

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือน ต่อโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ  
บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

**Expectation and Satisfaction of the Visitor towards Nature Interpretation Program  
at Bung Chawak Non-Hunting Area, Suphan Buri Province**

โดย

นางสาวสุภาพร ล้ำวรรณวงศ์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (อุทยานและนันทนาการ)

พ.ศ. 2547

ISBN 974-273-350-3



ใบรับรองวิทยานิพนธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (อุทยานและนันทนาการ)  
ปริญญา

อุทยานและนันทนาการ สาขา ..... อนุรักษ์วิทยา ภาควิชา .....

เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือน ต่อโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

Expectation and Satisfaction of the Visitor towards Nature Interpretation Program at Bung Chawak Non-Hunting Area, Suphan Buri Province

นามผู้วิจัย นางสาวสุภาพร ล้ำวรรณวงศ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ .....  
( ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรเชษฐ์ เขษรฐมาส, M.S. )

กรรมการ .....  
( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์, Ph.D. )

กรรมการ .....  
( ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิทย์ แสงทองพราว, Ph.D. )

หัวหน้าภาควิชา .....  
( รองศาสตราจารย์วิชา นิยม, Ph.D. )

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

.....  
( ศาสตราจารย์ทัศนีย์ อัดตะนันท์, D.Agr. )

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 23 เดือน เมษายน พ.ศ. 2547

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรเชษฐ์ เขษจุมาส ประธานกรรมการที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รรชนี เอมพันธุ์ กรรมการวิชาเอก และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิทย์ แสงทองพราว กรรมการวิชารอง รวมทั้งอาจารย์รรชนี โปธิแทน ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย สำหรับการช่วยเหลือให้คำปรึกษา ในการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ตลอดจนให้คำแนะนำต่าง ๆ จนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัยสำหรับทุนผู้ช่วยสอน(พ.ศ. 2545) และทุนอุดหนุนการค้นคว้า และวิจัยประเภทวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา(พ.ศ. 2546)

ขอขอบพระคุณ คุณพรชัย ปทุมรัตนธาร หัวหน้าศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก คุณประสาร สารสุวรรณ และเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ทุกท่าน ที่กรุณาให้ความสะดวกในการเก็บข้อมูลในพื้นที่ ช่วยเหลือด้านยานพาหนะ และให้ข้อมูลรายละเอียดด้านสื่อความหมายธรรมชาติ รวมถึงการจัดการ ขอขอบพระคุณ คุณประสิทธิ์ เวทประสิทธิ์ หัวหน้าสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเฉลิมพระเกียรติ จังหวัด สุพรรณบุรี ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานแสดงพันธุ์ สัตว์น้ำ

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยวิจัย คือ คุณมลวิทย์ นิลรัตน์ คุณกมลรัตน์ โปธิ คุณธัญญารัตน์ ชมสวน คุณพัฒนิตา ศรียงค์ คุณเสาวนีย์ สารเนตร และคุณฤกษ์รัตน์ ปีกกันต์ธร สำหรับการช่วยเหลือด้านการ เก็บข้อมูลแบบสอบถาม รวมถึงขอขอบคุณ พี่ ๆ น้อง ๆ นิสิตปริญญาโท สาขาอุทยานและนันทนาการ ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณพงษ์ศักดิ์ กาญจนภักดิ์ คุณบุปผา พูลวงษา คุณกอบชัย ทวีสุขเสถียร และ คุณเรณูกา รัชโน สำหรับกำลังใจ คำแนะนำ และความช่วยเหลือต่าง ๆ เสมอมา

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อสุวรรณ และคุณแม่ประไพ ล้ำวรรณวงศ์ ที่ให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน ทั้งความรัก กำลังใจ การเรียน รวมถึงทุนทรัพย์ และขอขอบคุณ คุณพรณี คุณอัจฉรา และคุณวิญญู ล้ำวรรณวงศ์ รวมถึง คุณสมบัติ อยู่สาโก สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำรูปเล่ม ให้คำปรึกษา ทางด้านวิชาการ และสนับสนุนให้การทำวิทยานิพนธ์ เสร็จสิ้นไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขอขอบคุณพระเจ้าสำหรับการช่วยเหลือทุกสิ่งทุกอย่าง

สุภาพร ล้ำวรรณวงศ์  
เมษายน 2547

ศุภาพร ถ้าวรรณวงศ์ 2547: ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือน ต่อโปรแกรม  
สื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี  
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (อุทยานและนันทนาการ) สาขาอุทยานและนันทนาการ  
ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา ปรชชานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรเชษฐ์ เชษฐมาต,  
M.S. 161 หน้า  
ISBN 974-273-350-3

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อ ศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือน  
ที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้บริการสื่อความหมายธรรมชาติซึ่งจัดบริการไว้ใน  
บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก โดยใช้แบบสอบถามซึ่งผ่านการทดสอบแล้วเก็บข้อมูลผู้ไปเยือน  
พื้นที่จำนวน 403 ตัวอย่าง ทำการประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และพิสูจน์สมมติฐานโดยใช้  
การทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดหวังมาพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติมากที่สุด  
(ร้อยละ 68.5) และมีความพึงพอใจในระดับมาก และคาดหวังจะมาใช้สื่อความหมาย ชนิดป้ายให้ข้อมูล/  
ป้ายนิทรรศการมากที่สุด(ร้อยละ 48.4) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่า มีปริมาณเพียงพอ คุณภาพดี และ  
มีความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับมากเช่นกัน โดยทั้งความคาดหวังต่อกิจกรรม และต่อบริการสื่อ  
ความหมายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ยิ่งมีความ  
คาดหวังสูง ความพึงพอใจจะสูงตามไปด้วย โดยผู้ที่คาดหวังจะมาใช้แผนที่/ แผ่นผัง จะมีความพึงพอใจ  
สูงขึ้นเมื่อได้ใช้จริงแล้วอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ที่มี อายุ ระดับการ  
ศึกษาอาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อสื่อความหมาย อย่างน้อย  
1 ชนิดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เพศแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อ  
ความหมายทุกชนิดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนครั้งที่มาเยือน และประสบการณ์  
การมาเยือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง  
สถิติ แต่ประเภทของกลุ่ม ขนาดของกลุ่ม และระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความ  
พึงพอใจ ที่มีต่อสื่อความหมายทุกชนิดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น การบริการ  
เกี่ยวกับการสื่อความหมายธรรมชาติ จึงควรให้ความสำคัญกับความคาดหวัง หรือความต้องการของ  
ผู้มาเยือนมากขึ้น โดยการปรับปรุง/ เพิ่มจำนวนสื่อสิ่งพิมพ์ จัดให้มีเจ้าหน้าที่สื่อความหมายมากขึ้น  
เพื่อนำคูดูก และศึกษาธรรมชาติ รวมทั้งให้ความรู้แก่เยาวชน โดยการจัดให้มี ค่ายพักแรม

ศุภาพร

ลายมือชื่อนิสิต


ลายมือชื่อประธานกรรมการ

12 / ๒๕๕๖ / 47

Supaporn Lumwunnawong 2004: Expectation and Satisfaction of the Visitor towards Nature Interpretation Program at Bung Chawak Non-Hunting Area, Suphan Buri Province. Master of Science (Parks and Recreation), Major Field: Parks and Recreation, Department of Conservation. Thesis Advisor: Assistant Professor Surachet Chettamart, M.S. 161 pages. ISBN 974-273-350-3

The main objective of this study was to investigate visitors' expectation and satisfaction towards the interpretive programs or media provided at Bung Chawak Non-hunting area. The pre-tested questionnaire was employed to collect relevant data from 403 on-site visitor samples. Data were then processed by descriptive analysis, T-test and one-way analysis of variance with statistical significance at .05 level

The findings showed that a majority of sampled visitors had expectation of visit to the area mostly for relaxation or leaning with nature (68.5%). Their satisfaction tended to be very high from the visit. The samples were likely to use and satisfy with available signs and exhibits (48.4%) more than other media. Further analysis revealed that visitors' satisfaction towards interpretive programs correlated positively and significantly with their expectation. The results of hypothesis testing showed that the samples with differences in age, educational level, occupation, income and residential origin differed significantly in their satisfaction towards at least one interpretive medium. Conversely, the samples with gender difference had no significantly different satisfaction towards all available interpretive media. In addition, the sampled visitors with differences in frequency of visit and previous experience in the area differed significantly in their satisfaction towards its publication, but those with differences in group type, group size, and time spent in the area had no significantly different satisfaction towards all interpretive media. Therefore, it is recommended that the area authority should take into account of these findings for future improvement of its interpretive endeavors. For example, more and improved publication should be produced; trained interpreters should be provided to lead those interested in birding and nature study; and conservation camp should be initiated for youth and schools nearby.



Student's signature



Thesis Advisor's signature

12 / 04 / 04

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญ .....	(1)
สารบัญตาราง .....	(3)
สารบัญภาพ .....	(6)
คำนำ.....	1
วัตถุประสงค์.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์.....	3
การตรวจเอกสาร .....	5
ปรัชญาและแนวคิดของการสื่อความหมายธรรมชาติ .....	5
โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติและการสื่อสาร .....	12
ตัวกลางที่ใช้ในการสื่อความหมายธรรมชาติ .....	18
แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	28
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ .....	31
เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก.....	37
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	45
กรอบแนวคิดและสมมติฐาน .....	47
อุปกรณ์และวิธีการ .....	51
อุปกรณ์.....	51
วิธีการ .....	51
ผลการวิจัยและวิจารณ์.....	63
ตอนที่ 1 รูปแบบและองค์ประกอบของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก .....	63
ตอนที่ 2 ภูมิหลังและรูปแบบการมาเยือนของนักท่องเที่ยว .....	76
ตอนที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือน .....	83
ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	98

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
สรุป.....	114
รูปแบบและองค์ประกอบของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติบริเวณเขตห้ามล่า สัตว์ป่าบึงฉวาก.....	114
ภูมิหลังและรูปแบบการมาเยือนของนักท่องเที่ยว.....	115
ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือน .....	116
การทดสอบสมมติฐาน.....	117
ข้อเสนอแนะ.....	119
เอกสารและสิ่งอ้างอิง .....	123
ภาคผนวก.....	128
ภาคผนวก ก.....	129
แบบสอบถาม.....	130
แบบฟอร์มการสำรวจ และประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมาย ธรรมชาติเบื้องต้น.....	135
ภาคผนวก ข.....	138
รายละเอียดเกี่ยวกับพื้นที่ชุ่มน้ำ.....	139
รายละเอียดด้านเนื้อหาของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ .....	141
ภาคผนวก ค.....	148
ตารางแสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการทดสอบ ความแปรปรวนทางเดียว .....	149

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	ข้อเสนอแนะของผู้มาเยือนด้านต่าง ๆ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก ..... 75
2	ลักษณะภูมิหลังของผู้มาเยือนเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก..... 77
3	รูปแบบการเดินทางของผู้มาเยือนเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก..... 79
4	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของผู้มาเยือนเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก ..... 82
5	การเปรียบเทียบร้อยละและจำนวนระหว่างความคาดหวังและ การได้ประกอบกิจกรรมฯ.. 84
6	ร้อยละและจำนวนระหว่างกิจกรรมที่ผู้มาเยือนได้ประกอบจริงและระดับความพึงพอใจ... 86
7	ผลการทดสอบสหสัมพันธ์(correlation) ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ ต่อกิจกรรมที่ได้ประกอบจริง..... 87
8	ร้อยละและจำนวนของความคาดหวัง ได้ใช้ตามที่คาดหวัง และความพึงพอใจในการ ใช้บริการสื่อความหมายธรรมชาติตามที่คาดหวัง ..... 89
9	ผลการทดสอบสหสัมพันธ์(correlation) ระหว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจ ต่อสื่อความหมายธรรมชาติที่ได้ใช้..... 90
10	ร้อยละและจำนวนของความคิดเห็นของผู้มาเยือน ต่อปริมาณและคุณภาพ ของสื่อ ความหมายธรรมชาติ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก..... 92
11	ร้อยละและจำนวนของระดับความพึงพอใจของผู้มาเยือนต่อสื่อความหมายฯ ชนิดต่าง ๆ .. 94
12	ผลการทดสอบที เพศแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน..... 99
13	ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เมื่ออายุแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อ ชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน ..... 101
14	ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน ..... 102
15	ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เมื่ออาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน ..... 104
16	ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เมื่อรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน ..... 105
17	ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เมื่อภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน ..... 107



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
18 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เมื่อจำนวนครั้งที่มาเยือนแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน .....	109
19 ผลการทดสอบที่ ประสพการณ์การมาเยือนแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน .....	112
20 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน สำหรับคู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 .....	113
<b>ตารางผนวกที่</b>	
ค1 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่ออายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน.....	149
ค2 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน.....	150
ค3 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่ออาชีพแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน.....	152
ค4 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่อรายได้แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน.....	154
ค5 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่อภูมิลำเนาแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน.....	155
ค6 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่อประเภทของกลุ่มแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน.....	156

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ค7 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่อขนาดของกลุ่มแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรม สื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน.....	158
ค8 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่อระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน.....	159
ค9 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่อจำนวนครั้งที่มาเยือนแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน.....	160

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1	ปรัชญาการสื่อความหมายธรรมชาติ..... 9
2	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ..... 13
3	ขอบเขตพื้นที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก..... 39
4	แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของบึงฉวาก ..... 43
5	สื่อสิ่งพิมพ์ จากศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวากและอุทยานผักพื้นบ้าน..... 64
6	แผนผังสื่อความหมายธรรมชาติในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาการจัดการ สัตว์ป่าบึงฉวาก..... 65
7	รูปแบบการสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก ..... 66
8	รูปแบบการสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณอุทยานผักพื้นบ้าน..... 73
9	รูปแบบการสื่อความหมายธรรมชาติ ในบริเวณสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ..... 73

**ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือน ต่อโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ  
บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี**

**Expectation and Satisfaction of the Visitor towards Nature Interpretation  
Program at Bung Chawak Non-Hunting Area, Suphan Buri Province**

**คำนำ**

ปัจจุบันการใช้เวลาว่างโดยการเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อประกอบกิจกรรมนันทนาการ มีแนวโน้มสูงมากขึ้นตามลำดับ เพราะมนุษย์ต้องการการพักผ่อน และผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากความจำเริญในภาระกิจ รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้คนที่อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เป็นเมือง หรือชุมชนขนาดใหญ่ มีความแออัดนั้น ย่อมมีความต้องการเดินทางออกไปสัมผัส และชื่นชมธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความเพลิดเพลิน และเพิ่มพูนประสบการณ์นันทนาการแล้ว ยังได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ที่ไปเยือนด้วย ดังนั้น แหล่งนันทนาการ หรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จึงมักจัดให้มีการบริการสื่อความหมายธรรมชาติ เพื่อให้ผู้มาเยือนมีโอกาสได้รับความเพลิดเพลิน และการศึกษาหาความรู้ ควบคู่กับการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ หรือกิจกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวซึ่งมีรูปแบบเป็นที่ยอมรับของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก คือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(ecotourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ รวมถึงแหล่งวัฒนธรรม โดยไม่ทำให้ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลง เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติ ศึกษาเรียนรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น โดยผ่านทางโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ นอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณภาพ และยังช่วยพัฒนาจิตสำนึก ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงยังเป็นการให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติ และเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย (ดรรรชนี, 2543)

การสร้างความรู้ และจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ท่องเที่ยว สามารถทำได้หลายรูปแบบ ซึ่งมักเน้นที่การจัดให้มีโปรแกรมสื่อความหมาย(interpretive program) เช่น การจัดให้มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว(visitor center) ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้บริการข้อมูล และความรู้แก่นักท่องเที่ยว จัดให้มีเอกสารสิ่งพิมพ์ นิทรรศการ หรือแผ่นป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ มีเส้นทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติ (ศูนย์วิจัยป่าไม้, 2541) รวมถึงการมีเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นนักสื่อความหมายธรรมชาติ เป็นผู้ให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติแวดล้อมในแง่มุมต่าง ๆ ที่น่าสนใจ และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ พร้อมทั้งได้รับความเพลิดเพลิน ดังนั้นการออกแบบพัฒนา หรือปรับปรุงโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ จำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูล หรือทำการวิจัย เรื่องความต้องการของผู้มาเยือน โดยเฉพาะเรื่องความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้มาเยือน ต่อโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ เพื่อนำผลการศึกษา หรือการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุง หรือ จัดการ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ

เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก หรือ “บึงฉวาก” เป็นบึงน้ำจืดขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งในด้านการเกษตร และการท่องเที่ยว บึงฉวากได้รับการประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า เมื่อปี พ.ศ. 2526 (สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม [สผ.], 2542) ในอดีตสภาพโดยรอบเต็มไปด้วยวัชพืช พันธุ์ไม้น้ำนานาชนิด และมีนกน้ำนับพันตัว พื้นที่โดยรอบส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม และป่าปลูก ทำให้บึงฉวากมีความสำคัญด้านการรักษาความสมดุลทางอุทกวิทยา ทำให้มีน้ำใต้ดิน และน้ำบาดาลแก่ประชาชนโดยรอบ เป็นแหล่งอาหารที่สำคัญ และเป็นถิ่นอาศัยของสัตว์น้ำ นกน้ำ ต่อมาในปี พ.ศ. 2537 มีการปรับปรุงบึงฉวากโดยมีการขุดลอกตามโครงการบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ เพื่อให้เป็นแหล่งน้ำสำหรับการเกษตรและจัดสภาพแวดล้อมรอบบึงเป็นสวนสาธารณะ และแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นสภาพแวดล้อมเดิมจึงเปลี่ยนแปลงไป มีผลต่อพืชพันธุ์ สัตว์น้ำ และนกน้ำที่มีจำนวนลดลง เพื่อรักษาความสมดุลของธรรมชาติ จึงจัดให้บึงฉวากเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับชาติ ซึ่งการดำเนินงานได้มีการอนุรักษ์ทรัพยากรในพื้นที่ และเผยแพร่ให้ความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์ และการใช้ประโยชน์พื้นที่ รวมถึงใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ดังนั้น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก ในด้านการจัดให้มีโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาตินั้น นับได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการจัดการพื้นที่ เพื่อผู้มาเยือนได้ทราบข้อมูล ความรู้ต่าง ๆ ที่สำคัญ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือส่งเสริม แนะนำผู้มาเยือนให้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างถูกต้อง หลีกเลี่ยงการใช้พื้นที่ซึ่งเปราะบางมีความเสี่ยงต่อการถูกทำลายได้ง่าย และได้รับความพึงพอใจจากการมาเยือนด้วย ดังนั้น

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเน้นความสำคัญด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือน ต่อโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ เพื่อทราบความต้องการของผู้มาเยือน และเป็นแนวทางด้านการปรับปรุง พัฒนาโปรแกรมสื่อความหมายแต่ละประเภทในพื้นที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบ และองค์ประกอบ ของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้มาเยือน ในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ และการใช้บริการสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้มาเยือน ที่มีต่อการให้บริการสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้ กำหนดขอบเขตพื้นที่ศึกษาเฉพาะเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก โดยประกอบด้วยพื้นที่ท่องเที่ยว 3 จุด คือ ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก อุทยานผักพื้นบ้าน และสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ มุ่งเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากผู้มาเยือน โดยส่วนใหญ่ใช้แบบสอบถามบริเวณศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก เนื่องจากเป็นพื้นที่บริเวณเดียวที่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และการจัดบริการสื่อความหมายธรรมชาติในรูปแบบต่าง ๆ

### นิยามศัพท์

“การสื่อความหมายธรรมชาติ” หมายถึง การแปลความหรือตีความเกี่ยวกับทรัพยากรที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่และตัวพื้นที่นั้น โดยใช้ตัวกลาง หรือสื่อในลักษณะต่าง ๆ กัน เพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับความรู้ความเข้าใจ และความพึงพอใจ กลับไป

“โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ” หมายถึง กิจกรรมหรือบริการต่าง ๆ ของเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก ที่จัดหรือพัฒนาขึ้นเพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความเพลิดเพลิน และความพึงพอใจที่มีต่อพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นองค์ประกอบ

“ผู้มาเยือน” หมายถึง นักท่องเที่ยวหรือนักทัศนศึกษาชาวไทย อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาใช้พื้นที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวากเพื่อการท่องเที่ยว และประกอบกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง รวมทั้งใช้บริการสื่อความหมายธรรมชาติที่จัดหรือพัฒนาไว้

“กิจกรรมนันทนาการ” หมายถึง กิจกรรมที่ก่อให้เกิดผลดีต่อสุขภาพกาย และจิตใจ หรืออารมณ์ที่มีการจัดบริการไว้เป็นทางเลือกสำหรับผู้มาเยือนเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

“ความคาดหวัง” หมายถึง การคาดการณ์ล่วงหน้า เพื่อผลตอบแทนทางใจที่พึงปรารถนา โดยความคาดหวังของบุคคลเกิดจากหลาย ๆ ปัจจัยทั้งจากการรับรู้ทางสังคม ประสบการณ์ที่ผ่านมา ความเชื่อ รวมถึงแรงจูงใจที่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาและเมื่อบุคคลได้ผลตอบแทนทางใจที่คุ้มค่าตามที่คาดหวังไว้ สิ่งก็ตามมา คือความพึงพอใจ

“ความพึงพอใจ” หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในทางบวก เมื่อสิ่งที่ต้องการ หรือสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองแล้ว โดยระดับของความพึงพอใจจะมากหรือน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับระดับความต้องการของแต่ละบุคคล รวมถึงสภาพแวดล้อมในสถานการณ์นั้น ๆ

## การตรวจเอกสาร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการตรวจเอกสารต่าง ๆ โดยแบ่งสาระสำคัญเป็น 8 ส่วน ดังนี้

1. ปรัชญาและแนวคิดของการสื่อความหมายธรรมชาติ
2. โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติและการสื่อสาร
3. ตัวกลางที่ใช้ในการสื่อความหมายธรรมชาติ
4. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง
5. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
6. เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก
7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิด และสมมติฐาน

### ปรัชญาและแนวคิดของการสื่อความหมายธรรมชาติ

#### 1. นิยามของการสื่อความหมายธรรมชาติ

Tilden ระบุว่า การสื่อความหมายธรรมชาติ “เป็นกิจกรรมการศึกษาที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อเปิดเผยความหมาย และความสัมพันธ์ โดยการ ใช้สิ่งของหรือวัตถุตั้งเดิม สิ่งที่ประสบด้วยตนเอง และตัวกลางที่แสดงไว้ มากกว่าการสื่อสารข้อเท็จจริงโดยวิธีธรรมดา และการสื่อความหมายนั้น ไม่ใช่การสั่งสอน แต่เป็นการกระตุ้น นั่นคือ กระตุ้นให้ผู้อ่าน หรือผู้ฟังขยายความสนใจ และความรู้ เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจ ถึงความจริงที่สำคัญกว่า และอยู่เบื้องหลังข้อเท็จจริงที่ปรากฏ” (สุรเชษฐ์ และ ครรชนี, 2543)



นอกจากนี้ Tilden ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นบิดาของการสื่อความหมายธรรมชาติได้กำหนดหลักการสื่อความหมายฯ ไว้ 6 ประการดังนี้ (สุรเชษฐ์ และ ดร.รชนี, 2543)

- 1) การสื่อความหมายเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด จะโดยวิธีแสดงหรือการบรรยายก็ตาม จะต้องจัดทำภายใต้ขอบเขตของความสนใจ และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวนั้น
- 2) ข้อมูลข่าวสารมิใช่การสื่อความหมาย แต่การสื่อความหมายจะต้องเป็นการให้ความหมายที่อาศัยข้อมูล
- 3) การสื่อความหมายเป็นการผสมผสานศิลปะหลายๆ อย่าง ไม่ว่าสิ่งที่จะสื่อเป็นเรื่องทางวิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ หรือสถาปัตยกรรมก็ตาม
- 4) จุดมุ่งหมายหลักของการสื่อความหมาย มิใช่การสั่งสอนแต่เป็นการกระตุ้นความรู้สึกหรืออารมณ์
- 5) การสื่อความหมายควรมีจุดมุ่งหมายเสนอความหมายรวม มากกว่าการเสนอความหมายในบางส่วน
- 6) การสื่อความหมายที่จัดทำขึ้นสำหรับเด็ก(อาจกล่าวได้ว่าจนถึงอายุ 12 ปี) ควรใช้วิธีการที่แตกต่างไปจากที่จัดทำสำหรับผู้ใหญ่ เพื่อให้เด็กที่ดูอาจแยกโปรแกรมออกจากกันโดยสิ้นเชิง

นอกจากแนวปรัชญา และหลักการของ Tilden แล้ว ยังมีผู้ให้คำนิยามเกี่ยวกับการสื่อความหมายธรรมชาติไว้อีกจำนวนมาก ที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้ (สุรเชษฐ์ และ ดร.รชนี, 2543)

ฮาร์โรลด์ ซี ไบรอัน อาจารย์มหาวิทยาลัย กล่าวว่า “การสื่อความหมาย ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและกฎเกณฑ์แห่งชีวิต นอกจากนี้ยังช่วยให้การศึกษาเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องอย่างไม่มีที่สิ้นสุด และช่วยกระตุ้นให้รู้จักการใช้เวลาว่างอย่างเหมาะสม”

ฮาโรลด์ วอลลิน หัวหน้านักสื่อความหมาย นครคัลิฟลอเรนซ์ ให้ความหมายของการสื่อความหมายฯ ว่า “เป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เช่นเดียวกับนักสื่อ

ความหมาย ไม่ว่าจะ เป็นความรู้สึที่ดีต่อความมั่งคั่ง ความหลากหลาย และความสัมพันธ์ซึ่งกัน และกันของสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังรวมถึง ความรู้สึกที่อัศจรรย์ และความปรารถนาที่จะเรียนรู้”

วิลเลียม คาร์ กล่าวว่าการสื่อความหมาย “เป็นสาขาของงานสื่อสารที่ต้องการอธิบายถึง สิ่งต่าง ๆ นอกสถานที่ ในลักษณะที่มีความหมายต่อมนุษย์ กระบวนการสื่อความหมายต้องใช้ทั้ง ศิลปะ และเทคนิคต่างๆ”

ดอน อัลคริดจ์ ได้กล่าวในที่ประชุมอุทยานโลกครั้งที่ 2 ว่า การสื่อความหมาย “เป็น ศิลปะของการอธิบายเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้พนักงานที่ขายหรือ สาธารณชน ได้ตระหนักถึงความสำคัญของความสัมพันธ์ดังกล่าวมากขึ้น และเกิดแรงปรารถนาที่จะช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”

ยอร์เก้ เอเดเวดส์ นักธรรมชาติศึกษาชาวแคนาดา กล่าวว่า การสื่อความหมาย “เป็นการให้ บริการข้อมูลข่าวสาร บริการนำศึกษา บริการความเพลิดเพลิน บริการกระตุ้นเตือนใจ นอกจากนี้ การสื่อความหมาย ยังพยายาม มุ่งเน้น ให้คนมีความเข้าใจ มีความกระตือรือร้น และมีความสนใจ เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ มากขึ้น และนักสื่อความหมายที่ดี ควรมีบุคลิกลักษณะที่สามารถ ชักจูงคนไปสู่ สิ่งแปลกใหม่และน่าอัศจรรย์ และเป็นสิ่งที่คนเหล่านั้นไม่เคยได้สัมผัส และเข้าใจมาก่อน นั่นคือ นักสื่อความหมาย ต้องมี คุณสมบัติ 3 ประการ คือ ความรู้ ความกระตือรือร้น และมีความเป็น กันเองกับบุคคลทั่วไป”

อลัน เวก้าร์ อาจารย์สาขานันทนาการมหาวิทยาลัยแห่งวอชิงตัน อธิบายว่าการสื่อความ หมาย “เป็นการสื่อสารข้อเท็จจริงออกมาในรูปแบบที่เข้าใจง่าย วิธีการและเทคนิคต่างๆที่ใช้เพื่อทำให้ ระบบของธรรมชาติ และวัฒนธรรมเป็นที่เข้าใจและให้ความเพลิดเพลิน”

สุรเชษฐ์ (2543) กล่าวว่า การสื่อความหมายธรรมชาติ คือ การแปลความ หรือตีความเกี่ยว กับธรรมชาติ และสรรพสิ่งต่างๆรอบตัว ด้วยวิธีการ หรือตัวกลางหรืออุปกรณ์ที่เหมาะสม เพื่อให้ ผู้มาเยือนได้รู้ และเข้าใจ ตลอดจนได้รับความเพลิดเพลินกลับไป การสื่อความหมายธรรมชาติเป็น กิจกรรมการศึกษาประเภทหนึ่ง แต่ไม่มีการบังคับให้ต้องเรียนรู้

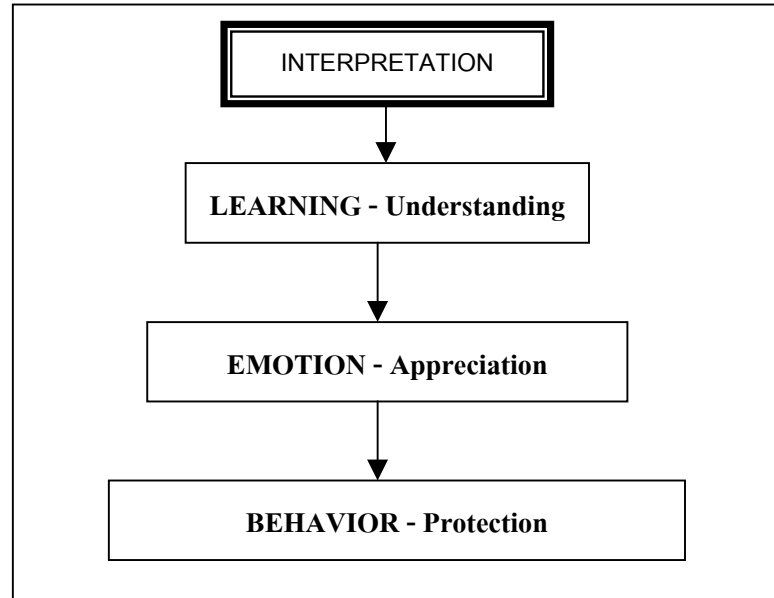
สุรเชษฐ์ และ สารัฐ (2543) เพิ่มเติมว่า การสื่อความหมายธรรมชาติ หรือการแปลความหมายของธรรมชาติ คือ การให้บริการอย่างหนึ่งสำหรับผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยวที่มาเยือน อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า และพื้นที่นันทนาการอื่น ๆ

จากนิยามและความหมายดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปโดยรวมได้ว่า การสื่อความหมายธรรมชาติ หมายถึง การแปลความหรือตีความเกี่ยวกับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมรอบตัว ด้วยวิธีการหรือตัวกลางที่เหมาะสม เข้าใจง่าย เพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับความรู้ ความเข้าใจ และเกิดความรู้สึกพึงพอใจ ซาบซึ้ง ตลอดจนเป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความกระตือรือร้น มีความสนใจ สื่อต่าง ๆ ด้วยตนเอง และได้รับความเพลิดเพลินกลับไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายธรรมชาติ

วัตถุประสงค์หลักของการสื่อความหมายธรรมชาติ คือ การกระตุ้นให้เกิดการกระทำในทางบวกสำหรับสิ่งแวดล้อม (สุรเชษฐ์ และ สารัฐ, 2543) นั่นคือ การป้องกันรักษา ซึ่งมีกระบวนการตามหลักปรัชญาการสื่อความหมายธรรมชาติ เริ่มตั้งแต่ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีการเรียนรู้ (learning) และเข้าใจ ได้รับความรู้เกี่ยวกับพื้นที่หรือสิ่งที่ต้องการสื่อ จากนั้นนักท่องเที่ยวจะเกิดความรู้สึกซาบซึ้ง (emotion) เกิดความพึงพอใจต่อสิ่งที่เห็น และตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของพื้นที่ที่ไปเยือน และท้ายที่สุดจะเกิดความรู้สึกห่วงแหน อยากปกป้องรักษา และส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมา (behavior) ทางด้านบวกต่อสิ่งแวดล้อม นั่นคือการปกป้องทรัพยากรนั่นเอง (ภาพที่ 1)

ซึ่งจากหลักปรัชญาดังกล่าว สอดคล้องกับกระบวนการสื่อสารที่ประกอบด้วยองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญได้แก่ ผู้ส่งสาร (source) สาร (message) สื่อ (media) หรือตัวกลางผู้รับสาร (receive) ซึ่งมีความสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของการสื่อสาร ที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา (ดวงจันทร์, 2539)



ภาพที่ 1 ประชากรสื่อความหมายธรรมชาติ  
ที่มา: ปรับปรุงจากสุรเชษฐ์ และ สารัฐ (2543)

สุรเชษฐ์ และ สารัฐ (2543) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายธรรมชาติ โดยสรุปได้ 3 ประการ คือ

- 1) เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาจิตสำนึก(awareness) ความพึงพอใจ(appreciation) และความเข้าใจ(understanding) เกี่ยวกับพื้นที่ที่ไปเยือน ซึ่งทำให้ผู้มาเยือนเพลิดเพลิน นับเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีและมีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว
- 2) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการพื้นที่ หรือเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการจัดการ เช่น ใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริม แนะนำผู้มาเยือนให้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างถูกต้อง หลีกเลี่ยงการใช้พื้นที่ซึ่งเปราะบางมีความเสี่ยงต่อการถูกทำลายได้ง่าย และที่สุดจะช่วยลดผลกระทบที่เกิดต่อระบบนิเวศประเภทต่าง ๆ ในพื้นที่
- 3) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

ปิยะทิพย์ (2539) กล่าวถึงเป้าหมายหลักของการสื่อความหมายธรรมชาติ ไว้ 4 ประการ ซึ่งคล้ายกัน ดังนี้

- 1) เพื่อซึมซาบความเข้าใจ และความซาบซึ้ง ในคุณค่าของอุทยานแห่งชาติ และทรัพยากรของอุทยานแห่งชาตินั้น ๆ
- 2) สร้างพลังสนับสนุนจากสาธารณชนในการช่วยกันดูแล และปกป้องทรัพยากร
- 3) เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็น เพื่อนักท่องเที่ยวสามารถปรับตัวเอง และพฤติกรรมให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมในอุทยานแห่งชาติได้
- 4) เพื่อสนับสนุนและเอื้ออำนวยให้เกิดการใช้ประโยชน์ที่เหมาะสม ปลอดภัย และมีผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

นอกจากนี้ Knudson *et al.* (1995) ได้กล่าวถึงว่า ทำไมต้องมีการสื่อความหมาย

- 1) เพื่อช่วยให้สาธารณชนเพลิดเพลินกับชีวิต ด้วยความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง เพื่อให้พวกเขามีความตระหนัก และความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
- 2) เพื่อพัฒนา และช่วยเหลือสังคม เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ
- 3) เพื่อช่วยให้สาธารณชนค้นพบคุณค่า และความจริง โดยกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม

จากหลักการที่กล่าวมาเบื้องต้น สามารถสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายธรรมชาติ คือ

- 1) เป็นการสื่อสารที่มีขบวนการตามองค์ประกอบของการสื่อสาร แล้วช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยว มีการเรียนรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับสื่อที่นักสื่อความหมายต้องการสื่อ เพื่อให้เกิด

ความรู้สึกเพลิดเพลิน ฟังพอใจ และเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติ ซึ่งมีผลให้เกิดการพัฒนาจิตสำนึก และมีผลถึงพฤติกรรมในเชิงบวกมากขึ้น

2) เพื่อให้สาธารณชนเกิดความรัก ห่วงแหน ทรัพยากรในพื้นที่ อยากรักษา ทุ่งสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม

3) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการพื้นที่ และประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

### 3. ประโยชน์ของสื่อความหมายธรรมชาติ

จากปรัชญาการสื่อความหมายธรรมชาติ และวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายธรรมชาติ ที่กล่าวข้างต้น สามารถสรุปประโยชน์ของสื่อความหมายธรรมชาติได้ว่า (ปิยะทิพย์, 2539; สุรเชษฐ์ และ ดรรรชนี, 2543)

#### 3.1 ประโยชน์ต่อพื้นที่นันทนาการ คือ

เพื่อการใช้ประโยชน์ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ลดการทำลาย และผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นต่อพื้นที่ ช่วยปกป้องสภาพแวดล้อมของพื้นที่ และทำให้เกิดกลุ่มผู้รัก ห่วงแหนในพื้นที่ และมีการสนับสนุนมากขึ้น

#### 3.2 ประโยชน์ต่อหน่วยงานจัดการ คือ

ช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สร้างภาพพจน์ที่ดีต่อหน่วยงาน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องมากขึ้น ทั้งหน่วยงานจัดการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และช่วยให้เจ้าหน้าที่ได้รับความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับพื้นที่ของตนมากขึ้น

#### 3.3 ประโยชน์ต่อผู้มาเยือน

ผู้มาเยือน หมายถึงนักท่องเที่ยว และสาธารณชนที่เข้ามาใช้พื้นที่ มีประโยชน์ คือ

เพิ่มพูนประสบการณ์และความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติ ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน รู้สึก  
ซาบซึ้ง และรักธรรมชาติ เกิดความตระหนักเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เข้าใจถึงภาพรวมของทรัพยากร  
เข้าใจถึงจุดมุ่งหมายของการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ช่วยปลูกฝังความภาคภูมิใจของ  
นักท่องเที่ยว กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกว่าตนเองเป็นเจ้าของทรัพยากร และช่วยกระตุ้น  
ให้สาธารณชนร่วมกระบวนการรักษาสิ่งแวดล้อม

### โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติและ การสื่อสาร

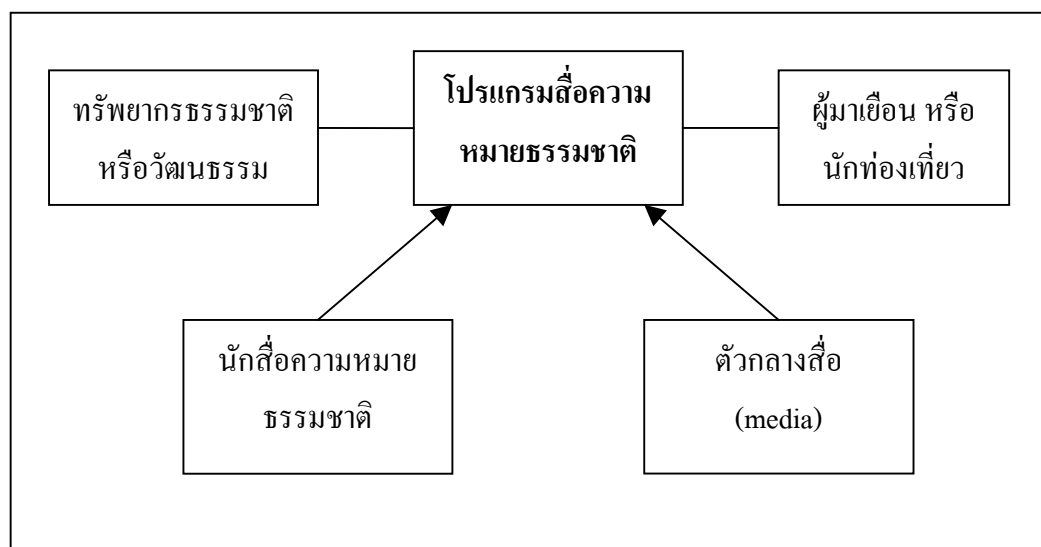
#### 1. โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ

โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ หมายถึง ความพยายามทั้งหมดที่ทำให้การสื่อ  
ความหมายธรรมชาติเกิดขึ้นได้ โดยใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์  
งบประมาณ และสิ่งที่ต้องการสื่อไปสู่สาธารณชน (สุรเชษฐ์ และ สารัฐ, 2543) โดยโปรแกรม  
สื่อความหมายธรรมชาติจะเกิดขึ้นได้ ต้องใช้ปัจจัยต่าง ๆ ดังแสดงในแผนภาพที่ 2

นอกจากนี้ สุรเชษฐ์ และ สารัฐ (2543) ยังกล่าวถึงความเหมาะสมของการสื่อสาร หรือ  
สื่อความหมาย ไว้ดังนี้

- 1) ต้องทำสิ่งที่สื่อให้น่าสนใจ และตรงความสนใจ
- 2) ผลลัพธ์จากการสื่อต้องเป็นที่พอใจ
- 3) ต้องรู้ว่า “ใคร” คือผู้ที่เราจะสื่อไปให้ หรือใครเป็นผู้รับสาร
- 4) ข่าวสารที่จะสื่อต้องเป็นไปตามความสนใจของคน
- 5) ควรเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของคน
- 6) ประสบการณ์ที่คนได้รับ ควรเป็นสิ่งที่สนุกสนาน

- 7) อย่าทึกทักเอาว่านักท่องเที่ยวสนใจในสิ่งที่เราพูดเสมอไป
- 8) มนุษย์มีแนวโน้มว่าจะไม่ยอมรับความคิดใหม่ ๆ
- 9) ขนาดของกลุ่มมีผลต่อประสบการณ์การเรียนรู้
- 10) อย่าคิดว่าเราจะสามารถเข้าใจถึงนักท่องเที่ยว เมื่อพบกัน



## ภาพที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ

ที่มา: ปรับปรุงจาก สุรเชษฐ์ และ สารัฐ (2543)

ดังนั้นการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ ในแหล่งนันทนาการตามธรรมชาติ ต้องมีการวางแผน ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการวางแผนสื่อความหมายฯ มีขั้นตอนดังนี้

1) คำโครงเรื่อง(theme) ซึ่งเป็นตัวกำหนด และควบคุมการดำเนินเรื่องราวที่น่าเสนอ โดยเรื่องราวที่กำหนดขึ้นนี้ มีการใช้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทางทรัพยากรในพื้นที่เป็นจุดสำคัญ

2) นักสื่อความหมาย(interpreter) มีหน้าที่เป็นผู้สังเกต เป็นนักเขียน และเป็นนักพูดที่ต้องมีความรู้ ความสามารถ และทักษะต่าง ๆ เกี่ยวกับงานด้านการสื่อความหมายฯ



3) นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือน(visitors) ซึ่งต้องพิจารณาว่าเป็นนักท่องเที่ยวแบบใด ซึ่งเป็นหน้าที่ ที่นักสื่อความหมายต้องให้ความสำคัญ โดยเฉพาะเมื่อต้องมีการวางแผนออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ การวิเคราะห์ผู้ใช้ประโยชน์ หรือวิเคราะห์นักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่มี ความจำเป็น ต้องทราบว่าคุณผู้ใช้ประโยชน์ เป็นใคร มาจากไหน มีแรงกระตุ้น ความต้องการ หรือมีความคาดหวังอย่างไร ก็สามารถช่วยในการวางแผนออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมายฯ และการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการ และความสนใจของเขาเหล่านั้นได้ โดยไม่ใช่เพียงการ วางแผนที่มาจากความต้องการของนักวางแผนเพียงอย่างเดียว (ซึ่งได้กล่าวรายละเอียดไว้ในเรื่อง การเลือกตัวกลางในการสื่อความหมายธรรมชาติ )

การวางแผนออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ มีขั้นตอนในการดำเนินงาน โดยสรุปแล้ว ดังนี้ (สุรเชษฐ์, 2543)

- 1) การกำหนดขอบเขตการศึกษา และรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง
- 2) สัมภาษณ์สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทุกด้าน ทั้งนักท่องเที่ยว ทรัพยากรที่โดดเด่น ในพื้นที่ การบริหารจัดการ งบประมาณ บุคลากร และอื่น ๆ
- 3) วิเคราะห์ และประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ และกิจกรรม ที่มีอยู่ในปัจจุบัน
- 4) กำหนดเค้าโครงเรื่อง(theme) ของการสื่อความหมายฯ ในแต่ละบริเวณ
- 5) ร่างแผน และออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายฯ ให้สอดคล้องกับเค้าโครงเรื่อง ที่กำหนด
- 6) จัดทำแผน และออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติฉบับสมบูรณ์

อย่างไรก็ตามการสื่อความหมายธรรมชาติจะเกิดผล หรือมีประสิทธิภาพเพียงไร ต้อง พิจารณาในด้านการสื่อสาร และพฤติกรรมของมนุษย์ด้วย

## 2. การสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้มนุษย์สามารถอยู่ด้วยกันได้ และเกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันในสังคม นอกจากนี้การสื่อสารยังเป็นเครื่องมือในการสร้างกฎระเบียบ เพื่อให้การอยู่ร่วมกันในสังคมเป็นไปอย่างสงบสุข

การสื่อสาร ในแง่กระบวนการเชิงพฤติกรรมมนุษย์เป็นการทำปฏิริยากันระหว่างผู้สื่อสาร ผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร สื่อที่ใช้ และผลที่เกิดจากการสื่อสาร ซึ่งสรุปองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร ได้แก่ แหล่งสาร สาร ช่องสาร และผู้รับสาร สิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดถึงประสิทธิผลของการสื่อสาร กล่าวคือ หากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารมีประสิทธิภาพสูง ประสิทธิภาพของการสื่อสารจะสูงตามไปด้วย นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงหลักสำคัญเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารที่ควรยึดถือไว้ 7 ประการ ดังนี้ (วันทนี, 2539)

1) ความน่าเชื่อถือ(credibility) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร จะทำให้ผู้รับสาร เกิดความเชื่อมั่นในแหล่งสาร ซึ่งผลของความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนี้ ย่อมจะมีไปถึงเนื้อหา สาระ เรื่องราว และข่าวสารด้วย นอกจากนี้ ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารต้องประกอบด้วย ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ความน่าไว้วางใจ และความน่าดึงดูดใจ ซึ่งคุณสมบัตินี้ต้องขึ้นอยู่กับ องค์ประกอบด้านความสามารถ ด้านความเป็นมิตร หรือมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านบุคลิกลักษณะที่คล่องตัว กระตือรือร้น และมั่นใจในความสามารถของตนเอง จะเห็นได้ว่าในเรื่องความน่าเชื่อถือนั้น เป็นสิ่งที่สำคัญมาก

2) ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม(context) ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีทั้งเรื่องความกลมกลืนของตัวกลางสื่อ และความกลมกลืนของผู้ส่งสารกับสถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม

3) เนื้อหาสาระ(content) เนื้อหาสาระเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในกระบวนการสื่อสารที่สามารถจูงใจให้ผู้รับสารนั้น ปฏิเสธ หรือยอมรับเนื้อหาที่มีอยู่ คุณลักษณะของเนื้อหาสาระที่ดีสามารถสรุปได้ดังนี้

3.1) หากมีการสรุปอยู่ก่อน จะมีผลในการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของผู้รับสารมากกว่าที่ไม่ได้เสนอข้อสรุปไว้

3.2) การเสนอสารที่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องที่น่ายินดี และน่าพึงพอใจไว้ตั้งแต่เริ่มแรก จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของผู้รับสาร มากกว่าการนำเสนอในตอนท้าย

3.3) เนื้อหาสาระที่น่าเสนอในตอนต้นจะมีผลต่อการเรียนรู้ของผู้รับสารมากที่สุด

3.4) การเสนอสารที่ซ้ำ ๆ กันมากเกินไป อาจทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึغبื่อหน่ายได้ และสามารถนำไปสู่ผลกระทบที่กลับมา โดยไม่ตรงตามความต้องการของผู้ส่งสารที่แท้จริง

3.5) เนื้อหาสาระที่ง่ายต่อความเข้าใจจะทำให้ผู้รับสารเห็นด้วยกับข้อเสนอที่อยู่ในสาร

3.6) ผู้ส่งสารจะส่งสารให้เกิดผลสำเร็จก็ต่อเมื่อ ผู้รับสารฟังและอ่านแล้วเกิดความเข้าใจได้ง่าย และเป็นสารที่สั้น ๆ ใช้คำง่าย ๆ และชัดเจน เนื้อหาสาระเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้รับสาร นอกจากนี้การใช้คำที่หลากหลายและหลีกเลี่ยงคำซ้ำ ๆ กัน จะทำให้สารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4) ความชัดเจน(clarity) ความชัดเจนของเนื้อหาสาระ สร้างความเข้าใจที่ตรงกัน ทั้งผู้รับสาร และผู้ส่งสาร ซึ่งควรหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีความสลับซับซ้อน เข้าใจยาก นอกจากนี้ ผู้ส่งสารควรมีการตัดสินใจในการเลือกใช้ และเรียบเรียงเนื้อหาสาระของสารให้สั้น กระชับ ชัดเจน และเข้าใจง่าย

5) ความต่อเนื่อง และความสม่ำเสมอ(continuity and consistency) การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จะต้องมีการย้ำเตือนเสมอ เพื่อให้สารนั้นซึมซาบในจิตใจของผู้รับสาร และสารนั้นจะมีประสิทธิภาพในการจูงใจเพิ่มขึ้นด้วย นอกจากนี้ความสม่ำเสมอก็มีความสำคัญอย่างยิ่ง

6) ช่องทางในการสื่อสาร(channels) ช่องทางในการสื่อสาร คือตัวเชื่อมระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ดังนั้นความหมายของช่องทางในการสื่อสาร อาจกล่าวได้ว่า เป็นทั้งวัจนภาษา และอวัจนภาษา นั่นคือ ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง รูปภาพ ซึ่งผู้รับสารสามารถรับสารได้จากหลายช่องทาง หากเปรียบเทียบกับ การสื่อความหมายธรรมชาติ เปรียบได้กับตัวกลางของการสื่อความหมายฯ นั่นเอง

7) วัดความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience) ความสามารถของผู้รับสาร หรือผู้มาเยือนที่มาใช้บริการสื่อความหมายฯ เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งประกอบด้วยทักษะในการสื่อสาร เช่น ความคิด และความสามารถในการใช้ภาษา ความสามารถในการอ่าน รวมทั้งพื้นฐานความรู้ และระดับการศึกษาของผู้รับสาร ซึ่งล้วนแต่มีความสำคัญในการตีความหมายของผู้รับสารทั้งสิ้น

นอกจากนี้ ในด้านประสิทธิภาพของสื่อฯ บุษบง (2534) ได้กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างสื่อฯ ชนิดต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพแตกต่างกัน เนื่องจาก

1) เนื้อที่ และ เวลา เช่น เอกสารแนะนำ แผ่นภาพ เป็นสื่อประเภทเนื้อที่ ซึ่งมีลักษณะคงทน คือผู้อ่านสามารถอ่านซ้ำได้ ส่วนวิทยุเป็นสื่อประเภทเวลาที่เสนอข่าวได้รวดเร็ว แต่เสนอเพียงครั้งเดียวก็ผ่านไป หากผู้ฟังไม่ชัดเจนจะไม่มีโอกาสได้ฟังอีก ยกเว้นบันทึกเสียงไว้

2) ลักษณะการมีส่วนร่วม กล่าวคือ สื่อนั้นจะทำให้ประชาชนมีความรู้สึกเข้าไปมีส่วนร่วม หรือสร้างประสบการณ์ให้กับประชาชนได้ โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของสื่อแต่ละชนิด

3) ความคงทนถาวร เช่น เอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ รวมทั้งป้ายสื่อความหมายต่าง ๆ ต้องมีลักษณะคงทนถาวร

การสื่อสาร เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากในสังคมมนุษย์ เนื่องจาก การสื่อสารของมนุษย์จะประสบผลสำเร็จไม่ได้หากประสิทธิภาพของการสื่อสารต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวกลางในการสื่อความหมายฯ หรือช่องทางในการสื่อสารต้องมีประสิทธิภาพด้วย นอกจากนี้ การมีความรู้ความเข้าใจ ในหลักการพื้นฐานทางการสื่อสาร และการมีความรู้ในด้านคุณสมบัติของตัวกลางแต่ละชนิด รวมถึงการพิจารณาเลือกตัวกลางในการใช้สื่อสาร ได้อย่างเหมาะสมนั้น จะช่วยให้การสื่อความหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ความเข้าใจ และมีอารมณ์ซาบซึ้ง ฟังพอใจในสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อ จนกระทั่งสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติและถึงขั้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ

## ตัวกลางที่ใช้ในการสื่อความหมายธรรมชาติ

ตัวกลางในการสื่อความหมาย หมายถึง อุปกรณ์ เครื่องมือ หรือวิธีการ ที่ใช้ในการถ่ายทอด ข้อมูลข่าวสาร ไปยังนักท่องเที่ยวและสาธารณชน โดยประเภทของตัวกลางแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ใหญ่ ๆ ได้แก่ การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล หรือใช้ ตัวกลางแทนบุคคล (สุรเชษฐ์ และ สารัฐ, 2543)

### 1. การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล(personal or attended services )

บริการสื่อความหมายประเภทนี้ นักท่องเที่ยวจะติดต่อโดยตรงกับเจ้าหน้าที่ หรือนักสื่อ ความหมาย โดยผ่านตัวกลางได้แก่ (สุรเชษฐ์ และ สารัฐ, 2543)

#### 1.1 การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร(information duty)

การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร คือ การบริการผู้มาเยือน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่จำเป็น ต่อโปรแกรมการจัดการนันทนาการ เพื่อเป็นการต้อนรับผู้มาเยือน และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้ยังเป็นภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่จะสร้างความประทับใจต่อผู้มาเยือน ซึ่งเป็นการสื่อ ความหมายที่ไม่เหมือนการพูดเพื่อสื่อความหมาย แต่เป็นการสื่อความหมายที่เป็นลักษณะของการ สนทนากับผู้มาเยือนแบบตัวต่อตัวเป็นหลัก โดยคำถามที่ผู้มาเยือนถามนั้น อาจไม่เกี่ยวข้องกับเรื่อง ราวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมของพื้นที่ และเจ้าหน้าที่ที่ให้ข้อมูลข่าวสารอาจไม่ใช่ นักสื่อความ หมายก็ได้ นักท่องเที่ยวต้องการทราบข้อมูลที่สำคัญ เช่น แหล่งนันทนาการ โอกาส และ กิจกรรม นันทนาการ ข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ เพื่อความสะดวกและความปลอดภัย กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในการ ใช้พื้นที่ และข้อมูลเสริมความรู้ความเข้าใจ รวมทั้งข้อมูลกระตุ้นการอนุรักษ์ เป็นต้น

#### 1.2 การสื่อความหมายโดยการพูด(interpretive talk)

การสื่อความหมายโดยการพูด เป็นการแปลความที่ทำให้เข้าใจง่ายขึ้น โดยคงความ ถูกต้องของเนื้อหาไว้ เป็นภาษาพูดเชิงสนทนาที่ไม่เป็นทางการ พูดเกี่ยวกับเรื่องสภาพแวดล้อม โดยมีจุดมุ่งหมายให้ผู้มาเยือนเกิดการยอมรับ ได้รับความรู้ความเข้าใจ มีความกระตือรือร้นที่จะ ศึกษา มีปณิธานในการอนุรักษ์ทรัพยากร และทำให้เกิดความตระหนัก การสื่อความหมายโดย

การพูดนี้ จะประสบความสำเร็จเมื่อเกิดความสมดุลระหว่างการนำเสนอเนื้อหา และการยอมรับของผู้ฟัง ซึ่งองค์ประกอบหลักของการพูดคือ สิ่งที่จะพูด/ เนื้อหา ผู้พูด และผู้ฟัง ดังนี้ (สารรัฐ, 2543)

1.2.1 สิ่งที่จะพูด/ เนื้อหา ควรเลือกเรื่องที่น่าสนใจมากที่สุด มีการกำหนดวัตถุประสงค์และค่านึงถึงช่วงเวลาในการพูดโดยการเตรียมสิ่งที่จะพูดต้องขึ้นอยู่กับวิธีการถ่ายทอดสิ่งที่จะพูดว่าพูดอย่างเดียว หรือพูดประกอบสื่อชนิดอื่น ๆ จากนั้นเตรียมสิ่งที่จะพูด โดยรวบรวมหรือพิจารณาเนื้อหา และข้อมูลทั้งหมด กำหนดเค้าโครงเรื่องให้ชัดเจน ระบุใจความสำคัญของเรื่องนั้น ๆ แล้วเรียบเรียงสิ่งที่จะพูด (อาจแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนนำเรื่อง ส่วนเล่าเรื่อง และส่วนสรุป)

1.2.2 ผู้พูด ต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อความน่าเชื่อถือ เช่น บุคลิกท่าทาง หรือการแต่งกายที่เหมาะสม มีความมั่นใจ และไม่ตื่นเวที มีทักษะในการพูด เช่น ความชัดเจน การออกเสียง อัตราความเร็วในการพูด ความดัง มีท่าทางประกอบการพูด นั่นคือบุคลิกท่าทาง ลักษณะของผู้พูด เช่น การใช้สายตาที่สามารถดึงดูดใจของผู้ฟังได้ มีท่าทางที่ช่วยให้ผู้ฟังผ่อนคลาย ซึ่งท่าทางประกอบของผู้พูดต้องเป็นธรรมชาติ หนักแน่นมีชีวิตชีวา เข้ากับเนื้อหาที่พูด แต่ไม่ควรออกท่าทางมากเกินไปจะทำให้ผู้ฟังจับจ้องอยู่กับท่าทางมากกว่าเนื้อหาที่พูดและสถานที่ มีจังหวะในการพูดซึ่งแสดงถึงอารมณ์และความคิดในเรื่องที่พูด และอยู่ในตำแหน่งที่ผู้ฟังทั่วไปสามารถมองเห็นได้ทั่วถึง

การพูดประกอบโสตทัศนูปกรณ์ เป็นการพยายามให้ผู้ฟังเห็นความสัมพันธ์ระหว่างภาพที่เห็นกับสิ่งที่กำลังฟัง มากกว่าการให้ผู้ฟังพยายามเชื่อมโยงภาพกับคำบรรยายด้วยตนเอง ซึ่งจะเน้นการใช้ภาพประกอบคำพูดมากกว่าที่จะพูดไปตามภาพ และช่วยในการนำเสนอเมื่อต้องการให้การพูดนั้นดีขึ้น การเลือกใช้สื่อชนิดใด ขึ้นอยู่กับผู้พูดแต่ละคน โดยอุปกรณ์โสตฯ ที่ใช้ร่วมกับการพูด เช่น สไลด์ เครื่องฉายแผ่นใสข้ามศีรษะ กระดานดำ เป็นต้น โดยโสตฯ เหล่านี้ต้องเรียบง่าย อ่านได้ชัดเจน หากเป็นภาพประกอบต้องมีขนาดใหญ่ เห็นชัดเจน มีความสอดคล้องและสนับสนุนเนื้อหาที่พูด ช่วงระยะเวลาเหมาะสม อย่างไรก็ตามยังไม่มิกฎเกณฑ์ตายตัว

1.2.3 ผู้ฟัง การสื่อความหมายโดยการพูดนี้ ในพื้นที่อนุรักษ์เมื่อมีผู้มาเยือนเข้าไปใช้พื้นที่ นักสื่อความหมายต้องมีการพูด เพื่อสื่อความหมายในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งผู้ฟังส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ฟังโดยความสมัครใจ(non-captive audience) มีเพียงผู้มาเยือนบางกลุ่มเท่านั้น ที่มาด้วยความไม่สมัครใจฟัง ดังนั้นการพูดจงใจให้กลุ่มที่ไม่สมัครใจนี้มีความสนุกสนานเพลิดเพลิน และ

ได้ความรู้ไปพร้อมกันนั้น เป็นสิ่งที่นักสื่อความหมายต้องให้ความสำคัญ และมีทักษะที่ดี นอกจากการพูดแล้ว ยังมีการสื่อความหมายด้วยวิธีอื่น ๆ ที่สร้างความสนใจให้ผู้มาเยือนได้

### 1.3 กิจกรรมนำศึกษาธรรมชาติ(conducted activity)

กิจกรรมนำศึกษาธรรมชาติ เป็นกิจกรรมที่นักสื่อความหมายนำนักท่องเที่ยวผ่านไป ในบริเวณที่มีลักษณะทางธรรมชาติ หรือวัฒนธรรมที่สำคัญ และน่าสนใจ ซึ่งมีการสำรวจและจัดเตรียมจุดหยุดพักไว้แล้ว ซึ่งแตกต่างจากการสื่อความหมาย ด้วยการพูดเพื่อสื่อความหมาย 3 ประการ ได้แก่

1.3.1 มีการเคลื่อนที่จากบริเวณหนึ่งเป็นอีกบริเวณหนึ่งถัดไป

1.3.2 สามารถเห็นภาพจริงจากธรรมชาติ และได้สัมผัสด้วยตนเองได้เรียนรู้ มีโอกาสได้เห็น สัมผัส ดมกลิ่น หรือแม้แต่ได้ลิ้มรสสิ่งที่นำมาสื่อ

1.3.3 กิจกรรมต้องมีข้อตกลงร่วมกันจากผู้ฟัง ทั้งทางด้านกายภาพ และเวลา

กิจกรรมนำศึกษาธรรมชาติ เช่น การนำศึกษาถ้ำ การนำศึกษาธรรมชาติ หรือ วัฒนธรรม การเดินระยะไกล การใช้รถยนต์หรือเรือนำศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น

### 1.4 การสื่อความหมายประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรม(living interpretation)

เป็นการสื่อความหมายลักษณะของการแสดงสด โดยการนำความเป็นจริงเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมและประเพณี หรือเหตุการณ์ที่สำคัญในอดีต เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความ รู้สึกและความเข้าใจ ซึ่งรูปแบบของการนำเสนอจะเป็นการจัดแสดง การสาธิต หรือการนำไปศึกษา ในสถานที่จริง เช่นนำนักท่องเที่ยวไปศึกษาในสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ซากปรักหักพังของ โบราณสถานในพื้นที่ เป็นต้น

การสื่อความหมายธรรมชาติโดยใช้บุคคล โดยสรุปแล้ว เป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ ทั้งที่เป็น นักสื่อความหมาย หรือเจ้าหน้าที่ที่ประจำในพื้นที่ก็ได้ ซึ่งสามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ ปิยะทิพย์ (2539) กล่าวว่า สามารถจัดทำเป็นโครงการเฉพาะกิจ(nature program) สำหรับกลุ่ม นักเรียน/ นักศึกษา หรือจัดการประชุม อบรม สัมมนาสำหรับกลุ่มชาวบ้าน หรือการใช้โอกาสพิเศษ ต่าง ๆ เพื่อจัดงานฉลอง การรณรงค์ เพื่อปลูกและกระตุ้นให้ผู้คนสนใจและมีส่วนร่วมกับพื้นที่- อนุรักษ์ได้ ทั้งนี้อาจเป็นการผสมผสานให้มีกิจกรรมการแสดง การสาธิต หรือจำลองเหตุการณ์ การใช้หุ่นกระบอกมือ การประกวดแข่งขัน การเชิญผู้มีชื่อเสียงให้มามีส่วนร่วมเป็นต้น นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงข้อดี และข้อจำกัดของการสื่อความหมายฯ โดยใช้ตัวบุคคลดังนี้

ข้อดี เป็นการสื่อสารสองทาง เจ้าหน้าที่สามารถตรวจสอบ และประเมินผลได้ทันที ขณะเดียวกันผู้มาเยือนมีส่วนร่วมได้ทันที

ข้อจำกัด ใช้งบประมาณ และเจ้าหน้าที่มาก บุคลากรต้องมีความสามารถ และใจรัก ต้องสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้า รู้จักการตั้งคำถามที่เกี่ยวข้องและมีเป้าหมาย

## **2. การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล( non - personal or unattended services )**

บริการสื่อความหมายประเภทนี้ นักท่องเที่ยวจะสัมผัสตัวกลาง หรือสื่อวัสดุโดยตรง โดยไม่ผ่านนักสื่อความหมาย (สุรเชษฐ์ และ สารัฐ, 2543; ศูนย์วิจัยป่าไม้, 2541) ได้แก่

### 2.1 โสตทัศนอุปกรณ์(audio - visual aid)

ได้แก่ เครื่องเสียง สไลด์ วีดีโอ โทรทัศน์ โดยทั่วไปในพื้นที่นันทนาการต่าง ๆ ถือว่า เป็นกิจกรรมที่มีความจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการปฐมนิเทศ และ ให้ความรู้ เกี่ยวกับภาพรวมของพื้นที่ และเรื่องราวต่าง ๆ ภายในเวลาไม่มาก

ข้อดี คือ สามารถใส่เสียงดนตรี เสียงประกอบ เป็นการสร้างความน่าสนใจได้มาก

ข้อจำกัด เครื่องมือ และอุปกรณ์เหล่านี้ส่วนใหญ่ต้องใช้ไฟฟ้า ซึ่งหายากในพื้นที่ที่ ห่างไกล และอาจใช้งบประมาณสูงพอสมควร



## 2.2 ตัวกลางโดยการเขียน(written material)

### 2.2.1 แผ่นป้าย(labels)

เป็นตัวกลางที่แสดง หรือนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ หรือคำบรรยายที่บันทึกลงบนแผ่นวัสดุ ซึ่งเป็นตัวกลางที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ ในพื้นที่ โดยเป็นทั้งเครื่องหมายสำหรับการสื่อความหมายธรรมชาติ และเป็นตัวกลางที่ช่วยในการบริหารจัดการโดยตรง และโดยอ้อม ใช้กันมากในพื้นที่นั้นทางการเพื่อบอกชื่อสถานที่ อธิบายเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นข้อความสั้น ๆ ก็ได้ ชนิดของแผ่นป้ายสื่อความหมายฯ มี 3 ชนิด ได้แก่

ก. ป้ายสัญลักษณ์(symbol sign) ดังที่กล่าวในเรื่องเครื่องหมาย และสัญลักษณ์ เป็นตัวกลางที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลและข่าวสาร ให้แก่ผู้มาเยือนเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน เช่น เครื่องหมายบอกทิศทาง สัญลักษณ์แสดงห้องสุขา ร้านอาหาร บริเวณปิกนิก หรือสัญลักษณ์แสดงเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง

ข. ป้ายให้มูล(informative sign) จะนำเสนอเป็นคำบรรยาย หรืออาจมีภาพประกอบด้วย ข้อมูลเป็นคำสั้น ๆ แสดงถึงเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยตรงไปตรงมา อาทิ ป้ายบอกระเบียบกฎเกณฑ์ที่ใช้ในพื้นที่ ป้ายเตือนภัยหรือป้ายข้อห้าม ป้ายบอกบริเวณหรือพื้นที่ แสดงแผนที่แผนผัง ป้ายทางเข้ารวมทั้งป้ายประกาศด้วย ซึ่งการใช้ป้ายให้ข้อมูลนี้ส่วนใหญ่เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ และควบคุมนักท่องเที่ยวที่จำเป็น เพื่อป้องกันรักษาแหล่งท่องเที่ยว และช่วยป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นแก่ผู้มาเยือนด้วย

ค. ป้ายนิทรรศการ(exhibit sign) เป็นการถ่ายทอดข้อมูลด้วยคำบรรยายเป็นหลัก พร้อมภาพหรือวัตถุจำลองหรือของจริง มีทั้งป้าย 2 มิติ และ 3 มิติ เน้นการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวเนื่องกับพื้นที่ โดยมีเค้าโครงเรื่อง(theme) ที่เป็นเรื่องราวอย่างมีลำดับ และชัดเจน

### 2.2.2 สื่อสิ่งพิมพ์(publication)

เป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ นับเป็นที่ยอมรับมากในการสร้างสื่อชนิดนี้มาใช้ เนื่องจากสามารถทำได้ง่ายและสะดวก ประหยัดเวลาของนักสื่อความหมาย และสามารถให้ข้อมูลได้ในรายละเอียด ช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ระหว่างหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผ่นพับ(brochure) แผ่นปลิว(leaflet) โปสเตอร์

(poster) จุลสาร(booklet) สื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้อาจมีจุดประสงค์ ทั้งเป็นการบริการข้อมูลข่าวสารในเรื่องราวต่าง ๆ หรือเป็นสิ่งพิมพ์เพื่อการสื่อความหมายก็ได้ เช่น แผ่นพับสำหรับการทำกิจกรรมในเส้นทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติด้วยตนเอง

### 2.3 กิจกรรมที่ดำเนินด้วยตนเอง(self-guided activity)

เป็นกิจกรรมที่มีไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยว สามารถช่วยตัวเองได้โดยไม่ต้องอาศัยนักสื่อความหมาย แต่มีตัวกลางที่ช่วยในการดำเนินกิจกรรม เช่น แผ่นพับ ป้ายสื่อความหมาย โดยกิจกรรมดังกล่าวมักจะใช้ในกรณีที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และมีนักสื่อความหมายไม่เพียงพอในการให้บริการ กิจกรรมที่เป็นที่นิยม คือ เส้นทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติด้วยตนเอง(self-guided trail)

เส้นทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติด้วยตนเอง(self-guided trail: SGT) สารัฐ (2543) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นเส้นทางทำที่นำนักท่องเที่ยวไปสู่ความน่าสนใจ หรือลักษณะโดดเด่นที่อาจมองข้ามไปหรือยังชื่นชมไม่เต็มที่ นอกจากนี้ ยังเป็นทางที่สร้างขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสธรรมชาติโดยศึกษาเรื่องราวด้วยตนเอง ซึ่งเหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวขนาดเล็ก หรือกลุ่มครอบครัวไม่จำกัดเวลา ระยะทางสั้น ๆ และมีการเดินชมเป็นระยะ ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องช่วยตนเองโดยไม่มีผู้นำทาง ตัวกลางที่นิยมใช้ร่วมในเส้นทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติด้วยตนเอง มี 3 ชนิด คือ แผ่นพับและหมุดบอกหมายเลข แผ่นป้ายสื่อความหมาย และโสตทัศนูปกรณ์ ซึ่งการเลือกตัวกลาง จำเป็นต้องศึกษาข้อดีและข้อจำกัด ของแต่ละตัวกลางนั้น ๆ เนื่องจากตัวกลางแต่ละชนิดมีจุดประสงค์แตกต่างกัน

ข้อดี คือ ไม่ต้องใช้เจ้าหน้าที่ หรือนักสื่อความหมาย สามารถใช้ประโยชน์ได้ตามความต้องการ นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ชมสิ่งที่สนใจในธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ได้เห็นของจริง สามารถให้บริการได้ตลอดเวลา ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ใหญ่กับเด็ก สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มาก โดยการค่อย ๆ ทอยเข้าไปเป็นกลุ่มย่อย ประหยัดงบประมาณในการก่อสร้าง รวมถึงค่าซ่อมแซม สร้างได้เร็ว สามารถกำหนดเส้นทางให้นักท่องเที่ยวเดินไปตามเส้นทางที่กำหนด ซึ่งเป็นการช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่อาจเกิดจากนักท่องเที่ยวได้

ข้อจำกัด คือ ไม่สามารถอธิบายได้ทุกอย่างเหมือนกับการใช้ตัวบุคคลอธิบายให้ฟัง ซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียวโดยไม่มีคำตอบ เนื้อหาของสื่อไม่สามารถปรับให้เหมาะสมสำหรับ

นักท่องเที่ยวทุกคน ทุกวัย ทำให้ยากต่อการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว หากอุปกรณ์มีการชำรุดเสียหาย ไม่สามารถซ่อมได้ทันที ซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ และทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพลดลงได้ ฉะนั้นเจ้าหน้าที่ต้องมีการดูแลตรวจตราอย่างสม่ำเสมอ และหากเป็นเส้นทางที่ไม่ค่อยได้รับการดูแล จะควบคุมผลกระทบจากการทำลายทรัพย์สินได้ยาก เนื่องจากอาจเป็นไปได้ที่นักท่องเที่ยวเดินออกนอกเส้นทาง

#### 2.4 นิทรรศการในร่ม(indoor exhibit)

เป็นการจัดนิทรรศการภายในตัวอาคาร เช่น นิทรรศการในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งจะนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ไปที่ที่น่าสนใจในเรื่องราวหรือจุดเด่นในพื้นที่ และอื่น ๆ โดยการจัดนิทรรศการ สามารถจัดแบ่งส่วนต่างๆ ในห้อง ตามเฉลี่ยง ทางเดิน ในตัวอาคาร ในบริเวณที่มีนักท่องเที่ยวผ่านไปมา โดยเรื่องราวที่จัดนำเสนอ ควรเป็นที่น่าสนใจ สะดุดตา มีความต่อเนื่องกัน

#### 2.5 นิทรรศการกลางแจ้ง(outdoor exhibit)

เป็นนิทรรศการที่มีจุดประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวจำนวนมาก ได้เข้าชม โดยง่าย ส่วนใหญ่มักจะจัดในบริเวณที่มีคนผ่านไปมาจำนวนมาก บริเวณที่คนไปรวมตัวกัน เช่น บริเวณลานจอดรถ น้ำตก ปากทางเข้าถ้ำ หน้าผา และจุดชมวิว ซึ่งหัวข้อหรือเรื่องราวที่ปรากฏมักเกี่ยวข้องกับจุดเด่นของพื้นที่นั้น ๆ อันจะสร้างความสนใจ และสามารถอธิบายสิ่งที่เห็นให้นักท่องเที่ยวกระจ่างได้ อย่างไรก็ตามนิทรรศการกลางแจ้งนี้ ยังมีปัญหาทางด้านการบำรุงรักษา เนื่องจากมีปัญหาด้านความคงทน และอายุการใช้งาน หากสร้างจากวัสดุที่ไม่คงทนถาวร เมื่อโดนลม ความชื้น และสภาพภูมิอากาศต่าง ๆ อาจมีผลให้ต้องซ่อมบำรุง เสียบบประมาณได้

#### 2.6 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว(visitor center)

เป็นสถานที่ที่นับว่าเป็นศูนย์กลางของการสื่อความหมายในพื้นที่ที่ก้าวได้ และมักเป็นจุดเริ่มต้นที่นักท่องเที่ยวสามารถทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในพื้นที่ได้ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นแหล่งนันทนาการ ข้อมูลพื้นฐานในพื้นที่ กฎระเบียบที่บังคับใช้ และการแสดงนิทรรศการต่าง ๆ รวมถึงการสื่อความหมายในรูปแบบต่าง ๆ ด้วย เช่น มีห้องจัดนิทรรศการ มีห้องโสตทัศนูปกรณ์ ห้องสมุด นอกจากนี้ยังมีส่วนของพื้นที่นั่งพัก น้ำดื่มบริการ ห้องน้ำห้องสุขา ที่ติดต่อสอบถาม ร้านขายของ

ที่ระลึก โดยตำแหน่งที่ตั้งของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ต้องเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวผ่านมากที่สุด สามารถเข้าถึงได้สะดวกก่อนที่จะถึงบริเวณแหล่งนั้นทางการ เช่น อยู่ใกล้ลานจอดรถ และมักเป็นจุดที่เชื่อมต่อ ทางเดินเท้าไปยังแหล่งนั้นทางการในพื้นที่ได้

## 2.7 การสื่อความหมายนอกสถานที่นอกฤดูกาล(off - site, off - season media)

เป็นการสื่อความหมายแก่บุคคลนอกพื้นที่ และจัดทำในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว โดยกลุ่มเป้าหมายอาจเป็น ชุมชนโดยรอบพื้นที่ ที่ไม่มีโอกาสได้เข้ามาใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมายฯ ในพื้นที่นั้นทางการ โดยกิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นการบรรยาย จัดนิทรรศการ เคลื่อนที่ หรือจัดกิจกรรมค่าย ตามหมู่บ้าน วัด หรือโรงเรียน

การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล โดยสรุปแล้ว เป็นการสื่อสารทางเดียวที่ต้องมีการติดตามผล และวัดประสิทธิภาพของตัวกลาง เพื่อที่จะประเมินผลงานที่ได้จัดทำสื่อเหล่านี้ ปิยะทิพย์ (2539) ได้กล่าวถึง ข้อดีและข้อจำกัดของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล กล่าวคือ

ข้อดี คือ ให้ข้อมูลกับคนหมู่มากได้ตลอดเวลา ข้อมูลสามารถมีชั้นของความละเอียดตามที่ต้องการได้ เกิดผลกระทบในพื้นที่น้อย สามารถนำภาพถ่ายสิ่งที่เห็นไปเป็นของที่ระลึก ต้นทุนถูก ไม่ต้องอาศัยเจ้าหน้าที่มากนักในการสื่อสาร เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจได้เอง จากการอ่าน และการมองเห็น

ข้อจำกัด คือ ข้อมูลที่ให้ไม่สามารถแปรตามผู้รับได้ และเป็นการสื่อสารทางเดียว ผู้รับอาจจะรู้สึกไม่อบอุ่น ซึ่งต่างจากการมีบุคคลให้การต้อนรับ ผู้มาเยือนต้องมีความสนใจ และความพยายามมาก

อย่างไรก็ตามในพื้นที่อนุรักษ์และพื้นที่ท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีกิจกรรมทั้งสองประเภทร่วมกัน เนื่องจากแต่ละประเภทมีข้อดีและข้อจำกัดแตกต่างกัน นอกจากนี้การสื่อความหมาย-ธรรมชาติยังเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่ง ที่จะนำไปสู่การจัดการในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

### 3. การเลือกตัวกลางในการสื่อความหมายธรรมชาติ

การเลือกตัวกลางในการสื่อความหมายธรรมชาติ คือ ขบวนการเลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดและให้เกิดผลสูงสุด สำหรับถ่ายทอดข้อมูลหรือข่าวสารตามวัตถุประสงค์ของการจัดการ การวางแผนการสื่อความหมายฯ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญในการเลือกตัวกลางที่ต้องคำนึงถึง และพิจารณา ร่วมกันในประเด็นหลัก ๆ ได้แก่ ทรัพยากร นักท่องเที่ยว และนักสื่อความหมาย (สุรเชษฐ์ และ สารัฐ, 2543)

#### 3.1 ทรัพยากร(resources)

ชนิดและลักษณะของทรัพยากร มีความสำคัญในเป็นการนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการ กำหนดหัวข้อ แก่โครงการ และเนื้อหาในการสื่อความหมาย เช่น เรื่องราวทางด้านกายภาพที่ สำคัญ โดยมีลักษณะเด่นที่ไม่เหมือนกับพื้นที่อื่น ๆ ทำให้มีความน่าสนใจในการใช้สื่อความหมายฯ (เช่น ลักษณะสูงต่ำของพื้นที่ ดิน หิน ภูมิประเทศ ธรณีสัณฐานวิทยา เป็นต้น) เรื่องราวทางด้าน ชีวภาพ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์และไม่เกี่ยวข้อง (เช่น สังกมพืช พฤติกรรมสัตว์ ลักษณะ และ ชนิดป่า ระบบนิเวศในน้ำ ระบบนิเวศที่สัมพันธ์กันกับวิถีชีวิตของมนุษย์ เป็นต้น) นอกจากนี้ เรื่อง ราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ในพื้นที่ ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการนำมาสื่อความหมายได้ รวมถึง สามารถนำข้อมูลเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกตัวกลางที่เหมาะสม และใช้สื่อความหมายฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพได้อีกด้วย

สื่อความหมายฯ ที่มีขึ้นเพื่อการปกป้องทรัพยากร เช่น การท่องเที่ยวที่ต้องมีคนนำ (conducted tour) การใช้เส้นทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติด้วยตนเอง(self-guided trail) สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายต่างๆ(sign/ interpretive sign) และนิทรรศการริมทาง(wayside exhibits) เป็นต้น

นอกจากนี้ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากร ยังสามารถใช้ในการตัดสินใจในการ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อพื้นที่เนื่องจากการพัฒนา เช่น การ ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เส้นทางศึกษาธรรมชาติ ลานจอดรถ ระบบการกำจัดของเสียอย่าง ถูกสุขลักษณะ และระบบน้ำใช้ เป็นต้น

### 3.2 นักท่องเที่ยว(visitors)

นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน เป็นผู้รับสารเกี่ยวกับการสื่อความหมายฯ ที่จัดทำขึ้นโดยมีลักษณะภูมิหลังบางประการ ที่คล้ายคลึงกันและหรือแตกต่างกัน ซึ่งในการสื่อความหมาย ผู้รับผิดชอบดำเนินงานต้องทราบเกี่ยวกับ ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวทางด้าน สังคม ประชากร อาทิ รายได้ อายุ เพศ การศึกษา นอกจากนี้ยังรวมถึงลักษณะหรือรูปแบบกิจกรรมนันทนาการ และ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว รวมถึงทัศนคติ ความต้องการ และความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

3.2.1 ผู้เข้าร่วมที่ถูกบังคับ(captive audience) หมายถึง ผู้ฟัง หรือนักท่องเที่ยวที่ต้องให้ความตั้งใจและความสนใจ ต้องสนใจในกิจกรรมที่เข้าร่วม ถึงแม้จะน่าเบื่อ ดังนั้นต้องอาศัยรางวัลเป็นสิ่งจูงใจ กำหนดเวลาแน่ชัดเป็นทางการ และต้องมีสิ่งกระตุ้นหรือแรงจูงใจจากปัจจัยภายนอกจึงจะสนใจ เช่น คะแนนงาน ผลตอบแทน รายได้ เป็นต้น มักอยู่ในรูปของกิจกรรม เช่น การอบรม การสัมมนา เป็นต้น

3.2.2 ผู้เข้าร่วมโดยความสมัครใจ(non-captive audience) หมายถึง ผู้ฟังหรือนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ นั่นคือ ผู้ฟังสมัครใจฟัง หรือสมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม โดยไม่ต้องบังคับ ไม่ต้องสนใจในกิจกรรมที่เข้าร่วมถ้าเบื่อ ไม่มีรางวัลเป็นสิ่งจูงใจ ไม่กำหนดเวลาแน่นอน ไม่เป็นทางการ มีความสนใจ สนุกสนาน อยากเพิ่มพูนความรู้ และพัฒนาตัวเอง ได้จากแรงจูงใจที่มาจากในพื้นที่ กลุ่มนี้ มักพบเห็นได้ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

### 3.3 นักสื่อความหมาย(interpreter)

นักสื่อความหมายเป็นกลไกสำคัญในการคิด และเสนอผลงานด้านสื่อความหมาย โดยมีการจัดทำสื่อความหมายฯ ในรูปแบบต่าง ๆ จะต้องเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นเหล่านี้ เกี่ยวกับตัวกลาง กล่าวคือ วัตถุประสงค์ของตัวกลางแต่ละชนิด วิธีการที่เหมาะสม วิธีการบำรุงรักษา และข้อดีข้อเสียของตัวกลาง รวมทั้งมีการวางแผนสื่อความหมายในพื้นที่ โดยการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ต้องสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และฐานทรัพยากรที่มีอยู่ด้วย

ข้อพิจารณาในการเลือกตัวกลางของนักสื่อความหมายต้องพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย กล่าวคือ ด้านกระแสไฟฟ้า ที่ต้องใช้กับสื่อบางชนิด เช่น โสตทัศนอุปกรณ์ หากพื้นที่อนุรักษ์บางแห่งไม่เหมาะสมกับสื่อที่ต้องใช้ไฟฟ้าก็ต้องใช้สื่ออื่นทดแทน ด้านสภาพภูมิอากาศ ที่อาจขึ้น วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ ต้องสอดคล้องกัน เพื่อความสะดวกในการดูแลรักษา และการถูกทำลายเสียหาย/ ขโมย ทั้งจากภัยธรรมชาติ และจากมนุษย์ นอกจากนี้วัสดุบางอย่างที่มีราคาแพง นักสื่อความหมายต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านงบประมาณ และการหาสิ่งทดแทนที่มีอยู่ตามธรรมชาติ โดยไม่เป็นการทำลายหรือนำออกมาจากป่าจนเกิดผลกระทบในแง่ลบต่อธรรมชาติ นอกจากนี้ด้านการบำรุงรักษา เพื่อให้คงไว้ซึ่งคุณภาพ และมาตรฐานของสื่อก็เป็นสิ่งสำคัญ และคำนึงถึงปัจจัยด้านผลกระทบต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เนื่องจากการติดตั้งในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม หรือไม่กลมกลืนกับสภาพธรรมชาติ ดังนั้นการสร้างโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ ต้องเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป เพื่อความเข้าใจในสื่อที่ตรงกัน และเพื่อให้คนทั่วไปได้ใช้สื่อที่มีคุณภาพตลอดการใช้งาน การวิจัยถึงประสิทธิภาพของตัวกลาง เป็นปัจจัยหนึ่งโดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ใช้ประโยชน์ในสื่อ นั้น รวมถึงการวิจัยด้านความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

### แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ภูมิหลัง วิถีชีวิต และประสบการณ์ในชีวิตของแต่ละคน มีบทบาทสำคัญมาก โดยจะช่วยกำหนดบุคลิกภาพของแต่ละคน เนื่องจากภูมิหลังเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมทางสังคมและแต่ละบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ซึ่งมีบรรทัดฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของเขาเหล่านั้น (คารณี และ สุรเสกข์, 2542)

ศักดิ์ไทย (2545) กล่าวว่า การรับรู้ทางสังคมบางครั้งทำให้เกิดความคาดหวัง(expectation) ต่อบุคคลตามมาด้วย เช่น ถ้าเรารับรู้ว่าเขาเป็นทหาร เราก็คาดหวังว่าเขาเข้มแข็งองอาจ ดังนั้นความคาดหวังจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล เพราะความคาดหวังเปรียบได้กับภาพพจน์ที่คนแสดงออกมาให้สอดคล้อง

ความคาดหวัง เป็นปัจจัยหนึ่งที่ใช้เป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีทิศทาง เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่ต้องการ (คารณี และ สุรเสกข์, 2542)

เขาวรี (2543: 24) สรุปว่า ความคาดหวัง เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้า เป็นความรู้สึก และ ความคาดหวังช่วยในการตัดสินใจของแต่ละคน ในการเลือกกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในกรณีที่เกิด ความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน นับได้ว่าความคาดหวังเป็นแรงจูงใจทำให้บุคคลแสดง พฤติกรรมออกไป โดยพิจารณาไปที่เป้าหมายว่ามีคุณค่าเพียงไร และสิ่งที่กระทำสามารถคาดหวัง ไปถึงจุดหมายเพียงไร ซึ่งจะเกิดพฤติกรรมได้ ต้องอาศัยความสามารถที่แท้จริง

บุคคลจะแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างไรนั้น ต้องมีแรงผลักดัน หรือแรงจูงใจในการ ตัดสินใจเลือกกระทำพฤติกรรมนั้น ดารณี และ สุรเสกข์ (2542) กล่าวว่า แรงจูงใจ(motive) ปัจจัยที่ ก่อให้เกิดแรงกระตุ้น ให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา นอกจากความคาดหวังแล้ว ยังมีปัจจัย เกี่ยวกับการทำให้ตื่นตัว(arousal) การใช้เครื่องล่อ(incentives) และการลงโทษ(punishment)

นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดหนึ่งเกี่ยวกับแรงจูงใจ ที่นักจิตวิทยากลุ่มนี้ยึดทฤษฎีของพุทธรปัญญา หรือปัญญานิยม(cognitive theories) มีความเห็นว่า มนุษย์ใช้ปัญญาในการตัดสินใจว่าจะกระทำ พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่สนองความต้องการของตนเอง ตัวแปรที่กำหนด พฤติกรรมของมนุษย์ คือ ความเชื่อ(beliefs) และความคาดหวัง(expectation) พฤติกรรมเกิดจาก การกระทำที่มีจุดมุ่งหมาย และกระทำด้วยความรู้ตัวหรือเจตนา ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจของ กลุ่มพุทธรปัญญา นี้ เชื่อว่าแรงจูงใจที่จะกระทำพฤติกรรม เกิดจากความคาดหวัง คุณกับคุณค่าของ ผลกรรม นั่นคือ ดังสมการ (ศักดิ์ไทย, 2545)

$\text{Effort} = \text{Expectancies} \times \text{Valence}$ <p style="text-align: center;">แรงจูงใจที่จะกระทำพฤติกรรม = การคาดหวัง* x คุณค่าของผลกรรม**</p>
---

\*การคาดหวัง หมายถึง ความเชื่อของบุคคลที่ว่าเมื่อกระทำอย่างหนึ่ง จะเกิดผลกรรม อย่างใดอย่างหนึ่งตามมา

\*\*คุณค่าของผลกรรม หมายถึง จำนวน หรือปริมาณของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่ บุคคลมีต่อผลกรรมจากการกระทำพฤติกรรมนั้น

ซึ่งแนวคิดนี้ค้านกับ ทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์ ที่เชื่อว่า มนุษย์ทุกคนมีแรงจูงใจที่จะ กระทำพฤติกรรมด้วยจิตไร้สำนึก นอกเหนือความต้องการและความปรารถนาที่ตนเองรู้ตัวอยู่แล้ว



และค้นกับทฤษฎีการเรียนรู้ ที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากแรงผลักดัน(drive) นิัยจากการเรียนรู้ในอดีต(habit) และสิ่งที่ล่อใจ(incentive) อย่างไรก็ตามแรงจูงใจเพียงอย่างเดียวไม่ใช่สิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ ยังมีปัจจัยอื่นอีก เช่น สิ่งแวดล้อมของบุคคล เจตคติ ความสนใจ และการรับรู้ของบุคคล เป็นต้น (ศักดิ์ไทย, 2545)

เสาวนีย์ (2545: 13) ได้อ้างถึงทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังของ บรูม ไว้ว่า การที่บุคคลจะกระทำการใด ๆ ก็ตาม ขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ประการ คือ

- 1) ผลตอบแทนที่เขาได้รับนั้นเหมาะสมกับบทบาทที่เขาครอบครองเพียงใด
- 2) ความพอใจหรือไม่พอใจต่อผลที่เขาได้รับ
- 3) เมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่นแล้ว เขาเชื่อว่าเขาต้องเป็นผู้ได้รับผลนั้น
- 4) เขามีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนตามความคาดหวัง

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง การคาดการณ์ล่วงหน้า เพื่อผลตอบแทนทางใจที่พึงปรารถนา โดยความคาดหวังของบุคคลเกิดจากหลาย ๆ ปัจจัยทั้งจากการรับรู้ทางสังคม ประสบการณ์ที่ผ่านมา ความเชื่อ รวมถึงแรงจูงใจที่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาและเมื่อบุคคลได้ผลตอบแทนทางใจที่คุ้มค่างที่คาดหวังไว้ สิ่งก็ตามมา คือความพึงพอใจ

การทราบความคาดหวัง จึงเป็นสิ่งสำคัญและน่าสนใจในการศึกษาเพื่อประโยชน์ด้านการจัดการจะสอดคล้องกับความคาดหวัง หรือความต้องการของผู้มาเยือนมากที่สุด บนพื้นฐานของหลักการจัดการพื้นที่ด้านต่าง ๆ ประกอบกัน

## แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### 1. แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

เมตตา (2539) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการ หรือบรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

นภวรรณ (2543 ข) กล่าวว่า ความพึงพอใจ (satisfaction) เกี่ยวข้องกับ 2 แนวคิด คือ

1) แนวคิดที่ว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่ได้จากการได้รับการสนองตอบแรงจูงใจอันเป็นสาเหตุของพฤติกรรม”

2) แนวคิดเชิงการประเมินค่า ในแง่ที่ว่า “คนมีความสุข” แค่ไหน ในภาพรวมจากการร่วมกิจกรรมนั้นทางการ

ในทำนองเดียวกัน วิชาญ (2544) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของคน ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางบวกจะแสดงออกมาในระดับความรู้สึกที่ชอบมาก หรือชอบน้อย นั่นคือระดับความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น ๆ ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อมีแรงจูงใจ และเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง ทำให้สามารถลดความตึงเครียด จนก่อให้เกิดความสุขทางใจ

พิศกดิ์ (2543) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกและเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อปัจจัยหรือองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อม และอื่น ๆ ซึ่งถ้าองค์ประกอบเหล่านั้นสามารถสนองความต้องการของบุคคลได้อย่างเหมาะสม จะมีผลให้เกิดความพึงพอใจ

จากความหมายของทั้งความคาดหวัง และความพึงพอใจ พบว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ ซึ่งสามารถอธิบายได้จากทฤษฎีแรงจูงใจ ของมาสโลว์ ซึ่งแรงจูงใจของมนุษย์มีลักษณะตามลำดับชั้นของความต้องการ(hierarchy of needs) โดยแบ่งออกเป็น 5 ลำดับชั้น ดังนี้ (สุวัฒน์, 2538)

1) ความต้องการทางด้านร่างกาย หรือทางสรีรวิทยา เป็นความต้องการที่มาสโลว์ และนักจิตวิทยาเห็นว่า เป็นความต้องการระดับแรกสุด ได้แก่ อาหาร น้ำ เพื่อบรรเทาความหิว ความต้องการทางเพศ การพักผ่อนนอนหลับ การได้พักผ่อนหย่อนใจ

2) ความต้องการได้รับความปลอดภัย จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการขั้นที่ 1 ได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะแสวงหาความมั่นคง การป้องกันภัยอันตรายต่าง ๆ ถ้าหากไม่ได้รับการสนองตอบ คนเราอาจจะหาทางหลบหนีไปจากสภาพนั้น ๆ ได้

3) ต้องการความรัก และความเข้าใจเป็นสมาชิกในกลุ่ม เพราะว่าการได้รับความอบอุ่น การยอมรับจากสมาชิก หรือเพื่อน ๆ ในกลุ่ม ต้องการทราบว่าตัวเองมีฐานะอย่างไรในกลุ่ม

4) ต้องการได้รับการยกย่องในด้านความมีชื่อเสียง และเกียรติยศ ซึ่งหมายถึงลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการได้รับความเคารพ ความเชื่อมั่นอื่น ๆ ทำให้เกิดความรู้สึกอิสระมีเสรีภาพ และความมีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ

5) ต้องการได้กระทำตามความสามารถที่เป็นจริง เป็นขั้นสุดท้ายของความต้องการ และเป็นความต้องการสูงสุดของบุคคล เพื่อแสดงถึงสิ่งที่เขามีความสามารถ และศักยภาพที่จะทำได้

จากทั้ง 5 ขั้นตอนของความต้องการของมนุษย์นั้นจะต่อเนื่องจากความต้องการส่วนบุคคล (personal) ทั้งทางด้านร่างกาย และความปลอดภัย เมื่อได้รับการตอบสนองในขั้นต้นแล้ว มนุษย์จะเกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้น นั่นคือความต้องการทางด้านสังคม(social) เกี่ยวกับการยอมรับในกลุ่ม เนื่องจากต้องการความรัก และความต้องการได้รับความยกย่องทางด้านเกียรติยศ ชื่อเสียง และที่สุดเมื่อเขาได้รับการตอบสนองถึงขั้นนี้แล้ว ขั้นสุดท้ายคือความต้องการทางด้านสติปัญญา (intellectual) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดตามทฤษฎี ด้านแรงจูงใจโดยมีแรงขับด้านความต้องการของมนุษย์

หากนำมาพิจารณาถึงความต้องการของผู้มาเยือนในการท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่า เจ้าหน้าที่ต้องมีการจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาเยือนในด้านความต้องการพื้นฐาน นั่นคือความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งเป็นความต้องการทั่ว ๆ ไปที่มนุษย์ต้องการได้รับการตอบสนองเช่น ความหิว ความปลอดภัย แม้กระทั่งความต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ หรือความต้องการอื่น ๆ ที่ผู้มาเยือนต้องการภายใต้ขอบเขตที่เหมาะสม

## 2. ความพึงพอใจต่อตัวกลางสื่อความหมายธรรมชาติ

ความพึงพอใจต่อสื่อความหมายธรรมชาติของผู้มาเยือน อาจกล่าวได้ว่า ต้องพิจารณาถึงลักษณะของตัวกลาง ทั้งข้อดี และข้อจำกัดของตัวกลางสื่อแต่ละชนิดด้วย และจากการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ และความพึงพอใจด้านการสื่อความหมายธรรมชาติในพื้นที่อนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว มีดังนี้

คารากร (2532) ได้สรุปผลการศึกษาว่า สื่อความหมายที่นักท่องเที่ยวใช้ในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และสื่อบุคคล(เจ้าหน้าที่) ตามลำดับ ส่วนการจัดลำดับสื่อที่ให้ความรู้ ความเข้าใจในสภาพพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติต่อนักท่องเที่ยวพบว่า 3 อันดับแรก คือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และแผ่นพับ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า สื่อที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นประโยชน์ และต้องการให้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จัดทำขึ้น คือ โทรทัศน์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แผ่นพับวารสาร และโปสเตอร์

บุษบง (2534) ได้สรุปผลการวิจัยว่า แผ่นที่เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวสนใจ หยุดดู และเข้าใจดีมากที่สุด ข้อความบนแผ่นป้ายที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด คือ “ท่องเที่ยวเพลินตา ถ้ำทิงของถูกที่” และชอบน้อยที่สุด คือ “ห้ามจับปลา” สื่อที่ใช้มากที่สุด คือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย รองลงมาคือทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติ ลักษณะแผ่นป้ายที่นักท่องเที่ยวกว่าครึ่งพึงพอใจ คือ ตัวอักษร รูปภาพ โตรทัศน์ ส่วนการจัดลำดับสื่อที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมเผยแพร่ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ พบว่า 3 อันดับแรกคือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย ทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติ และแผ่นที่

จิรวลย์ (2534) ได้สรุปผลการวิจัยว่า ชนิดของสื่อที่นักท่องเที่ยวต้องการ 5 อันดับแรก คือ เครื่องหมาย และแผ่นป้าย แผ่นพับ นิทรรศการ ทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติและโปสเตอร์ ตามลำดับ

ดังนั้น ลักษณะที่น่าสนใจของตัวกลางสื่อความหมายธรรมชาติที่สำคัญ ๆ อันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นั่นคือ สื่อความหมายที่ใช้บุคคล ป้ายสื่อความหมาย และสื่อสิ่งพิมพ์ โดยสังเขปดังนี้

## 2.1 สื่อความหมายโดยใช้บุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล เป็นการสื่อสารสองทาง ดังที่กล่าวข้างต้น เป็นการสื่อความหมายธรรมชาติโดยใช้ตัวบุคคลนั้น หมายถึง เจ้าหน้าที่สื่อความหมาย และ เจ้าหน้าที่ซึ่งอยู่ประจำพื้นที่ โดยอาจมีตัวกลางประเภทข้อมูลข่าวสาร การพูดประกอบ โสตทัศนอุปกรณ์ หรือ การพูดในการนำกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ รวมถึงการสื่อความหมายทางด้านประวัติศาสตร์ และ วัฒนธรรมด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้ผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถซักถามทำความเข้าใจกันได้ และมีปฏิริยาโต้ตอบกันได้โดยทันที ซึ่งเป็นประโยชน์มากในการจูงใจ หรือ โน้มน้าวให้ผู้รับสารคล้อยตาม ดวงจันทร์ (2539) กล่าวถึงลักษณะของสื่อประเภทบุคคลไว้ว่า

1) สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสาร หากผู้รับสารไม่เข้าใจ สามารถซักถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมได้ในเวลาอันรวดเร็ว และมีการตอบสนองกลับจากผู้ส่งสารได้อย่างรวดเร็ว

2) สามารถจูงใจบุคคลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง

นอกจากนี้ สารัฐ (2543) ยังกล่าวถึงทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับการพูด ไว้ว่า

1) ภาพลักษณ์ของผู้พูดต้องมีความน่าเชื่อถือ กล่าวคือ เพื่อภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่รับผิดชอบพื้นที่ โดยขึ้นอยู่กับบุคลิกท่าทาง หรือการแต่งกาย ความเชื่อมั่น และการไม่ตื่นเวที

2) ทักษะในการใช้คำพูด นั่นคือ ต้องมีความชัดเจน ทั้งด้านการออกเสียงอักขระเสียงสูงต่ำ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง และให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วมในเรื่องที่ผู้พูดต้องการสื่อ นอกจากนี้ อัตราความเร็วของการพูด และความดังขณะพูดก็มีความสำคัญเช่นกัน

3) ท่าทางประกอบการพูด คือ มีการใช้สายตาตามองผู้พูดเพื่อทราบปฏิกิริยา ความสนใจของผู้ฟัง มีการแสดงสีหน้าบ่งบอกอารมณ์ในเรื่องที่สื่อ การยืนในตำแหน่งที่เหมาะสม และผู้ฟังสามารถมองเห็นได้ทุกคน และการให้ความสนใจผู้ฟังทุกคนเท่าเทียมกัน

4) การใช้ความจำและบัตรช่วยจำ เป็นการพูดที่มีการเตรียมพร้อม และช่วยจำในเฉพาะหัวข้อใหญ่ ๆ หรืออาจเป็นคำขึ้นต้น ซึ่งจะช่วยให้การพูดมีประสิทธิภาพได้หากการพูดเรียงตามความต้องการที่ผู้พูดต้องการสื่อ และภายในเวลาที่ไม่นาน หรือเร็วจนเกินไปในการพูดแต่ละครั้ง รวมทั้งครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดที่ต้องการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยว

## 2.2 ป้ายสื่อความหมาย

แผ่นป้ายสื่อความหมายดังกล่าวข้างต้น คือ ประกอบด้วย 3 ชนิด คือป้ายสัญลักษณ์ ป้ายให้ข้อมูล และป้ายนิทรรศการ ส่วนใหญ่ในเส้นทางศึกษาธรรมชาติด้วยตนเองมักมีแผ่นป้ายให้ข้อมูลในแต่ละสถานี สารรัฐ (2543) ได้กล่าวถึงลักษณะของแผ่นป้ายในการที่จะทำให้เส้นทางเดินเท้ามีเค้าโครงที่น่าสนใจ ดังนี้

2.2.1 ต้องมี เค้าโครงเรื่องหลัก(theme -title) เพื่อให้เป็นการสื่อสารที่มองเห็นภาพรวม หรือมีการสรุปก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเข้าไปในเส้นทาง และเมื่อนักท่องเที่ยวผ่านเส้นทางเดินเท้าออกมาแล้ว สามารถเข้าใจเค้าโครงเรื่องหลัก ๆ นั้น

2.2.2 อธิบายถึงความพิเศษ มุ่งประเด็นความสนใจไปยังลักษณะเด่นที่สังเกตเห็นหรือความสำคัญของลักษณะเด่นนั้น โดยมีการอธิบายให้น้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ให้สอดคล้องกับเค้าโครงเรื่องหลัก และอธิบายให้สามารถอ่านได้อย่างรวดเร็วและน่าสนใจ

2.2.3 พยายามเชื่อมเค้าโครงเรื่องของแต่ละสถานี กับเค้าโครงเรื่องใหญ่ ซึ่งอาจแฝงคำพูดไว้สักประโยคเพื่อความต่อเนื่อง

2.2.4 ป้ายแต่ละสถานีไม่ควรใกล้กันเกินไป ควรมีระยะห่างในแต่ละป้ายที่เหมาะสม

2.2.5 ออกแบบป้ายในแต่ละสถานีให้สังเกตเห็นได้ง่าย และชัดเจน เลือกรูปแบบที่ไม่มีลักษณะเด่นอย่างอื่นนอกเหนือจากที่สื่ออยู่ใกล้ ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว อาจใช้ลายเส้นหรือภาพถ่ายแสดงในแผ่นป้าย

2.2.6 เนื้อหาในป้าย ไม่ควรมากเกินไป อาจกล่าวได้ว่าไม่ควรเกิน 60 คำพยายามใช้ประโยคสั้น ๆ กระชับ หลีกเลียงคำศัพท์เฉพาะ และมีเนื้อหาที่สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจ หรืออาจใช้ภาพกราฟฟิก ในการช่วยอธิบายหรือประกอบเนื้อหาได้

2.2.7 ควรมีแผ่นป้ายแนะนำเส้นทาง ในช่วงต้นทาง เพื่อที่จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต้องการเข้าไป โดยข้อมูลที่บอกควรเป็นเค้าโครงเรื่อง หรือชื่อของเส้นทาง ระยะทาง เวลาที่ใช้ในการเดิน และผังเส้นทางเดินเท้า ที่บ่งบอกว่านักท่องเที่ยวจะพบสิ่งใดบ้าง และมีความสำคัญอย่างไร

2.2.8 ควรมีแผ่นป้ายสรุป ซึ่งอาจเป็นป้ายพิเศษ หรือ คล้ายกับป้ายแนะนำเส้นทาง หรือป้ายประจำแต่ละสถานี โดยสรุปให้เห็นภาพรวมของทั้งเส้นทางให้สั้นกระชับ ถึงสิ่งที่ได้เห็น และได้ทำมาในเส้นทางรวมทั้งพยายามเชื่อมโยงกับเค้าโครงเรื่องใหญ่

2.2.9 ควรปรับปรุง และพัฒนาเส้นทางเดินเท้าให้อยู่ในสภาพที่ดี และสามารถใช้งานได้เสมอ

## 2.3 สื่อสิ่งพิมพ์

จากข้อเสนอแนะในการวิจัยของ สร้อยทิพย์ (2543) กล่าวว่า การจัดทำคู่มือศึกษาธรรมชาติ จากผลการแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิคือ

2.3.1 ลักษณะเนื้อหาควรสั้น กระชับ ได้ใจความชัดเจน

2.3.2 รูปภาพ นับเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ นิยมดูรูป มากกว่าการอ่านข้อความ ซึ่งภาพประกอบต้องชัดเจน จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจ มากกว่าการสื่อด้วยตัวหนังสือ

2.3.3 นักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยเด็ก ยังไม่เข้าใจภาษาที่เป็นทางการมากนัก จะทำให้ขาดความสนใจ ดังนั้น ควรจัดทำคู่มือสำหรับนักเรียนในอีกรูปแบบหนึ่ง เช่น เป็นกลอนสั้น ๆ มีภาพประกอบ เป็นการ์ตูนให้ระบายสีได้ หรือมีเกม ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ใช้เล่นขณะเดินในเส้นทางเดินป่าได้

### เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

อุทิศ (2543) กล่าวว่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่าในประเทศไทยได้กำหนดขึ้นครั้งแรกตามพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครอง สัตว์ป่า พ.ศ. 2503 โดยมีเป้าหมายที่จะอนุรักษ์ สัตว์ป่าบางชนิดที่มีได้อยู่ในบัญชีรายชื่อสัตว์ป่าสงวนหรือสัตว์ป่าคุ้มครอง มิให้ถูกล่าหรือทำลายจนหมดไป และต้องมีบัญชีรายชื่อสัตว์ป่าที่ห้ามล่าแนบไว้ด้วย ซึ่งตามพระราชบัญญัติฉบับนี้มีได้กำหนดถึงกรรมสิทธิ์พื้นที่ จึงทำให้ประกาศได้ แม้ในพื้นที่กรรมสิทธิ์ของราษฎร และหากราษฎรเปลี่ยนแปลงทำลายสภาพถิ่นที่อาศัยในพื้นที่อนุรักษ์ได้โดยไม่ผิดกฎหมาย และทำให้มีผลกระทบต่อตัวสัตว์ป่าที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ด้วย ด้วยเหตุนี้ทำให้ต้องปรับปรุงแก้ไข พระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2535 โดยให้ประกาศ ในพื้นที่ของรัฐเท่านั้น ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่การอนุรักษ์ทั้งชนิดพันธุ์สัตว์ป่า และสภาพถิ่นที่อยู่อาศัย (species and habitat) ของสัตว์ป่า เพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกันอย่างเหมาะสม ซึ่งหลักการจัดการเขตห้ามล่าสัตว์ป่า คือ

1) การดำเนินการให้เป็นตามเป้าหมายของเขตห้ามล่าสัตว์ป่าโดยรวม กล่าวคือ อนุรักษ์ สัตว์ป่าที่มีอยู่ประจำในพื้นที่หรือที่โยกย้ายถิ่นเข้ามาตามฤดูกาล และที่ย้ายเข้ามาอาศัยตั้งหลักแหล่งใหม่ โดยสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน ในปริมาณที่เหมาะสมตามความสามารถของพื้นที่ที่สามารถรองรับประชากรได้

2) ประชาชนที่จำเป็นต้องใช้ประโยชน์ในพื้นที่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุด แต่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเกินกว่าที่สัตว์ป่าจะรับได้ และยังคงความสมดุลของระบบนิเวศไว้ ในระดับที่มั่นคงถาวร ให้เป็นการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

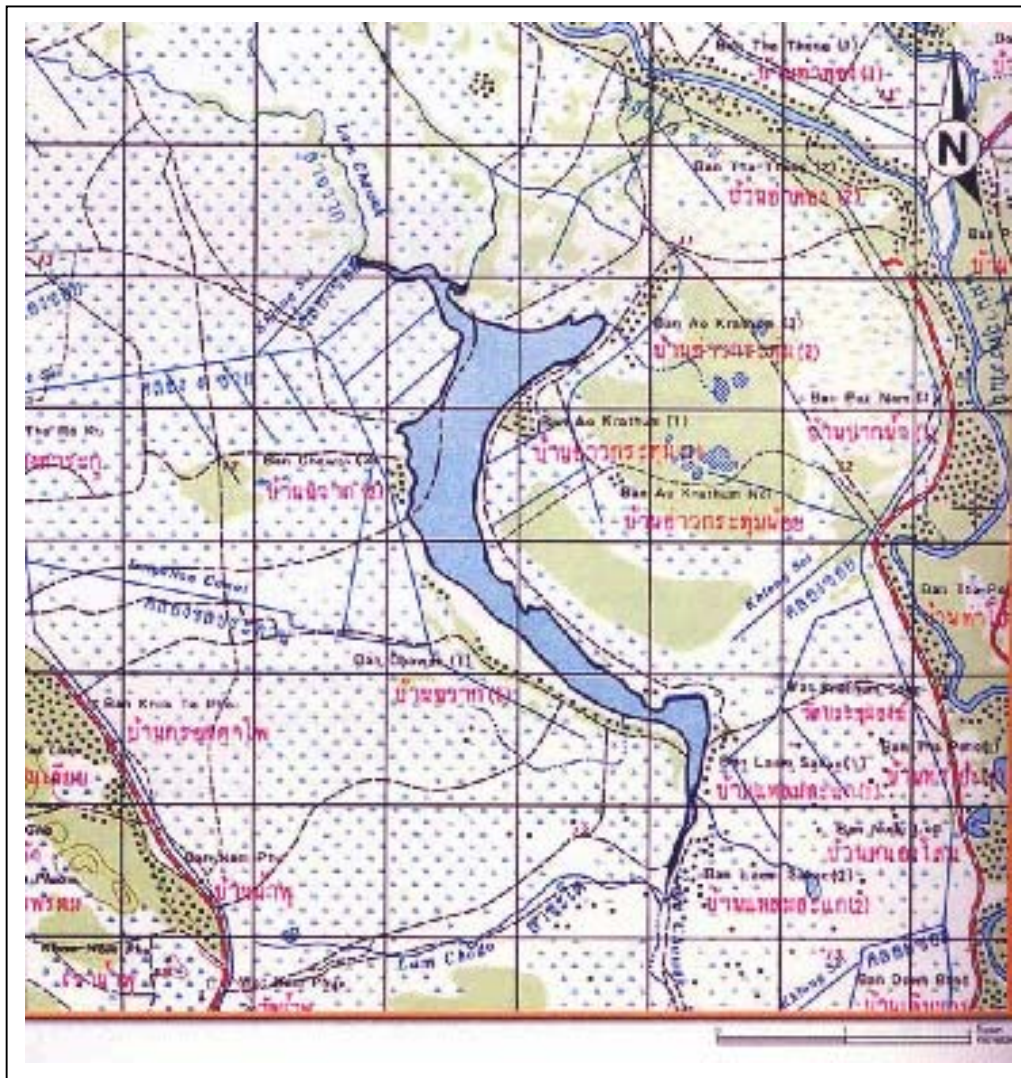
3) ให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม และรับรู้ถึงความเป็นไปของเขตห้ามล่าสัตว์ป่าในการบริหารและคุ้มครองพื้นที่ โดยเฉพาะชุมชนในท้องถิ่นที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับพื้นที่ ให้รักษาไว้ซึ่งกฎเกณฑ์และมาตรการของชาติ โดยเฉพาะกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่นั้น ๆ



## 1. ที่ตั้งและความสำคัญ

เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก ได้รับการประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า ในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 100 ตอนที่ 48 ลงวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2526 เป็นหนองน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ที่ครอบคลุมพื้นที่ 2 อำเภอ คืออำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท และอำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี ตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่  $14^{\circ} 55' N$  และ  $100^{\circ} 33' E$  มีเนื้อที่ 3.2 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,000 ไร่ (ภาพที่ 3) ความลึกเฉลี่ย 1-3 เมตร รับน้ำจากคลองธรรมชาติ และจากทุ่งนา มีคลองระบายน้ำออก เชื่อมต่อกับแม่น้ำท่าจีน ในอดีตมีสภาพรก และดินเงิน ฟืนน้ำจืดหนาแน่นเต็มบึง น้ำเน่าเสีย พื้นที่โดยรอบส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม และป่าปลูก นอกจากนี้บึงฉวาก ยังช่วยรักษาความสมดุลของอุทกวิทยา โดยทำให้มีน้ำใต้ดิน และน้ำบาดาลให้ประชาชนโดยรอบ และยังเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญอีกด้วย บึงฉวากแต่เดิมเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของนกเป็นน้ำมากมาย พบนกอย่างน้อย 57 ชนิด เช่น เป็ดแดง เป็ดลาย นกยางต่าง ๆ ชนิดที่อยู่ในสถานภาพใกล้สูญคุกคาม ได้แก่ เป็ดคับแค (*Nettapus coromandelianus*) นอกจากนี้ มีการสำรวจพบปลาอย่างน้อย 32 ชนิด ชนิดที่อยู่ในสถานภาพใกล้สูญพันธุ์ คือ ปลาจืด (*Heteropneustes fossilis*) ปัจจุบันบึงฉวากถูกปรับเปลี่ยนสภาพไป ทำให้จำนวนและชนิดของนก และปลาลดลงอย่างเห็นได้ชัด (สผ., 2542; มนู และ จิระ, 2543)

ดังนั้นเพื่อรักษาความสมดุลของธรรมชาติ บึงฉวากจึงถูกจัดให้เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับชาติ เมื่อประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นภาคี อนุสัญญาว่าด้วยพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระหว่างประเทศโดยเฉพาะ เป็นที่อยู่อาศัยของนกน้ำ หรือ เรียกสั้น ๆ ว่า “อนุสัญญาแรมซาร์” (Ramsar Convention) โดยเป็นสมาชิกลำดับที่ 110 มีผลบังคับใช้ เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2541 ระหว่างการดำเนินงาน คณะอนุกรรมการได้จัดการพื้นที่ชุ่มน้ำ โดยดำเนินโครงการจัดทำบัญชีรายชื่อ สถานภาพ และฐานข้อมูลพื้นที่ชุ่มน้ำของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ตลอดจนให้มีการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์ และใช้ประโยชน์พื้นที่อย่างยั่งยืน โดยรายละเอียดเกี่ยวกับพื้นที่ชุ่มน้ำแสดงดัง ภาคผนวก ข และนอกจากนี้ จากการประชุมของคณะกรรมการการจัดการพื้นที่ชุ่มน้ำครั้งที่ 4/2542 ได้พิจารณาเห็นชอบให้พื้นที่ชุ่มน้ำในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต้องได้รับการฟื้นฟู (สผ., 2542; มนูและจิระ, 2543)



ภาพที่ 3 ขอบเขตพื้นที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก  
ที่มา: สผ. (2542)

## 2. สถานภาพทางกายภาพ

บึงฉวาก เป็นหนองน้ำธรรมชาติ ในอดีตเคยเป็นส่วนหนึ่งของแม่น้ำท่าจีน เมื่อระยะเวลาผ่านไป แหล่งน้ำเกิดการทับถมของตะกอนดินโคลน จึงทำให้ส่วนหนึ่งของแม่น้ำแยกตัวออกมา เป็นบึงรูปโค้งมีขนาดใหญ่ ลักษณะดินเป็นดินเหนียว ความกว้าง 650 เมตร ความยาว 6.5 กิโลเมตร ความลึกเฉลี่ย 1-3 เมตร ปัจจุบันมีทางรับน้ำจากธรรมชาติ คือ คลองบ้านเขื่อน คลองบางลี่ และคลองชลประทานที่มีการขุดมาเชื่อมกับหนองน้ำ และรับน้ำฝน รวมทั้งรับน้ำที่ระบายจากทุ่งนา มีคลองระบายน้ำออกเชื่อมต่อกับแม่น้ำท่าจีน พื้นที่โดยรอบเป็นป่าปลูก (สผ., 2542; ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก, 2544)

## 3. สถานภาพทางชีวภาพ

ในอดีต บึงฉวาก เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของนกน้ำมากมาย มีข้อมูลการสำรวจพบนกอย่างน้อย 57 ชนิด มีทั้งนกประจำถิ่น และนกอพยพตามฤดูกาล ได้แก่ เป็ดแดง (*Dendrocygna javanica*) เป็ดลาย (*Anas querquedula*) เป็ดก๊ับแค (*Nettapus coromandelianus*) อพยพมาช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนพฤษภาคมของทุกปี ในปี พ.ศ. 2533 มีรายงานว่า พบนกเป็ดน้ำอพยพมา 13,998 ตัว และในปี พ.ศ. 2535 เพิ่มขึ้นเป็น 26,740 ตัว นอกจากนี้พบ นกอีโก้ง (*Porphyrio porphyrio*) นกอีล้ำ (*Gallinula chloropus*) นกอีแจว (*Hydrophasianus chirurgus*) นกกวัก (*Amaurornis phoenicurus*) นกอีลุ้ม (*Gallicrex cinerea*) นกเขาไฟ (*Streptopelia tranquebarica*) นกปากห่าง (*Anastomus oscitans*) นกพงชนิดต่างๆ และนกเดินต่องน้ำ พบสัตว์น้ำนานาชนิด โดยเฉพาะปลา เคยมีผู้พบปลาขนาดใหญ่ ได้แก่ ปลากระโห้ (*Catlocarpio siamensis*) มีน้ำหนักตัว 50-100 กิโลกรัม ปัจจุบันปลานี้พบน้อยมาก ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2537 สำรวจพบปลา 32 ชนิด ชนิดที่มีแนวโน้มใกล้สูญพันธุ์ คือ ปลาจืด (*Heteropneustes fossilis*) และปลาที่พบมาก ได้แก่ ปลาช่อน (*Channa striatus*) ปลาสลิค (*Trichogaster pectoralis*) ปลาหมอไทย (*Anabas testudineus*) ปลาชะโด (*Channa micropeltes*) ปลาชุกอูย (*Clarias macrocephalus*) ปลาไหล (*Monopeternus albus*) ปลาสวาย (*Pangasius suchi*) และสัตว์อื่น ๆ พบพันธุ์ไม้ 23 ชนิด มีพืชลอยน้ำ ได้แก่ ผักตบชวา (*Eichornia crassipes*) จอก (*Pistia stratiotes*) แหน (*Lemna trislulca*) ผักบุ้ง (*Ipomoea aquatica*) และพืชใต้น้ำ ได้แก่ บัวแดง (*Nymphaea lotus*) บัวหลวง (*Nelumbo nucifera*) สาหร่ายชนิดต่าง ๆ หญ้าชนิดต่าง ๆ ริมบึงมีดงอ้อ (*Arundo donax*) บอน (*Colocasia antiquorum*) อยู่หนาแน่น บริเวณป่าปลูกมี หวี ตะขบ มะขามเทศ สะเดา (สผ., 2542)

#### 4. สถานภาพการจัดการ

ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก (2544) ระบุว่า ในปี พ.ศ. 2537 จังหวัดสุพรรณบุรี มีแผนจัดทำโครงการบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ เพื่อเฉลิมฉลองในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงครองราชย์ครบ 50 ปี จึงมีการขุดลอกบึง ให้กักเก็บน้ำได้มากถึง 10 ล้านลูกบาศก์เมตร สามารถให้ประโยชน์แก่พื้นที่เกษตรกรรมได้ 6,500 ไร่ เพื่อเป็นพื้นที่รองรับน้ำในฤดูฝน และเป็นถิ่นที่อยู่ของนกน้ำชนิดต่าง ๆ รวมถึงพัฒนาสภาพแวดล้อมโดยรอบบึงเป็นสวนสาธารณะ โดยเป็นแผนการจัดการที่เตรียมไว้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอนาคต คือจัดพื้นที่บริเวณใกล้กับ ที่ทำการเขตห้ามล่าฯ ให้ผู้มาเยือนสามารถพักผ่อนได้ และมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร และส่วนอื่น ๆ ซึ่งจัดให้เป็นที่ตั้งของหน่วยงานต่าง ๆ มีหน้าที่แตกต่างกัน ได้แก่

4.1 กรมป่าไม้: ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่า ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดกรมป่าไม้ โดยแบ่งการทำงานออกเป็น 4 ฝ่าย คือ ฝ่ายวิจัยการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า ฝ่ายจัดการสัตว์ป่า ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนา และฝ่ายบริหารทั่วไป ซึ่งรับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา สำรวจ ค้นคว้า วิจัยการเพาะเลี้ยง ดำรงสายพันธุ์สัตว์ป่า รวบรวมข้อมูลเชิงวิชาการ จัดทำแผนการจัดการสัตว์ป่า พัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า ปรับปรุงฟื้นฟูแหล่งอาหารของสัตว์ป่า รวมไปถึงการอบรม แนะนำให้ความรู้ประชาชน ด้านการอนุรักษ์สัตว์ป่า และนิเวศวิทยาสัตว์ป่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีอาชีพที่ทำรายได้ดี ขณะเดียวกันอาจเป็นทางหนึ่ง ที่ช่วยลดการล่าสัตว์อย่างได้ผล และยั่งยืน (ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก, 2544)

4.2 กรมปศุสัตว์: ศูนย์รวบรวมพันธุ์ไก่ มีการสาธิตวิธีการเพาะพันธุ์ไก่ชนิดต่าง ๆ เช่น ไก่แจ้สวยงาม ทั้งพันธุ์พื้นเมืองของไทยและพันธุ์ต่างประเทศ ไก่จุก ไก่หยอง ไก่ต็อก นอกจากนี้ยังมีกรงเพาะเลี้ยงนกกกระเจอกเทศ ให้ผู้สนใจเข้าชมได้ทุกวัน

4.3 กรมส่งเสริมการเกษตร: อุทยานผักพื้นบ้าน ได้จัดให้มีการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้น และมีการเพื่อให้เป็นสถานที่รวบรวมการเพาะปลูก พันธุ์พืช พันธุ์ผักพื้นบ้านนานาชนิดที่มีอยู่ในประเทศไทย สำหรับเป็นแหล่งทัศนศึกษา ค้นคว้าของเยาวชน และประชาชนที่มีความสนใจทั่วไป โดยก่อสร้างแล้วเสร็จเมื่อปี พ.ศ. 2543 (กรมส่งเสริมการเกษตร, ม.ป.ป.)

4.4 กรมประมง: สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ มีการจัดแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ มีกิจกรรมเพิ่มผลผลิตสัตว์น้ำ ส่งเสริมการเลี้ยงปลาในระบบไร่นาสวนผสม รักษาสภาพแวดล้อมและอนุรักษ์ทรัพยากรสัตว์น้ำ (กรมประมง, ม.ป.ป.)

อย่างไรก็ตาม จากการเปลี่ยนแปลงสภาพธรรมชาติครั้งนี้ ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อสภาพธรรมชาติของบึง ทั้งต่อพันธุ์พืช สัตว์น้ำ และรวมถึงนกที่มีจำนวนลดน้อยลงอย่างมาก ในปัจจุบันบึงฉวากเริ่มฟื้นคืนสภาพสู่ความเป็นแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรที่สำคัญ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวศึกษาธรรมชาติ และแหล่งให้ความรู้ ของจังหวัดสุพรรณบุรี และประชาชนทั่วไป (สผ., 2542; ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก, 2544)

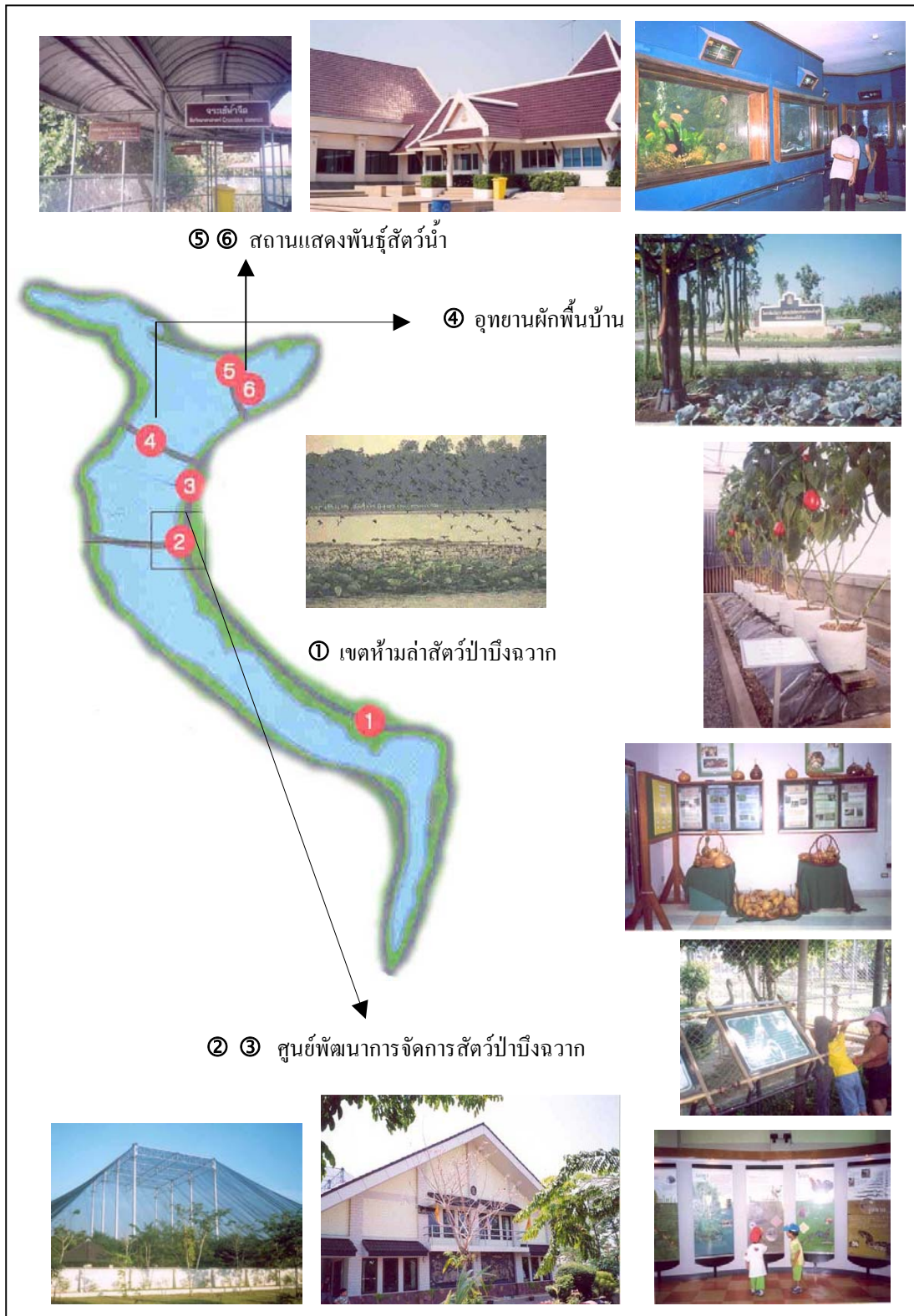
## 5. แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

บึงฉวาก ในปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และสามารถพักผ่อน พร้อม ๆ กันกับการศึกษาหาความรู้จากสื่อความหมายฯ ที่จัดเตรียมไว้ให้ได้ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยรอบบึงฉวาก คือ (ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก, 2544; กรมส่งเสริมการเกษตร, ม.ป.ป.; กรมประมง, ม.ป.ป.)

5.1 ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้มาเยือนสามารถหาความรู้พร้อม ๆ ไปด้วยกับความเพลิดเพลิน มีการจัดอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยภายในศูนย์มีการจัดนิทรรศการเพื่อให้ความรู้ เกี่ยวกับการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า ซึ่งมีความสำคัญทั้งในเชิงอนุรักษ์ และในเชิงเศรษฐกิจ กลางอาคารมีการแสดงตู้จำลองระบบนิเวศของบึงฉวาก วิวัฒนาการของลำน้ำวงจรชีวิตของนกประจำถิ่นและนกอพยพที่มีในบึงฉวาก วิธีการดูนก และมีกรงนกขนาดใหญ่อยู่ติดกับศูนย์บริการนี้ สามารถเข้าชม และศึกษาได้จากภายในศูนย์ฯ นอกจากนี้ยังมีห้องวิดิทัศน์ และสไลด์ประกอบคำบรรยาย เกี่ยวกับความเป็นมา และศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่า สำหรับผู้ที่สนใจมีกรงสัตว์ ทั้งจากการเพาะเลี้ยง และสัตว์สวยงาม เช่น กรงเสือ กรงนกน้ำ กรงลิง กรงไก่ฟ้า และกรงสัตว์ปีก เป็นต้น (ภาพที่ 4)

กิจกรรมนันทนาการที่นักท่องเที่ยวสามารถประกอบได้คือ การปิกนิกพักผ่อนรับประทานอาหารได้ร่มไม้ในบริเวณที่จัดไว้ริมบึง ซึ่งอยู่บริเวณหน้ากรงสัตว์ มีสนามเด็กเล่นสำหรับเด็ก และสภาพภูมิทัศน์ที่เป็นสวนสาธารณะนี้ ช่วงปี พ.ศ. 2545 มีกิจกรรม





ภาพที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของบึงฉวาก

ที่มา: ปรับปรุงจาก ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก (2544)

การปั่นจักรยานน้ำในบึง แต่ปัจจุบัน(พ.ศ. 2546) ไม่มีกิจกรรมนี้ เนื่องจากปัญหาด้านการจัดการ นอกจากนี้มีกิจกรรมการศึกษาวิถีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าเชิงพาณิชย์ กิจกรรมการนำศึกษาธรรมชาติโดยเจ้าหน้าที่ และ มีการนำชมแหล่งท่องเที่ยวทั้งสามแหล่งโดยมีรถรางนำเที่ยว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวสามารถประกอบกิจกรรมดูนก ทั้งนกในกรง และนกอพยพจากธรรมชาติ ซึ่งจะมีทั้งนกอพยพ ที่มานอกฤดูผสมพันธุ์เนื่องจากหนีความหนาวเย็นจากประเทศทางเหนือ มาอยู่ในไทยประมาณเดือนกันยายน และอพยพกลับช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม และนอกจากนี้นกอพยพที่มาเพื่อสร้างรังวางไข่จะมาประมาณปลายปีถึงต้นปี เช่นนกปากห่าง นกยางดำ และนกนางแอ่นทุ่ง หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดต้องการพักค้างแรม ทางเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวากจัดพื้นที่กางเต็นท์ ให้อาศัยบริเวณที่ทำการเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

5.2 อุทยานผักพื้นบ้านบึงฉวาก มีการจัดรวบรวมผักพื้นบ้านจากทั่วทุกภาคของประเทศไทย เพื่อให้ประชาชน และผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาชม และศึกษาหาความรู้ ด้านการปลูก การขยายพันธุ์ การบริโภค มีอาคารสำนักงานอุทยาน ประกอบด้วย ศูนย์ข้อมูล ห้องนิทรรศการ ห้องสมุดและห้องจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีการขายสไลด์เกี่ยวกับพื้นที่หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดต้องการ และมีการจำหน่ายต้นพันธุ์ และผลผลิตจากผักพื้นบ้าน โดยมีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง จัดให้มี ลานเอนกประสงค์ สวนไม้น้ำ เรือนเพาะชำกล้าไม้ โรงเรือนปลูกพืชกระเทียม ซึ่งผู้สนใจสามารถติดต่อได้ทั้งจากอุทยานผักพื้นบ้านเฉลิมพระเกียรติบึงฉวาก สำนักงานเกษตรอำเภอเดิมบางนางบวช และศูนย์การท่องเที่ยวเกษตร จังหวัดสุพรรณบุรี (ภาพที่ 4)

5.3 สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ มีอาคารสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำซึ่งมี 2 ชั้น ชั้นที่ 1 ใช้เป็นสถานที่จัดแสดงพันธุ์ปลาน้ำจืดของไทย พันธุ์ปลาหายาก และใกล้สูญพันธุ์ ปลาสวยงาม และปลาที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ ทั้งหมด 25 คู่ ต้นปี พ.ศ. 2546 ขณะที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล กำลังมีการก่อสร้างเพิ่มเติมอีก แต่ยังไม่แล้วเสร็จ และมีบ่อเลี้ยงจระเข้ ที่จำลองสภาพธรรมชาติและปล่อยจระเข้ น้ำจืดพันธุ์ไทยจำนวน 50 ตัว มีการสร้างทางเดินมีหลังคาเหนือบ่อ พร้อมป้ายสื่อความหมาย ทำให้นักท่องเที่ยวชมและหาความรู้ได้ ว่างังฉวากเป็นที่รวมพันธุ์ปลาชนิดต่าง ๆ ในบึงฉวาก ผู้มาเยือนสามารถให้อาหารปลาได้ โดยซื้ออาหารปลาจากร้านค้าภายในสถานที่ นอกจากนี้ยังมีร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สินค้าพื้นเมือง และของที่ระลึกจัดไว้บริการด้วย (ภาพที่ 4)

### ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คารากร (2532) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อความหมายธรรมชาติเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ สรุปได้ว่าสื่อความหมายที่นักท่องเที่ยวใช้ในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และสื่อบุคคล(เจ้าหน้าที่) ตามลำดับ ส่วนการจัดลำดับสื่อที่ให้ความรู้ ความเข้าใจในสภาพพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติต่อนักท่องเที่ยวพบว่า 3 อันดับแรก คือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และแผ่นพับ ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นประโยชน์และต้องการให้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จัดทำขึ้น คือ โทรแท่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แผ่นพับ วารสาร และโปสเตอร์ ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ไม่มีความแตกต่างในเรื่องความรู้ของพื้นที่ และทรัพยากร ธรรมชาติ ขณะเดียวกันตัวแปรที่เป็นลักษณะพื้นฐานเหล่านี้ ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของสื่อความหมายธรรมชาติ

บุษบง (2534) ทำการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของตัวกลางในการสื่อความหมาย การอนุรักษ์สภาพแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว บริเวณอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาสรุปได้ว่า แผนที่ป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวสนใจ หยุดดู และเข้าใจดีมากที่สุด ข้อความบนแผ่นป้ายที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุด คือ “ท่องเที่ยวเพลินตา ถ้ำทิงของถูทิง” และชอบน้อยที่สุดคือ “ห้ามจับปลา” สื่อที่ใช้มากที่สุดคือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย รองลงมาคือ ทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติ ลักษณะแผ่นป้ายที่นักท่องเที่ยวกว่าครึ่งพึงพอใจ คือ ตัวอักษร รูปภาพ โตรซัดเจน จัดลำดับสื่อที่มีประสิทธิภาพ ในการส่งเสริมเผยแพร่ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ พบว่า 3 อันดับแรกคือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย ทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติ แผนที่ และอันดับท้ายๆ คือ นิทรรศการและเอกสารแจก และสื่อที่นักท่องเที่ยวต้องการให้จัดทำขึ้น หรือปรับปรุง 3 ลำดับแรกคือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติ นักท่องเที่ยวเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถในการให้บริการของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว เมื่ออ่านหรือเห็นแล้ว ได้รับความรู้ความเข้าใจ นอกจากนี้พบว่านักท่องเที่ยวที่เพศต่างกันมีความเข้าใจในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของอุทยานแห่งชาติต่างกัน ส่วนตัวแปรด้านอายุ การศึกษา และรายได้ ไม่มีความแตกต่าง



จิรวลัย (2534) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาระเบินความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการสื่อความหมายของผู้มาพักผ่อนที่สวนหลวง ร. 9 โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษาประเมินชนิด และประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการสื่อความหมายตามความต้องการของ ผู้มาพักผ่อนที่สวนหลวง ร. 9 ซึ่งชนิดของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ 5 อันดับแรก คือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย แผ่นพับ นิทรรศการ ทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติและโปสเตอร์ ตามลำดับ นอกจากนี้เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ การเคยมา ขานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ประเภทกลุ่มและจำนวนสมาชิกในกลุ่ม ที่แตกต่างกัน มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการสื่อความหมายที่แตกต่างกันด้วย

เมตตา (2539) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ ศึกษาเฉพาะกรณี สวนสัตว์ดุสิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ตลอดจนปัญหา และความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์ดุสิต โดยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มี ระดับการศึกษา อายุ ระยะเวลาในการพักผ่อนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสวนสัตว์ดุสิตแตกต่างกัน และข้อเสนอแนะในการวิจัยที่เกี่ยวข้องคือ ควรมีป้ายบอกรายละเอียดข้อมูลของตัวสัตว์ให้มากที่สุด เช่น ชื่อแหล่งกำเนิด อาหาร ลักษณะนิสัย

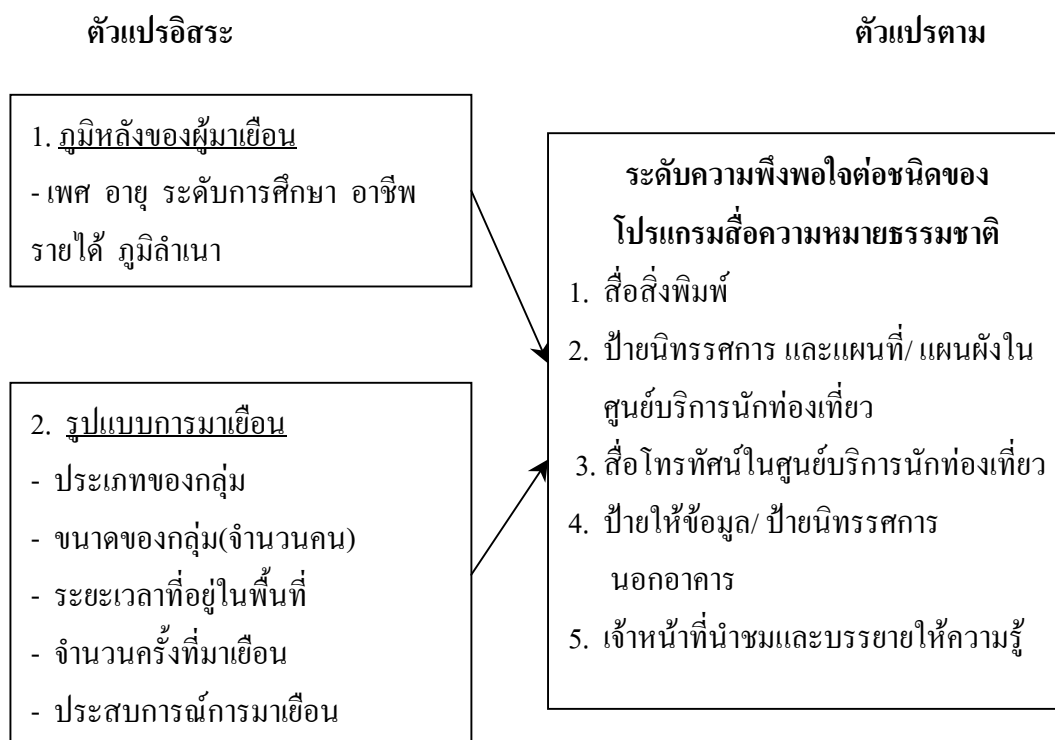
ชีวะภาพ (2541) ทำการศึกษาเกี่ยวกับการประเมิน และปรับปรุงคุณภาพของเส้นทางศึกษาธรรมชาติด้วยตนเอง โดยศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และประเมินความสัมฤทธิ์ผลของสื่อแผ่นพับในเส้นทางศึกษาธรรมชาติด้วยตนเองอย่างกา อุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าต้องการการสื่อความหมายทั้งในรูปแบบการติดตั้งป้ายบรรยายในเส้นทาง และคู่มือแผ่นพับ และต้องการปรับปรุงคุณภาพทางด้านกายภาพของเส้นทางส่วนในด้านการศึกษาทดสอบความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยว นั้น พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลองในการประเมินผลสัมฤทธิ์ของสื่อ มีค่าความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถสรุปเป็นไปตามสมมติฐานที่ว่า การเดินศึกษาธรรมชาติโดยมีคู่มือแผ่นพับในเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติด้วยตนเองให้ผลดีกว่าไม่มีคู่มือแผ่นพับเลย

ชลลดา (2543) ได้ศึกษาแนวทางการสื่อความหมายธรรมชาติในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน โดยการศึกษาสภาพของสื่อ วิธีการสื่อความหมาย ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาในส่วนของนักท่องเที่ยว สื่อที่ได้พบ และได้ใช้ส่วนใหญ่

ได้แก่ เครื่องหมาย แผ่นป้าย และสัญลักษณ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเห็นว่าควรมีการเพิ่มปริมาณ และเนื้อหาในเรื่องความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ

### กรอบแนวคิด และสมมติฐาน

#### 1. กรอบแนวคิด



#### 2. สมมติฐาน

สมมติฐานใหญ่ ๆ 2 สมมติฐาน มีสมมติฐานย่อย และการกำหนดการทดสอบดังนี้

2.1 ผู้มาเยือนที่มีภูมิหลังแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

2.1.1 เพศแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อ  
ความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

2.1.2 อายุแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อ  
ความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

2.1.3 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ  
โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

2.1.4 อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อ  
ความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

2.1.5 รายได้แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อ  
ความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

2.1.6 ภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อ  
ความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

2.2 รูปแบบการมาเยือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ  
โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

2.2.1 ประเภทของกลุ่มแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ  
โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

2.2.2 ขนาดของกลุ่มแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ  
โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

2.2.3 ระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ  
โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

2.2.4 จำนวนครั้งที่มาเยือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

2.2.5 ประสบการณ์การมาเยือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

จากสมมติฐานดังกล่าว ใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน(Independent Sample T-test) หรือเรียกสั้น ๆ ว่า การทดสอบที่เป็นการทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรเพียง 2 กลุ่ม ว่าค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 แตกต่างจากค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 2 หรือไม่ โดยตัวอย่างที่สุ่มจะเป็นอิสระกัน ใช้การทดสอบที่ ในสมมติฐานที่ 2.1.1 (เพศ) สมมติฐานที่ 2.2.5 (ประสบการณ์การมาเยือน) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % และกำหนดสมมติฐานเมื่อ (กัลยา, 2543)

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

โดย  $\mu_1$  = ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ  $\mu_2$  = ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 2

จากสมมติฐาน นอกเหนือจากการทดสอบที่ คือใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว(one- way ANOVA) ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างของข้อมูลที่มีตัวแปร หรือปัจจัยเพียงปัจจัยเดียว ซึ่งมีระดับต่าง ๆ กัน การวิเคราะห์ต้องมีตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ (ตัวแปรตาม ในที่นี้คือ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ ซึ่งมีทั้งหมด 5 ชนิด) และปัจจัยต้องเป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม (ตัวแปรอิสระ) และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป การทดสอบค่าเฉลี่ย ของกลุ่มประชากร k กลุ่ม จะใช้สถิติ F ซึ่งมีสมมติฐานเมื่อ (กัลยา, 2543)

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1 : \mu_i \neq \mu_j \text{ อย่างน้อย 1 คู่ ; } i \neq j ; i, j = 1, 2, \dots, k$$

โดย  $\mu_i$  = ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ i เมื่อ  $i = 1, 2, \dots, k$

จากนั้นพิจารณาว่า หากสมมติฐานใดปฏิเสธ  $H_0$  นั่นคือเป็นไปตามสมมติฐาน ค่าเฉลี่ยของประชากรตามสมมติฐานมีความแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม หรือ 1 คู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 กล่าวคือจะไม่ทราบค่าเฉลี่ยของประชากรใดบ้างที่ไม่เท่ากัน ผู้วิจัยต้องทำการทดสอบต่อไปว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรใดบ้างที่ไม่เท่ากัน โดยทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน(multiple comparison) โดยมีเงื่อนไขว่าข้อมูลทุกชุดต้องมีการแจกแจงแบบปกติ และต้องทดสอบค่าความแปรปรวนของประชากร โดยการทดสอบ homogeneity of variance เพื่อทดสอบค่าแปรปรวนว่าเท่ากันทุกกลุ่มหรือไม่ โดยคำนวณหาสถิติ Levene ซึ่งค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ Levene ต้องมากกว่า 0.5 แสดงค่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่ม จากนั้นใช้วิธี Bonferroni เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของประชากรได้ครั้งละหลาย ๆ คู่ แต่เมื่อทดสอบ homogeneity of variance แล้ว พบว่าค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน(ระดับนัยสำคัญของการทดสอบ Levene น้อยกว่า .05) ต้องทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยวิธีไม่มีเงื่อนไขเกี่ยวกับการเท่ากัน ของค่าความแปรปรวน (equal variances not assumed) ต้องใช้วิธีของ Tamhane's T2 ในการเปรียบเทียบเชิงซ้อนแทน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้การทดสอบนี้เพียงส่วนน้อยเท่านั้น

อย่างไรก็ตามการเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยวิธีของ Bonferroni มีข้อสังเกตที่น่าสนใจและเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการทดสอบครั้งนี้ กัลยา (2545) กล่าวว่า เมื่อ k หรือจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น จะทำให้จำนวนคู่ ที่ต้องเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นด้วย มีผลให้อโอกาสปฏิเสธ  $H_0$  ลดลง ซึ่งเป็นข้อดี เนื่องจากวิธีเดิมที่เคยใช้ แบบLSD นั้น ใช้การทดสอบ  $\mu_i = \mu_j$  พร้อมกันถึง  $\binom{k}{2} = \frac{k(k-1)}{2}$  คู่ ซึ่งอาจทำให้ผลสรุปของการทดสอบไม่ถูกต้อง และทำให้มีโอกาสนับปฏิเสธ  $H_0 : \mu_i \neq \mu_j$  มากกว่า และมีระดับนัยสำคัญ  $= \alpha$  แต่วิธี Bonferroni จะแก้ไขข้อเสียดังกล่าวได้ โดยปรับค่า  $\alpha$  ของการทดสอบแต่ละคู่เป็น  $2 = \frac{2\alpha}{k(k-1)}$  สำหรับการทดสอบ 2 ข้าง ซึ่งทำให้อโอกาสปฏิเสธ  $H_0$  ลดลง และทำให้ค่าที่ได้มีความถูกต้องมากขึ้น นั่นแสดงว่า ค่าที่ได้จะมีความแน่นอน และสามารถหาข้อสรุปได้ง่ายขึ้น

นอกจากนี้ได้หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจ ทั้งด้านกิจกรรม นันทนาการ และด้านการใช้สื่อความหมายธรรมชาติโดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation) โดยกำหนดค่าระดับนัยสำคัญที่ .05 และ .01 ดังผลการศึกษาดอนที่ 3

## อุปกรณ์ และวิธีการ

### อุปกรณ์

1. แบบสอบถาม
2. แบบฟอร์มการสำรวจ และประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมาย  
ธรรมชาติเบื้องต้น
3. เครื่องคอมพิวเตอร์ และเครื่องพิมพ์
4. กล้องถ่ายรูป และเครื่องเขียน

### วิธีการ

#### 1. ประชากร และการสุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ประชากร

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามา  
ในบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉลวย โดยศึกษาเฉพาะผู้มาเยือนชาวไทยอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

##### 1.2 หน่วยในการวิเคราะห์

การวิจัยครั้งนี้ ต้องการเก็บข้อมูลจากประชากร คือ ผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยว เพื่อ  
ศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ ในบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่า  
บึงฉลวย ดังนั้นหน่วยในการวิเคราะห์ คือ บุคคล

### 1.3 การสุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มประชากรในข้อ 1.1 ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

เริ่มจากการศึกษาปริมาณนักท่องเที่ยวจากสถิติของนักท่องเที่ยวในบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก ในรอบปี พ.ศ. 2545 จากนั้นจึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (convenience or accidental sampling) เพื่อคำนวณขนาดตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณ (นภวรรณ, 2543 ก) ดังนี้

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

- n คือ จำนวนตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนประชากร
- N คือ จำนวนประชากรทั้งหมด
- e คือ ความคลาดเคลื่อนเนื่องจากการสุ่มตัวอย่าง

รวม	จำนวนนักท่องเที่ยว ใน 1 ปี	94,000	คน
เฉลี่ย	นักท่องเที่ยวรายเดือน	$\frac{94,000}{12} = 7,833$	คน

กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเนื่องจากการสุ่มตัวอย่าง (e) เป็น 0.05

$$\text{ดังนั้น } n = \frac{7,833}{1 + 7,833(0.05)^2} = 380.566$$

ดังนั้นจำนวนตัวอย่างสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลใช้อย่างน้อย 381 ชุด และเก็บจริง 403 ชุด

## 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และรวบรวมจากเอกสารเผยแพร่ของเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก ทำการสำรวจพื้นที่ศึกษาในเบื้องต้น โดยเก็บข้อมูลด้านสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวย้อนหลัง กิจกรรมนันทนาการในพื้นที่ สภาพพื้นที่ โดยรวม และอื่น ๆ

2.2 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การวัดทางตรงรวบรวมข้อมูล 3 ประเภท ดังนี้

2.2.1 โดยการสังเกต(observation) และการบันทึกเบื้องต้น รูปแบบและองค์ประกอบของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติในปัจจุบัน เกี่ยวกับ ชนิด รูปลักษณ์ การกระจาย เนื้อหาของสื่อฯ การดูแลรักษา และประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2.2 โดยการสัมภาษณ์(interview) เจ้าหน้าที่ที่ดูแลพื้นที่ รวมทั้งเจ้าหน้าที่สื่อความหมาย ซึ่งมีหน้าที่การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ด้านสื่อความหมาย และการจัดการนักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการพื้นที่โดยอาศัยสื่อความหมายธรรมชาติ เพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้น โดยกระทำร่วมกันกับการสังเกต เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง(unstructured interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ที่มีการเตรียมประเด็นในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ส่วนคำถามที่ใช้ และลำดับของคำถามมีความยืดหยุ่นตามสถานการณ์ (นภวรรณ, 2543 ก)

2.2.3 การใช้แบบสอบถาม(questionnaire) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการให้ผู้มาเยือนตอบแบบสอบถามโดยแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน (ภาคผนวก ก) คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลภูมิหลัง และรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังในกิจกรรม และการใช้บริการโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้มาเยือน ต่อการให้บริการสื่อความหมายธรรมชาติ



## 2.3 การสร้างแบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้ ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือใช้แบบสอบถามเป็นหลักซึ่ง ลักษณะของคำถาม มีทั้งคำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด และ ใช้การปรับปรุงจากหลักการ แนวคิด รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกต การสัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และการประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติเบื้องต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาเบื้องต้นเพื่อใช้สร้างเครื่องมือว่า รูปแบบและองค์ประกอบของสื่อความหมายธรรมชาติส่วนใหญ่ มักพบในบริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และบริเวณ โดยรอบ ซึ่ง อยู่ในส่วนหน้าที่รับผิดชอบของ ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก โดยสามารถแบ่งรูปแบบของสื่อที่พบได้ 4 ชนิดใหญ่ ๆ และ มีองค์ประกอบที่เป็นประเด็นน่าสนใจสำหรับใช้สร้างแบบสอบถามได้แก่

1) แผ่นพับ/ ใบปลิว/ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ องค์ประกอบคือ เนื้อหาสาระโดยรวม ความต่อเนื่องของเนื้อหา ความชัดเจนในเนื้อหา ภาษาที่ใช้ ขนาดตัวอักษร และความน่าสนใจ

2) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีรายการหรือโปรแกรมสื่อความหมายเป็นองค์ประกอบ ภายในศูนย์ฯ ดังนี้

2.1) ป้ายนิทรรศการในศูนย์ฯ องค์ประกอบ คือเนื้อหาสาระโดยรวม ความต่อเนื่องของเนื้อหา ความชัดเจนในเนื้อหา ภาษาที่ใช้ ขนาดตัวอักษร และความน่าสนใจ

2.2) แผนที่ / แผนที่

2.3) สไลด์/ วีดีโอ/ โทรทัศน์ องค์ประกอบ คือเนื้อหาสาระโดยรวม ความต่อเนื่องของเนื้อหา ความชัดเจนในเนื้อหา และภาษาที่ใช้ (แต่ในการศึกษาใช้สื่อโทรทัศน์เท่านั้น เนื่องจากการจะจัดบริการด้านสไลด์/ วีดีโอ นั้น นักท่องเที่ยวต้องแจ้งต่อเจ้าหน้าที่ล่วงหน้าก่อนเข้ามาใช้สื่อ ซึ่งขณะที่เข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลข้อมูล ผู้มาเยือน ไม่มีการแจ้งขอใช้บริการสื่อ สไลด์/ วีดีโอเลย จึงประเมินเพียงสื่อโทรทัศน์ที่เปิดบริการไว้ประจำเท่านั้น)

3) ป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร องค์ประกอบคือ เนื้อหาสาระโดยรวม ความต่อเนื่องของเนื้อหา ความชัดเจนในเนื้อหา ภาษาที่ใช้ ขนาดตัวอักษร ความน่าสนใจ ตำแหน่งที่ตั้งป้าย และความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม

4) เจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ องค์ประกอบคือ เนื้อหาสาระโดยรวม ความชัดเจนในเนื้อหา ภาษาและน้ำเสียงที่ใช้ ความน่าเชื่อถือ บุคลิกท่าทางและการแต่งกาย ความรับผิดชอบ และความเอาใจใส่ การให้ความสนใจผู้ฟัง การสร้างความเพลิดเพลิน/สนุกสนาน มนุษยสัมพันธ์ และการสร้างความประทับใจต่อผู้มาเยือน

## 2.4 การกำหนดตัวแปร และระดับในการวัด

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 11 ตัวแปร เพื่อใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.4.1 เพศ กำหนดระดับในการวัดแบบสเกลนามกำหนด(nominal scale) โดยแบ่งกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม โดยค่าที่กำหนดไม่มีความหมายและเสมอภาคกัน กำหนดดังนี้

ชาย	แทนค่าเป็น	1
หญิง	แทนค่าเป็น	2

2.4.2 อายุ กำหนดระดับในการวัดแบบสเกลอันดับ(ordinal scale) โดยเรียงลำดับอายุแบ่งเป็น 5 ช่วง ดังนี้

15 - 25 ปี	แทนค่าเป็น	1
26 - 35 ปี	แทนค่าเป็น	2
36 - 45 ปี	แทนค่าเป็น	3
46 - 55 ปี	แทนค่าเป็น	4
56 - 65 ปี	แทนค่าเป็น	5

2.4.3 ระดับการศึกษา กำหนดระดับในการวัดแบบสเกลอันดับ(ordinal scale) โดยเรียงลำดับ แบ่งเป็น 6 อันดับ ดังนี้

ประถมศึกษา	แทนค่าเป็น	1
มัธยมต้น	แทนค่าเป็น	2
มัธยมปลาย หรือ ปวช.	แทนค่าเป็น	3
อนุปริญญา หรือ ปวส.	แทนค่าเป็น	4
ปริญญาตรี	แทนค่าเป็น	5
สูงกว่าปริญญาตรี	แทนค่าเป็น	6

2.4.4 อาชีพ กำหนดระดับในการวัดแบบสเกลนามกำหนด(nominal scale) โดยแบ่งกลุ่มเป็น 9 กลุ่ม ดังนี้

นักเรียน/ นักศึกษา	แทนค่าเป็น	1
พนักงานบริษัทเอกชน	แทนค่าเป็น	2
ทำธุรกิจส่วนตัว	แทนค่าเป็น	3
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	แทนค่าเป็น	4
แม่บ้าน	แทนค่าเป็น	5
รับจ้าง	แทนค่าเป็น	6
เกษตรกร	แทนค่าเป็น	7
ค้าขาย	แทนค่าเป็น	8
อื่นๆ	แทนค่าเป็น	9

2.4.5 รายได้ต่อเดือน กำหนดระดับในการวัดแบบสเกลอันดับ(ordinal scale) โดยแบ่งรายได้ออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

ไม่มีรายได้ - รายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท	แทนค่าเป็น	1
4,001 - 9,000 บาท	แทนค่าเป็น	2
9,001 - 14,000 บาท	แทนค่าเป็น	3
14,001-19,000 บาท	แทนค่าเป็น	4
19,001 บาทขึ้นไป	แทนค่าเป็น	5

2.4.6 ภูมิภาค กำหนดระดับในการวัดแบบสเกลนามกำหนด(nominal scale) โดยแบ่งภูมิภาคเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานเป็น 3 กลุ่ม (โดยภาคอื่นๆ หมายถึง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้) ดังนี้

จังหวัดสุพรรณบุรี	แทนค่าเป็น	1
ภาคกลาง และภาคตะวันตก	แทนค่าเป็น	2
ภาคอื่นๆ	แทนค่าเป็น	3

2.4.7 ประเภทของกลุ่ม กำหนดระดับในการวัดแบบสเกลนามกำหนด(nominal scale) โดยแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

เพื่อน	แทนค่าเป็น	1
ครอบครัว/ญาติ	แทนค่าเป็น	2
มาคนเดียว	แทนค่าเป็น	3
มากับบริษัทนำเที่ยว	แทนค่าเป็น	4
กลุ่มผสม (ญาติ/เพื่อน)	แทนค่าเป็น	5
อื่นๆ	แทนค่าเป็น	6

2.4.8 ขนาดของกลุ่ม กำหนดระดับในการวัดแบบสเกลอันดับ(ordinal scale) โดยแบ่งขนาดตามจำนวนคนของผู้มาเยือนแต่ละกลุ่มได้ 5 กลุ่ม ดังนี้

1 - 5 คน	แทนค่าเป็น	1
6 - 10 คน	แทนค่าเป็น	2
11 - 15 คน	แทนค่าเป็น	3
16 - 20 คน	แทนค่าเป็น	4
มากกว่า 20 คนขึ้นไป	แทนค่าเป็น	5

2.4.9 ระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่ กำหนดระดับในการวัดแบบสเกลอันดับ(ordinal scale) โดยแบ่งช่วงจากค่าจริงที่ผู้มาเยือนตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้

ต่ำกว่า 2 ชั่วโมง	แทนค่าเป็น	1
3 - 5 ชั่วโมง	แทนค่าเป็น	2
6 - 8 ชั่วโมง	แทนค่าเป็น	3
9 ชั่วโมงขึ้นไป	แทนค่าเป็น	4

2.4.10 จำนวนครั้งที่มาเยือน กำหนดระดับในการวัดแบบสเกลอันดับ(ordinal scale) โดยแบ่งจำนวนครั้งที่มาเยือน เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

มาเยือนเป็นครั้งแรก	แทนค่าเป็น	1
เคยมาเยือนแล้ว 1-3 ครั้ง	แทนค่าเป็น	2
เคยมาเยือนแล้ว 4-6 ครั้ง	แทนค่าเป็น	3
เคยมาเยือนแล้ว 7-9 ครั้ง	แทนค่าเป็น	4
เคยมาเยือนแล้ว 10 ครั้งขึ้นไป	แทนค่าเป็น	5

2.4.11 ประสพการณ์การมาเยือน กำหนดระดับในการวัดแบบสเกลนามกำหนด (nominal scale) โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

ไม่เคยมาเยือน	แทนค่าเป็น	1
เคยมาเยือน	แทนค่าเป็น	2

ตัวแปรตาม สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความพึงพอใจของผู้มาเยือนต่อสื่อความหมายธรรมชาติแต่ละชนิด โดยกำหนดระดับในการวัดแบบอันดับสเกล (ordinal scale) ซึ่งสามารถบอกระดับสูงต่ำของความพึงพอใจได้ แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

ความพึงพอใจมากที่สุด	ให้ค่าคะแนน	5	คะแนน
ความพึงพอใจมาก	ให้ค่าคะแนน	4	คะแนน
ความพึงพอใจปานกลาง	ให้ค่าคะแนน	3	คะแนน
ความพึงพอใจน้อย	ให้ค่าคะแนน	2	คะแนน
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	ให้ค่าคะแนน	1	คะแนน

จากนั้นปรับค่าข้อมูลให้มีระดับในการวัดละเอียดมากขึ้น โดยให้เป็นการวัดแบบช่วง (interval scale) เพื่อการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งกำหนดช่วงคะแนน เพื่อประเมินความพึงพอใจ ต่อสื่อความหมายธรรมชาติ จากการพิจารณาค่าคะแนนเฉลี่ย (mean) แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ช่วงคะแนน	4.21-5.00	กำหนดเป็น	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ช่วงคะแนน	3.41-4.20	กำหนดเป็น	ระดับความพึงพอใจมาก
ช่วงคะแนน	2.61-3.40	กำหนดเป็น	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ช่วงคะแนน	1.81-2.60	กำหนดเป็น	ระดับความพึงพอใจน้อย
ช่วงคะแนน	1.00-1.80	กำหนดเป็น	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

จากค่าคะแนนดังกล่าว ได้แบ่งระดับความพึงพอใจต่อสื่อความหมายธรรมชาติ เป็น 5 ชนิดโดยระดับข้อมูลเป็นแบบอันตรภาคสเกล (interval scale) หรือการวัดแบบช่วง ได้จากการคำนวณค่าตัวแปร โดยรวมตัวแปรย่อย (องค์ประกอบของสื่อแต่ละชนิด) ให้เป็นตัวแปรเดียว และหาค่าเฉลี่ยของตัวแปรทั้งหมดในสื่อความหมายธรรมชาติแต่ละชนิด ดังนี้

- 1) ระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์
- 2) ระดับความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผนผังในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- 3) ระดับความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- 4) ระดับความพึงพอใจต่อป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการนอกรถ
- 5) ระดับความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ความรู้

นอกจากนี้ ความคิดเห็นด้านคุณภาพของสื่อความหมาย กำหนดระดับในการวัดแบบอันดับสเกล(ordinal scale) แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

ดี	ให้ค่าคะแนน	3	คะแนน
พอใช้	ให้ค่าคะแนน	2	คะแนน
ควรปรับปรุง	ให้ค่าคะแนน	1	คะแนน

โดยช่วงคะแนนสำหรับ พิจารณาค่าเฉลี่ยของข้อมูล นั้นคือแปลงข้อมูลเป็นระดับในการวัดเป็นแบบช่วง(interval scale) แบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{3-1}{3} = 0.67$$

ช่วงคะแนน	2.35 – 3.00	กำหนดเป็น	สื่อมีคุณภาพดี
ช่วงคะแนน	1.68 – 2.34	กำหนดเป็น	สื่อมีคุณภาพพอใช้
ช่วงคะแนน	1.00 – 1.67	กำหนดเป็น	สื่อมีคุณภาพควรปรับปรุง

จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทดสอบล่วงหน้า (pre-test) 50 ราย และนำไปหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (reliability)

## 2.5 การวัดความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

การวัดความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยเริ่มจากนำแบบสอบถามที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างที่ทดสอบล่วงหน้า(pre-test) 50 ราย มาหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (reliability coefficient) โดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายใน(internal consistency method) ซึ่งเป็นการวัดความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้โดยไม่ต้องวัดซ้ำ และเพื่อหาค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวัดทั้งหมด โดยคำนวณจากสูตรของครอนบาค(cronbach alpha formula) กรณีที่ให้คะแนนแต่ละข้อคำถามเป็นเลขจำนวนเต็มใด ๆ ซึ่งหากค่าที่ได้มีค่าตั้งแต่ 0.9 ขึ้นไป แสดงว่า

แบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ และไม่จำเป็นต้องตัดข้อความใดออก โดยสูตรที่ใช้ในการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้คือ (เพ็ญแข, 2544)

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left[ \frac{1 - \sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

$\alpha$	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม
$\sum S_i^2$	คือ	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนที่วัดได้จากแต่ละข้อ
$S_T^2$	คือ	ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมของทุกข้อคำถาม
$N$	คือ	จำนวนข้อคำถามทั้งหมดที่ใช้วัด

ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น 50 ชุด และนำมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม เท่ากับ .9555 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ และเที่ยงตรง สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลต่อไป

## 2.6 การปรับปรุงแบบสอบถาม

โดยปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงก่อนที่จะนำไปใช้เก็บและรวบรวมข้อมูลจริง ในพื้นที่

## 2.7 การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ครั้ง คือในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ของวันที่ 5 - 7 เมษายน พ.ศ. 2546 และในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ของวันที่ 26 - 27 เมษายน พ.ศ. 2546 เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์เข้ามาเยือนเป็นจำนวนมาก โดยผู้วิจัยขอความร่วมมือจากผู้มาเยือนให้ตอบแบบสอบถามในส่วนที่ได้ผ่านการให้บริการสื่อเหล่านั้นจริง สื่อความหมายชนิดใดที่ผู้มาเยือนไม่ได้ใช้ จึงไม่ต้องตอบ ดังนั้นในแบบสอบถามด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อความหมายธรรมชาติ จึงมีจำนวนผู้ให้บริการสื่อความหมายธรรมชาติแต่ละประเภทไม่เท่ากัน



## 2.8 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่เก็บทั้ง 2 ครั้ง มากำหนดรหัสลงในแบบลงรหัส จากนั้นจึงป้อนข้อมูลดิบ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ตามรหัสที่กำหนดไว้ และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

2.8.1 การวิเคราะห์สถิติสำหรับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายลักษณะที่สำคัญของข้อมูล และนำเสนอข้อมูลที่รวบรวมได้

2.8.2 การวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ของเพียร์สัน ค่าการทดสอบที หรือการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA) จากนั้นแสดงผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (multiple comparisons) ด้วยวิธีของ Bonferroni (กรณีที่มีความแปรปรวนของประชากรเท่ากัน) หรือด้วยวิธีของ Tamhane's  $T_2$  (กรณีที่มีความแปรปรวนของประชากรไม่เท่ากัน)

## 3. สถานที่สำหรับการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิส่วนใหญ่ หรือ 2 ใน 3 ส่วนอยู่บริเวณศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี เนื่องจากเป็นจุดที่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และมีโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติหลากหลาย ทั้งประเภทใช้บุคคล และไม่ใช้บุคคล ผู้มาเยือนสามารถประกอบกิจกรรมนันทนาการได้หลากหลาย

## ผลการวิจัย และวิจารณ์

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 รูปแบบและองค์ประกอบของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

ตอนที่ 2 ภูมิหลัง และรูปแบบการมาเยือนของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือน

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

### ตอนที่ 1 รูปแบบและองค์ประกอบของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก มีแหล่งท่องเที่ยวหลัก 3 แหล่ง คือ ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก อุทยานพักผ่อนบ้าน และสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ซึ่งรายละเอียดของสื่อความหมายธรรมชาติส่วนใหญ่จะมาจากศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก และรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาของสื่อความหมายฯ แต่ละชนิด ดังภาคผนวก ข และจากการประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติเบื้องต้น แต่ละแหล่งท่องเที่ยวสามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้

#### 1. ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก

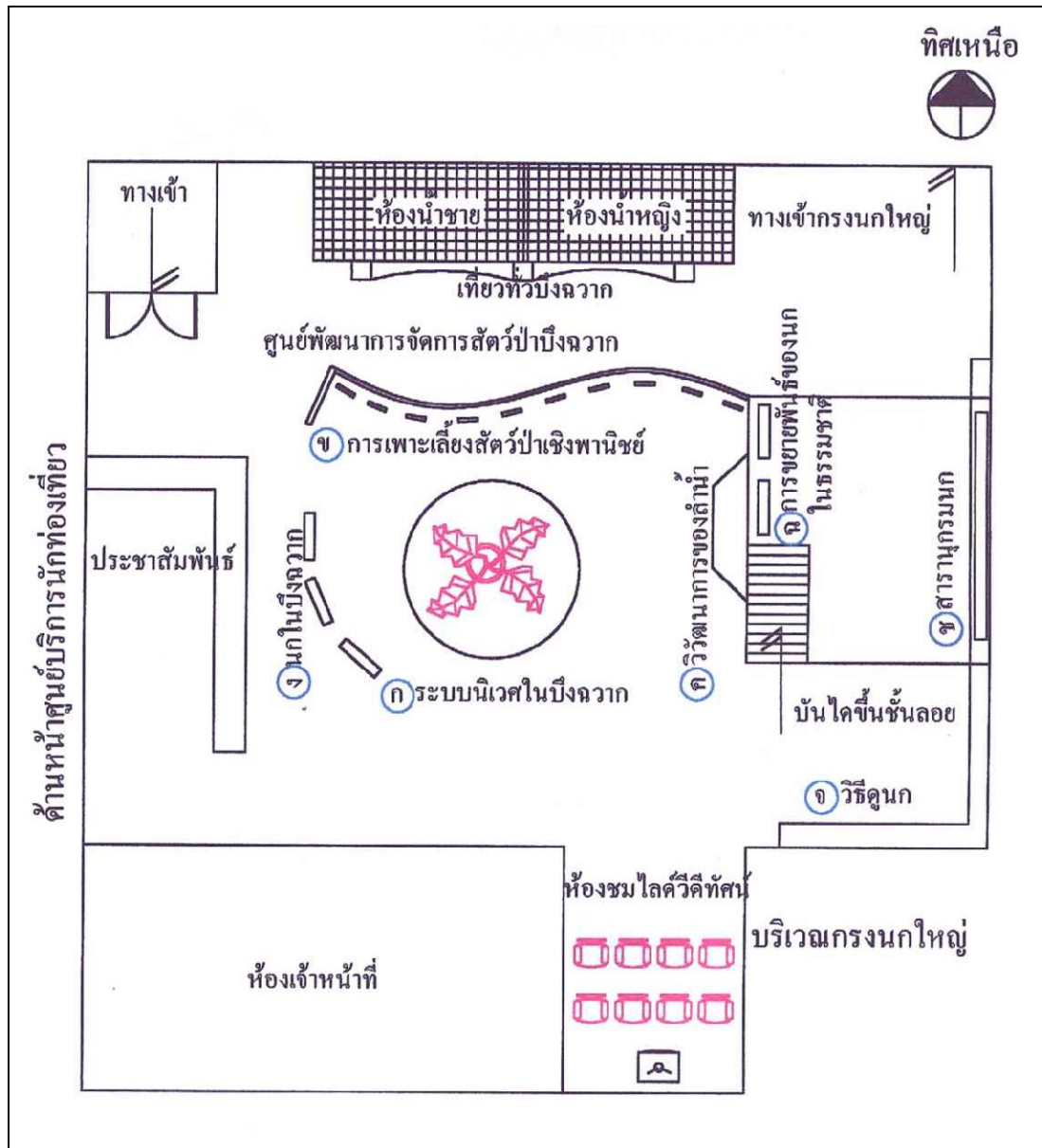
พบสื่อความหมายธรรมชาติ 4 ชนิดใหญ่ ทั้งสื่อความหมายธรรมชาติแบบไม่ใช้บุคคล และสื่อความหมายธรรมชาติแบบใช้บุคคล ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยภายในศูนย์บริการฯ มีสื่อชนิดป้ายนิทรรศการ แผนที่/แผนผัง สไลด์/วิดีโอ/โทรทัศน์ ป้ายให้ข้อมูล/ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร และเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ โดยรายละเอียดด้านเนื้อหาของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ แสดงในภาคผนวก ข

## 1.1 สื่อสิ่งพิมพ์

รูปแบบสื่อที่พบ คือ จัดบริการเป็นรูปเล่มขนาดกระทัดรัด (12 x 20 เซ็นติเมตร) จำนวน 23 หน้า พิมพ์ภาพสี ทำด้วยกระดาษปอนด์ มีทั้งฉบับภาษาไทย และฉบับภาษาอังกฤษ โดยจัดให้สำหรับผู้สนใจเท่านั้น เนื้อหาสาระภายในเล่ม มีเค้าโครงเรื่อง เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของ บึงฉวาก ประวัติการก่อตั้ง ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าหายาก มีแผนผังแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่ง บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก สภาพธรรมชาติในบึงฉวาก การเดินทางมายังบึงฉวาก การเตรียมตัวสำหรับคุณ และการบริการเพื่อการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 สื่อสิ่งพิมพ์ จากศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก และอุทยานพักผ่อนบ้าน



ภาพที่ 6 แผนผังสื่อความหมายธรรมชาติในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉลวก



ภาพที่ 7 รูปแบบการสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉลวก

## 1.2 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

### 1.2.1 ป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการ

ป้ายมีความน่าสนใจ ทั้งลักษณะข้อมูลที่จัดไว้ และรูปลักษณะของป้าย ตำแหน่งการจัดวางผังแผนผัง (ดังภาพที่ 6) แสดงตำแหน่งของป้ายและหัวข้อเรื่องที่น่าสนใจ โดยมีการละเอียดตามเค้าโครงเรื่อง ดังนี้

ก. นิเวศวิทยาบึงฉวากก่อนการพัฒนา เป็นการจำลองระบบนิเวศในบึงฉวากในตู้เป็นลักษณะ 3 มิติ และแสดงระบบนิเวศใต้น้ำ พร้อมป้ายให้ข้อมูล ตำแหน่งตู้ตั้งอยู่บริเวณกลางศูนย์บริการ เนื้อหาสาระมีเค้าโครงเรื่องย่อคือ ระบบนิเวศในบึงฉวาก บริเวณพืชใต้น้ำ บริเวณพืชบนผิวน้ำ บริเวณพืชขึ้นต้น บริเวณพืชชายน้ำ สภาพสื่ออยู่ในสภาพดี และเป็นจุดที่ดึงดูดความสนใจของเด็ก เนื่องจากเป็นสื่อที่จำลองขนาดเท่าของจริง ดังภาพที่ 7

ข้อจำกัด/ ปัญหา คือ ป้ายที่อยู่ในตู้บางป้ายล้มและเลื่อนไป อาจเนื่องมาจากการนำออกมาปรับปรุงลำบาก เพราะอยู่ในตู้จำลองที่สูง นอกจากนี้การทำความสะดวก แบบจำลองภายในตู้ ก็ทำได้ลำบากเช่นเดียวกัน และลักษณะป้ายมีขนาดเล็ก เนื้อหาสาระมากเกินไป ดังนั้นความคิดเห็นในการปรับปรุง/ พัฒนาสื่อ คือป้ายสื่อความหมายฯ ในตู้ควรมีเนื้อหาสาระที่กระชับ และขนาดตัวอักษรใหญ่ขึ้น หากเป็นไปได้ ควรปรับปรุงป้ายให้มีความน่าสนใจสำหรับเด็กมากขึ้น

ข. การเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าเชิงพาณิชย์ รูปแบบป้ายมีสีสันสวยงาม เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า ตั้งติดผนัง บริเวณกลางศูนย์บริการ เรียงกัน 11 ป้าย มีเค้าโครงเรื่อง คือ การเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าเชิงพาณิชย์ จระเข้ กวางป่า เสือโคร่ง นกยูง ไก่ฟ้าหลังขาว ไก่ป่า งูหลาม กบทูต ชะมดเขียด และ 5 ขั้นตอนก่อนการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า เนื้อหาของป้าย มีรายละเอียดของสัตว์ป่าที่สามารถเพาะเลี้ยงได้ตามกฎหมาย ซึ่งมีทั้งหมด 27 ชนิด และถัดมานำเสนอเป็นสัตว์ที่อนุญาตให้เพาะเลี้ยงได้เฉพาะกิจการสวนสัตว์สาธารณะ มีรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะของสัตว์ป่าแต่ละชนิดพร้อมภาพประกอบ 9 ชนิด ซึ่งผู้ที่สนใจ สามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากเจ้าหน้าที่ สภาพสื่อยังมีสภาพดีมาก ทำด้วยวัสดุที่คงทน แข็งแรง และเป็นจุดที่น่าสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ เนื่องจากมีภาพสวยงาม และเนื้อหาที่น่าสนใจ (ภาพที่ 7)

ค. วิวัฒนาการของลำน้ำ รูปแบบสื่อเป็นภาพแสดงการเปลี่ยนแปลงของลำน้ำ จากอดีต ตั้งแต่ขั้นเริ่มต้นถึงปัจจุบัน มีแบบจำลองใส่ตู้กระจกเกี่ยวกับพื้นที่บึงฉวาก และลำน้ำ ไกล่เคียง มีภาพแสดงภูมิทัศน์ของเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก ภาพน่าสนใจโดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับ ที่มาของเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวากมาจากคำว่า “ชะวาก” ซึ่งหมายถึง ช่องกว้าง และเนื้อหาเกี่ยวกับการวิวัฒนาการของลำน้ำจนถึงปัจจุบัน เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก จัดเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำตามอนุสัญญา แรมซาร์ สภาพสื่อยังใหม่ และได้รับการดูแลรักษาอย่างดี (ภาพที่ 7)

ง. นกในบึงฉวาก เป็นป้ายให้ข้อมูลโดยมีภาพ แสดงสภาพบึงน้ำจัด 3 ภาพ โทนีสีเหลือง เทียว และฟ้า เป็นป้ายสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดใหญ่ และมีข้อมูลความรู้ได้ภาพใหญ่ มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวงจรชีวิตนกประจำถิ่น นกอพยพนอกฤดูผสมพันธุ์ และนกอพยพสร้างรัง ลักษณะเป็นวงล้อมบอกช่วงเดือนที่นกอพยพมาและบอกวงจรชีวิตของนก สามารถหมุนได้ มีคำอธิบายได้วงล้อม บอกชนิดนกแต่ละประเภท ว่านกในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก มีชนิดใดบ้างที่เป็น นกประจำถิ่น หรือนกอพยพ มีวิธีการใช้วงล้อมเป็นกระดาดแปะเพิ่มเติม (ภาพที่ 7) สภาพสื่อดีพอใช้ แต่วิธีการใช้สื่อซึ่งเป็นคำอธิบายใส่กระดาด และนำมาแปะนั้น ควรปรับปรุงให้คงทนมากกว่านี้ และให้กลมกลืนกับป้ายสื่อความหมายๆ ที่มีอยู่

จ. วิธีดูนก เป็นป้ายขนาดเล็กหลายป้าย บอกถึงวิธีสังเกตนกในส่วนต่าง ๆ คือ ขนาด ปากและปีก หางและตีน และสีลวดลายและพฤติกรรม เนื้อหาของป้าย อยู่ตำแหน่งสูง จากพื้นประมาณ 1 เมตร มีภาพส่วนต่าง ๆ ของนก (พร้อมคำอธิบายสั้น ๆ ) ขนาดตัวอักษรพอ เหมาะ และอ่านง่าย รวมทั้งมีภาพประกอบที่สื่อได้ดี สภาพสื่อ มีความคงทน และสวยงาม ได้รับการดูแลรักษา ดังภาพที่ 7

ฉ. การขยายพันธุ์ของนกในธรรมชาติ มีการนำเสนอในหัวข้อ “ไข่อะไรเอ๋ย” มีภาพไข่นกชนิดต่าง ๆ ให้ลองทายว่าเป็น ไข่ชนิดอะไร และมีคำเฉลยด้านล่างของป้าย ให้ความรู้ โดยใช้ภาพเป็นการสื่อ อยู่ในสภาพที่ดี แต่มีข้อจำกัดที่อยู่ในตำแหน่งที่ตั้งที่ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร จึงทำให้ไม่ค่อยเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว

ช. สารานุกรมนก แสดงรายละเอียดของชนิดนกในกรงนกใหญ่ โดยนกแต่ละ ชนิดมีทั้งชื่อภาษาไทย และภาษาอังกฤษ มีรายละเอียดพร้อมภาพนกเป็นตัวอย่าง สำหรับผู้มาเยือน

สามารถชื่นชม และศึกษาได้จากภายในอาคารศูนย์บริการฯ บริเวณชั้นลอย เพื่อเทียบกับนกอจริงที่อยู่ในกรงนกใหญ่ ดังภาพที่ 7

จากการวิเคราะห์สื่อความหมายธรรมชาติภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยสรุปแล้ว ภายในตัวอาคารที่มีโปรแกรมสื่อความหมายฯ ชนิดต่าง ๆ จัดไว้ นั้น จัดการนำเสนอข้อมูลได้ดีมาก อย่างไรก็ตามอาจมีข้อจำกัด หรือปัญหาที่เกิดขึ้น และต้องปรับปรุงแก้ไขบ้างบางส่วน และนอกจากที่กล่าวมาแล้ว ปัญหาที่พบ คือ ตัวอาคารศูนย์บริการตั้งอยู่ในทางออกไม่ใช่ทางเข้า การไหลเวียนของรถ และที่จอดรถอยู่ห่างจากศูนย์บริการฯ ทำให้จุดที่ตั้งนี้ไม่ค่อยโดดเด่นมากนัก และป้ายหน้าศูนย์บริการฯ มีลักษณะโปร่งจนเกินไปทำให้ไม่เป็นที่สังเกต และหลังจากสอบถามผู้มาเยือนจำนวนหนึ่งพบว่า ผู้มาเยือนไม่ทราบว่า เป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เข้าใจว่าเป็นสำนักงานของเจ้าหน้าที่ สิ่งเหล่านี้มีผลทำให้ผู้มาเยือนไม่ให้ความสนใจเท่าที่ควร

ดังนั้นความคิดเห็นในการปรับปรุงศูนย์บริการฯ เพิ่มเติม คือ ป้ายที่บอกทางเข้าศูนย์บริการฯ ควรปรับปรุงให้ชัดเจนกว่านี้ และจัดการด้านการไหลเวียนของรถ และจัดหาคำแนะนำที่จอดรถให้เหมาะสม

### 1.2.2 แผนที่/แผนผัง

ก. แผนผังแหล่งท่องเที่ยว ในหัวข้อ “เที่ยวทั่วบึงฉวาก” มีรูปแบบเป็นป้ายนิทรรศการแสดงแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบบริเวณ เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก จัดทำเป็นป้ายมีภาพแสดงประกอบคำอธิบาย ในแต่ละจุดท่องเที่ยวป้ายมีขนาดใหญ่ (มีเนื้อหาสาระโดยย่อในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว แสดงในภาคผนวก ข) สภาพสื่ออยู่ในสภาพดี (ภาพที่ 7)

ข้อจำกัด/ ปัญหา กรณีที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งที่เข้ามาสอบถามข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ ทั้ง ๆ ที่มีป้ายนิทรรศการ แสดงรายละเอียดแล้วก็อาจเป็นไปได้ว่า ตำแหน่งที่ตั้งป้ายอยู่ในจุดที่ไม่โดดเด่น และอาจมีแสงสว่างน้อยเกินไป ความคิดเห็นในการปรับปรุง/ พัฒนาสื่อ คือ ควรปรับปรุงให้มีแสงสว่างเพิ่มขึ้น หรือปรับให้อยู่ในตำแหน่งที่น่าสนใจมากกว่านี้

ข. แผนผังสื่อความหมายภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นป้ายตั้งอยู่ใกล้บริเวณทางเข้า บอกตำแหน่งของป้ายนิทรรศการภายในศูนย์บริการ เข้าใจได้ง่าย และอยู่ในสภาพดี



ข้อจำกัด/ ปัญหา ขนาดแผนผังเล็กเกินไป มีผลให้ความน่าสนใจลดลงได้ แม้ตำแหน่งที่ตั้งจะอยู่ในตำแหน่งที่ผู้มาเยือนผ่านมากที่สุดก็ตาม อย่างไรก็ตาม ผู้จัดทำอาจมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งที่ไม่ต้องการให้สื่อชนิดนี้เด่นชัดมาก เพราะผู้มาเยือนสามารถเดินชมได้ ด้วยตนเองภายในศูนย์บริการฯ

ค. แบบจำลองสภาพบึงฉวาก และพื้นที่ท่องเที่ยวบริเวณศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก เป็นแบบจำลองตั้งสูงจากพื้นประมาณ 1 เมตร แสดงแผนที่บึงฉวาก และอาคารต่าง ๆ ที่จัดแสดงในบริเวณศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวากเป็นแบบจำลอง ปัจจุบัน (เมษายน 2546) ตั้งอยู่ภายในศูนย์ฯ ด้านหน้าโต๊ะประชาสัมพันธ์ สภาพสื่อ เริ่มมีฝุ่นเกาะ และชำรุดไปบ้างบางส่วน เนื่องจากไม่มีตู้กระจกครอบปิดแบบจำลอง ทำให้นักท่องเที่ยวจับ และได้รับความเสียหายได้ แม้จะมีกระดาษเขียนป้ายเตือนตั้งไว้ว่า “ห้ามจับ” (ภาพที่ 7)

ความคิดเห็นในการปรับปรุง/ พัฒนาสื่อ ควรจัดหาตู้กระจก หรือวัสดุที่สามารถป้องกันฝุ่น เพื่อไม่ให้ผู้มาเยือนจับแบบจำลองโดยตรง ป้องกันการชำรุดเสียหาย และยากต่อการซ่อมแซมในอนาคต

### 1.2.3 สไลด์/ วิดีโอ/ โทรทัศน์

ภายในศูนย์บริการฯ มีสื่อเหล่านี้ แต่การเก็บรวบรวมครั้งนี้ ผู้มาเยือนใช้เพียงสื่อโทรทัศน์ ที่เปิดให้ชม เป็นรายการจาก UBC เกี่ยวกับชีวิตสัตว์ และได้เขียนตารางแจ้งช่วงเวลา และหัวข้อเรื่องที่จะเปิดให้ชมด้วย ดังภาพที่ 7

## 1.3 ป้ายนิทรรศการ/ ป้ายให้ข้อมูลนอกอาคาร

บริเวณศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก มีลักษณะสื่อ เป็นป้ายให้ข้อมูลบริเวณหน้ากรงสัตว์ ป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับรถขบวน โดยป้ายแต่ละชนิดมีรายละเอียดดังนี้ (ภาพที่ 7)

1.3.1 ป้ายให้ข้อมูลบริเวณหน้ากรงสัตว์ ลักษณะป้ายมีสีพื้น คือสีเขียว ตัวอักษรเป็นสีขาว สูงจากพื้นประมาณ 1 เมตร ทำจากวัสดุที่แข็งแรง กรอบทำด้วยเหล็ก เนื้อหาสาระประกอบด้วย ชื่อภาษาไทยของสัตว์ในกรง ชื่อภาษาอังกฤษที่เป็นชื่อวิทยาศาสตร์ ลักษณะทั่วไป ถิ่นที่อยู่

อาศัย อาหาร การกระจายถิ่น (สื่อด้วยภาพแผนที่ประเทศไทย เพื่อแสดงการกระจายถิ่นประกอบคำบรรยาย) ระดับความสูง และตำแหน่งที่ตั้งป้ายเหมาะสม เด็กสามารถขึ้นอ่านได้ (ภาพที่ 7)

ข้อจำกัด / ปัญหา แต่ละป้ายไม่มีภาพประกอบ บางกรณีสัตว์หลายชนิดอยู่ร่วมกัน ทำให้ไม่ทราบว่าชนิดไหน ชื่ออะไร และบางครั้งมีการย้ายสัตว์ในกรง หรือเปลี่ยนแปลงบางอย่างทำให้รายละเอียด หรือข้อมูลที่บอกไว้หน้ากรงไม่ตรงกับชนิดสัตว์ที่สื่อ ทำให้ความเข้าใจของผู้มาเยือนผิดพลาดได้ ความคิดเห็นในการปรับปรุง/ พัฒนาสื่อ คือปรับปรุงข้อมูลสื่อให้สอดคล้องกับสัตว์ในกรง และมีภาพประกอบจะสื่อได้ชัดเจนกว่านี้

1.3.2 ป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับรถขบวน เป็นป้ายขนาดใหญ่ตั้งอยู่บริเวณสถานีที่จอดรถขบวนแต่ละสถานี นั่นคือ แต่ละแหล่งท่องเที่ยวหลักจะมีป้ายนี้ ทำจากวัสดุที่คงทนถาวร พื้นหลังสีน้ำตาล ตัวอักษรสีขาวขนาดตัวอักษร พอเหมาะ และตั้งในจุดที่เหมาะสม คือจุดที่นั่งคอยรถขบวน เนื้อหาในป้าย สื่อชื่อสถานี ราคาบัตร เส้นทางเดินรถ จุดท่องเที่ยว ตารางเวลาเดินรถขบวน การใช้บัตรโดยสารรถขบวน

#### 1.4 เจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้

เป็นการสื่อโดยใช้บุคคล เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ความรู้ มี 2 รูปแบบ นั่นคือ เจ้าหน้าที่ประจำรถขบวน เป็นทั้งผู้ขับ และบางครั้งเป็นทั้งผู้บรรยายไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนี้ เป็นเจ้าหน้าที่ที่ให้ข้อมูลที่ผู้มาเยือนสามารถสอบถามเรื่องต่าง ๆ ได้ โดยประจำอยู่ที่ศูนย์บริการฯ หากผู้มาเยือนกลุ่มใดต้องการการนำเที่ยว สามารถติดต่อขอใช้บริการได้

โดยสรุปแล้ว ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก มีสื่อความหมายธรรมชาติไว้บริการหลากหลาย และจัดทำได้ดี มีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ต้องปรับปรุง รวมถึงการบริการนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังต้องปรับปรุง อย่างไรก็ตาม การนำเสนอดังกล่าวนี้ ได้ผลจากการประเมินสถานภาพสื่อความหมายฯ ในช่วงเวลาเดียว นั่นคือช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2546 และมีบางส่วนที่กำลังพัฒนา และปรับปรุง ซึ่งในอนาคตหากมีการพัฒนาปรับปรุงสื่อความหมายฯ เหล่านี้ จะเกิดประโยชน์แก่สาธารณชนได้อย่างมาก

## 2. อุทยานผักพื้นบ้าน

มีสื่อความหมายธรรมชาติหลายชนิด เพื่อให้บริการประชาชน ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ชนิด แผ่นพับ ป้ายนิทรรศการในอาคาร ป้ายให้ข้อมูลนอกอาคาร แผนที่/แผ่นผัง และสื่อสไลด์/วิดีโอ รวมทั้งมีเจ้าหน้าที่บรรยายประกอบการฉายสื่อวีดิทัศน์ต่าง ๆ ดังภาพที่ 8 อย่างไรก็ตามการศึกษาครั้งนี้ สื่อความหมายฯ ที่ผู้มาเยือนได้ใช้ส่วนใหญ่ คือ สื่อแผ่นพับ และป้ายให้ข้อมูลนอกอาคาร (แสดงชื่อผักแต่ละชนิด)

### 2.1 สื่อสิ่งพิมพ์

เป็นสื่อแผ่นพับ สนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวทางการเกษตร ในสื่อมีเนื้อหาเกี่ยวกับ บึงฉวาก และการพัฒนา แผ่นผังอุทยานผักฯ การติดต่อ เวลาเข้าชม และข้อควรปฏิบัติ (ภาพที่ 5)

### 2.2 ป้ายให้ข้อมูลนอกอาคาร

เป็นป้ายบอกข้อมูล เกี่ยวกับชื่อผัก และข้อมูลต่างที่สำคัญ เช่นป้ายบริเวณ โรงเรือนปลูกพืชระบบประหย่น้ำ ดังภาพที่ 8

## 3. สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

พบสื่อความหมายธรรมชาติเพียง 2 ชนิด คือ สื่อสิ่งพิมพ์(แผ่นพับ) และสื่อชนิดป้าย ให้ข้อมูลในอาคาร(บริเวณหน้าตู้ปลา) และป้ายให้ข้อมูลนอกอาคาร(บริเวณบ่อจระเข้ น้ำจืด) อย่างไรก็ตาม จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ สื่อแผ่นพับไม่ได้ผลิตแล้วในปัจจุบัน(เมษายน 2546) จึงมีเพียงป้ายให้ข้อมูลเท่านั้น ซึ่งพบเห็นได้ 2 บริเวณ ได้แก่ ป้ายให้ข้อมูลในอาคาร(บริเวณหน้าตู้ปลา) และป้ายให้ข้อมูลนอกอาคาร(บริเวณบ่อจระเข้ น้ำจืด) ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน นั่นคือ

ป้ายให้ข้อมูลในอาคาร(บริเวณหน้าตู้ปลา) มีเนื้อหาเกี่ยวกับชื่อปลา หรือสัตว์น้ำ ที่อยู่ในตู้ ทั้งชื่อภาษาไทย และชื่อวิทยาศาสตร์ และภาพประกอบ บางป้ายมีรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะเด่น ถิ่นที่อยู่อาศัย และ อาหาร (ภาพที่ 9)



แผนผังอุทยานผักพื้นบ้าน



ป้ายให้ข้อมูลนอกอาคาร



ป้ายนิทรรศการในอาคาร



สไลด์ประกอบการบรรยาย

ภาพที่ 8 รูปแบบการสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณอุทยานผักพื้นบ้าน



สถานแสดงพันธุ์ปลา



ป้ายให้ข้อมูลในอาคาร



ตัวอย่างป้ายให้ข้อมูลในอาคาร



ป้ายให้ข้อมูลนอกอาคาร

ภาพที่ 9 รูปแบบการสื่อความหมายธรรมชาติ ในบริเวณสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

ข้อจำกัด/ ปัญหา คือ ตำแหน่งที่ตั้งป้ายอยู่สูงเกินไป (เหนือตู้ปลา) ประกอบกับตัวหนังสือที่เล็กเกินไปทำให้อ่านยาก แต่บริเวณบ่อจะเข้ น้ำจืด ป้ายมีลักษณะแขวนอยู่เหนือทางเดิน ที่ผู้มาเยือนเดินชมบ่อจะเข้ ตัวอักษรขนาดใหญ่ และเห็นได้ชัดเจน ความคิดเห็นในการปรับปรุง/ พัฒนาสื่อคือ ปรับปรุงป้ายในอาคารให้มีตำแหน่งที่เหมาะสม และขนาดตัวอักษรใหญ่ขึ้น เพื่อความสะดวกในการชม และหาความรู้ นอกจากนี้หากเป็นไปได้ ควรจัดหาสื่อแผ่นพับเพื่อให้ผู้มาเยือนได้ใช้ประกอบการเข้าชม และได้รับความรู้จากการมาเยือน พร้อมๆ กับได้รับความเพลิดเพลินในการชมปลา และสัตว์น้ำจืดที่จัดแสดง

โดยสรุปแล้ว สื่อความหมายธรรมชาติบริเวณอุทยานผักพื้นบ้าน และสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ กำลังอยู่ในช่วงปรับปรุงและยังไม่ได้เปิดให้ใช้มากนัก อีกทั้งบุคลากรที่มีหน้าที่ดูแลยังมีไม่เพียงพอ ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ จึงเน้นที่บริเวณศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก

จากผลการวิจัยด้วยการใช้แบบสอบถาม ผู้มาเยือนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่น และเอกลักษณ์เฉพาะของเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก ส่วนใหญ่บอกว่ามีความสวยงาม เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ บรรยากาศร่มรื่น(ร้อยละ 21.6) รองลงมาเป็นจุดเด่นที่นิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อจะเข้ น้ำจืด(ร้อยละ 20.2) อันดับที่ 3 คือ เป็นแหล่งน้ำตามธรรมชาติ หรือบึงที่กว้างใหญ่(ร้อยละ 18.1) ส่วนจุดเด่น หรือเอกลักษณ์อื่น ๆ แสดงดังตารางที่ 1 ซึ่งจุดเด่น เหล่านี้ผู้ที่จัดการด้านสื่อความหมายธรรมชาติสามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาเกี่ยวกับการจัดทำ หรือปรับปรุงด้านสื่อความหมายธรรมชาติได้ เช่น เกี่ยวกับความสวยงามตามธรรมชาติของตัวบึงฉวากเอง อาจมีการสื่อความหมายเกี่ยวกับจุดที่สามารถชมวิวดูได้ หรือสภาพระบบนิเวศของบึงฉวาก นอกจากนี้สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ก็เป็นจุดเด่นหนึ่งที่บึงฉวากสามารถจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก หรือเน้นเรื่องการสื่อความหมายธรรมชาติเพื่อให้ความรู้แก่ผู้มาเยือนได้

หากพิจารณาจากข้อเสนอแนะของผู้มาเยือนด้านการสื่อความหมายธรรมชาติพบว่า ส่วนใหญ่ต้องการให้มีเจ้าหน้าที่ประจำจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และให้ความรู้(ร้อยละ 23.1) รองลงมาต้องการให้มีป้ายบอกจุดท่องเที่ยว/ แผนที่ชัดเจน และต้องการให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวบึงฉวาก(ร้อยละ 16.7 และร้อยละ 15.4 ตามลำดับ) รวมถึงความต้องการให้เพิ่มสื่อสิ่งพิมพ์(ร้อยละ 12.8) อย่างไรก็ตาม ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะจากผู้มาเยือนเป็นเพียงส่วนหนึ่งในการพิจารณา เมื่อต้องการปรับปรุงพัฒนาทั้งทางด้าน โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งต้องพิจารณาด้านวัตถุประสงค์ ของการจัดการร่วมด้วย

ตารางที่ 1 ข้อเสนอแนะของผู้มาเยือนด้านต่าง ๆ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

ข้อเสนอแนะด้าน	จำนวน	ร้อยละ
1. ด้านจุดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะของบึงฉวาก (n = 282)		
- ความสวยงาม เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ บรรยากาศร่มรื่น	61	21.6
- นิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อจระเข้ น้ำจืด	57	20.2
- เป็นแหล่งน้ำตามธรรมชาติ หรือบึงที่กว้างใหญ่	51	18.1
- กระจกสัตว์ต่าง ๆ สัตว์ป่า	38	13.5
- กรงนกขนาดใหญ่	23	8.2
- อุทยานผักพื้นบ้าน	23	8.2
- การศึกษาธรรมชาติ/ การดูนก	12	4.3
- มีธรรมชาติอันควรอนุรักษ์	5	1.8
- ความสะอาด	4	1.4
- ป้ายสื่อความหมายต่าง ๆ	4	1.4
- ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	2	0.7
- ไม่เสียค่าใช้จ่าย	1	0.3
- รถขบวนนำเที่ยวชมในบึง	1	0.3
2. ด้านการให้บริการสื่อความหมายฯ (n = 78)		
- ควรมีเจ้าหน้าที่ประจำจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และให้ความรู้	18	23.1
- ป้ายบอกจุดท่องเที่ยว / แผนที่ควรบอกให้ชัดเจน	13	16.7
- ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวบึงฉวาก	12	15.4
- ควรเพิ่มปริมาณสื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ/ ใบปลิว)	10	12.8
- ควรมีป้ายบอกชื่อสัตว์ที่เป็นปัจจุบัน และบอกให้ตรงกับสัตว์ที่เห็น	7	9.0
- นิทรรศการนอกอาคารควรมีความสนใจมากกว่านี้	5	6.4
- ควรมีพื้นที่นั่งชมวีดีโอ/ โทรทัศน์/ สไลด์ กว้างกว่านี้	4	5.1
- ในกรงนกใหญ่ ควรมีช้อนก และชื่อพันธุ์ไม้ รวมถึงภาพถ่ายนกติดไว้	3	3.8
- ปรับปรุงสื่อให้ดึงดูดใจ และน่าสนใจ เพื่อการศึกษาที่ชัดเจน	3	3.8
- ควรบอกระยะทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุด	2	2.6
- ป้ายในศูนย์บริการฯ บางป้ายใช้สีที่อ่านยาก	1	1.3

## ตอนที่ 2 ภูมิหลัง และรูปแบบการมาเยือนของนักท่องเที่ยว

### 1. ลักษณะภูมิหลังของผู้มาเยือนเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉอาก

จากการศึกษา โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามทั้งหมด 403 ชุด พบว่าผู้มาเยือนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง(ร้อยละ 51.6) โดยมีอายุอยู่ในช่วง 15-25 ปี (ร้อยละ 42.9) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 26-35 ปี (ร้อยละ 26.4) และอายุเฉลี่ย 29 ปี สังกัดได้ว่า ช่วงอายุดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นและวัยทำงาน

ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ ผู้มาเยือนมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ ปริญญาตรี(ร้อยละ 38.0) รองลงมา อยู่ในระดับมัธยมปลาย หรือปวช.(ร้อยละ 22.3) ส่วนการศึกษาในระดับ มัธยมต้น และอนุปริญญา หรือปวส. มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 15.6 และร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการหรือเป็นพนักงานของรัฐ(ร้อยละ 30.0) ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มนักเรียน/ นักศึกษา(ร้อยละ 29.3) รองลงมาเป็นอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน(ร้อยละ 12.4) และกลุ่มอาชีพอื่น ๆ คือ ทำธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง ค้าขาย เกษตรกร แม่บ้าน และอื่น ๆ รวมแล้วคิดเป็นร้อยละ 28.3

รายได้ต่อเดือนของผู้มาเยือนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ ถึงรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท(ร้อยละ 35.6) รองลงมา คือ มีรายได้ 4,001-9,000 บาทต่อเดือน(ร้อยละ 22.1) และรายได้ 9,001-14,000 บาทต่อเดือน ใกล้เคียงกับกลุ่มรายได้ 14,001-19,000 บาทต่อเดือน(ร้อยละ 14.8 และร้อยละ 14.6 ตามลำดับ)

ผู้มาเยือนส่วนใหญ่มาจากภาคกลางและภาคตะวันตก(ร้อยละ 47.0) รองลงมาคือ อาศัยอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในพื้นที่ศึกษา(ร้อยละ 34.0) และหากจัดกลุ่ม ผู้มาเยือนที่เหลือเป็นภาคอื่น ๆ(ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก) คิดรวมเป็นร้อยละ 19.0 (ตารางที่ 2) และจากหมายเหตุ ซึ่งค่า n แตกต่างกันนั้น เนื่องจากผู้มาเยือนอาจไม่ต้องการเปิดเผยข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลรายได้ต่อเดือน หรือข้อมูลที่อยู่ปัจจุบัน เป็นต้น

ตารางที่ 2 ลักษณะภูมิหลังของผู้มาเยือนเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

	(n = 403)	
ภูมิหลังของผู้มาเยือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	208	51.6
ชาย	195	48.4
อายุ (n = 401)*		
15-25 ปี	172	42.9
26-35 ปี	106	26.4
36-45 ปี	95	23.7
46-55 ปี	25	6.2
56-65 ปี	3	0.8
ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) = 29.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) = 10.305		
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	20	5.0
มัธยมต้น	63	15.6
มัธยมปลาย หรือ ปวช.	90	22.3
อนุปริญญา หรือ ปวส.	58	14.4
ปริญญาตรี	153	38.0
สูงกว่าปริญญาตรี	19	4.7
อาชีพ		
ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ	121	30.0
นักเรียน / นักศึกษา	118	29.3
พนักงานบริษัทเอกชน	50	12.4
ทำธุรกิจส่วนตัว	35	8.7
รับจ้าง	29	7.2
ค้าขาย	22	5.5
เกษตรกร	13	3.2
แม่บ้าน	8	2.0
อื่นๆ	7	1.7



## ตารางที่ 2 (ต่อ)

(n = 403)		
ภูมิหลังของผู้มาเยือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน (n = 365)*		
ไม่มีรายได้- รายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท	130	35.6
4,001- 9,000 บาท	81	22.1
9,001- 14,000 บาท	54	14.8
14,001- 19,000 บาท	53	14.6
19,001 บาทขึ้นไป	47	12.9
ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) = 10,214.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) =14,253.88		
ที่อยู่ปัจจุบัน (n = 379)*		
จังหวัดสุพรรณบุรี	129	34.0
ภาคกลาง และภาคตะวันตก	178	47.0
ภาคเหนือ	72	19.0

หมายเหตุ \* หมายถึง ค่า n ที่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้มาเยือนไม่ต้องการเปิดเผยข้อมูลภูมิหลังนั้นๆ

## 2. รูปแบบการเดินทางของผู้มาเยือนเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

จากข้อมูลการเดินทางของผู้มาเยือนพบว่า กว่าครึ่งเคยมาเยือนบึงฉวากแล้ว(ร้อยละ 55.3) และส่วนใหญ่เคยมาเยือน 1-3 ครั้ง (ร้อยละ 30.5) รองลงมาเคยมาเยือน 4-6 ครั้ง(ร้อยละ 13.0) และโดยเฉลี่ยแล้วผู้มาเยือนเคยมาเยือนบึงฉวากประมาณ 2 ครั้ง ผู้มาเยือนบางท่านไม่ตอบแบบสอบถามในข้อนี้ อาจเนื่องจากมาหลายครั้งไม่แน่ใจว่าจำนวนเท่าใด อย่างไรก็ตามผู้ที่มาเยือนบึงฉวากครั้งแรกมีถึง ร้อยละ 45.3 และเป็นการเดินทางมาเยือนครั้งนี้ ส่วนใหญ่บึงฉวากเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก หรือตั้งใจมาเที่ยวที่นี่โดยตรง (ร้อยละ 88.6) ดังตารางที่ 3

ประเภทของกลุ่มในการมาเยือนกว่าครึ่ง เป็นกลุ่มครอบครัว หรือกลุ่มญาติ(ร้อยละ57.5) รองลงมาคือกลุ่มเพื่อน(ร้อยละ 20.6) และที่ใกล้เคียงกับกลุ่มเพื่อน คือ กลุ่มผสมทั้งญาติและเพื่อน (ร้อยละ 17.4) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มาคนเดียว หรือมากับบริษัทนำเที่ยวและกลุ่มอื่นๆ มีน้อย

ตารางที่ 3 รูปแบบการเดินทางของผู้มาเยือนเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

รูปแบบการมาเยือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การเดินทางมาเยือนบึงฉวาก (n = 403)		
เคย	223	55.3
ไม่เคย	180	44.7
จำนวนครั้งที่มาเยือนบึงฉวาก (n = 393)*		
มาเยือนเป็นครั้งแรก	178	45.3
เคยมาเยือนแล้ว 1-3 ครั้ง	120	30.5
เคยมาเยือนแล้ว 4-6 ครั้ง	51	13.0
เคยมาเยือนแล้ว 7-9 ครั้ง	5	1.3
เคยมาเยือนแล้ว 10 ครั้งขึ้นไป	39	9.9
ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) = 2.58      ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) = 4.10		
บึงฉวากเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก (n = 402)*		
ใช่	356	88.6
ไม่ใช่	46	11.4
ประเภทของกลุ่ม (n = 403)		
ครอบครัว / ญาติ	232	57.5
เพื่อน	83	20.6
กลุ่มผสม (เพื่อน / ญาติ)	70	17.4
มาคนเดียว	4	1.0
มากับบริษัทนำเที่ยว	2	0.5
อื่นๆ	12	3.0
ขนาดของกลุ่ม (n = 401)*		
1-5 คน	175	43.6
6-10 คน	146	36.4
11-15คน	48	12.0
16-20คน	16	4.0
มากกว่า 20 คนขึ้นไป	16	4.0
ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) = 9.21      ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) = 14.54		

ตารางที่ 3 (ต่อ)

รูปแบบการมาเยือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่ (n = 383)*		
ต่ำกว่า 2 ชั่วโมง	131	34.2
3-5 ชั่วโมง	218	<b>56.9</b>
6-8 ชั่วโมง	28	7.3
9 ชั่วโมงขึ้นไป	6	1.6
ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) = 3.457 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) = 2.69		
เหตุผลหลักที่มาเยือนบึงฉลวก (n = 403)		
พักผ่อนร่วมกับเพื่อน / สมาชิกในครอบครัว	252	<b>62.5</b>
เรียนรู้ / ศึกษาธรรมชาติ	62	15.4
ชม / หาความรู้ที่อุทยานผักพื้นบ้าน	38	9.4
หลีกเลี่ยงความจำเจ	21	5.2
รับประทานอาหาร	13	3.2
ศึกษาวิธีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า	8	2.1
อื่นๆ	9	2.2

หมายเหตุ \* หมายถึง ค่า n ที่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้มาเยือนไม่แน่ใจ หรือไม่สะดวกด้านเวลา

ขนาดของกลุ่ม หรือจำนวนสมาชิกในกลุ่ม ส่วนใหญ่มีจำนวน 1-5 คน(ร้อยละ 43.6) รองลงมา จำนวน 6-10 คน(ร้อยละ 36.4) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ อย่างไรก็ตาม ลักษณะพื้นที่สามารถรองรับกลุ่มการท่องเที่ยวแบบนี้ได้

ระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่ ส่วนใหญ่ใช้เวลาระหว่าง 3-5 ชั่วโมง(ร้อยละ 56.9) รองลงมาใช้เวลาต่ำกว่า 2 ชั่วโมง(ร้อยละ 34.2) ส่วนผู้มาเยือนที่พักค้างคืนมีเพียงกลุ่มเดียวในช่วงที่ผู้วิจัยเข้าไปเก็บข้อมูล ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าผู้มาเยือนมีเวลาอยู่ในพื้นที่น้อย และเป็นการเดินทางแบบไม่พักค้างคืน ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นไปด้วยความลำบาก ดังนั้นจึงมีผลให้แบบสอบถามในบางประเด็น ผู้มาเยือนไม่สามารถมีเวลาตอบได้ครบถ้วน

เหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวมาเยือนบึงฉลวกส่วนใหญ่ คือ เพื่อพักผ่อนร่วมกับเพื่อน หรือ สมาชิกในครอบครัว(ร้อยละ 62.5) รองลงมาเพื่อเรียนรู้/ ศึกษาธรรมชาติ(ร้อยละ15.4) ส่วนเหตุผลอื่น ๆ เช่น ชม/ หาความรู้ที่อุทยานผักพื้นบ้าน หลีกหนีความจำเจ รับประทานอาหาร หรือเพื่อศึกษาวิธีการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า มีค่าร้อยละอยู่ในช่วง ร้อยละ 2-9 เท่านั้น ดังตารางที่ 3

### 3. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉลวก

ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาผู้มาเยือนกว่าครึ่งได้เดินทางไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่อื่น ๆ ที่ไม่ใช่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉลวก มากกว่า 2 ครั้ง(ร้อยละ 51.9) รองลงมา คือ ได้เดินทางไปท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง(ร้อยละ 37.7) และที่ไม่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวเลยร้อยละ 10.4 และกลุ่มที่ได้ท่องเที่ยวไม่ว่ากี่ครั้งก็ตาม ได้รับความรู้/ ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรของพื้นที่นั้น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง(ร้อยละ 70.4) รองลงมาได้รับความรู้/ ความเข้าใจในระดับมาก(ร้อยละ 19.3) ที่เหลือเป็นส่วนน้อย ที่ได้รับความรู้น้อย หรือไม่ได้รับความรู้เลย (ร้อยละ 9.5 และ ร้อยละ0.8 ตามลำดับ)

เมื่อไปเยือนแหล่งอื่น ๆ เหล่านี้แล้ว ได้รับความรู้/ ความเข้าใจ จากสื่อชนิดแผ่นป้าย ให้ ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการมากที่สุด(ร้อยละ 27.6) อันดับที่สองจากสื่อชนิดแผ่นพับ/ สื่อสิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 20.2) และอันดับที่ 3 จากสื่อชนิดเส้นทางศึกษาธรรมชาติ(ร้อยละ 16.5) ส่วนสื่อความหมายฯ ที่เป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และแผนที่/ แผนที่/ แผนที่ คิดเป็นร้อยละ 13.9 และร้อยละ 11.0 ตามลำดับ นอกจากนี้ สื่อความหมายฯ ชนิดสไลด์/ วิดีโอ สื่อโดยเจ้าหน้าที่ และสื่ออื่น ๆ ผู้มาเยือน ได้รับความรู้/ ความเข้าใจน้อยมากโดยสื่อแต่ละชนิดได้ค่าร้อยละ ต่ำกว่าร้อยละ 5 ดังตารางที่ 4

การรับรู้ข่าวสารของผู้มาเยือน ส่วนใหญ่ทราบข่าว/ ข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนมากที่สุด (ร้อยละ 37.4) รองลงมา ได้รับข้อมูลจากญาติ (ร้อยละ 26.2) และอันดับที่ 3 ได้รับข้อมูลจาก วิทยุ/ โทรทัศน์(ร้อยละ 12.7) นอกจากนี้ได้รับข้อมูลจากหน่วยงานราชการ นิติสาร/ วารสารการท่องเที่ยว แผ่นพับ/ โบปปลิว เว็บไซต์ต่างๆ หรือ จากหนังสือพิมพ์ มีจำนวนน้อย คิดแล้วอยู่ในช่วง ร้อยละ 2 - 7 เท่านั้น (ตารางที่ 4)

ค่า n ไม่เท่ากัน เนื่องจากเป็นลักษณะของการตอบแบบสอบถาม ตอบเฉพาะผู้ที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งอื่น ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา และเป็นลักษณะการตอบที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

ข้อมูลด้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่เยือนแหล่งอื่น (n = 403)		
มากกว่า 2 ครั้ง	209	<b>51.9</b>
1-2 ครั้ง	152	37.7
0 ครั้ง	42	10.4
ได้รับความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวอื่น (n = 358)*		
ได้มาก	69	19.3
ได้ปานกลาง	252	<b>70.4</b>
ได้น้อย	34	9.5
ไม่ได้เลย	3	0.8
ได้รับความรู้/ความเข้าใจจากสื่อฯ ไหนมากที่สุด(แหล่งอื่น) (n = 352)*		
แผ่นป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการ	97	27.6
แผ่นพับ/ สื่อสิ่งพิมพ์	71	20.2
เส้นทางศึกษาธรรมชาติ	58	<b>16.5</b>
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	49	13.9
แผนที่/ แผนที่	39	11.0
เจ้าหน้าที่	17	4.8
สไลด์/ วีดีโอ	9	2.6
อื่น ๆ	12	3.4
แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวบึงฉวาก (n = 561)**		
เพื่อน	210	<b>37.4</b>
ญาติ	147	26.2
วิทยุ/โทรทัศน์	71	12.7
หน่วยงานราชการ	40	7.1
นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว	29	5.2
แผ่นพับ/ใบปลิว	23	4.1
อื่นๆ	21	3.7
เว็บไซต์ต่าง ๆ	10	1.8
หนังสือพิมพ์	10	1.8

**หมายเหตุ** \* ค่า n ที่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้มาเยือนตอบเฉพาะผู้ที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งอื่น ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

\*\* ค่า n ที่มากกว่า 403 เพราะ จากแบบสอบถามข้อ 16 สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และนำมาคิดค่าร้อยละจาก จำนวนทั้งหมดที่ตอบ

### **ตอนที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือน**

#### **1. ความคาดหวัง ในการประกอบกิจกรรมนันทนาการ**

ผู้มาเยือนส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก มีความคาดหวังในการประกอบกิจกรรมนันทนาการ คือ พักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติ(ร้อยละ 68.5) รองลงมา คือ ชมนิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อจระเข้ น้ำจืด(ร้อยละ 44.7) คูสัตว์ป่าในกรง(ร้อยละ 39.2) กิจกรรมดูนกตามธรรมชาติ(ร้อยละ 34.2) รับประทานอาหาร(ร้อยละ 20.8) ชมอุทยานพักผ่อนบ้าน(ร้อยละ 11.7) และตกปลา(ร้อยละ 4.0) ตามลำดับ จากตารางที่ 5 พบว่าผู้มาเยือนส่วนใหญ่ไม่ได้คาดหวังจะมาประกอบกิจกรรมใดเป็นพิเศษ เพียงต้องการมาเพื่อพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติเป็นหลัก

ผู้มาเยือนส่วนใหญ่ได้ประกอบกิจกรรมคูสัตว์ป่าในกรง และพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติ ในร้อยละที่ใกล้เคียงกัน(ร้อยละ 85.6 และร้อยละ 85.4 ตามลำดับ) จากการเปรียบเทียบดังตารางที่ 5 พบว่าผู้มาเยือนคาดหวัง และได้ประกอบกิจกรรมตามที่คาดหวัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมคูสัตว์ป่าในกรง ส่วนใหญ่ไม่ได้คาดหวัง แต่ได้ประกอบกิจกรรม เช่นเดียวกับกิจกรรมดูนกตามธรรมชาติ ชมนิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อจระเข้ น้ำจืด ในร้อยละที่ใกล้เคียงกัน(ร้อยละ 78.2 และร้อยละ 77.7 ตามลำดับ) และได้รับประทานอาหาร (ร้อยละ 51.9) ส่วนกิจกรรมชมอุทยานพักผ่อน และกิจกรรมตกปลา ส่วนใหญ่ไม่ได้คาดหวัง และไม่ได้ประกอบกิจกรรมจริง ซึ่งสอดคล้องกัน สังกัดได้ว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง นักท่องเที่ยวจะได้ทำตามที่คาดหวังทุกกิจกรรม ดังนั้นการจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการ ควรเน้นเกี่ยวกับเพื่อเป็นแหล่งพักผ่อน รวมถึงกิจกรรมดูนกตามธรรมชาติควรส่งเสริมให้มากขึ้น เนื่องจาก แม้ผู้มาเยือนไม่ได้คาดหวัง แต่ได้ประกอบจริงเป็นอันดับที่ 3 รองจากกิจกรรมพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติ และคูสัตว์ป่าในกรง อย่างไรก็ตาม ยังควรพิจารณาถึงความพึงพอใจของผู้มาเยือนต่อกิจกรรมเหล่านี้ร่วมด้วย ดังแสดงรายละเอียดในข้อ 2

**ตารางที่ 5** การเปรียบเทียบร้อยละและจำนวนระหว่างความคาดหวัง และการได้ประกอบกิจกรรมฯ

ประเภทกิจกรรม	ความคาดหวัง		การประกอบกิจกรรม	
	คาดหวัง	ไม่ได้คาดหวัง	ได้ประกอบจริง	ไม่ได้ประกอบ
1. คู่มือตัวป่าในกรง	39.2 (158)	60.8 (245)	85.6 (345)	14.4 (58)
2. ดูนกตามธรรมชาติ	34.2 (138)	65.8 (265)	78.2 (315)	21.8 (88)
3. ตกปลา	4.0 (16)	96.0 (387)	11.2 (45)	88.8 (358)
4. ชมอุทยานผักพื้นบ้าน	6.7 (47)	93.3 (356)	13.6 (55)	86.4 (348)
5. รับประทานอาหาร	20.8 (84)	79.2 (319)	51.9 (209)	48.1 (194)
6. ฟักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติ	68.5 (276)	31.5 (127)	85.4 (344)	14.6 (59)
7. ชมนิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อจระเข้ น้ำจืด	44.7 (180)	55.3 (223)	77.7 (313)	22.3 (90)

## 2. ระดับความพึงพอใจของผู้มาเยือนเมื่อได้ประกอบกิจกรรม

จากตารางที่ 6 ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยของผู้มาเยือน เมื่อได้ประกอบกิจกรรมแล้ว พบว่า กิจกรรมที่มีความพึงพอใจมากเรียงลำดับจากมาก ไปหาน้อย คือ กิจกรรมพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติ รองลงมาชมนิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อจระเข้ น้ำจืด ลำดับที่ 3 ชมอุทยานผักพื้นบ้าน (ค่าเฉลี่ย = 4.19, 4.03 และ 3.84 ตามลำดับ) ซึ่งพื้นที่สำหรับประกอบกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของบึงฉลวนนั่นเอง นอกจากนี้กิจกรรมดูนกตามธรรมชาติ คู่มือตัวป่าในกรง และกิจกรรมรับประทานอาหาร มีระดับความพึงพอใจมากเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย = 3.70, 3.69 และ 3.62 ตามลำดับ) ส่วนกิจกรรมตกปลา มีความพึงพอใจระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.24)

จากการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง และระดับความพึงพอใจด้านสื่อความหมายฯ ดังตารางที่ 7 พบว่า สัดส่วนความคาดหวังในกิจกรรมคู่มือตัวป่าในกรง ดูนกตามธรรมชาติ ตกปลา และกิจกรรมชมนิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อจระเข้ น้ำจืด มีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจของผู้มาเยือนเมื่อได้ทำกิจกรรมนั้น ๆ แล้ว โดยมีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ .01 ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้มาเยือนมีความคาดหวังต่อกิจกรรมดังกล่าวเพิ่มขึ้น ระดับความพึงพอใจจะเพิ่มขึ้นด้วย (เนื่องจากค่าเพียร์สัน หรือค่า r มีค่าบวก) นอกจากนี้ ความคาดหวังในการมา

รับประทานอาหาร มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจเมื่อได้มารับประทานอาหาร โดยมีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ในทิศทางเดียวกันเช่นเดียวกัน แต่ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อกิจกรรมชมอุทยานผักพื้นบ้าน และพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าผู้มาเยือนมีความคาดหวังสูง และได้รับความพึงพอใจไม่เป็นอย่างที่คาดหวังไว้ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเฉลี่ยของผู้ที่ได้ประกอบกิจกรรมทั้งสองนี้แล้ว พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากจึงไม่ปัญหาสำหรับการจัดการด้านกิจกรรมนันทนาการ

นอกจากนี้ คือ ผู้ที่คาดหวังมาดูสัตว์ป่าในกรง จะมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมดูนกตามธรรมชาติ ชมนิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อกระจกเขื่อนน้ำจืด(มีความสัมพันธ์กันและมีทิศทางเดียวกันที่ระดับนัยสำคัญ .01) และการพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติ (มีความสัมพันธ์กันและมีทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05) ผู้ที่คาดหวังมาดูนกตามธรรมชาติ จะมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมชมนิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อกระจกเขื่อนน้ำจืด(มีความสัมพันธ์กันและมีทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .01) ) และการพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติ (มีความสัมพันธ์กัน และมีทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05) ด้วยเช่นเดียวกัน รวมทั้งผู้ที่คาดหวังมารับประทานอาหาร จะมีความพึงพอใจเมื่อได้มาพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติ (มีความสัมพันธ์กัน และมีทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05)

สรุปได้ว่าผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการประกอบกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ กิจกรรมพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติและ กิจกรรมชมนิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อกระจกเขื่อนน้ำจืด และกิจกรรมชมอุทยานผักพื้นบ้าน ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก แต่มีเพียงกิจกรรมตกปลาเท่านั้น ที่ผู้มาเยือนมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับปานกลาง และจากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ ผู้ที่มีความคาดหวังจะมาดูสัตว์ป่าในกรง หรือมาดูนกตามธรรมชาติ จะพึงพอใจเมื่อได้ทำกิจกรรมอื่นที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน รวมถึงกิจกรรมพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติด้วย รวมทั้งผู้ที่คาดหวังมารับประทานอาหาร จะมีความพึงพอใจเมื่อได้พักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติไปด้วยซึ่งมีความสอดคล้องกัน เพราะ เป็นลักษณะของกิจกรรมมาปิกนิกนั่นเอง และทุกกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่ามีความสัมพันธ์กัน อย่างมีทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ยิ่งผู้มาเยือนมีความคาดหวังเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจเมื่อได้ประกอบกิจกรรมนั้น ๆ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย



ตารางที่ 6 ร้อยละและจำนวนระหว่างกิจกรรมที่ผู้มาเยือนได้ประกอบจริง และระดับความพึงพอใจ

(n = 403 )

กิจกรรมนันทนาการ	ได้ประกอบจริง จำนวน(คน)	ระดับความพึงพอใจ					ร้อยละ (จำนวน)		SD	พึงพอใจ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{x}$			
1. คูสัต์ว์ป่าในกรง	345	16.5 (57)	39.1 (135)	<b>42.0</b> (145)	1.4 (5)	0.9 (3)	3.69	0.792	มาก	
2. คุนกดตามธรรมชาติ	315	15.9 (50)	<b>43.2</b> (136)	37.1 (117)	3.2 (10)	0.6 (2)	3.70	0.793	มาก	
3. ตกปลา	45	15.6 (7)	24.4 (11)	<b>37.8</b> (17)	13.3 (6)	8.9 (4)	3.24	1.151	ปานกลาง	
4. ชมอุทยานพักผ่อนบ้าน	55	21.8 (12)	<b>41.8</b> (23)	34.5 (19)	1.8 (1)	0	3.84	0.788	มาก	
5. รับประทานอาหาร	209	19.6 (41)	30.1 (63)	<b>44.0</b> (92)	5.3 (11)	1.0 (2)	3.62	0.891	มาก	
6. พักผ่อน / ชม / ศึกษาธรรมชาติ	344	37.8 (130)	<b>44.2</b> (153)	16.9 (58)	1.2 (4)	0	<b>4.19</b>	0.748	มาก	
7. ชมนิทรรศการพันธุ์ปลา / บ่อจระเข้ น้ำจืด	313	29.1 (91)	<b>46.6</b> (146)	22.7 (71)	1.6 (5)	0	4.03	0.763	มาก	

**ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (correlation) ระหว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจ  
ต่อกิจกรรมที่ได้ประกอบจริง**

ความพึงพอใจต่อกิจกรรม กิจกรรมที่คาดหวัง		ACT1	ACT2	ACT3	ACT4	ACT5	ACT6	ACT7
1. คู่มือวีป้าในกรง	Pearson	<b>.147**</b>						
	Sig.	.006						
2. คุณกตามธรรมชาติ	Pearson	<b>.172**</b>	<b>.171**</b>					
	Sig.	.002	.002					
3. ตกปลา	Pearson	.262	.104	<b>.429**</b>				
	Sig.	.082	.495	.003				
4. ชมอุทยานผักพื้นบ้าน	Pearson	.105	-.058	.153	.103			
	Sig.	.445	.672	.265	.453			
5. รับประทานอาหาร	Pearson	.086	.064	-.044	-.019	<b>.176*</b>		
	Sig.	.215	.357	.523	.785	.011		
6. พักผ่อน / ชม / ศึกษาธรรมชาติ	Pearson	<b>.133*</b>	.120	.093	.040	<b>.137*</b>	.044	
	Sig.	.013	.026	.083	.454	.011	.420	
7. ชมนิทรรศการพันธุ์ ปลา / บ่อกระจกน้ำจืด	Pearson	<b>.146**</b>	<b>.150**</b>	-.031	.022	.069	-.051	<b>.217**</b>
	Sig.	.010	.008	.579	.695	.221	.365	.000

หมายเหตุ \* คือ ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

\*\* คือ ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

Sig คือ ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้

ACT1- ACT7 คือ ความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่ 1 ถึง กิจกรรมที่ 7 ตามลำดับ

**3. ความคาดหวังในการใช้บริการสื่อความหมายธรรมชาติ และระดับความพึงพอใจตามที่คาดหวัง**

ความคาดหวังในการใช้บริการสื่อความหมายธรรมชาติ ในพื้นที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก จากตารางที่ 8 ผู้มาเยือนส่วนใหญ่ ไม่ได้คาดหวังจะมาใช้บริการสื่อความหมายธรรมชาติ มีเพียง บางส่วนเท่านั้น โดยคาดหวังใช้สื่อความหมายฯ ชนิดป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการนอกอาคารมากที่สุด(ร้อยละ 48.4) รองลงมาคือ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และแผนที่/ แผนที่ในร้อยละใกล้เคียง

กัน(ร้อยละ 27.5 และร้อยละ 27.3 ตามลำดับ) อันดับต่อไป คือ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (ร้อยละ 22.3) อันดับต่อมา คือ ความคาดหวังในการใช้บริการเจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ความรู้(ร้อยละ 20.1) ส่วนอันดับสุดท้าย ผู้มาเยือนคาดหวังที่จะใช้บริการน้อยมาก เพียงร้อยละ 4.7 เท่านั้น คือสไลด์/ วีดีโอ/ โทรทัศน์

นอกจากนี้ ความคาดหวังจะใช้สื่อมาก 3 ชนิดแรก คือป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการนอกอาคารมากที่สุด รองลงมาคือศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และแผนที่/ แผนที่/ แผนที่ ผู้มาเยือนได้ใช้สื่อมากเรียงลำดับทั้ง 3 ตามที่คาดหวังไว้ (ร้อยละ 87.8 ร้อยละ 83.9 และร้อยละ 73.2) และหากพิจารณากลุ่มผู้ที่ได้ใช้สื่อฯ เฉพาะที่คาดหวัง พบว่า ผู้ที่คาดหวังจะได้ใช้สื่อฯ นั้น ๆ ตามที่คาดหวัง มากกว่าผู้ที่ไม่ได้คาดหวังในสื่อความหมายฯ ทุกชนิด และเรียงลำดับผู้ที่ได้ใช้สื่อฯ ตามที่คาดหวัง ได้ 3 ลำดับจากมากไปหาน้อย คือป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการนอกอาคารมากที่สุด รองลงมาคือศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และสไลด์/ วีดีโอ/ โทรทัศน์ (ร้อยละ 87.2 ร้อยละ 84.7 และร้อยละ 78.9 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 8

หากพิจารณาระดับความพึงพอใจเฉลี่ยของกลุ่มผู้ที่คาดหวัง และได้ใช้สื่อฯ ตามที่คาดหวัง ดังตารางที่ 8 พบว่า ผู้มาเยือนคาดหวังจะมาใช้สื่อฯ มากเป็น 4 อันดับแรกนั้น ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับดังนี้ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว(ร้อยละ 58.5) รองลงมา คือ ป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร(ร้อยละ 47.0) อันดับที่ 3 สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (ร้อยละ 45.8) และอันดับที่ 4 แผนที่/แผนที่(ร้อยละ 42.0) ส่วนสื่อฯ ชนิดสไลด์/ วีดีโอ/ โทรทัศน์ และเจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ความรู้ ผู้มาเยือนมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยส่วนมากอยู่ในระดับปานกลาง(ร้อยละ 46.7 และร้อยละ 35.6 ตามลำดับ)

จากการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง และระดับความพึงพอใจด้านสื่อความหมายฯ ดังตารางที่ 9 พบว่า ผู้มาเยือนที่คาดหวังมาใช้แผนที่/ แผนที่ จะสัมพันธ์กับความพึงพอใจเมื่อได้ใช้แผนที่แล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ยิ่งคาดหวังจะมาใช้สื่อชนิดนี้มากเท่าไร ก็ยิ่งมีความพึงพอใจเมื่อได้ใช้สื่อนี้มากขึ้นเท่านั้น แต่ความคาดหวัง และความพึงพอใจในสื่อความหมายที่เหลือทั้งหมด ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 8 ร้อยละและจำนวนของความคาดหวัง ได้ใช้ตามที่คาดหวัง และความพึงพอใจในการใช้บริการสื่อความหมายธรรมชาติตามที่คาดหวัง

(n = 403 )

ชนิดของ สื่อความหมายฯ	ความคาดหวังการใช้สื่อฯ		ได้ใช้สื่อ	ได้ใช้สื่อฯ ตามที่คาดหวัง		ความพึงพอใจเฉลี่ย ของผู้ที่คาดหวัง และได้ใช้สื่อ				
	คาดหวัง	ไม่ได้คาดหวัง		ได้ใช้	ไม่ได้ใช้	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	22.3 (90)	<b>77.7</b> (313)	42.9 (173)	<b>53.3</b> (48)	46.7 (42)	6.3 (3)	<b>45.8</b> (22)	35.4 (17)	4.2 (2)	8.3 (4)
2. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	27.5 (111)	<b>72.5</b> (292)	83.9 (338)	<b>84.7</b> (94)	15.3 (17)	13.8 (13)	<b>58.5</b> (55)	25.5 (24)	2.1 (2)	0
3. แผนที่ / แผ่นผัง	27.3 (110)	<b>72.7</b> (293)	73.2 (295)	<b>73.6</b> (81)	26.4 (29)	22.2 (18)	<b>42.0</b> (34)	28.4 (23)	4.9 (4)	2.5 (2)
4. สไลด์ / วีดีโอ/โทรทัศน์	4.7 (19)	<b>95.3</b> (384)	62.0 (250)	<b>78.9</b> (15)	21.1 (4)	20.0 (3)	26.7 (4)	<b>46.7</b> (7)	6.7 (1)	0
5. ป้ายให้ข้อมูล / ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร	48.4 (195)	<b>51.6</b> (208)	<b>87.8</b> (354)	<b>87.2</b> (170)	12.8 (25)	12.4 (21)	<b>47.0</b> (80)	34.1 (58)	6.5 (11)	0
6. เจ้าหน้าที่นำชมและ บรรยายให้ความรู้	20.1 (81)	<b>79.9</b> (322)	48.1 (194)	<b>55.6</b> (45)	44.4 (36)	11.1 (5)	28.9 (13)	<b>35.6</b> (16)	20.0 (9)	4.4 (2)

**ตารางที่ 9** ผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ (correlation) ระหว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจ  
ต่อสื่อความหมายธรรมชาติที่ได้ใช้

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ		สื่อฯ 1	สื่อฯ 2	สื่อฯ 3	สื่อฯ 4	สื่อฯ 5	สื่อฯ 6
คาดหวังจะใช้สื่อฯ ชนิด							
1. สื่อสิ่งพิมพ์	Pearson	.020					
	Sig.	.796					
2. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	Pearson	-.057	.031				
	Sig.	.405	.651				
3. แผนที่/ แผนที่	Pearson	-.098	.043	<b>.122*</b>			
	Sig.	.092	.458	.036			
4. สไลด์/ วิดีโอ/ โทรทัศน์	Pearson	-.036	-.025	.041	.033		
	Sig.	.567	.695	.518	.601		
5. ป้ายให้ข้อมูล/ ป้าย นิทรรศการนอกอาคาร	Pearson	-.029	-.049	.026	.018	-.021	
	Sig.	.585	.360	.626	.735	.694	
6. เจ้าหน้าที่นำชม และ บรรยายให้ความรู้	Pearson	.017	-.014	.001	.056	-.059	.040
	Sig.	.812	.845	.125	.437	.413	.583

**หมายเหตุ \*** คือ ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

Sig คือ ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้

สื่อฯ 1- สื่อฯ 6 คือ ความพึงพอใจต่อสื่อความหมายชนิดที่ 1 ถึง ชนิดที่ 6 ตามลำดับ

#### **4. ความคิดเห็นของผู้มาเยือนต่อปริมาณ และคุณภาพของสื่อความหมายธรรมชาติ**

ผู้มาเยือนมีความคิดเห็นว่าสื่อความหมายฯ ที่ได้ใช้จากลำดับที่ 1 ถึง ลำดับที่ 3 มีปริมาณเพียงพอ โดยผู้มาเยือนคิดว่าสื่อที่มีปริมาณเพียงพอ เรียงจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แผนที่/ แผนที่ และป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร (ร้อยละ 74.2 ร้อยละ 69.0 และร้อยละ 68.2 ตามลำดับ) และสื่อทั้ง 3 ชนิดนั้นเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแล้ว พบว่ามีคุณภาพดี(ค่าเฉลี่ย = 2.44, 2.45 และ 2.43 ตามลำดับ) ส่วนสื่อความหมายฯ ที่ผู้มาเยือนคิดว่ามีปริมาณไม่เพียงพอ คือเจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ความรู้ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และสไลด์/ วิดีโอ/ โทรทัศน์(ร้อยละ 66.1 ร้อยละ 59.7 และร้อยละ 54.0 ตามลำดับ) และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยพบว่า

มีคุณภาพพอใช้ (ค่าเฉลี่ย = 1.90, 2.07 และ 2.16 ตามลำดับ) และที่น่าสังเกตคือ ความคิดเห็นต่อเจ้าหน้าที่ฯ ด้านคุณภาพ ส่วนใหญ่ผู้มาเยือนคิดว่า ควรปรับปรุง ดังตารางที่ 10

## 5. ระดับความพึงพอใจของผู้มาเยือนต่อสื่อความหมายธรรมชาติชนิดต่างๆ

5.1 สื่อสิ่งพิมพ์ ผู้มาเยือนที่ได้ใช้บริการสื่อนี้ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับปานกลาง ในองค์ประกอบเกือบทุกด้าน คือ ด้านเนื้อหาสาระโดยรวม ความต่อเนื่องของเนื้อหา ความชัดเจนในเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และขนาดตัวอักษร ส่วนองค์ประกอบด้านความน่าสนใจของสื่อสิ่งพิมพ์ มีความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย=3.45) อย่างไรก็ตามค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.26) ดังตารางที่ 11

5.2 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนที่เข้ามาใช้บริการสื่อต่างๆ ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวพบว่า (ตารางที่ 11)

5.2.1 ป้ายนิทรรศการในศูนย์บริการฯ ผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับมากในทุกองค์ประกอบ คือ ด้านเนื้อหาสาระโดยรวม ความต่อเนื่องของเนื้อหา ความชัดเจนในเนื้อหา ภาษาที่ใช้ ขนาดตัวอักษร และความน่าสนใจ ของป้ายนิทรรศการในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และจากค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการในศูนย์บริการฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.64)

5.2.2 แผนที่/แผนผังในศูนย์บริการฯ ผู้มาเยือนมีความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.59) และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการและแผนที่/แผนผังในศูนย์ฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.62)

5.2.3 โทรทัศน์ในศูนย์บริการฯ ผู้มาเยือนมีความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับปานกลาง ใน 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านเนื้อหาสาระโดยรวม และความต่อเนื่องของเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย = 3.34 และ 3.32 ตามลำดับ) ส่วนองค์ประกอบด้านความชัดเจนในเนื้อหา และภาษาที่ใช้ ผู้มาเยือนมีความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.41 และ 3.45 ตามลำดับ) และจากค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ ต่อสื่อโทรทัศน์ในศูนย์ฯโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ยรวม= 3.38)

ตารางที่ 10 ร้อยละและจำนวนของความคิดเห็นของผู้มาเยือน ต่อปริมาณและคุณภาพของสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

(n = 403 )

ชนิดของ สื่อความหมาย	ได้ใช้สื่อฯ จำนวน	ปริมาณ			คุณภาพ		ค่าเฉลี่ย	คุณภาพ*
		เพียงพอ	ไม่เพียงพอ	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง		
1. สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	173	40.3 (117)	<b>59.7</b> (173)	34.2 (89)	<b>38.5</b> (100)	27.3 (71)	2.07	พอใช้
2. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	338	<b>74.2</b> (221)	25.8 (77)	<b>54.6</b> (159)	35.1 (102)	10.3 (30)	<b>2.44</b>	ดี
3. แผนที่/ แผ่นผัง	295	<b>69.0</b> (209)	31.0 (94)	<b>54.5</b> (164)	35.5 (107)	10.0 (30)	<b>2.45</b>	ดี
4. สไลด์/ วีดีโอ/ โทรทัศน์	250	46.0 (116)	<b>54.0</b> (136)	38.3 (93)	<b>39.5</b> (96)	22.2 (54)	2.16	พอใช้
5. ป้ายให้ข้อมูล/ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร	354	<b>68.2</b> (214)	31.8 (100)	<b>53.9</b> (166)	35.4 (109)	10.7 (33)	<b>2.43</b>	ดี
6. เจ้าหน้าที่นำชมและ บรรยายให้ความรู้	194	33.9 (93)	<b>66.1</b> (181)	28.1 (72)	34.0 (87)	<b>37.9</b> (97)	1.90	พอใช้

หมายเหตุ \*คุณภาพ พิจารณาจากช่วงคะแนนของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ช่วงคะแนน	2.35 – 3.00	กำหนดเป็น	สื่อมีคุณภาพดี
ช่วงคะแนน	1.68 – 2.34	กำหนดเป็น	สื่อมีคุณภาพพอใช้
ช่วงคะแนน	1.00 – 1.67	กำหนดเป็น	สื่อมีคุณภาพควรปรับปรุง

5.3 ป้ายให้ข้อมูล/ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร ผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับมาก ในทุกองค์ประกอบ คือ เนื้อหาสาระโดยรวม ความต่อเนื่องของเนื้อหา ความชัดเจนในเนื้อหา ภาษาที่ใช้ ขนาดตัวอักษร ความน่าสนใจ ตำแหน่งที่ตั้งป้าย และความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม (ค่าเฉลี่ยดังตารางที่ 11) และจากค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ ต่อป้ายให้ข้อมูล/ป้ายนิทรรศการนอกอาคารโดยรวม อยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ยรวม= 3.57) นอกจากนี้สังเกตได้ว่า ความพึงพอใจต่อป้ายๆ นอกอาคารนี้ มีน้อยมากที่ผู้มาเยือนจะมีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด โดยเฉพาะ ด้านภาษาที่ใช้ ขนาดตัวอักษร และความน่าสนใจ ไม่มีผู้ใดตอบว่า พึงพอใจน้อยที่สุด และส่วนใหญ่ตอบว่าพึงพอใจในระดับมาก แสดงว่าทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ เป็นจุดเด่น หรือเป็นข้อดีของป้ายให้ข้อมูล / ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร (ตารางที่ 11)

5.4 เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ความรู้ ผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลางในทุกองค์ประกอบ คือ ด้านเนื้อหาสาระโดยรวม ความชัดเจนในการสื่อ ภาษาและน้ำเสียงที่ใช้ ความน่าเชื่อถือ บุคลิกท่าทางและการแต่งกาย ความรับผิดชอบและความเอาใจใส่ การให้ความสนใจผู้ฟัง การสร้างความเพลิดเพลิน/ความสนุกสนาน มนุษยสัมพันธ์ และการสร้างความประทับใจต่อผู้มาเยือน และจากค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ความรู้ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.18) (ตารางที่ 11)

และจากการสอบถามนักท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจต่อสื่อความหมายธรรมชาติโดยรวมทั้งหมด 5 ระดับคือ พอใจมาก(ร้อยละ 20.6) พอใจ(ร้อยละ66.5) เฉย ๆ (ร้อยละ11.9) ไม่พอใจ(ร้อยละ1.0) และไม่พอใจมาก(0) สังเกตได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการกลับมาเยือนอีก(ร้อยละ 79.9) รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ(ร้อยละ 18.4) และมีเพียงบางเท่านั้นที่ไม่ต้องการกลับมาเยือนบึงฉวากอีก(ร้อยละ 1.7)

จากค่าเฉลี่ยในตารางที่ 11 สามารถสรุปได้ว่า ผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการและแผนที่/แผนผัง ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และป้ายให้ข้อมูล/ป้ายนิทรรศการนอกอาคารในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ในศูนย์บริการฯ และเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ นั้น ผู้มาเยือนมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง



ตารางที่ 11 ร้อยละและจำนวนของระดับความพึงพอใจของผู้มาเยือนต่อสื่อความหมายฯ ชนิดต่างๆ

ชนิดของสื่อความหมายฯ และ องค์ประกอบ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$	พึงพอใจ เฉลี่ย**
	ร้อยละ (จำนวน)						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
<b>1. สื่อสิ่งพิมพ์ (n = 173)*</b>							
- เนื้อหาสาระโดยรวม	5.8 (10)	29.5 (51)	<b>47.4</b> (82)	12.7 (22)	4.6 (8)	3.19	ปานกลาง
- ความต่อเนื่องของเนื้อหา	2.3 (4)	30.1 (52)	<b>49.1</b> (85)	13.3 (23)	5.2 (9)	3.11	ปานกลาง
- ความชัดเจนในเนื้อหา	5.2 (9)	30.1 (52)	<b>50.3</b> (87)	9.2 (16)	5.2 (9)	3.21	ปานกลาง
- ภาษาที่ใช้	5.2 (9)	32.9 (57)	<b>49.7</b> (86)	7.5 (13)	4.6 (8)	3.27	ปานกลาง
- ขนาดตัวอักษร	5.2 (9)	36.4 (63)	<b>48.0</b> (83)	5.8 (10)	4.6 (8)	3.32	ปานกลาง
- ความน่าสนใจ	9.2 (16)	<b>44.5</b> (77)	32.4 (56)	9.2 (16)	4.6 (8)	3.45	มาก
$\bar{X}$ เฉลี่ย = 3.2563, SD = 0.7827 ความพึงพอใจเฉลี่ยต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ในระดับปานกลาง							
<b>2. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</b>							
<b>2.1 ป้ายนิทรรศการในศูนย์บริการฯ (n = 338)*</b>							
- เนื้อหาสาระโดยรวม	10.4 (35)	<b>44.7</b> (151)	41.4 (140)	3.0 (10)	0.6 (2)	3.61	มาก
- ความต่อเนื่องของเนื้อหา	9.8 (33)	39.1 (132)	<b>47.0</b> (159)	3.6 (12)	0.6 (2)	3.54	มาก
- ความชัดเจนในเนื้อหา	10.4 (35)	<b>48.2</b> (163)	37.9 (128)	3.0 (10)	0.6 (2)	3.65	มาก
- ภาษาที่ใช้	8.9 (30)	<b>50.9</b> (172)	35.2 (119)	4.1 (14)	0.9 (3)	3.63	มาก
- ขนาดตัวอักษร	9.5 (32)	<b>48.5</b> (164)	37.3 (126)	4.1 (14)	0.6 (2)	3.62	มาก

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ชนิดของสื่อความหมายฯ และ องค์ประกอบ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$	พึงพอใจ เฉลี่ย**
	ร้อยละ (จำนวน)						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
- ความน่าสนใจ	16.3 (55)	<b>49.4</b> (167)	31.1 (105)	3.0 (10)	0.3 (1)	3.78	มาก
$\bar{X}$ เฉลี่ย = 3.6386, SD = 0.6137 ความพึงพอใจเฉลี่ยต่อป้ายนิทรรศการในศูนย์บริการฯ ในระดับมาก							
2.2 แผนที่ / แผนที่ (n = 295)*	12.2 (36)	<b>45.4</b> (134)	34.6 (102)	5.1 (15)	2.7 (8)	3.59	มาก
$\bar{X}$ เฉลี่ยของป้ายนิทรรศการและแผนที่/แผนที่ในศูนย์บริการฯในระดับมาก = 3.618, SD = 0.6631							
2.3 โทรทัศน์ (n = 250)*							
- เนื้อหาสาระโดยรวม	7.2 (18)	35.6 (89)	<b>43.2</b> (10.8)	12.0 (30)	2.0 (5)	3.34	ปานกลาง
- ความต่อเนื่องของเนื้อหา	7.6 (19)	34.0 (85)	<b>43.6</b> (109)	12.8 (32)	2.0 (5)	3.32	ปานกลาง
- ความชัดเจนในเนื้อหา	7.6 (19)	<b>40.8</b> (102)	38.4 (96)	11.6 (29)	1.6 (4)	3.41	มาก
- ภาษาที่ใช้	7.2 (18)	<b>42.8</b> (107)	39.2 (98)	9.2 (23)	1.6 (4)	3.45	มาก
$\bar{X}$ เฉลี่ย = 3.3810, SD = 0.7788 ความพึงพอใจเฉลี่ยต่อโทรทัศน์ในระดับปานกลาง							
3. ป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร (n = 354)*							
- เนื้อหาสาระโดยรวม	11.6 (41)	40.1 (142)	<b>42.4</b> (150)	5.6 (20)	0.3 (1)	3.57	มาก
- ความต่อเนื่องของเนื้อหา	6.8 (24)	41.5 (147)	<b>44.1</b> (156)	7.3 (26)	0.3 (1)	3.47	มาก
- ความชัดเจนในเนื้อหา	9.0 (32)	<b>44.6</b> (158)	39.5 (140)	6.5 (23)	0.3 (1)	3.56	มาก
- ภาษาที่ใช้	10.7 (38)	<b>46.3</b> (164)	36.4 (129)	6.5 (23)	0	3.61	มาก

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ชนิดของสื่อความหมายฯ และองค์ประกอบ	ระดับความพึงพอใจ ร้อยละ (จำนวน)					$\bar{X}$	พึงพอใจ เฉลี่ย**
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
- ขนาดตัวอักษร	9.9 (35)	<b>46.9</b> (166)	37.3 (132)	5.9 (21)	0	3.61	มาก
- ความน่าสนใจ	11.0 (39)	<b>48.0</b> (170)	33.9 (120)	7.1 (25)	0	3.63	มาก
- ตำแหน่งที่ตั้งป้าย	9.3 (33)	39.5 (140)	<b>42.4</b> (150)	7.3 (26)	1.4 (5)	3.48	มาก
- ความกลมกลืนกับ สภาพแวดล้อม	16.1 (57)	<b>43.2</b> (153)	31.9 (113)	7.9 (28)	0.8 (3)	3.66	มาก

$\bar{X}$  เฉลี่ย = 3.5735, SD = 0.6409 ความพึงพอใจเฉลี่ยต่อป้ายให้ข้อมูลในระดับมาก

4. เจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ (n = 194)\*

- เนื้อหาสาระโดยรวม	7.2 (14)	25.3 (49)	<b>44.3</b> (86)	18.6 (36)	4.6 (9)	3.12	ปานกลาง
- ความชัดเจนในการสื่อ	6.2 (12)	23.2 (45)	<b>50.0</b> (97)	17.0 (33)	3.6 (7)	3.11	ปานกลาง
- ภาษา และน้ำเสียงที่ใช้	8.2 (16)	23.7 (46)	<b>46.4</b> (90)	18.0 (35)	3.6 (7)	3.15	ปานกลาง
- ความน่าเชื่อถือ	7.7 (15)	29.4 (57)	<b>45.4</b> (88)	13.4 (26)	4.1 (8)	3.23	ปานกลาง
- บุคลิกท่าทาง และการแต่งกาย	6.2 (12)	26.8 (52)	<b>50.5</b> (98)	12.4 (24)	4.1 (8)	3.19	ปานกลาง
- ความรับผิดชอบ และความเอาใจใส่	5.7 (11)	23.7 (46)	<b>49.5</b> (96)	17.0 (33)	4.1 (8)	3.10	ปานกลาง
- การให้ความสนใจผู้ฟัง	5.2 (10)	30.4 (59)	<b>44.8</b> (87)	15.5 (30)	4.1 (8)	3.17	ปานกลาง
- การสร้างความเพลิดเพลิน/ สนุกสนาน	10.3 (20)	28.4 (55)	<b>42.3</b> (82)	15.5 (30)	3.6 (7)	3.26	ปานกลาง

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ชนิดของสื่อความหมาย และองค์ประกอบ	ระดับความพึงพอใจ ร้อยละ (จำนวน)					$\bar{X}$	พึงพอใจ เฉลี่ย**
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
- มนุษยสัมพันธ์	9.3 (18)	27.8 (54)	<b>44.3</b> (86)	13.9 (27)	4.6 (9)	3.23	ปานกลาง
- การสร้างความประทับใจ ต่อผู้มาเยือน	11.3 (22)	23.2 (45)	<b>45.4</b> (88)	15.5 (30)	4.6 (9)	3.21	ปานกลาง

$\bar{X}$  เฉลี่ย = 3.1773, SD = 0.8090 ความพึงพอใจเฉลี่ยต่อเจ้าหน้าที่ในระดับปานกลาง

หมายเหตุ \*ค่า n ไม่เท่ากัน เนื่องจากวิธีการตอบแบบสอบถาม โดยให้ตอบเฉพาะสื่อที่ผู้มาเยือนได้  
ใช้จริงเท่านั้น

\*\* ระดับความพึงพอใจ พิจารณาจากช่วงคะแนนของค่าเฉลี่ยดังนี้

ช่วงคะแนน	4.21-5.00	กำหนดเป็น	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ช่วงคะแนน	3.41-4.20	กำหนดเป็น	ระดับความพึงพอใจมาก
ช่วงคะแนน	2.61-3.40	กำหนดเป็น	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ช่วงคะแนน	1.81-2.60	กำหนดเป็น	ระดับความพึงพอใจน้อย
ช่วงคะแนน	1.00-1.80	กำหนดเป็น	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

หากย้อนไปพิจารณาจากตารางที่ 1 เกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้มาเยือนด้านการให้บริการ สื่อความหมายธรรมชาติพบว่าผู้มาเยือนต้องการให้มีเจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ความรู้ประจำ จุดท่องเที่ยวต่าง ๆ มากที่สุด(ร้อยละ 23.1) ซึ่งสอดคล้องกับระดับความพึงพอใจต่อสื่อเจ้าหน้าที่ รวมถึงความคิดเห็นของผู้มาเยือน ด้านคุณภาพของเจ้าหน้าที่ที่ควรปรับปรุง

ดังนั้น วิธีการแก้ไขในประเด็นนี้คือ หากมีความเป็นไปได้ ควรมีการจัดหาเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้เพิ่มเติม รวมทั้งเพิ่มคุณภาพโดย อาจมีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ในด้านต่างๆ ทั้งการ ให้ความรู้ และทักษะด้านการสื่อความหมายธรรมชาติเป็นต้น

#### ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐาน ใหญ่ ๆ 2 สมมติฐาน มีตัวแปรอิสระ คือภูมิหลังของผู้มาเยือน และรูปแบบการมาเยือน โดยตัวแปรด้านระดับความพึงพอใจ ต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติเป็นตัวแปรตาม ผู้วิจัยได้แบ่งสื่อฯ สำหรับการทดสอบสมมติฐาน แบ่งเป็น 5 ชนิด ดังนี้

- ระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์
- ระดับความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการและแผนที่/ แผนที่ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- ระดับความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์ ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- ระดับความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการนอกอาคาร
- ระดับความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้

และแบ่งสมมติฐานย่อยตามจำนวนตัวแปร เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างของประชากรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ใช้สถิติในการทดสอบ คือสถิติการทดสอบที หรือการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระกัน(Independent Sample T-test) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว(one- way ANOVA) และหากผลการทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทดสอบต่อไปว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ใดที่แตกต่างกัน และมีระดับนัยสำคัญไม่เกิน .05 โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มประชากรเป็นรายคู่ หรือการเปรียบเทียบเชิงซ้อน(Multiple comparisons) เมื่อความแปรปรวนของประชากรทุกกลุ่มเท่ากัน จะใช้วิธีของ Bonferroni แต่หากความแปรปรวนไม่เท่ากัน จะใช้วิธีของ Tamhane's  $T_2$

#### สมมติฐานที่ 1 ผู้มาเยือนที่มีภูมิหลังแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

จากการทดสอบที พบว่าค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ มีค่ามากกว่า .05 หรือปฏิเสธสมมติฐานในตัวแปรตามทุกตัว นั่นคือเพศหญิง และเพศชาย มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อความหมายธรรมชาติทุกชนิดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 ผลการทดสอบที เพศแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อสื่อความหมายฯ	เพศ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	t	df	sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	ชาย	87	3.1916	.8304	-1.094	171	.275
	หญิง	86	3.3217	.7302			
2. ป้ายนิทรรศการและแผนที่/ แผนผังในศูนย์บริการฯ	ชาย	132	3.5625	.7189	-1.154	277	.250
	หญิง	147	3.6524	.6079			
3. สื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการฯ	ชาย	117	3.3697	.7848	-.216	248	.830
	หญิง	133	3.3910	.7763			
4. ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร	ชาย	169	3.5340	.6465	-1.111	350	.267
	หญิง	183	3.6100	.6353			
5. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ความรู้	ชาย	98	3.1602	.7421	-.297	192	.767
	หญิง	96	3.1948	.8757			

หมายเหตุ t คือ ค่าการทดสอบโดยใช้สถิติ t  
df คือ ค่าองศาความเป็นอิสระ  
sig คือ ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบที่คำนวณได้

สมมติฐานที่ 1.2 อายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

จากการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว พบว่าค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบมีค่าน้อยกว่า .05 หรือยอมรับสมมติฐานในตัวแปรตามทุกตัว ดังตารางผนวกที่ ค1

และเมื่อทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน พบว่า ไม่สามารถเปรียบเทียบ ปัจจัยด้านอายุ มีผลต่อสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการ และเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ ได้เนื่องจากจำนวนของกลุ่มตัวแปรด้านอายุมีอย่างน้อย 1 กลุ่ม ที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 2 คน จาก ตารางผนวกที่ ค1 ซึ่งแสดงค่าจำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กล่าวคือ ช่วงอายุ 56-65 ปี ในสื่อ 3 ชนิดข้างต้น มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 1 คนเท่านั้น จึงไม่สามารถเปรียบเทียบเป็นรายคู่ได้ ไม่ว่าวิธีใดก็ตาม

ดังนั้นผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อนในสื่อชนิดป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผนผังในศูนย์บริการ และ ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร ใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อน กรณีที่ความแปรปรวนไม่เท่ากัน ด้วยวิธีของ Tamhane's  $T_2$  เนื่องจากเมื่อทดลองหาค่าความแปรปรวนด้วยวิธี Levene แล้วพบว่าตัวแปรตามทั้ง 2 ตัวมีค่าระดับนัยสำคัญน้อยกว่า .05 ได้ผลการศึกษาโดยนำเสนอเพียงคู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่านั้น ดังตารางที่ 13 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- อายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อป้ายนิทรรศการและแผนที่/แผนผังในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ( $F = 3.545, sig. = .008$ ) โดยผู้มาเยือนที่มีอายุในช่วง 15-25 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่า ผู้ที่มีอายุในช่วง 26-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ผู้มาเยือนที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น มีความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการและแผนที่/แผนผังในศูนย์บริการฯ มากกว่ากลุ่มวัยทำงาน หรือวัยกลางคนนั่นเอง

- อายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อป้ายนิทรรศการนอกอาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ( $F = 3.998, sig. = .003$ ) โดยผู้มาเยือนที่มีอายุในช่วง 46-55 ปี มีระดับความพึงพอใจ มากกว่าผู้ที่มีอายุในช่วง 36-45 ปี และช่วงอายุ 56-65 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ช่วงอายุ 15-25 ปี 26-35 ปี และช่วงอายุ 36-45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ผู้มาเยือนที่อาจกล่าวได้ว่าวัยผู้ใหญ่ตอนปลาย(46-55 ปี) จะพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการนอกอาคาร

มากกว่าวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง(36-45 ปี) และวัยชรา(56-65 ปี) จะพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการนอกอาคาร มากกว่า วัยรุ่น วัยทำงาน และวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า อายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อป้ายนิทรรศการ และแผนที่/ แผ่นผังในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และป้ายนิทรรศการนอกอาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่อายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการฯ และเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 13** ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เมื่ออายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อ	ช่วงอายุ (i)	—		ช่วงอายุ (j)	Mean Difference*	Sig.
		$\bar{x}_i$	$\bar{x}_j$			
1. ป้ายนิทรรศการและ แผนที่/แผ่นผัง ในศูนย์บริการฯ	15-25 ปี	3.7263	26-35 ปี	3.4701	9.443E-02	<b>.036</b>
2. ป้ายนิทรรศการ นอกอาคาร	46-55 ปี	3.8688	36-45 ปี	3.3902	.4786	<b>.025</b>
	56-65 ปี	4.0000	15-25 ปี	3.6623	.3377	<b>.000</b>
	56-65 ปี	4.0000	26-35 ปี	3.5175	.4825	<b>.000</b>
	56-65 ปี	4.0000	36-45 ปี	3.3902	.6098	<b>.000</b>

**หมายเหตุ \*** คือ ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย  $(\bar{x}_i - \bar{x}_j)$

**Sig** คือ ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบที่คำนวณได้



สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

จากการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ มีค่าน้อยกว่า .05 หรือยอมรับสมมติฐานในตัวแปรตามเพียงตัวเดียว คือระดับความพึงพอใจที่มีต่อเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ นั่นคือระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 5.048, sig. = .000$ ) ดังตารางผนวกที่ ค2 และจากการทดสอบการเปรียบเทียบเชิงซ้อน พบว่าผู้มาเยือนที่มีการศึกษาระดับมัธยมต้นมีระดับความพึงพอใจมากกว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ผู้มาเยือนที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ความรู้ต่ำกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมต้น มัธยมปลาย/ ปวช. อนุปริญญา/ ปวส. และระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อ	การศึกษา (i)	— $\bar{x}_i$	การศึกษา (j)	— $\bar{x}_j$	Bonferroni	
					Mean Difference*	Sig.
1. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ ความรู้	มัธยมต้น	3.5636	ปริญญาตรี	3.0890	.4746	<b>.047</b>
	มัธยมต้น	3.5636	สูงกว่าปริญญาตรี	2.1500	1.4136	<b>.000</b>
	มัธยมปลาย/ ปวช.	3.2465	สูงกว่าปริญญาตรี	2.1500	1.0965	<b>.004</b>
	อนุปริญญา/ ปวส. ปริญญาตรี	3.2240 3.0890	สูงกว่าปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี	2.1500 2.1500	1.0740 .9390	<b>.011</b> <b>.018</b>

หมายเหตุ \* คือ ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}_i - \bar{x}_j$ )

Sig คือ ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบที่คำนวณได้

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรม สื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

จากการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบมีค่าน้อยกว่า .05 หรือยอมรับสมมติฐานในตัวแปรตาม 2 ตัว คือระดับความพึงพอใจต่อ สื่อสิ่งพิมพ์ และเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ ดังตารางผนวกที่ ค3

และจากการเปรียบเทียบเชิงซ้อน พบว่า ตัวแปรระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่สามารถเปรียบเทียบได้ไม่ว่าวิธีใดก็ตาม เนื่องจากจำนวนกลุ่มตัวแปรมีอย่างน้อย 1 กลุ่ม ที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 2 คน นั่นคือ กลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีเพียง 1 คน ดังตารางผนวกที่ ค3 ส่วนตัวแปรเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้มีรายละเอียด ดังนี้

- อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 2.377$ ,  $Sig. = .018$ ) โดยผู้มาเยือนที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจต่อ เจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ มากกว่าผู้มาเยือนที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 15

และสามารถสรุปได้ว่า อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่อาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผนผังในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และป้ายนิทรรศการนอกอาคาร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 15 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เมื่ออาชีพแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

						Bonferroni
ความพึงพอใจต่อ	อาชีพ (i)	$\bar{x}_i$	อาชีพ (j)	$\bar{x}_j$	Mean Difference*	Sig.
1. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ ความรู้	นักเรียน/ นักศึกษา	3.4371	พนักงานบริษัท เอกชน	2.8087	.6284	<b>.046</b>

หมายเหตุ \* คือ ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย  $(\bar{x}_i - \bar{x}_j)$

Sig คือ ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบที่คำนวณได้

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

จากการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบมีค่าน้อยกว่า .05 หรือยอมรับสมมติฐาน ในตัวแปรตาม 4 ตัว คือระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายนิทรรศการและแผนที่/ แผนที่/ แผนที่ ในศูนย์บริการฯ สื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ ดังตารางผนวกที่ ค4

และจากการเปรียบเทียบเชิงซ้อน พบว่า ตัวแปรระดับความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการและแผนที่/ แผนที่/ แผนที่ในศูนย์บริการฯ และสื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการฯ ไม่สามารถเปรียบเทียบได้ ไม่ว่าวิธีใดก็ตาม ดังนั้น จึงสามารถเปรียบเทียบเชิงซ้อนได้ ในสื่อ 2 ชนิด ดังตารางที่ 16

- รายได้แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 3.011, \text{Sig.} = .020$ ) โดยผู้มาเยือนที่ ไม่มีรายได้ - รายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท/เดือนมีระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ 19,001 บาท/เดือน ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

- รายได้แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 4.836, sig = .001$ ) โดยผู้มาเยือนที่ไม่มีรายได้ - รายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท/เดือน มีระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ 19,001 บาท/เดือนขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า รายได้แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ และเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่รายได้แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผนผังในศูนย์บริการฯ สื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการฯ และป้ายนิทรรศการนอกราชการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 16 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เมื่อรายได้แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อ	รายได้ (i)	— $\bar{x}_i$	รายได้ (j)	— $\bar{x}_j$	Bonferroni	
					Mean Difference*	Sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	ไม่มีรายได้-ต่ำกว่า 4,000	3.4615	19,001 ขึ้นไป	2.7685	.6930	<b>.012</b>
2. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ ความรู้	ไม่มีรายได้-ต่ำกว่า 4,000	3.4309	19,001 ขึ้นไป	2.6118	.8191	<b>.001</b>

หมายเหตุ \* คือ ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย  $(\bar{x}_i - \bar{x}_j)$

Sig คือ ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบที่คำนวณได้

สมมติฐานที่ 1.6 ภูมิภาคต่าง ๆ มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

จากการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ มีค่าน้อยกว่า .05 หรือยอมรับสมมติฐานใน ตัวแปรตาม 4 ตัวคือ ระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายนิทรรศการและแผนที่/ แผนที่ใน ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการฯ และป้ายนิทรรศการนอกรถยนต์ ดังตารางผนวกที่ ค5 และจากการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (ตารางที่ 17) พบว่า

- ภูมิภาคต่าง ๆ มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 4.074, sig = .019$ ) โดยผู้มาเยือนจากภาคอื่น ๆ มีระดับความพึงพอใจ ต่อสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่า ผู้มาเยือนที่มาจากภาคกลางและภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

- ภูมิภาคต่าง ๆ มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีต่อป้ายนิทรรศการ และแผนที่/ แผนที่ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 6.983, sig = .001$ ) โดยผู้มาเยือนจากภาคอื่น ๆ มีระดับความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการและแผนที่/ แผนที่ในศูนย์บริการฯมากกว่า ผู้มาเยือนที่มาจากจังหวัดสุพรรณบุรี และจากภาคกลางและภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

- ภูมิภาคต่าง ๆ มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 7.725, sig = .001$ ) โดยผู้ที่มาจากภาคอื่น ๆ มีระดับความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มากกว่าผู้มาเยือนที่มาจากจังหวัดสุพรรณบุรีและจากภาคกลางและภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

- ภูมิภาคต่าง ๆ มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีต่อป้ายนิทรรศการนอกรถยนต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 8.402, sig = .000$ ) โดยผู้มาเยือนจากภาคอื่น ๆ มีระดับความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการนอกรถยนต์มากกว่าผู้มาเยือนที่มาจากจังหวัดสุพรรณบุรีและจากภาคกลางและภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ภูมิลำเนาแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อสิ่งพิมพ์ ป้ายนิทรรศการและแผนที่/แผนผังในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และป้ายนิทรรศการนอกรอาคาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีเพียงตัวแปรเดียวที่ปฏิเสธสมมติฐาน คือภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อเจ้าหน้าที่ นำชมและบรรยายให้ความรู้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางผนวกที่ ค5 และสังเกตได้ว่าผู้ที่มาจากภาคอื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อสื่อความหมายธรรมชาติต่าง ๆ มากกว่าคนในจังหวัดสุพรรณบุรีซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษา และมากกว่าผู้ที่มาจากภาคกลาง และภาคตะวันตก

**ตารางที่ 17** ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เมื่อภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อ	ภูมิลำเนา (i)	$\bar{x}_i$	ภูมิลำเนา (j)	$\bar{x}_j$	Mean Difference*	Bonferroni
						Sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	ภาคอื่น ๆ	3.5611	ภาคกลางและ ภาคตะวันตก	3.0939	.4672	<b>.016</b>
2. ป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผนผัง ในศูนย์บริการฯ	ภาคอื่น ๆ	3.9004	สุพรรณบุรี	3.6015	.2989	<b>.031</b>
	ภาคอื่น ๆ	3.9004	ภาคกลางและ ภาคตะวันตก	3.4788	.4215	<b>.001</b>
3. สื่อโทรทัศน์ใน ศูนย์บริการ	ภาคอื่น ๆ	3.7722	สุพรรณบุรี	3.3444	.4278	<b>.007</b>
	ภาคอื่น ๆ	3.7722	ภาคกลางและ ภาคตะวันตก	3.2476	.5246	<b>.000</b>
4. ป้ายนิทรรศการ นอกรอาคาร**	ภาคอื่น ๆ	3.8589	สุพรรณบุรี	3.5719	.2870	<b>.031</b>
	ภาคอื่น ๆ	3.8589	ภาคกลางและ ภาคตะวันตก	3.4728	.3861	<b>.002</b>

**หมายเหตุ \*** คือ ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย  $(\bar{x}_i - \bar{x}_j)$

**\*\*** คือ ใช้การทดสอบแบบ Tamhane's T2 เนื่องจากใช้วิธีการเปรียบเทียบเชิงซ้อน กรณีที่ค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน

**Sig.** คือ ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบที่คำนวณได้

**สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการมาเยือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน**

**สมมติฐานที่ 2.1** ประเภทของกลุ่มแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

จากการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ มีค่ามากกว่า .05 หรือปฏิเสธสมมติฐาน ในตัวแปรตามทุกตัว นั่นคือ ประเภทของกลุ่มแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อสื่อความหมายธรรมชาติทุกชนิดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางผนวกที่ ค6

**สมมติฐานที่ 2.2** ขนาดของกลุ่มแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

จากการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ มีค่ามากกว่า .05 หรือปฏิเสธสมมติฐาน ในตัวแปรตามทุกตัว นั่นคือ ขนาดของกลุ่มแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อสื่อความหมายธรรมชาติทุกชนิดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางผนวกที่ ค7

**สมมติฐานที่ 2.3** ระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

จากการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ มีค่ามากกว่า .05 หรือปฏิเสธสมมติฐาน ในตัวแปรตามทุกตัว นั่นคือระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อสื่อความหมายธรรมชาติทุกชนิดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางผนวกที่ ค8

สมมติฐานที่ 2.4 จำนวนครั้งที่มาเยือนแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

จากการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ มีค่าน้อยกว่า .05 หรือยอมรับสมมติฐานในตัวแปรตามเพียงตัวเดียว คือระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ นั่นคือจำนวนครั้งที่มาเยือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (sig. = .013) ดังตารางผนวกที่ ๑๙ และจากการเปรียบเทียบเชิงซ้อน พบว่าผู้ที่มาเยือนบึงฉวากเป็นครั้งแรก มีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่เคยมาเยือน 4 – 6 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 18)

สำหรับตัวแปรที่ระดับนัยสำคัญของการทดสอบ มีค่ามากกว่า .05 หรือปฏิเสธสมมติฐานในตัวแปรที่เหลือ นั่นคือ จำนวนครั้งที่มาเยือนแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อป้ายนิทรรศการและแผนที่/แผนผัง ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร และเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางผนวกที่ ๑๙

ตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบเชิงซ้อน เมื่อจำนวนครั้งที่มาเยือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อ	จำนวนครั้งที่มาเยือน (i)	—		Mean Difference*	Sig.
		$x_i$	จำนวนครั้งที่มาเยือน (j)		
1. สื่อสิ่งพิมพ์	มาเยือนครั้งแรก	3.4493	4 – 6 ครั้ง	2.8913	.5580

หมายเหตุ \* คือ ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}_i - \bar{x}_j$ )

Sig คือ ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบที่คำนวณได้



สมมติฐานที่ 2.5 ประสบการณ์การมาเยือนแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

จากการทดสอบที่ พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ มีค่าน้อยกว่า .05 หรือยอมรับสมมติฐานในตัวแปรตามเพียงตัวเดียว นั่นคือผู้มาเยือนที่เคยหรือไม่เคยมาเยือนบึงฉวาก มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $t = 2.690, sig. = .008$ ) โดยค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้ที่เคยมามีค่ามากกว่าของผู้ที่ไม่เคยมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 19

สำหรับตัวแปรที่ระดับนัยสำคัญของการทดสอบ มากกว่า .05 หรือปฏิเสธสมมติฐาน ในตัวแปรตามที่เหลือ นั่นคือผู้มาเยือนที่เคยหรือไม่เคยมาเยือนบึงฉวาก มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อป้ายนิทรรศการและแผนที่/แผนผัง ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ป้ายนิทรรศการนอกรอาคาร และเจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ความรู้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 19)

สรุปสมมติฐานที่ 1 เมื่อผู้มาเยือนที่มีภูมิหลังแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน ได้ว่า (ตารางที่ 20)

1. ผู้มาเยือนที่มีรายได้ และภูมิฐานะแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ต่อสื่อสิ่งพิมพ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มผู้ไม่มีรายได้ – รายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท/เดือน มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 19,001 บาท/เดือน และผู้มาเยือนที่มาจากภาคอื่น ๆ มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มาเยือนจากภาคกลางและภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเพศ อายุระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ผู้มาเยือนที่มีอายุ และภูมิฐานะแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผนผังในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และป้ายนิทรรศการนอกรอาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้มาเยือนที่เป็นวัยรุ่นมีความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผนผังในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมากกว่าวัยทำงาน และวัยผู้ใหญ่ และวัยชราที่มีความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการนอกรอาคารมากกว่าวัยรุ่น วัยทำงาน และวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง นอกจากนี้ผู้มาเยือน

ที่มาจากภาคอื่น มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ที่มาจากจังหวัดสุพรรณบุรี (ซึ่งเป็นคนที่อยู่โดยรอบพื้นที่)ภาคกลาง และภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผู้มาเยือนที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ต่อสื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ที่มาจากภาคอื่น มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ที่มาจากจังหวัดสุพรรณบุรี ภาคกลาง และภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ผู้มาเยือนที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ต่อเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้มาเยือนที่มีการศึกษาระดับมัธยมต้น มีความพึงพอใจมากกว่า ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี และการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจน้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย อนุปริญญา และปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านอาชีพ กล่าวคือนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รวมถึงปัจจัยรายได้ที่กลุ่มผู้ไม่มีรายได้ – มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท/เดือน มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีรายได้ 19,001 บาท/เดือน ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. เพศแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อความหมายธรรมชาติทุกชนิด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปสมมติฐานที่ 2 เมื่อรูปแบบการมาเยือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน ได้ว่า (ตารางที่ 20)

1. จำนวนครั้งที่มาเยือน และประสบการณ์การมาเยือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้มาเยือนบึงฉลวงครั้งแรกจะมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้มาเยือนแล้ว 4-6 ครั้ง

2. ประเภทของกลุ่ม ขนาดของกลุ่มและระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อสื่อความหมายธรรมชาติทุกชนิดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 19 ผลการทดสอบที่ ประสพการณ์การมาเยือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อโปรแกรมสื่อความหมาย	ประสพการณ์ การมาเยือน	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	t	df	sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	เคย	104	3.1282	.8036	2.690	171	<b>.008</b>
	ไม่เคย	69	3.4493	.7130			
2. ป้ายนิทรรศการและแผนที่/ แผนผังในศูนย์บริการฯ	เคย	157	3.5531	.6725	1.655	277	.099
	ไม่เคย	122	3.6851	.6459			
3. สื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการฯ	เคย	153	3.3448	.7727	.923	248	.357
	ไม่เคย	97	3.4381	.7889			
4. ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร	เคย	196	3.6059	.5995	-1.062	350	.289
	ไม่เคย	156	3.5329	.6892			
5. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยายให้ความรู้	เคย	118	3.2415	.7751	-1.381	192	.169
	ไม่เคย	76	3.0776	.8547			

หมายเหตุ t คือ ค่าการทดสอบโดยใช้สถิติ t  
df คือ ค่าองศาความเป็นอิสระ  
sig คือ ค่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบที่คำนวณได้

ตารางที่ 20 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน สำหรับคู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ  
ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	Sig.
1. เพศ	สื่อความหมายทุกชนิดไม่แตกต่างกัน	-
2. อายุ	ป้ายนิทรรศการและแผนที่/ แผนที่ในศูนย์บริการฯ	.008
	ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร	.003
3. ระดับการศึกษา	เจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้	.000
4. อาชีพ	เจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้	.018
5. รายได้	สื่อสิ่งพิมพ์	.020
	เจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้	.001
6. ภูมิลาเนา	สื่อสิ่งพิมพ์	.019
	ป้ายนิทรรศการและแผนที่/ แผนที่ในศูนย์บริการฯ	.001
	สื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการ	.001
	ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร	.000
7. ประเภทของกลุ่ม	สื่อความหมายทุกชนิดไม่แตกต่างกัน	-
8. ขนาดของกลุ่ม	สื่อความหมายทุกชนิดไม่แตกต่างกัน	-
9. ระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่	สื่อความหมายทุกชนิดไม่แตกต่างกัน	-
10. จำนวนครั้งที่มาเยือน	สื่อสิ่งพิมพ์	.013
11. ประสบการณ์การมาเยือน	สื่อสิ่งพิมพ์	.008

## สรุป

จากการวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือน ต่อโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ศึกษารูปแบบและองค์ประกอบของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ
- 2) ศึกษาความคาดหวังของผู้มาเยือนในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ และการใช้บริการสื่อความหมายธรรมชาติ และ
- 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้มาเยือน ที่มีต่อการให้บริการสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

โดยการสุ่มตัวอย่างจากผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามเป็นหลัก ทั้งหมด 403 ชุดในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2546 จากนั้นประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป วิเคราะห์ข้อมูล 2 ส่วน คือวิเคราะห์สถิติสำหรับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจด้วยการทดสอบสหสัมพันธ์ (Correlation)

### รูปแบบและองค์ประกอบของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก

รูปแบบสื่อความหมายธรรมชาติ บริเวณบึงฉวากแบ่งได้ 4 ชนิดใหญ่ ๆ คือ 1) แผ่นพับ/ใบปลิว/สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ 2) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีสื่อความหมายภายในศูนย์ฯ คือ ป้ายนิทรรศการในศูนย์ฯ แผนที่/แผ่นผัง และ สไลด์/วีดีโอ/โทรทัศน์ 3) ป้ายให้ข้อมูล/ป้ายนิทรรศการนอกอาคาร 4) เจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้

องค์ประกอบของสื่อที่ใช้วัดประกอบด้วย เนื้อหาสาระโดยรวม ความต่อเนื่องของเนื้อหา ความชัดเจนในเนื้อหา ภาษาที่ใช้ ขนาดตัวอักษร และความน่าสนใจ และถ้าเป็นสื่อชนิดป้ายจะเพิ่มองค์ประกอบด้าน ตำแหน่งที่ตั้งป้าย ความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ส่วนเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ จะพิจารณาด้านเนื้อหา ภาษาและน้ำเสียงที่ใช้ ความน่าเชื่อถือ บุคลิกท่าทางและการแต่งกาย ความรับผิดชอบและความเอาใจใส่ การให้ความสนใจผู้ฟัง การสร้างความเพลิดเพลิน/สนุกสนาน มนุษยสัมพันธ์ การสร้างความประทับใจต่อผู้มาเยือน

ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก พบสื่อความหมายธรรมชาติ 4 ชนิด ทั้งสื่อความหมายฯ แบบไม่ใช้บุคคล และสื่อความหมายฯ แบบใช้บุคคล ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยภายในศูนย์บริการฯ มีสื่อชนิดป้ายนิทรรศการ แผนที่/แผนผัง และโทรทัศน์ป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการนอกรอาคาร และเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้

อุทยานพักผ่อนบ้านฯ พบสื่อความหมายธรรมชาติหลายชนิด เพื่อให้บริการประชาชน แต่ยังไม่พร้อมที่จะเปิดบริการ อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ ใช้สื่อความหมายฯ 2 ชนิด คือ สื่อแผ่นพับและป้ายให้ข้อมูลนอกรอาคาร (แสดงชื่อผักแต่ละชนิด)

สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ พบสื่อความหมายธรรมชาติ 2 ชนิด คือ ป้ายให้ข้อมูลในอาคาร (บริเวณหน้าตู้ปลา) และป้ายให้ข้อมูลนอกรอาคาร (บริเวณบ่ออะระหัน้ำจืด)

### ภูมิหลังและรูปแบบการมาเยือนของนักท่องเที่ยว

ภูมิหลังของผู้มาเยือน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 15-25 ปี และอายุเฉลี่ย 29 ปี ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นวัยรุ่นถึงวัยทำงาน มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ หรือเป็นพนักงานของรัฐ และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ยังไม่มีรายได้ ถึงรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เดินทางมาจากภาคกลางและภาคตะวันตกเป็นส่วนใหญ่

รูปแบบการเดินทางของผู้มาเยือน พบว่าผู้มาเยือนกว่าครึ่งเคยมาเยือนบึงฉวากแล้ว และในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เคยมาเยือน 1-3 ครั้ง โดยเฉลี่ยแล้วเคยมาเยือนบึงฉวากแล้วประมาณ 2 ครั้ง โดยตั้งใจมาเที่ยวที่นี่โดยตรง หรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก ประเภทกลุ่มในการมาเยือนเป็นกลุ่มครอบครัว หรือญาติ จำนวนสมาชิกในกลุ่มมีจำนวน 1-5 คน ซึ่งเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในพื้นที่เพียง 3-5 ชั่วโมง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าใช้นเวลาน้อย เหตุผลหลักที่มาเยือนบึงฉวากคือ เพื่อพักผ่อนร่วมกับเพื่อน หรือสมาชิกในครอบครัว

การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว พบว่าผู้มาเยือนที่ไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อื่นๆ ที่ไม่ใช่บึงฉวาก มากกว่า 2 ครั้ง ได้รับความรู้/ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรของพื้นที่นั้นๆ ในระดับปานกลาง โดย ได้รับจากสื่อประเภทแผ่นป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการมากที่สุด

อันดับที่ 2 จากสื่อประเภทแผ่นพับ/ สื่อสิ่งพิมพ์ และอันดับที่ 3 จากสื่อประเภทเส้นทางศึกษา  
ธรรมชาติ และทราบข้อมูลการท่องเที่ยวบึงฉวากจากเพื่อนมากที่สุด

### ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้มาเยือน

ผู้มาเยือนคาดหวังจะมาประกอบกิจกรรมนันทนาการ 3 อันดับแรก คือคาดหวังมาพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติ รองลงมา คือ ชมนิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อจระเข้ น้ำจืด อันดับที่ 3 คือ ดูสัตว์ป่าในกรง สังกัดได้ว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง นักท่องเที่ยวจะได้ทำตามที่คาดหวังทุกกิจกรรม ดังนั้นการจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการ ควรเน้นเกี่ยวกับเพื่อเป็นแหล่งพักผ่อน รวมถึงกิจกรรมดูนกตามธรรมชาติควรส่งเสริมให้มีมากขึ้น เนื่องจาก แม้ผู้มาเยือนไม่ได้คาดหวัง แต่ได้ประกอบจริงเป็นอันดับที่ 3

ผู้มาเยือนมีความพึงพอใจในการประกอบกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ กิจกรรมพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติและ กิจกรรมชมนิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อจระเข้ น้ำจืด และกิจกรรมชมอุทยานผักพื้นบ้าน ซึ่งพื้นที่สำหรับประกอบกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของบึงฉวากนั่นเอง มีเพียงกิจกรรมตกปลาเท่านั้น ที่ผู้มาเยือนมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง และจากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ ผู้ที่มีความคาดหวังจะมาดูสัตว์ป่าในกรง หรือ มาดูนกตามธรรมชาติ จะพึงพอใจเมื่อได้ทำกิจกรรมอื่นที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน รวมถึงกิจกรรมพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติด้วย รวมทั้งผู้ที่คาดหวังมารับประทานอาหาร จะมีความพึงพอใจเมื่อได้พักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติไปด้วยซึ่งมีความสอดคล้องกัน เพราะ เป็นลักษณะของกิจกรรมมาปิกนิกนั่นเอง และทุกกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ยิ่งผู้มาเยือนมีความคาดหวังเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจเมื่อได้ประกอบกิจกรรมนั้น ๆ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ผู้มาเยือนส่วนใหญ่ไม่ได้คาดหวังมาใช้บริการสื่อความหมายฯ แต่ผู้ที่มีความคาดหวังจะมาใช้บริการสื่อความหมายธรรมชาติ 3 ลำดับแรก คือ ป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการมากที่สุด รองลงมาคือ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและแผนที่/ แผนที่ ซึ่งสอดคล้องกับเมื่อได้ใช้สื่อจริงตามที่คาดหวังไว้ และยังเห็นว่าสื่อฯ ทั้ง 3 ชนิดนี้ มีปริมาณเพียงพอ และคุณภาพดี ซึ่งกลุ่มผู้ที่ได้ใช้สื่อฯ จริงตามที่คาดหวังนี้ จะมีระดับความพึงพอใจต่อสื่อแทบทุกชนิด ในระดับมากจากการทดสอบสหสัมพันธ์พบว่า ผู้มาเยือนที่คาดหวังมาใช้แผนที่/ แผนที่ จะสัมพันธ์กับความพึงพอใจ เมื่อได้ใช้แผนที่แล้ว

ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก คือ ยิ่งคาดหวังจะมาใช้สื่อชนิดนี้มากเท่าใด ก็ยิ่งมีความพึงพอใจเมื่อได้ใช้สื่อนี้มากขึ้นเท่านั้น

ระดับความพึงพอใจต่อสื่อความหมายธรรมชาติประเภทต่าง ๆ จากทั้งหมด 5 ระดับ คือ พึงพอใจระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และพึงพอใจระดับน้อยที่สุด พบว่าผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อ ป้ายนิทรรศการและแผนที่/แผนผังในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และป้ายให้ข้อมูล/ป้ายนิทรรศการนอกรอาคารในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ในศูนย์บริการฯ และเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ นั้น ผู้มาเยือนมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

### การทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (ตารางที่ 20) สามารถสรุปได้ว่า

#### **1. ผู้มาเยือนที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน**

1.1 ผู้มาเยือนที่มี รายได้ และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ต่อสื่อสิ่งพิมพ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มผู้ไม่มีรายได้ – รายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท/เดือน มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้มีรายได้ 19,001 บาท/เดือน และผู้มาเยือนที่มาจากภาคอื่น ๆ มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มาเยือนจากภาคกลางและภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเพศ อายุระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.2 ผู้มาเยือนที่มีอายุ และภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผนผังในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และป้ายนิทรรศการนอกรอาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้มาเยือนที่เป็นวัยรุ่นมีความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผนผังในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมากกว่าวัยทำงาน และวัยผู้ใหญ่ และวัยชรา มีความพึงพอใจต่อป้ายนิทรรศการนอกรอาคารมากกว่าวัยรุ่น วัยทำงาน และวัยผู้ใหญ่ตอนกลาง นอกจากนี้



ผู้มาเยือนที่มาจากภาคอื่น มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ที่มาจากจังหวัดสุพรรณบุรี (ซึ่งเป็นคนที่อยู่โดยรอบพื้นที่) ภาคกลาง และภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.3 ผู้มาเยือนที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ต่อสื่อโทรทัศน์ในศูนย์บริการฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ที่มาจากภาคอื่น มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ที่มาจากจังหวัดสุพรรณบุรี ภาคกลาง และภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.4 ผู้มาเยือนที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ต่อเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้มาเยือนที่มีการศึกษาระดับมัธยมต้น มีความพึงพอใจมากกว่า ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี และการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจน้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย อนุปริญญา และปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านอาชีพ กล่าวคือนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รวมถึงปัจจัยรายได้ที่กลุ่มผู้ไม่มีรายได้ – มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท/เดือน มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีรายได้ 19,001 บาท/เดือน ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.5 เพศแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อความหมายธรรมชาติทุกชนิดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยสรุปแล้ว ผู้มาเยือนที่มี อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจต่อสื่อความหมายธรรมชาติอย่างน้อย 1 ชนิดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เพศหญิง และเพศชาย จะมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และนอกจากนี้ สามารถสรุปได้ดังนี้

## **2. รูปแบบการมาเยือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน**

1. จำนวนครั้งที่มาเยือน และประสบการณ์การมาเยือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้มาเยือนบึงฉลวนครั้งแรกจะมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้มาเยือนแล้ว 4-6 ครั้ง

2. ประเภทของกลุ่ม ขนาดของกลุ่มและระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อสื่อความหมายธรรมชาติทุกชนิดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### ข้อเสนอแนะ

#### ด้านสื่อความหมายธรรมชาติ

1. จากผลการศึกษาพบว่าผู้มาเยือนมีความพึงพอใจเฉลี่ย ต่อเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ ในระดับปานกลาง และมีจำนวนไม่เพียงพอ ควรปรับปรุงด้านคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้มาเยือนว่าควรให้มีเจ้าหน้าที่มากขึ้น และประจำตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ เนื่องจากพื้นที่ท่องเที่ยวบริเวณบึงฉวาก กว้างและมีหลายหน่วยงานดูแลรับผิดชอบ อีกทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เจ้าหน้าที่ไม่สามารถดูแลให้ความรู้ หรือความสะดวกได้ทั่วถึง อย่างไรก็ตาม ควรมีการจัดหาเจ้าหน้าที่เพิ่มเติม อบรมให้ความรู้ด้านการสื่อความหมายฯ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในบริเวณบึงฉวาก หากมีการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลแล้วไม่เหมาะสม ควรเลือกตัวกลางสื่อฯ อื่น ๆ ที่ช่วยแทน เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อใช้เสียงประกอบ เป็นต้น

2. สื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะ แผ่นพับ/ ใบปลิว ยังมีน้อย แม้ปัจจุบันที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีแจกให้นักท่องเที่ยวเป็นรูปเล่ม สำหรับผู้ที่สนใจ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ได้ใช้จะมีความพึงพอใจ แต่มีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ได้ใช้ ดังนั้น หากเป็นไปได้ควรมีการจัดทำสื่อชนิดแผ่นพับ สำหรับบริการโดยบอกรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดบริเวณบึงฉวาก รวมถึงการเดินทาง และกิจกรรมที่สามารถประกอบได้ในพื้นที่ เป็นหลัก

3. ป้ายให้ข้อมูลนอกอาคาร ทั้งที่เป็นแผนที่/ แผนที่ และป้ายให้ความรู้ต่าง ๆ ควรมีความชัดเจน และจัดการข้อมูลให้สอดคล้องกัน และเป็นปัจจุบัน เช่น ป้ายหน้ากรงสัตว์ และ ป้ายสำหรับบอกทางเข้าพื้นที่ อย่างไรก็ตามเมื่อมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น การจัดการด้านป้ายสื่อความหมายฯ ต้องปรับปรุงให้สามารถใช้ได้ตลอดเวลา เพราะจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวคาดหวังและได้ใช้บริการสื่อประเภทป้ายให้ข้อมูล/ ป้ายนิทรรศการมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจกลับพบว่า ผู้มาเยือนที่เป็นวัยรุ่น (เป็นเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่) จะพึงพอใจต่อป้ายให้ข้อมูลนอกอาคารน้อยกว่า วัยผู้ใหญ่ และวัยชรา ดังนั้นควรมีการปรับปรุงป้าย หรือกิจกรรมบางส่วนให้มีความน่าสนใจ เหมาะสำหรับกลุ่มวัยรุ่นมากขึ้น

4. ยิ่งผู้มาเยือนที่คาดหวังจะมาใช้แผนที่ / แผนที่มากขึ้นเท่าใด จะมีความพึงพอใจเมื่อได้ใช้แล้วมากขึ้นตามไปด้วย เนื่องมาจากผู้มาเยือนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มครอบครัว และเดินทางมาด้วยรถส่วนตัว ดังนั้น เมื่อปัจจัยนี้มีความสัมพันธ์กัน จึงควรมีการปรับปรุง หรือดูแลรักษาให้ แผนที่/แผนที่ใช้ได้ตลอดเวลา ส่วนสื่อชนิดอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กันเลยอาจเนื่องมาจาก ส่วนใหญ่ผู้มาเยือนไม่ได้คาดหวังจะมาใช้สื่อความหมายธรรมชาติ แต่คาดหวังมาพักผ่อน/ ชม/ ศึกษาธรรมชาติ หรือมาทำกิจกรรมนันทนาการมากกว่านั่นเอง ดังนั้นการส่งเสริมให้ผู้มาเยือนชาวไทย มีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับความรู้ไปพร้อม ๆ กับการได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินในกิจกรรมต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญ

5. สื่อความหมายฯ อื่น ๆ มีการจัดการในระดับดีพอสมควร โดยเฉพาะในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ที่น่าสนใจ แต่ผู้มาเยือนส่วนหนึ่งไม่กล้าเข้าไปใช้บริการ อาจเนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์ที่น้อยเกินไป อีกทั้งปัญหาเกี่ยวกับตัวอาคารของศูนย์บริการฯ ตั้งอยู่ตรงประตูทางออก ไม่ใช่ทางเข้า การไหลเวียนของรถและที่จอดรถอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม และป้ายหน้าศูนย์บริการ มีลักษณะโปรงเกินไป ไม่เป็นที่สังเกต จากการศึกษา พบว่า ผู้มาเยือนไม่ทราบว่าเป็นอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามเพียงปรับปรุงด้านการไหลเวียนของรถและป้ายด้านหน้าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้ชัดเจน โดยอาจทำพื้นหลังของป้ายให้ทึบขึ้น และประชาสัมพันธ์ สนับสนุนให้ผู้มาเยือนใช้สื่อความหมายฯ ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมากขึ้น

ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบ ไม่เพียงแต่เน้นด้านการมาเยือนเพื่อดูสัตว์ป่า สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ หรือ อุทยานพักผ่อนบ้านเท่านั้น แต่ควรให้ข้อมูลด้านการมาเยือนเพื่อศึกษาหาความรู้ พร้อม ๆ กับการได้พักผ่อนและเที่ยวชม

6. ป้ายให้ข้อมูล ในสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ อยู่ในตำแหน่งสูงเกินไป ประกอบกับตัวอักษรที่มีขนาดเล็กเกินไป ควรปรับปรุงเพื่อความสะดวกในการชม และศึกษาหาความรู้มากกว่านี้ โดยจัดวางตำแหน่งของป้ายให้อยู่ในระดับที่อ่านได้ ทั้งเด็ก และผู้ใหญ่ รวมทั้งปรับปรุงด้านขนาดตัวอักษรให้ใหญ่ขึ้น และมีเนื้อหาสาระที่กระชับ นอกจากนี้ อาจจัดให้มีสื่อสิ่งพิมพ์ประกอบการชมสัตว์น้ำ อาจจัดทำเป็นเล่มเล็ก ๆ และขายในราคาไม่แพงเพื่อป้องกันปัญหาขยะ และยังสามารถเป็นของที่ระลึกได้อีกด้วย

7. จากผลการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่มาเยือน และประสบการณ์การมาเยือนพบว่า ผู้ที่มาเยือนครั้งแรก จะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่เคยมาเยือนแล้ว 4-6 ครั้ง นั้นแสดงว่า ต้องมีการเปลี่ยนแปลง หรือจัดกิจกรรมให้มีความแปลกใหม่ และน่าสนใจอยู่เสมอ

### ด้านกิจกรรมนันทนาการ

1. จุดเด่น และเอกลักษณ์เฉพาะของเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก คือมีความสวยงาม เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ บรรยากาศร่มรื่น มีนิทรรศการพันธุ์ปลา/ บ่อจระเข้ น้ำจืด ซึ่งจุดเด่นเหล่านี้ผู้ที่จัดการด้านสื่อความหมายธรรมชาติสามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาเกี่ยวกับการจัดทำ หรือปรับปรุงด้านสื่อความหมายธรรมชาติได้ เช่น เกี่ยวกับความสวยงามตามธรรมชาติของตัวบึง ฉวากเอง อาจมีการสื่อความหมายเกี่ยวกับจุดที่สามารถชมวิวดูได้ หรือสภาพระบบนิเวศของบึงฉวาก นอกจากนี้ สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ก็เป็นจุดเด่นหนึ่งที่บึงฉวากสามารถจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก หรือเน้นเรื่องการสื่อความหมายธรรมชาติเพื่อให้ความรู้แก่ผู้มาเยือนได้

2. จากข้อมูลภูมิหลัง และลักษณะการมาเยือน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มครอบครัว และตั้งใจมาเยือนบึงฉวากโดยตรง รวมทั้งเป็นกลุ่มที่เคยมาเยือนบึงฉวากแล้ว แต่มีระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่น้อย ดังนั้นหากเป็นไปได้ ควรส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่หลากหลายมากขึ้น เช่น กิจกรรมพักผ่อนสำหรับกลุ่มครอบครัว หรือส่งเสริมกิจกรรมการเข้าค่ายพักแรมของกลุ่มนักเรียน/ นักศึกษา หรือค่ายเยาวชน เพื่อจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติเช่น กิจกรรมดูนก ให้ความรู้ ทั้งด้านพื้นที่ชุ่มน้ำ การเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าเชิงพาณิชย์ ความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้าน และเกี่ยวกับชนิดพันธุ์สัตว์น้ำต่าง ๆ เป็นต้น ถึงแม้ว่าสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของบึงฉวากจะเปลี่ยนแปลงไปจากการพัฒนา แต่ความสำคัญด้านการปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ยังเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความสำคัญของบึงฉวากที่เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับชาติ

3. จากการศึกษาด้านความคาดหวัง และความพึงพอใจด้านกิจกรรมของผู้มาเยือน พบว่ากิจกรรมที่ผู้มาเยือนมีความคาดหวัง จะได้ประกอบกิจกรรมนั้น ๆ ตามความคาดหวัง ในแทบทุกกิจกรรม ยิ่งคาดหวังมาก จะยิ่งมีความพึงพอใจมากขึ้นไปด้วย ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ด้านการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ แม้ที่เป็นอยู่จะดีอยู่แล้วก็ตาม

### ด้านการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ขอความร่วมมือจากผู้มาเยือนในการตอบแบบสอบถาม แต่เนื่องจากผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีระยะเวลาอยู่ในพื้นที่น้อย ซึ่งเป็นข้อจำกัดและปัญหาด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำให้ข้อมูลบางส่วนอาจขาดหายไป และตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป จึงควรใช้ประเด็นการศึกษาที่แคบ และเฉพาะเจาะจงกว่านี้ กล่าวคือ ระบุชนิดของสื่อเป็นรายชนิด เช่นจากพื้นที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวากนี้ ควรศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์ และเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ เนื่องจาก ยังมีปริมาณน้อย และจากการศึกษาพบว่าผู้มาเยือนพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น

2. ควรมีการประเมินประสิทธิภาพของสื่อความหมายธรรมชาติเป็นรายชนิด โดยเฉพาะประสิทธิภาพของสื่อสิ่งพิมพ์และเจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้ เนื่องจากการศึกษาพบว่าผู้มาเยือนมีความคิดเห็นว่า ปริมาณยังไม่เพียงพอ และคุณภาพอยู่ในระดับพอใช้ และควรปรับปรุงเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาสื่อความหมายฯ ให้ใช้ได้สมบูรณ์มากขึ้น

3. ช่วงวันหยุดและวันธรรมดา นักท่องเที่ยวอาจมีลักษณะพื้นฐานแตกต่างกัน ซึ่งอาจมีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป อาจมีการเก็บข้อมูลทั้งสองช่วงเวลา และทุกฤดูกาล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แน่นอนมากขึ้น

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2543. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 1. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ, กรุงเทพฯ.
- \_\_\_\_\_. 2545. การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กรมประมง. ม.ป.ป.. สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำบึงฉลวยเฉลิมพระเกียรติ. สถาบันพิพิธภัณฑสัตว์น้ำ กรมประมง, กรุงเทพฯ. (เอกสารแผ่นพับ)
- กรมส่งเสริมการเกษตร. ม.ป.ป.. ท่องเที่ยวเกษตร: อุทยานผักพื้นบ้านเฉลิมพระเกียรติบึงฉลวย. สำนักงานเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี, สุพรรณบุรี. (เอกสารแผ่นพับ)
- จิรวัดย์ ต่อศรี. 2534. การศึกษาประเมินความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการสื่อความหมายของผู้มาพักผ่อนที่สวนหลวง ร. 9. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชลลดา สิทธิฑูรย์. 2543. แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายธรรมชาติในเขตอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชีวะภาพ ชีวะธรรม. 2541. การประเมินและปรับปรุงคุณภาพของเส้นทางศึกษาธรรมชาติด้วยตนเองอ่างกา อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชุมเจตน์ กาญจนเกษร . 2539. อนุสัญญา และกฎหมายระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางชีวภาพ. สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม, กรุงเทพฯ.

- ดรชนี เอมพันธุ์. 2543. เอกสารประกอบการเรียน วิชาหลักนันทนาการและการท่องเที่ยวทาง  
**ธรรมชาติ**. ภาควิชาอนุรักษวิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.  
 (อัคราณา)
- คารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. 2542. **ทฤษฎีการจูงใจ**. พิมพ์ครั้งที่ 6.  
 สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ. 264 น.
- คารากร เจียมวิจักขณ์. 2532. **ประสิทธิภาพของสื่อความหมายธรรมชาติเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ  
 สภาพพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัด  
 นครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์. 2539. **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมใน  
 การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงบอระเพ็ด จังหวัด  
 นครสวรรค์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นภวรรณ ฐานะกาญจน์. 2543 ก. **เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคนิคการวิจัยทางอุทยานและ  
 นันทนาการ**. ภาควิชาอนุรักษวิทยา คณะวนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.  
 (อัคราณา)
- \_\_\_\_\_. 2543 ข. **เอกสารประกอบการเรียนวิชา มนุษยมิติในการจัดการพื้นที่อนุรักษ์**.  
 คณะวนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ. (อัคราณา)
- บุษบง กฤษณะโยธิน. 2534. **ประสิทธิภาพของตัวกลางในการสื่อความหมาย การอนุรักษ์สภาพ  
 แวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว บริเวณอุทยานแห่งชาติ น้ำตกพลิ้ว จังหวัดจันทบุรี**. วิทยานิพนธ์  
 ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปิยะทิพย์ พิพิชฉัตรธรรม. 2539. **การสื่อความหมาย... วิธีการหนึ่งในการจัดการพื้นที่อนุรักษ์**,  
 น. 1-4. ใน กองฝึกอบรม กรมป่าไม้, บรรณาธิการ. **นันทนาการกลางแจ้ง และการสื่อ  
 ความหมายธรรมชาติ**. การฝึกอบรมหลักสูตรการเป็นวิทยากรด้านการจัดการพื้นที่อนุรักษ์  
 (อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่), ม.ป.ท.

- พิศักดิ์ กุสุโมทย์. 2543. ความพึงพอใจของผู้เข้าฝึกอบรมต่อคุณภาพของศูนย์ฝึกอบรมการ  
ปีโตรเลียมแห่งประเทศไทย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เพ็ญแข แสงแก้ว. 2544. สถิติเพื่อการวิจัยโดยใช้คอมพิวเตอร์ (SPSS version 10.0). พิมพ์ครั้งที่ 1  
บจก. เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลพับลิเคชั่น, กรุงเทพฯ.
- มนู โอมะคุปต์ และ จิระ จินตกุล. 2543. ทะเบียนพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับนานาชาติ  
และระดับชาติ, น. 39. ใน สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม. รายงานการประชุม  
พื้นที่ชุ่มน้ำเพื่อเตรียมรับสหประชาชาติ : WETLAND 2000. กระทรวงวิทยาศาสตร์  
เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม, กรุงเทพฯ.
- เมตตา เสวตเลข. 2539. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ  
ศึกษาเฉพาะกรณี สวนสัตว์ดุสิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ขงยุทธ ไตรสุรัตน์. 2544. เอกสารประกอบการเรียน วิชานิเวศวิทยาพื้นที่ชุ่มน้ำ. ภาควิชา  
ชีววิทยาป่าไม้ คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- เขาวรี เจริญสวัสดิ์. 2543. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้ประโยชน์อุทยานแห่งชาติ  
เขาใหญ่ เพื่อนันทนาการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วันทนิษฐ์ ศิริสุข. 2539. ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด  
พลัส ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- วิชาญ ศิลปวุฒยา. 2544. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์  
ของการไฟฟ้านครหลวง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. 2545. จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและปฏิบัติการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. สุวีริยาสาส์น,  
กรุงเทพฯ.



ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก. 2544. ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก. พิมพ์ครั้งแรก. ฟรีเพรส, สุพรรณบุรี.

ศูนย์วิจัยป่าไม้. 2541. คู่มือพัฒนาและออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สร้อยทิพย์ สมัคร์เขตรการณ. 2543. การพัฒนาคู่มือศึกษาธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประจำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.

สารัฐ รัตนะ. 2543. เอกสารประกอบการเรียนวิชา เทคนิคการสื่อความหมายถึงแวดล้อม (Environmental Interpretation Technics). ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา)

สุรเชษฐ์ เชษฐมาศ. 2543. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการวางแผนโครงการสื่อความหมายธรรมชาติ. ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา)

สุรเชษฐ์ เชษฐมาศ และ ดรรชนี เอมพันธุ์. 2543. เอกสารประกอบการเรียนวิชา หลักนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ. ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา)

\_\_\_\_\_ และ สารัฐ รัตนะ. 2543. เอกสารประกอบการเรียนวิชา เทคนิคการสื่อความหมายถึงสิ่งแวดล้อม (Environmental Interpretation Technics). ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา)

สุวัฒน์ วัฒนวงศ์. 2538. จิตวิทยาการเรียนรู้ผู้ใหญ่. สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, กรุงเทพฯ.

สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม. 2542. **ทะเบียนพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับนานาชาติ และระดับชาติของประเทศไทย**. กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม, กรุงเทพฯ.

เสาวนีย์ กันทะแสน. 2545. **ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อม และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาหมู่บ้านรวมมิตร อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อุทิศ ภูอินทร์. 2543. **เอกสารประกอบการสอน “แนวทางการจัดการเขตห้ามล่าสัตว์ป่า (Guideline for Non-hunting Area Management)”**. น. 2-5. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา)

Dennison, S. M. and F. J. Berry. 1993. **Wetlands Guide to Science, Law, and Technology**. Noyes Publications, United States of America.

Knudson, Douglas M., Ted T. Cable and Larry Beck. 1995. **Interpretation of Cultural and Natural Resources**. Venture Publishing, Inc., State College, PA.

**ภาคผนวก**

## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถาม

แบบฟอร์มการสำรวจ และประเมินประสิทธิภาพของ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติเบื้องต้น

ผู้ทำการสำรวจ..... วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2545

### ๒ แบบสอบถาม ๒

ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือน ต่อ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ  
บริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี

โดย

นางสาวสุภาพร ลี้วรรณวงศ์

นิสิตปริญญาโท สาขาอุทยานและนันทนาการ คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

### ๑ แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลภูมิหลัง และรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังในกิจกรรม และการใช้บริการ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้มาเยือน ต่อการให้บริการสื่อความหมายธรรมชาติ

#### ♥ ตอนที่ 1 ภูมิหลัง ของนักท่องเที่ยว

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ.....ปี

3. สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับ

- ( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมต้น  
( ) มัธยมปลาย หรือ ปวช.  
( ) อนุปริญญา หรือ ปวส.  
( ) ปริญญาตรี ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ( ) นักเรียน / นักศึกษา ( ) แม่บ้าน  
( ) พนักงานบริษัทเอกชน ( ) รับจ้าง  
( ) ทำธุรกิจส่วนตัว ( ) เกษตรกร  
( ) ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ ( ) ค้าขาย  
( ) อื่นๆ (ระบุ).....

5. รายได้ (ประมาณ) .....บาท/เดือน

6. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ในจังหวัด.....

( ) ในเขตเทศบาล ( ) นอกเขตเทศบาล

#### ♥ รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว

7. ช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านได้ไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ไม่ใช่บึงฉวาก กี่ครั้ง

- ( ) ไม่ได้ไปที่ไหนเลย (0 ครั้ง)  
( ) 1-2 ครั้ง  
( ) มากกว่า 2 ครั้ง

\* หากตอบ 0 ครั้ง ข้ามไปตอบข้อ 10\*

8. หากไปเที่ยว (กี่ครั้งก็ตาม) ท่านได้รับความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับทรัพยากรของพื้นที่มากน้อยเพียงใด

( ) มาก ( ) ปานกลาง ( ) น้อย ( ) ไม่ได้เลย

9. จากข้อ 8 ท่านได้รับความรู้/ความเข้าใจ จากสื่อชนิดไหนมากที่สุด (กรุณาเลือกเพียง 1 คำตอบ)
- ( ) แผ่นพับ / สิ่งพิมพ์ต่างๆ ( ) แผนที่ / แผนที่  
 ( ) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ( ) สไลด์ / วีดิโอ  
 ( ) แผ่นให้ข้อมูล / ป้ายนิทรรศการ  
 ( ) เส้นทางศึกษาธรรมชาติ ( ) เจ้าหน้าที่  
 ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
10. ท่านเคยเดินทางมา เพื่อพักผ่อน หรือท่องเที่ยวที่บึงฉลวก มาก่อนหรือไม่
- ( ) ไม่เคย ( ) เคย .....ครั้ง (ไม่รวมครั้งนี้)
11. ท่านตั้งใจมาเที่ยวที่บึงฉลวกเป็นโดยตรงหรือไม่
- ( ) ใช่ ( ) ไม่ใช่  
 \*หากตอบ **ไม่ใช่** ท่านตั้งใจไปที่ไหน (โปรดระบุ).....
12. กลุ่มในการมาเที่ยวของท่านครั้งนี้เป็นกลุ่ม
- ( ) เพื่อน ( ) ครอบครัว /ญาติ  
 ( ) มาคนเดียว ( ) มากับบริษัทนำเที่ยว  
 ( ) กลุ่มผสม (ญาติ / เพื่อน)  
 ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
13. จำนวนสมาชิกในกลุ่ม .....คน (รวมตัวท่านด้วย)
14. ระยะเวลาที่ท่านอยู่ในบริเวณบึงฉลวก.....ชั่วโมง
15. วัตถุประสงค์หลักที่ท่านเลือกมาเที่ยวบึงฉลวก เพื่อ (กรุณาเลือกเพียง 1 คำตอบ)
- ( ) พักผ่อนร่วมกับเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัว  
 ( ) รับประทานอาหาร ( ) หลีกหนีความจำเจ  
 ( ) เรียนรู้/ ศึกษาธรรมชาติ  
 ( ) ศึกษาวิธีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า  
 ( ) ชม / หาคำรู้ที่อุทยานผักพื้นบ้าน  
 ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

♥ **ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังในกิจกรรม และการให้บริการโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ** 131

16. ท่านได้ทราบข่าว / ข้อมูลการท่องเที่ยว ที่บึงฉลวก จากแหล่งใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) เพื่อน ( ) ญาติ  
 ( ) แผ่นพับ / ใบปลิว ( ) วิทยุ / โทรทัศน์  
 ( ) เว็บไซต์ต่างๆ ( ) หนังสือพิมพ์  
 ( ) นิตยสาร / วารสารการท่องเที่ยว  
 ( ) หน่วยงานราชการ  
 ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
17. ก่อนเดินทางมายัง บึงฉลวก ท่านคาดหวังว่า จะทำกิจกรรมใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) คูสัต์ว์ป่าในกรง  
 ( ) ดูนกตามธรรมชาติ  
 ( ) ตกปลา  
 ( ) ชมอุทยานผักพื้นบ้าน  
 ( ) รับประทานอาหาร  
 ( ) พักผ่อน / ชม / ศึกษาธรรมชาติ  
 ( ) ชมนิทรรศการพันธุ์ปลา / บ่อจระเข้ น้ำจืด  
 ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
18. ก่อนเดินทางมายัง บึงฉลวก ท่านคาดหวังว่า จะใช้บริการสื่อฯ ใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) แผ่นพับ / ใบปลิว/ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ  
 ( ) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว  
 ( ) ป้ายให้ข้อมูล / ป้ายนิทรรศการ  
 ( ) แผนที่ / แผนที่  
 ( ) สไลด์ / วีดิโอเกี่ยวกับพื้นที่  
 ( ) เส้นทางศึกษาธรรมชาติ  
 ( ) เจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้  
 ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....


19. ท่านได้ทำกิจกรรมใดบ้าง และมีความพึงพอใจ ระดับใด (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ เฉพาะกิจกรรมที่ได้ทำ)


กิจกรรมที่ทำ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
( ) คูสตัว์ป่าในกรง					
( ) คุนกงตามธรรมชาติ					
( ) ตกปลา					
( ) ชมอุทยานผักพื้นบ้าน					
( ) รับประทานอาหาร					
( ) พักผ่อน / ชม / ศึกษาธรรมชาติ					
( ) ชมนิทรรศการพันธุ์ปลา / บ่อจระเข้ น้ำจืด					
( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

20. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อปริมาณ และคุณภาพ ของสื่อฯ บริเวณบึงฉวาก

ชนิดสื่อฯ	ปริมาณ		คุณภาพ		
	เพียงพอ	ไม่เพียงพอ	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง
( ) แผ่นพับ / ใบปลิว / สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ					
( ) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
( ) ป้ายให้ข้อมูล / ป้ายนิทรรศการ นอกอาคาร					
( ) แผนที่ / แผนที่					
( ) สไลด์ / วีดีโอ / โทรทัศน์					
( ) เจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้					
( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

21. ระหว่างที่อยู่ในบริเวณบึงฉวากท่านได้รับข้อมูลข่าวสาร / ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรต่างๆในพื้นที่ จากสื่อใดบ้าง และ มีความพึงพอใจมากน้อยแค่ไหน ( กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ เฉพาะสื่อฯ ที่ท่านพบ )

ชนิดสื่อฯ และองค์ประกอบ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
( ) แผ่นพับ / ใบปลิว / สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ 					
- เนื้อหาสาระโดยรวม					
- ความต่อเนื่องของเนื้อหา					
- ความชัดเจนในเนื้อหา					

ชนิดสื่อฯ และองค์ประกอบ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
- ภาษาที่ใช้					
- ขนาดตัวอักษร					
- ความน่าสนใจ					
ข้อเสนอแนะ.....					
( ) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 					
<input checked="" type="checkbox"/> ป้ายนิทรรศการในศูนย์ฯ					
- เนื้อหาสาระโดยรวม					
- ความต่อเนื่องของเนื้อหา					
- ความชัดเจนในเนื้อหา					
- ภาษาที่ใช้					
- ขนาดตัวอักษร					
- ความน่าสนใจ					
<input checked="" type="checkbox"/> แผนที่ / แผนที่					
<input checked="" type="checkbox"/> สไลด์ / วิดีโอ / โทรทัศน์					
- เนื้อหาสาระโดยรวม					
- ความต่อเนื่องของเนื้อหา					
- ความชัดเจนในเนื้อหา					
- ภาษาที่ใช้					
ข้อเสนอแนะ.....					
( ) ป้ายให้ข้อมูล / ป้ายนิทรรศการ นอกอาคาร 					
- เนื้อหาสาระโดยรวม					
- ความต่อเนื่องของเนื้อหา					
- ความชัดเจนในเนื้อหา					
- ภาษาที่ใช้					
- ขนาดตัวอักษร					
- ความน่าสนใจ					
- ตำแหน่งที่ตั้งป้าย					
- ความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม					
ข้อเสนอแนะ.....					



ชนิดสื่อฯ และองค์ประกอบ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
( ) <b>เจ้าหน้าที่นำชมและบรรยายให้ความรู้</b> 					
- เนื้อหาสาระโดยรวม					
- ความชัดเจนในการสื่อ					
- ภาษา และน้ำเสียงที่ใช้					
- ความน่าเชื่อถือ					
- บุคลิกท่าทางและการแต่งกาย					
- ความรับผิดชอบและ ความเอาใจใส่					
- การให้ความสนใจผู้ฟัง					
- การสร้างความเพลิดเพลิน / สนุกสนาน					
- มนุษยสัมพันธ์					
- การสร้างความประทับใจต่อผู้มาเยือน					
ข้อเสนอแนะ.....					
( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

22. เมื่อเข้ามาในบริเวณบึงฉวากแล้ว ท่านคิดว่าอะไรเป็นจุดเด่นหรือเอกลักษณ์เฉพาะ ที่ควรมีการเผยแพร่ หรือให้ความรู้ต่อสาธารณชน.....

.....

23. การมาเยือนครั้งนี้ ท่านมีความพึงพอใจต่อสื่อความหมายฯ โดยรวมเป็นอย่างไร (โปรดระบุเหตุผล)

( ) พอใจมาก    ( ) พอใจ    ( ) เฉยๆ    ( ) ไม่พอใจ    ( ) ไม่พอใจมาก

เพราะ.....

.....

24. ในอนาคต ท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยว ที่บึงฉวากอีกหรือไม่ (โปรดระบุเหตุผล)

( ) ต้องการ    ( ) ไม่ต้องการ    ( ) ไม่แน่ใจ

เพราะ.....

.....

25. ท่านมีความคิดเห็นเพิ่มเติมอย่างไร เกี่ยวกับสื่อความหมายฯในพื้นที่ หรือมีข้อเสนอแนะด้านอื่นๆอย่างไร

.....

.....

แบบฟอร์มการสำรวจและประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติเบื้องต้น

ชื่อแหล่ง \_\_\_\_\_ รหัสแหล่ง \_\_\_\_\_

1. การเข้าถึง (ระยะห่างจากจุดอื่น, ยากง่าย, ลักษณะเส้นทางเข้าถึง, ระยะทางจากปากทาง, ฤดูกาลที่ใช้ได้)

---



---

2. สภาพทั่วไป (สภาพภูมิประเทศ, อากาศ, การพัฒนา, การใช้ประโยชน์, ความเปราะบางของทรัพยากร)

---



---



---



---



---

3. ความสำคัญของแหล่งที่เหมาะสมต่อการสื่อความหมาย (วิเคราะห์ความน่าสนใจ ความโดดเด่น)

---



---



---



---

4. ประเภทสื่อที่พบ (ตัวกลางสื่อ)

---



---



---

5. จุดที่ตั้งสื่อความหมาย (ใน/นอกอาคาร, เหมาะสมหรือไม่, แบ่งสื่อแต่ละประเภทเป็นข้อๆ)

---



---



---



---



---



11. ความคิดเห็นในการปรับปรุง หรือพัฒนาสื่อ

---

---

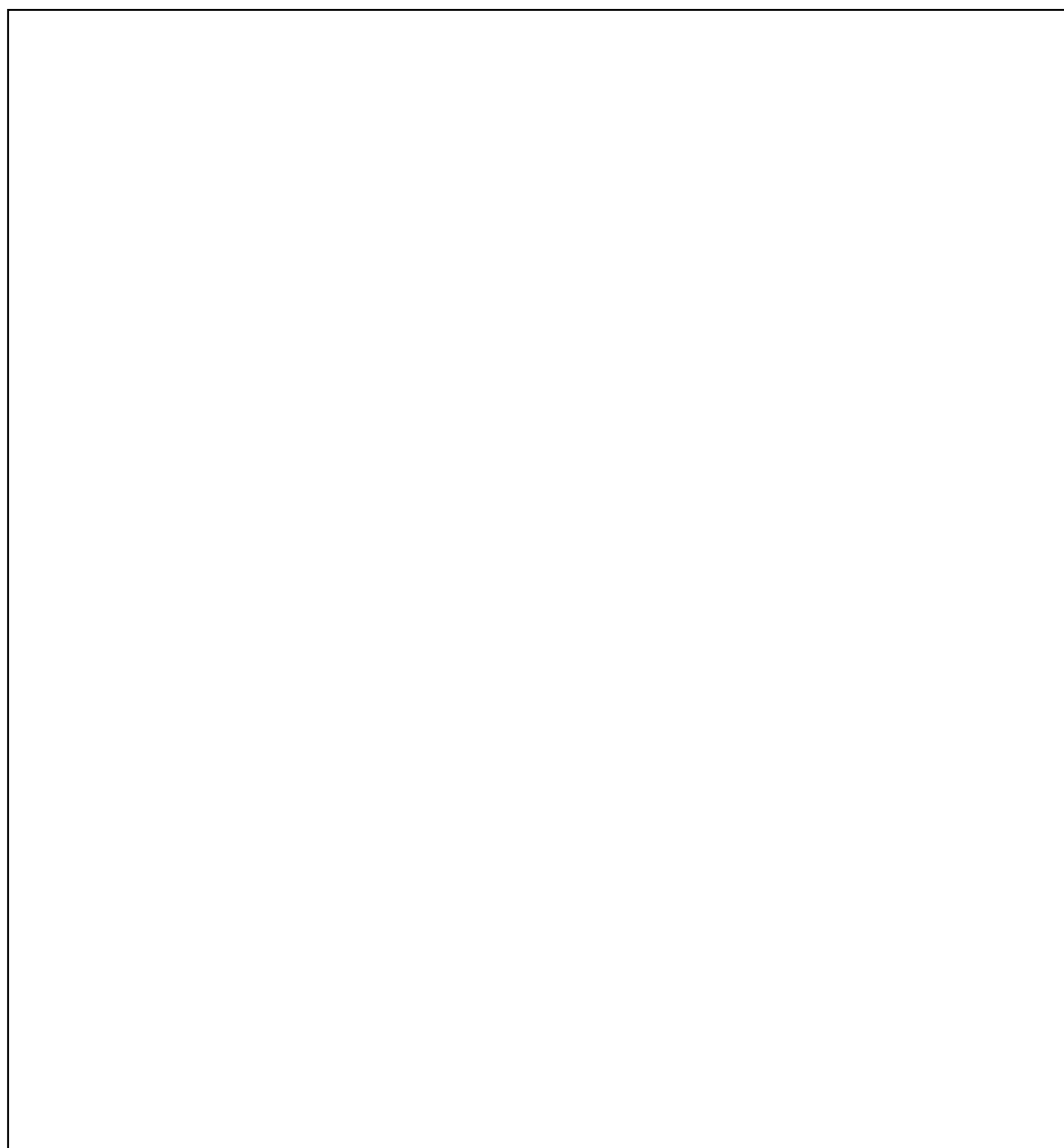
---

---

---

---

11. ภาพแผนที่ตั้ง



## ภาคผนวก ข

รายละเอียดเกี่ยวกับพื้นที่ชุ่มน้ำ  
รายละเอียดด้านเนื้อหาของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ

## รายละเอียดเกี่ยวกับพื้นที่ชุ่มน้ำ

พื้นที่ชุ่มน้ำ (wetland) ตามนิยามของ อนุสัญญาแรมซาร์ (Ramsar Convention) ระบุว่า “พื้นที่ชุ่มน้ำ หมายถึง พื้นที่ลุ่ม พื้นที่ราบลุ่ม พื้นที่ลุ่มชื้นแฉะ พื้นที่น้ำขัง มีน้ำท่วมมีน้ำขัง พื้นที่พรุ พื้นที่แหล่งน้ำทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งที่มีน้ำขัง หรือท่วมอยู่ถาวรและชั่วคราว ทั้งที่เป็นแหล่งน้ำนิ่ง และน้ำไหล ทั้งที่เป็นน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม รวมไปถึงพื้นที่ชายฝั่งทะเล และพื้นที่ของทะเล ในบริเวณซึ่งเมื่อน้ำลดลงต่ำสุด มีความลึกของระดับน้ำไม่เกิน 6 เมตร” (สผ., 2544)

นอกจากนี้ ยังแบ่งประเภทของพื้นที่ชุ่มน้ำทั่วโลก โดย แบ่งตามลักษณะถิ่นที่อยู่อาศัย (habitat) ได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ “พื้นที่ชุ่มน้ำชายฝั่งทะเล และ พื้นที่ชุ่มน้ำน้ำจืด” ซึ่งในสองประเภทนี้ ประกอบด้วย ทะเล หรือชายฝั่งทะเล ปากแม่น้ำ หรือชวากทะเล แหล่งน้ำไหล หรือทะเลสาบ (สผ., 2544)

และปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาพื้นที่ชุ่มน้ำต้องประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก ดังนี้ (Dennison and Berry, 1993; ยงยุทธ, 2544 )

### 1. ปัจจัยด้านพรรณไม้ (hydrophytic vegetation)

เป็นพืชพวก macrophytic plant ที่เจริญในน้ำ (อาจเป็นพื้นที่น้ำท่วมถาวร หรือท่วมเพียงช่วงใดช่วงหนึ่ง) และสามารถปรับตัวให้อยู่ได้ในพื้นที่ที่ดินมีออกซิเจนน้อย นั่นคือ ในสภาวะดินขาดออกซิเจนเนื่องจากมีน้ำแช่อยู่มากเกินไป แต่ยังมีพืชบางชนิดที่สามารถขึ้นได้ทั้งในสภาวะปกติ และสภาวะที่ดินขาดออกซิเจน

### 2. ปัจจัยด้านดิน (hydric soil)

ดินในสภาวะที่มีน้ำท่วมขัง น้ำขัง หรืออยู่ใต้น้ำนานเพียงพอ จนดินบางส่วนอยู่ในสภาวะขาดออกซิเจน (anaerobic) เมื่อน้ำท่วมปกติจะต้องมีระยะเวลาขังอยู่มากกว่า 1 สัปดาห์ หรืออยู่ในสภาพชุ่มน้ำอย่างต่ำ 15 วัน เพื่อให้พรรณไม้สามารถเจริญเติบโตได้ เป็นดินที่มีการระบายน้ำแล้ว ถึง เลวมาก และไม่ใช้ดินทราย ระดับน้ำใต้ดินจะสูงขึ้นห่างจากผิวดิน 1-1.5 ฟุต

### 3. ปัจจัยด้านน้ำ (hydrology)

คุณสมบัติต่าง ๆ ที่แสดงถึงการขึ้นน้ำ อาจมีน้ำท่วมหรือดินชื้นและพอที่จะเอื้อให้พืชน้ำเจริญเติบโตได้นั้นคือ ระยะเวลาที่น้ำท่วมขังต้องนานพอที่จะทำให้ดินอยู่ในภาวะขาดออกซิเจนแล้ว พืชน้ำยังสามารถเจริญเติบโตได้

โดยทั่วๆ ไปอาจสามารถพิจารณาระบบพื้นที่ชุ่มน้ำอย่างกว้าง ๆ ได้ 5 ลักษณะ ดังนี้ (ชุมเจตน์, 2539 )

1. marine เป็นระบบพื้นที่ชุ่มน้ำชายฝั่งทะเล ซึ่งรวมทั้งชายฝั่งที่เป็นหาดหินต่าง ๆ และบริเวณแนวปะการัง
2. Estuarine เป็นระบบพื้นที่ชุ่มน้ำบริเวณน้ำกร่อย ซึ่งครอบคลุมบริเวณปากแม่น้ำ ที่ลุ่มที่มีน้ำทะเลท่วมถึง และบริเวณป่าไม้ชายเลนทั้งหมด
3. Lacustrine เป็นระบบพื้นที่ชุ่มน้ำบริเวณทะเลสาบ หรือสัมพันธ์กับทะเลสาบ
4. Riverine เป็นระบบพื้นที่ชุ่มน้ำบริเวณ แม่น้ำ ลำคลอง ต่าง ๆ
5. Palustrine เป็นระบบพื้นที่ชุ่มน้ำบริเวณที่ลุ่มน้ำขังต่างๆเช่น ห้วย หนอง บึงต่าง ๆ (โดยพื้นที่ชุ่มน้ำเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก ถือเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำแบบ Palustrine )

นอกจากนี้ ยังมีระบบพื้นที่ชุ่มน้ำอีกประเภทหนึ่ง คือพื้นที่ชุ่มน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Wetland) เช่น บ่อเลี้ยงกุ้ง เลี้ยงปลา ทุ่งนาที่มีน้ำขัง หรือท้องทุ่งทั่วๆ ไปที่มีน้ำขัง นาเกลือ อ่างเก็บน้ำ และคลองส่งน้ำ

## รายละเอียดด้านเนื้อหาของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ

### 1. ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉลวก

1.1 สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นรูปเล่ม ขนาดเล็ก มีทั้งหมด 23 หน้า ชื่อเรื่อง “ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉลวก” มีเค้าโครงเรื่อง (theme) หรือหัวข้อหลัก ดังนี้

1.1.1 “บึงฉลวก พื้นที่ชุ่มน้ำระดับชาติ” มีเนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะต่างๆ ไปของบึง ประวัติความเป็นมาตั้งแต่ได้รับการประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่ามาตั้งแต่ ปี พ.ศ 2526 และถูกจัดให้เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับชาติ ตามอนุสัญญาแรมซาร์ (Ramsar Convention)

1.1.2 “บึงบัว แหล่งนกน้ำ และเขตห้ามล่าสัตว์ป่า” เนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นมาของบึงฉลวกด้านการจัดการ และการดูแลประสานงานเพื่อประชาชนด้านการเกษตร การอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.1.3 “ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่า วิชาการที่จับต้องได้” การจัดตั้งศูนย์พัฒนาฯ เพื่อให้ความรู้ และบริการประชาชน โดย ชี้แจงเกี่ยวกับหน้าที่รับผิดชอบ และวัตถุประสงค์การจัดตั้ง

1.1.4 “แหล่งนันทนาการเพื่อประชาชน” มีหัวข้อย่อย ดังนี้

- อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีการจัดนิทรรศการเรื่องต่างๆ
- กรงนกขนาดใหญ่ บอกสภาพภายในกรงที่ตกแต่งให้คล้ายสภาพธรรมชาติ และปล่อยนกรวมกันไว้ภายในกว่า 30 ชนิด
- การเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าหายาก มีข้อมูลเกี่ยวกับกรงเสือ กรงนกน้ำ กรงไก่ฟ้าและกรงสัตว์ปีก

1.1.5 แผนผังแสดงจุดสำคัญ ในหัวข้อ “ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉลวก” และจุดต่างๆที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ชื่อหัวข้อ “เที่ยวทั่วบึงฉลวก” พร้อมคำอธิบายสั้นๆ

1.1.6 “สภาพธรรมชาติในบึงฉลวก” กล่าวถึงความสำคัญของพื้นที่ด้านทรัพยากรธรรมชาติทั้ง พืชและสัตว์



1.1.7 “เตรียมตัวให้พร้อม ก่อนไปคุนุก” มีหัวข้อย่อย คือ การแต่งกาย กล้องส่องทางไกล สมุดบันทึก คู่มือคุนุก

1.1.8 “การเดินทาง” บอกรายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง ทั้งทางรถยนต์ และการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง

1.1.9 “บริการเพื่อการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า” นำเสนอเกี่ยวกับหน้าที่การทำงานที่แบ่งหน้าที่เป็น 4 ฝ่าย คือ ฝ่ายวิจัยการเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า ฝ่ายจัดการสัตว์ป่า ฝ่ายส่งเสริมพัฒนา และฝ่ายบริหารทั่วไป.

## 1.2 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีสื่อความหมายธรรมชาติหลายชนิด ดังนี้

1.2.1 ป้ายให้ข้อมูล/ป้ายนิทรรศการ ภายในศูนย์บริการฯ มีเค้าโครงเรื่องดังนี้

ก. “นิเวศวิทยาบึงฉวากก่อนการพัฒนา” (กลางศูนย์) จำลองสภาพบึง ขนาดเท่าของจริง โดยมีหัวข้อเรื่อง ดังนี้

- ระบบนิเวศในบึงฉวาก
- บริเวณพืชใต้น้ำ (Sub-merged plants zone)
- พืชบนผิวน้ำ (Free-floating and emergent zone)
- บริเวณพืชยืนต้น
- บริเวณพืชชายน้ำ (Swamp plant zone)

ข. การเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าเชิงพาณิชย์ ในกลุ่มนี้เป็นป้ายสี่เหลี่ยมผืนผ้า ทั้งหมด 11 ป้าย ดังนี้

- “การเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าเชิงพาณิชย์” เนื้อหาโดยสรุปเกี่ยวกับสัตว์ป่าที่สามารถเพาะเลี้ยงได้ตามกฎหมาย มี 27 ชนิด คือ กวาง เนื้อทราย ไก่ฟ้าพญาลอ นกกระทาคอสี แสด นกหัว กระจงเล็ก ลิงกัง ไก่ฟ้าหน้าเขียว นกกระทาทู่ง นกเอี้ยงสาริกา เก้ง/อีเห็น/ฟาน ไก่ฟ้าหลังขาว นกปรอดหัวโขนเคราแดง นกเอี้ยงหงอน/นกอี้ยงดำ ชะมดเซ็ด ไก่จุก ไก่ฟ้าหลังเทา นกยูง เป็ดแดง ไก่ป่า นกกิ่งไครงคอดำ นกแว่นสีเทา งูหลาม งูเหลือม จระเข้ น้ำจืด จระเข้ น้ำเค็ม กบทุก/เขียดแถว

- ป้ายสัตว์อนุญาตให้เพาะเลี้ยงได้เฉพาะกิจการสวนสัตว์สาธารณะ มีลักษณะเป็นป้ายยาว 9 ป้าย คือ “จระเข้” “กวางป่า” “เสือโคร่ง” “นกกยูง” “ไก่ฟ้าหลังขาว” “ไก่ป่า” “งูหลาม” “กบทุก” “ชะมดเขียด”

- ป้าย “5 ขั้นตอนก่อนเพาะเลี้ยงสัตว์ป่า” ตาม พรบ.สงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2535 คือ

- 1) ยื่นใบอนุญาตเพาะพันธุ์
- 2) แจ้งหลักฐานการได้สัตว์ป่า
- 3) ได้ใบอนุญาตแล้ว ต้องเริ่มดำเนินการภายใน 1 ปี
- 4) มีสัตว์แพทย์ สัตวบาล นักวิชาการสัตว์น้ำ ประจำฟาร์ม
- 5) ทำบัญชีแสดงชนิด และจำนวนสัตว์ที่มี ยื่นต่อเจ้าหน้าที่

ค. “วิวัฒนาการของลำน้ำ” คือ มีการแสดงภาพจำลองลำน้ำ ตั้งแต่อดีต ถึงปัจจุบัน สามารถแบ่งได้ 7 ขั้นตอน คือขั้นเริ่มต้น วัฏธุนตอนต้น วัฏธุนตอนปลาย วัฏธุนกรรจ์ วัฏธุนกรรจ์ตอนปลาย วัฏธุนชรา ลำน้ำกินชีพ บึงฉวาก ชื่อเพี้ยนมาจาก ชะวาก หมายถึง ช่องกว้าง เป็นลำน้ำวัฏธุนชรา ลักษณะลำน้ำเป็นรูปแอก หรือพระจันทร์เสี้ยว

#### ง. “นกในบึงฉวาก”

มีประมาณ 74 ชนิด มีทั้งนกประจำถิ่น ที่อยู่บริเวณบึงตลอดปี และนกอพยพที่จะมาอาศัยอยู่ที่บึงฉวากเป็นบางช่วงเท่านั้น เพื่อหนีความอดอยาก และความหนาวเย็น โดยสรุปแล้วสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1) นกประจำถิ่น พบเห็นได้ง่าย จะทำรัง วางไข่ และหาอาหารอยู่บริเวณบึงตลอดทั้งปี ช่วงปลายฤดูหนาวต่อฤดูร้อนจะจับคู่ผสมพันธุ์ แล้ววางไข่ในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน และลูกนกจะฟักออกมาจากไข่ในช่วงฤดูฝน

2) นกอพยพนอกฤดูผสมพันธุ์ พบเฉพาะช่วงเดือนกันยายน เพราะปกติจะผสมพันธุ์ ทำรัง วางไข่ ในประเทศหนาวทางตอนเหนือ แล้วหนีความเย็นยะเยือกมาอยู่ในไทย พอถึงเดือนเมษายน จึงอพยพกลับ บางที่เรียกนกพวกนี้ว่า นกอพยพมาในช่วงฤดูหนาว

3) นกอพยพสร้างรัง อพยพเข้ามาเพื่อผสมพันธุ์ วางไข่ พอลูกนกแข็งแรงและบินได้จึงอพยพกลับ นกเหล่านี้มักเป็นนกที่อาศัยอยู่ในเขตร้อนเหมือนกับนกประจำถิ่น อพยพมายัง

ประเทศไทย เพื่อผสมพันธุ์และวางไข่ ในช่วงฤดูร้อน ฤดูฝน และฤดูหนาวจึงพากันบินอพยพกลับ เช่น นกปากห่าง ยางดำ แอนทุงใหญ่

#### จ. “วิธีคุนุก”

- ขนาด มี 7 ขนาด คือ เล็กมาก เล็ก เล็ก-กลาง กลาง กลาง-ใหญ่ ใหญ่ ใหญ่มาก ลักษณะภายนอก ทำให้เราจดจำกันได้ง่ายคือขนาด ซึ่งเป็นสิ่งที่สังเกตได้ชัดเจนที่สุด

- ปาก และ ปีก นกแต่ละชนิดกินอาหารไม่เหมือนกัน จึงมีปากต่างกัน เพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน ปีกของนกก็เช่นกัน มีลักษณะและขนาดที่ต่างกัน เพื่อให้เหมาะกับท่วงท่า และระดับความสูงในการบิน

1) ปากตรง ใช้สำหรับหากินตามชายน้ำ หรือตามพืชลอยน้ำ เช่น นกยาง นกตีนเทียน นกกระเรียน

2) ปากกรวย ปากสั้น โคนปากใหญ่ ปลายแหลม ใช้จับกินแมลงเล็ก ๆ เช่น นกกระจอก นกกระที้ด

3) ปากขอ ปากสั้น และปลายโค้งลงใช้สำหรับกินเนื้อ หรือกินแมลงเล็ก ๆ เปลือกแข็ง เช่น เหยี่ยว นกแก้ว

4) ปากแบน ค่อนข้างสั้น ส่วนกว้างมากกว่าส่วนสูง เช่น นกเป็ดน้ำ

5) ปากแอน ปากยาว ปลายโค้งขึ้น ใช้ไขไปตามโคลน เพื่อหาสัตว์น้ำกิน เช่น นกชายเลนปากแอน

6) ปากโค้ง ยาวและปลายโค้งลง ใช้กินน้ำหวานจากดอกไม้ เช่น นกกินปลี

7) ปีกโค้งใหญ่ ปลายขนปีกแยกจากกัน ช่วยให้บินลอยตัวได้สูงและร้อนตามลมได้ดี เช่น นกอินทรี

8) ปีกแคบและยาว ช่วยให้ร้อนในอากาศได้นาน พบในนกทะเลที่ร้อนเหนือน้ำทั้งวัน เช่น นกนางนวล

9) ปีกแบนบาง และตอนปลายเรียว ช่วยในการบินด้วยความเร็วและเสถียรได้คล่องแคล่ว เช่น นกนางแอ่น

10) ปีกแคบสั้น พบในนกที่บินเร็ว ๆ เป็นช่วงสั้น ๆ พบในนกที่อาศัยอยู่ตามป่า เช่น นกปรอด นกเขา

- หางและตีน มีประโยชน์ช่วยในการบิน การเดินและการทรงตัว นกบางชนิดมีหางลักษณะพิเศษ เป็นจุดเด่น หางและตีนของนกมีหลายแบบดังนี้

- 1) หางบ่วง เช่น นกแซงแซวหางบ่วงเล็ก แซงแซวหางบ่วงใหญ่
- 2) หางบัง เช่น นกบังรอก นกขุนแผน
- 3) หางตัด เช่น เขี้ยวขาว นกเงือกกรมช้าง
- 4) หางแหลม เช่น นกกินปลี นกกระต๊อ
- 5) หางแฉก เช่น นกนางนวลแกลบดำ นกกินปลีหางยาวคอดำ
- 6) หางแพน หรือ หางพลั่ว เช่น นกกางเขนบ้าน นกอีแพรด
- 7) ดินที่ใช้หากินตามพื้นดิน นิ้วหัวแม่ตีนอยู่ด้านหลัง ยกสูงขึ้นเล็กน้อย

เช่น ไก่

- 8) ดินที่ช่วยในการว่ายน้ำ มีพังศึเป็นแผ่นเชื่อมนิ้ว เช่น นกเป็ดน้ำ

นกกระทง

- 9) ดินที่ใช้เดินบนดินเลน หรือบนพื้นน้ำ นิ้วยาวเรียวยาวแหลม เขี่ยโดยตรง

เช่น นกยาง นกพริก

- 10) ดินที่ใช้สำหรับยึดเกาะกิ่งไม้ นิ้วเล็กบาง เล็บแหลมโค้ง เช่น อีเกอ

- 11) ดินที่ใช้ไต่ต้นไม้ มีนิ้วด้านหน้า 2 นิ้ว ด้านหลัง 2 นิ้ว เพื่อความสะดวก

ในการไต่ต้นไม้ตามแนวตั้ง เช่น นกหัวขวาน

- 12) ดินที่ใช้จับเหยื่อ กรงเล็บแหลม นิ้วสั้นแข็งแรง เช่น เขี้ยว นกเค้า

- สี ลวดลาย และพฤติกรรม นกบางชนิดสีไม่สดใส แต่มีลวดลายโดดเด่น และบางชนิดก็มีพฤติกรรมเฉพาะที่ใช้จำแนกชนิดได้ เราสังเกตสีและพฤติกรรมของนกได้ ดังนี้

- 1) บนลำตัว สังเกตบริเวณแถบขนปีก สะโพก และแถบบนหาง เช่น

นกจับแมลงตะโพกเหลือง

- 2) ลำตัวด้านล่าง จะมีลวดลายบริเวณแถบคาดอก ลายเกล็ด/ขีด บนอก

หรือที่ก้น เช่น นกปรอดหัวโขน

- 3) ลายเกล็ดบนอก เช่น นกปรอดอกลายเกล็ด

- 4) รอบตา จะเห็นวงแหวนรอบตาอย่างชัดเจน เช่น นกแว่นตาขาวสีทอง

- 5) คิ้ว นกบางชนิดจะมีแถบขนคิ้วเหนือตาเป็นจุด เช่น นกอีแพรดคิ้วขาว

- 6) ที่หน้า สังเกตที่ข้างแก้ม เช่น นกกระรอกทองแก้มขาว

จ “การขยายพันธุ์ของนกในธรรมชาติ” มีหัวข้อที่น่าสนใจว่า “ไข่อะไรเอ๋ย” ไข่นกส่วนใหญ่มีรูปร่างยาวรี และมีขนาดต่างกันแต่นกที่ทำรังเหนือน้ำ เช่นนกอีแจว ไข่จะมีรูปทรงแหลมข้างหนึ่ง และป้านข้างหนึ่ง เพื่อให้ไข่กลิ้งเป็นวงไม่ตกจากรัง สีสันและลวดลายของไข่จะต่างกันไปตามชนิดของนกเพื่อให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ช่วยให้รอดพ้นจากศัตรู นกที่วางไข่บนพื้นดินเช่น นกหัวโต นกกระเตแต้แว๊ด ไข่มีลายสีเนื้อ น้ำตาลและเทา เพื่อให้กลมกลืนกับพื้นดิน และใบไม้แห้ง

ข “สารานุกรมนก” แสดงรายละเอียดของชนิดนกในกรงนกใหญ่ โดยนกแต่ละชนิดมีทั้งชื่อภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และมีรายละเอียด พร้อมรูปนกเป็นตัวอย่างสำหรับนักท่องเที่ยวเข้าชม และศึกษาได้จากภายในอาคารศูนย์บริการ บริเวณชั้นลอย

1.2.2 แผนที่/แผนผัง ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังนี้

- เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก บริเวณที่ทำการเขตห้ามล่าฯ เป็นจุดที่เหมาะสมสำหรับการดูนกที่สุดจุดหนึ่ง ในตอนกลางวันของฤดูหนาวที่มีนกอพยพเข้ามา จะเห็นเป็นแดงฝูงใหญ่ ส่วนนกประจำถิ่นที่พบบ่อยเช่น นกยางกรอกพันธุ์ขาว นกอีแจว

- ศูนย์พัฒนาการจัดการสัตว์ป่าบึงฉวาก สร้างขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในวโรกาสทรงครองราชย์เป็นปีที่ 50 ประกอบไปด้วย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว กรงเลี้ยงนก เสือโคร่ง และสัตว์สวยงามอีกหลายชนิด

- อุทยานพักผ่อนบ้าน สถานที่รวบรวมพันธุ์ผักพื้นบ้านไว้ทุกชนิดจากทั่วประเทศ ทั้งสมุนไพร ไม้ล้มลุก และไม้ยืนต้น ประมาณ 500 ชนิด นำมาจัดตกแต่งเป็นภูมิทัศน์ที่สวยงาม และมีห้องสมุดบริการคอมพิวเตอร์สำหรับค้นคว้าข้อมูลพันธุ์ผัก

- สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ เป็นหน่วยงานของกรมประมง ภายในอาคารแสดงพันธุ์สัตว์น้ำได้รวบรวมพันธุ์ปลาน้ำจืด ปลาสวยงาม และพันธุ์ปลาหายาก เอาไว้ให้ประชาชนได้ศึกษา อาทิ ปลาน้ำจืด ปลาเสือ ปลาตะพัด เป็นต้น

- บ่อจระเข้บ้านจืด กรมประมงได้ปล่อยจระเข้บ้านจืดไว้ 50 ตัว ให้อยู่ในสภาพธรรมชาติในบ่อขนาด 5 ไร่ ซึ่งผู้ที่เข้าชมจะให้เห็นความเป็นอยู่แบบธรรมชาติของจระเข้ และสามารถเข้าชมได้อย่างใกล้ชิด

- วัดพืงคการาม เป็นวัดเก่าแก่ มีอายุใกล้เคียงกับวัดฉวางตั้งอยู่ระหว่างถนนเลียบบึงฉวาก และตรงไปยังอำเภอหันคา จ. ชัยนาท หน้าวัดมีต้นก้ามปูขนาดใหญ่ คูสงบรรมเย็น
- หมู่บ้านฉวาก ชุมชนบ้านฉวากตั้งมากกว่า 70 ปีแล้ว ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา และจับสัตว์น้ำ
- วัดฉวาก ภายในอุโบสถ มีหลวงพ่อดำ ที่ชาวบ้านให้ความเคารพบูชา หน้าวัดมีต้นโพธิ์ขนาดใหญ่ และมีพระราชนุเสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ประดิษฐานอยู่
- หมู่บ้านหัวละวัง เป็นชุมชนดั้งเดิมที่ตั้งมานานแล้ว ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา
- สถานีชลประทาน ทำหน้าที่ดูแลระบบชลประทานเพื่อหล่อเลี้ยงพื้นที่ทำการเกษตรโดยรอบบึงฉวาก ทั้งในเขต จ. สุพรรณบุรี และจังหวัดชัยนาท โดยการผันน้ำจากแม่น้ำท่าจีนมาสู่บึงฉวาก และส่งน้ำไปตามคลองส่งน้ำ
- หมู่บ้านแหลมหว้า เป็นชุมชนดั้งเดิมอีกแห่งหนึ่ง ตั้งอยู่ริมถนนเลียบบึงฉวาก ฝั่งตรงข้ามสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ หน้าหมู่บ้านมีพระราชนุเสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ประดิษฐานอยู่
- หมู่บ้านแหลมสะแก เป็นชุมชนดั้งเดิมที่ตั้งอยู่ในเขต อ. เดิมบางนางบวช จ. สุพรรณบุรี พระราชนุเสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ที่ประดิษฐานอยู่ บริเวณหมู่บ้านแหลมสะแกนั้น เชื่อกันว่ามีความศักดิ์สิทธิ์มาก

### ภาคผนวก ก

ตารางแสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว

ตารางผนวกที่ ๑ จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว  
เมื่ออายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรม  
สื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	15-25 ปี	71	3.4695	.6301	3.297	172	<b>.012</b>
	26-35 ปี	49	3.1054	.8134			
	36-45 ปี	41	3.0000	.9029			
	46-55 ปี	12	3.4861	.7087			
	56-65 ปี	0	-	-			
	รวม	173	3.2563	.7827			
2. ป้ายนิทรรศการ และแผนที่/ แผ่นผัง ในศูนย์บริการฯ	15-25 ปี	123	3.7263	.5927	3.545	277	<b>.008</b>
	26-35 ปี	78	3.4701	.6057			
	36-45 ปี	54	3.4475	.7659			
	46-55 ปี	21	3.8333	.8358			
	56-65 ปี	2	4.0417	.1767			
	รวม	278	3.3815	.6643			
3. สื่อโทรทัศน์ในศูนย์ บริการฯ	15-25 ปี	111	3.4752	.7424	2.822	248	<b>.026</b>
	26-35 ปี	66	3.2121	.7510			
	36-45 ปี	53	3.2594	.7070			
	46-55 ปี	18	3.7361	1.1130			
	56-65 ปี	1	4.2500	-			
	รวม	249	3.3815	.7803			
4. ป้ายนิทรรศการ นอกอาคาร	15-25 ปี	154	3.6623	.6057	3.998	350	<b>.003</b>
	26-35 ปี	93	3.5175	.5516			
	36-45 ปี	82	3.3902	.7696			
	46-55 ปี	20	3.8688	.5448			
	56-65 ปี	2	4.0000	.0000			
	รวม	351	3.5741	.6417			



ตารางผนวกที่ ค1 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
5. เจ้าหน้าที่นำชมและ บรรยายให้ความรู้	15-25 ปี	96	3.3458	.7926	3.033	191	<b>.019</b>
	26-35 ปี	39	2.9795	.7331			
	36-45 ปี	42	2.9286	.8735			
	46-55 ปี	14	3.2857	.7430			
	56-65 ปี	1	4.0000	-			
	รวม	192	3.1792	.8130			

ตารางผนวกที่ ค2 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว  
เมื่อระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ  
โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	ประถมศึกษา	3	3.5556	1.0844	.682	172	.638
	มัธยมต้น	22	3.4015	.6932			
	มัธยมปลาย หรือปวช.	35	3.2619	.7726			
	อนุปริญญา หรือปวส.	30	3.3778	.6975			
	ปริญญาตรี	73	3.1438	.8491			
	สูงกว่าปริญญาตรี	10	3.2833	.7073			
	รวม	173	3.2563	.7827			
2. ป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผ่นผัง ในศูนย์บริการฯ	ประถมศึกษา	11	3.9621	.7094	1.882	278	.098
	มัธยมต้น	44	3.7936	.6002			
	มัธยมปลาย หรือปวช.	60	3.5208	.6823			
	อนุปริญญา หรือปวส.	40	3.6063	.6581			
	ปริญญาตรี	110	3.5386	.6844			
	สูงกว่าปริญญาตรี	14	3.7262	.4140			
	รวม	279	3.6108	.6631			

ตารางผนวกที่ ค2 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
3. สื่อโทรทัศน์ ในศูนย์บริการฯ	ประถมศึกษา	10	3.8000	.7800	2.124	249	.063
	มัธยมต้น	39	3.5897	.6798			
	มัธยมปลาย หรือปวช.	57	3.4781	.7724			
	อนุปริญญา หรือปวส.	32	3.2109	.6872			
	ปริญญาตรี	99	3.2677	.8309			
	สูงกว่าปริญญาตรี	13	3.2885	.7060			
	รวม	250	3.3810	.7788			
4. ป้ายนิทรรศการ นอกอาคาร	ประถมศึกษา	16	3.7891	.7037	.948	351	.450
	มัธยมต้น	53	3.6156	.6069			
	มัธยมปลาย หรือปวช.	80	3.6078	.6276			
	อนุปริญญา หรือปวส.	48	3.6146	.5947			
	ปริญญาตรี	136	3.5211	.6756			
	สูงกว่าปริญญาตรี	19	3.4013	.5916			
	รวม	352	3.5735	.6409			
5. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยาย ให้ความรู้	ประถมศึกษา	3	2.7000	.3464	5.048	193	.000
	มัธยมต้น	33	3.5636	.6927			
	มัธยมปลาย หรือปวช.	43	3.2465	.7196			
	อนุปริญญา หรือปวส.	25	3.2240	.8166			
	ปริญญาตรี	82	3.0890	.8103			
	สูงกว่าปริญญาตรี	8	2.1500	.8315			
	รวม	194	3.1773	.8090			

ตารางผนวกที่ ๑๓ จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่ออาชีพแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	นักเรียน/นักศึกษา	50	3.5467	.5655	2.395	172	<b>.018</b>
	พนักงานบริษัทเอกชน	18	3.0741	.8328			
	ทำธุรกิจส่วนตัว	15	3.2222	.5965			
	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	64	3.1693	.8135			
	แม่บ้าน	3	3.1111	.6736			
	รับจ้าง	8	2.4375	1.2691			
	เกษตรกร	3	3.4444	1.0585			
	ค้าขาย	11	3.3788	.7604			
	อื่นๆ	1	3.1667	-			
	รวม	173	3.2563	.7827			
2. ป้ายนิเทศการ และแผนที่/ แผนที่ ในศูนย์บริการฯ	นักเรียน/นักศึกษา	81	3.7222	.5736	1.023	278	.419
	พนักงานบริษัทเอกชน	34	3.5000	.6023			
	ทำธุรกิจส่วนตัว	27	3.5185	.5149			
	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	87	3.5450	.7648			
	แม่บ้าน	5	3.7500	.7862			
	รับจ้าง	20	3.6125	.6734			
	เกษตรกร	9	3.9907	.4339			
	ค้าขาย	13	3.5705	.9102			
	อื่นๆ	3	3.3889	.5549			
	รวม	279	3.6108	.6631			
3. สื่อโทรทัศน์ ในศูนย์บริการฯ	นักเรียน/นักศึกษา	79	3.5411	.7099			
	พนักงานบริษัทเอกชน	25	3.2200	.8640			
	ทำธุรกิจส่วนตัว	25	3.2300	.7804			
	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	75	3.2967	.8134			

ตารางผนวกที่ ค3 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
	แม่บ้าน	5	3.3500	.4873			
	รับจ้าง	21	3.3333	.7303			
	เกษตรกร	6	3.6250	.8909			
	ค้าขาย	11	3.5000	.9611			
	อื่นๆ	3	3.3333	.5774			
	รวม	250	3.3810	.7788			
4. ป้ายนิทรรศการ นอกอาคาร	นักเรียน/นักศึกษา	107	3.6963	.5985			
	พนักงานบริษัทเอกชน	41	3.5640	.6060			
	ทำธุรกิจส่วนตัว	33	3.4621	.4936			
	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	109	3.5252	.7064			
	แม่บ้าน	7	3.4107	.4717			
	รับจ้าง	24	3.4063	.6617			
	เกษตรกร	10	3.9750	.6423			
	ค้าขาย	16	3.5391	.7299			
	อื่นๆ	5	3.1500	.5108			
	รวม	352	3.5735	.6409			
5. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยาย ให้ความรู้	นักเรียน/นักศึกษา	62	3.4371	.7315			
	พนักงานบริษัทเอกชน	23	2.8087	.9160			
	ทำธุรกิจส่วนตัว	14	2.7857	.6949			
	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	61	3.0475	.8294			
	แม่บ้าน	4	3.2000	1.0132			
	รับจ้าง	11	3.3455	.6788			
	เกษตรกร	4	3.2500	.8347			
	ค้าขาย	12	3.4583	.6895			
	อื่นๆ	3	3.2333	.6658			
	รวม	194	3.1773	.8090			

ตารางผนวกที่ ๑๔ จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่อรายได้แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อ ความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	ไม่มีรายได้ - ต่ำกว่า 4,000 บาท	52	3.4615	.5266	3.011	157	<b>.020</b>
	4,001-9,000 บาท	36	3.3519	.9185			
	9,001-14,000 บาท	20	3.2583	.7204			
	14,001-19,000 บาท	32	3.1510	.8513			
	19,001 บาทขึ้นไป	18	2.7685	.8616			
	รวม	158	3.2690	.7889			
2. ป้ายนิทรรศการ และแผนที่/ แผ่นผัง ในศูนย์บริการฯ	ไม่มีรายได้ - ต่ำกว่า 4,000 บาท	86	3.7529	.5867	2.561	258	<b>.039</b>
	4,001-9,000 บาท	69	3.6473	.6869			
	9,001-14,000 บาท	32	3.4505	.6171			
	14,001-19,000 บาท	40	3.6208	.6913			
	19,001 บาทขึ้นไป	32	3.3802	.7087			
	รวม	259	3.6210	.6579			
3. สื่อโทรทัศน์ ในศูนย์บริการฯ	ไม่มีรายได้ - ต่ำกว่า 4,000 บาท	87	3.5632	.6896	2.445	228	<b>.047</b>
	4,001-9,000 บาท	51	3.2843	.7400			
	9,001-14,000 บาท	27	3.1204	.7733			
	14,001-19,000 บาท	35	3.4071	.8137			
	19,001 บาทขึ้นไป	29	3.2414	.9671			
	รวม	229	3.3843	.7789			
4. ป้ายนิทรรศการ นอกอาคาร	ไม่มีรายได้ - ต่ำกว่า 4,000 บาท	117	3.7083	.6207			
	4,001-9,000 บาท	70	3.5589	.6447			
	9,001-14,000 บาท	46	3.5054	.6208			
	14,001-19,000 บาท	50	3.5050	.7453			

ตารางผนวกที่ ค4 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
5. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยาย ให้ความรู้	19,001 บาทขึ้นไป	39	3.4327	.6399	1.983	321	.097
	รวม	322	3.5819	.6529			
	ไม่มีรายได้ - ต่ำกว่า 4,000 บาท	68	3.4309	.7137	4.836	178	<b>.001</b>
	ให้ความรู้ 4,001-9,000 บาท	39	3.1846	.8116			
	9,001-14,000 บาท	25	2.9600	.9042			
	14,001-19,000 บาท	30	3.0200	.6635			
	19,001 บาทขึ้นไป	17	2.6118	.9273			
	รวม	179	3.1648	.8108			

ตารางผนวกที่ ค5 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว  
เมื่อภูมิลำเนาแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ  
โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	ภูมิลำเนา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	สุพรรณบุรี	62	3.1855	.7275	4.074	162	<b>.019</b>
	ภาคกลาง และ ภาคตะวันตก	71	3.0939	.8413			
	ภาคอื่นๆ	30	3.5611	.5945			
	รวม	163	3.2147	.7729			
	รวม	163	3.2147	.7729			
2. ป้ายนิทรรศการ และแผนที่/ แผ่นผัง ในศูนย์บริการฯ	สุพรรณบุรี	101	3.6015	.6389	6.983	264	<b>.001</b>
	ภาคกลาง และ ภาคตะวันตก	118	3.4788	.6437			
	ภาคอื่นๆ	46	3.9004	.6844			
	รวม	265	3.5987	.6636			
	รวม	265	3.5987	.6636			
3. สื่อโทรทัศน์ ในศูนย์บริการฯ	สุพรรณบุรี	90	3.3444	.6947	6.983	264	<b>.001</b>
	ภาคกลาง และ ภาคตะวันตก	109	3.2476	.7680			
	รวม	199	3.2960	.7263			

ตารางผนวกที่ ค5 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	ภูมิภาค	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
	ภาคอื่นๆ	45	3.7722	.8542	7.725	240	<b>.001</b>
	รวม	241	3.3817	.7796			
4. ป้ายนิทรรศการ นอกอาคาร	สุพรรณบุรี	113	3.5719	.5557	8.402	330	<b>.000</b>
	ภาคกลาง และ ภาคตะวันตก	156	3.4728	.6188			
	ภาคอื่นๆ	62	3.8589	.7610			
	รวม	331	3.5789	.6417			
5. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยาย ให้ความรู้	สุพรรณบุรี	70	3.1229	.8681	2.474	181	.087
	ภาคกลาง และ ภาคตะวันตก	80	3.0925	.7298			
	ภาคอื่นๆ	32	3.4594	.9129			
	รวม	182	3.1687	.8251			

ตารางผนวกที่ ค6 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว  
เมื่อประเภทของกลุ่มแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ  
โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	ประเภทของกลุ่ม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	เพื่อน	28	3.4821	.5316	.959	172	.444
	ครอบครัว/ญาติ	108	3.1651	.8445			
	มาคนเดียว	2	3.3333	.9428			
	มากับบริษัทนำเที่ยว	1	3.6667	-			
	กลุ่มผสม(ญาติ/เพื่อน) อื่นๆ	28	3.3095	.7866			
	รวม	173	3.2563	.7827			
2. ป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผ่นผัง ในศูนย์บริการฯ	เพื่อน	61	3.5806	.5060	1.2481		
	ครอบครัว/ญาติ	160	3.5922	.6884			
	มาคนเดียว	3	3.4722	1.2481			

ตารางผนวกที่ ๖ (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	ประเภทของกลุ่ม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.				
3. สื่อโทรทัศน์ ในศูนย์บริการฯ	มากับบริษัทนำเที่ยว	1	4.3333	-	.484	278	.788				
	กลุ่มผสม(ญาติ/เพื่อน)	48	3.6910	.7154							
	อื่นๆ	6	3.7222	.8091							
	รวม	279	3.6108	.6631							
	เพื่อน	56	3.2500	.6776							
	ครอบครัว/ ญาติ	146	3.4281	.8115							
	มาคนเดียว	2	2.7500	.0000							
	มากับบริษัทนำเที่ยว	2	3.8750	.5303							
	กลุ่มผสม(ญาติ/เพื่อน)	39	3.3718	.7882							
	อื่นๆ	5	3.6000	.9454							
4. ป้ายนิทรรศการ นอกอาคาร	รวม	250	3.3810	.7788	.926	249	.465				
	เพื่อน	75	3.4883	.5228							
	ครอบครัว/ ญาติ	202	3.6052	.6718							
	มาคนเดียว	4	3.1563	.8315							
	มากับบริษัทนำเที่ยว	2	3.7500	.1768							
	กลุ่มผสม(ญาติ/เพื่อน)	58	3.5582	.6586							
	อื่นๆ	11	3.7727	.6681							
	รวม	352	3.5735	.6409							
	5. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยาย ให้ความรู้	เพื่อน	46	3.1391				.7206	.952	351	.448
		ครอบครัว/ ญาติ	109	3.2055				.8160			
มาคนเดียว		2	2.8500	.2121							
มากับบริษัทนำเที่ยว		2	2.2500	1.7678							
กลุ่มผสม(ญาติ/เพื่อน)		29	3.1897	.8978							
อื่นๆ		6	3.3167	.7859							
รวม		194	3.1773	.8090							
					.669	193	.647				



ตารางผนวกที่ ๑๗ จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว  
เมื่อขนาดของกลุ่มแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของ  
โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อ สื่อฯ	ขนาดของกลุ่ม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	1-5 คน	75	3.1578	.8324	.970	171	.426
	6-10 คน	63	3.3360	.7552			
	11-15 คน	19	3.3860	.7094			
	16-20 คน	8	3.5208	.4027			
	มากกว่า 20 คนขึ้นไป	7	3.0238	.9833			
	รวม	172	3.2597	.7836			
2. ป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผนผัง ในศูนย์บริการฯ	1-5 คน	117	3.5271	.6681	1.318	277	.264
	6-10 คน	105	3.6722	.6415			
	11-15 คน	35	3.7333	.5944			
	16-20 คน	10	3.7583	.6129			
	มากกว่า 20 คนขึ้นไป	11	3.4318	.9880			
	รวม	278	3.6124	.6637			
3. สื่อโทรทัศน์ ในศูนย์บริการฯ	1-5 คน	113	3.3208	.7752	.568	247	.686
	6-10 คน	87	3.4368	.7570			
	11-15 คน	33	3.4697	.7850			
	16-20 คน	8	3.4688	.8285			
	มากกว่า 20 คนขึ้นไป	7	3.1429	1.1890			
	รวม	248	3.3810	.7819			
4. ป้ายนิทรรศการ นอกอาคาร	1-5 คน	150	3.5442	.6065	.953	349	.434
	6-10 คน	130	3.5490	.6928			
	11-15 คน	45	3.7472	.6875			
	16-20 คน	11	3.5795	.3844			
	มากกว่า 20 คนขึ้นไป	14	3.5536	.4969			
	รวม	350	3.5736	.6419			

ตารางผนวกที่ ๑๗ (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	ขนาดของกลุ่ม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
5. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยาย ให้ความรู้	1-5 คน	86	3.1477	.7827			
	6-10 คน	72	3.1625	.8926			
	11-15 คน	26	3.3500	.6958			
	16-20 คน	3	3.2667	.2517			
	มากกว่า 20 คนขึ้นไป	6	2.8500	.8044			
	รวม	193	3.1731	.8089			

ตารางผนวกที่ ๑๘ จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว เมื่อระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิดของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อสื่อฯ	ระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	ต่ำกว่า 2 ชั่วโมง	49	3.2551	.7547			
	3-5 ชั่วโมง	104	3.2596	.7674			
	6-8 ชั่วโมง	10	3.0667	.8965			
	9 ชั่วโมงขึ้นไป	2	4.0833	.1179			
	รวม	165	3.2566	.7690			
2. ป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผนผัง ในศูนย์บริการฯ	ต่ำกว่า 2 ชั่วโมง	82	3.6159	.6149			
	3-5 ชั่วโมง	160	3.6125	.6705			
	6-8 ชั่วโมง	20	3.5000	.7761			
	9 ชั่วโมงขึ้นไป	4	4.2708	.3811			
	รวม	266	3.6150	.6615			
3. สื่อโทรทัศน์ ในศูนย์บริการฯ	ต่ำกว่า 2 ชั่วโมง	70	3.3036	.7660			
	3-5 ชั่วโมง	142	3.4049	.7977			
	6-8 ชั่วโมง	22	3.3636	.8371			
	9 ชั่วโมงขึ้นไป	3	3.8333	.2887			
	รวม	237	3.3766	.7871			

ตารางผนวกที่ ค8 (ต่อ)

ความพึงพอใจ ต่อสื่อฯ	ระยะเวลาที่อยู่ ในพื้นที่	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
4. ป้ายนิทรรศการ นอกอาคาร	ต่ำกว่า 2 ชั่วโมง	111	3.5608	.6668			
	3-5 ชั่วโมง	190	3.6184	.6484			
	6-8 ชั่วโมง	25	3.4350	.5438			
	9 ชั่วโมงขึ้นไป	6	3.7292	.4139			
	รวม	332	3.5873	.6440			
5. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยาย ให้ความรู้	ต่ำกว่า 2 ชั่วโมง	66	3.2288	.8421			
	3-5 ชั่วโมง	101	3.1584	.7960			
	6-8 ชั่วโมง	15	2.9267	.9012			
	9 ชั่วโมงขึ้นไป	3	3.5667	.9815			
	รวม	185	3.1714	.8221			

ตารางผนวกที่ ค9 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแปรปรวนทางเดียว  
เมื่อจำนวนครั้งที่มาเยือนแตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีต่อชนิด  
ของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติแตกต่างกัน

ความพึงพอใจ ต่อสื่อฯ	จำนวนครั้ง ที่มาเยือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
1. สื่อสิ่งพิมพ์	มาเยือนครั้งแรก	69	3.4493	.7130			
	1-3 ครั้ง	53	3.2830	.6915			
	4-6 ครั้ง	23	2.8913	1.0416			
	7-9 ครั้ง	3	3.4444	.6310			
	10 ครั้งขึ้นไป	20	3.0917	.6589			
	รวม	168	3.2778	.7684			
2. ป้ายนิทรรศการ และแผนที่/แผนผัง ในศูนย์บริการฯ	มาเยือนครั้งแรก	121	3.6901	.6462			
	1-3 ครั้ง	82	3.6443	.6471			
	4-6 ครั้ง	34	3.4142	.6248			
	7-9 ครั้ง	4	3.5625	.5585			
	10 ครั้งขึ้นไป	31	3.5281	.6675			

## ตารางผนวกที่ ๑ (ต่อ)

ความพึงพอใจ ต่อสื่อฯ	จำนวนครั้งที่ มาเยือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	df	Sig.
	รวม	272	3.6192	.6477	2.117	271	.079
3. สื่อโทรทัศน์ ในศูนย์บริการฯ	มาเยือนครั้งแรก	96	3.4479	.7872			
	1-3 ครั้ง	84	3.4494	.8026			
	4-6 ครั้ง	33	3.1364	.6990			
	7-9 ครั้ง	3	3.0833	.1443			
	10 ครั้งขึ้นไป	28	3.3482	.6950			
	รวม	244	3.3904	.7701	1.224	243	.301
4. ป้ายนิทรรศการ นอกอาคาร	มาเยือนครั้งแรก	154	3.5373	.6863			
	1-3 ครั้ง	108	3.6493	.6427			
	4-6 ครั้ง	42	3.5268	.5463			
	7-9 ครั้ง	5	3.7000	.5047			
	10 ครั้งขึ้นไป	35	3.5250	.5638			
	รวม	344	3.5723	.6421	.650	343	.627
5. เจ้าหน้าที่นำชม และบรรยาย ให้ความรู้	มาเยือนครั้งแรก	76	3.0776	.8547			
	1-3 ครั้ง	67	3.2731	.7800			
	4-6 ครั้ง	22	3.2136	.6453			
	7-9 ครั้ง	3	2.6000	1.4177			
	10 ครั้งขึ้นไป	22	3.1864	.7815			
	รวม	190	3.1674	.8064	.562	189	.691