

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยว
บริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

Public Relations on Garbage Separation for Tourist at Sarika Waterfall,
Mueang District, Nakhon Nayok Province

โดย

นายวสัน สดศรี

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาศาสตรบัณฑิต)

พ.ศ. 2548

ISBN 974-9843-50-9



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม)
ปริญญา

..... วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม วิทยาลัยสิ่งแวดล้อม
สาขา ภาควิชา


เรื่อง การประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยว บริเวณน้ำตกสาริกา
อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

Public Relations on Garbage Separation for Tourist at Sarika Waterfall,
Mueang District, Nakhon Nayok Province

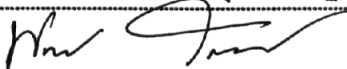
นามผู้วิจัย นายวสัน สดศรี

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

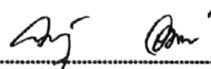
ประธานกรรมการ

( รongศาสตราจารย์จ่านงรักษ์ อุดมเศรษฐ์, Ph.D.)

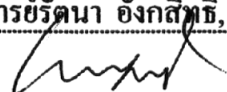
กรรมการ

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนิดา โสต้อง, M.S.)

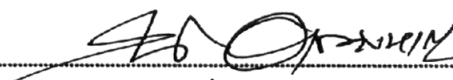
กรรมการ

( อาจารย์รัตนา อังกสิทธิ์, M.S.)

ประธานสาขาวิชา

( ศาสตราจารย์เกษม จันทร์แก้ว, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

( รongศาสตราจารย์วินัย อาจคงหาญ, M.A.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 26 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2548

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์หลาย ๆ ท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ศ. ดร. เกษม จันทรแก้ว ผู้อำนวยการโครงการศึกษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ รศ. ดร. จันทรรักษ์ อุดมเศรษฐ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา รศ. พนิดา โสต้อง และอาจารย์รัตนา อังกสิทธิ์ คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาและช่วยตรวจสอบแก้ไข เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณมูลนิธิชัยพัฒนา จากโครงการศึกษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ในส่วนรับผิดชอบของวิทยาลัยสิ่งแวดล้อม สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ช่วยเหลือทุนอุดหนุนงานวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณครูและอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อวินัย สดศรี และคุณแม่สุนันท์ สดศรี ที่ให้โอกาสแก่ผู้วิจัยในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ขอขอบคุณพี่สาวน้อยนันท สดศรี และน้องสาววิสนันท์ สดศรีที่คอยกระตุ้นให้รีบเรียนให้จบในเร็ววัน

ขอขอบคุณ คุณสุธีรพันธ์ สวัสดิ์กุลดิถก เจ้าพนักงานป่าไม้ 5 จัดการที่ 6 ที่อำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลบริเวณน้ำตกสาริกาเป็นอย่างดี ขอขอบคุณเพื่อน ๆ สิ่งแวดล้อมรุ่น 27 ที่ให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยในการเรียน และทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นปิยะเชษฐ์ ผึ้ง กิ๊ฟ พี่ต่า พี่ปุก และเพื่อน ๆ พี่ ๆ ชาวสิ่งแวดล้อมรุ่น 26-28 ที่คอยสอบถามความก้าวหน้าในการทำวิทยานิพนธ์ ด้วยความใส่ใจและห่วงใยเป็นอย่างยิ่ง รวมถึงเพื่อน ๆ ศึกษาศาสตร์(สุขศึกษา รุ่น 16) โจ้ โอ้ เหมียว ล่อน วรรณ ที่ยังให้ความช่วยเหลือเสมอถึงแม้จะเรียนจบไปแล้ว ก็ยังคงให้ความช่วยเหลือเพื่อนคนนี้ด้วยดีเสมอมา สุดท้ายขอขอบคุณตัวผู้วิจัยเองที่มีความพยายามในการเรียน และทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จในที่สุด ประสบการณ์และคำสอนที่ได้รับจากการเรียนที่วิทยาลัยสิ่งแวดล้อมแห่งนี้ ผู้วิจัยจะนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

วสัน สดศรี

ตุลาคม 2548

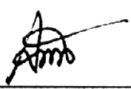
วสัน สดศรี 2548: การประชาสัมพันธ์เรื่องการคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยวบริเวณ
น้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ปริญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
(วิทยาศาสตรสิ่งแวดล้อม) สาขาวิทยาศาสตรสิ่งแวดล้อม วิทยาลัยสิ่งแวดล้อม
ประธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์จันทน์ อุดมเศรษฐ์, Ph.D. 122 หน้า
ISBN 974-9843-50-9

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์ ดำเนินการประชาสัมพันธ์
และหาประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยว บริเวณ
น้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 30 คน บริเวณน้ำตกสาริกา
อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูล
พฤติกรรมคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 3 วันได้แก่วันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test ที่
ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัยพบว่า สื่อโปสเตอร์มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ใน
การประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะ คะแนนความรู้ของนักท่องเที่ยวหลังได้รับ
การประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกับก่อนได้รับการประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวร้อยละ 74.82 สามารถคัดแยกขยะได้ถูกต้อง

วสัน สดศรี
ลายมือชื่อนิติกร


ลายมือชื่อประธานกรรมการ

19, ๓๑, ๒๕๔๘

Wasan Sodsri 2005: Public Relations on Garbage Separation for Tourist at Sarika Waterfall, Mueang District, Nakhon Nayok Province. Master of Science (Environmental Science), Major Field: Environmental Science, College of Environment. Thesis Advisor: Associate Professor Jumnongrok Udomsade, Ph.D. 122 pages. ISBN 974-9843-50-9

The objectives of this study were 1) to develop media for public relations; 2) to implement public relations campaign and 3) to examine the efficiency of the campaign on garbage separation of tourist at Sarika waterfall, Mueang district, Nakhon Nayok province.

The total of 30 Thai tourists at Sarika waterfall, Mueang district, Nakhon Nayok province served as respondent of this study. Data were collected using questionnaire. Observation and gathering data on garbage separation behavior was conducted on Friday, Saturday and Sunday. Data were analyzed and presented through percentage, mean, standard deviation and t – test.

Results indicated that poster was appropriate and efficient medium of the campaign on garbage separation. The achievement score of tourists before and after the implementation of public relations was significantly different at .05 level. The respondents (74.82 %) were able to separate garbage correctly.

Wasan Sodsri

Student's signature

Jumnongrok U

Thesis Advisor's signature

19, Oct, 05

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการวิจัย	3
คำนิยามศัพท์	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	5
การประชาสัมพันธ์	5
สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	18
ขยะและการคัดแยกขยะ	25
น้ำตกสาริกา	38
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	44
กรอบแนวคิดในการวิจัย	48
สมมติฐาน	48
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	49
วิธีดำเนินการวิจัย	49
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	52
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	52
การทดสอบเครื่องมือ	53
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	54
การวิเคราะห์ข้อมูล	54
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	55

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	56
ผลการวิจัย	56
สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ	56
การดำเนินการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ	56
การทดสอบประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์คัดแยกขยะ	59
ข้อวิจารณ์	67
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	70
สรุปผลการวิจัย	70
ข้อเสนอแนะ	71
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	73
ภาคผนวก	78
ภาคผนวก ก ผู้เชี่ยวชาญ	79
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	81
ภาคผนวก ค ข้อมูลการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ	95
ภาคผนวก ง การดำเนินการประชาสัมพันธ์	114

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่(น้ำตกสาริกา) ระหว่างปี พ. ศ. 2543-2546	41
2	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	60
3	กลุ่มในการเดินทางของนักท่องเที่ยว	62
4	พฤติกรรมกรเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	62
5	การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาน้ำตกสาริกา (เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกจากน้ำตกสาริกา)	63
6	การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหลังเดินทางมาน้ำตกสาริกา (เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกจากน้ำตกสาริกา)	63
7	เปรียบเทียบคะแนนความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง	64
8	ปริมาณการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยววันศุกร์ที่ 21 มกราคม พ. ศ. 2548	65
9	ปริมาณการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยววันเสาร์ที่ 22 มกราคม พ. ศ. 2548	65
10	ปริมาณการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยววันอาทิตย์ที่ 23 มกราคม พ. ศ. 2548	66
11	ตารางเปรียบเทียบปริมาณการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว ระหว่างก่อนได้รับการประชาสัมพันธ์ และหลังได้รับการประชาสัมพันธ์	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่	หน้า	
ค1	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	97
ค2	กลุ่มในการเดินทางของนักท่องเที่ยว	99
ค3	พฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	99
ค4	การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาน้ำตกสาริกา (เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกจากน้ำตกสาริกา)	100
ค5	การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหลังเดินทางมาน้ำตกสาริกา (เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกจากน้ำตกสาริกา)	101
ค6	การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ของนักท่องเที่ยว	101
ค7	ขณะที่นักท่องเที่ยวคิดว่าตนเองจะผลิตในการมาเที่ยวน้ำตกสาริกา	103
ค8	ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการคัดแยกขยะ ของนักท่องเที่ยว ที่มาน้ำตกสาริกา	104
ค9	บริเวณที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชนิดต่าง ๆ	106
ค10	พฤติกรรมกรรมการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ	107
ค11	สาเหตุที่นักท่องเที่ยวไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้ง(เฉพาะนักท่องเที่ยว ที่ไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้ง)	108
ค12	การประสบปัญหาของนักท่องเที่ยวในการคัดแยกขยะ(เฉพาะนักท่องเที่ยว ที่คัดแยกขยะก่อนทิ้ง)	109

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
ค13	ปัญหาของนักท่องเที่ยวนในการคัดแยกขยะ(เฉพาะนักท่องเที่ยวนที่ประสบปัญหาในการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง)	110
ค14	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวนในการเตรียมการคัดแยกขยะของน้ำตกสาลิกาในปัจจุบัน	111
ค15	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวนในการขอความร่วมมือในการคัดแยกขยะ	112
ค16	ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวนในการเตรียมการเพื่อการคัดแยกขยะ	113

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนที่ตั้งสถานที่ท่องเที่ยวรอบเขาใหญ่	39
2	ถังขยะที่ใช้ในบริเวณน้ำตกสาริกา	43
3	แผนผังการจัดวางถังขยะบริเวณน้ำตกสาริกา	44
4	ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย	48
ภาพผนวกที่		
ง1	โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ ประเภทขยะเปียก	115
ง2	โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ ประเภทขยะแห้ง	116
ง3	โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ ประเภทขยะอันตราย	117
ง4	โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ	118
ง5	ถังขยะประเภทต่าง ๆ	118
ง6	การติดตั้งสื่อโปสเตอร์บริเวณลานจอดรถน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก	119
ง7	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อสื่อโปสเตอร์บริเวณลานจอดรถน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก	119
ง8	การติดตั้งสื่อโปสเตอร์บริเวณสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก	119

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพผนวกที่		หน้า
ง9	การติดตั้งสื่อโปสเตอร์และถังขยะหน้าห้องน้ำ ภายในสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก	120
ง10	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อสื่อโปสเตอร์ บริเวณหน้าห้องน้ำ ภายในสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก	120
ง11	พฤติกรรมกาถังขยะของนักท่องเที่ยวต่อสื่อโปสเตอร์ บริเวณหน้าห้องน้ำ ภายในสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก	121
ง12	การติดตั้งสื่อโปสเตอร์และถังขยะ ภายในสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก	121
ง13	พฤติกรรมกาถังขยะของนักท่องเที่ยวต่อสื่อโปสเตอร์ บริเวณสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก	122
ง14	พฤติกรรมกาถังขยะของนักท่องเที่ยวต่อสื่อโปสเตอร์ บริเวณสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก	122
ง15	พฤติกรรมกาถังขยะของนักท่องเที่ยวต่อสื่อโปสเตอร์ บริเวณสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก	122

บทที่ 1

บทนำ

ในชีวิตประจำวันของมนุษย์จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิต ซึ่งมนุษย์สามารถหาได้จากทรัพยากรธรรมชาติ มนุษย์ได้นำทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ มาใช้ในการอุปโภคและบริโภคเพื่อสนองความต้องการของตนเอง สิ่งเหลือใช้จากการอุปโภคบริโภคที่มนุษย์ไม่ต้องการเรียกว่า “ขยะ” ในสภาวะปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม รวมถึงทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้มนุษย์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และส่งผลให้มนุษย์มีกิจกรรมในการดำรงชีวิตมากขึ้นเช่นกัน แต่ละกิจกรรมของมนุษย์นั้นได้ทำให้เกิดขยะออกสู่สิ่งแวดล้อม ซึ่งมีแนวโน้มว่าจะมีปริมาณที่มากขึ้นทุกวัน ในปี พ.ศ. 2543 ประเทศไทยมีขยะเกิดขึ้น 13.9 ล้านตัน หรือ 38,280 ตันต่อวัน นอกจากนี้ ยังมีสถิติว่าขยะมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.7 ต่อปี (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2545)

การกำจัดขยะของชุมชนต่าง ๆ ส่วนใหญ่ใช้วิธีเทลงบนพื้นหรือในหลุม อาจมีการเผาเป็นครั้งคราวหรือใช้ดินกลบทับ ซึ่งวิธีเหล่านี้เป็นวิธีที่ไม่ถูกสุขลักษณะ อันจะนำมาสู่ปัญหาสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นมลพิษทางดิน น้ำ อากาศ เป็นแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรค เกิดการสูญเสียทางเศรษฐกิจเนื่องจากต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการรวบรวมและกำจัด และปัญหาสำคัญคือการทำลายสุนทรียภาพก่อให้เกิดความสูญเสียด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่งของมนุษย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวสามารถจำแนกประเภทตามลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวได้ 2 ประเภท คือการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งศิลปกรรม หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ไรต์คลับ สวนสนุก สวนสาธารณะในเมือง รวมถึงสถานที่ประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน โบราณสถาน เป็นต้น และอีกประเภทคือการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล ป่าไม้ น้ำตก เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีความสวยงาม มีเอกลักษณ์เฉพาะ และมีองค์ประกอบของสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างกัน จึงทำให้สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านความสวยงาม ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว การคมนาคมที่สะดวกสบาย ระยะทางใกล้ไกล หรือสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น

จำนวนนักท่องเที่ยวนอกจากจะแสดงถึงความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวได้แล้ว ยังสามารถบ่งบอกถึงปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวได้อีกด้วย เนื่องจากแหล่งกำเนิดขยะในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดก็คือนักท่องเที่ยว จึงทำให้ปริมาณและลักษณะของขยะในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะเปลี่ยนแปลงตามจำนวน และลักษณะกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นหากสถานที่ท่องเที่ยวใดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูง ก็ย่อมจะทำให้มีปริมาณขยะในแหล่งท่องเที่ยวนั้นสูงตามไปด้วย หากทางสถานที่ท่องเที่ยวขาดการวางแผนการจัดการขยะที่เหมาะสม ก็ย่อมส่งผลให้เกิดผลกระทบจากปัญหาขยะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทำให้สถานที่ท่องเที่ยวขาดความสวยงาม และเกิดความทรุดโทรมในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าว และเป็นการช่วยรักษาให้สถานที่ท่องเที่ยวยังคงความสมบูรณ์ไว้ จึงควรมีการหามาตรการในการจัดการขยะในสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ความสำคัญของปัญหา

น้ำตกรสริกา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนครนายก จากรายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (น้ำตกรสริกา) ในระหว่างปี พ. ศ. 2543-2546 มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 100,000 คน/ปี การที่น้ำตกรสริกามีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงเช่นนี้ ย่อมส่งผลต่อปริมาณขยะที่เกิดจากการประกอบกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ให้มีปริมาณที่สูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งการคาดการณ์ปริมาณขยะในแต่ละปีของน้ำตกรสริกาสามารถทำได้ โดยคำนวณจากอัตราการเกิดขยะของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างคืน ซึ่งเท่ากับ 0.02-0.06 กิโลกรัม/คน/วัน หรือ 0.50-1.60 ลิตร/คน/วัน (อาไฟ, 2540 อ้างถึงใน ปราณิ, 2546) จากเกณฑ์ดังกล่าว น้ำตกรสริกาผลิตขยะปีละ 2,000-6,000 กิโลกรัม/ปี หรือ 50,000-160,000 ลิตร/ปี ปริมาณขยะที่เกิดขึ้นถ้าไม่มีการเตรียมการรับมือที่ดีย่อมจะส่งผลเสียต่อสภาพแวดล้อม ความงดงามทางธรรมชาติ และทำให้การท่องเที่ยวของน้ำตกรสริกาขาดความยั่งยืน

กระบวนการการจัดการด้านขยะของน้ำตกรสริกายังไม่สมบูรณ์ จึงทำให้ขยะแต่ละประเภทที่เก็บรวบรวมได้จากถังรองรับขยะ ที่ทางน้ำตกรสริกาได้จัดเตรียมสำหรับนักท่องเที่ยว มีลักษณะของขยะที่ปะปนกันมาทุกประเภท ทำให้ยากแก่การนำขยะที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Reuse) หรือขยะที่สามารถนำไปแปรสภาพได้ (Recycle) กลับมาใช้ประโยชน์อีกครั้ง ขยะทั้งหมดจึงถูกนำไปกำจัดโดยวิธีเดียวกัน วิธีแก้ไขปัญหาดังกล่าวสามารถทำได้โดยดำเนินการคัดแยกขยะจากแหล่งกำเนิดขยะ ซึ่งแหล่งกำเนิดขยะของน้ำตกรสริกาที่สำคัญที่สุดก็คือนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะให้กับนักท่องเที่ยว และขอความร่วมมือในการคัดแยกขยะ

ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยวบริเวณ น้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์ ให้กับนักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก และปรับใช้กับพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยวบริเวณ น้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก
2. เพื่อประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ด้วยสื่อโปสเตอร์
3. เพื่อหาประสิทธิภาพของสื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยว บริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผน ผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ การคัดแยกขยะในบริเวณน้ำตกสาริกา สถานที่ท่องเที่ยวพื้นที่ใกล้เคียง หรือพื้นที่อื่น ๆ

ขอบเขตการวิจัย

ทำการศึกษาประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ในเดือน มกราคม พ. ศ. 2548

คำนิยามศัพท์

การประชาสัมพันธ์ หมายถึงการส่งเสริม การติดต่อ และการเผยแพร่ความรู้ เรื่องการคัดแยกขยะ โดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ ในการคัดแยกขยะ

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึงช่องทางหรือตัวกลางที่จะนำความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ที่สอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยว ในการศึกษาครั้งนี้คือ สื่อโปสเตอร์

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึงการเลือกรับข้อมูลการคัดแยกขยะจากสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละชนิด และความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร

ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ หมายถึงคะแนนที่ได้จากการวัดความรู้จากนักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีวัดคะแนนความรู้ของนักท่องเที่ยว ในการคัดแยกขยะก่อนได้รับการประชาสัมพันธ์ เปรียบเทียบกับคะแนนหลังจากได้รับการประชาสัมพันธ์

ขยะ หมายถึงเศษของเหลือทิ้ง หรือของที่เสื่อมคุณภาพ/ชำรุด หรือของที่หมดสภาพ การใช้งาน ที่เกิดจากการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวในบริเวณน้ำตกสาริกา

การคัดแยกขยะ หมายถึงการจำแนกประเภทของขยะจากแหล่งกำเนิด เป็นแนวทางการมีส่วนร่วมในการกำจัดขยะของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถจำแนกประเภทของขยะได้เป็น 3 ประเภท คือ ขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะอันตราย โดยยึดตามหลักเกณฑ์หนังสือคู่มือสิ่งแวดล้อม ของ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมปี พ. ศ. 2542

นักท่องเที่ยว หมายถึงบุคคลที่เข้ามาพักผ่อนหย่อนใจภายในบริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

น้ำตกสาริกา หมายถึงน้ำตกที่เกิดตามธรรมชาติ มีชื่อเรียกว่า “น้ำตกสาริกา” ตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก อยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ฃญ. 13 (นางรอง) อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการวิจัยครั้งนี้มีเอกสารและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

การประชาสัมพันธ์

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

ขยะและการคัดแยกขยะ

น้ำตกสาริกา

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์

ความหมาย

“การประชาสัมพันธ์” แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” เมื่อวิเคราะห์ตามรูปศัพท์แล้วจะได้คำศัพท์ ดังที่สำราญ (2545) กล่าวไว้ ดังนี้

Public หมายถึง ประชา หมู่คณะ สาธารณะ

Relations หมายถึง สัมพันธ์ การผูกพัน

นอกจากนี้ยังมีผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

พัชนี, เมตตา และถิรนนท์ (2534) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่าหมายถึง การดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงานหรือกลุ่มบุคคล การประชาสัมพันธ์เป็นการใช้ความพยายามในการโน้มน้าว จูงใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ (Image) ที่ดีมีความเชื่อถือ และสนับสนุนหน่วยงาน

บุษบา (2536) การประชาสัมพันธ์คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการ และการกระทำอย่างต่อเนื่อง ในอันที่จะสร้างหรือก่อให้เกิดความเข้าใจ และการสนับสนุน ร่วมมือกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ในสถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ด้วยดี

เกษม (2537) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการขององค์การ ที่มีแผนการกระทำที่ต่อเนื่อง ยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของบุคคลภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ร่วมมือ สนับสนุน ซึ่งยังประโยชน์แก่องค์การสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาติเป็นบรรทัดฐานเดียวกัน

ลักขณา (2540) การประชาสัมพันธ์คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการ และกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธอันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจ และให้การสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีตามความมุ่งหมาย โดยมีประชาติเป็นแนวบรรทัดฐานที่สำคัญ

Marton (1963) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์คือ สถานการณ์ การกระทำหรือคำพูด ซึ่งสามารถที่จะจูงใจ หรือชักชวนให้ประชาชนเห็นด้วย หรือประสานความร่วมมือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

Wilcox, Ault, and Agee (1995) กล่าวว่าการทำงานอย่างรอบคอบ การวางแผน เน้นความยั่งยืน เพื่อนำไปสู่การเริ่มต้น แล้วนำมาซึ่งความมั่นคง อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกันระหว่างองค์การและประชาชน

จากความหมายข้างต้นโดยสรุปแล้วการประชาสัมพันธ์หมายถึง การดำเนินการอย่างมีระเบียบแบบแผน มีความรอบคอบ และมีความต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีภายในองค์การเอง หรือระหว่างองค์การกับประชาชน อันจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การ และองค์การจะได้รับการสนับสนุนในการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้องค์การได้รับประโยชน์ตามที่ต้องการ

หลักการของการประชาสัมพันธ์

Newsom, Turk, and Kruckeberg (1996) กล่าวว่าหลักการขั้นพื้นฐานในการประชาสัมพันธ์มี 10 ข้อ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ต้องนำเสนอความจริง
2. การประชาสัมพันธ์ต้องให้บริการตามความต้องการของประชาชน มิใช่บริการตามความต้องการของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง
3. นักประชาสัมพันธ์ในขั้นแรกต้องเข้าไปทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานมาใช้ในการคัดเลือกโปรแกรมกับนโยบาย ในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม
4. การประชาสัมพันธ์ต้องเลือกช่องทางการสื่อสารข้อมูล ที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างตรงไปตรงมากับประชาชนให้มากที่สุด
5. นักประชาสัมพันธ์ต้องนำข่าวสารขององค์กรไปสู่ประชาชนให้เกิดความเข้าใจมากที่สุด
6. การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง นักประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องหาวิถีทางในการตรวจสอบผลตอบรับจากประชาชนให้ได้ครบถ้วน
7. นักประชาสัมพันธ์ต้องใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์สังคม จิตวิทยา สังคมวิทยา จิตวิทยาสังคม คำแนะนำจากประชาชน เพื่อทำความเข้าใจกับประชาชนให้มากที่สุด
8. นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้จักใช้ความรู้ทางจิตวิทยา สังคมวิทยา ข้อมูลในอดีตมาประกอบในการทำงาน
9. การประชาสัมพันธ์ต้องอธิบายให้ประชาชนเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้น ก่อนที่ปัญหาจะลุกลามใหญ่โต
10. การประเมินผลทางการประชาสัมพันธ์ต้องใช้มาตรฐานที่เชื่อถือได้ และปราศจากความลำเอียงในการประเมินผล

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

เรื่องกิตติ (2542) สรุปวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ ที่ปฏิบัติกันอยู่แบ่งเป็น 3 ด้านคือ

1. วัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective) คือ เป็นวัตถุประสงค์ที่เน้นหนักไปในด้านการเผยแพร่ข่าวสาร ตลอดจนความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้อง เกิดความไว้วางใจ และเลื่อมใสศรัทธาหน่วยงานองค์การ สถาบันโดยวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

1.1 การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน เป็นวิธีการประชาสัมพันธ์ในลักษณะปลูกเร้า เผยแพร่ นโยบาย และการดำเนินงาน รวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประชาชนได้รับรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจอันดี

1.2 การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียง เป็นการประชาสัมพันธ์ที่เริ่มจากการพิจารณาหาข้อบกพร่องของหน่วยงานหรือองค์การ แล้วหาทางแก้ไขปรับปรุงในสิ่งที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจของประชาชน หลังจากนั้นจึงทำการประชาสัมพันธ์สู่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง

1.3 การประชาสัมพันธ์เพื่อความเข้าใจอันดี เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ให้ประชาชนได้รับข่าวสารข้อมูลจากหน่วยงานด้วยความเป็นจริงอย่างต่อเนื่อง และได้รับข่าวสารและข้อมูลอย่างบริบูรณ์เต็มที่ (Full Information) เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคคลภายในหน่วยงานหรือองค์การด้วยกัน ที่เรียกว่า “การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations)” หรือ บุคคลภายในหน่วยงาน หรือ องค์การกับประชาชนภายนอกที่เรียกว่า “การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations)”

2. วัตถุประสงค์เฉพาะงานหรือเฉพาะกิจ (Specific Objective) ด้วยในการดำเนินงานกิจการไม่ว่าจะเป็นของภาครัฐและเอกชน ในแต่ละงานแต่ละโครงการย่อมมีวัตถุประสงค์เฉพาะที่ต่างไป ดังนั้นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ก็ต้องมีวัตถุประสงค์เฉพาะที่แตกต่างไปด้วย เราเรียกลักษณะเช่นนี้ว่าวัตถุประสงค์เฉพาะงานหรือเฉพาะกิจ

3. วัตถุประสงค์เพื่อการบริหาร (Administrative Objective) เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ใช้เพื่อเป็นส่วนช่วย หรือส่งเสริมสนับสนุนการบริหาร ด้วยการดำเนินการเพื่อวัตถุประสงค์ในด้านต่าง ๆ ภายในองค์การ

การดำเนินการประชาสัมพันธ

การดำเนินการประชาสัมพันธ เป็นกระบวนการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่หน่วยงานกำหนดไว้ ดวงพร และวาสนา (2536) ได้อธิบายกระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิจัยและการรับฟังความคิดเห็น (Research-Listening) การวิจัย การค้นคว้า แสวงหาข้อมูลที่เป็นปัญหาของหน่วยงานทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น การพูดคุย สัมภาษณ์ สอบถามเป็นส่วนตัว สอบถามความคิดเห็นความต้องการของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย การสำรวจวิจัย โดยการสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เจาะลึก การรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและสื่อมวลชน เมื่อดำเนินการแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ ได้แล้ว จะนำมาวิเคราะห์ตรวจสอบเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนงาน

ด้วยเหตุนี้เองเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล และค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากในการรวบรวมข้อมูลจะต้องใช้เครื่องมือที่มีคุณภาพดี และใช้ค่าสถิติที่เหมาะสม จึงจะทำให้ได้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ

ลักษณะ (2540) กล่าวถึงเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ สถิติสำหรับการวิเคราะห์ และการวางแผนการประชาสัมพันธไว้ดังนี้

1. 1 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ

1. 1. 1 การสังเกต (Observation) เป็นการใช้สายตาเป็นเครื่องสังเกต เพื่อหาข้อมูลในขณะที่มีบางสิ่งบางอย่างเกิดขึ้น การสังเกตค่อนข้างใช้เวลามากและเสียค่าใช้จ่ายสูง ไม่เหมาะกับการหาข้อมูลในระยะเวลานานสั้น แต่วิธีการนี้หากทำอย่างลึกซึ้งจะสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วน ตามที่นักประชาสัมพันธต้องการ

1. 1. 2 แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดความคิดเห็น ความรู้สึก และความเชื่อตามกลุ่มที่นักประชาสัมพันธวัด และวิธีการนี้เป็นที่นิยมใช้กันมาก ลักษณะของแบบสอบถามที่ดีควรมีลักษณะคือ เป็นคำถามที่สั้น เข้าใจง่าย เป็นคำถามปลายปิด คำถามควรมีความเฉพาะเจาะจงเป็นต้น

1. 1. 3 การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการเก็บข้อมูลโดยการพูด มีการวางแผน และมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอน การสัมภาษณ์นิยมใช้ในการขอข้อมูลที่เป็นความเห็นในเรื่องส่วนตัวของผู้ตอบ การสัมภาษณ์ทำให้ผู้สัมภาษณ์มีโอกาสอธิบายขยายความ ให้ผู้ตอบเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์นี้มักจะใช้ประกอบกับการใช้แบบสอบถาม

1.2 สถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลประชาสัมพันธุ์

1. 2. 1. สถิติเบื้องต้นหมายถึง สถิติที่ใช้ในการพรรณาลักษณะของประชากรโดยทั่วไป เป็นการแสดงคุณสมบัติของประชากรที่ทำการศึกษาวิจัย สถิติชนิดนี้จึงใช้ในการพรรณาลักษณะของประชากรแบบรวม ๆ หรือกลุ่มเดียว ตามลักษณะคุณสมบัติของระดับการวัดของตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่ การกระจายอัตราส่วน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่ามัธยฐาน และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1. 2. 2 สถิติวิเคราะห์ ใช้ในกรณีที่ผู้วิจัยต้องการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยนำสถิติวิเคราะห์อื่น ๆ มาใช้ เช่น ไคสแควร์รวม การวิเคราะห์การแปรผัน การวิเคราะห์ถดถอยพหุ การวิเคราะห์จำแนกพหุ การวิเคราะห์เส้นทาง การวิเคราะห์จำแนกประเภท

2. การวางแผนและการตัดสินใจ (Planning-Decision Making) เป็นขั้นตอนที่สำคัญของงานประชาสัมพันธุ์ เพราะเป็นการกำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธุ์ว่าจะทำอะไรบ้างตามขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งในขั้นตอนนี้จะเป็นการนำเอาข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากขั้นตอนที่หนึ่ง มาตัดสินใจว่าสถาบันควรดำเนินการไปในแนวทางไหน การวางแผนที่ดีจะต้องอาศัยข้อมูลที่ใกล้เคียงความจริงที่สุด รายละเอียดของการวางแผนการประชาสัมพันธุ์มีดังนี้ คือ

การวางแผนประชาสัมพันธุ์หมายถึง การกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธุ์ และเพื่อให้การดำเนินงานนั้น ๆ มีความสอดคล้องต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยแผนการประชาสัมพันธุ์อย่างน้อยต้องระบุกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมกำหนดเวลา และรายละเอียดอื่นอย่างเหมาะสม

2.1 การวางแผนประชาสัมพันธ์

2.1.1 การวางแผนเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยแบ่งตามกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

1) การวางแผนประชาสัมพันธ์ภายในหมายถึง การกำหนดการตัดสินใจ เพื่อดำเนินการ และกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เหมาะสม เพื่อการสื่อสารกับบุคลากรภายในองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี และขอความร่วมมือสนับสนุนในการสนองต่อนโยบายขององค์กร

2) การวางแผนประชาสัมพันธ์ภายนอกหมายถึง การวางแผนติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งอยู่นอกองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนภายนอกมีความเข้าใจ และยอมรับในองค์กร

2.1.2 การวางแผนเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยแบ่งตามระยะเวลา ได้แก่

1) แผนระยะยาว (Long-Range Plan) เป็นแผนประชาสัมพันธ์ที่กำหนด การกระทำซึ่งใช้เวลานาน และจะต้องทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ตั้งไว้ อาจใช้ระยะเวลา 3 ปี 5 ปี เป็นต้น

2) แผนระยะสั้น (Short-Range Plan) เป็นแผนงานหรือโครงการใด โครงการหนึ่งที่กำหนดขึ้นโดยเฉพาะ เป็นแผนที่กำหนดระยะเวลาในการทำงานในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เช่น 1 เดือน 6 เดือน 1 ปี 2 ปี เป็นต้น

เรื่องกิตติ (2542) อธิบายถึงขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบและรูปแบบการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ หลักสำคัญ 7 ประการในการติดต่อสื่อสาร และประเภทของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

2.2 ขั้นตอนของการวางแผนการประชาสัมพันธ์

2.2.1 กำหนดเป้าหมาย สิ่งที่สำคัญที่สุดในลำดับแรกของการประชาสัมพันธ์ที่จะสร้างขึ้นก็คือ การมีเป้าหมายที่ชัดเจน โดยการพิจารณากำหนดเป้าหมายนั้นต้องเริ่มจากเป้าหมายหลักก่อน แล้วจำแนกย่อยเป็นเป้าหมายรอง และเป้าหมายย่อย ตามลำดับ

2. 2. 2 กำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์ของแต่ละสถาบัน จะมีประชาชนกลุ่มเป้าหมายเข้ามาเกี่ยวข้องต่างกัน และถึงแม้สองสถาบันจะมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเดียวกัน แต่ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเป้าหมายหนึ่งกับสถาบันหนึ่ง ก็ยังผันแปรเปลี่ยนแปลงไปตามกิจกรรมต่าง ๆ ของสถาบันนั้น ๆ อีกด้วย ด้วยเหตุนี้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์แต่ละครั้ง ควรที่จะต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนว่าเป็นใครบ้าง แต่ละกลุ่มมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสถาบันอย่างไร และจัดลำดับความสัมพันธ์หรือความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อสถาบันด้วย

2. 2. 3 กำหนดจุดเด่นที่จะประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเป็หัวข้อ (Theme) ของการประชาสัมพันธ์ หรืออาจจะเป็นข้อความ หรือคำขวัญ (Slogan) ที่แสดงถึงแก่นหรือสาระของกิจกรรมที่ได้ทำขึ้น เพื่อเป็นการกำหนดให้รายละเอียดของกิจกรรมการประชาสัมพันธ์อยู่ภายใต้กรอบเดียวกัน ไม่แปลกแยกต่างจากกันจนจับประเด็นไม่ได้ ว่าสถาบันกำลังประชาสัมพันธ์เรื่องอะไร อนึ่งหัวข้อทุกหัวข้อที่กำหนดขึ้นนั้น จะต้องสอดคล้องกับเป้าหมายที่ตั้งไว้

2. 2. 4 กำหนดสื่อและเทคนิคที่ใช้ สื่อและเทคนิคนั้นจะเป็นพาหะที่จะนำหัวข้อ และรายละเอียดของหัวข้อนั้นไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายที่ตั้งไว้ ในการพิจารณากำหนดสื่อ และเทคนิคนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาหลายแง่มุมไม่ว่าจะเป็น ลักษณะของสื่อ ประเภทของสื่อ เทคนิคของการให้ข่าว ข้อดีและข้อจำกัดของสื่อ

2. 2. 5 กำหนดงบประมาณและกำลังคน นับเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะจะเป็นตัวกำหนดได้ว่าจะสามารถมีกิจกรรมอะไรได้บ้าง แต่ละกิจกรรมจะมีขนาดและปริมาณ หรือคุณภาพ เช่นไร และมีผลลัพธ์เป็นอย่างไร ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับงบประมาณและกำลังคน จะต้องได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อให้การวางแผนและการดำเนินงานตามแผนเป็นไปอย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ

2. 2. 6 พิจารณาการกระทำและกิจกรรมตามกำหนดเวลา การกระทำและกิจกรรมดังกล่าว ได้แก่ การจัดทำแผ่นพับ โปสเตอร์ วารสารภายใน การจัดประชุมแถลงข่าว การเขียนข่าวแจก เป็นต้น จากนั้นก็ต้องพิจารณาว่าควรจะทำอะไรก่อนหลังโดยมีเหตุผลที่ดี เสร็จแล้วก็ลองนำมาเขียนเป็นแผนการ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงเวลาให้เหมาะสมจริง ๆ

2. 2. 7 ทดลองทำแผนไปใช้และตรวจแผน แผนที่ดีนั้นจะต้องสามารถนำไปทดลองใช้ได้เป็นรายส่วนย่อย เพื่อเป็นการตรวจสอบถึงข้อดีข้อเสีย และจะได้ปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

2. 2. 8 จัดทำแผนปฏิบัติการ เมื่อมีการทดลองและตรวจแผนให้ดีขึ้นแล้ว ก็จะสามารถจัดทำแผนจริง หรือแผนปฏิบัติการเพื่อถือเป็นแนวปฏิบัติต่อไป

3. การดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (Communication-Action) เมื่อวางแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์แล้ว หน่วยงานจะดำเนินการส่งข่าวสารต่าง ๆ ตามที่ได้วางแผนไว้ ผ่านสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายซึ่งต้องคำนึงถึงกระบวนการสื่อสารสองทาง โดยการรับฟังความคิดเห็นหรือปฏิบัติการสะท้อนกลับ (Feedback) กลุ่มเป้าหมาย

3.1 องค์ประกอบของการสื่อสาร

3. 1. 1 ผู้ส่งสาร (Source /Sender) หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มการติดต่อสื่อสาร อาจจะเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กรหรือสถาบัน ความเชื่อถือต่อผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการสื่อสารเป็นอันมาก ถ้าผู้ส่งสารได้รับความเชื่อถือสูง ก็จะช่วยเพิ่มโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายมีความเอนเอียงที่จะเปลี่ยนความเชื่อ การยอมรับไปในทิศทางที่ผู้ส่งสารเสนอมากเท่านั้น

3. 1. 2 สาร (Message) หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการส่งออกไป เป็นเนื้อหาสาระที่สามารถสื่อสารความหมายหรือตีความ (Interprete) ที่เข้าใจกันได้ เนื้อหาของสารจะมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ เนื้อหาสารที่เป็นข้อเท็จจริง กับเนื้อหาของสารที่เป็นความคิดเห็น

3. 1. 3 ช่องทางหรือสื่อ (Channel /Medium) หมายถึง พาหนะที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หรือหนทางหรือวิถีทางที่จะนำข่าวสารนั้นไปสู่ผู้รับ หากปราศจากช่องทางแห่งการสื่อสารแล้ว ข่าวสารก็ไม่อาจจะถึงมือผู้รับได้

3. 1. 4 ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ตกเป็นเป้าหมายของการสื่อสาร หรือจุดหมายปลายทาง โดยผู้ส่งสารพยายามให้ผู้รับสารเข้าใจตามที่ตนประสงค์

3.2 รูปแบบของการติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

3. 2. 1 การติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่ไม่มีรูปแบบชัดเจน อาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว หรืออาศัยจุดมุ่งหมายส่วนตัวเป็นหลักในการสื่อสาร

3. 2. 2 การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารตามระเบียบแบบแผน ที่ได้มีการกำหนดไว้อย่างชัดเจนในการสื่อสาร เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีข้อกำหนดแน่ชัดที่จะต้องปฏิบัติตามระเบียบ

3. 3 หลักสำคัญ 7 ประการในการติดต่อสื่อสาร

3. 3. 1 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) การสื่อสารจะได้ผลดีนั้นผู้ให้ข่าวสารหรือผู้ติดต่อสื่อสารแหล่งข่าวจะต้องน่าเชื่อถือ เพื่อที่ผู้ฟังข่าวสารจะเกิดความมั่นใจ

3. 3. 2 ความเหมาะสม (Context) การสื่อสารที่ดีต้องมีความเหมาะสมกลมกลืน ท่าทาง ท่าที ภาษา คำพูด เป็นสิ่งที่ผู้ติดต่อสื่อสารต้องนำไปใช้ให้เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรม และสังคมของผู้ที่เราไปติดต่อด้วย

3. 3. 3 เนื้อหาสาระ (Content) ข่าวสารที่ดีต้องมีความหมาย หรือมีสาระประโยชน์ต่อกลุ่มชนนั้น ๆ เขาจึงจะให้ความสนใจ

3. 3. 4 ความกระจ่างแจ้ง (Clarity) ข่าวสารที่เสนอไปต้องชัดเจนและเป็นที่ยอมรับง่าย แม้เป็นเรื่องยุ่งยากก็ตาม ซึ่งอาจทำเป็นหัวข้อโฆษณา หรือคำขวัญเตือนใจง่าย ๆ เป็นต้น

3. 3. 5 ความต่อเนื่องและการซ้ำ (Continuity and Consistency) การสื่อสารให้ได้ผลต้องทำอย่างต่อเนื่อง และมีการย้ำหรือซ้ำบ่อย ๆ เพื่อเตือนความทรงจำ มีความสม่ำเสมอ ไม่ใช่ติดต่อสื่อสารชนิดขาด ๆ หาย ๆ ไม่แน่นอน

3. 3. 6 ช่องทางข่าวสาร (Channel) ข่าวสารต้องถูกส่งให้ถูกช่องทาง โดยเลือกใช้สื่อที่เข้าถึงบุคคลเป้าหมายของเราได้ดีที่สุด

3. 3. 7 ความสามารถของผู้รับ (Capability of Audience) การสื่อสารต้องคำนึงถึงความสามารถในการรับรู้ข่าวสารของผู้รับด้วย โดยพิจารณาจากความรู้ นิสัย เชื้อชาติ ภูมิฐานะ รวมถึงตลอดถึงลักษณะที่รับข่าวสารได้ง่าย และพื้นฐานความรู้ความเข้าใจของผู้รับ

4. การประเมินผล (Evaluation) คือ การวิเคราะห์ ตรวจสอบการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ที่ได้ปฏิบัติไปแล้วตามแผนงานประชาสัมพันธ์ การตรวจสอบ ติดตามผล การประเมินผลกระทบ

และการประเมินประสิทธิผลของโครงการ ทั้งแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น การสังเกต หรือแบบที่เป็นทางการ เช่น การวิจัย ซึ่งอาจดำเนินงานโดยบุคลากรภายใน หรือบุคคลภายนอกหน่วยงาน

ประเภทของการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

4.1 การจำแนกประเภทตามเวลาของการประเมินมี 4 ประเภทย่อยคือ

4.1.1 การประเมินผลก่อนการประชาสัมพันธ์ เป็นการหาคำตอบว่าสภาพปัจจุบันของสถาบันเป็นอย่างไร สถาบันมีภาพพจน์ดีหรือเลว มีปัญหาใดบ้างที่ควรวางแผนแก้ไข กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญเป็นใคร มีทัศนคติเช่นไรต่อสถาบัน

4.1.2 การประเมินผลระหว่างดำเนินการประชาสัมพันธ์ เป็นการตรวจสอบหลังจากที่ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์มาระยะหนึ่ง โดยดูว่าเท่าที่แล้วมานั้นได้ทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากน้อยเพียงใด

4.1.3 การประเมินผลเมื่อสิ้นสุดดำเนินการประชาสัมพันธ์ เป็นการตรวจดูว่าหลังจากที่ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปทั้งหมดแล้ว ผลลัพธ์เป็นเช่นไร ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความรู้เกี่ยวกับสถาบันดีขึ้นหรือไม่ มากน้อยเพียงใด มีความรู้สึกเช่นไร เขามีแนวโน้มในการสนับสนุนหรือคัดค้านต่อกิจกรรมของสถาบันเช่นไร

4.1.4 การประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ประจำปี เป็นการประเมินที่มุ่งดูว่างานตลอดทั้งปีเป็นเช่นไร ได้ผลลัพธ์อะไรบ้าง มีปัญหาอุปสรรคอะไร และปีต่อไปควรจะมีการดำเนินแผนการอย่างไร

4.2 การจำแนกตามวิธีการประเมิน มี 2 ประเภท คือ

4.2.1 การประเมินโดยการสังเกต เป็นวิธีการประเมินที่อาศัยความรู้ ประสบการณ์ ความชำนาญ และการสังเกตต่าง ๆ ของนักประชาสัมพันธ์ ในการตัดสินคุณค่า งานประชาสัมพันธ์

4.2.2 การประเมินที่อาศัยหลักวิทยาศาสตร์ เป็นการประเมินผลที่เป็นที่ยอมรับกันมากในทุกวงการ การประเมินผลนี้สามารถให้ข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือและเที่ยงตรง โดยปราศจากความลำเอียงของผู้ประเมิน เป็นวิธีการประเมินที่มีการควบคุม มีหลักฐานที่เป็นระบบมากที่สุด

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

1. หลักวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ในการสื่อสารที่มีประสิทธิผลนั้น ผู้ส่งสารจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับตัวผู้รับสาร เพื่อทราบถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อการรับรู้ และการตีความสารที่ได้รับ ยิ่งผู้ส่งสารมีความรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับผู้รับสารมากเท่าใด โอกาสที่การสื่อสารจะประสบความสำเร็จก็ย่อมมีมากขึ้น

พัชนี และคณะ (2541) ได้กล่าวว่าผู้ส่งสารสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารในแง่ต่าง ๆ ต่อไปนี้คือ

1.1 ลักษณะทางกายภาพหรือประชากรศาสตร์และทางเศรษฐกิจสังคม (Physical/Demographic and Socioeconomic) ประเด็นที่วิเคราะห์ ได้แก่ เพศ วัย ระดับการศึกษา ประสบการณ์ ภูมิหลังทางครอบครัว อาชีพ รายได้ ศาสนา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม บทบาทและสถานภาพทางสังคม/ตำแหน่งชมรมหรือสโมสรที่เป็นสมาชิกอยู่ ฯลฯ

1.2 ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological) ประเด็นที่วิเคราะห์ ได้แก่ ทักษะคิด ความเชื่อ ค่านิยม แรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ความสนใจ อารมณ์และความรู้สึก สมาธิ อคติหรือความโน้มเอียง ความเข้าใจ ความไหวรู้สึก ฯลฯ

1.3 ลักษณะบุคลิกนิสัย (Personality/Characteristics) ประเด็นที่วิเคราะห์ ได้แก่ เปิดตัว/ปิดตัว ใจกว้าง/ใจแคบ ขอมรับในการเปลี่ยนแปลง/คือร้อน รักความก้าวหน้า/เฉื่อยชา พุดเก่ง/พุดน้อย มีลักษณะเผด็จการ/เป็นประชาธิปไตย มีความเชื่อมั่นในตนเอง/ขาดความเชื่อมั่น ฯลฯ

1.4 ประเภทของผู้รับสาร ประเด็นที่วิเคราะห์ ได้แก่ สมัครใจหรือสนใจที่จะสื่อสารด้วย (Volunteer/Active) ถูกเกณฑ์หรือมอบหมายให้มาฟังหรือสื่อสารด้วย (Captive/Passive) สัญจรไปมาและสนใจเพียงชั่วคราว (Casual/Pedestrian)

นอกจากนี้เสรี (2542) กล่าวว่าผู้รับสาร (Receiver) เป็นกลุ่มผู้รับข่าวสารที่เป็นเป้าหมาย ซึ่งมีหลักในการพิจารณาลักษณะต่าง ๆ ของผู้รับข่าวสาร ดังนี้

1.1 ทะเบียนภูมิหลัง (Demographics) ลักษณะคล้ายกับทะเบียนบ้านซึ่งจะบอกรายละเอียดเกี่ยวกับเพศ ศาสนา สถานภาพสมรส อายุ และการศึกษา สาเหตุที่ทำให้ต้องศึกษาเพราะเชื่อว่าลักษณะทางทะเบียนภูมิหลังนี้จะมีผลต่อจิตใจของคน เพศหญิง/เพศชาย การเรียนน้อย/การเรียนมาก สถานภาพ

โศด/สมรสแล้ว และการนับถือศาสนาพุทธ/ศาสนาอื่น จะทำให้คนมีความคิดไม่เหมือนกัน การที่ผู้พูดเข้าใจสิ่งเหล่านี้ จะทำให้สามารถเรียบเรียงข่าวสาร (Massage) ได้ถูกต้อง เพื่อที่จะเลือกใช้จุดจับใจหรือจุดเว้าวอน (Appeal) ได้ถูกต้อง

1.2 สภาพจิตวิทยา (Psychographics) เป็นลักษณะความต้องการด้านจิตใจ (ความต้องการภายใน) ของผู้รับข่าวสาร เช่น ความต้องการและแรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทักษะคติ ฯลฯ

1.3 ค่านิยม (Values) ผู้สื่อสารต้องศึกษาค่านิยมของผู้รับข่าวสาร เพื่อที่จะทำการสื่อสารให้สอดคล้องกับค่านิยมของผู้รับสาร

1.4 รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Styles) เป็นการศึกษาลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้รับข่าวสาร การสื่อสารกับคนทั่วไปจะต้องพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตของคนนั้นว่าเป็นอย่างไร และข่าวสารของเราจะขัดแย้งกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของเขาหรือไม่ ดังนั้นข่าวสารที่ห้ามใจไม่ควรขัดแย้งกับการดำเนินชีวิตของคน ๆ นั้น เพราะจะเป็นการยากที่จะทำให้เขาเปลี่ยนใจ ควรให้อยู่ในกรอบของการดำเนินชีวิตของเขา จึงสามารถทำให้เกิดการยอมรับได้

1.5 สังคมของกลุ่มคนที่เราจะเข้าไปเกี่ยวข้องนั้นมีลักษณะอย่างไร (Social Setting) เป็นลักษณะของกลุ่มสังคมที่จะไปเกี่ยวข้อง เช่น สังคมของกลุ่มเกษตรกร สังคมของกลุ่มชาวล้ม ในที่นี้หมายถึงสังคมของกลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นต้น

1.6 วัฒนธรรม (Culture) นักสื่อสารจะต้องปฏิบัติตามวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เมื่อทำการสื่อสารออกไปจะต้องคำนึงถึงวัฒนธรรมต่าง ๆ ด้วย

ทั้งนี้ การวิเคราะห์ผู้รับสารอาจทำได้ในระยะต่าง ๆ ตั้งแต่ก่อนการสื่อสาร ระหว่างการสื่อสาร และหลังการสื่อสาร

2. ประโยชน์ของการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

บุษบา (2536) กล่าวว่า การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเพื่อประโยชน์ 2 อย่าง คือ

2.1 เพื่อทราบว่ากลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร มีลักษณะอย่างไร มีความต้องการความรู้ ทักษะคติ และค่านิยมอย่างไร รวมถึงพฤติกรรมตอบสนองต่อสาร

2.2 การวางแผนล่วงหน้าเพื่อเตรียมการปรับการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้น การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจึงเป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อวางแผนในการสื่อสารหรือผู้รับสารนั่นเอง

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

ความหมาย

ยูวลักษณ์ (2543) กล่าวว่า สื่อคือ ช่องทาง (Channel) ที่จะนำพาข่าวสารหรือข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย สื่อมีประเภท มีคุณลักษณะและการใช้ที่แตกต่างกันไป

เรื่องกิตติ์ (2542) ได้ให้ความหมายของคำว่า Channel หมายถึง ช่องสาร อันเป็นตัวกลาง หรือพาหะ หรือทางผ่าน ที่นำข่าวสารไปสู่โสตส่วนใดส่วนหนึ่งของผู้รับสาร ได้แก่ อากาศ แสง เสียง อุปกรณ์และเครื่องมือ เป็นต้น ในทางปฏิบัติของสารจะมีความหมายถึงคนพูด จดหมาย ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และอื่นๆ

โดยสรุปแล้ว สื่อ จึงมีความหมายว่าเป็นช่องทางในการนำพาข่าวสารหรือข่าวสารต่าง ๆ จากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร

ประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

ลักษณะ (2540) กล่าวว่าสำหรับการดำเนินประชาสัมพันธ์นั้น นักประชาสัมพันธ์มีสื่อซึ่งสามารถนำมาใช้ เพื่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานได้ 2 ประเภท คือ

1. Controlled Media คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้นเองทั้งในด้านเนื้อหา วิธีการ รูปแบบการผลิต รวมทั้งวิธีการดำเนินการเผยแพร่ไปสู่กลุ่มประชากรเป้าหมาย ซึ่งการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทนี้ นักประชาสัมพันธ์สามารถเจาะจงประชาชนเป้าหมายได้เป็นกลุ่ม ๆ สื่อเหล่านี้ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ คำพูด ภาพและเสียง เป็นต้น

2. Mass Media คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับ ซึ่งเป็นประชาชนจำนวนมาก ๆ หรือที่เรียกว่ามวลชน สื่อเหล่านี้ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ เป็นต้น

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถจำแนกได้ 10 ประเภท คือ

1. สิ่งพิมพ์ (Printed Media) เป็นสื่อที่องค์กรจัดขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้ และประสบการณ์ขององค์กรไปสู่ประชาชน สิ่งพิมพ์ที่ดีจะต้องมีลักษณะเมื่อผู้อ่านเห็นแล้วเกิดอารมณ์อยากอ่าน อยากติดตาม มีรสนิม ซึ่งแบ่งเป็นชนิดต่าง ๆ ดังนี้

1.1 สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (House Publication or House Organ) เป็นสื่อที่ช่วยประชาสัมพันธ์บอกกล่าวเรื่องราวต่าง ๆ ขององค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้ผู้อ่านอ่านแล้วเกิดความรู้สึกเชื่อ เนื้อหาของหนังสือประเภทนี้จะแตกต่างกันไปแล้วแต่กลุ่มเป้าหมาย

1.2 หนังสือคู่มือ หนังสือทั่วไป (Manual, Book) เป็นหนังสือที่หน่วยงานใช้จัดพิมพ์ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จักองค์กร

1.3 แผ่นพับ (Folder) เป็นเอกสารแผ่นเดียวแต่พับให้รูปร่างต่าง ๆ กัน อาจพับครึ่ง พับสามสี่ ห้าตอนแล้วแต่การออกแบบ การออกแบบ จัดหน้า จัดภาพ เป็นสิ่งที่สำคัญที่จะดึงดูดใจให้คนหยิบขึ้นมาอ่าน

1.4 หนังสือเล่มเล็ก (Pamphlet) เป็นหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก ๆ มีลักษณะคล้ายกับแผ่นพับ (Folder) แต่มีจำนวนหน้ามากกว่า และมักเย็บกลางเล่ม

1.5 เอกสารแนะนำ (Brochures) เป็นหนังสือพิมพ์เล่มเล็กคล้าย Pamphlet แต่มีลักษณะเป็นคู่มือ อธิบายรายละเอียดความเป็นมาขององค์กรหน่วยงาน และกิจกรรมต่าง ๆ

2. จดหมาย (Letter) เป็นสิ่งที่สามารถใช้ติดต่อสื่อสารได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว ก่อนข้างประหยัด แต่อย่างไรก็ตามการใช้จดหมายก็อาจมีผลเสียได้ เพราะเมื่อส่งไปแล้วอาจมีการสูญหายหรือไม่ถึงมือผู้รับ หรืออาจถึงช้ากว่าที่ควรจะเป็น

3. บอร์ดแจ้งข่าวสารและโปสเตอร์ (Bulletin Board and Poster) เป็นสิ่งที่น่าสนใจในการประชาสัมพันธ์เพื่อการบอกกล่าว และใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารให้ผู้อ่านได้มีความรู้ ความเข้าใจ และปฏิบัติตาม ดังนั้น บอร์ดและโปสเตอร์จึงควรมีความเด่นสะดุดตา ดึงดูดความสนใจ มีข้อความกระชับรัดกุม ข้อความตัวอักษรชัดเจน อ่านง่ายเห็นได้ไกล รวมทั้งมีความสวยงาม การติดตั้งบอร์ดควรติดไว้ในพื้นที่ที่มีคนผ่านไปมาหนาแน่น

4. คำพูด (Spoken Words) เป็นการประชาสัมพันธ์ด้วยวาจา นิยมใช้ในการชี้แจงเรื่องราวที่ไม่สลับซับซ้อนมากนัก เป็นการสื่อสารสองทางที่ทั้งสองฝ่ายสามารถพูดจาทดสอบได้กัน และปรับเนื้อหาสาระและการใช้คำพูดให้เหมาะสมกับผู้รับสารได้ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย อีกทั้งมีประสิทธิภาพสูงเนื่องจากผู้พูดสามารถใช้วงจรรยา และอวัจนภาษาได้ รูปแบบของการสื่อสารด้วยคำพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์มี ดังนี้

4.1 การประชุม (Meeting) เป็นการสื่อสารสองทาง มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสในการชี้แจงหรือฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้

4.2 การบรรยายสรุป (Briefing) ใช้ในการประชุมสรุปการบอกเล่าเรื่องราว เพื่อให้ทราบความเป็นมาทั้งหมดในระยะเวลาอันสั้น

4.3 การบรรยายแบบเป็นทางการ (Speaker's Bureau) เป็นลักษณะการสื่อสารด้วยการพูดแบบปาฐกถา หลังจากจบการพูดจะมีการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังสามารถซักถามข้อสงสัยได้

4.4 การอภิปรายกลุ่ม (Group Discussion) เป็นการสื่อสารที่สมาชิกของที่ประชุมทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ได้

4.5 การประชุมโต๊ะกลม (Round-Table Conference) เป็นการประชุมแบบไม่เป็นทางการ ที่ผู้ร่วมประชุมมีโอกาสตอบโต้ และทำการปรึกษากันอย่างใกล้ชิด ผู้เข้าประชุมมีโอกาสแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่

4.6 ข่าวลือ (Rumor) เป็นการพูดบอกกล่าวแก่คนบางคน เพื่อให้คนเหล่านั้นนำไปถ่ายทอด ๆ กันไป การพูดลักษณะนี้ไม่ถือว่าเป็นการสื่อสารที่เป็นทางการนัก

5. การใช้โทรศัพท์และการกระจายเสียงตามสาย (Telephone Newslines and Public Address System) เป็นการให้ข่าวสารแก่ประชาชนที่ต้องการทราบ การใช้โทรศัพท์ให้ข่าวสารสามารถทำได้โดยวิธีกดโทรศัพท์หมุนเบอร์ที่กำหนดไว้เมื่อต้องการทราบข่าว ส่วนระบบกระจายเสียงตามสาย เป็นการให้ข่าวสารกับผู้ปฏิบัติงานพร้อม ๆ กับการเสนอเพลงเพื่อความบันเทิง

6. ภาพและเสียง (Sight and Sound) เป็นสื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถนำมาใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ชนิดหนึ่ง สื่อประเภทนี้แบ่งเป็น

6.1 ภาพยนตร์ (Motion Picture) เป็นสื่อที่มีภาพและเสียงที่เคลื่อนไหวได้ สามารถสร้างความประทับใจให้เกิดแก่ผู้ชม และสามารถจดจำไปได้นาน

6.2 ภาพนิ่ง (Slides) ภาพนิ่งหรือสไลด์ เป็นสื่อที่นิยมใช้กันมากในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพราะสไลด์สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ดีคล้ายภาพยนตร์ เพียงแต่ไม่สามารถเคลื่อนไหวได้เหมือนภาพยนตร์ แต่สไลด์มีข้อดีหลายประการ โดยเฉพาะเรื่องค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างถูก ทั้งในเรื่องการผลิตและการใช้งาน

7. รายการวิทยุกระจายเสียง (Radio Program) เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลที่สำคัญยิ่งประเภทหนึ่ง เพราะเป็นการกระจายเสียงที่ให้สาระบันเทิงในลักษณะที่เป็นคำพูด ในทุกรูปแบบทั้งที่เป็นสาระและบันเทิง สื่อประเภทนี้สามารถเข้าถึงมวลชนได้อย่างกว้างขวาง ทั้งในเมืองหลวง และภูมิภาคที่อยู่ห่างไกลความเจริญ

8. โทรทัศน์วงจรปิด (Closed Circuit Television) เป็นการสื่อสารกับบุคคลบางกลุ่ม เพื่อให้ได้รับข่าวสารที่ต้องการ โดยผ่านสื่อโทรทัศน์

9. การจัดงานพิเศษ (Staged Events) ถือเป็นเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์อีกประเภทหนึ่ง ทั้งนี้สามารถใช้เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน หรือประชาชนเป้าหมาย การจัดงานพิเศษสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การจัดนิทรรศการ (Displays and Exhibitions) การจัดงานครบรอบปี (Anniversaries) เป็นต้น

10. การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising) เป็นวิธีการหนึ่งที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพพจน์ และ

ความศรัทธาจากประชาชนได้ วิธีการนี้ไม่ใช่การโฆษณาเพื่อการค้า หรือผลิตภัณฑ์ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง แต่มุ่งหวังผลเพื่อส่งเสริมภาพพจน์ขององค์กร

หลักการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์

ลดาวัลย์ (2530) ได้เสนอหลักการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายจะมีความแตกต่างในลักษณะทางด้านเพศ อายุ การศึกษา เป็นต้น ความแตกต่างเหล่านี้จะส่งผลต่อนิสัยในการรับสื่อ หรือความนิยมเชื่อถือในสื่อที่ต่างกัน ดังนั้น ถ้าสามารถทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าใด ก็จะสามารถเลือกสื่อที่ครอบคลุม และเหมาะสม กับความคุ้นเคยของกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

2. เรื่องหรือข่าวสารที่จะเผยแพร่ ลักษณะของเรื่องหรือข่าวสารที่จะเผยแพร่ เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสื่อซึ่งปัจจัยที่สำคัญ ๆ ที่นำมาพิจารณา ได้แก่

2.1 ความสำคัญต่อองค์กร ข่าวสารที่จะเผยแพร่นั้นเป็นเรื่องสำคัญต่อองค์กรมากน้อยเพียงใด องค์กรมีความจำเป็นต้องพูดกับกลุ่มเป้าหมายเองหรือไม่ ถ้าข่าวสารนั้นมีความสำคัญต่อองค์กรมาก จำเป็นต้องเผยแพร่โดยใช้ข้อความขององค์กรเอง ก็ควรเลือกใช้สื่อที่องค์กรสามารถควบคุมได้

2.2 ความน่าสนใจของข่าวสาร พิจารณาโดยการสังเกตว่า ถ้าการแจ้งข่าวสารที่เป็นที่สนใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ก็ไม่จำเป็นต้องใช้สื่อที่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายเท่ากับสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่เรื่องทั่ว ๆ ไป แต่ถ้าเป็นข่าวสารที่ไม่เป็นที่สนใจ ก็จำเป็นต้องใช้สื่อที่มีความสามารถในการดึงดูดใจของกลุ่มเป้าหมายได้

2.3 ความยากง่ายของเรื่องที่จะเผยแพร่ การเผยแพร่ข่าวสารที่อธิบายให้เป็นที่เข้าใจได้ยาก จำเป็นต้องใช้สื่อประเภทหนึ่งที่แตกต่างกันจากเรื่องที่ไม่มีความสลับซับซ้อน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ข่าวสารได้ง่ายขึ้น

2.4 ความถี่ในการเปลี่ยนแปลงข่าวสาร ข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลงไม่บ่อยนักควรใช้สื่อที่มีความคงทน มีอายุการใช้งานสูง เช่น หนังสือคู่มือ เป็นต้น ส่วนข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ควรใช้สื่อที่ไม่จำเป็นต้องมีอายุการใช้งานนานนัก เช่น แผ่นพับ เป็นต้น

3. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยนี้เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมายอย่างใกล้ชิด เพราะวัตถุประสงค์ของโครงการประชาสัมพันธ์จะเป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และสื่อที่จะเลือกใช้ เช่น โครงการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ย่อมจะเลือกใช้สื่อที่แตกต่างจากสื่อที่ใช้ในการแก้ไขชื่อเสียงที่ไม่ดีขององค์กร เป็นต้น

4. วัตถุประสงค์ของการเลือกสื่อ ในการเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์แต่ละครั้งผู้รับผิดชอบต้องกำหนดวัตถุประสงค์ในการเลือกสื่อ กำหนดว่าต้องการให้กลุ่มเป้าหมายจำนวนเท่าใดได้เห็นข่าวสาร ด้วยความถี่กี่ครั้งต่ออาทิตย์ และเป็นระยะเวลานานเท่าใด เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางในการเลือกใช้สื่อ

5. ระยะเวลา เรื่องเวลาจะมีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อนี้คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่าง ๆ ซึ่งต้องเสียเวลาน้อยต่างกัน เช่น ถ้าเป็นโครงการประชาสัมพันธ์ที่มีเวลาเตรียมตัวเป็นระยะเวลานาน ก็สามารถเลือกใช้สื่อที่ใช้เวลานานในการจัดทำได้ แต่ถ้าเป็นโครงการประชาสัมพันธ์ที่ต้องทำอย่างเร่งด่วน ก็ต้องใช้สื่อที่ใช้เวลาในการจัดทำน้อย

6. งบประมาณ จำนวนเงินที่สามารถนำมาใช้ในการจัดทำและใช้สื่อต่าง ๆ มีความสำคัญต่อการเลือกใช้สื่อเพราะการจัดทำสื่อบางอย่างต้องเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าสื่ออื่น ๆ

7. ลักษณะของสื่อแต่ละชนิด ผู้ตัดสินใจเลือกใช้สื่อต้องตระหนักถึงลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่างอยู่ตลอดเวลา ว่าสื่อแต่ละชนิดมีข้อดีข้อเสียอย่างไร สื่อชนิดใดเหมาะกับโครงการประชาสัมพันธ์ที่ต้องรับผิดชอบ

นอกจากนี้เรื่องกิตติ (2542) ได้กล่าวถึงหลักการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่ง ในการเลือกใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ หากวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์นั้นใหญ่หรือกว้างเกินไป อาจจำเป็นต้องขอยุติวัตถุประสงค์นั้นให้กลายเป็นวัตถุประสงค์ย่อยที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพื่อที่จะเน้นความสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์นั้นกับเครื่องมือการประชาสัมพันธ์

2. กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มประชาชนเป้าหมายนับเป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่ง ที่ผู้ที่จะกระทำการประชาสัมพันธ์ต้องทราบให้แน่ชัดว่าเป็นใคร อยู่ที่ไหน มีลักษณะสำคัญอย่างไร เพื่อที่จะเลือก

เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ไปให้ทั่วถึงได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในปกติการเลือกเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ควรคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

2.1 เนื้อหาสาระของข่าวที่ต้องการจะส่งให้แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วยคุณสมบัติด้านเนื้อหาที่ เวลา การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย ความรวดเร็วในการนำข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย ความคงทนถาวร

2.2 เครื่องมือประชาสัมพันธ์ จะต้องเป็นเครื่องมือที่กลุ่มประชาชนเป้าหมายสามารถหามาได้ด้วยความสะดวก และราคาไม่แพงมากนัก

2.3 เครื่องมือประชาสัมพันธ์ จะต้องเป็นเครื่องมือที่กลุ่มประชาชนเป้าหมายมีความคุ้นเคย

2.4 เครื่องมือประชาสัมพันธ์ จะต้องมีความสอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติ ค่านิยมของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

3. สถานการณ์สิ่งแวดล้อม สถานการณ์สิ่งแวดล้อมเป็นตัวกำหนดการเลือกเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

3.1 สภาพของสังคม แต่ละสังคมมีการติดต่อทั้งภายในสังคม และติดต่อกับภายนอกที่แตกต่างกัน บางสังคมก็ไม่มี ความซับซ้อน แต่บางสังคมก็สลับซับซ้อน จึงต้องมีกลยุทธ์ที่มีความละเอียดอ่อนในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และแน่นอนว่าต้องมีผลกระทบต่อการเลือกเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ด้วย

3.2 สภาพทางเศรษฐกิจ ในสภาวะเศรษฐกิจที่ดี ย่อมเอื้ออำนวยในการคิดสร้างสรรค์เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มากกว่าในสภาวะที่เศรษฐกิจตกต่ำ

3.3 สภาพทางการเมือง การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ย่อมต้องพิจารณาจากอิทธิพลทางการเมือง ว่าสภาพการเมืองในขณะนั้น เปิดกว้างให้มีอิสระในการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ มากน้อยเพียงใด

4. ศักยภาพในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ หากพิจารณาถึงศักยภาพในการประชาสัมพันธ์เพื่อเลือกเครื่องมือ นั้น ควรพิจารณาปัจจัย 4 ด้านคือบุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือ และหลักการจัดการในการประชาสัมพันธ์ โดยต้องทำการพิจารณาควบคู่กันตลอดเวลา และไม่ควรหลีกเลี่ยงการพิจารณาเพียงบางเรื่องอย่างเด็ดขาด

ขยะและการคัดแยกขยะ

ความหมาย

พิชิต (2531) ได้กล่าวว่า ขยะ หรืออาจเรียกว่า “มูลฝอย” หรือ “หยากเยื่อ” ซึ่งหมายถึงบรรดาพวกเศษสิ่งของหรือวัสดุต่าง ๆ ที่เกิดจากอาคารที่พักอาศัย สถานที่ทำการ โรงงานอุตสาหกรรม ตลาด ถนน ฯลฯ ซึ่งจัดเป็นพวกปฏิภูม (Waste) โดยอาจมีขนาดเล็ก ๆ เช่น ฝุ่นละอองและผงธุลี จนถึงมีขนาดใหญ่ ๆ เช่น เศษกระดาษ เศษอาหาร เศษของพืชผักและผลไม้ เศษไม้ เฟอร์นิเจอร์เก่าหรือชำรุดแล้ว เศษชิ้นส่วนของรถยนต์ และซากรถยนต์ เป็นต้น

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ. ศ. 2535 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2538) ได้ให้ความหมายขยะว่าหมายถึง หยากเยื่อและมูลฝอยหมายถึง เศษสิ่งของที่ทิ้งแล้ว หยากเยื่อ เศษกระดาษ เศษผ้า เศษสินค้า ถุงพลาสติก ภาชนะที่ใส่อาหาร ถัง วัสดุสัตว์ รวมถึงตลอดสิ่งอื่นใดที่เก็บกวาดจากถนน ตลาด ที่เลี้ยงสัตว์ หรือที่อื่น ๆ

สิทธิชัย (2541) กล่าวว่า ขยะคือ เศษของเหลือทิ้งจากกระบวนการผลิต และการใช้สอยของมนุษย์ ขยะอาจมีลักษณะต่างกันไปตามแหล่งที่ก่อให้เกิดขยะนั้น ๆ เช่น ขยะจากบ้านเรือนที่พักอาศัย มีลักษณะเป็นเศษอาหารจากการหุงต้ม เศษผ้า และเศษของที่ไม่ใช้แล้วต่าง ๆ เป็นต้น ขยะจากตลาดมักเป็นพวกเศษอาหารสด ผัก ผลไม้ ส่วนขยะจากโรงงานอุตสาหกรรม ขึ้นอยู่กับประเภทอุตสาหกรรมนั้น ๆ บางชนิดอาจมีสารที่เป็นพิษปะปนอยู่ เช่น ของที่เหลือจากอุตสาหกรรมเคมี เป็นต้น ขยะอีกประเภทหนึ่งคือ ขยะที่ถูกทิ้งไว้ตามถนนหนทาง แม่น้ำลำคลอง และตามสถานที่สาธารณะต่าง ๆ เช่น ใบไม้ เศษกระดาษ ถุงพลาสติก ดิน หิน กรวดทราย เป็นต้น ขยะประเภทนี้แม้มีส่วนก่อเหตุร้ายน้อยกว่าขยะประเภทอื่น แต่เป็นภาระมากแก่ผู้เก็บกวาด ทั้งนี้เพราะกระจายอยู่ในบริเวณกว้างทำให้เก็บทำลายได้ยากและไม่ทั่วถึง ขยะประกอบด้วยวัสดุต่าง ๆ กัน ได้แก่ ฝุ่น เศษอาหาร กล่องกระดาษ

เศษโลหะ พลาสติก แก้ว เศษเสื้อผ้า เศษเฟอร์นิเจอร์ ของทิ้งจากงานก่อสร้าง ของเสียจากโรงงาน อุตสาหกรรม ของเสียจากโรงพยาบาล กากกัมมันตภาพรังสี

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (2543) ได้ให้ความหมาย ขยะหรือปัจจุบันเรียกว่า มูลฝอย คือของเหลือทิ้งจากการใช้สอยของมนุษย์ หรือจากกระบวนการผลิตจากกิจกรรมภาคอุตสาหกรรม และ เกษตรกรรม

Shah (2000) กล่าวว่าขยะหมายถึง วัตถุที่ถูกทิ้งหรือใช้แล้ว และได้กลายเป็นสิ่งที่ไม่สามารถ นำมาใช้ประโยชน์ได้อีก หรือสิ่งที่ไม่เป็นที่ต้องการ

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ขยะหมายถึง เศษของที่ทิ้งแล้วอันเกิดจากกิจกรรม ของมนุษย์ กิจกรรมภาคอุตสาหกรรม และกิจกรรมภาคเกษตรกรรม โดยมีลักษณะเป็นหยากเยื่อ มูลฝอย สิ่งของที่เสื่อมคุณภาพ ชำรุด หมดสภาพการใช้งาน มีทั้งขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ และมีความแตกต่างกันตามแหล่งกำเนิด

ประเภทของขยะ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2539) ได้แบ่งประเภทของขยะไว้ดังนี้

1. เศษอาหาร (Garbage) หมายถึง ขยะจำพวกที่ได้จากห้องครัว การประกอบอาหารรวมถึง พวกเศษใบตอง เศษผลไม้ อาหารที่เหลือทิ้ง ฯลฯ ขยะประเภทนี้มีสารอินทรีย์ ซึ่งเป็นอาหารของ แบคทีเรียทำให้เกิดการย่อยสลาย บูดเน่าส่งกลิ่นเหม็น มีความชื้นสูงเป็นปัญหาในการเก็บรวบรวม รอการถขนถ่าย และก่อเหตุรำคาญในเรื่องกลิ่น การก๊วยเขี่ยของสัตว์ เช่น หนู และสุนัข

2. ขยะที่ไม่เน่าเหม็น (Rubbish) หมายถึง ขยะจำพวกที่ไม่บูดเน่าส่งกลิ่นเหม็นอย่างประเภทแรก และมีความชื้นต่ำ อาจจะเผาได้ เช่น เศษกระดาษ หรือเผาไหม้ไม่ได้ เช่น เศษแก้ว ซึ่งขยะประเภทนี้ อาจเรียกว่าขยะแห้งก็ได้ นอกจากนี้ขยะพวกเศษโลหะ กระจก ลังกระดาษ ลังไม้ก็จัดอยู่ในประเภทนี้

3. เถ้าถ่าน (Ashes) หมายถึง เศษที่เหลือจากการเผาไหม้ของเชื้อเพลิงจำพวกไม้ ถ่านหิน ซึ่งใน แถบประเทศที่มีอากาศร้อนจะมีปริมาณน้อยมาก ไม่ก่อปัญหามากเท่ากับประเทศในแถบที่มีอากาศหนาว ที่ต้องใช้ความร้อนช่วยให้ความอบอุ่น ซึ่งใช้เชื้อเพลิงมากทำให้เกิดขยะประเภทนี้ เป็นปัญหาต่อ

ที่ต้องใช้ความร้อนช่วยให้ความอบอุ่น ซึ่งใช้เชื้อเพลิงมากทำให้เกิดขยะประเภทนี้ เป็นปัญหาต่อการเก็บขน นอกจากนี้ถ้าการเก็บรวบรวมไม่ดีแล้ว ทำให้ฟุ้งกระจายเกิดปัญหามาอีกมากมาย

4. มูลฝอยจากถนน (Street Sweepings) หมายถึง เศษสิ่งของต่าง ๆ ที่ได้จากการกวาดถนน ขยะมูลฝอยประเภทนี้ส่วนมากเป็นพวกเศษกระดาษ เศษสินค้า ฝุ่นละออง เศษดิน เศษหิน อาจรวมถึงพวกซากสัตว์เป็นบางครั้ง

5. ซากสัตว์ (Dead Animal) หมายถึง สัตว์ที่ตายตามธรรมชาติ ตายด้วยอุบัติเหตุ หรือตายด้วยโรคต่างๆ แต่ไม่รวมถึงสัตว์หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของสัตว์จากโรงงานฆ่าสัตว์ เนื่องจากเป็นหนองพยาธิ ซากสัตว์เหล่านี้อาจนำไปสกัดเอาไขมันออก และนำเอาหนังไปฟอกใช้ประโยชน์ต่อไป

6. ซากรถยนต์ (Abandoned Vehicles) หมายถึง รถยนต์หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของรถยนต์ที่ไม่ใช้แล้ว ถ้าปล่อยทิ้งไว้ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัย จึงควรต้องนำไปดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ในประเทศไทยมีซากรถยนต์ไม่มากนัก จึงไม่ค่อยเกิดปัญหาจากมูลฝอยประเภทนี้

7. มูลฝอยจากโรงงาน (Industrial Refuse) หมายถึง มูลฝอยจากโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมทั้งโรงฆ่าสัตว์ด้วย เพราะได้จัดอยู่ในประเภทโรงงานอุตสาหกรรม มูลฝอยประเภทนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของโรงงาน ถ้าโรงงานผลิตสินค้าอาหาร มูลฝอยก็เป็นพวกเศษอาหาร ซึ่งอาจก่อให้เกิดเหตุรำคาญต่าง ๆ เช่น เน่าเหม็นได้

8. เศษวัสดุก่อสร้าง (Construction Refuse) หมายถึง เศษวัสดุต่าง ๆ ที่ได้จากการก่อสร้างหรือรื้อถอนอาคารบ้านเรือน รวมถึงสิ่งเหลือใช้จากการตกแต่งอาคารบ้านเรือนด้วย เช่น เศษอิฐ เศษปูน เศษกระเบื้อง เศษไม้ หรือวัสดุจากส่วนของบ้านเรือน

9. ตะกอนจากน้ำโสโครก (Sewage Solids) หมายถึง ของแข็งหรือตะกอนที่ได้จากการแยกตะกอนออกจากกระบวนการปรับปรุงสภาพน้ำทิ้ง รวมตลอดจนถึงตะกอนที่ได้จากการลอกท่อระบายน้ำสาธารณะต่าง ๆ ซึ่งส่วนมากจะเป็นพวกเศษหิน ดิน ทราย ไม้ สามารถนำไปถมที่ลุ่มได้ ยกเว้นตะกอนจากถังเกราะ เพราะตะกอนพวกนี้ยังมีแบคทีเรียปะปนอยู่มาก

10. ขยะมูลฝอยที่เป็นอันตราย (Hazardous or Special Refuse) หมายถึง ขยะที่อาจก่อให้เกิดปัญหาในการเก็บขน การกำจัด ตลอดจนการจับต้อง เช่น กระป๋องที่มีการอัดลม ไบโอมิดโคน ขยะมูลฝอยที่ได้จากโรงพยาบาลต่าง ๆ และสารกัมมันตภาพรังสี เป็นต้น

อรอนงค์ (2546) ได้แบ่งประเภทขยะมูลฝอยตามความยากง่ายของการนำเปื้อน และควมมีพิษภัย ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ได้แก่

1. มูลฝอยที่นำเปื้อนง่าย ได้แก่ ขยะที่เป็นสารอินทรีย์ คือ เศษอาหาร ซากพืช ซากสัตว์ กระดาษ ผ้า ไม้ เศษพืชผัก ฯลฯ
2. มูลฝอยที่นำเปื้อนยากหรือนำเปื้อนไม่ได้เลย ได้แก่ ถุงพลาสติก แก้ว โลหะ หิน กระจก เบื้องหน้า ขาง ฯลฯ
3. มูลฝอยที่อันตรายหรือสารเคมี ได้แก่ กากสารพิษ โลหะหนัก สารกำจัดแมลงและศัตรูพืช ขยะติดเชื้อจากโรงพยาบาล และสารเคมีเป็นพิษอื่น ๆ

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (2542) ได้แบ่งประเภทขยะมูลฝอยไว้ดังนี้

1. ขยะเปียก คือ ขยะที่สามารถย่อยสลายได้ หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ขยะอินทรีย์ ได้แก่ เศษอาหาร เศษพืช ผัก ผลไม้ กิ่งไม้ ใบไม้ เป็นต้น
2. ขยะแห้ง คือ ขยะที่ไม่สามารถย่อยสลายได้หรือต้องใช้เวลาในการย่อยสลาย ได้แก่ พลาสติก กระดาษ แก้ว โลหะ กระจก โฟม เป็นต้น
3. ขยะอันตราย คือ ขยะที่เป็นพิษต่อร่างกายและสิ่งแวดล้อม โดยต้องมีการกำจัดที่ถูกต้องเพื่อมิให้เป็นอันตรายต่อผู้ทิ้ง และเจ้าหน้าที่ที่จะนำไปกำจัดต่อไป ได้แก่ หลอดไฟ ถ่านไฟฉาย กระจก สเปร์ย กระจกยาฆ่าแมลง กระจกสารเคมี เป็นต้น

แหล่งกำเนิดของขยะ

พัฒนา (2539) ได้กล่าวถึงแหล่งกำเนิดของขยะ มักจะแบ่งตามการใช้ประโยชน์ของที่ดินได้ ดังนี้

1. มูลฝอยจากบ้านพักอาศัย (Residential Wastes) เป็นมูลฝอยที่เกิดจากกิจกรรมการดำรงชีพของคนที่พักอาศัยในบ้านพักอาศัย หรืออาคารชุด หรืออพาร์ทเมนต์ ได้แก่ เศษอาหารจากการเตรียม

อาหารหรือจากการเหลือใช้ เศษกระดาษ เศษพืชผัก ถุงพลาสติก ขวดพลาสติก ใบไม้ใบหญ้า ภาชนะหรืออุปกรณ์ที่ชำรุดหรือเสื่อมคุณภาพ เฟอร์นิเจอร์เก่าที่ชำรุด เศษแก้ว ฯลฯ

2. มูลฝอยจากธุรกิจการค้า (Commercial Wastes) หมายถึง มูลฝอยที่มาจากสถานที่ที่มีการประกอบกิจการค้าขายส่ง ขายปลีก หรือบริการทางการค้าต่าง ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าจะเป็นการค้าประเภทใด ได้แก่ อาคารสำนักงาน (Office Building) ตลาด ร้านอาหาร ร้านขายของชำ ร้านขายผลิตภัณฑ์ทางเกษตร โรงแรม โรงมหรสพ หรือโกดังเก็บสินค้า ซึ่งมักจะมีภาชนะเก็บมูลฝอยเป็นของตนเอง มูลฝอยที่เกิดขึ้นอาจมีเศษอาหาร เศษแก้ว พลาสติก เศษวัสดุสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ หรืออามิของเสียอันตราย

3. มูลฝอยจากการเกษตร (Agricultural Wastes) แหล่งมูลฝอยที่สำคัญมาจากกิจกรรมการเพาะปลูกและการเลี้ยงสัตว์เพื่อเป็นอาหาร มูลฝอยจากแหล่งดังกล่าวมักประกอบด้วยมูลสัตว์ เศษหญ้า เศษพืชผัก ภาชนะบรรจุยาปราบศัตรูพืช เป็นต้น ในอดีตของเสียจากการเกษตรเหล่านี้ส่วนใหญ่ (ยกเว้นภาชนะบรรจุยาปราบศัตรูพืช) มักถูกนำไปไถกลบลงบนพื้นที่ที่จะทำการเพาะปลูก ซึ่งถือเป็นการหมุนเวียนเอาของเสียที่เกิดขึ้นนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้เป็นอย่างดี แต่ในปัจจุบันได้มีการเร่งผลผลิตให้ได้ปริมาณมากขึ้น ตามจำนวนของประชากรที่เพิ่มมากขึ้นทำให้มีการเอาปุ๋ยเคมีมาใช้แทน ทำให้ปริมาณของมูลฝอยจากการเกษตรเพิ่มปริมาณมากขึ้น

4. มูลฝอยจากการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreational Wastes) มูลฝอยจากสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ หรือสถานที่ท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นแหล่งธรรมชาติ ได้แก่ ชายหาดต่าง ๆ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ ทะเลสาบ สระว่ายน้ำ เป็นต้น หรืออาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งศิลปกรรมได้แก่ โบราณสถานต่าง ๆ เช่น พิพิธภัณฑสถาน วัด ฯลฯ กิจกรรมในการพักผ่อนมักต้องมีการรับประทานอาหาร เครื่องดื่มของว่างต่าง ๆ ทำให้เกิดมูลฝอย ในประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่า มูลฝอยที่เกิดจากการตั้งแคมป์จะเกิดประมาณ 1 ปอนด์ต่อคนต่อวัน และชนิดของมูลนั้นขึ้นอยู่กับผู้ไปพักผ่อนหย่อนใจนั้น ส่วนใหญ่ มูลฝอยที่เกิดจากการพักผ่อนหย่อนใจจะเป็นเศษอาหาร เศษวัสดุบรรจุภัณฑ์ทั้งหลาย เช่น กล่องกระดาษหรือพลาสติก ถุงกระดาษหรือพลาสติก กระป๋องโลหะต่าง ๆ ขวดแก้วหรือพลาสติก ฯลฯ

5. มูลฝอยจากโรงพยาบาล (Hospital Wastes) มูลฝอยจากโรงพยาบาลมักถูกจัดไว้อยู่ในกลุ่มมูลฝอย เพราะอาจทำให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมได้หลายประการ เช่น อาจเป็นการแพร่กระจายเชื้อโรค ฯลฯ จึงนับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่นำพิจารณาจัดการแยกออกต่างหากจากมูลฝอยที่มาจากแหล่งอื่น ๆ

6. มูลฝอยจากโรงงานอุตสาหกรรม (Industrail Wastes) มูลฝอยจากโรงงานอุตสาหกรรมมีความแตกต่างขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมนั้น หรือประเภทของอุตสาหกรรม ส่วนใหญ่ ได้แก่ พวกเศษอาหาร มูลฝอยแห้งต่าง ๆ เช่น เศษกระดาษ กระดาษแข็ง ก่อกระดาษ จี๊ถั่ว ของเสียอันตราย เป็นต้น

กรมควบคุมมลพิษ (2536) ได้มีการกำหนดแหล่งกำเนิดขยะจากสถานที่ท่องเที่ยวไว้ 5 ประเภทที่สำคัญได้แก่

1. นักท่องเที่ยว เป็นแหล่งกำเนิดขยะที่สำคัญที่สุดในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ปริมาณและลักษณะของขยะในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จะเปลี่ยนแปลงตามจำนวน และลักษณะกิจกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

2. ประชากรท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อปริมาณ และลักษณะของขยะในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับสัดส่วนของจำนวนประชากรท้องถิ่นต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ถ้าจำนวนประชากรท้องถิ่นมีมาก ปริมาณ และลักษณะของขยะจะมีสภาพที่คล้ายคลึงกับแหล่งชุมชนทั่วไป แต่ถ้าจำนวนประชากรท้องถิ่นมีน้อย ขยะจะมีสภาพเป็นขยะที่เกิดจากแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง

3. โรงแรมหรือที่พักแรม จำนวนและขนาดของโรงแรมหรือที่พักแรมประเภทต่าง ๆ เป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการเกิดขยะอย่างหนึ่ง ถ้าแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนโรงแรม หรือมีที่พักแรมมากและมีขนาดใหญ่ แสดงให้เห็นว่ามีนักท่องเที่ยวให้ความนิยมพักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มาก ซึ่งขยะที่เกิดจากกิจกรรมการพักแรมนี้จะมีผลโดยตรงต่อปริมาณ และลักษณะของขยะที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

4. ร้านอาหาร มีอิทธิพลโดยตรงต่อปริมาณ และลักษณะของขยะ ถ้าแหล่งท่องเที่ยวใดมีร้านอาหารจำนวนมาก ขยะประเภทเศษอาหาร และภาชนะบรรจุอาหารจะมีมากขึ้นตามไปด้วย

5. จากธรรมชาติ แต่ละแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันไป ซึ่งได้แก่ ขยะที่เกิดจากกิ่งไม้ ใบไม้แห้ง การตัดแต่งกิ่งไม้ใบไม้ เป็นต้น

อำเภอ (2540 อ้างถึงใน ปรานี, 2546) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราการเกิดขยะในสถานที่ท่องเที่ยวไว้ดังนี้ คือ

1. จำนวนนักท่องเที่ยว โดยความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่บอกถึงจำนวนนักท่องเที่ยว
2. ฤดูกาลท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงปิดเทอม ที่ประชาชนมักเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ
3. ฤดูกาลของผลไม้ โดยเฉพาะผลไม้ประเภทที่มีเปลือกหนาและหนัก จะทำให้อัตราการเกิดขยะสูง
4. การคมนาคมที่สะดวกสบาย ทำให้นักท่องเที่ยวไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้สะดวก และรวดเร็วขึ้น และมีผลทำให้เกิดขยะเพิ่มขึ้น

ซึ่งลักษณะของขยะที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นพวกถุงพลาสติก หรือขวดพลาสติกและขวดแก้ว นอกจากนั้นจะเป็นพวกขยะอื่น ๆ เช่น เศษอาหาร เศษกิ่งไม้ ใบไม้ เป็นต้น ความชื้นของขยะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล และประเภทสถานที่ท่องเที่ยวด้วย

1. สถานที่ท่องเที่ยวประเภทแหล่งธรรมชาติ มีความชื้นประมาณ 25-65 %
2. สถานที่ท่องเที่ยวประเภทแหล่งศิลปวัฒนธรรม มีความชื้นประมาณ 12-40 %

ผลกระทบของปัญหาขยะ

อดิศักดิ์ และคณะ (2541) ได้แบ่งประเภทของปัญหาผลกระทบจากขยะไว้ดังนี้

1. เป็นแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรคและสัตว์พาหะของโรค เนื่องจากมูลฝอยมีลักษณะที่เป็นทั้งอินทรีย์วัตถุและอนินทรีย์วัตถุ ดังนั้นในมูลฝอยอาจมีเชื้อจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรคบางชนิดปะปนมา ซึ่งเชื้อโรคเหล่านี้ก็จะเจริญเติบโตอยู่ในมูลฝอยเหล่านั้น นอกจากนั้นขยะมูลฝอยที่ถูกกองทิ้งไว้โดยไม่ได้รับการเก็บขน และกำจัดที่ถูกต้องจะเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ของสัตว์นำโรค เช่น แมลงวัน หนู ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถนำโรคต่าง ๆ มาสู่คนได้

2. การเสื่อมของสุขภาพชุมชนที่ขาดการจัดการมูลฝอยที่ดีและถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล ทำให้ประชาชนในชุมชนเสี่ยงต่อการเป็นโรคต่าง ๆ ได้โดยง่าย เนื่องจากมูลฝอยก่อให้เกิดแหล่งแพร่พันธุ์เชื้อโรคขึ้น

3. การสูญเสียทางเศรษฐกิจ ชุมชนที่ไม่มีการวางแผนการจัดการมูลฝอยที่ดีจะก่อให้เกิดการสูญเสียทางเศรษฐกิจตามมา เช่น การที่รัฐต้องจัดสรรงบประมาณเพื่อนำมาใช้ในการจัดการมูลฝอยเพิ่มขึ้น หรือมูลฝอยที่ตกค้างตามสถานที่ต่าง ๆ ทำให้ชุมชนขาดความมีระเบียบเรียบร้อย ขาดความสวยงาม ส่งผลต่อการท่องเที่ยวโดยตรง อาทิ กรณีปัญหามูลฝอยล้นเมืองเชียงใหม่เมื่อปี พ.ศ. 2537

4. ทำให้ชุมชนขาดความสวยงาม ชุมชนที่ละเลยการปฏิบัติหน้าที่ในการจัดการขยะมูลฝอยให้ถูกต้อง โดยปล่อยให้มูลฝอยกลาดเกลื่อนบริเวณถนนหรือสถานที่ต่าง ๆ จะทำให้ทัศนียภาพของเมืองเสียไป

5. เสี่ยงต่อการเกิดอัคคีภัย เนื่องจากองค์ประกอบของมูลฝอยมีหลายประเภท ซึ่งบางประเภทสามารถติดไฟได้ และเป็นเชื้อเพลิงอย่างดี ดังนั้นหากชุมชนไม่มีการจัดการมูลฝอยที่ดี จะทำให้เสี่ยงต่อการเกิดอัคคีภัยได้

6. ผลกระทบต่อแหล่งน้ำ การทิ้งขยะมูลฝอยลงสู่แหล่งน้ำโดยตรง จะทำให้น้ำสกปรก ไม่สามารถนำน้ำมาใช้ในการบริโภคและอุปโภคได้ สำหรับทางอ้อมเกิดจากการทิ้งขยะใกล้แหล่งน้ำ เมื่อฝนตกลงมาจะทำให้น้ำฝนไหลชะกองขยะมูลฝอย ที่เรียกว่าน้ำชะมูลฝอย (Leachate) ไหลลงสู่แหล่งน้ำทำให้น้ำผิวดินและน้ำใต้ดินเกิดการปนเปื้อน

7. ผลกระทบต่ออากาศ การกำจัดขยะมูลฝอยที่ไม่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น การเผาขยะมูลฝอยในที่กลางแจ้งจะก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ หรือการกองขยะมูลฝอยไว้ จะทำให้เกิดการย่อยสลายของสารอินทรีย์เกิดกลิ่นเหม็น รบกวนประชาชนที่อยู่บริเวณใกล้เคียง

การคัดแยกประเภทขยะ

การจัดการขยะที่ถูกต่อนั้นจำเป็นต้องดำเนินการอย่างมีขั้นตอนและเป็นระบบ โดยต้องดำเนินการตั้งแต่การลดปริมาณขยะ การเก็บรวบรวมและขนส่งขยะ และการกำจัดขยะ ซึ่งในการคัดแยกขยะเป็นขั้นตอนแรกที่ทำเป็นต่อการจัดการขยะ โดยในปัจจุบันรูปแบบการคัดแยกขยะใน

ประเทศไทย จัดอยู่ในรูปแบบการคัดแยกแบบไม่เป็นทางการ กล่าวคือ จะมีการคัดแยกประเภทขยะ เฉพาะชนิดที่สามารถนำไปจำหน่ายได้เท่านั้น และส่วนใหญ่ขยะที่ถูกคัดแยกออกจะเป็นขยะที่มีสภาพดี วัสดุส่วนใหญ่ที่ถูกคัดแยกออกมาจากขยะที่พบเห็นบ่อย ๆ คือ กระดาษอ่อน กระดาษแข็ง ขวดแก้ว ขวดพลาสติก โลหะต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งขยะเหล่านี้จะถูกขายต่อให้แก่พ่อค้าคนกลาง แล้วจะถูกส่งต่อไป ให้ร้านรับซื้อของเก่าอีกทอดหนึ่ง หลังจากนั้นจึงค่อยถูกส่งไปเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ ต่อไป

สุวิมล (2535) ได้กล่าวว่า การเก็บรวบรวมขยะที่เกิดขึ้น ณ จุดที่กำหนด อาจจะใช้วิธีการเก็บ รวบรวมขยะทุกชนิดที่เกิดขึ้นไว้ด้วยกันในถังขยะใบเดียว หรือแยกเก็บขยะเฉพาะแต่ละชนิดลงใน ถังขยะที่จัดไว้เป็นพิเศษ เพื่อสะดวก ประหยัด และมีความเหมาะสมกับวิธีการที่จะกำจัด ซึ่งโดยทั่วไป จะนิยมจัดทำโดยแบ่งออกเป็นระบบต่าง ๆ ดังนี้

1. ระบบถังใบเดียว (One-Can System) หมายถึง การเก็บรวบรวมขยะที่เกิดขึ้นทุกชนิดไว้ในถัง เดียวกัน ระบบนี้สะดวกแก่ประชาชนเพราะไม่ต้องแยกขยะให้เป็นที่ยุ่งยาก การเก็บขนง่าย แต่เป็น ปัญหาอย่างมากในการเลือกวิธีการกำจัด

2. ระบบถังสองใบ (Two-Can System) หมายถึง การแยกเก็บรวบรวมขยะเป็น 2 ประเภท คือ แยกขยะเปียก และขยะแห้งไว้คนละถัง เพื่อจะได้สามารถจัดเก็บรวบรวมและกำจัดได้อย่างเหมาะสม สะดวกและประหยัด

3. ระบบถังสามใบ (Three-Can System) เป็นระบบการเก็บรวบรวมขยะโดยการแยกออกเป็น 3 ประเภท ถังประเภทแรกใส่ขยะเปียก ประเภทที่สองใส่ขยะแห้ง และถังประเภทที่สามใส่จี้เถ้า เป็นต้น

นอกจากนี้สำนักวิชาการความสะอาด (2532) ได้กำหนดสีของถังรองรับขยะมูลฝอย ที่จัดวางตามที่ สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. สีเขียว สำหรับมูลฝอยเปียก ได้แก่ เศษอาหาร เศษพืชผักผลไม้ เป็นต้น
2. สีเหลือง สำหรับมูลฝอยแห้ง ได้แก่ ขวดแก้ว พลาสติก เป็นต้น
3. สีแดง สำหรับมูลฝอยติดเชื้อ เน้นในเขตสถานพยาบาลต่าง ๆ
4. สีเทาฟ้าแดง สำหรับมูลฝอยอันตรายจากครัวเรือน ได้แก่ ถ่านไฟฉาย หลอดไฟ เป็นต้น

ประโยชน์ของการคัดแยกขยะ

วิภาเพ็ญ (2536) ได้กล่าวถึงประโยชน์ในการคัดแยกขยะก่อนทิ้งไว้ดังนี้

1. ทำให้ประชาชนเกิดความสำนึก และความรับผิดชอบในการช่วยกันรักษาความสะอาด บ้านเรือนและชุมชนและตนเอง
2. ลดปัญหาสภาพแวดล้อมในชุมชนเสื่อมโทรม เพราะการคัดแยกประเภทขยะมูลฝอย ได้ลดปริมาณขยะมูลฝอยลงไป และลดปัญหาการแพร่กระจายของเชื้อโรคลงไปด้วย
3. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้ผลดียิ่งขึ้น เพราะมีปริมาณขยะมูลฝอยน้อยลง ค่าใช้จ่ายที่มีอยู่จำกัดก็จะสามารถใช้ได้เพียงพอมากขึ้น ลดเวลาการปฏิบัติงานไปได้ส่วนหนึ่ง
4. ช่วยให้มีการใช้ทรัพยากรทดแทนทรัพยากรธรรมชาติ ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ลดลง
5. ครอบครัวได้รับเงินค่าสินค้าและบริการ กลับคืนมาในรูปการขายขยะมูลฝอยที่ขายได้ กลับสู่ระบบการผลิต
6. สิ่งของที่คัดแยกไว้ไม่สกปรกเปรอะเปื้อน เพราะไม่ได้ถูกทิ้งปะปนกับมูลฝอยชนิดอื่น ๆ
7. ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการคัดแยกภายหลังจัดเก็บขยะมูลฝอย ไม่ว่าจะใช้แรงงานคนหรือใช้เครื่องจักรกล และยังคงลดเวลาการคัดแยกด้วย

การคัดแยกขยะมูลฝอยเป็นขั้นตอนในการจัดการขยะมูลฝอย การแยกขยะมูลฝอยต้องพิจารณา ให้สอดคล้องกับวิธีการกำจัดองค์กรท้องถิ่น ซึ่งการกำจัดที่ถูกหลักสุขาภิบาลประกอบไปด้วยการฝังกลบ การทำปุ๋ยหมัก และการเผาในเตา การคัดแยกมูลฝอยสามารถแยกได้ในแหล่งกำเนิด หรือจากครัวเรือนของประชาชน

การจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว

กรมควบคุมมลพิษ (2536) ได้กล่าวถึงปัญหาการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. มีปริมาณขยะที่เกิดขึ้นและตกค้างในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก เนื่องจากการเก็บขนขยะไม่ทั่วถึง รวมทั้งขาดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง

2. ภาชนะรองรับขยะขาดแคลน ขำรุค หรือรูปแบบไม่สอดคล้องกับทัศนียภาพ

3. ไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่กิจการ หรือนักท่องเที่ยว ผู้เป็นแหล่งทำให้เกิดขยะ

4. ยังไม่มีวิธีการกำจัดขยะที่เหมาะสม

5. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความสะอาดยังไม่รัดกุมเพียงพอ

อำเภอ (2540 อ้างถึงใน ปราณี, 2546) ได้สรุปการจัดการขยะ ในแหล่งท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. อัตราการเกิดขยะ อัตราการเกิดขยะตามสถานที่ท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นจำนวนนักท่องเที่ยว และลักษณะสถานที่ท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความนิยมของสถานที่ท่องเที่ยว ความสวยงามดึงดูดใจ นักท่องเที่ยว การคมนาคมสะดวกสบาย ระยะทางใกล้/ไกล สิ่งอำนวยความสะดวกของบริเวณ สถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนั้นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นแบบพักผ่อน จะมีอัตราเกิดขยะสูงกว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่เป็นสถานที่แสดงศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อการเกิดขยะคือ เทศกาลท่องเที่ยว หรือช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือเทศกาลประเพณีต่าง ๆ จะทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และสามารถจัดกลุ่มได้ 2 ประเภท โดยแบ่งตามการพักค้างคืนของ นักท่องเที่ยวเป็นเกณฑ์ได้ดังนี้

1. 1 กลุ่มที่ไม่พักค้างคืน กลุ่มที่มีอัตราการเกิดขยะต่ำ คือ อยู่ในช่วง 0.5-1.6 ลิตร/คน/วัน หรือ 0.02-0.06 กิโลกรัม/คน/วัน สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ที่แสดงศิลปวัฒนธรรม

1.2 กลุ่มที่พริก้างคีน กลุ่มที่มีอัตราการเกิดขยะอยู่ในช่วง 1.4-10.0 ลิตร/คน/วัน หรือ 0.06-0.45 กิโลกรัม/คน/วัน สถานที่ท่องเที่ยวนี้ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวประเภทถ้ำ น้ำตก อุทยานแห่งชาติ ป่าเขา หาดทราย เกาะ หรือสถานที่ที่เป็นแหล่งธรรมชาติ ซึ่งเปิดโอกาสให้พริก้างคีนได้ และมีการนำอาหารไปรับประทานได้

2. การเก็บขยะ สถานที่ท่องเที่ยวควรจะทำกรเก็บรวบรวมขยะทุก ๆ วัน หรือวันเว้นวันตาม ปริมาณของขยะ ภาชนะที่รองรับได้จัดไว้ตามส่วนต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวในอัตราส่วนที่พอเหมาะ และวัสดุที่ใช้ทำถังรองรับขยะได้จัดตามความเหมาะสมของผู้ดูแล เช่น การใช้ไม้ไผ่ การเลือกใช้วัสดุ ที่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับภาชนะรองรับขยะยังปรากฏทั่วไป ดังนี้

2.1 ภาชนะรองรับไม่มีฝาปิดมิดชิด โดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติที่เป็นป่าเขา ทำให้สัตว์ป่า สามารถรื้อค้นได้

2.2 อายุการใช้งานของถังรองรับขยะสั้นเกินไป เพราะขาดการดูแลรักษา

2.3 รูปแบบและความสวยงามของภาชนะรองรับได้รับความสนใจอยู่ในเกณฑ์ดี คือ มีความพิถีพิถันทั้งรูปแบบและสีส่น

2.4 จุดตั้งถังรองรับขยะอยู่ในเกณฑ์พอดีกับจำนวนนักท่องเที่ยว หรือบางแห่งก็มีปริมาณ มาก จนทำลายความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว

3. การเก็บรวบรวมขยะ การเก็บรวบรวมขยะในสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นแบบถังคองที่ ที่มีรถเข็น รถบรรทุก รถยนต์ มาเก็บขนเพื่อนำไปทำลาย ช่วงเวลาที่มาเก็บขนควรเริ่มตั้งแต่วเวลา ประมาณ 8.00-10.00 น. เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวสะอาดก่อนที่นักท่องเที่ยวจะมาเยือน สำหรับในเขต ที่มีพื้นที่กว้างใหญ่จะทำการแบ่งเขตเพื่อขนขยะ ซึ่งปัญหาที่พบโดยทั่วไปพบว่า การเก็บรวบรวมขยะ ยังมีปัญหาดังนี้ คือ

3.1 พนักงานเก็บขน ทำงานหลายหน้าที่ ตั้งแต่เก็บขนขยะ ตัดหญ้า ดูแลสนาม กวาดพื้น หรือกวาดขยะ

3.2 อุปกรณ์ช่วยในการเก็บขนไม่เพียงพอ

4. การขนส่งและการขนถ่าย สถานที่ท่องเที่ยวแทบทุกแห่งไม่ได้ให้ความสำคัญของการขนส่งขยะและการขนถ่าย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก พื้นที่เก็บขนน้อยเมื่อเทียบกับพื้นที่ที่อยู่ในความรับผิดชอบ นอกจากนี้สถานที่กำจัดหรือทำลายก็อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น จึงไม่เห็นความสำคัญที่จะขนถ่ายขยะเว้นบางแห่งมีการคัดแยกขยะก่อน ซึ่งทำให้ปริมาณขยะลดลง และช่วยลดภาระการขนส่งด้วย

5. การนำขยะกลับมาใช้ใหม่ ส่วนใหญ่พนักงานเก็บขนขยะตามสถานที่ท่องเที่ยวเกือบทุกแห่งทำการคัดแยกขยะไว้เพื่อขายหรือเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ เพราะเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ตนเอง ดังนั้น ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวจึงควรให้การสนับสนุน ทั้งนี้เพราะเป็นการลดปริมาณขยะก่อนที่จะถูกทำลาย

6. การทำลายขยะ การทำลายขยะโดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการกองกลางแจ้ง เมื่อขยะแห้งแล้วจึงเผา มีบางแห่งที่ทำการทำลายสถานที่ท่องเที่ยวโดยไม่รู้เท่าทัน ส่วนการเผาในเตามีน้อยมาก ทั้งนี้เพราะประสิทธิภาพของเตาเผาต่ำหรือแตกชำรุด

กรมควบคุมมลพิษ (2536) ได้กำหนดแนวทางการแก้ไขการจัดการขยะ และด้านการบริหารจัดการว่า ในการพิจารณาเลือกใช้วิธีกำจัดขยะที่เหมาะสม จะพิจารณาในด้านประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและขนาดพื้นที่ที่มีอยู่ รวมทั้งความจำเป็นในการอนุรักษ์รักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว โดยสามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ ส่วนใหญ่มีเนื้อที่จำกัดมีความจำเป็นในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลาย เช่น เกาะพีพี เกาะเสม็ด เกาะตะรุเตา เกาะลัน เป็นต้น จึงไม่ควรให้สถานที่ที่มีโอกาสได้รับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินการกำจัดขยะ ดังนั้นแนวทางการจัดการที่เหมาะสมคือ การเก็บรวบรวมไว้ให้มีปริมาณมากพอ แล้วลำเลียงทางเรือไปห้องคัดกรองถักในจังหวัดเดียวกันช่วยกำจัด

2. แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น อุทยานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์ ถ้ำ น้ำตก เป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้มักมีเนื้อที่และอาณาเขตกว้างขวาง วิธีกำจัดโดยการหมักทำปุ๋ยเป็นวิธีการที่ควรเลือกใช้ เพราะสามารถลดปริมาณขยะลงได้ และยังได้ปุ๋ยจากการหมักด้วย ขยะที่เหลืออาจใช้การฝังกลบง่าย ๆ ในหลุมและใช้ดินกลบทับ โดยคัดเลือกพื้นที่ซึ่งควรอยู่ห่างไกลจากบริเวณที่แวะชมของนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 500 เมตร ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวแห่งใดไม่มีสถานที่กำจัดที่เหมาะสม ให้จัดเตรียมภาชนะบรรจุขยะขนาดใหญ่พอเหมาะเพื่อรวบรวมไว้ แล้วทำการขนส่งให้ทางองค์กรในท้องถิ่นช่วยกำจัดให้

นอกจากนี้กรมควบคุมมลพิษได้กำหนดแนวทางการแก้ไขในด้านการบริหารจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ไว้ดังนี้ คือ

1. ควรจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่ายในการจัดการขยะอย่างเพียงพอและเหมาะสม ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการจัดเตรียมภาชนะหรือถังบรรจุในสถานที่ท่องเที่ยว ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการเก็บกวาดทำความสะอาด ขานพาหนะในการเก็บขน ค่าจ้างบุคลากร เป็นต้น
2. จัดกำลังเจ้าหน้าที่รับผิดชอบโดยเฉพาะ และมีจำนวนเพียงพอ
3. ประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวให้ช่วยดูแลรักษาความสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยว

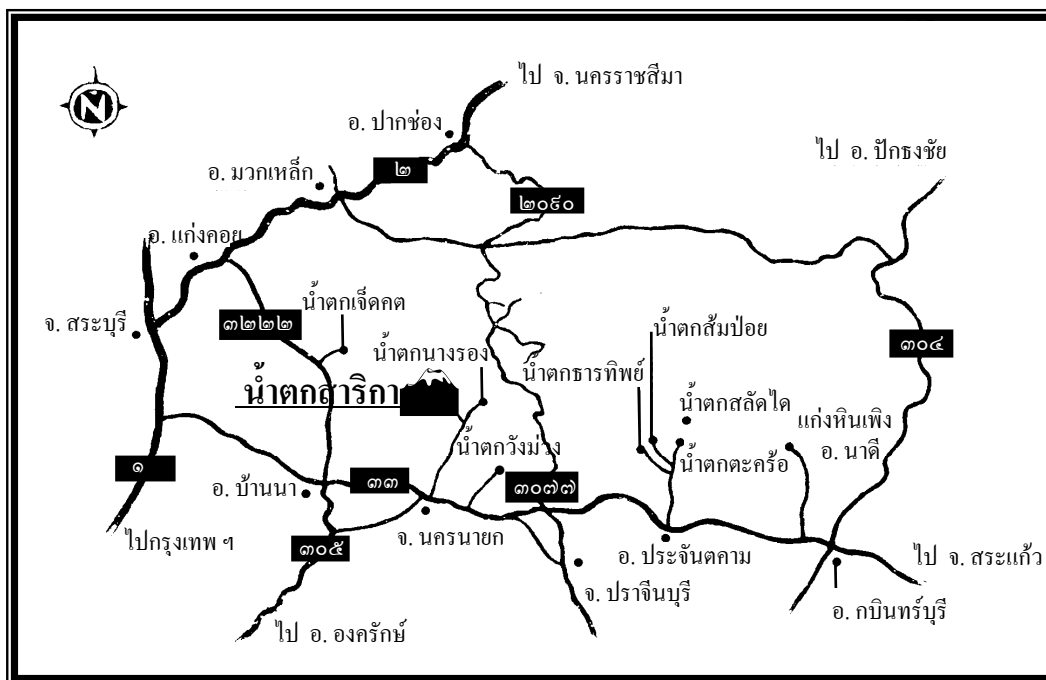
ยวลักษณะ (2543) ได้กล่าวถึงมาตรการที่ใช้ในการดำเนินการคัดแยกขยะ ที่สามารถนำมาปรับใช้ในการคัดแยกขยะในสถานที่ท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. จัดให้มีการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะมูลฝอยอย่างทั่วถึง โดยรูปแบบต่าง ๆ เช่น ตีพิมพ์โฆษณา (ภาพโปสเตอร์) แจกแผ่นปลิว ออกอากาศทางรายการวิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น
2. จัดให้มีเอกสารรายละเอียดที่ใช้ประกอบการแยกประเภทขยะมูลฝอย
3. จัดให้มีถังขยะแยกประเภทวางไว้ตามจุดต่าง ๆ ภายในสถานที่ท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง
4. จัดให้มีระบบการเก็บขยะมูลฝอยแยกประเภทอย่างมีประสิทธิภาพ

น้ำตกสาริกา

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นแหล่งอนุรักษ์ทางธรรมชาติที่สำคัญ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในระดับประเทศ จนได้รับการพิจารณาเป็นอุทยานมรดกแห่งอาเซียน (Asian Heritage) อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีผู้นิยมท่องเที่ยวมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน เพราะมีทัศนียภาพที่สวยงาม ทั้งทุ่งหญ้า ป่าเขา น้ำตก โดยเฉพาะสัตว์ป่าที่พบเห็นได้ง่าย

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ไม่เพียงแต่มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ตอนกลางเท่านั้น แต่ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวเรียงรายอยู่รอบแนวเขตของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นจำนวนมาก หนึ่งในนั้นได้แก่น้ำตกสาริกา (สำนักพิมพ์สารคดี, 2543) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แผนที่ตั้งสถานที่ท่องเที่ยวรอบเขาใหญ่

ที่มา: สำนักพิมพ์สารคดี, 2543

ลักษณะทั่วไปของน้ำตกสาริกา

น้ำตกสาริกา ตั้งอยู่ที่ตำบลสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก การเดินทางจากตัวเมืองนครนายกไปยังน้ำตกสาริกา สามารถไปได้โดยทางรถยนต์เท่านั้น โดยใช้เส้นทางสายนครนายก – น้ำตกสาริกา เป็นทางหลวงจังหวัดลาดยางตลอดสาย เส้นทางนี้ห่างจากศาลากลางจังหวัดบนทางหลวงหมายเลข 3049 ระยะทางประมาณ 15 กิโลเมตร ถนนจะไปถึงสุดบริเวณน้ำตกสาริกา มีรถประจำทางและรถจักรยานยนต์รับจ้างวิ่งจากภายในตัวเมืองตลอดเวลา ภายในเขตน้ำตกสาริกามีถนนลาดยางแอสฟัลท์ 2 ช่องทาง ระยะทางประมาณ 300 เมตร จนถึงตัวน้ำตก

น้ำตกสาริกานับเป็นน้ำตกที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ มีน้ำตกไหลลงมาจากหน้าผาลดหล่นลงมาถึง 9 ชั้น ชั้นที่สูงที่สุดสูงถึง 200 เมตร ในฤดูแล้งมีน้ำน้อย น้ำตกสาริกาเป็นส่วนหนึ่งของ

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และบางส่วนที่เป็นที่ดินที่เอกชนอ้างสิทธิ์เข้าครอบครองและใช้ประโยชน์จากที่ดิน โดยมีพื้นที่รวมกันทั้งสิ้น 100 ไร่

น้ำตกสาริกาเป็นส่วนหนึ่งของลำห้วยสาริกา ที่ไหลสู่คลองสาริกา ต่อเนื่องไปยังพื้นที่ราบ และไหลลงสู่แม่น้ำนครนายกที่บ้านหินดานในเขตอำเภอเมืองนครนายก ต้นน้ำของลำห้วยสาริกาอยู่บริเวณเขาสาริกาที่ติดต่อกับเขาแก้วในระดับความสูงประมาณ 580 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง น้ำจากห้วยสาริกาจะไหลผ่านมาตามร่องเขาระหว่างเขาสาริกา และเขามดคำสู่คลองสาริกา โดยผ่านความสูงต่างระดับลดหลั่นกันลงมาเป็นชั้น ๆ โดยน้ำตกในชั้น 5-6 จะเป็นชั้นที่มีระยะห่างกันมาก ลักษณะน้ำตกที่ตกลงมาเป็นโจนตอนเดียว อันเป็นความเด่นของน้ำตกสาริกาแห่งนี้

น้ำตกสาริกาสามารถมองเห็นได้จากถนนก่อนเข้าถึงตัวน้ำตก ประมาณ 1 กิโลเมตร จะเห็นน้ำตกโจนลงมาจากหน้าผาสูง พื้นล่างสองข้างเป็นป่าเขียวชุ่มด้านหลังจะเป็นอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่สูงและติดต่อกันเป็นแนว เป็นการเปลี่ยนสภาพมุมมองจากที่ราบลุ่มนครนายกซึ่งราบเรียบ จากสีเขียวชุ่มของต้นข้าว ไปสู่เขาสูงชันชันสีเขียวเข้มของป่าดงดิบ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543)

ในบริเวณด้านล่างของน้ำตกคกสาริกามีบริการห้องอาบน้ำและห้องสุขาแยกหญิง-ชาย มีร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การเข้าท่องเที่ยวที่น้ำตกสาริกาต้องเสียค่าบริการผู้ใหญ่คนละ 20 บาท เด็กคนละ 10 บาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลาง เขต 8)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขย.13 (นางรอง) อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

สภาพปัจจุบันด้านการท่องเที่ยว

น้ำตกสาริกาไม่มีการเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวมาก่อน การศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวที่น้ำตกสาริกา โดยใช้สถิติที่รวบรวมไว้เป็นรายเดือนจากหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ และใช้รายได้จากการขายบัตรผ่านประตูประเภทต่าง ๆ พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่น้ำตกนางรองและน้ำตกสาริกามีจำนวนใกล้เคียงกัน เฉลี่ยเดือนละประมาณ 25,000 คน ทั้งนี้ในช่วงเดือนที่มีวันหยุดเทศกาลมาก เช่น ช่วงประเพณีสงกรานต์ แม้ว่าจะเป็นฤดูร้อน และช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ที่ต่อเนื่องกับวันหยุดราชการใน

การจัดการขยะของน้ำตกลำธาร

จากการสัมภาษณ์นางพิมพ์วิภา แสงรวม เจ้าหน้าที่รับวิทยุประจำสำนักงานหน่วยพิทักษ์ ชล.13 และการสำรวจสถานที่ในวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2547 พบว่าน้ำตกลำธารมีกระบวนการในการจัดการขยะดังนี้

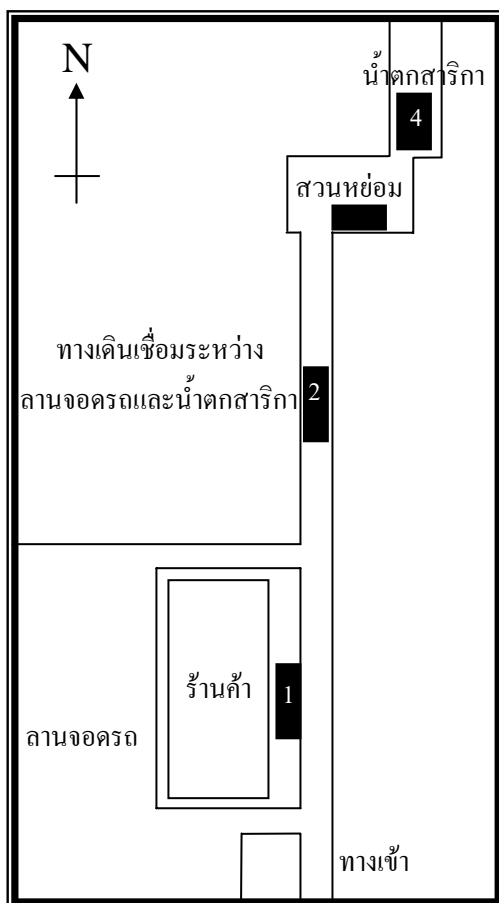
1. การแบ่งเขตพื้นที่ในบริเวณน้ำตกลำธาร เพื่อป้องกันปัญหาขยะที่จะส่งผลกระทบต่อทัศนียภาพของน้ำตกลำธาร โดยน้ำตกลำธารสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน ดังแสดงในภาพที่ 2 ในแต่ละส่วนมีลักษณะของพื้นที่ต่อไปนี้

1.1 ส่วนที่หนึ่ง จะอยู่บริเวณทางเข้าน้ำตกลำธาร ประกอบด้วย ลานจอดรถ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และศาลารอรถลากที่ตั้งอยู่บริเวณด้านในติดกับส่วนที่สอง เป็นบริเวณที่นักท่องเที่ยวบางส่วนจะพักรับประทานอาหาร ก่อนเข้าไปเที่ยวชมน้ำตกลำธาร

1.2 ส่วนที่สอง เป็นทางเดินเชื่อมระหว่างส่วนที่หนึ่งกับส่วนที่สาม มีระยะทางประมาณ 500 เมตร บริเวณข้างทางเดินมีการปลูกต้นไม้เพื่อความร่มรื่น และศาลาพักผ่อนตลอดระยะทาง บริเวณนี้จะมีพื้นที่บางส่วนที่เอกชนอ้างสิทธิ์ครอบครองอยู่

1.3 ส่วนที่สาม ในบริเวณนี้จะมีสวนหย่อม ศาลาพักผ่อน และป้อมสำหรับเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเยี่ยมชมความสวยงามของน้ำตก ในส่วนที่สามเป็นบริเวณที่อยู่ใกล้น้ำตกลำธารบริเวณเดียว ที่ทางอุทยานฯ อนุญาตให้นักท่องเที่ยวนำอาหารมารับประทานได้ ซึ่งในบริเวณนี้จะเป็นบริเวณที่นักท่องเที่ยวนิยมมาพักผ่อน และนำอาหารเข้ามารับประทานอาหารมากที่สุด

1.4 ส่วนที่สี่ เป็นบริเวณตัวน้ำตกลำธาร บริเวณนี้มีเจ้าหน้าที่คอยตรวจอยู่บริเวณทางเข้าสู่ตัวน้ำตกลำธาร เพื่อป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวนำอาหารเข้าไปรับประทานในบริเวณน้ำตก อันจะทำให้เกิดขยะและทำลายทัศนียภาพบริเวณน้ำตกได้ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดภายในบริเวณนี้คือ การเล่นน้ำ และชื่นชมความสวยงามของน้ำตก



ภาพที่ 2 แผนผังพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ของน้ำตกลสาริกา

2. น้ำตกลสาริกามีการจัดเตรียมถังขยะไว้รองรับขยะที่เกิดจากนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ ได้แก่ ถังขยะระบบ 2 คือ ขยะเปียก และขยะแห้ง ถังขยะทั้ง 2 ประเภทมีสีเขียวเข้มเหมือนกันทุกถัง แต่จะมีการเขียนตัวหนังสือสีขาวเพื่อบอกประเภทของถังขยะนั้น ๆ ถังขยะประเภทนี้ถูกจัดวางอยู่ในส่วนที่หนึ่ง นอกจากนี้ยังมีถังขยะสีฟ้าที่ได้รับการอนุเคราะห์จากองค์การบริหารส่วนตำบลสาริกา ซึ่งถูกจัดวางอยู่ในส่วนที่สอง ถังขยะที่ได้รับการอนุเคราะห์นี้จะไม่มีการกำหนดประเภทของขยะที่ทิ้งในส่วนที่สามจะมีถังขยะที่ทำมาจากยางรถยนต์ และบุงกี้นั้นไว้คอยให้บริการ ถังขยะนี้จะไม่มีการกำหนดประเภทของขยะที่ทิ้งเช่นกัน ดังแสดงภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ถังขยะที่ใช้ในบริเวณน้ำตกลำธาร

การจัดวางถังขยะในบริเวณน้ำตกลำธารยังไม่มีการจัดวางถังขยะให้เป็นชุดชุดละ 3 ถัง จัดได้ว่าการจัดวางถังขยะยังไม่มีระบบที่แน่นอน เช่น บางบริเวณมีถังขยะวางเรียงกันนับสิบใบ หรือในบางบริเวณมีการวางถังขยะไว้เพียงใบเดียว ทำให้เกิดความไม่เรียบร้อยสวยงามเหมาะสมกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังไม่เอื้อให้นักท่องเที่ยวสามารถทิ้งขยะแยกประเภทได้

3. การจัดเก็บขยะเพื่อนำไปทำลาย ทางน้ำตกลำธารได้ว่าจ้างให้องค์การบริหารส่วนตำบลสาริกาเป็นผู้รับผิดชอบ โดยคิดอัตรา 30 บาท/ถัง มีการจัดเก็บขยะอาทิตย์ละ 2 ครั้งในวันจันทร์และวันศุกร์ ซึ่งทางองค์การบริหารส่วนตำบลสาริกาจะนำรถบรรทุกขยะขนาดความจุ 5 ตันมาเก็บขยะภายในบริเวณน้ำตกลำธาร และนำไปทำลายที่จังหวัดปราจีนบุรี

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรุณี (2527) ศึกษาความเห็นของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในภาคเหนือต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติพบว่า สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ มีส่วนช่วยส่งเสริมให้นักศึกษาได้รับความรู้ในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น โดยสื่อที่มีส่วนช่วยส่งเสริมมากที่สุดคือ วารสารต่าง ๆ รองลงมาได้แก่ วิทยุ สื่อมวลชนประเภทหนังสือทั่วไป

ดารากร (2532) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้สื่อความหมายธรรมชาติในการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่ และทรัพยากรธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว ของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา พบว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวได้ใช้ในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่) ตามลำดับ ส่วนการจัดลำดับสื่อที่ให้ความรู้ความเข้าใจสภาพพื้นที่ และทรัพยากรธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว พบว่า 3 อันดับแรกคือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และแผ่นพับ ตามลำดับ นอกจากนี้พบว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวเห็นว่า

เป็นประโยชน์ และต้องการให้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จัดทำขึ้นคือ โทรทัศน์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แผ่นพับ วารสาร และโปสเตอร์ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ไม่มีผลต่อความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ของอุทยานและทรัพยากรธรรมชาติ และไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของสื่อความหมายธรรมชาติด้วย

บุญบง (2534) ทำการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของตัวกลางในการสื่อความหมายการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว บริเวณอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า สื่อที่นักท่องเที่ยวได้ใช้ในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดได้แก่ เครื่องหมายและแผ่นป้าย รองลงมาคือ ทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติ ลักษณะของแผ่นป้ายที่พึงพอใจคือ ตัวอักษรรูปภาพ ขนาดใหญ่และชัดเจน สื่อที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีประสิทธิภาพปานกลาง ได้แก่ แผนที่ และเจ้าหน้าที่ผู้แนะนำ สื่อที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าประสิทธิภาพน้อยที่สุด ได้แก่ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของอุทยานแห่งชาติ นิทรรศการ และเอกสารแจก สื่อที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าควรพัฒนาปรับปรุง 3 อันดับแรกได้แก่ เครื่องหมายและแผ่นป้าย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวเพศชายและหญิง มีความเข้าใจในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของอุทยานแห่งชาติแตกต่างกัน ส่วนตัวปัจจัยด้านอายุ การศึกษา และรายได้ ไม่มีผลต่อความเข้าใจในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของอุทยานแห่งชาติ

นฤมล (2534) ศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้ และทัศนคติต่อโครงการ “รักเจ้าพระยากับดาวิเศษ” ของประชาชนกรุงเทพมหานครพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการ จากสปอตโฆษณาชุด “รักเจ้าพระยา” เป็นสื่อที่มีเพลงประกอบภาพที่น่าสนใจ จึงเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประชาชนเปิดรับบ่อยครั้งมากที่สุด ส่วนสปอตโฆษณาวิทยุ ข่าวนิตยสาร และหนังสือพิมพ์นั้นจะมีผู้เปิดรับน้อยกว่า สื่อเฉพาะกิจที่ประชาชนจะเปิดรับคือ สื่อถึงขยะและที่พักขยะ ซึ่งสืบเนื่องมาจากการที่ทำให้ประชาชนรู้จักว่า “ดาวิเศษ” นั้น เป็นสัญลักษณ์ของการรักษาความสะอาด สื่อถึงขยะที่มีสัญลักษณ์ดังกล่าว ก็จะเป็นสื่อที่ประชาชนสามารถพบเห็นได้ทั่วไป สื่อบุคคลเป็นตัวแทนของโครงการจะเป็นสื่อที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับ ระดับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ และสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือประชาชนจะมีความรู้เกี่ยวกับจุดมุ่งหมายของโครงการ สาเหตุที่ทำให้แม่น้ำเจ้าพระยาเน่าเสีย และโดยส่วนใหญ่ประชาชนจะมีความคิดเห็นว่า สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการมีการเผยแพร่อย่างไม่ต่อเนื่อง และไม่เป็นที่แพร่หลายเท่าใดนัก

สมชาย (2537) ได้ทำการทดลองใช้ระบบถึงขยะ 2 ใบ คัดแยกประเภทขยะมูลฝอยออกจากบ้านเรือนออกเป็น 2 ประเภทคือ ขยะมูลฝอยที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ และขยะมูลฝอยที่ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อีก ก่อนจะนำไปสู่ระบบเก็บขนขยะมูลฝอยของชุมชน โดยทำการทดลองกับประชาชนในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 ได้รับสื่อโฆษณาอย่างเดียว กลุ่มที่ 2 ได้รับสื่อ การโฆษณา และเอกสารเย็บเล่ม กลุ่มที่ 3 ได้รับสื่อการโฆษณา เอกสารเย็บเล่ม และถังขยะ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับสื่อโฆษณา เอกสารเย็บเล่ม และกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับสื่อทั้ง 3 ชนิด มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านปริมาณ และองค์ประกอบของขยะมูลฝอย ระหว่างก่อนและหลังการทดลอง โดยปริมาณมูลฝอยที่ทิ้งไปสู่ระบบเก็บขนมูลฝอยลดลง ด้านความคิดเห็นและพฤติกรรมพบว่า ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการทิ้งขยะมูลฝอยเปลี่ยนไป โดยมีการแยกขยะมูลฝอยก่อนเข้าสู่ระบบเก็บขนมูลฝอยของชุมชนเพิ่มขึ้น และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยเป็นอย่างมาก ในการแยกประเภทขยะมูลฝอยก่อนทิ้งโดยใช้ระบบถึง 2 ใบ แยกขยะมูลฝอยก่อนทิ้งเป็น 2 ประเภท คือ ขยะมูลฝอยที่ใช้ประโยชน์ได้ กับขยะมูลฝอยที่ไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้

ยุวลักษณ์ (2543) ได้ทำการศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะมูลฝอยจากครัวเรือนของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี พบว่าการกำหนดกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ควรมี 3 ขั้นตอนคือ ขั้นที่หนึ่งกระตุ้น/ให้รู้ โดยการสร้างความรู้เพื่อให้เกิดการตื่นตัว ผ่านสื่อสารมวลชนเช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อสร้างเจตคติ และเป็นการจูงใจ เน้นการเข้าร่วมกิจกรรม ขั้นที่สองการชี้นำ โดยการสร้างจิตสำนึก ควรสร้างต้นแบบเพื่อให้เป็นบรรทัดฐานทางสังคม ในสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายมีการติดต่อ และการสร้างความรู้ในการตอบโต้ให้รู้ เป็นแนวทางสู่การนำมาใช้ อาจใช้เป็นการบังคับทางสังคมเพื่อให้เกิดความเคยชิน ขั้นที่สามการทำถูก โดยการสร้างทักษะในการปฏิบัติ ซึ่งจะเป็นขั้นตอนของการยอมรับ แนวทางการสร้างเงื่อนไขควรจัดทำเป็นนโยบายให้ชัดเจน และใช้ระบบชุมชนเข้ามาช่วย การเลือกสื่อควรเลือกให้เหมาะสมกับการเปิดรับสื่อ และความต้องการของประชาชน ซึ่งจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ การจัดประชุมสัมมนา สื่อบุคคล และสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ นอกจากนี้กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์พบว่า ต้องเน้นการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีส่วนร่วม ลดบทบาทของภาครัฐและกฎหมาย และต้องประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปพร้อมกับการดำเนินการที่ดี

อร่าม (2543) ได้ทำการศึกษาแนวทางการจัดการพื้นที่ป่ากันชนของอุทยานแห่งชาติ เขาหลวง กรมศึกษาตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่ารูปแบบการบริหารจัดการพื้นที่กันชน ควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ให้ราษฎรที่บุกรุกจับจองพื้นที่อุทยานแห่งชาติได้ทราบ และร่วมทำแนวเขตที่ชัดเจน เพื่อลดการบุกรุกพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง

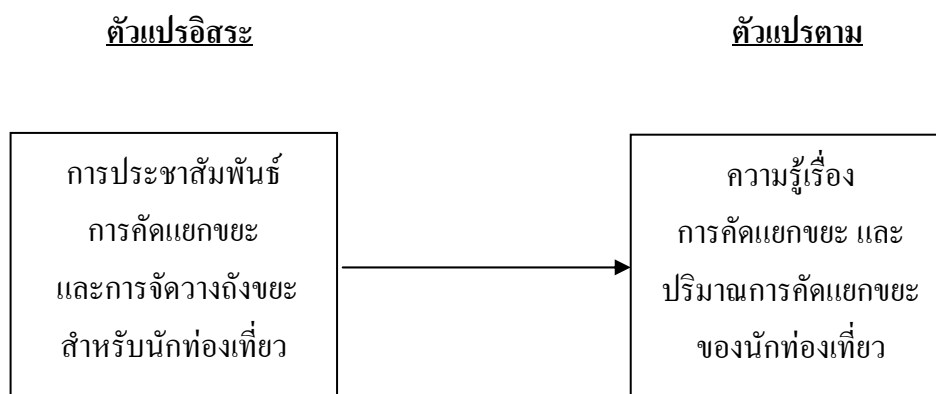
สุภารัตน์ (2546) ได้ทำการศึกษาแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการอุทยานแห่งชาติ ป่าหินงาม เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดชัยภูมิ พบว่าความรู้ความเข้าใจเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ป่าไม้ องค์กรชุมชน และองค์การบริหารส่วนตำบลอยู่ในระดับมาก เนื่องจากได้รับข่าวสารจากองค์กรอิสระ (NGO) และสื่อโทรทัศน์

Kictham (no date) ได้ทำการศึกษาการจัดการขยะในจังหวัดนนทบุรี พบว่าจังหวัดนนทบุรี จะสามารถลดปริมาณขยะลงร้อยละ 20 ภายในปี 2003 ต้องดำเนินการให้ประชาชนเกิดความตระหนัก และให้ความร่วมมือในการจัดการขยะ โดยผ่านการฝึกอบรม การสัมมนา การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์เรื่องขยะให้แก่ประชาชน ต้องมีการดำเนินกิจกรรมทางด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม การติดตามตรวจสอบขยะที่เกิดขึ้น การรวบรวมขยะ อีกทั้งต้องแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยีในการจัดการขยะที่ยังอยู่ในระดับต่ำ และจัดการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในการจัดการขยะ

Ratanatamskul (no date) ได้ศึกษาการจัดการขยะแบบผสมผสาน โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา จังหวัดนนทบุรี พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการขยะต้องอาศัยความร่วมมือจากหลาย ๆ หน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็นประชาชนในพื้นที่ ผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ สถานศึกษา และอาสาสมัคร จึงจะทำให้การจัดการขยะประสบความสำเร็จ โดยแต่ละหน่วยงานมีหน้าที่ดังนี้ ประชาชนที่อาศัยในพื้นที่ทำหน้าที่ในการคัดแยกขยะ ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ออกมา เพื่อนำขยะเหล่านั้นไปฝากที่ธนาคารขยะ และเป็นตัวอย่างให้แก่กันและกัน ผู้นำชุมชนมีหน้าที่ในการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในชุมชน โดยอาศัยการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการและสื่อที่หลากหลาย เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่มีความรู้และเข้าใจถึงกิจกรรมในการจัดการขยะ นอกจากนี้ผู้นำชุมชนต้องสร้างให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และประชาชนในพื้นที่ สถานศึกษาทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางธนาคารขยะ และเป็นแหล่งให้ความรู้แก่ชุมชน อาสาสมัครมีหน้าที่เข้าร่วมในการดำเนินการกิจกรรมการจัดการขยะในชุมชน เมื่อทุกฝ่ายทำงานร่วมกัน จนเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างหน่วยงาน จะช่วยในการพัฒนารูปแบบการจัดการขยะในชุมชนให้เกิดความยั่งยืน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย ตัวแปรอิสระคือ การประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ และการจัดวางถังขยะ ตัวแปรตามคือ ความรู้เรื่องการคัดแยกขยะ และปริมาณการคัดแยกขยะ ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐาน

1. นักท่องเที่ยวมีคะแนนความรู้เรื่องการคัดแยกขยะ หลังจากได้รับการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ แตกต่างกับก่อนได้รับการประชาสัมพันธ์
2. ปริมาณการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว หลังจากมีการจัดวางถังขยะให้เป็นระบบ แตกต่างกับก่อนมีการจัดวางถังขยะให้เป็นระบบ

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยกึ่งทดลองเพื่อหาประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เก็บรวบรวมข้อมูลชนิด และปริมาณขยะในบริเวณน้ำตกสาริกา โดยทำการสำรวจจากถังขยะ ภายในบริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ด้วยวิธีการสุ่มถังขยะจำนวน 1 ถังบริเวณ น้ำตกสาริกา จากการสำรวจเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2547 พบว่ามีขยะเปียก 8,000 กรัม (ร้อยละ 54.61) ประกอบไปด้วยเศษอาหาร และเศษไม้ ขยะแห้ง 6,650 กรัม (ร้อยละ 45.39) ประกอบไปด้วย กระดาษ พลาสติก โฟม แก้ว โลหะ และยาง

2. การพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ ให้ตรงกับการเปิดรับข่าวสารของ นักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

2.1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี หลักวิชาการทางด้านประชาสัมพันธ์จาก เอกสาร ตำราวิชาการและงานวิจัย เพื่อให้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์ การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกา

2.2 ดำเนินการเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการคัดแยกขยะ และปัจจัยที่ส่งเสริมพฤติกรรม การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกา โดยใช้แบบสอบถาม “การเปิดรับสื่อเพื่อ การประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ” กับนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนา สื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ จากการเก็บข้อมูลเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ. 2547 สามารถ สรุปได้ดังนี้ (รายละเอียดภาคผนวก ก)

2.2.1 การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ดังนี้ ไปสเตอร์ร้อยละ 83.33 แผ่นพับ

ร้อยละ 63.34 หนังสือคู่มือร้อยละ 43.33 บอร์ดแจ้งข่าวสารร้อยละ 26.67 การบอกเล่าร้อยละ 16.67 หนังสือเล่มเล็กร้อยละ 16.67 โทรทัศน์ร้อยละ 13.33 นิทรรศการร้อยละ 13.33 อินเทอร์เน็ตร้อยละ 6.67 วิทยุร้อยละ 3.33 และไม่เปิดรับสื่อใดเลยร้อยละ 3.33

ความต้องการสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์นี้ โปสเตอร์ร้อยละ 96.67 บอร์ดแจ้งข่าวสารร้อยละ 73.33 แผ่นพับร้อยละ 63.33 นิทรรศการร้อยละ 26.67 หนังสือเล่มเล็กร้อยละ 26.67 อินเทอร์เน็ตร้อยละ 6.67 เสียงตามสายร้อยละ 3.33 และเจ้าหน้าที่คอยให้ความรู้ร้อยละ 3.33

บริเวณที่ได้รับการเลือกสูงสุดในการใช้สื่อแต่ละประเภทมีดังนี้ โปสเตอร์ใช้บริเวณลานจอดรถ (ร้อยละ 26.67) แผ่นพับใช้บริเวณจุดชำระเงินบริเวณทางเข้าน้ำตกสาริกา (ร้อยละ 36.67) หนังสือเล่มเล็กใช้บริเวณจุดชำระเงินบริเวณทางเข้าน้ำตกสาริกา (ร้อยละ 40.00) บอร์ดแจ้งข่าวสารใช้บริเวณลานจอดรถ (ร้อยละ 36.67) และการจัดนิทรรศการใช้บริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 50.00)

2. 2. 2 พฤติกรรมการคัดแยกขยะ

การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวในสถานที่อื่น ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวคัดแยกขยะก่อนทิ้งร้อยละ 70.00 และไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้งร้อยละ 30.00

สาเหตุที่นักท่องเที่ยวไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้งพบว่าเกิดจากสาเหตุดังนี้ ไม่มีการจัดเตรียมถังขยะแยกประเภทร้อยละ 76.19 ขาดความรู้ในการคัดแยกขยะร้อยละ 66.67 ไม่ทราบประโยชน์ในการคัดแยกขยะร้อยละ 66.67 ไม่สะดวกในการคัดแยกขยะร้อยละ 57.14 เสียเวลาในการคัดแยกร้อยละ 28.57 และนักท่องเที่ยวมักง่ายร้อยละ 4.67

นักท่องเที่ยวที่คัดแยกขยะก่อนทิ้งพบว่า ไม่ประสบปัญหาในการคัดแยกร้อยละ 55.56 และประสบปัญหาในการคัดแยกร้อยละ 44.44

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบในการคัดแยกขยะก่อนทิ้งพบว่า นักท่องเที่ยวทุกคนประสบปัญหาดังขยะชำรุด นักท่องเที่ยวทุกคนประสบปัญหาดังขยะไม่มีสัญลักษณ์ สี ข้อความในการแยกประเภทขยะที่ชัดเจน ดังขยะไม่เพียงพอร้อยละ 50.00 และขาดความรู้การคัดแยกขยะที่ถูกต้องร้อยละ 50.00

2. 2. 3 ปัจจัยที่ส่งเสริมพฤติกรรมการคัดแยกขยะ

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเตรียมการคัดแยกขยะของน้ำตกสาริกาในปัจจุบันพบว่า การประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยว ในการคัดแยกขยะได้คะแนนเฉลี่ย 1.83 อยู่ในระดับปรับปรุง การมีเอกสาร เครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่ใช้ประกอบการคัดแยกขยะให้แก่ นักท่องเที่ยว ได้คะแนนเฉลี่ย 1.30 อยู่ในระดับปรับปรุง ถึงขยะที่เตรียมไว้มีการแยกประเภทชัดเจน ได้คะแนนเฉลี่ย 1.73 อยู่ในระดับปรับปรุง ถึงขยะมีจำนวนเพียงพอและจัดวางอย่างทั่วถึง ได้คะแนนเฉลี่ย 2.00 อยู่ในระดับพอใช้

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการเตรียมการเพื่อการคัดแยกขยะพบว่า นักท่องเที่ยวทุกคนต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะให้แก่ นักท่องเที่ยว ต้องการให้มีการจัดวางถังขยะบริเวณน้ำตกสาริกา เป็นระบบ 3 ถัง คือถังขยะเปียก ขยะแห้ง และ ขยะอันตรายร้อยละ 96.67 นักท่องเที่ยวทุกคนต้องการให้มีการจัดวางถังขยะเป็นชุดชุดละ 3 ถัง คือ ถังขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะอันตราย ต้องการให้ถังขยะแต่ละประเภทมีสีที่แตกต่างกันชัดเจน เพื่อมองเห็นได้ง่ายร้อยละ 96.67 นักท่องเที่ยวทุกคนต้องการให้ถังขยะแต่ละประเภท มีตัวอักษรเขียน บอกประเภทของถังขยะอย่างชัดเจน และนักท่องเที่ยวทุกคน ต้องการให้ถังขยะแต่ละประเภทมี ภาพตัวอย่างขยะ ที่สามารถทิ้งลงถังขยะประเภทนั้นได้

นักท่องเที่ยวทุกคนจะให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะ หากน้ำตกสาริกา ดำเนินการเตรียมการคัดแยกขยะตามที่ได้เสนอมานี้

2. 3 นำแนวคิด ทฤษฎี หลักวิชาการทางด้านประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการคัดแยกขยะ และปัจจัยที่ส่งเสริมพฤติกรรมการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว มาวิเคราะห์ เพื่อทำการพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะ สำหรับนักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

2. 4 นำสื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ ไปทดลองกับนักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกา จำนวน 10 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมทางด้านภาษา ขนาดตัวอักษร สีที่ใช้ รูปภาพที่ใช้ใน สื่อประชาสัมพันธ์ และนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์มาปรับปรุงให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. นำสื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ ทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คนบริเวณ น้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ในวันที่ 15 มกราคม พ. ศ. 2548 เพื่อหาประสิทธิภาพของ

การประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบวัดความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ กับนักท่องเที่ยวก่อนได้รับ การประชาสัมพันธ์ จากนั้นจึงทำการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ โดยใช้สื่อที่ได้รับการพัฒนาแล้ว และใช้แบบวัดความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ กับนักท่องเที่ยวหลังจากที่ได้รับการประชาสัมพันธ์อีกครั้ง เพื่อนำคะแนนความรู้ในการคัดแยกขยะ ทั้งก่อนและหลังได้รับการประชาสัมพันธ์ มาวิเคราะห์ ผลสัมฤทธิ์ของความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว

4. ดำเนินการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ และจัดเตรียมถังขยะ ที่เอื้อต่อการส่งเสริม พฤติกรรมการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว จากนั้นทำการตรวจวัดปริมาณขยะ ประเภทขยะที่คัดแยกได้ ถูกต้อง เปรียบเทียบกับปริมาณขยะ ประเภทขยะที่คัดแยกไม่ถูกต้อง โดยสุ่มตรวจในระยะเวลา 3 วัน ได้แก่ วันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ระหว่างวันที่ 21 – 23 มกราคม พ.ศ. 2548

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในบริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ประมาณ 117,265 คนต่อปี เฉลี่ยวันละประมาณ 322 คน (หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขญ. 13, 2547)

การสุ่มตัวอย่าง

สุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ระหว่างเวลา 9.00-15.00 น. ชั่วโมงละ 5 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ที่อยู่
- ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ
- ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งเสริมพฤติกรรมการคัดแยกขยะ
- ตอนที่ 4 แบบวัดความรู้การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวจำนวน 22 ข้อ

2. สื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ คือ สื่อโปสเตอร์ โดยจากการศึกษาข้อมูล การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมี พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และมีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ ในการคัดแยกขยะ บริเวณน้ำตกสาริกา เป็นสื่อชนิดเดียวกัน คือ สื่อโปสเตอร์ และบริเวณที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการ ใช้สื่อโปสเตอร์ ในการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ บริเวณน้ำตกสาริกา จังหวัดนครนายก คือบริเวณลานจอดรถ (ดังแสดงรายละเอียดในภาคผนวก ก) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการติดตั้งสื่อโปสเตอร์ใน บริเวณลานจอดรถจำนวน 18 จุด

นอกจากนี้ผู้วิจัยจะทำการติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมได้แก่ บริเวณสวนหย่อมก่อนถึง น้ำตกสาริกา โดยทำการติดตั้งสื่อโปสเตอร์จำนวน 7 จุด เนื่องจากเป็นบริเวณที่ทางอุทยานฯ อนุญาต ให้นักท่องเที่ยวสามารถนำอาหาร และเครื่องดื่มเข้ามารับประทานได้ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นบริเวณที่มี กิจกรรมอันจะก่อให้เกิดขยะ จึงเพิ่มบริเวณที่ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ นอกเหนือจากบริเวณที่นักท่องเที่ยว ได้ทำการแสดงความคิดเห็นไว้

3. การจัดเตรียมถังขยะ จากข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเตรียมการเพื่อ การคัดแยกขยะ ผู้วิจัยจะมีการจัดเตรียมถังขยะระบบ 3 ถัง ได้แก่ ขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะอันตราย ให้สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินการ โดยถังขยะแต่ละประเภทจะมีสี ที่แตกต่างกัน ขยะเปียกถังสีเขียว ขยะแห้งถังสีเหลือง และขยะอันตรายถังสีแดง แต่ละถังจะมีตัวอักษรเขียนบอก ประเภทของถังขยะ คำอธิบายชนิดขยะ และภาพตัวอย่างขยะที่สามารถทิ้งลงในถัง (ดังแสดงรายละเอียด ในภาคผนวก ก)

การจัดวางถังขยะบริเวณสวนหย่อมจะมีทั้งหมด 2 จุด ได้แก่ บริเวณสวนหย่อมที่นักท่องเที่ยว ใช้รับประทานอาหาร และน้ำห้องน้ำ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการคัดแยกขยะให้แก่ นักท่องเที่ยว

การทดสอบเครื่องมือ

1. การทดสอบแบบสอบถาม ในเบื้องต้นนำแบบสอบถามให้กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบแก้ไขความเที่ยงตรง (Validity) ซึ่งเนื้อหาของคำถาม จากนั้นจึงนำไปทดสอบกับนักท่องเที่ยว บริเวณน้ำตกสาริกาจำนวน 10 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมทางด้านภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ถึงตอนที่ 3 และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในตอนที่ 4 โดยใช้สูตร

KR-20 ของ Kuder-Rechardson (วารุณี, 2544) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น 0.79 แล้วนำแบบสอบถามปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. การทดสอบสื่อการประชาสัมพันธ์ และการจัดเตรียมถังขยะ โดยนำสื่อการประชาสัมพันธ์ และการจัดเตรียมถังขยะให้ผู้เชี่ยวชาญ และกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้อง และจึงนำไปทดสอบกับนักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกาจำนวน 10 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมทางด้านภาษา ขนาดตัวอักษร สีที่ใช้ รูปภาพที่ใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ แล้วนำมาปรับปรุงให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บ รวบรวมข้อมูล ณ น้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ระหว่างเดือน ตุลาคม พ. ศ. 2547 – มกราคม พ. ศ. 2548

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การเปิดรับข่าวสารทั่วไปของนักท่องเที่ยวจากสื่อประชาสัมพันธ์

ระดับคะแนน 3 หมายถึง	สื่อประชาสัมพันธ์ที่เปิดรับเป็นอันดับที่ 1
ระดับคะแนน 2 หมายถึง	สื่อประชาสัมพันธ์ที่เปิดรับเป็นอันดับที่ 2
ระดับคะแนน 1 หมายถึง	สื่อประชาสัมพันธ์ที่เปิดรับเป็นอันดับที่ 3

2. ความต้องการประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว

ระดับคะแนน 3 หมายถึง	สื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการเป็นอันดับที่ 1
ระดับคะแนน 2 หมายถึง	สื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการเป็นอันดับที่ 2
ระดับคะแนน 1 หมายถึง	สื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการเป็นอันดับที่ 3

3. แบบวัดความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวจำนวน 22 ข้อ เป็นแบบปรนัย

3 ตัวเลือก โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ ตอบถูก ให้ 1 คะแนน ตอบผิด ให้ 0 คะแนน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ t-test แบบการทดสอบกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เกี่ยวข้องกัน (Two Dependent Samples Test) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เพื่อวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ของ ความรู้การคัดแยกขยะของ นักท่องเที่ยว ก่อนและหลังได้รับการประชาสัมพันธ์

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก เสนอข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน

1. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ
2. การดำเนินการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ
3. การทดสอบประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 แบบวัดความรู้การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

สื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะบริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก จากการศึกษาความต้องการสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ บริเวณน้ำตกสาริกา คือ สื่อโปสเตอร์ (รายละเอียดในภาคผนวก ค)

การดำเนินการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

การดำเนินการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยว บริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก จะแบ่งการดำเนินการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 2 ส่วนคือ บริเวณที่ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ และการจัดเตรียมถังขยะ โดยดำเนินการตามข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม “การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ” (แสดงรายละเอียดในภาคผนวก ค) จากการศึกษาพบว่า

บริเวณที่ใช้สื่อประชาสัมพันธ์

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้เลือกบริเวณที่ต้องการให้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์เรื่องการคัดแยกขยะ โดยบริเวณที่ได้รับการเลือกสูงสุดในการใช้สื่อแต่ละประเภทมีดังนี้ โปสเตอร์ใช้บริเวณลานจอดรถ (ร้อยละ 26.67) แผ่นพับใช้บริเวณจุดชำระเงินบริเวณทางเข้าน้ำตกสาริกา (ร้อยละ 36.67) หนังสือเล่มเล็กใช้บริเวณจุดชำระเงินบริเวณทางเข้าน้ำตกสาริกา (ร้อยละ 40.00) บอร์ดแจ้งข่าวสารใช้บริเวณลานจอดรถ (ร้อยละ 36.67) และการจัดนิทรรศการใช้บริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 50.00)

เนื่องจากสื่อที่ถูกเลือกเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะ บริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายกคือ สื่อโปสเตอร์ และบริเวณที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเลือกให้ใช้สื่อโปสเตอร์มากที่สุดคือ ลานจอดรถ ดังนั้นสรุปได้ว่า บริเวณที่สื่อโปสเตอร์จะถูกใช้ในการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ บริเวณน้ำตกสาริกา จังหวัดนครนายกคือ บริเวณลานจอดรถ

นอกจากนี้ผู้วิจัยจะทำการติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมได้แก่ บริเวณสวนหย่อมก่อนถึงน้ำตกสาริกา เนื่องจากเป็นบริเวณที่ทางอุทยาน ฯ อนุญาตให้นักท่องเที่ยวสามารถนำอาหารและเครื่องดื่ม เข้ามารับประทานได้ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นบริเวณที่มีการทำกิจกรรมอันจะก่อให้เกิดขยะ จึงเพิ่มบริเวณที่ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ นอกเหนือจากบริเวณที่นักท่องเที่ยวได้ทำการแสดงความคิดเห็นไว้

การจัดเตรียมถังขยะ

จากการเก็บข้อมูลพฤติกรรมกรรมการคัดแยกขยะ และปัจจัยที่ส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการคัดแยกขยะ กับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน พบว่า

สาเหตุที่นักท่องเที่ยวไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้งเกิดจาก ไม่มีการจัดเตรียมถังขยะแยกประเภทร้อยละ 76.19 ขาดความรู้ในการคัดแยกขยะร้อยละ 66.67 ไม่ทราบประโยชน์ในการคัดแยกขยะร้อยละ 66.67 ไม่สะดวกในการคัดแยกขยะร้อยละ 57.14 เสียเวลาในการคัดแยกร้อยละ 28.57 และนักท่องเที่ยวมักง่ายร้อยละ 4.67

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบในการคัดแยกขยะก่อนทิ้งเกิดจาก นักท่องเที่ยวทุกคนประสบปัญหาถังขยะชำรุด นักท่องเที่ยวทุกคนประสบปัญหาถังขยะไม่มีสัญลักษณ์ สี ข้อความในการแยกประเภทขยะที่ชัดเจน ถังขยะไม่เพียงพอร้อยละ 50.00 และขาดความรู้การคัดแยกขยะที่ถูกต้องร้อยละ 50.00

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่าง ได้แสดงความคิดเห็น การให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะ สามารถสรุปเป็น ข้อ ๆ ดังนี้

การประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ให้แก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทุกคนเห็นด้วย

การจัดวางถังขยะบริเวณน้ำตกสาริกาเป็นระบบ 3 ถัง คือ ขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะอันตราย นักท่องเที่ยวเห็นด้วยร้อยละ 96.67 ไม่เห็นด้วยร้อยละ 3.33 เหตุผลที่ไม่เห็นด้วยเพราะ มีความเข้าใจว่า ทางหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขญ.13 (นางรอง) ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบน้ำตกสาริกา ไม่อนุญาตให้มีการนำถังขยะไปจัดวางในบริเวณสวนหย่อม ภายในบริเวณน้ำตกสาริกา

มีการจัดวางถังขยะเป็นชุด ชุดละ 3 ถัง คือ ขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะอันตรายอย่างเพียงพอ นักท่องเที่ยวทุกคนเห็นด้วย

ถังขยะแต่ละประเภทมีสีที่ต่างกันชัดเจนเพื่อมองเห็นได้ง่าย นักท่องเที่ยวเห็นด้วยร้อยละ 96.67 ไม่เห็นด้วยร้อยละ 3.33 เหตุผลที่ไม่เห็นด้วยเพราะว่า สีเขียว (ถังขยะเปียก) สีเหลือง (ถังขยะแห้ง) และสีแดง (ถังขยะอันตราย) ของถังขยะจะทำลายทัศนียภาพบริเวณน้ำตกสาริกา

ถังขยะแต่ละประเภทมีตัวอักษรเขียนบอกประเภทของถังขยะอย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวทุกคนเห็นด้วย

ถังขยะแต่ละประเภทมีภาพตัวอย่างขยะที่สามารถทิ้งลงถังขยะประเภทนั้น นักท่องเที่ยวทุกคนเห็นด้วย

จากข้อมูลพฤติกรรม การคัดแยกขยะ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเตรียมการเพื่อ การคัดแยกขยะ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการจัดเตรียมถังขยะระบบ 3 ถัง ได้แก่ ขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะอันตราย ให้สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินการ โดยถังขยะแต่ละประเภท จะมีสีที่แตกต่างกัน ขยะเปียกถังสีเขียว ขยะแห้งถังสีเหลือง และขยะอันตรายถังสีแดง แต่ละถังจะมี ตัวอักษรเขียนบอกประเภทของถังขยะ คำอธิบายชนิดขยะ และภาพตัวอย่างขยะที่สามารถทิ้งลงในถัง ตั้งไว้บริเวณสวนหย่อมรวม 2 จุด เนื่องจากเป็นบริเวณที่นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมอันจะก่อให้เกิดขยะ และเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการคัดแยกขยะให้แก่นักท่องเที่ยว

การทดสอบประสิทธิภาพของประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้จำนวน 30 คน สามารถจำแนกลักษณะต่าง ๆ จากข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวดังนี้ (ตารางที่ 2)

เพศ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกาเป็นชายร้อยละ 40.00 และเป็นหญิงร้อยละ 60.00

อายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่พบมากที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี (ร้อยละ 40.00) รองลงมาคือ กลุ่มที่มีอายุในช่วง 41 – 50 ปี (ร้อยละ 33.33) ลำดับต่อมาคือกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 10.00) และลำดับสุดท้ายคือ กลุ่มที่มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี (ร้อยละ 6.67)

ระดับการศึกษา ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่พบมากที่สุดคือ ปริญญาตรี (ร้อยละ 40.00) รองลงมาคือ ปริญญาโท และอนุปริญญาซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 13.33) ช่วงชั้นที่ 4 (ร้อยละ 10.00) ช่วงชั้นที่ 3 และอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่าซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 6.67) ตามลำดับ และที่พบน้อยที่สุดคือ ไม่ได้เรียน (ร้อยละ 3.33)

อาชีพ อาชีพของนักท่องเที่ยวที่พบมากที่สุดคือ รับราชการ (ร้อยละ 30.00) รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 26.67) พ่อค่านักธุรกิจ (ร้อยละ 10.00) พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน รับจ้าง และแม่บ้านซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 6.67) ตามลำดับ และที่พบน้อยที่สุดคือ นิสิต นักศึกษา และไม่ได้ทำงาน ซึ่งแต่ละกลุ่มมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 3.33)

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวน้ำตกสาริกา ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในภาคกลาง จังหวัดที่พบมากที่สุดคือ มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 36.67) รองลงมาคือ สระบุรี (ร้อยละ 16.67) ปราจีนบุรี (ร้อยละ 10.00) นครนายก ราชบุรี และปทุมธานีซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 6.67) สุพรรณบุรี (ร้อยละ 3.33) ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคอื่น ๆ ที่พบคือ ภาคตะวันออกได้แก่ ตราด (ร้อยละ 3.33) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ บุรีรัมย์ (ร้อยละ 3.3) และภาคเหนือได้แก่ ตาก (ร้อยละ 3.33)

วัตถุประสงค์ในการมาที่เขื่อนน้ำตกรักษา นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวคือ พักผ่อนหย่อนใจ

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

(n = 30)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	12	40.00
หญิง	18	60.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	3	10.00
20 - 30 ปี	12	40.00
31 - 40 ปี	2	6.67
41 - 50 ปี	10	33.33
60 ปีขึ้นไป	3	10.00
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียน	1	3.33
ช่วงชั้นที่ 2 (ประถมศึกษาปีที่ 4 - 6)	2	6.67
ช่วงชั้นที่ 3 (มัธยมศึกษาปีที่ 1 - 3)	2	6.67
ช่วงชั้นที่ 4 (มัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6)	3	10.00
อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า	2	6.67
อนุปริญญา	4	13.33
ปริญญาตรี	12	40.00
ปริญญาโท	4	13.33
อาชีพ		
รับราชการ	9	30.00
พนักงานบริษัทเอกชน	8	26.67
พ่อค้า นักธุรกิจ	3	10.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	6.67
นักเรียน	2	6.67
รับจ้าง	2	6.67
แม่บ้าน	2	6.67

ตารางที่ 2 (ต่อ)

(n = 30)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
นิสิต นักศึกษา	1	3.33
ไม่ได้ทำงาน	1	3.33
เดินทางมาจากจังหวัด		
กรุงเทพมหานคร	11	36.67
สระบุรี	5	16.67
ปราจีนบุรี	3	10.00
นครนายก	2	6.67
ราชบุรี	2	6.67
ปทุมธานี	2	6.67
สุพรรณบุรี	1	3.33
สมุทรปราการ	1	3.33
ตาก	1	3.33
บุรีรัมย์	1	3.33
ตราด	1	3.33

กลุ่มในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ที่พบมากที่สุดในการเดินทางมาเที่ยวคือ กลุ่มครอบครัว (ร้อยละ 40.00) รองลงมาคือ กลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 33.33) กลุ่มผสมระหว่างครอบครัวและเพื่อน (ร้อยละ 16.67) มาคนเดียว (ร้อยละ 6.67) ตามลำดับ กลุ่มที่พบน้อยที่สุดคือ กลุ่มดูงานหรือกลุ่มที่ทำงาน (ร้อยละ 3.33) ดังแสดงในตารางที่ 3

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในกลุ่มการเดินทางของนักท่องเที่ยว ที่พบมากที่สุดคือ ต่ำกว่า 5 คน (ร้อยละ 56.67) รองลงมาคือ 5 – 10 คน (ร้อยละ 36.67) และที่พบน้อยที่สุดคือ 11 – 20 คน (ร้อยละ 6.67) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 กลุ่มในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

(n = 30)

กลุ่มในการเดินทาง	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง (ร้อยละ)			
	ต่ำกว่า 5 คน	5-10 คน	11-20 คน	รวม
มาคนเดียว	2 (6.67)			2 (6.67)
มากับครอบครัว	9 (30.00)	2 (6.67)	1 (3.33)	12 (40.00)
กลุ่มเพื่อน	4 (13.33)	6 (20.00)		10 (33.33)
กลุ่มผสมระหว่างครอบครัวและเพื่อน	2 (6.67)	2 (6.67)	1 (3.33)	5 (16.67)
ศึกษาดูงานกับกลุ่มดูงาน/ที่ทำงาน		1 (3.33)		1 (3.33)
รวม	17 (56.67)	11 (36.67)	2 (6.67)	30 (100.00)

จำนวนนักท่องเที่ยวที่นอกจากมาเที่ยวน้ำตกสาริกาแล้ว ยังเดินทางไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มีมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวน้ำตกสาริกาเพียงอย่างเดียว คือไปเที่ยวสถานที่อื่น ๆ ร้อยละ 76.67 และไม่ไปเที่ยวร้อยละ 23.33 ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

(n = 30)

การเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกจากน้ำตกสาริกา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ไป	7	23.33
ไป	23	76.67

สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว เดินทางไปเที่ยวก่อนเดินทางมาน้ำตกสาริกาอันดับแรกคือ เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี (ร้อยละ 10.00) รองลงมาคือ น้ำตกวังตะไคร้ และ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าฯ จังหวัดนครนายกซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 3.33) ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาน้ำตกสาริกา (เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกจากน้ำตกสาริกา)

(n = 23)

การเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ก่อนเดินทางมาน้ำตกสาริกา	จำนวน	ร้อยละ
เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ (จังหวัดลพบุรี)	3	13.04
น้ำตกวังตะไคร้	1	4.35
โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าฯ	1	4.35

สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว เดินทางไปเที่ยวหลังเดินทางมาน้ำตกสาริกาอันดับแรกคือ ไม่เจาะจงว่าจะไปสถานที่ใดโดยเฉพาะ (ร้อยละ 26.09) รองลงมาคือ น้ำตกวังตะไคร้ จังหวัดนครนายก (ร้อยละ 21.74) วัดถ้ำสาริกา จังหวัดนครนายก (ร้อยละ 13.04) ตามลำดับ และน้อยที่สุดคือ น้ำตกนางรอง และสิดารีสอร์ท จังหวัดนครนายก ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 8.70) นอกจากนี้ ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปเที่ยว หลังจากเที่ยวน้ำตกสาริกาที่อยู่ในจังหวัดอื่น ๆ คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 4.35) ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหลังเดินทางมาน้ำตกสาริกา (เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกจากน้ำตกสาริกา)

(n = 23)

การเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ หลังจากเที่ยวน้ำตกสาริกา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เจาะจง	6	26.09
น้ำตกวังตะไคร้	5	21.74
วัดถ้ำสาริกา	3	13.04
น้ำตกนางรอง	2	8.70
สิดารีสอร์ท	2	8.70
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	1	4.35
ฉะเชิงเทรา	1	4.35

แบบวัดความรู้การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว

คะแนนความรู้ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน บริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก เรื่องการคัดแยกขยะ หลังจากได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโปสเตอร์ โดยการทำแบบทดสอบก่อนและหลังจากได้รับการประชาสัมพันธ์ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบคะแนนความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่าง

	คะแนนเฉลี่ยก่อนได้รับสื่อประชาสัมพันธ์		คะแนนเฉลี่ยหลังได้รับสื่อประชาสัมพันธ์		t
	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S)	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S)	
ความรู้การคัดแยกขยะ	12.23	4.68	20.43	2.32	-9.580

ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 df = 29 ค่า t จากตารางเท่ากับ - 2.045

จากตารางที่ 7 เปรียบเทียบคะแนนความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้หลังได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าสูงกว่าก่อนได้รับสื่อประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะ ค่า t ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ -9.580 ค่า t ที่ได้จากการเปิดตารางที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 df = 29 ค่า t มีค่าเท่ากับ - 2.045 แสดงว่าค่า t ที่ได้จากการเปิดตารางมีค่าน้อยกว่าค่า t ที่ได้จากการคำนวณ หมายความว่าความรู้ของนักท่องเที่ยวหลังจากได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกับก่อนได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การทดสอบพฤติกรรมการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะ บริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก โดยผ่านสื่อโปสเตอร์ และทำการติดตั้งสื่อในบริเวณลานจอดรถ และสวนหย่อมในบริเวณตัวน้ำตก พร้อมทั้งจัดวางถังขยะระบบ 3 ใบ ได้แก่ ถังขยะเปียก ถังขยะแห้ง และถังขยะอันตรายไว้ 2 จุด คือ บริเวณสวนหย่อมและหน้าห้องน้ำบริเวณสวนหย่อม เพื่ออำนวยความสะดวกในการคัดแยกขยะให้แก่ นักท่องเที่ยว โดยดำเนินการเก็บข้อมูลพฤติกรรมการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 วัน ได้ ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยววันศุกร์ที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2548

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการคัดแยกขยะดังนี้ ขยะเปียกคัดแยกได้ถูกต้อง 3,000 กรัม (ร้อยละ 92.59) คัดแยกผิด 240 กรัม (ร้อยละ 7.41) ขยะที่คัดแยกผิดได้แก่ พลาสติก กระดาษ ยางรัดของ และฝ้าน้ำอัดลม ขยะแห้งคัดแยกได้ถูกต้อง 255 กรัม (ร้อยละ 100.00) ไม่มีขยะที่คัดแยกผิด ขยะอันตรายคัดแยกได้ถูกต้อง 6 กรัม (ร้อยละ 100.00) ไม่มีขยะที่คัดแยกผิด ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ปริมาณการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว วันศุกร์ที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2548

ประเภทขยะ	คัดแยกถูกต้อง		คัดแยกผิด	
	ปริมาณ (กรัม)	ร้อยละ	ปริมาณ (กรัม)	ร้อยละ
ขยะเปียก	3,000	92.59	240	7.41
ขยะแห้ง	255	100.00	-	0.00
ขยะอันตราย	6	100.00	-	0.00

พฤติกรรมการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยววันเสาร์ที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2548

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการคัดแยกขยะดังนี้ ขยะเปียกคัดแยกได้ถูกต้อง 4,550 กรัม (ร้อยละ 74.77) คัดแยกผิด 1,535 กรัม (ร้อยละ 25.23) ขยะที่คัดแยกผิดได้แก่ พลาสติก กระดาษ ภาชนะโฟม ขวดแก้ว และก้นบุหรี่ ขยะแห้งคัดแยกได้ถูกต้อง 4,870 กรัม (ร้อยละ 77.06) คัดแยกผิด 1,450 กรัม (ร้อยละ 22.94) ขยะที่คัดแยกผิดได้แก่ ภาชนะ KU. Green และเศษอาหาร ขยะอันตรายคัดแยกได้ถูกต้อง 10 กรัม (ร้อยละ 11.11) คัดแยกผิด 80 กรัม (ร้อยละ 88.89) ขยะที่คัดแยกผิดได้แก่ เศษอาหาร ดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ปริมาณการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว วันเสาร์ที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2548

ประเภทขยะ	คัดแยกถูกต้อง		คัดแยกผิด	
	ปริมาณ (กรัม)	ร้อยละ	ปริมาณ (กรัม)	ร้อยละ
ขยะเปียก	4,550	74.77	1,535	25.23
ขยะแห้ง	4,870	77.06	1,450	22.94
ขยะอันตราย	10	11.11	80	88.89

พฤติกรรมกรการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยววันอาทิตย์ที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2548

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการคัดแยกขยะดังนี้ ขยะเปียกคัดแยกได้ถูกต้อง 8,000 กรัม (ร้อยละ 70.80) คัดแยกผิด 3,300 กรัม (ร้อยละ 29.20) ขยะที่คัดแยกผิดได้แก่ เศษผ้า พลาสติก กระดาษ ภาชนะโฟม ผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูป ขวดแก้ว กระป๋อง และยางรัดของ ขยะแห้งคัดแยกได้ถูกต้อง 5,140 กรัม (ร้อยละ 70.70) คัดแยกผิด 2,130 กรัม (ร้อยละ 29.30) ขยะที่คัดแยกผิดได้แก่ เศษอาหาร ขยะอันตรายคัดแยกได้ถูกต้อง 50 กรัม (ร้อยละ 55.56) คัดแยกผิด 40 กรัม (ร้อยละ 44.44) ขยะที่คัดแยกผิดได้แก่ พลาสติก และภาชนะโฟม ดังแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ปริมาณการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว วันอาทิตย์ที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2548

ประเภทขยะ	คัดแยกถูกต้อง		คัดแยกผิด	
	ปริมาณ (กรัม)	ร้อยละ	ปริมาณ (กรัม)	ร้อยละ
ขยะเปียก	8,000	70.80	3,300	29.20
ขยะแห้ง	5,140	70.70	2,130	29.30
ขยะอันตราย	50	55.56	40	44.44

สรุปพฤติกรรมกรการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพฤติกรรมกรการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก วันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2547 พบว่าในถังขยะ 1 ถึงพบว่ามิมีขยะเปียก 8,000 กรัม (ร้อยละ 54.61) ขยะแห้ง 6,650 กรัม (ร้อยละ 45.39) และไม่พบขยะอันตราย จากข้อมูลดังกล่าวจึงแสดงให้เห็นว่า ก่อนดำเนินการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะ และก่อนมีจัดวางถังขยะให้เป็นระบบ ไม่มีการคัดแยกขยะ

หลังดำเนินการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะ และมีจัดวางถังขยะให้เป็นระบบระหว่าง วันที่ 21 – 23 มกราคม พ.ศ. 2548 นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมกรการคัดแยกขยะ โดยสามารถคัดแยกขยะได้ถูกต้อง 26,081 กรัม (ร้อยละ 74.82) คัดแยกผิด 8,775 กรัม (ร้อยละ 25.18) ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ตารางเปรียบเทียบปริมาณการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว ระหว่างก่อนได้รับการประชาสัมพันธ์ และหลังได้รับการประชาสัมพันธ์

พฤติกรรมคัดแยกขยะ	คัดแยกถูกต้อง		คัดแยกผิด	
	ปริมาณ (กรัม)	ร้อยละ	ปริมาณ (กรัม)	ร้อยละ
ก่อนได้รับการประชาสัมพันธ์	-	0.00	14,650	100.00
หลังได้รับการประชาสัมพันธ์	26,081	74.82	8,775	29.30

จากตารางที่ 11 เปรียบเทียบให้เห็นปริมาณการคัดแยกขยะ ของนักท่องเที่ยวบริเวณ น้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก โดยก่อนได้รับการประชาสัมพันธ์ การคัดแยกขยะ และมี จักรวางถังขยะให้เป็นระบบพบว่า ไม่มีพฤติกรรมคัดแยกขยะ และหลังจากได้รับการประชาสัมพันธ์ การคัดแยกขยะ และมีจักรวางถังขยะให้เป็นระบบพบว่า ปริมาณการคัดแยกขยะได้ถูกต้องร้อยละ 74.82 แสดงให้เห็นว่าปริมาณการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อวิจารณ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

สื่อที่นักท่องเที่ยวเปิดรับมากที่สุด ณ สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ และสื่อที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ใช้ในการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ ได้แก่ สื่อโปสเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับที่ลักษณะ (2540) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อโปสเตอร์สามารถเผยแพร่ข่าวสาร ให้ผู้อ่านได้มีความรู้ ความเข้าใจ และปฏิบัติตามได้โดยง่าย ประกอบกับการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะ มีเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน จนเกินไป จึงสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้โดยผ่านสื่อโปสเตอร์ได้

การดำเนินการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

สถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ติดตั้งสื่อโปสเตอร์มากที่สุดได้แก่ บริเวณลานจอดรถ ซึ่งสอดคล้องกับที่ลักษณะ (2540) ได้กล่าวไว้ว่าการติดตั้งโปสเตอร์ควรคิดในพื้นที่ที่มีคนผ่านไปมาหนาแน่น ซึ่งบริเวณลานจอดรถของน้ำตกสาริกา เป็นบริเวณที่นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องเดินผ่าน เนื่องจากน้ำตกสาริกาไม่อนุญาตให้นำรถเข้าสู่บริเวณน้ำตก นักท่องเที่ยวต้องจอดรถไว้บริเวณลานจอดรถเท่านั้น แล้วจึงเดินจากลานจอดรถไปสู่ น้ำตกสาริกา ดังนั้นการติดตั้งสื่อโปสเตอร์ในบริเวณลานจอดรถ จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเห็นได้เป็นจำนวนมาก

การทดสอบประสิทธิภาพของประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

1. คะแนนเฉลี่ยความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง หลังจากได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ สูงกว่าก่อนได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ จากการสัมภาษณ์และข้อมูลพฤติกรรมการคัดแยกขยะ พบว่ามีสาเหตุมาจากนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งยังไม่มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการคัดแยกขยะ (ร้อยละ 66.67) และนักท่องเที่ยวอีกส่วนหนึ่งมีความรู้เดิมที่ไม่ตรงกับองค์ความรู้ที่ทำการถ่ายทอดให้ ซึ่งความรู้เดิมที่นักท่องเที่ยวได้รับอาจไม่ใช่ความรู้ที่ผิด เพียงแต่มีหลักเกณฑ์ในการคัดแยกขยะที่แตกต่างออกไป การที่นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคำอธิบาย และภาพประกอบ โดยการมีภาพประกอบในสื่อโปสเตอร์ ช่วยให้นักท่องเที่ยวบางคนที่ไม่สามารถอ่านหนังสือได้ สามารถเข้าใจได้เช่นกัน เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับองค์ความรู้ และทำการทดสอบความรู้อีกครั้งหลังได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ จึงทำให้คะแนนความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างสูงขึ้น

2. ปริมาณการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะมีการดำเนินการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ในการให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะ (รายละเอียดภาคผนวก ค) ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อโปสเตอร์ในการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ มีการจัดเตรียมถังขยะแยกประเภทไว้อำนวยความสะดวก ในการคัดแยกขยะให้แก่นักท่องเที่ยว โดยตัวถังขยะแต่ละประเภทมีสีที่ต่างกันชัดเจน ตัวอักษรเขียนบอกประเภทของถังขยะ และมีภาพตัวอย่างขยะที่สามารถทิ้งลงถังขยะประเภทนั้น ซึ่งนักท่องเที่ยวทุกคน (ร้อยละ 100) แสดงความคิดเห็นว่า จะให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะ ถ้านักท่องเที่ยวมีการดำเนินการเตรียมการตามที่ได้แสดงความคิดเห็นไว้

3. ความผิดพลาดในการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว จากการสังเกตสามารถอธิบายได้ว่า ในกรณีที่เป็นขยะเปียกและขยะแห้ง เกิดจากเมื่อนักท่องเที่ยวรับประทานอาหารเสร็จ นักท่องเที่ยวได้รวบรวมขยะและเศษอาหารใส่ถุงพลาสติก แล้วจึงนำมาทิ้งในถังขยะที่จัดเตรียมไว้ให้ นักท่องเที่ยวบางส่วนทิ้งถุงพลาสติกบรรจุเศษอาหารลงในถังขยะเปียก หรืออาจทิ้งลงถังขยะแห้งทั้งหมด ซึ่งวิธีที่ถูกต้องคือต้องทิ้งเศษอาหารลงในถังขยะเปียกเท่านั้น และนำถุงพลาสติกที่ใส่เศษอาหาร ขยะจำพวกยางรัดของ กระป๋อง เศษกระดาษ แก้ว หรือขยะที่เหลือทิ้งลงถังขยะแห้ง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผิดพลาดในการคัดแยกขยะเปียกและขยะแห้ง

ในกรณีภาชนะ KU. Green ที่ผลิตจากมันสำปะหลัง นักท่องเที่ยวบางส่วนไม่เข้าใจว่าเป็นภาชนะที่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ ซึ่งจัดเป็นขยะเปียก จึงทิ้งลงถังขยะแห้งเช่นเดียวกับภาชนะโฟม และภาชนะกระดาษ ความผิดพลาดครั้งนี้เกิดจากการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะครั้งนี้

ไม่ได้มีการให้ความรู้เกี่ยวกับภาชนะ KU. Green แก่นักท่องเที่ยว เพราะในการเก็บข้อมูลเบื้องต้นยังไม่พบว่ามีการนำภาชนะชนิดนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารในวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2548 ทำให้ทราบว่า อดีตหัวหน้าหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขญ.13 (นางรอง) ที่มีหน้าที่รับผิดชอบนำตักสาริกา ได้นำภาชนะ KU. Green มาให้ผู้ประกอบการบางรายทดลองใช้จากการศึกษาพบว่าภาชนะ KU. Green ถูกใช้หมดในวันที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2548 เพราะในวันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2548 ไม่พบขยะที่เป็นภาชนะ KU. Green ด้วยเหตุนี้ในวันที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2548 จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผิดพลาดในการคัดแยกขยะที่เป็นภาชนะ KU. Green

ความผิดพลาดในการทิ้งผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก และเศษผ้า (ชุดว่ายน้ำ) ลงในถังขยะเปียก เกิดจากลักษณะของขยะที่มีสภาพเปียกชื้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจว่าเป็นขยะเปียก ประกอบกับไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์รายละเอียดของผ้าอ้อมสำเร็จรูป ว่าจัดเป็นขยะประเภทใด มีเพียงแต่การประชาสัมพันธ์ถึงผ้าอนามัยว่าจัดเป็นขยะอันตราย ส่วนเศษผ้า (ชุดว่ายน้ำ) การประชาสัมพันธ์ไม่ได้ให้รายละเอียดที่ชัดเจนแก่นักท่องเที่ยว ถึงขยะประเภทผ้าว่าจัดเป็นขยะแห้งเนื่องจากย่อยสลายได้ยาก ซึ่งจากการทดสอบประสิทธิภาพสื่อบีโอสเตอร์ ในข้อคำถามที่ว่า เศษผ้าต้องทิ้งลงถังขยะชนิดใด นักท่องเที่ยวตอบถึงขยะแห้งจำนวน 26 คน ซึ่งเป็นคำตอบที่ถูกต้องจากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน คิดเป็นร้อยละ 86.67 อย่างไรก็ตามความผิดพลาดในกรณีนี้ ก็มีสาเหตุมาจากองค์ความรู้ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ยังขาดความครอบคลุมชนิดขยะที่จะเกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยว

ขยะอันตรายที่คัดแยกผิด ส่วนหนึ่งเกิดจากนักท่องเที่ยวบางส่วนไม่ให้ความสนใจในการคัดแยกขยะ ซึ่งจากข้อมูลพฤติกรรมคัดแยกขยะพบว่า สาเหตุที่นักท่องเที่ยวไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้งเกิดจากความมั่งง่ายของนักท่องเที่ยวร้อยละ 4.67 (รายละเอียดภาคผนวก ค) สังเกตได้จากการทิ้งเศษอาหารลงในถังขยะอันตราย ซึ่งหากนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ในการประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ก็จะไม่ทิ้งเศษอาหารลงในถังขยะอันตราย เนื่องจากลักษณะของขยะอันตรายมีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากขยะประเภทอื่น ๆ ในกรณีที่นักท่องเที่ยวทิ้งขยะพลาสติก และ โฟมลงใน ถังขยะอันตราย จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวบางส่วนยังมีความเข้าใจว่า พลาสติกและโฟมมีส่วนผสมเป็นสารเคมี และเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม จึงทำให้เข้าใจว่าพลาสติกและโฟมเป็นขยะอันตราย ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวจะได้รับการประชาสัมพันธ์ พฤติกรรมทิ้งขยะที่ผิดพลาดก็เกิดได้เนื่องจากความเคยชินในการทิ้งขยะ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เรื่องการคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยว บริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ และหาประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยว บริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ในขั้นแรกได้สำรวจการเปิดรับข่าวสาร และความคิดเห็นในการเตรียมการเพื่อประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะ โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมา เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน และนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ มาทำการพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว หลังจากนั้นจึงทดสอบประสิทธิภาพสื่อประชาสัมพันธ์ กับนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คนและใช้ค่า t-test แบบการทดสอบกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เกี่ยวข้องกัน (Two Dependent Samples Test) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เพื่อวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ความรู้การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว และเก็บข้อมูลพฤติกรรมการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 3 วัน ในวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์

การทดสอบประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ประกอบด้วยเพศหญิง (ร้อยละ 60.00) เพศชาย (ร้อยละ 40.00) ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีลักษณะดังนี้ อายุ 20 – 30 ปี (ร้อยละ 40.00) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 40.00) ประกอบอาชีพรับราชการ (ร้อยละ 30.00) เดินทางมากับกลุ่มครอบครัว (ร้อยละ 40.00) กลุ่มในการเดินทางมีจำนวนต่ำกว่า 5 คน (ร้อยละ 56.67) เดินทางมาจากจังหวัดในภาคกลาง (ร้อยละ 90.00) วัตถุประสงค์ที่มาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 100.00) การมาเที่ยวในครั้งนี้ นอกจากมาเที่ยวน้ำตกสาริกา ยังเดินทางไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ (ร้อยละ 76.67)

2. แบบวัดความรู้การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว

คะแนนความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้ หลังได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ (20.43 คะแนน) มีค่าสูงกว่าก่อนได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ (12.23 คะแนน) ค่า t ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ -9.580 ค่า t ที่ได้จากการเปิดตารางที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.05$ $df = 29$ ค่า t มีค่าเท่ากับ -2.045 แสดงว่าค่า t ที่ได้จากการเปิดตารางมีค่าน้อยกว่าค่า t ที่ได้จากการคำนวณ หมายความว่าความรู้ของนักท่องเที่ยวหลังจากได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกับ ก่อนได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. พฤติกรรมการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว

ปริมาณการคัดแยกขยะ ของนักท่องเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก โดยก่อนได้รับการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ และมีจัดวางถังขยะให้เป็นระบบพบว่าไม่มีปริมาณการคัดแยกขยะได้ถูกต้อง และหลังจากได้รับการประชาสัมพันธ์ การคัดแยกขยะ และมีจัดวางถังขยะให้เป็นระบบพบว่า ปริมาณการคัดแยกขยะได้ถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 74.82 แสดงให้เห็นว่าปริมาณการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. สื่อโปสเตอร์ที่ทดลองใช้ในการประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะ แต่ละแผ่นมีขนาดกว้าง 30.00 เซนติเมตร ยาว 45.00 เซนติเมตร ซึ่งผู้เชี่ยวชาญ และกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ มีความคิดเห็นว่ามีขนาดเล็กเกินไป ในการใช้เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของสื่อในการประชาสัมพันธ์ได้ เนื่องจากโปสเตอร์ที่ดีควรมีลักษณะเด่นสะดุดตา ดึงดูดความสนใจ อ่านง่ายเห็นได้ไกล จึงจำเป็นต้องมีขนาดใหญ่ ในการนำไปใช้จริงจึงควรมีการเพิ่มขนาดของโปสเตอร์

2. การทดสอบพฤติกรรมการคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว บริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ควรจะดำเนินการทดสอบในเดือนกรกฎาคม ถึงเดือนตุลาคม ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มียานวนนักท่องเที่ยวสูงที่สุด จะทำให้ได้ผลการทดลองที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นแนวทางในการวางแผน เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ การคัดแยกขยะ ในสถานที่ท่องเที่ยวพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดนครนายก หรือพื้นที่อื่น ๆ และ ทำการศึกษาพฤติกรรมภารกิจขยะของนักท่องเที่ยว
2. มีการใช้สื่อผสมประเภทอื่น ๆ เช่น แผ่นพับ สนับสนุนการเพิ่มเติมข้อมูลความรู้ นอกเหนือ การใช้สื่อโปสเตอร์เพียงอย่างเดียว
3. ให้ข้อมูลด้วยสื่อประชาสัมพันธ์ในบริเวณที่รับประทานอาหาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวทำการคัดแยกขยะก่อนที่จะนำไปทิ้งที่ถังขยะแยกประเภท
4. การประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ ต้องดำเนินการทั้งระบบไม่ว่าจะเป็น นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ รวมถึงต้องดำเนินการวางแผนการจัดการขยะให้เป็นระบบ
5. หน่วยงานต่าง ๆ ควรกำหนดประเภทถังขยะให้ชัดเจน และเป็นมาตรฐานเดียวกัน

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กรมควบคุมมลพิษ. 2536. รายงานฉบับสมบูรณ์ การศึกษาเปรียบเทียบความเหมาะสมของวิธีกำจัดขยะมูลฝอย เล่มที่ 2. กรุงเทพมหานคร: กรมควบคุมมลพิษ, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม.

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. 2540. คู่มือปฏิบัติงานผู้นำสิ่งแวดล้อมและอาสาสมัครพิทักษ์สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ดอกเบญจ.

_____. 2542. คู่มือสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ดอกเบญจ.

_____. 2545. ขยะและน้ำเสียลดได้ด้วยตัวเอง. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลางเขต 8. 2546. จังหวัดนครนายก.

_____. 2543. โครงการศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.). (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

เกษม จันทร์น้อย. 2537. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท นานมีบุ๊ค จำกัด.

ดวงพร คำคุณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. 2536. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: ที. พี. พรินท์ จำกัด.

ดารากร เข็มวิจักขณ์. 2532. ประสิทธิภาพของสื่อความหมายธรรมชาติเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นฤมล โลहितจันทร์. 2534. ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ “รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ” ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุษบง กฤษณะโยธิน. 2534. ประสิทธิภาพของตัวกลางในการสื่อความหมาย การอนุรักษ์สภาพแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยวบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ น้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุษบา สุธีธร. 2536. การวางแผนประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อักษรไทย.

พัชนี เขยจรธา, เมตตา กฤตวิทย์ และฉัตรนันทน์ อนวัชศิริวงศ์. 2534. แนวคิดหลักทางนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. 2541. แนวคิดหลักทางนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: เอลโล่การพิมพ์.

พัฒนา มุลพฤกษ์. 2539. อนามัยสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ็น. เอส. แอลพรินติ้ง.

พิชิต สกุลพราหมณ์. 2531. การสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหิดล.

พิมพ์วิภา แสงรวม. 2547. เจ้าหน้าที่รับส่งวิทยุประจำสำนักงาน หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขง. 13. สัมภาษณ์, 30 เมษายน พ. ศ. 2547.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539. อนามัยสิ่งแวดล้อม. (พิมพ์ครั้งที่ 11). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ยุวลักษณ์ เสมบุญหล่อ. 2543. รูปแบบการประชาสัมพันธ์การแยกขยะมูลฝอยจากครัวเรือนของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- รจิตร์ลักษณ์ แสงอุไร. 2530. การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2538. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2535. กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.
- เรื่องกิตต์ เหลืองสกุลทอง. 2542. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์. นครราชสีมา: สถาบันราชภัฏนครราชสีมา.
- ลดาวัลย์ ยมจินดา. 2530. การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ลักขณา สตะเวทิน. 2540. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: เฟื่องฟ้าพรินติ้ง จำกัด.
- วารุณี ลักนโซคติ. 2544. เอกสารประกอบการเรียนการวัดและการประเมินผลทางการศึกษา: การวิเคราะห์ข้อสอบ. คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (อัดสำเนา)
- วิภาเพ็ญ เจียสกุล. 2536. พฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยของประชาชนในเขตพื้นที่ชั้นกลาง กรุงเทพมหานคร. นครปฐม: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล
- สำนักพิมพ์สารคดี. 2543. อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กรุงเทพ.
- สำนักรักษาความสะอาด. 2532. เอกสารประกอบการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับขยะมูลฝอยกรุงเทพมหานคร.
- ลำราญ คำยั้ง. 2545. **Dictionary in action English-Thai**. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด วี เจ พรินติ้ง.
- สมชาย สหนิบุตร. 2537. การทดลองใช้ระบบถังขยะ 2 ใบ เพื่อคัดแยกประเภทขยะมูลฝอยจากบ้านเรือน. นครปฐม: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.

- สิทธิชัย ดันธนะสฤกษ์. 2541. **มลพิษสิ่งแวดล้อม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุดารัตน์ นาคประกอบ. 2546. **ได้ทำการศึกษาแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดชัยภูมิ**. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุวิมล ภักดิ์พิบูลย์. 2535. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร**. นครปฐม: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. **การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์ม และ ไทเท็กซ์ จำกัด.
- หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขย. 13. 2547. **รายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (นำตกสาริกา) พ. ศ. 2543-2547**.
- อดิศักดิ์ ทองไข่มุกต์ และคณะ. 2541. **การจัดการขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล**. นนทบุรี: กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม.
- อรอนงค์ ผิวนิล. 2546. **ขยะมูลฝอยและการกำจัด**. วิทยาลัยสิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (อัดสำเนา)
- อร่าม ศรีปรารงค์. 2543. **แนวทางการจัดการพื้นที่ป่ากันชนของอุทยานแห่งชาติ เขาหลวง กรณีศึกษา ตำบลท่าโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช**. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อรุณี เปาอินทร์. 2525. **แนวความคิดของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในภาคเหนือที่มีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ**. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อำไพ ศิริลักษณ์. 2540. **แนวทางการจัดการขยะในเขตอุทยานแห่งชาติทางทะเลพื้นที่ประเภทเกาะ**. กรุงเทพมหานคร: ส่วนอุทยานแห่งชาติ สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่าไม้.
 อ้างถึงใน ปรานี ไพบูลย์สมบัติ. 2546. **ชนิด ปริมาณขยะ และพฤติกรรมภารกิจขยะของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่**. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Kicham, Pornsri. n.d. **Solid Waste Management in Nonthaburi**. Available:

[www.iges.or.jp/kitakyushu/successful%20Practices/S%20\(Analyzed\)Solid%20Waste/3%20Nonthaburi%20\(Paper\).pdf](http://www.iges.or.jp/kitakyushu/successful%20Practices/S%20(Analyzed)Solid%20Waste/3%20Nonthaburi%20(Paper).pdf).

Marston, E. 1963. **The Nature of Public Relations**. New York: Mc. Graw Hill Book Company.

Newsom Doug, Turk Judy and Kruckeberg Dean. 1996. **This is PR: The Relities of Public Relation (sixth edition)**. USA: Wadsworth Publishing Company.

Ratanatamskul, Chavalit. n.d. **Intergration of Waste Management with Public Participation for Riverside Community**. Available: www.csuc.t.u-tokyo.ac.jp/ws2004/papers/B4-Ratanatamskul.pdf.

Shah, L. 2000. **Basics of Solid and Hazardous Waste Management Technology**. United State of America: Prentice-Hall, Inc.

Wilcox L., Ault H. and Agee K. 1995. **Public Relation: Strategies and Tactics**. New York: Harper Collins.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญ

อาจารย์ภมร วิยะรัตน์

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

การประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยว บริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

แบบสอบถาม มี 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการคัดแยกขยะ

วิธีการทำแบบสอบถาม

1. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง
2. โปรดเติมข้อความลงในช่องว่าง.....ให้สอดคล้องกับคำถามและตรงตามความเป็นจริง
3. โปรดเติมหมายเลข 1, 2 หรือ 3 ลงใน ให้ตรงกับความเป็นจริง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

1. เพศ

(1) ชาย

(2) หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

- (1) ช่วงชั้นที่ 1 (ประถมศึกษาปีที่ 1 - 3)
- (2) ช่วงชั้นที่ 2 (ประถมศึกษาปีที่ 4 - 6)
- (3) ช่วงชั้นที่ 3 (มัธยมศึกษาปีที่ 1 - 3)
- (4) ช่วงชั้นที่ 4 (มัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6)
- (5) อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า
- (6) อนุปริญญา
- (7) ปริญญาตรี
- (8) ปริญญาโท
- (9) ปริญญาเอก
- (10) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. อาชีพ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (1) รับราชการ | <input type="checkbox"/> (2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> (3) พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> (4) พ่อค้า/นักธุรกิจ |
| <input type="checkbox"/> (5) เกษตรกร | <input type="checkbox"/> (6) นักเรียน |
| <input type="checkbox"/> (7) นิสิต/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> (8) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

5. กลุ่มในการเดินทางของท่านในครั้งนี้(โปรดระบุจำนวนผู้ร่วมเดินทาง)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1) เดินทางมาคนเดียว | <input type="checkbox"/> (2) มากับครอบครัวรวม.....คน |
| <input type="checkbox"/> (3) กลุ่มเพื่อน.....คน | <input type="checkbox"/> (4) กลุ่มผสมระหว่างครอบครัวกับเพื่อน.....คน |
| <input type="checkbox"/> (5) บริษัททัวร์.....คน | <input type="checkbox"/> (6) ศึกษาดูงานกับกลุ่มดูงาน/ที่ทำงาน.....คน |
| <input type="checkbox"/> (7) อื่น ๆ โปรดระบุ.....จำนวน.....คน | |

6. เดินทางมาจากจังหวัด

- (1) จังหวัดนครนายก
 (2) จังหวัดอื่น ๆ โปรดระบุ (จังหวัด).....

7. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาที่เขื่อนน้ำตกสาริกาในครั้งนี้ของท่าน

- (1) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (2) เพื่อศึกษา/วิจัยในพื้นที่น้ำตกสาริกา
 (3) ทางผ่าน (4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ในการท่องเที่ยวของท่านครั้งนี้ นอกจากท่านมาที่เขื่อนน้ำตกสาริกาแล้วยังเดินทางไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกหรือไม่

- (0) ไม่ไป (1) ไป
 (2) ก่อนเดินทางมาที่เขื่อนน้ำตกสาริกา
โปรดระบุ (ชื่อสถานที่ท่องเที่ยว).....
 (3) หลังจากเดินทางมาที่เขื่อนน้ำตกสาริกา
โปรดระบุ (ชื่อสถานที่ท่องเที่ยว).....

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

1. ท่านเคยเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากสื่อชนิดใดมากที่สุด เรียงลำดับ 1, 2 และ 3 (ระบุหมายเลข)

- (1) โปสเตอร์ (2) แผ่นพับ (3) หนังสือคู่มือ
 (4) หนังสือเล่มเล็ก (5) บอร์ดแจ้งข่าวสาร (6) การจัดนิทรรศการ
 (7) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2. ขณะที่ท่านเข้ามาห้องเที่ยวน้ำตกลสาร์ิกา ท่านคาดว่าจะผลิตขยะอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (1) เศษอาหาร | <input type="checkbox"/> (2) ถุงพลาสติก (ถุงบรรจุอาหาร/ถุงบรรจุของ) |
| <input type="checkbox"/> (3) ขวดพลาสติกบรรจุเครื่องดื่ม | <input type="checkbox"/> (4) ถุงพลาสติกบรรจุขนมขบเคี้ยว |
| <input type="checkbox"/> (5) กล่องพลาสติกบรรจุอาหาร/ขนม | <input type="checkbox"/> (6) แก้วพลาสติก |
| <input type="checkbox"/> (7) กระดาษทิชชู (ม้วน, กล่อง) | <input type="checkbox"/> (8) กระดาษหนังสือพิมพ์ |
| <input type="checkbox"/> (9) กล่องกระดาษบรรจุอาหาร/ขนม | <input type="checkbox"/> (10) ภาชนะโฟมบรรจุอาหาร/ขนม |
| <input type="checkbox"/> (11) ขวดแก้ว | <input type="checkbox"/> (12) ครอบเครื่องดื่ม |
| <input type="checkbox"/> (13) ครอบบรรจุอาหาร | <input type="checkbox"/> (14) ก้นบุหรี่ |
| <input type="checkbox"/> (15) ไม้เสียบอาหาร | <input type="checkbox"/> (16) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

3. ถ้าน้ำตกลสาร์ิกาขอความร่วมมือให้ท่านคัดแยกขยะก่อนทิ้ง ท่านคิดว่าควรใช้สื่อชนิดใด

ในการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ จึงจะได้รับความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด เรียงลำดับ 1, 2 และ 3 (ระบุหมายเลข)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) โปสเตอร์ | <input type="checkbox"/> (2) แผ่นพับ |
| <input type="checkbox"/> (3) หนังสือเล่มเล็ก | <input type="checkbox"/> (4) บอร์ดแจ้งข่าวสาร |
| <input type="checkbox"/> (5) การจัดนิทรรศการ | <input type="checkbox"/> (6) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

4. ถ้าน้ำตกลสาร์ิกาใช้โปสเตอร์เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะท่านคิดว่าควรมีการติดโปสเตอร์บริเวณใดของน้ำตกลสาร์ิกา จึงจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> (1) ลานจอดรถ | <input type="checkbox"/> (2) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> (3) บริเวณร้านค้า | <input type="checkbox"/> (4) ทางเดินระหว่างลานจอดรถและตัวน้ำตกลสาร์ิกา |
| <input type="checkbox"/> (5) บริเวณตัวน้ำตกลสาร์ิกา | <input type="checkbox"/> (6) บริเวณจุดตั้งถังขยะทุกจุด |
| <input type="checkbox"/> (7) ทั่วทั้งบริเวณน้ำตกลสาร์ิกา | <input type="checkbox"/> (8) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

5. ถ้าน้ำตกลำโพงใช้แผ่นพับเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ท่านคิดว่าควรมีการแจกแผ่นพับบริเวณใดของน้ำตกลำโพง จึงจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด

- (1) จุดชำระเงินบริเวณทางเข้าน้ำตกลำโพง
- (2) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- (3) บริเวณร้านค้า
- (4) ป้อมเจ้าหน้าที่ก่อนถึงตัวน้ำตกลำโพง
- (5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. ถ้าน้ำตกลำโพงใช้หนังสือเล่มเล็กเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะท่านคิดว่าควรมีการแจกหนังสือเล่มเล็กบริเวณใดของน้ำตกลำโพง จึงจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด

- (1) จุดชำระเงินบริเวณทางเข้าน้ำตกลำโพง
- (2) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- (3) บริเวณร้านค้า
- (4) ป้อมเจ้าหน้าที่ก่อนถึงตัวน้ำตกลำโพง
- (5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. ถ้าน้ำตกลำโพงใช้บอร์ดแจ้งข่าวสารเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะท่านคิดว่าควรมีการตั้งบอร์ดแจ้งข่าวสารบริเวณใดของน้ำตกลำโพง จึงจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด

- (1) ลานจอดรถ
- (2) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- (3) บริเวณร้านค้า
- (4) ทางเดินระหว่างลานจอดรถและตัวน้ำตกลำโพง
- (5) ป้อมเจ้าหน้าที่ก่อนถึงตัวน้ำตกลำโพง
- (6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ถ้าน้ำตกลำโพงใช้การจัดนิทรรศการเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะท่านคิดว่าควรมีการจัดนิทรรศการบริเวณใดของน้ำตกลำโพง จึงจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (1) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> (2) บริเวณร้านค้า |
| <input type="checkbox"/> (3) ศาลาพักผ่อน/รอรถลาก | <input type="checkbox"/> (4) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการคัดแยกขยะ

1. ที่ผ่านมาในขณะที่ท่านท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ท่านทำการคัดแยกประเภทขยะก่อนนำไปทิ้งหรือไม่

- (0) ไม่คัดแยก (1) คัดแยก (ข้ามไปตอบข้อ 3)

2. ถ้าท่านเป็นผู้หนึ่งที่ไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้งในสถานที่ท่องเที่ยว เพราะเหตุใดท่านจึงไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้ง ให้เรียงลำดับ 1, 2 และ 3 (ระบุหมายเลขและข้ามไปตอบข้อ 4)

- (1) ขาดความรู้ในการคัดแยกประเภทขยะ
 (2) ไม่ทราบถึงประโยชน์ในการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง
 (3) ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการท่องเที่ยว
 (4) ถึงขยะที่จัดเตรียมไว้ไม่มีการแยกประเภทขยะที่ชัดเจน
 (5) เสียเวลาในการคัดแยก
 (6) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ถ้าท่านเป็นผู้หนึ่งที่คัดแยกขยะก่อนทิ้งในสถานที่ท่องเที่ยว ท่านประสบปัญหาในการคัดแยกขยะก่อนนำไปทิ้งหรือไม่ ถ้ามีให้เรียงลำดับ 1, 2 และ 3 (ระบุหมายเลข)

- (0) ไม่มีปัญหา (1) มีปัญหาถึงขยะไม่เพียงพอ
 (2) มีปัญหาถึงขยะชำรุด
 (3) ถึงขยะไม่มีสัญลักษณ์/สี/ข้อความ ในแยกประเภทถึงขยะที่ชัดเจน
 (4) ขาดความรู้ที่ถูกต้องเรื่อง ประเภทของขยะ
 (5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ถ้าน้ำตกรักษาขอความร่วมมือให้ท่านคัดแยกขยะก่อนทิ้ง โดยแยกเป็นขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะอันตราย ท่านมีความเห็นอย่างไร

- (1) เห็นด้วย
 (2) ไม่เห็นด้วย เพราะ.....

5. ถ้านำตักสาริกาขอความร่วมมือให้ท่านคัดแยกขยะก่อนทิ้ง โดยแยกเป็นขยะเปียก ขยะแห้ง และ ขยะอันตราย ท่านคิดว่าจะปฏิบัติได้หรือไม่

- (1) ให้ความร่วมมือ
- (2) ไม่ให้ความร่วมมือ เพราะ.....

6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ต่อการเตรียมการคัดแยกขยะของน้ำตักสาริกาในปัจจุบัน

การเตรียมการคัดแยกขยะ ของน้ำตักสาริกาในปัจจุบัน	ปรับปรุง (1)	พอใช้ (2)	ปานกลาง (3)	ดี (4)	ดีมาก (5)
1. การประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือจาก นักท่องเที่ยวในการคัดแยกขยะ					
2. มีเอกสาร/เครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่ใช้ ประกอบการคัดแยกขยะให้แก่นักท่องเที่ยว					
3. ถังขยะที่เตรียมไว้มีการแยกประเภทที่ชัดเจน					
4. ถังขยะมีจำนวนเพียงพอและจัดวางอย่างทั่วถึง					

7. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการเตรียมการเพื่อการคัดแยกขยะ ให้แก่นักท่องเที่ยวในบริเวณ
น้ำตักสาริกา ดังต่อไปนี้

การเตรียมการเพื่อการคัดแยกขยะ	เห็นด้วย (1)	ไม่เห็นด้วย (0)	เหตุผลที่ ไม่เห็นด้วย
1. มีการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ให้แก่นักท่องเที่ยว			
2. การจัดวางถังขยะบริเวณน้ำตักสาริกา เป็นระบบ 3 ถัง คือ ขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะอันตราย			
3. มีการจัดวางถังขยะเป็นชุด ชุดละ 3 ถัง คือ ขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะอันตราย อย่างเพียงพอ			
4. ถังขยะแต่ละประเภทมีสีที่ต่างกันชัดเจน เพื่อมองเห็นได้ง่าย			
5. ถังขยะแต่ละประเภทมีตัวอักษรเขียนบอกประเภทของถังขยะอย่างชัดเจน			
6. ถังขยะแต่ละประเภทมีภาพตัวอย่างขยะที่สามารถทิ้งลงถังขยะประเภทนั้น			

7. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ในการเตรียมการเพื่อการคัดแยกขยะให้แก่นักท่องเที่ยว

(0) ไม่มี

(1) มี (โปรดระบุ)

.....

.....

8. ถ้าน้ำตกริการดำเนินการตามความคิดเห็นที่ท่านได้เสนอมาน ท่านจะให้ความร่วมมือคัดแยกขยะ ก่อนทิ้งหรือไม่

(0) ไม่คัดแยก เพราะ (โปรดระบุ).....

(1) คัดแยก

ขอบคุณที่ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

การประชาสัมพันธ์เรื่อง การคัดแยกขยะสำหรับนักท่องเที่ยว
บริเวณน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

แบบสอบถาม มี 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ข้อมูลความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว

วิธีการทำแบบสอบถาม

1. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง
2. โปรดเติมข้อความลงในช่องว่าง.....ให้สอดคล้องกับคำถามและตรงตามความเป็นจริง
3. โปรดเติมหมายเลข 1, 2 หรือ 3 ลงใน ให้ตรงกับความเป็นจริง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

1. เพศ

(1) ชาย

(2) หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

(1) ช่วงชั้นที่ 1 (ประถมศึกษาปีที่ 1 - 3)

(2) ช่วงชั้นที่ 2 (ประถมศึกษาปีที่ 4 - 6)

(3) ช่วงชั้นที่ 3 (มัธยมศึกษาปีที่ 1 - 3)

(4) ช่วงชั้นที่ 4 (มัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6)

(5) อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า

(6) อนุปริญญา

(7) ปริญญาตรี

(8) ปริญญาโท

(9) ปริญญาเอก

(10) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. อาชีพ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> (1) รับราชการ | <input type="checkbox"/> (2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> (3) พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> (4) พ่อค้า/นักธุรกิจ |
| <input type="checkbox"/> (5) เกษตรกร | <input type="checkbox"/> (6) นักเรียน |
| <input type="checkbox"/> (7) นิสิต/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> (8) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

5. กลุ่มในการเดินทางของท่านในครั้งนี้ (โปรดระบุจำนวนผู้ร่วมเดินทาง)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1) เดินทางมาคนเดียว | <input type="checkbox"/> (2) มากับครอบครัวรวม.....คน |
| <input type="checkbox"/> (3) กลุ่มเพื่อน.....คน | <input type="checkbox"/> (4) กลุ่มผสมระหว่างครอบครัวกับเพื่อน...คน |
| <input type="checkbox"/> (5) บริษัททัวร์.....คน | <input type="checkbox"/> (6) ศึกษาดูงานกับกลุ่มดูงาน/ที่ทำงาน.....คน |
| <input type="checkbox"/> (7) อื่น ๆ โปรดระบุ.....จำนวน.....คน | |

6. เดินทางมาจากจังหวัด

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> (1) จังหวัดนครนายก |
| <input type="checkbox"/> (2) จังหวัดอื่น ๆ โปรดระบุ (จังหวัด)..... |

7. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวน้ำตกสาริกาในครั้งนี้ของท่าน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> (1) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ | <input type="checkbox"/> (2) เพื่อศึกษา/วิจัยในพื้นที่น้ำตกสาริกา |
| <input type="checkbox"/> (3) ทางผ่าน | <input type="checkbox"/> (4) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

8. ในการท่องเที่ยวของท่านครั้งนี้ นอกจากท่านมาเที่ยวน้ำตกสาริกาแล้วยังเดินทางไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกหรือไม่

- | | |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> (0) ไม่ไป | <input type="checkbox"/> (1) ไป |
| | <input type="checkbox"/> (2) ก่อนเดินทางมาเที่ยวน้ำตกสาริกา
โปรดระบุ (ชื่อสถานที่ท่องเที่ยว)..... |
| | <input type="checkbox"/> (3) หลังจากเดินทางมาเที่ยวน้ำตกสาริกา
โปรดระบุ (ชื่อสถานที่ท่องเที่ยว)..... |

ตอนที่ 2 ข้อมูลความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยว

ก่อนและหลังได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ (ใช้คำถามชุดเดียวกัน)

1. ถังขยะสีเขียวหมายถึงอะไร

- (1) ถังขยะเปียก (2) ถังขยะแห้ง (3) ถังขยะอันตราย

2. ถังขยะสีแดงหมายถึงอะไร

- (1) ถังขยะเปียก (2) ถังขยะแห้ง (3) ถังขยะอันตราย

3. ถังขยะสีเหลืองหมายถึงอะไร

- (1) ถังขยะเปียก (2) ถังขยะแห้ง (3) ถังขยะอันตราย

4. ขยะเปียกต้องทิ้งลงถังขยะสีใด

- (1) สีแดง (2) สีเหลือง (3) สีเขียว

5. ขยะแห้งต้องทิ้งลงถังขยะสีใด

- (1) สีแดง (2) สีเหลือง (3) สีเขียว

6. ขยะอันตรายต้องทิ้งลงถังขยะสีใด

- (1) สีแดง (2) สีเหลือง (3) สีเขียว

7. เศษอาหาร ผัก ผลไม้ต้องทิ้งลงถังขยะสีใด

- (1) สีแดง (2) สีเหลือง (3) สีเขียว

8. กระดาษ หนังสือพิมพ์ (ผลิตภัณฑ์จากกระดาษทุกชนิด) ต้องทิ้งลงถังขยะสีใด

- (1) สีแดง (2) สีเหลือง (3) สีเขียว

9. ถุงพลาสติก เศษพลาสติกต้องทิ้งลงถังขยะสีใด

- (1) สีแดง (2) สีเหลือง (3) สีเขียว

21. โฟมต้องทิ้งลงถังขยะสีใด

(1) สีแดง

(2) สีเหลือง

(3) สีเขียว

22. เศษผ้าต้องทิ้งลงถังขยะสีใด

(1) สีแดง

(2) สีเหลือง

(3) สีเขียว

ขอบคุณที่ตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ก

ข้อมูลการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 30 คน สามารถจำแนกลักษณะต่าง ๆ จากข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวดังนี้ (ตารางผนวกที่ ก1)

เพศ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบริเวณน้ำตกสาริกาเป็นชายร้อยละ 46.67 และเป็นหญิงร้อยละ 53.33

อายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่พบมากที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี (ร้อยละ 46.67) รองลงมาคือ กลุ่มที่มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี (ร้อยละ 33.33) ลำดับต่อมาคือกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 6.67) และลำดับสุดท้ายคือ กลุ่มที่มีอายุในช่วง 51 – 60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 3.33)

ระดับการศึกษา ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่พบมากที่สุดคือ ปริญญาตรี (ร้อยละ 36.67) รองลงมาคือ ช่วงชั้นที่ 2 (ร้อยละ 16.67) อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่าและอนุปริญญา ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 13.33) ช่วงชั้นที่ 3 และช่วงชั้นที่ 4 ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 6.67) ตามลำดับ และที่พบน้อยที่สุดคือ ช่วงชั้นที่ 1 และปริญญาโท ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 3.3)

อาชีพ อาชีพของนักท่องเที่ยวที่พบมากที่สุดคือ พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 40.00) รองลงมาคือ นิสิตหรือนักศึกษา (ร้อยละ 16.67) รับจ้าง (ร้อยละ 13.33) ตามลำดับ และที่พบน้อยที่สุดคือ รับราชการ พ่อค้าหรือนักธุรกิจ แม่บ้าน ซึ่งแต่ละกลุ่มมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 10.00)

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวน้ำตกสาริกา ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในภาคกลาง จังหวัดที่พบมากที่สุดคือ มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 30.00) รองลงมาคือ สมุทรปราการ (ร้อยละ 20.00) นครนายก (ร้อยละ 13.33) นนทบุรี สระบุรีซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 10.00) สุพรรณบุรี นครสวรรค์ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 3.33) ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคอื่น ๆ ที่พบคือ ภาคตะวันออกได้แก่ ระยอง ชลบุรีซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 3.33) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ มุกดาหาร (ร้อยละ 3.3)

วัตถุประสงค์ในการมาที่เขื่อนน้ำตกสาริกา นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวคือ พักผ่อนหย่อนใจ

ตารางผนวกที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

(n = 30)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	14	46.67
หญิง	16	53.33
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	2	6.67
20 - 30 ปี	14	46.67
31 - 40 ปี	10	33.33
41 - 50 ปี	2	6.67
51 ปีขึ้นไป	2	6.67
ระดับการศึกษา		
ช่วงชั้นที่ 1 (ประถมศึกษาปีที่ 1 - 3)	1	3.33
ช่วงชั้นที่ 2 (ประถมศึกษาปีที่ 4 - 6)	5	16.67
ช่วงชั้นที่ 3 (มัธยมศึกษาปีที่ 1 - 3)	2	6.67
ช่วงชั้นที่ 4 (มัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6)	2	6.67
อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า	4	13.33
อนุปริญญา	4	13.33
ปริญญาตรี	11	36.67
ปริญญาโท	1	3.33
อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	12	40.00
นิสิต นักศึกษา	5	16.67
รับจ้าง	4	13.33
รับราชการ	3	10.00
พ่อค้า นักธุรกิจ	3	10.00
แม่บ้าน	3	10.00

ตารางผนวกที่ ค1 (ต่อ)

(n = 30)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาจากจังหวัด		
กรุงเทพมหานคร	9	30.00
สมุทรปราการ	6	20.00
นครนายก	4	13.33
นนทบุรี	3	10.00
สระบุรี	3	10.00
ชลบุรี	1	3.33
นครสวรรค์	1	3.33
สุพรรณบุรี	1	3.33
มุกดาหาร	1	3.33
ระยอง	1	3.33

กลุ่มในการเดินทางของนักท่องเที่ยว กลุ่มของนักท่องเที่ยวที่พบมากที่สุด ในการเดินทางมาเที่ยวคือ กลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 43.33) รองลงมาคือ ครอบครัว (ร้อยละ 30.00) กลุ่มผสมระหว่างครอบครัวและเพื่อน บริษัททัวร์ ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 10.00) ตามลำดับ กลุ่มที่พบน้อยที่สุดคือ กลุ่มคูงานหรือกลุ่มที่ทำงาน (ร้อยละ 6.67) ดังแสดงในตารางผนวกที่ ค2

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในกลุ่มการเดินทางของนักท่องเที่ยว ที่พบมากที่สุดคือ ต่ำกว่า 5 คน (ร้อยละ 33.33) รองลงมาคือ 5 – 10 คน (ร้อยละ 30.00) 11 – 20 คน (ร้อยละ 23.33) ตามลำดับที่พบน้อยที่สุดคือ 31 – 40 คน, 51 – 60 คน, 61 – 70 คน และ 70 คนขึ้นไปซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 3.33) ดังแสดงในตารางผนวกที่ ค2

ตารางผนวกที่ ๒ กลุ่มในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

(n = 30)

กลุ่มในการเดินทาง	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง (ร้อยละ)							รวม
	ต่ำกว่า 5คน	5-10 คน	11-20 คน	31-40 คน	51-60 คน	61-70 คน	70คน ขึ้นไป	
มากับครอบครัว	2 (6.67)	4 (13.33)	3 (10.00)					9 (30.00)
กลุ่มเพื่อน	8 (26.67)	3 (10.00)	2 (6.67)					13 (43.33)
กลุ่มผสมระหว่างครอบครัวและ เพื่อน		2 (6.67)		1 (3.33)				3 (10.00)
บริษัททัวร์			1 (3.33)		1 (3.33)	1 (3.33)		3 (10.00)
ศึกษาดูงานกับกลุ่มดูงาน/ ที่ทำงาน			1 (3.33)				1 (3.33)	2 (6.67)
รวม	10 (33.33)	9 (30.00)	7 (23.33)	1 (3.33)	1 (3.33)	1 (3.33)	1 (3.33)	30 (100.00)

จำนวนนักท่องเที่ยวที่นอกจากมาเที่ยวหน้าตกสาริกา และยังเดินทางไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มีมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวหน้าตกสาริกาเพียงอย่างเดียว คือไปเที่ยวสถานที่อื่น ๆ ร้อยละ 56.67 และไม่ไปเที่ยวร้อยละ 43.33 ดังแสดงในตารางผนวกที่ ๓

ตารางผนวกที่ ๓ พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

(n = 30)

การเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกจากหน้าตกสาริกา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ไป	13	43.33
ไป	17	56.67

สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว เดินทางไปเที่ยวก่อนเดินทางมาหน้าตกสาริกาอันดับแรกคือ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าฯ จังหวัดนครนายก (ร้อยละ 17.65) รองลงมาคือ สีดารีรีสอร์ท

จังหวัดนครนายก (ร้อยละ 11.76) และน้อยที่สุดคือ น้ำตกวังตะไคร้ จังหวัดนครนายก (ร้อยละ 5.88) นอกจากนี้ ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยว ก่อนมาเที่ยวน้ำตกลำธารที่อยู่ในจังหวัดอื่น ๆ คือ เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี และหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 5.88) ดังแสดงในตารางผนวกที่ ค4

ตารางผนวกที่ ค4 การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาน้ำตกลำธาร
(เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไป สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกจกน้ำตกลำธาร)

(n = 17)

การเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ก่อนเดินทางมาน้ำตกลำธาร	จำนวน	ร้อยละ
โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าฯ	3	17.65
สีดา รีสอร์ท	2	11.76
น้ำตกวังตะไคร้	1	5.88
เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ (จังหวัดลพบุรี)	1	5.88
หาดบางแสน (จังหวัดชลบุรี)	1	5.88

สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว เดินทางไปเที่ยวหลังเดินทางมาน้ำตกลำธาร อันดับแรกคือน้ำตกนางรอง จังหวัดนครนายก (ร้อยละ 35.29) รองลงมาคือ สีดา รีสอร์ท จังหวัดนครนายก (ร้อยละ 11.76) และน้อยที่สุดคือ น้ำตกวังตะไคร้ จังหวัดนครนายก (ร้อยละ 5.88) นอกจากนี้ ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยว ก่อนมาเที่ยวน้ำตกลำธารที่อยู่ในจังหวัดอื่น ๆ คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา (ร้อยละ 5.88) และไม่เจาะจงว่าจะไปสถานที่ใด โดยเฉพาะ (ร้อยละ 5.88) ดังแสดงในตารางผนวกที่ ค5

ตารางผนวกที่ ๑๕ การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหลังเดินทางมาน้ำตกสาริกา
(เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกจากน้ำตกสาริกา)

(n = 17)

การเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ หลังจากเที่ยวน้ำตกสาริกา	จำนวน	ร้อยละ
น้ำตกนางรอง	6	35.29
สีดา รีสอร์ท	2	11.76
น้ำตกวังตะไคร้	1	5.88
อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	1	5.88
อยู่ระหว่างการตัดสินใจ	1	5.88

ข้อมูลการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ

จากการศึกษาการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างพบว่า สื่อที่ได้รับคะแนนสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ โปสเตอร์ร้อยละ 83.33 แผ่นพับ ร้อยละ 63.33 และหนังสือคู่มือร้อยละ 43.33 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางผนวกที่ ๑๖

ตารางผนวกที่ ๑๖ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ของนักท่องเที่ยว

(n = 30)

การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
โปสเตอร์		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	7	23.33
เปิดรับเป็นอันดับ 2	7	23.33
เปิดรับเป็นอันดับ 3	11	36.67
รวม	25	83.33
แผ่นพับ		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	2	6.67
เปิดรับเป็นอันดับ 2	11	36.67
เปิดรับเป็นอันดับ 3	6	20.00
รวม	19	63.34

ตารางผนวกที่ ๑๖ (ต่อ)

(n = 30)

การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในสถานที่ท่องเที่ยว อื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือคู่มือ		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	4	13.33
เปิดรับเป็นอันดับ 2	3	10.00
เปิดรับเป็นอันดับ 3	6	20.00
รวม	13	43.33
บอร์ดแจ้งข่าวสาร		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	5	16.67
เปิดรับเป็นอันดับ 2	2	6.67
เปิดรับเป็นอันดับ 3	1	3.33
รวม	8	26.67
การบอกเล่า		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	3	10.00
เปิดรับเป็นอันดับ 2	1	3.33
เปิดรับเป็นอันดับ 3	1	3.33
รวม	5	16.67
โทรทัศน์		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	4	13.33
รวม	4	13.33
หนังสือเล่มเล็ก		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	1	3.33
เปิดรับเป็นอันดับ 2	3	10.00
เปิดรับเป็นอันดับ 3	1	3.33
รวม	5	16.67
นิทรรศการ		
เปิดรับเป็นอันดับ 3	4	13.33
รวม	4	13.33

ตารางผนวกที่ ๑๖ (ต่อ)

(n = 30)

การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	1	3.33
รวม	1	3.33
อินเทอร์เน็ต		
เปิดรับเป็นอันดับ 3	2	6.67
รวม	2	6.67
ไม่เปิดรับสื่อชนิดใดเลย		
รวม	1	3.33

ขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง คาดว่าตนเองจะผลิตขึ้นมาขณะเข้ามาท่องเที่ยวที่เขื่อนน้ำตกสาริกา 3 อันดับแรก คือ ถุงพลาสติก (ถุงบรรจุอาหาร หรือถุงบรรจุของ) ร้อยละ 53.33 เศษอาหาร ร้อยละ 50.00 และขวดพลาสติกบรรจุเครื่องดื่ม ร้อยละ 43.33 ตามลำดับ ดังตารางผนวกที่ ๑๗

ตารางผนวกที่ ๑๗ ขณะที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะผลิตในการมาที่เขื่อนน้ำตกสาริกา

(n = 30)

ขณะที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะผลิตในการมาที่เขื่อนน้ำตกสาริกา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ถุงพลาสติก (ถุงบรรจุอาหาร/ถุงบรรจุของ) เศษอาหาร	16	53.33
ขวดพลาสติกบรรจุเครื่องดื่ม	15	50.00
ถุงพลาสติกบรรจุขนมขบเคี้ยว	13	43.33
กล่องกระดาษบรรจุอาหาร/ขนม	9	30.00
กระดาษทิชชู (ม้วน, กล่อง)	6	20.00
แก้วพลาสติก	6	20.00
ภาชนะโฟมบรรจุอาหาร/ขนม	5	16.67
ขวดแก้ว	5	16.67
ก้นบุหรี่	5	16.67
กล่องพลาสติกบรรจุอาหาร/ขนม	5	16.67

ตารางผนวกที่ ๑๗ (ต่อ)

(n = 30)

ขณะที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะผลิตในการมา เที่ยวน้ำตกสาริกา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
กระป๋องเครื่องดื่ม	4	13.33
กระป๋องบรรจุอาหาร	2	6.67
กระดาษหนังสือพิมพ์	2	6.67
ไม้เสียบอาหาร	2	6.67

จากการศึกษาความต้องการสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ บริเวณน้ำตกสาริกา ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง พบว่าสื่อที่มีคะแนนสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ โปสเตอร์ (ร้อยละ 96.67) บอร์ดแจ้งข่าวสาร (ร้อยละ 73.33) และแผ่นพับ (ร้อยละ 63.33) ตามลำดับ ดังตารางผนวกที่ ๑๘

ตารางผนวกที่ ๑๘ ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการคัดแยกขยะ ของนักท่องเที่ยวที่มา
น้ำตกสาริกา

(n = 30)

ความต้องการสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การคัดแยกขยะ บริเวณน้ำตกสาริกา	จำนวน	ร้อยละ
โปสเตอร์		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	16	53.33
เปิดรับเป็นอันดับ 2	6	20.00
เปิดรับเป็นอันดับ 3	7	23.33
รวม	29	96.67
บอร์ดแจ้งข่าวสาร		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	6	20.00
เปิดรับเป็นอันดับ 2	9	30.00
เปิดรับเป็นอันดับ 3	7	23.33
รวม	22	73.33

ตารางผนวกที่ ๑๘ (ต่อ)

(n = 30)

ความต้องการสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ บริเวณน้ำตกสาริกา	จำนวน	ร้อยละ
แผ่นพับ		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	2	6.67
เปิดรับเป็นอันดับ 2	8	26.67
เปิดรับเป็นอันดับ 3	9	30.00
รวม	19	63.33
นิทรรศการ		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	4	13.33
เปิดรับเป็นอันดับ 2	2	6.67
เปิดรับเป็นอันดับ 3	2	6.67
รวม	8	26.67
หนังสือเล่มเล็ก		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	1	3.33
เปิดรับเป็นอันดับ 2	3	10.0
เปิดรับเป็นอันดับ 3	4	13.33
รวม	8	26.67
อินเทอร์เน็ต		
เปิดรับเป็นอันดับ 1	1	3.33
เปิดรับเป็นอันดับ 3	1	3.33
รวม	2	6.67
เสียงตามสาย		
เปิดรับเป็นอันดับ 2	1	3.33
รวม	1	3.33
เจ้าหน้าที่คอยให้ความรู้		
เปิดรับเป็นอันดับ 2	1	3.33
รวม	1	3.33

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างได้เลือกบริเวณ ที่ต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการคัดแยกขยะแต่ละประเภท จากการศึกษาพบว่าบริเวณที่ได้รับการเลือกสูงสุดในการใช้สื่อแต่ละประเภทมีดังนี้ โปสเตอร์ใช้บริเวณลานจอดรถ (ร้อยละ 26.67) แผ่นพับใช้บริเวณจุดชำระเงินบริเวณทางเข้าน้ำตกสาริกา (ร้อยละ 36.67) หนังสือเล่มเล็กใช้บริเวณจุดชำระเงินบริเวณทางเข้าน้ำตกสาริกา (ร้อยละ 40.00) บอร์ดแจ้งข่าวสารใช้บริเวณลานจอดรถ (ร้อยละ 36.67) และการจัดนิทรรศการใช้บริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 50.00) ดังตารางผนวกที่ ค9

ตารางผนวกที่ ค9 บริเวณที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชนิดต่าง ๆ

(n = 30)

บริเวณที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ	จำนวน	ร้อยละ
โปสเตอร์		
ลานจอดรถ	8	26.67
ทางเดินระหว่างลานจอดรถและตัวน้ำตกสาริกา	5	16.67
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	4	13.33
บริเวณตัวน้ำตกสาริกา	4	13.33
บริเวณจุดตั้งถังขยะทุกจุด	4	13.33
ทั่วทั้งบริเวณน้ำตกสาริกา	4	13.33
บริเวณร้านค้า	1	3.33
แผ่นพับ		
จุดชำระเงินบริเวณทางเข้าน้ำตกสาริกา	11	36.67
ป้อมเจ้าหน้าที่ก่อนถึงตัวน้ำตกสาริกา	9	30.00
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	8	26.67
บริเวณร้านค้า	1	3.33
ทุกจุดที่กล่าวมา	1	3.33
หนังสือเล่มเล็ก		
จุดชำระเงินบริเวณทางเข้าน้ำตกสาริกา	12	40.00
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	10	33.33
ป้อมเจ้าหน้าที่ก่อนถึงตัวน้ำตกสาริกา	6	20.00
บริเวณร้านค้า	2	6.67

ตารางผนวกที่ ๑๑ (ต่อ)

(n = 30)

บริเวณที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ติดตั้ง สื่อประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ	จำนวน	ร้อยละ
บอร์ดแจ้งข่าวสาร		
ลานจอดรถ	11	36.67
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	9	30.00
ทางเดินระหว่างลานจอดรถและตัวน้ำตกสาริกา	4	13.33
บริเวณร้านค้า	2	6.67
ป้อมเจ้าหน้าที่ก่อนถึงตัวน้ำตกสาริกา	2	6.67
ศาลาพักผ่อน รอรถลาก	2	6.67
นิทรรศการ		
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	15	50.00
ศาลาพักผ่อน รอรถลาก	12	40.00
บริเวณร้านค้า	2	6.67
สวนบริเวณน้ำตก	1	3.33

พฤติกรรมกรคัดแยกขยะ

พฤติกรรมกรคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นักท่องเที่ยวที่ไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้ง มีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวที่แยกขยะก่อนทิ้ง คือไม่คัดแยกร้อยละ 70.00 และคัดแยก ร้อยละ 30.00 ดังตารางผนวกที่ ๑๑

ตารางผนวกที่ ๑๑๐ พฤติกรรมกรคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

(n = 30)

การคัดแยกขยะของนักท่องเที่ยวใน สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่คัดแยก	21	70.00
คัดแยก	9	30.00

สาเหตุที่นักท่องเที่ยวนำไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้ง 3 อันดับแรก พบว่าสาเหตุที่ถูกเลือกสูงสุด คือ ถังขยะที่จัดเตรียมไว้ไม่มีการแยกประเภทที่ชัดเจน (ร้อยละ 76.19) ขาดความรู้ในการคัดแยกขยะ (ร้อยละ 66.67) และไม่ทราบถึงประโยชน์ในการคัดแยกขยะ (ร้อยละ 66.67) ตามลำดับ ดังตารางที่ ค11

ตารางผนวกที่ ค11 สาเหตุที่นักท่องเที่ยวนำไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้ง (เฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้ง)

(n = 21)		
สาเหตุที่นักท่องเที่ยวนำไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการจัดเตรียมถังขยะแยกประเภท		
เป็นปัญหาอันดับ 1	8	38.10
เป็นปัญหาอันดับ 2	5	23.81
เป็นปัญหาอันดับ 3	3	14.29
รวม	16	76.19
ขาดความรู้ในการคัดแยกขยะ		
เป็นปัญหาอันดับ 1	4	19.05
เป็นปัญหาอันดับ 2	4	19.05
เป็นปัญหาอันดับ 3	6	28.57
รวม	14	66.67
ไม่ทราบประโยชน์ในการคัดแยกขยะ		
เป็นปัญหาอันดับ 1	2	9.52
เป็นปัญหาอันดับ 2	7	33.33
เป็นปัญหาอันดับ 3	5	23.81
รวม	14	66.67
ไม่สะดวกในการคัดแยกขยะ		
เป็นปัญหาอันดับ 1	4	19.05
เป็นปัญหาอันดับ 2	3	14.29
เป็นปัญหาอันดับ 3	5	23.81
รวม	12	57.14

ตารางผนวกที่ ค11 (ต่อ)

(n = 21)		
สาเหตุที่นักท่องเที่ยวไม่คัดแยกขยะก่อนทิ้ง	จำนวน	ร้อยละ
เสียเวลาในการคัดแยก		
เป็นปัญหาอันดับ 1	2	9.52
เป็นปัญหาอันดับ 2	2	9.52
เป็นปัญหาอันดับ 3	2	9.52
รวม	6	28.57
นักท่องเที่ยวมั่งง่าย		
เป็นปัญหาอันดับ 1	1	4.76
รวม	1	4.76

ปัญหาของนักท่องเที่ยวที่คัดแยกขยะในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ พบว่านักท่องเที่ยวที่คัดแยกขยะก่อนทิ้ง ไม่ประสบปัญหาในการคัดแยกร้อยละ 55.56 และประสบปัญหาในการคัดแยกร้อยละ 44.44 ดังตารางผนวกที่ ค12

ตารางผนวกที่ ค12 การประสบปัญหาของนักท่องเที่ยวในการคัดแยกขยะ (เฉพาะนักท่องเที่ยวที่คัดแยกขยะก่อนทิ้ง)

(n = 9)		
ปัญหาของนักท่องเที่ยวที่คัดแยกในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหา	5	55.56
มีปัญหา	4	44.44

นักท่องเที่ยวที่คัดแยกขยะก่อนทิ้งแต่ประสบปัญหาในการคัดแยกขยะ ได้แก่ ถึงขยะจำรูป (ร้อยละ 100.00) รองลงมาคือ ถึงขยะไม่มีสัญลักษณ์ สี ข้อความ ในการแยกประเภทถึงขยะที่ชัดเจน (ร้อยละ 100.0) ถึงขยะไม่เพียงพอ (ร้อยละ 50.00) ตามลำดับ และลำดับสุดท้ายขาดความรู้ที่ถูกต้องเรื่อง ประเภทของขยะ (ร้อยละ 50.00) ดังตารางผนวกที่ ค13

ตารางผนวกที่ ๑๓ ปัญหาของนักท่งเที่ยวในการคัดแยกขยะ (เฉพาะนักท่งเที่ยวที่ประสบปัญหาในการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง)

(n = 4)

นักท่งเที่ยวคัดแยกขยะก่อนทิ้งแต่ประสบปัญหา จึงคัดแยกไม่ได้	จำนวน	ร้อยละ
ถังขยะชำรุด		
เป็นปัญหาอันดับ 1	2	50.00
เป็นปัญหาอันดับ 2	2	50.00
รวม	4	100.00
ถังขยะไม่มีสัญลักษณ์ สี ข้อความในการแยกประเภทถังขยะที่ชัดเจน		
เป็นปัญหาอันดับ 2	1	25.00
เป็นปัญหาอันดับ 3	3	75.00
รวม	4	100.00
ถังขยะไม่เพียงพอ		
เป็นปัญหาอันดับ 1	1	25.00
เป็นปัญหาอันดับ 2	1	25.00
รวม	2	50.00
ขาดความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะที่ถูกต้อง		
เป็นปัญหาอันดับ 2	1	25.00
เป็นปัญหาอันดับ 3	1	25.00
รวม	2	50.00

จากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักท่งเที่ยว ในการขอความร่วมมือให้คัดแยกขยะก่อนทิ้ง นักท่งเที่ยวทั้งหมดเห็นด้วย และการขอความร่วมมือในการคัดแยกขยะ นักท่งเที่ยวทั้งหมดคาดว่าจะให้ความร่วมมือ

ความคิดเห็นของนักท่งเที่ยวต่อการเตรียมการคัดแยกขยะของน้ำตกรักษาในปัจจุบัน สามารถสรุปเป็นข้อ ๆ ดังตารางผนวกที่ ๑๔ ดังนี้

การประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยว ในการคัดแยกขยะได้คะแนนเฉลี่ย 1.83 อยู่ในระดับปรับปรุง

การมีเอกสาร เครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่ใช้ประกอบการคัดแยกขยะให้แก่นักท่องเที่ยว ได้คะแนนเฉลี่ย 1.30 อยู่ในระดับปรับปรุง

ถังขยะที่เตรียมไว้มีการแยกประเภทชัดเจน ได้คะแนนเฉลี่ย 1.73 อยู่ในระดับปรับปรุง

ถังขยะมีจำนวนเพียงพอและจัดวางอย่างทั่วถึง ได้คะแนนเฉลี่ย 2.00 อยู่ในระดับพอใช้

ตารางผนวกที่ 14 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการเตรียมการคัดแยกขยะของน้ำตกสาริกาในปัจจุบัน

(n = 30)

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเตรียมการคัดแยกขยะของน้ำตกสาริกาในปัจจุบัน	จำนวน (ร้อยละ)					
	ปรับปรุง	พอใช้	ปานกลาง	ดี	ดีมาก	รวม
1. การประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวในการคัดแยกขยะ	14 (46.67)	10 (33.33)	3 (10.00)	3 (10.00)		30 (100.00)
2. มีเอกสาร/เครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่ใช้ประกอบการคัดแยกขยะให้แก่นักท่องเที่ยว	16 (53.33)	10 (33.33)	3 (10.00)	1 (3.33)		30 (100.00)
3. ถังขยะที่เตรียมไว้มีการแยกประเภทที่ชัดเจน	18 (60.00)	4 (13.33)	6 (20.00)	2 (6.67)		30 (100.00)
4. ถังขยะมีจำนวนเพียงพอและจัดวางอย่างทั่วถึง	15 (50.00)	5 (16.67)	7 (23.33)	1 (3.33)	2 (6.67)	30 (100.00)

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะ สามารถสรุปเป็นข้อ ๆ ดังตารางผนวกที่ 15 ดังนี้

นักท่องเที่ยวทุกคนเห็นด้วยในการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ให้แก่นักท่องเที่ยว

การจัดวางถังขยะบริเวณน้ำตกสาริกาเป็นระบบ 3 ถัง คือ ขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะอันตราย นักท่องเที่ยวเห็นด้วยร้อยละ 96.67 ไม่เห็นด้วยร้อยละ 3.33 เหตุผลที่ไม่เห็นด้วยเพราะว่า มีความเข้าใจ

ว่าทางหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขง.13 (นางรอง) ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบนำटकสาริกา
ไม่อนุญาตให้มีการนำถึงขยะไปจัดวางในบริเวณน้ำตก

นักท่องเที่ยวเห็นด้วยทุกคนในการจัดวางถึงขยะเป็นชุด ชุดละ 3 ถัง คือ ขยะเปียก ขยะแห้ง
และขยะอันตรายอย่างเพียงพอ

ถึงขยะแต่ละประเภทมีสีที่ต่างกันชัดเจนเพื่อมองเห็นได้ง่าย นักท่องเที่ยวเห็นด้วยร้อยละ 96.67
ไม่เห็นด้วยร้อยละ 3.33 เหตุผลที่ไม่เห็นด้วยเพราะว่า สีเขียว (ถึงขยะเปียก) สีเหลือง (ถึงขยะแห้ง) และ
สีแดง (ถึงขยะอันตราย) ของถึงขยะจะทำลายทัศนียภาพบริเวณน้ำตกสาริกา

นักท่องเที่ยวเห็นด้วยทุกคน ที่ถึงขยะแต่ละประเภทมีตัวอักษรเขียนบอกประเภทของถึงขยะ
อย่างชัดเจน

นักท่องเที่ยวเห็นด้วยทุกคน ที่ถึงขยะแต่ละประเภทมีภาพตัวอย่างขยะที่สามารถทิ้งลงถึงขยะ
ประเภทนั้น

ตารางผนวกที่ 15 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการเตรียมการเพื่อการคัดแยกขยะ

(n = 30)

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเตรียมการ เพื่อการคัดแยกขยะ	จำนวน (ร้อยละ)	
	เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)
1. มีการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ให้แก่นักท่องเที่ยว	30 (100.00)	
2. การจัดวางถึงขยะบริเวณน้ำตกสาริกา เป็นระบบ 3 ถัง คือ ขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะอันตราย	29 (96.67)	1 (3.33)
3. มีการจัดวางถึงขยะเป็นชุด ชุดละ 3 ถัง คือ ขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะอันตราย อย่างเพียงพอ	30 (100.00)	
4. ถึงขยะแต่ละประเภทมีสีที่ต่างกันชัดเจน เพื่อมองเห็นได้ง่าย	29 (96.67)	1 (3.33)
5. ถึงขยะแต่ละประเภทมีตัวอักษรเขียนบอกประเภทของถึงขยะ อย่างชัดเจน	30 (100.00)	
6. ถึงขยะแต่ละประเภทมีภาพตัวอย่างขยะที่สามารถทิ้งลงถึงขยะประเภทนั้น	30 (100.00)	

จากการศึกษาข้อเสนอแนะนักท่องเที่ยง ในการเตรียมการเพื่อการคัดแยกขยะ พบว่าไม่มีข้อเสนอแนะร้อยละ 83.33 และมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมร้อยละ 16.67 ซึ่งข้อเสนอแนะได้แก่ ใช้เสียงตามสายในการประชาสัมพันธ์ ประชาสัมพันธ์ประโยชน์ของการคัดแยกขยะ ให้เจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำในการคัดแยกขยะ จัดทำโครงการ 5ส ในสถานที่ท่องเที่ยว และอยากให้การจัดเก็บขยะมีการแยกชนิดขยะ แต่ละข้อร้อยละ 3.33 ดังตารางผนวกที่ ค16

ตารางผนวกที่ ค16 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยงในการเตรียมการเพื่อการคัดแยกขยะ

(n = 30)

ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยงในการเตรียมการเพิ่มเติมเพื่อคัดแยกขยะบริเวณน้ำตกสาริกา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	25	83.33
ใช้เสียงตามสายในการประชาสัมพันธ์	1	3.33
ประชาสัมพันธ์ประโยชน์ของการคัดแยกขยะ	1	3.33
มีเจ้าหน้าที่แนะนำเวลาที่ทิ้งขยะ	1	3.33
จัดกิจกรรม 5 ส	1	3.33
การจัดเก็บขยะควรแยกขยะด้วย	1	3.33

จากการศึกษา ถ้าน้ำตกสาริกาดำเนินการเตรียมการคัดแยกขยะดังที่นักท่องเที่ยงได้เสนอมา พบว่านักท่องเที่ยงทุกคนจะให้ความร่วมมือในการคัดแยก

ภาคผนวก ง
การดำเนินการประชาสัมพันธ์



ภาพผนวกที่ ๑1 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ ประเภทขยะเปียก



ภาพผนวกที่ 2 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ ประเภทขยะแห้ง



ภาพผนวกที่ 33 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ ประเภทขยะอันตราย



ภาพผนวกที่ 4 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะ



ภาพผนวกที่ 5 ถังขยะประเภทต่าง ๆ



ภาพผนวกที่ ๖ การติดตั้งสื่อโปสเตอร์บริเวณลานจอดรถน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก



ภาพผนวกที่ ๗ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อสื่อโปสเตอร์ บริเวณลานจอดรถน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก



ภาพผนวกที่ ๘ การติดตั้งสื่อโปสเตอร์บริเวณสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก



ภาพผนวกที่ 9 การติดตั้งสื่อ โปสเตอร์และถังขยะหน้าห้องน้ำ ภายในสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก



ภาพผนวกที่ 10 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อสื่อ โปสเตอร์บริเวณหน้าห้องน้ำ ภายในสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก



ภาพผนวกที่ 11 พฤติกรรมการทิ้งขยะของนักท่องเที่ยวต่อสื่อ โปสเตอร์บริเวณหน้าห้องน้ำ
ภายในสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก



ภาพผนวกที่ 12 การติดตั้งสื่อ โปสเตอร์และถังขยะ บริเวณสวนหย่อมของน้ำตกสาริกา
อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก



ภาพผนวกที่ 13 พฤติกรรมการทิ้งขยะของนักท่องเที่ยวต่อสื่อโปสเตอร์ บริเวณสวนหย่อมของ
น้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก



ภาพผนวกที่ 14 พฤติกรรมการทิ้งขยะของนักท่องเที่ยวต่อสื่อโปสเตอร์ บริเวณสวนหย่อมของ
น้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก



ภาพผนวกที่ 15 พฤติกรรมการทิ้งขยะของนักท่องเที่ยวต่อสื่อโปสเตอร์ บริเวณสวนหย่อมของ
น้ำตกสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก