึ้น และในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทย การศึกษามีความสัมพันธ์กับความพอใจ การศึกษาค่ามีความพอใจในการบริการสูง อายุมีความสัมพันธ์กับความพอใจ อายุน้อยมีความพอใจในการบริการสูงกว่าอายุมาก

2.8.2 งานวิจัยต่างประเทศ

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้ศึกษาและสรุปงานวิจัย ที่สำคัญเกี่ยวกับผล หรืออิทธิพลของการสื่อสารมวลชน และสรุปให้เห็นถึงความสามารถของการสื่อสารมวลชนในการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลว่า โดยปกติการสื่อสารมวลชน ไม่ใช่สาเหตุสำคัญเพียงประการเดียว ที่ทำให้เกิดผลในผู้รับสาร แต่จะทำหน้าที่ร่วมกัน หรือผ่านปัจจัยหรืออิทธิพลที่เป็นตัวกลางอื่น ๆ มากกว่า และประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชนขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ ของสารแหล่งสาร หรือสถานการณ์ของการสื่อสาร

โรเจอร์ และเสวนนิง (Rojers and Svenning, 1969) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ ผลการศึกษาพบว่า การศึกษา การเดินทางไปที่ต่างถิ่น การเป็นคนทันสมัย มีการศึกษา มีฐานะทางเศรษฐกิจ และมีตำแหน่งหน้าที่การงาน ลักษณะดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร

เฟลซิด (Fellied, 1964) ได้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้บุคคลเปิดรับนวัตกรรมง่ายขึ้น ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชนบ่อยครั้ง การอ่านออกเขียนได้ การเป็นสมาชิกกลุ่ม และการติดต่อกับสังคมในเมือง

โรเจอร์และเมย์เนน (Rogers and Meynen, 1969) วิจัยถึงความสัมฤทธิ์ในการเผยแพร่วิทยาการใหม่ ๆ ในประเทศโคลัมเบีย การศึกษาพบว่า ในการเผยแพร่นั้นสื่อบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม

กรูนิง (Gruning, 1976) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารและกระบวนการตัดสินใจในทางเศรษฐกิจของชาวโคลัมเบีย สรุปว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยที่ช่วยให้การพัฒนาเสร็จสมบูรณ์ และการสื่อสารมีอิทธิพลน้อยมาก ยกเว้นจะมีการเปลี่ยนโครงสร้าง เพื่อเริ่มกระบวนการพัฒนาเสียก่อน

แม็คคอมบ์ และมุลลินส์ (McComb and Mullins, 1973) ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างการศึกษา การใช้สื่อมวลชน และความสนใจทางการเมือง พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการใช้สื่อมวลชน และการใช้สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมือง แต่การศึกษามีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมืองโดยอ้อมเท่านั้น คือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อมวลชน และเพราะปริมาณการใช้สื่อมวลชนมีเพิ่มมากขึ้น ในหมู่ผู้มีการศึกษา จึงทำให้เขาสนใจข่าวสารทางการเมืองไปด้วย แต่ความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างการศึกษากับความสนใจทางการเมืองโดยไม่ผ่านการใช้สื่อมวลชนนั้น ไม่มี ชี้ให้เห็นว่าแม้การศึกษาจะเป็นตัวกำหนด การใช้สื่อมวลชน แต่ไม่ได้เป็นตัวกำหนดความสนใจทางการเมืองด้วย

2.10 สมมติฐานการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษา ได้ตั้งสมมติฐานไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดจันทบุรีในระดับมาก
2. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งประกอบด้วยการสร้างกรอบแนวคิดในการทำวิจัย การกำหนดขนาดตัวอย่าง การสร้างและทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การดำเนินการรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

3.1.1 ประชากร

ประชากรกลุ่มเป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 5 แห่งในจังหวัดจันทบุรี คือ อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ วนอุทยานเขาแหลมสิงห์ และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาวและศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงโดยแจกแบบสอบถามเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กำลังนั่งพักผ่อนภายในบริเวณที่นั่งพัก ตามจุดพักต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดจันทบุรีทั้ง 5 แห่ง ดังนี้

1. อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว	จำนวน 40 คน
2. อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ	จำนวน 40 คน
3. วนอุทยานเขาแหลมสิงห์	จำนวน 40 คน
4. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว	จำนวน 40 คน
5. ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนฯ	จำนวน 40 คน
ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้	จำนวน 200 คน

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือหลักที่นำมาใช้ในการสำรวจ ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยโครงสร้างของแบบสอบถามมีคำถามที่เน้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา มีลักษณะและรายละเอียด ดังนี้

วิธีการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ศึกษารายละเอียดของวัตถุประสงค์ในการวิจัยเป็นหลักในการตั้งประเด็นคำถาม โดยคำถามแต่ละคำถามมีการจัดลำดับคำถามก่อนหลังเพื่อความสะดวกในการตอบ แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 5 แห่งของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งประกอบด้วย (1) อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว (2) อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ (3) วนอุทยานเขาแหลมสิงห์ (4) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว และ (5) ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โดยแบบสอบถามใช้มาตรวัดแบบไลเคิร์ต สเกล (Likert Scale) ซึ่งแต่ละคำถาม มีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่านำหนักของการประเมิน ดังนี้

<u>ระดับความพึงพอใจ</u>	<u>ระดับคะแนน</u>
พึงพอใจมากที่สุด	5
พึงพอใจมาก	4
พึงพอใจปานกลาง	3
พึงพอใจน้อย	2
พึงพอใจน้อยที่สุด	1

การแปลผลข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ยแบ่งได้เป็น 5 ระดับแบบอันตรภาค (Class Interval) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{พิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาค้างนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1.00-1.80	น้อยที่สุด
1.81-2.60	น้อย
2.61-3.40	ปานกลาง
3.41-4.20	มาก
4.21-5.00	มากที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามชนิดเปิดให้นักท่องเที่ยวสามารถแสดงความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะได้อย่างอิสระ

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 แหล่งที่มาของข้อมูล (Source of Data)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดจันทบุรี โดยการใช้แบบสอบถาม และข้อมูลที่ได้มาประกอบการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้มาจากวิธีการสำรวจ โดยการออกแบบสอบถามเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดจันทบุรี และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ แปลความหมาย สรุปผล และรายงานผลการวิจัย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ซึ่งเป็นข้อมูลที่มาจากแหล่งอื่น ๆ ที่ได้มีการรวบรวมไว้ก่อน รวมถึงการค้นคว้า ตำรา บทความ ทฤษฎีต่าง ๆ บทความวิจัย งานวิจัย และจากเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 การประมวลผลข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามตามจำนวนที่กำหนดไว้แล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการตรวจสอบข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดทำการบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ประมวลผลข้อมูลงานวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งใช้สถิติดังต่อไปนี้

(1) ร้อยละ (บุญชม ศรีสะอาด, 2538: 101)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 f แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

(2) ค่าคะแนนเฉลี่ย (เพ็ญศรี เขมะสุวรรณ , 2546 : 138)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลบวกของข้อมูลทั้งหมด
 N แทน จำนวนของข้อมูลทั้งหมด

(3) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541 : 65)

$$SD = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ SD แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

(4) การทดสอบไคสแควร์ (Chi - Square)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย เรื่องการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวยุวชน
3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี
4. ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวยุวชนต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี
5. การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	110	55.0
หญิง	90	45.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.0 รองลงมาเป็น เพศหญิง ร้อยละ 45.0

ตารางที่ 2 ร้อยละของอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-25 ปี	51	25.5
26-35 ปี	54	27.0
36-45 ปี	61	30.5
มากกว่า 45 ปี	34	17.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก มีอายุ 36-45 ปี ร้อยละ 30.5 รองลงมา มีอายุ 26-35 ปี ร้อยละ 27.0 อายุ 15-25 ปี ร้อยละ 25.5 และน้อยที่สุด มีอายุมากกว่า 45 ปี ร้อยละ 17.0

ตารางที่ 3 ร้อยละของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	72	36.0
ระดับปริญญาตรี	63	31.5
สูงกว่าปริญญาตรี	65	32.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการศึกษาค้นคว้าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 36.0 รองลงมา มีการศึกษา สูงกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 32.5 และน้อยที่สุดมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 31.5

ตารางที่ 4 ร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	11	5.5
5,000-10,000 บาท	47	23.5
10,001-20,000 บาท	102	51.0
มากกว่า 20,000 บาท	40	20.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 51.0 รองลงมา มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 23.5 มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 5.5

ตารางที่ 5 ร้อยละของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	31	15.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	42	21.0
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	66	33.0
เกษตรกร	35	17.5
นักเรียน/นักศึกษา	26	13.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 33.0 รองลงมา มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 21.0 เกษตรกร ร้อยละ 17.5 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 15.5 และน้อยที่สุด เป็น นักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 13.0

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 6 ร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม (N=200)

สื่อ	ความบ่อยของการเปิดรับสื่อ				ไม่เคยเลย (%)
	ทุกวัน (%)	5-6วัน/สัปดาห์ (%)	3-4วัน/สัปดาห์ (%)	1-2วัน/สัปดาห์ (%)	
หนังสือพิมพ์	84 (42.0)	59 (29.5)	45 (22.5)	12 (6.0)	-
นิตยสาร/วารสาร	35 (17.5)	71 (35.5)	72 (36.0)	15 (7.5)	7 (3.5)
วิทยุกระจายเสียง	55 (27.5)	80 (40.0)	57 (28.5)	8 (4.0)	-
วิทยุโทรทัศน์	111 (55.5)	47 (23.5)	32 (16.0)	10 (5.0)	-
สื่อบุคคล	130 (65.5)	33 (16.5)	23 (11.5)	14 (7.0)	-
สื่ออินเทอร์เน็ต	71 (35.5)	65 (32.5)	42 (21.0)	20 (10.0)	2 (1.0)
สื่อเฉพาะกิจ	20 (10.0)	46 (23.0)	44 (22.0)	24 (12.0)	66 33

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก มีการเปิดรับสื่อทุกวันคือสื่อบุคคล ร้อยละ 65.5 รองลงมาคือสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 55.5 และสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 42.0 ส่วนสื่อที่ไม่เคยเปิดรับเลย คือสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ 33

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

4.3.1 ด้านสถานที่

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านสถานที่ (N = 200)

ความพึงพอใจ	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านสถานที่			
- บรรยากาศร่มรื่น	4.33	.74	มากที่สุด
- จุดนั่งพัก	4.31	.82	มากที่สุด
- ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว	4.03	.89	มาก
- เส้นทางจราจรภายใน	3.81	.74	มาก
- ป้ายบอกทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.69	.75	มาก
- ป้ายบอกเส้นทางการเดินทางภายในสถานที่	3.65	.69	มาก
- ป้ายบอกประวัติ, ความสำคัญของสถานที่	3.69	.64	มาก
รวมเฉลี่ย	4.00	.75	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความพึงพอใจโดยรวมด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า เรื่องที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ บรรยากาศร่มรื่น ($\bar{x} = 4.33$) รองลงมาคือ จุดนั่งพัก ($\bar{x} = 4.31$) ส่วนเรื่องที่อยู่ในระดับมากคือ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.03$) รองลงมา คือเส้นทางจราจรภายใน ($\bar{x} = 3.81$) ตามลำดับ

4.3.2 ด้านการอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านการอำนวยความสะดวก (N = 200)

ความพึงพอใจ	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านการอำนวยความสะดวก			
- บริเวณที่จอดรถ	3.75	.57	มาก
- การจัดจราจรภายใน	3.81	.56	มาก
-การจัดตั้งถังขยะตามจุดต่างๆ	3.95	.52	มาก
- ปริมาณห้องน้ำสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	3.95	.56	มาก
- การดูแลความสะดวกห้องน้ำ	3.71	.67	มาก
- จำนวนร้านขายของที่ระลึก	3.82	.63	มาก
- จำนวนร้านจำหน่ายอาหาร	3.80	.58	มาก
รวมเฉลี่ย	3.83	.58	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความพึงพอใจโดยรวมด้านการอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า เรื่องที่อยู่ในระดับมาก คือ การจัดตั้งถังขยะตามจุดต่างๆ และปริมาณห้องน้ำสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.95$) เท่ากัน รองลงมาคือ จำนวนร้านขายของที่ระลึก ($\bar{x} = 3.82$) ตามลำดับ

4.3.3 ด้านการบริการ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านการบริการ (N = 200)

ความพึงพอใจ	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านการบริการ			
- การต้อนรับและการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.65	.51	มาก
- การต้อนรับและอธยาศัยของเจ้าหน้าที่	3.68	.65	มาก
- การให้ข้อมูลและการแนะนำของเจ้าหน้าที่	3.71	.57	มาก
- การดูแลรักษาความปลอดภัยทั้งด้านทรัพย์สินและร่างกาย	3.63	.65	มาก
- การบริการของร้านค้าที่ระลึก/ร้านอาหาร	3.72	.64	มาก
รวมเฉลี่ย	3.68	.60	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความพึงพอใจโดยรวมด้านการบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า เรื่องที่อยู่ในระดับมาก คือ การบริการของร้านค้าที่ระลึก/ร้านอาหาร ($\bar{x} = 3.72$) รองลงมาคือ การให้ข้อมูลและการแนะนำของเจ้าหน้าที่ ($\bar{x} = 3.71$) ตามลำดับ

4.4 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

ตารางที่ 10 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวดำเนินการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี (N =200)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
- ควรรักษาสภาพแวดล้อมและความสะอาดของสถานที่	60	30.0
- ควรมีป้ายเตือนภัยและป้ายห้าม ที่อาจทำให้เกิดความเสียหายแก่แหล่งท่องเที่ยว	28	10.7
- จัดกิจกรรมอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม	24	7.3
- ไม่มีข้อเสนอแนะ	88	52.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวดำเนินการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก ไม่มีข้อเสนอแนะ ร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ มีข้อเสนอแนะว่า ควรรักษาสภาพแวดล้อมและความสะอาดของสถานที่ ร้อยละ 30.0 และน้อยที่สุดคือข้อเสนอแนะ เรื่องจัดกิจกรรมอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ร้อยละ 7.3

4.5 สมมติฐานของการวิจัย

4.5.1 สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีในระดับมาก

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวม (N = 200)

ความพึงพอใจในภาพรวม	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านสถานที่	4.00	.75	มาก
ด้านการอำนวยความสะดวก	3.83	.58	มาก
ด้านการบริการ	3.68	.60	มาก
รวม	3.84	.67	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนมากพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$)

4.5.2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 12 ร้อยละของระดับความพึงพอใจจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (N = 200)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปานกลาง	มากและมากที่สุด	รวม
เพศ			
ชาย	41 (37.3)	69 (62.7)	110 (55.0)
หญิง	36 (40.0)	54 (60.0)	90 (45.0)
	$\chi^2 = .155$	df. = 1	p = .693

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปานกลาง	มากและมากที่สุด	รวม
อายุ			
ต่ำกว่า 36 ปี	35 (33.5)	70 (66.5)	105 (100.0)
36 ปี ขึ้นไป	42 (44.0)	53 (56.0)	95 (100.0)
	$\chi^2 = 3.181$	df. = 3	p = .365
ระดับการศึกษา			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	27 (37.5)	45 (62.5)	72 (100.0)
ปริญญาตรีขึ้นไป	50 (26.3)	78 (73.7)	128 (100.0)
	$\chi^2 = 1.232$	df. = 3	p = .745
รายได้			
น้อยกว่า 10,001 บาท/เดือน	23 (31.5)	35 (68.5)	58 (100.0)
10,001 – 20,000 บาท/เดือน	36 (35.3)	66 (62.7)	102 (100.0)
20,000 บาท/เดือนขึ้นไป	18 (45.0)	22 (55.0)	40 (100.0)
	$\chi^2 = 3.833$	df. = 3	p = .280
อาชีพ			
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ธุรกิจ	33 (46.9)	40 (53.1)	73 (100.0)
ส่วนตัว/ค้าขาย	40 (38.3)	61 (61.7)	101 (100.0)
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท/เกษตรกร	4 (15.4)	22 (84.6)	26 (100.0)
	$\chi^2 = 11.708$	df. = 4	p = .020

1) กลุ่มตัวอย่าง เพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน จากตาราง 15 พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายมีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 62.7 ในขณะที่นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความพึงพอใจมากและมากที่สุด ร้อยละ 60.0 เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .693$) แสดงว่าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2) กลุ่มตัวอย่าง ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน จากตาราง 15 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 36 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 66.5 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมากและมากที่สุด ร้อยละ 56.0 เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .365$) แสดงว่าช่วงอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3) กลุ่มตัวอย่าง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน จากตาราง 15 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 62.5 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมีความพึงพอใจมากและมากที่สุด ร้อยละ 73.7 เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .745$) แสดงว่าระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4) กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน จากตาราง 15 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 68.5 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท/เดือน และมีรายได้ 20,000 บาท/เดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 62.7 และ 55.0 ตามลำดับ เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .280$) แสดงว่ารายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจ ต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีไม่แตกต่างกันจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5) กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากตาราง 12 พบว่านักท่องเที่ยวเป็นนักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 84.6 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร และอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย มีความพึงพอใจมากและมากที่สุด เพียงร้อยละ 61.7 และ 53.1 ตามลำดับ เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .020$) แสดงว่าอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.5.3 นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 13 ร้อยละของระดับความพึงพอใจจำแนกตามการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยว (N = 200)

ความบ่อยของการเปิดรับสื่อ	ปานกลาง	มากและมากที่สุด	รวม
สื่อหนังสือพิมพ์			
น้อยกว่า 3 วัน / สัปดาห์	2 (16.7)	10 (83.3)	12 (100.0)
3 - 6 วัน / สัปดาห์	36 (32.9)	68 (67.1)	104 (100.0)
ทุกวัน	39 (46.4)	45 (53.6)	84 (100.0)
$\chi^2 = 12.465^*$		df. = 3	p = .006
สื่อนิตยสาร/วารสาร			
น้อยกว่า 3 วัน / สัปดาห์	9 (37.5)	13 (62.5)	22 (100.0)
3 - 6 วัน / สัปดาห์	52 (36.5)	91 (63.5)	143 (100.0)
ทุกวัน	16 (45.7)	19 (54.3)	35 (100.0)
$\chi^2 = -3.825$		df. = 4	p = .430

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ความบ่อยของการเปิดรับสื่อ	ปานกลาง	มากและมากที่สุด	รวม
สื่อวิทยุกระจายเสียง			
น้อยกว่า 3 วัน / สัปดาห์	1 (12.5)	7 (87.5)	8 (100.0)
3 - 6 วัน / สัปดาห์	51 (37.4)	86 (62.6)	137 (100.0)
ทุกวัน	25 (38.5)	30 (61.5)	55 (100.0)
	$\chi^2 = 3.579$	df. = 3	p = .311
สื่อโทรทัศน์			
น้อยกว่า 3 วัน / สัปดาห์	3 (30.0)	7 (70.0)	10 (100.0)
3 - 6 วัน / สัปดาห์	28 (32.8)	51 (67.2)	79 (100.0)
ทุกวัน	46 (41.4)	65 (58.6)	111 (100.0)
	$\chi^2 = 7.353$	df. = 3	p = .061
สื่อนิตยสาร			
น้อยกว่า 3 วัน / สัปดาห์	3 (21.4)	11 (78.6)	14 (100.0)
3 - 6 วัน / สัปดาห์	13 (24.3)	43 (75.7)	56 (100.0)
ทุกวัน	61 (46.9)	69 (53.1)	130 (100.0)
	$\chi^2 = 12.004$	df. = 3	p = .007

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ความบ่อยของการเปิดรับสื่อ	ปานกลาง	มากและมากที่สุด	รวม
สื่ออินเทอร์เน็ต			
น้อยกว่า 3 วัน / สัปดาห์	10 (47.5)	12 (52.5)	22 (100.0)
3 - 6 วัน / สัปดาห์	36 (32.8)	71 (67.2)	107 (100.0)
ทุกวัน	31 (43.7)	40 (56.3)	71 (100.0)
	$\chi^2 = 3.084$	df. = 4	p = .544
สื่อเฉพาะกิจ			
น้อยกว่า 3 วัน / สัปดาห์	64 (41.1)	83 (58.9)	148 (100.0)
3 - 6 วัน / สัปดาห์	10 (22.4)	34 (77.6)	44 (100.0)
ทุกวัน	2 (25.0)	6 (75.0)	8 (100.0)
	$\chi^2 = 8.596$	df. = 4	p = .072

จากตารางที่ 13 พบว่า

1) กลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ น้อยกว่า 3 วัน/สัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 83.3 ในขณะที่การเปิดรับสื่อ 3-6 วัน/สัปดาห์ และทุกวัน มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 67.1 และ ร้อยละ 53.6 ตามลำดับ เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .006$) แสดงว่าการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2) กลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับสื่อนิตยสาร/วารสาร 3-6 วัน/สัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 62.5 ในขณะที่การเปิดรับ

สื่อ น้อยกว่า 3 วัน/สัปดาห์ และทุกวัน มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 62.5 และ ร้อยละ 54.3 ตามลำดับ เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .430$) แสดงว่าการเปิดรับสื่อนิคมสาร/วารสาร แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3) กลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง น้อยกว่า 3 วัน/สัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 87.5 ในขณะที่การเปิดรับสื่อ 3-6 วัน/สัปดาห์ และทุกวัน มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 62.6 และ ร้อยละ 61.5 ตามลำดับ เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .311$) แสดงว่าการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4) กลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ น้อยกว่า 3 วัน/สัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 70.0 ในขณะที่การเปิดรับสื่อ 3-6 วัน/สัปดาห์ และทุกวัน มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 67.2 และ ร้อยละ 58.6 ตามลำดับ เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .061$) แสดงว่าการเปิดรับสื่อโทรทัศน์แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5) กลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับสื่อบุคคล น้อยกว่า 3 วัน/สัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 78.6 ในขณะที่การเปิดรับสื่อ 3-6 วัน/สัปดาห์ และทุกวัน มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 75.7 และ ร้อยละ 53.1 ตามลำดับ เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .007$) แสดงว่าการเปิดรับสื่อบุคคล แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

6) กลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต 3-6 วัน/สัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 67.2 ในขณะที่การเปิดรับสื่อทุกวัน และน้อยกว่า 3 วัน/สัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 56.3 และ ร้อยละ 52.5 ตามลำดับ เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .544$) แสดงว่าการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

7) กลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ 3-6 วัน/สัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 77.6 ในขณะที่การเปิดรับสื่อ ทุกวัน และ น้อยกว่า 3 วัน/สัปดาห์ มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ร้อยละ 75.0 และ ร้อยละ 58.9 ตามลำดับ เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .072$) แสดงว่าการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรและการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างชาวไทยที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี 3) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามลักษณะทางประชากรและการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งได้ใช้กลุ่มตัวอย่าง 200 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 5 แห่ง จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ใช้สถิติค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยใช้ค่า t-test ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 55.0) มีอายุระหว่าง 36-45 ปี (ร้อยละ 30.5) การศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 36.0) มีรายได้ 10,001- 20,000 บาท (ร้อยละ 51.0) นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 33.0)

2. การเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี พบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากมีการเปิดรับสื่อทุกวัน คือ สื่อบุคคล ร้อยละ 65.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเคยรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดจันทบุรีจากสื่อหนังสือพิมพ์ รองลงมาเคยรับทราบข่าวจากสื่อโทรทัศน์และสื่อนิตยสาร/วารสาร ส่วนสื่อที่มีการเปิดรับข่าวสารน้อยที่สุดคือสื่อเฉพาะกิจ รองลงมาคือสื่อธรรมรงค์

3. ระดับความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ความพึงพอใจต่อด้านสถานที่ จากผลการวิจัยความพึงพอใจต่อด้านสถานที่ โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีคะแนนระดับมากที่สุดคือ บรรยากาศร่มรื่น รองลงมาจุดนั่งพัก ความสะอาดของสถานที่ เส้นทางจราจรภายใน ป้ายบอกสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ป้ายบอกประวัติ, ความสำคัญของสถานที่ ป้ายบอกเส้นทางเดินชมภายในสถานที่ พบว่าอยู่ในคะแนนระดับมากตามลำดับ

3.2 ความพึงพอใจต่อด้านการอำนวยความสะดวก จากผลการวิจัยความพึงพอใจต่อด้านการอำนวยความสะดวก โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก และหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีคะแนนระดับมากที่สุดคือ การจัดตั้งถังขยะตามจุดต่างๆ และปริมาณห้องน้ำสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีค่าระดับคะแนนเท่ากัน รองลงมาคือ จำนวนร้านขายของที่ระลึก การจัดจราจรภายใน จำนวนร้านจำหน่ายอาหาร บริเวณที่จอดรถ และการดูแลความสะอาดห้องน้ำ พบว่าอยู่ในคะแนนระดับมาก ตามลำดับ

3.3 ความพึงพอใจต่อด้านบริการ จากผลการวิจัยความพึงพอใจต่อด้านการบริการ โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก และหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีคะแนนระดับมากที่สุดคือ การบริการของร้านค้าที่ระลึก/ร้านอาหาร รองลงมา คือ การให้ข้อมูลและการแนะนำของเจ้าหน้าที่ การต้อนรับและอภัยของเจ้าหน้าที่ การต้อนรับและการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การดูแลรักษาความปลอดภัยทั้งด้านทรัพย์สินและร่างกาย พบว่าอยู่ในคะแนนระดับมากตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ในระดับมาก

ผลการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนมากพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน

- 1) กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- 3) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- 4) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- 5) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนความถี่การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- 2) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนความถี่การเปิดรับสื่อวิทยุ/วารสารแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- 3) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนความถี่การเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- 4) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนความถี่การเปิดรับสื่อวิทยุโทรทัศน์แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- 5) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนความถี่การเปิดรับสื่อบุคคลแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนความถี่การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนความถี่การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

8) กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนความถี่การเปิดรับสื่อรณรงค์แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี พบว่านักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีจากข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ทั้งนี้เพราะจังหวัดจันทบุรีมีสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่ใน ตำบลแสง อำเภอมะนัง จังหวัดจันทบุรี จึงทำให้มีการประชาสัมพันธ์ได้อย่างทั่วถึงในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดใกล้เคียง จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวจากข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการสัมผัสธรรมชาติเพื่อพักผ่อนหย่อนใจตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดจันทบุรีเป็นเมืองที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญของประเทศ เป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย ทั้งทางประวัติศาสตร์และธรรมชาติ เป็นจังหวัดที่เป็นทางผ่านไปยังจังหวัดใกล้เคียงและเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ห่างจากกรุงเทพฯ อีกทั้งเส้นทางในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดจันทบุรีนั้น ถนนตลอดการเดินทางสะดวก รถไม่ติด ภูมิทัศน์สองข้างทางสวยงาม จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นำรถยนต์ส่วนตัวมาท่องเที่ยว

2. ด้านความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวกและด้านการบริการ โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในมากทั้ง 3 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมภรณ์ คงเจริญกาย

(2548: บทคัดย่อ) เรื่อง การศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวกและด้านการบริการ ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

2.1 ด้านสถานที่ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียดพบว่า ในหัวข้อ บรรยากาศร่มรื่น จุดนั่งพัก ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนในหัวข้ออื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งนี้เพราะจังหวัดจันทบุรีมีโครงการรณรงค์ให้จังหวัดจันทบุรีเป็นเมืองท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นำอยู่ นำดู นำเที่ยว และยังมี การประชาสัมพันธ์ไปยังหน่วยงานราชการ เอกชนและตามชุมชนต่างๆ ในจังหวัดจันทบุรีให้มีการ ใส่ใจดูแลรักษาความสะอาดบ้านเรือน สถานที่ต่างๆ ถนนหนทางรวมทั้งแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความ สะอาด สะดวกและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ไพฑูรย์ พงศบุตร (2542:22) ที่ได้กล่าว ว่า การคิดป้ายบอกทาง ไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ รวมทั้งควรมีแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ติดตั้งไว้ในที่ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถแลเห็นได้ สะดวก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางจากจุดตั้งต้นไปยังจุดหมายปลายทางได้โดยสะดวก ปลอดภัย

2.2 ด้านการอำนวยความสะดวก จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะดวกของปริมาณห้องน้ำสำหรับบริการ ท่องเที่ยว การจัดตั้งถังขยะตามจุดต่างๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด จำนวนร้านขายของที่ระลึก การจัดจรรยาภายใน จำนวนร้านจำหน่ายอาหาร บริเวณที่จอดรถ การดูแลความสะอาด ห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรองลงมาตามลำดับ ทั้งนี้เพราะจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มี ศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายแบบสังคมเกษตรกรรม มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายพร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก และการคมนาคมที่สะดวกสบาย อีกทั้งจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดม สมบูรณ์ ทำให้จังหวัดจันทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งที่เป็นที่นิยมของ นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ประกอบกับมีการจัดทำยุทธศาสตร์การ พัฒนาจังหวัด โดยจัดตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีแบบอินเตอร์แอคทีฟ โดยมี วัตถุประสงค์ในการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นและส่งเสริม การท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี ทำให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน จังหวัดจันทบุรีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผลการวรรณ นุชพันธุ์ (2548:65) เรื่องความ พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมี

ความพึงพอใจในด้านการอำนวยความสะดวกในสถานที่จอดรถเป็นอันดับ 1 และความพึงพอใจของสถานที่จอดรถและความสะดวกในการรับบริการจากแหล่งท่องเที่ยว

2.3 ด้านการบริการ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การบริการของร้านค้าที่ระลึก/ร้านอาหาร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเป็นอันดับ 1 การให้ข้อมูลและการแนะนำของเจ้าหน้าที่ การต้อนรับและอภัยโทษของเจ้าหน้าที่ การต้อนรับและการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การดูแลรักษาความปลอดภัยทั้งด้านทรัพย์สินและร่างกาย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจรองลงมาตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมบัติ กาญจนกิจ (2548:88) ที่กล่าวว่า การบริการการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน และ ศรีธยา วรากุลวิทย์ (2546:317) กล่าวว่า ปัจจัยที่ต้องประกอบการพิจารณาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินทั้งด้านโจรผู้ร้าย ภัยธรรมชาติ การเมือง ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญ เพราะหากขาดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแล้วย่อมมีผู้เดินทางไปเยี่ยมชมน้อยลงด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยี่ยมชมขาดความมั่นใจในความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน

2.4 ความบ่อยของการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อทดสอบด้วย χ^2 -test พบว่า นักท่องเที่ยวเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาความบ่อยในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อบุคคล น้อยกว่า 3 วัน/สัปดาห์ 3-6 วัน/สัปดาห์ และเปิดรับสื่อทุกวันมีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุดเหมือนกันทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคล ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นที่รู้จักและนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป อีกทั้งจังหวัดจันทบุรีมีความพร้อมด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานเอกชน ความสะดวกในการเดินทาง เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโรเจอร์ (Rogers, 1978: 291) กล่าวว่า ข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ และสอดคล้องกับคำกล่าวของ เบตทิงฮอท (Bettinghaus, 1968: 180) ที่ว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่น มากกว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิงแต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างใน

ขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลสรุปของการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าระดับความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวกและด้านการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ดังนั้นจากผลการวิจัยสามารถชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของผู้บริหารในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมไปถึงระบบการบริหารงานที่คุณภาพ มีสายงานการบังคับบัญชาที่เหมาะสมและมีการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับองค์การและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี เกิดความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาในด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวกและด้านการบริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์

1.1 ด้านสถานที่ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจตามสถานท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีความพึงพอใจบรรยากาศ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว เส้นทางจราจรภายใน ป้ายบอกทางเข้าสถานที่ ฯลฯ ของสถานที่ในระดับมาก เห็นได้ว่า ภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเป็นจุดขายอย่างหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี ดังนั้นหากต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี เป็นที่รู้จักและเป็นที่น่าสนใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทำจุดขาย แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยนำเครื่องมือทางการตลาดมาใช้ เพื่อให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากยิ่งขึ้น เช่น การท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ควรจัดให้มีการ

โฆษณา และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อบุคคล สื่อรณรงค์ ตลอดจนสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่ออื่นๆ สู่ประชาชนทั่วประเทศอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และข้อมูลที่จัดให้แก่นักท่องเที่ยวควรเป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด

1.2 ด้านอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องของความสะอาดและปริมาณห้องน้ำ การจัดตั้งถังขยะตามจุดต่างๆ บริเวณที่จอดรถ จำนวนร้านขายของที่ระลึก จำนวนร้านจำหน่ายอาหาร การจัดจราจรภายใน ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดจันทบุรีอย่างจริงจัง ควรมีการพัฒนาในด้านการรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางจราจรให้มีความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวต้องใส่ใจกับร้านอาหาร ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยต้องเข้มงวดให้ความสำคัญกับความสะอาดของร้านอาหาร เนื่องจากร้านอาหารถือเป็นบริการที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องใช้บริการ

1.3 ด้านการบริการ ควรมีการสร้างมาตรฐานในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น ควรมีการพัฒนาเรื่องกีฬามารยาท การสื่อสารของเจ้าหน้าที่ เพราะผู้ให้บริการเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว

1.4 ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องต่างๆ เช่น ผู้ประกอบการโรงแรม รีสอร์ท ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ควรนำผลการวิจัยไปพิจารณาประกอบการปรับปรุงและกำหนดแผนการตลาด เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

2.2 ควรทำการศึกษาถึงความต้องการและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีเป็นระยะทุก 2 ปี เพื่อเป็นการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้เหมาะสมแก่การรองรับนักท่องเที่ยวและจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภาคในการท่องเที่ยวแต่ละปี

2.3 ควรทำการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบที่เกิดจากการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพื้นที่และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

แบบสอบถาม จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรีให้สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาในหัวข้อดังกล่าว เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง มหาวิทยาลัยเกริก ใช้ในการศึกษาเท่านั้น จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด และขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

คำชี้แจง ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบคำถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดโดยการทำเครื่องหมาย หน้าข้อความที่ท่านเลือก แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

ตอนที่ 4 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. 15-25 ปี

3. 36-45 ปี

2. 26-35 ปี

4. มากกว่า 45 ปี

3. ระดับการศึกษา

 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 3. สูงกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี

4. ปัจจุบันท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่าไร

 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท 3. 10,001-20,000 บาท 2. 5,000-10,000 บาท 4. มากกว่า 20,000 บาท

5. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ

 1. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 4. เกษตรกร 2. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 5. นักเรียน/นักศึกษา 3. ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน**ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

6. ท่านเปิดรับสื่อต่อไปนี้บ่อยเพียงใด

สื่อ	ทุกวัน	5-6 วัน /สัปดาห์	3-4 วัน /สัปดาห์	1-2 วัน /สัปดาห์	ไม่ เคยเลย
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร/วารสาร					
วิทยุกระจายเสียง					
โทรทัศน์					
สื่อบุคคล					
สื่ออินเทอร์เน็ต					
สื่อเฉพาะกิจ					

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว
เชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับระดับความ
พึงพอใจของท่านมากที่สุด โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนไว้ ดังนี้

5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด 4 หมายถึง พึงพอใจมาก
3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง 2 หมายถึง พึงพอใจน้อย
1 หมายถึง ควรปรับปรุง

ประเด็นคำถามความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ด้านสถานที่					
1.1 บรรยากาศร่มรื่น					
1.2 จุดนั่งพัก					
1.3 ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว					
1.4 เส้นทางจราจร					
1.5 ป้ายบอกทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ					
1.6 ป้ายบอกเส้นทางการเดินชมภายในสถานที่					
1.7 ป้ายบอกประวัติ, ความสำคัญของสถานที่					
2. ด้านการอำนวยความสะดวก					
2.1 บริเวณที่จอดรถ					
2.2 การจัดจราจรภายใน					
2.3 การจัดตั้งถังขยะตามจุดต่าง ๆ					
2.4 ปริมาณห้องน้ำสำหรับบริการแก่นักท่องเที่ยว					
2.5 การดูแลรักษาความสะอาดห้องน้ำ					
2.6 จำนวนร้านขายของที่ระลึก					
2.7 จำนวนร้านจำหน่ายอาหาร					

ประเด็นคำถามความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
3. ด้านการบริการ					
3.1 การต้อนรับและการให้บริการของเจ้าหน้าที่แต่ละแห่งที่ให้ข้อมูล					
3.2 การต้อนรับ และอริยาไยของเจ้าหน้าที่แต่ละสถานที่					
3.3 การให้ข้อมูล การแนะนำของเจ้าหน้าที่แต่ละสถานที่					
3.4 การดูแลรักษาความปลอดภัยทั้งด้านทรัพย์สินและร่างกาย					
3.5 การบริการของร้านค้า/ร้านอาหาร					

ตอนที่ 4 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดจันทบุรี

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าควรปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใดบ้าง

.....

.....

.....

3. ในฐานะที่ท่านเป็นผู้มาท่องเที่ยว ท่านจะมีวิธีอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....

4. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ข้อมูล

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. รายงานประจำปีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กรุงเทพฯ : 2446

จริญญา เจริญสุกใส และสุวัฒน์ จุฑากรณ์. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.

นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์บริษัทผดุงวิทยาจำกัด,
2516.

เทพนม เมืองแมน. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2529.

นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.

พรินติ้งเฮาส์, 2544.

บุญจง ขาวสิทธิวงษ์. คำศัพท์ ชื่อและคำย่อด้านสิ่งแวดล้อม (อังกฤษ – ไทย). กรุงเทพฯ :

ที พี เอ็นเพรส, 2544.

บุญชม ศรีสะอาด. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริม
วิชาการ, 2538.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2542.

เพ็ญศรี เชมะสุวรรณ. การวิจัยตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์กิจอักษร, 2546.

พระธรรมปิฎก. การพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ : นิธิพุทธธรรม, 2539

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525,

กรุงเทพฯ (พิมพ์ครั้งที่ 6) : อักษรเจริญทัศน์, 2539

ศรีญา วรากุลวิทย์. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : เพื่อฟ้า พรินติ้ง, 2546.

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. นนทบุรี :

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544.

สุภาพร มากแจ้ง หลักรณ์คฤเทศก์. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรินติ้งเฮาส์, 2539.

สมบัติ กาญจนกิจ. นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ท่ามาดี, 2544

เสรี วิงส์ไพจิตร. จุดหักเหของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ชนวนให้เกิดขบวนการ

นิเวศวิทยาทางการเมือง. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2545.

สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี. กองผลิตอุปกรณ์โฆษณา, 2547

สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี. คู่มือแนะนำเว็บไซต์จันทบุรี. จันทบุรี : 2548

อภิรักษ์ จันตะนี และคณะ. การวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : พัทธอักษร, 2545

เอกสารอื่น ๆ

กรอบแก้ว ชัยเดชสุริยะ. การจัดการทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม

ของบ้านทุ่งสง จังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ : บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.

ชีวิต เข้มเจริญ. กระบวนการสร้างแผนการจัดการค้าปลีกเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

บ้านค้าปลีก อำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2544.

เดชา ไต้สูงเนิน. การบริหารจัดการท่องเที่ยวเกษตร กรณีศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบลโป่ง

แยกอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต : บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543.

นริศรา นางนุช. รูปแบบการสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด

จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2544.

บุศรา เกิดแก้ว. พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

ในจังหวัดสุพรรณบุรี. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏ

พระนครศรีอยุธยา, 2540.

ป้อมศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมบ้านควายไทย. การค้นคว้าแบบ

อิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.

ผกาพรรณ นุชพันธ์. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัด

นครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ

สวนดุสิต, 2548.

พิบูล สิทธิประเสริฐกุล. (2543). การจัดการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ ของอำเภอปางมะผ้าจังหวัด

แม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล,

2548.

- เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. พฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2548.
- เมตตา เสวตเลข. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ ศึกษาเฉพาะกรณี สวนสัตว์ดุสิต. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2539.
- วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร. พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม : มูฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- สมา ฅ ระนอง. การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดย ชุมชนท้องถิ่น ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนคีรีวงตำบลกำโลน อำเภอปานตาก จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- สมศักดิ์ แจ่มอุลิตรัตน์. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์. โอกาสและข้อจำกัดในการพัฒนา ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเต่า-นางขวน อำเภอพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2542.
- สมภารณ์ คงเจริญกาย. พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2548.
- สุภัทรา กลับดี. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศึกษาเฉพาะกรณีการล่องเรือ ที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2545.
- สุภาณี โดทองคำ. นโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. สารนิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2545.
- สุภาภรณ์ หาญทอง. ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2545.
- อภิรักษ์ ไวทยกุล. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการสถานตากอากาศบางปู. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2546.

อารณีย์ วัฒนารณณ์. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน
จังหวัดราชบุรี. ปรินญาณิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร, 2546.**

อารีย์ วรเวชธนกุล. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยใน
จังหวัดนครปฐม. ปรินญาณิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร, 2546.**

Books

Engle, Jame F., Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard. **Consumer Behavior.** 6 th ed.
Hinsdale,IL : Dryden. 1990.

Felld, Sycip. C. **Factor Related to Acceptance of Rejection of Innovation in Espirte
Foundation of Communication Development.** House Manila : RM, Cercia Publishing,
1964.

Kotler, Philip. **Marketing Management.** New york : Pearson Education. 1997.

Klapper, Joseph T. **The Effects of mass communication.** New York: The Free Press, 1960.

Krech, David and Richard S. Crutchfield. **Individual in Society.** New York :
McGraw –Hill. 1962.

Loudon,David and Albert J.Deller Bitta. **Consumer Behavior : Concepts and
Applications.** 3 rd ed. New York : McGraw-Hill. 1998.

McCombs. And Mullins. **“Consequences of Education: Media exposure. Political Interest
and Information Seeking Orientation.”** Mass Communication Review., 1973.

Morse, N.C. **Satisfaction in the White Color Job.** Michigan : University Press. 1955.

Nalters, Glenn C. **Consumer Behavior : Theory and Practice.** 3 rd ed.
Homewood, IL : Richard D. Irwin. 1987.

Peter, J.Paul and Jerry C.Olsen. **Consumer Behavior and Marketing Strategy.** 2 nd ed.
Homewood, IL : Richard D. Irwin. 1990.

Rogers, Everett M. and Svenning Lynne. **Modernization Among Peasants : The Impact
of Communication,** New York: Holt Rinehart and Winston, 1964.

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. **Consumer Behavior.** 4 th ed.
Englewood Cliffs, NJ : Prentice - Hall. 1991.

Tiffin, Joseph and Ernest J. Mc Cormick. Industrial Psychology. Englewood Cliffs,

NJ : Prentice Hall. 1965.

Wallestein, Harvey. A Dictionary of Psychology. Maryland : Penquin Books. .1971.

Wolman, Benjamin B. Dictionary Behavioral Science. Van Nostrand : Rein held. 1973.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นายภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒน์
วัน เดือน ปีเกิด	วันศุกร์ที่ 3 พฤศจิกายน 2510
สถานที่เกิด	657 หมู่ 1 ตำบลหนองบอน อำเภอบ่อไร่ จังหวัดตราด 23160
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	20 หมู่ 11 ตำบลคลองนารายณ์ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000
ประวัติการศึกษา	2529 มัธยมศึกษา โรงเรียนชลราษฎรอำรุง จังหวัดชลบุรี 2539 อนุปริญญาบริหารธุรกิจ (การจัดการทรัพยากรมนุษย์) สถาบันราชภัฏรำไพพรรณี 2546 รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (การบริหารงานบุคคล) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2548 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2553 นิเทศศาสตรบัณฑิต (วิทยุโทรทัศน์) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2549 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยเกริก 2552 นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต(การสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง) มหาวิทยาลัยเกริก
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2530 ธุรกิจครอบครัว พ.ศ. 2546 ครูประกาศนียบัตรวิชาชีพ ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน จังหวัดจันทบุรี พ.ศ. 2551 อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี พ.ศ. 2552 หัวหน้าสาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี พ.ศ. 2553 –ปัจจุบัน ประธานหลักสูตรการจัดการเทคโนโลยีสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี