

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ

**Influence of Mass Media on Behavior of Visitors to National Parks**

โดย

นางสาวสุภาณี นียมศิลป์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (อุทยานและนันทนาการ)

พ.ศ. 2549

ISBN 974-16-1947-2



ใบรับรองวิทยานิพนธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (อุทยานและนันทนาการ)  
ปริญญา

อุทยานและนันทนาการ

อนุรักษ์วิทยา

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ

Influence of Mass Media on Behavior of Visitors to National Parks

นามผู้วิจัย นางสาวสุภาณี นิยมศิลป์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภวรรณ ฐานะกาญจน์, Ph.D. )

กรรมการ

( อาจารย์เสรี เวชชบุษกร, M.F. )

กรรมการ

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปนัดดา ชำนาญสุข, วทม. )

หัวหน้าภาควิชา

( รองศาสตราจารย์วิชา นิยม, Ph.D. )

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

( รองศาสตราจารย์วินัย อาจคงหาญ, M.A. )

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 24 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2549

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก ผศ.ดร.นภวรรณ ฐานะกาญจน์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์เสรี เวชชบุษกร กรรมการสาขา วิชาเอก ผศ.ปนัดดา ชำนาญสุข กรรมการสาขาวิชาการ และรศ.ดร.สันต์ เกตุปราณีต ผู้แทนบัณฑิต วิทยาลัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ให้มีความสมบูรณ์ถูกต้อง มีคุณค่า ทางวิชาการ และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้และอบรมสั่ง สอนในด้านวิชาการและจริยธรรม ให้กับผู้วิจัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ คุณประวัติศาสตร์ จันทร์เทพ ผู้ช่วยหัวหน้าอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เจ้าหน้าที่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ คุณอภิเดช เรืองชัย คุณพิชญพงศ์ โปร่งใจ คุณชลพร โลหะวานิชบุตร และคุณชยุตต์ จันทร์คง ที่ให้ความอนุเคราะห์และอำนวยความสะดวกในพื้นที่ คุณเวทิต พุ่มพวง คุณอาทิตย์ เอี่ยมบำรุง คุณนवलนุช เขียวหวาน และคุณภัทธรณัฐ วงศ์อินทร์ ผู้ร่วมเดินทางเก็บข้อมูล ภาคสนาม คุณชนะสิน ยิ้มน้อย คุณเอกสิทธิ์ ปัญญาเส็ง คุณวรรษยา พรมชู และน้องๆ นิสิตปริญญาโทสาขาวิชาอุทยานและนันทนาการทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดมา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ พ่อปกรณ์ แม่พันธ์ทิพย์ นิยมศิลป์ ที่ให้การอบรม เลี้ยงดู ให้การสนับสนุนและโอกาสทางการศึกษาด้วยดีเสมอมา และขอบคุณ พี่ตู่ อ้อ อู๋ อ๊อบ ใหญ่ ที่เป็นกำลังใจที่ดีตลอดมา คุณประโยชน์อันใดที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มี พระคุณที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด

สุภาณี นิยมศิลป์

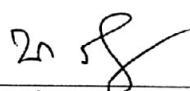
พฤษภาคม 2549

สุปาณี นิยมศิลป์ 2549: อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือน  
อุทยานแห่งชาติ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (อุทยานและนันทนาการ) สาขาวิชาอุทยาน  
และนันทนาการ ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา ปรธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์  
นภวรรณ ฐานะกาญจน์, Ph.D. 96 หน้า  
ISBN 974-16-1947-2

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลบางประการของนักท่องเที่ยว การรับ  
ข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ และศึกษา  
อิทธิพลของลักษณะส่วนบุคคลบางประการและการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่  
ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ โดยทำการศึกษาในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เก็บ  
ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวรวม 410 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา  
การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple  
Regression Analysis)

ผลการศึกษาในส่วนของพฤติกรรมกรเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว พบว่าช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยว  
ส่วนใหญ่คิดว่าเหมาะสมที่จะไปเยือนพื้นที่ศึกษาคือวันหยุดในช่วงเทศกาล ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือน  
กุมภาพันธ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พิจารณาแหล่งท่องเที่ยวหลายๆแหล่งก่อนตัดสินใจเลือกแหล่งที่จะเป็น  
จุดหมายปลายทาง มีการเตรียมอุปกรณ์และเตรียมความพร้อมทางด้านร่างกายเพื่อเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งมี  
การระดมทุนก่อนการเดินทาง สำหรับการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยเฉลี่ย  
นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านบวกในระดับต่ำ ในส่วนของการเลือกใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว  
นักท่องเที่ยวเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรก แต่ได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์น้อยที่สุด  
ส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ศึกษามาก่อนและคิดว่าข้อมูลนั้นมีความดึงดูดใจให้ไปเยือนในระดับมาก  
ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษา ที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ และความ  
ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ  
( $\chi^2 = 55.375$ ; Sig = 0.000;  $R^2 = 0.213$ ) การใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและการได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับ  
การท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 2.229$ ; Sig = 0.008;  
 $R^2 = 0.083$ ) การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด การได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว  
และความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 2.704$ ; Sig = 0.001;  $R^2 = 0.099$ ) และระดับการศึกษาและที่อยู่อาศัยมีอิทธิพลต่อการ  
ปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 4.488$ ; Sig = 0.000;  $R^2 = 0.154$ )

สุปาณี นิยมศิลป์  
ลายมือชื่อนิติ

  
ลายมือชื่อประธานกรรมการ

18, ๖๓, ๔๕

Supanee Niyomsilp 2006: Influence of Mass Media on Behavior of Visitors to National Parks.  
Master of Science (Parks and Recreation), Major Field: Parks and Recreation, Department of  
Conservation. Thesis Advisor: Assistant Professor Noppawan Tanakanjana, Ph.D. 96 pages.  
ISBN 974-16-1947-2

The objectives of this study were to investigate some personal characteristics of tourists, their behavior in receiving information from mass media and the behavior in visiting national parks, and testing the influence of personal characteristics and information receiving behavior to the behavior in visiting national parks. Doi Inthanon National Park and Khao Yai National Park were used as study areas. Questionnaire was used to collect data from 410 park visitors. The survey data were analyzed using descriptive statistics, logistic regression analysis, and multiple regression analysis.

The study found that most tourists chose certain time in visiting the national parks. The majority of them preferred to travel during public holidays, between November to February. Most tourists compared many tourist destinations before making travel decision. They well prepared the travel but had low level of positive on-site behavior. The highest percent of tourists chose internet to search for tourism information but they received the information from television at the most. The majority of them received information before the visit and found that the information was very attractive. Hypothesis testing found that educational level, source of tourists, experience in visiting the park, and the attractiveness of information from mass media significantly influenced tourist behavior in choosing time to travel (Chi-square = 55.375; Sig. = 0.000;  $R^2 = 0.213$ ). Using internet to search for tourism information and receiving of information from tourism website significantly influenced tourist behavior in choosing travel destination (F = 2.229; Sig. = 0.008;  $R^2 = 0.083$ ). Importance of spending holiday for travel, receiving of information from tourism website, and the attractiveness of information from mass media significantly influenced tourist behavior in preparing the travel (F = 2.704; Sig. = 0.001;  $R^2 = 0.099$ ). And educational level and source of tourists significantly influenced on-site behavior of the tourists (F = 4.488; Sig. = 0.000;  $R^2 = 0.154$ ).

Supanee Niyomsilp

Student's signature

*Dr. Taber*

Thesis Advisor's signature

18 May 2006

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญ	(1)
สารบัญตาราง	(2)
สารบัญภาพ	(3)
คำนำ	1
วัตถุประสงค์	2
ขอบเขตการวิจัย	2
นิยามศัพท์	2
การตรวจเอกสาร	5
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน	5
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	14
อุทยานแห่งชาติ	21
พื้นที่ศึกษา	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย	32
อุปกรณ์และวิธีการ	34
อุปกรณ์	34
วิธีการ	34
ผลและวิจารณ์	47
สรุปและข้อเสนอแนะ	75
สรุป	75
ข้อเสนอแนะ	76
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	78
ภาคผนวก	83
ภาคผนวก ก ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติ	
คอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่	84
ภาคผนวก ข แบบสอบถามนักท่องเที่ยว	89

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สถิตินักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติสูงสุด 20 อันดับ ปีงบประมาณ 2548	35
2	ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากรของนักท่องเที่ยว	48
3	ประสบการณ์การไปเยือนอุทยานแห่งชาติของนักท่องเที่ยว	49
4	วันหยุดต่อปีและการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด	52
5	ประเภทของสื่อที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้เป็นแหล่งหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	55
6	ความบ่อยครั้งในการรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากสื่อของนักท่องเที่ยว	56
7	ระดับการได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากรายการต่างๆของนักท่องเที่ยว	57
8	ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลข่าวสารและระดับความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร	60
9	การเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	61
10	ระดับความเหมาะสมของการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	63
11	การเลือกแหล่งท่องเที่ยว การเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวและการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	64
12	ระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	67
13	ผลการวิเคราะห์การถอดยolkจิตติคเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1	68
14	ผลการวิเคราะห์การถอดยolkเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2	69
15	ผลการวิเคราะห์การถอดยolkเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3	71
16	ผลการวิเคราะห์การถอดยolkเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4	73

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ Mathieson and Wall	20
2	กรอบแนวคิดในการวิจัย	32
3	จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยตามปีงบประมาณ 2544-2548 ของกลุ่มอุทยานแห่งชาติที่มีความผันแปรของจำนวนนักท่องเที่ยวไม่สม่ำเสมอ	37
4	จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยตามปีงบประมาณ 2544-2548 ของกลุ่มอุทยานแห่งชาติที่มีความผันแปรของจำนวนนักท่องเที่ยวสม่ำเสมอ	37



## อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ

### Influence of Mass Media on Behavior of Visitors to National Parks

#### คำนำ

การดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันเป็นไปได้ยากที่จะปราศจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนที่มีอยู่อย่างแพร่หลาย ทั้งนี้เนื่องจากมนุษย์ไม่สามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลทุกอย่างได้ด้วยตนเอง ต้องพึ่งพาสื่อมวลชน เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมาเสนอแก่สาธารณชน สื่อเหล่านี้จึงอาจส่งผลกระทบต่อผู้รับสาร โดยการที่ผู้รับสารจะซึมซับเอาข่าวสาร หรือภาพที่สื่อมวลชนเสนอซ้ำๆ (Noelle-Neumann, 1991) อิทธิพลของสื่อมวลชน ส่วนใหญ่เกิดจากผลของการสื่อสารมวลชนต่อบุคคล ต่อสังคม ซึ่งก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ การเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นทัศนคติ ค่านิยม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมรวมถึงการตัดสินใจของบุคคล (พวงบุหงา, 2539) หากการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ขาดการพิจารณาอย่างรอบคอบ ผู้รับสารได้รับรู้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง อาจทำให้เกิดพฤติกรรมที่ส่งผลเสียต่อสังคม ในปัจจุบันนี้จะเห็นได้ว่ามีรายการต่างๆ ที่นำเสนอภาพเกี่ยวกับแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติทั้งรายการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรงและรายการที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ละคร มิวสิควีดีโอ เกมโชว์ ฯลฯ โดยที่รายการเหล่านี้บางครั้งอาจไม่ได้ตั้งใจที่จะเป็นแบบอย่างที่ไม่ดีต่อผู้รับสาร ไม่รู้ว่าภาพที่น่าเสนอนั้นอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ส่งผลเสียต่อแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติ ซึ่งผู้รับสารรับรู้ข้อมูลเหล่านี้และอาจไม่ทราบเช่นกันว่าข้อมูลที่ได้รับถูกต้องหรือไม่ ผู้รับสารจดจำข้อมูลไว้และเมื่อมีโอกาสก็จะนำข้อมูลที่ได้รับนี้มาแสดงออกเป็นพฤติกรรม (Klapper, 1960)

จากข้อมูลของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช (2548) พบว่าในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา (พ.ศ.2539 - 2548) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนอุทยานแห่งชาติ มีสูงถึง 148 ล้านคน ดังนั้นแหล่งนันทนาการในอุทยานแห่งชาติ จึงทำหน้าที่รองรับผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติจึงน่าที่จะเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติตัวที่เหมาะสม ลดผลกระทบอันอาจเกิดกับพื้นที่ต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลบางประการและการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะส่วนบุคคลบางประการและการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเรื่องของการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว การเลือกแหล่งท่องเที่ยว การเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว และการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว โดยทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ.2548 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2549

### นิยามศัพท์

อุทยานแห่งชาติ หมายถึง อุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดสระบุรี นครราชสีมา ปราจีนบุรี และนครนายก

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลสัญชาติไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ที่เดินทางไปเยือนอุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนอุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

รายได้ หมายถึง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนอุทยานแห่งชาติ ดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ที่อยู่อาศัย หมายถึง ถิ่นที่อยู่อาศัยประจำของนักท่องเที่ยว แยกเป็นนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ใน จังหวัดเดียวกับที่ตั้งของอุทยานแห่งชาติ และนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่นอกจังหวัดที่ตั้งของอุทยาน แห่งชาติ

ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ หมายถึง จำนวนครั้งในการไปเยือนอุทยานแห่งชาติ ดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

วันหยุด หมายถึง จำนวนวันหยุดจากการประกอบอาชีพในรอบปีของนักท่องเที่ยว

การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ กับการเลือกประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในวันหยุด โดยแยกเป็นวันหยุดที่ติดต่อกันเป็นเวลานาน และวันหยุดสุดสัปดาห์

ประเภทของสื่อ หมายถึง สื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต

ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ หมายถึง จำนวนวันต่อเดือนที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยวจากสื่อประเภทต่างๆ

รูปแบบรายการ หมายถึง ลักษณะของรายการที่นักท่องเที่ยวสามารถได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยวในระดับต่างๆ โดยผ่านสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ รายการส่งเสริมการท่องเที่ยว รายการข่าว รายการสารคดี รายการกีฬาและบันเทิง และโฆษณาด้านการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวใน เชิงการประเมินค่าความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย การเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว การเลือกแหล่งท่องเที่ยว การเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว และการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

การเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว หมายถึง การตัดสินใจเลือกช่วงเวลาสำหรับการเดินทางไปเยือนอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ แยกเป็นบางช่วงเวลาและตลอดทั้งปี

การเลือกแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การตัดสินใจเลือกแหล่งนันทนาการที่เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว

การเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง การเตรียมสิ่งต่างๆ ล่วงหน้าก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ การเตรียมความพร้อมทางด้านสุขภาพร่างกาย การเตรียมยานพาหนะหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการเดินทาง การเตรียมอุปกรณ์สำหรับการประกอบกิจกรรม การระดมทุนการใช้จ่ายทั้งการทำงานและในชีวิตประจำวัน

การปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การปฏิบัติหรือการกระทำต่างๆ ขณะอยู่ในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

## การตรวจเอกสาร

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและทบทวนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน
2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
3. อุทยานแห่งชาติ
4. พื้นที่ศึกษา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน

#### นิยาม

การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารที่มีผู้ส่งสารมากกว่าหนึ่งคน ส่งสารไปยังมวลชนหรือผู้รับสารที่มีจำนวนมาก ซึ่งอาศัยอยู่ในสถานที่ต่างๆ ห่างไกลกัน ได้อย่างรวดเร็ว ภายในระยะเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยผ่านทางสื่อมวลชนต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยกระตุ้นให้ประชาชนเปลี่ยนทัศนคติ ค่านิยมเดิมไปสู่ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิธีปฏิบัติใหม่ และในบางกรณีก็เปลี่ยนไปสู่ความสัมพันธ์ทางสังคมที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งการสื่อสารมวลชนนี้ผู้ส่งสารไม่สามารถทราบปฏิกิริยาของผู้รับสารได้อย่างทันทีทันใด แต่ก็เป็นที่ยอมรับกันว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อจิตใจของผู้รับสารซึ่งถูกกำหนดและชักจูงให้เกิดความรู้สึกหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว (เกศินี, 2540; ฌรงค์, 2543)

## อิทธิพลของสื่อมวลชน

Klapper (1960) ได้สรุปเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชน ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (predisposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างหนึ่งอย่างใดอยู่ก่อนแล้วซึ่งได้รับอิทธิพลจากการสมาคมกับผู้อื่น และสถาบันสังคมที่ตนเองเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะ นำเอาทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมเหล่านั้นติดตัวมาด้วย

1.2 กระบวนการคัดเลือก (selective processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความ คิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือที่ขัดแย้งกับ ความคิดเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อของตนและ ค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (personal influence) ข่าวจากสื่อมวลชนอาจไปได้ไม่ถึง ประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนที่จะไปถึงประชาชน ซึ่งผู้นำ ความคิดมักจะได้รับ ความเชื่อถือและความไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป ดังนั้นจึงเป็นผู้ที่มีอิทธิพล ต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (economic aspect) ในระบบสังคมนิยมและมี ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนนั้นสามารถแข่งขันกันโดยเสรีเช่นกัน ต่างฝ่ายต่างนำเสนอ ค่านิยมและความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป ในขณะที่เดียวกันประชาชนก็มี เสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งก็ได้ และตัดสินใจว่าจะเลือก สื่อมวลชนชนิดใดดี

2. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนเป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น นั่นคือสื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชน ให้มีความเข้มแข็งขึ้นและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนได้เช่นกัน ซึ่งจะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ซึ่งจะทำให้ประชาชนเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดประโยชน์กับประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้นไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ในทันทีทันใดหรือในระยะเวลาอันสั้น

การศึกษาครั้งนี้ ประกอบไปด้วยสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต โดยแต่ละประเภทมีคุณสมบัติและข้อดี ข้อเสีย ดังต่อไปนี้

#### หนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อที่รับด้วยการมองเห็น ผู้รับสารรับได้ด้วยประสาทสัมผัสที่เกี่ยวกับการมองเห็น ซึ่งมีคุณสมบัติดังนี้ (จุมพล, 2528)

1. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สื่อสารโดยตัวอักษรและภาพนิ่ง
2. หนังสือพิมพ์สามารถจะให้เนื้อหาได้อย่างละเอียด
3. ภาษาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์ จะมีการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวอยู่เสมอ ทั้งนี้เพื่อให้สื่อสารได้ง่ายที่สุดและรวดเร็วที่สุด

หนังสือพิมพ์มีข้อดีที่มีราคาโดยเฉลี่ยไม่สูงนัก สามารถหาซื้ออ่านได้ง่าย สามารถอ่านซ้ำได้ ใช้ข้อความประกอบภาพ และเน้นเสนอเนื้อหาข่าวสารโดยให้น่าสนใจรายละเอียดจะลึกได้ดี วิจัยและให้ความบันเทิงแก่ผู้อ่านได้ (จุมพล, 2528)

สำหรับข้อเสียของหนังสือพิมพ์คือ ผู้รับสารที่อ่านหนังสือไม่ออก จะไม่สามารถรับสื่อประเภทนี้ได้ (จุมพล, 2528) และบางครั้งมีเพียงแต่ข้อความบรรยายเท่านั้น ไม่มีรูปภาพประกอบ นอกจากนี้โดยทั่วไปหนังสือพิมพ์รายวันมีอายุ 24 ชั่วโมง และคนไม่อ่านหนังสือพิมพ์เก่าและไม่อ่านซ้ำ

### นิตยสาร

นิตยสารเป็นสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อที่รับด้วยการมองเห็นเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ นิตยสารสามารถนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวเฉพาะเรื่องได้ละเอียด และมีระยะเวลาในการจำหน่ายค่อนข้างแน่นอนซึ่งมีคุณสมบัติ ดังนี้ (จุมพล, 2528)

1. สื่อนิตยสารจะเน้นหนักที่กลุ่มรับ ซึ่งผู้รับอาจแบ่งออกเป็นกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มแม่บ้าน โดยจำแนกลงไปเลยว่าเป็นนิตยสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเงิน แม่บ้านการเรือน หรือท่องเที่ยว เป็นต้น
2. สื่อนิตยสารสามารถให้รายละเอียดเนื้อหาได้มาก
3. ในด้านการเสนอเนื้อหาต่อผู้รับจะเป็นเนื้อหาที่เสื่อมสลายช้า
4. ในการจัดทำจะเน้นในเรื่องของรูปภาพ สี สัน ตลอดจนความสวยงามของรูปเล่ม

นิตยสารมีข้อดีที่สามารถเลือกสรรกลุ่มเป้าหมายได้ นิตยสารถือว่าเป็นสื่อที่มีความสามารถในการเลือกสรรกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด (ยกเว้นการใช้จดหมายตรง) และสามารถเข้าถึงผู้อ่านที่เป็นเป้าหมายได้อย่างเจาะจง โดยทั่วไปนิตยสารจะมีการจัดพิมพ์ตามกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะอย่าง (ศิริวรรณ, 2540) นอกจากนี้ นิตยสารมักจะมีรูปภาพประกอบคำบรรยายที่มีรายละเอียดครบถ้วน



สีทันสวยงาม ดึงดูดใจผู้อ่านได้เป็นอย่างดี และส่วนมากมีรายละเอียดจบในตอน และสิ่งสำคัญที่สุดของนิยายสารประเภทท่องเที่ยวก็คือ ภาพประกอบที่สวยงาม น่าสนใจนั่นเอง (นฤพนธ์, 2539)

สำหรับข้อเสียของนิยายสารคือ สื่อนิยายสารมีปัญหาด้านการเข้าถึงและการสร้างความถี่ได้จำกัด ซึ่งปัญหาด้านการเข้าถึงพิจารณาได้จากกลุ่มผู้อ่านที่มีน้อย และผู้รับสารจะต้องสามารถอ่านออกเขียนได้ (จุมพล, 2528) ส่วนปัญหาด้านความถี่มีน้อยนั้นเกิดจากนิยายสารจะออกรายเดือนหรือรายสัปดาห์จึงเป็นอุปสรรคในการสร้างความถี่ แต่จะมีโอกาสจากการที่ผู้อ่านอ่านนิยายสารหลายครั้งหรืออ่านต่อเนื่อง ผู้โฆษณาส่วนใหญ่จะพยายามสร้างความถี่โดยการโฆษณาในนิยายสารที่มีผู้อ่านคล้ายคลึงกันหลายฉบับ (ศิริวรรณ, 2540)

## วิทยุ

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญและมีบทบาทอยู่มาก ซึ่งวิทยุมีคุณสมบัติ ดังนี้ (จุมพล, 2528)

1. วิทยุทำการส่งสารด้วยคลื่นวิทยุ ซึ่งสามารถกระจายไปได้ไกลและรวดเร็ว
2. วิทยุสามารถส่งสารไปยังกลุ่มผู้รับได้เป็นจำนวนมาก
3. ประชาชนที่อ่านและเขียนหนังสือไม่ออก ก็สามารถเข้าใจเรื่องราวต่างๆ จากวิทยุกระจายเสียงได้
4. วิทยุสามารถเสนอเนื้อหาได้รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์และสามารถย้ายได้บ่อย
5. วิทยุสามารถสร้างความรู้สึทางอารมณ์และจินตนาการได้ดี

วิทยุมีข้อดีที่สามารถนำข่าวสารไปสู่ผู้ฟังได้ทันที แม้แต่คนที่อ่านและเขียนหนังสือไม่ได้ก็สามารถเข้าใจสารได้ การเสนอข่าวสารสามารถกระทำได้รวดเร็ว (จุมพล, 2528; ประมว, 2541)

สำหรับข้อเสียของวิทยุคือ วิทยุดึงดูดใจได้น้อยกว่าโทรทัศน์เนื่องจากใช้ตัวเสียงไปสู่การฟังของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารต้องจินตนาการเอาเองเพราะไม่สามารถมองเห็นสารได้ และมีระยะเวลาในการเสนอข่าวสารที่จำกัด อาจทำให้ไม่สามารถให้รายละเอียดของข่าวได้มากเท่าหนังสือพิมพ์และเป็นรายการที่ไม่มีความคงทน เพราะเมื่อรายการออกอากาศไปแล้ว หากผู้ฟังไม่ได้ฟังรายการดังกล่าวก็ไม่สามารถได้ประโยชน์จากรายการ เนื้อหาที่จะใช้อ้างอิงหรือเก็บไว้ได้ลำบากเว้นเสียแต่ว่าจะมีการบันทึกเทปเอาไว้ (ปรมะ, 2541) นอกจากนี้วิทยุยังมีอิทธิพลจูงใจได้เฉพาะผู้ที่สนใจข่าวสาร หรือผู้ที่มีความสามารถทางสติปัญญา ตลอดจนมีความอดทนที่จะฟังข่าวสารเข้าใจเท่านั้น (วิจิตร, 2541)

### โทรทัศน์

โทรทัศน์เป็นเครื่องมือการสื่อสารมวลชนประเภทหนึ่ง ซึ่งมีประสิทธิภาพในการสื่อสารอย่างสูง โดยรวมภาพ เสียง สี และการเคลื่อนไหวทำให้มีโอกาสที่จะสร้างสรรค์และสร้างจินตนาการแก่ผู้ชมได้เหนือกว่าสื่ออื่นๆ ซึ่งโทรทัศน์มีคุณสมบัติดังนี้ (จุมพล, 2528)

1. โทรทัศน์ทำการส่งสารด้วยคลื่นวิทยุและแปรเป็นคลื่นเสียงและภาพ ซึ่งสามารถกระจายไปได้ไกลและรวดเร็ว
2. โทรทัศน์ทำการส่งสารเป็นทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน
3. โทรทัศน์สามารถเสนอเนื้อหาและสาระที่เป็นของจริงได้ง่ายและละเอียด
4. ในการรับสารจากโทรทัศน์ผู้รับสารจะเข้าใจและจดจำได้ง่าย

โทรทัศน์มีข้อดีที่สามารถนำสารไปสู่ผู้ชมได้ทั้งภาพและเสียง ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือก็สามารถเข้าใจสารจากโทรทัศน์ได้ ดังนั้นจำนวนผู้รับสารจึงไม่จำกัดเฉพาะผู้ที่อ่านออกเขียนได้เท่านั้น มองในแง่ความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสารแล้วโทรทัศน์จึงเข้าถึงผู้รับสารได้กว้างขวางที่สุด (ปรมะ, 2541) นอกจากนี้โทรทัศน์มีโอกาสนำเสนอข่าวสารที่เป็นเรื่องราว เป็นการแสดงที่เหมือนจริงของผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างอารมณ์หรือภาพลักษณ์ในตราสินค้า การจูงใจด้านความบันเทิงทำให้ผลิตภัณฑ์น่าสนใจรวมทั้งโทรทัศน์เป็นสื่อกลางในการสาธิตการทำงานของ

ผลิตภัณฑ์ที่ได้ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า โทรทัศน์เป็นการรวมคุณสมบัติของวิทยุและหนังสือพิมพ์และเพิ่มสีสันให้ดึงดูดน่าสนใจยิ่งขึ้น

สำหรับข้อเสียของโทรทัศน์คือ เนื้อหาที่ใช้อ้างอิงหรือเก็บรักษาไว้ได้ลำบาก รายการทางโทรทัศน์เป็นรายการที่ไม่มีค่าคงทน เพราะเมื่อรายการออกอากาศไปแล้วหากผู้ชมพลาดโอกาสชมรายการก็ไม่สามารถได้รับประโยชน์จากรายการนั้น เว้นเสียแต่ว่าจะมีการบันทึกเทปโทรทัศน์เอาไว้ (ปรมะ, 2541)

### อินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนหนึ่งในระบบการสื่อสารที่ช่วยให้สังคมมีความใกล้ชิดกัน ทำให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ การติดต่อสื่อสาร การทำงานมีความคล่องตัว สะดวก รวดเร็วเพิ่มมากกว่าคิดและเข้ากับยุคปัจจุบัน คือ เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร / สารสนเทศ ซึ่งอินเทอร์เน็ตช่วยให้บริการ เปิดโอกาสให้ผู้ที่ต้องการศึกษา ค้นคว้า หาข้อมูลได้เรียนรู้ด้วยตนเองอีกทางหนึ่ง (มงคล, 2544)

การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต เปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันได้ง่ายขึ้น และสามารถเชื่อมถึงกันได้อย่างรวดเร็ว ทำให้สังคมเล็กหรือแคบลงด้วยประสิทธิภาพ หรือความรวดเร็วของระบบส่ง-รับ-กระจายข้อมูลข่าวสาร เผยแพร่ข้อมูลออกสู่สาธารณชน โดยผู้ที่สนใจ หรือต้องการข้อมูล จะสามารถสืบค้นได้จากอินเทอร์เน็ตเช่นกัน อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งข่าวสารที่ทันสมัย และช่วยให้รับรู้ข่าวสารที่เกิดขึ้นในมุมอื่นๆ ของสังคมได้อย่างรวดเร็วกว่าสื่ออื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือแม้แต่โทรทัศน์ (เบญจรัตน์, 2544)

เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้หลายองค์กรทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพากันเปิดเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริษัทและให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ โดยบริการผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งจะให้ข้อมูล รายละเอียดด้านการท่องเที่ยว นับว่าเป็นการเปิดโอกาสและเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง แผนที่ เทศกาลและงานประเพณี สถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร สินค้าพื้นเมือง การพยากรณ์อากาศ บริษัททัวร์ เกร็ดความรู้ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

สื่อแต่ละประเภทและรูปแบบรายการมีอิทธิพลต่อผู้รับสารที่แตกต่างกัน ซึ่งความสำคัญของรูปแบบรายการ คือ รูปแบบจะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ การตีความหมาย และความคาดหวังของผู้รับสาร และผู้รับสารยังรับรู้ทั้งรูปแบบและเนื้อหาไปพร้อมๆ กัน อย่างไม่อาจจะแยกจากกันได้ ผู้รับสาร ย่อมเรียนรู้กฎกติกาของแต่ละรูปแบบไปพร้อมๆ กับเนื้อหา เช่น ผู้ชมคงจะไม่คาดหวังลักษณะเอาจริงเอาจังจากรายการเกมโชว์เหมือนที่คาดหวังจากรายการข่าว เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายขององค์กรที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อนำเสนอข้อมูลก็มีผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของผู้รับสารที่แตกต่างกันถึงแม้ว่าแต่ละองค์กรจะนำเสนอในเรื่องเดียวกันก็ตาม (กาญจนา, 2542) เช่น การนำเสนอเรื่องการท่องเที่ยว บางหน่วยงานมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว แต่บางหน่วยงานมีเป้าหมายให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว

### แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ บุคคลใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาในชีวิตประจำวัน และเป็นข้อมูลในการวางแผนประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสาร (information society) และยังเป็นยุคของข่าวสาร (information age) อีกด้วย (ปรมะ, 2541)

โดยปกติแล้วบุคคลมักจะมิมีนิสัยชอบเลือก เลือกที่จะคิด เลือกที่จะเชื่อ ตามที่ใจปรารถนา เลือกของที่ดี ของที่ดี ของที่ชอบ ของที่ต้องการ นิสัยในการชอบเลือกนี้เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ชีวิต ในการสื่อสารก็เช่นเดียวกัน ในสถานการณ์ของการสื่อสารแต่ละสถานการณ์ บุคคลจะทำการเลือกว่า ควรจะทำการสื่อสารอย่างไร ตามความรู้สึกและความต้องการของตนเอง (ปรมะ, 2541) ซึ่งความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ข่าวสารมีที่มาจากหลายแหล่งด้วยกัน ขึ้นอยู่กับว่าบุคคลเลือกที่จะรับข่าวสารนั้นๆ จากแหล่งใด โดยที่บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเอง แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งๆ มีการเปิดรับสื่อเกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือ (ชวรัตน์, 2527)

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมจะไม่ชอบอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่

จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ แต่เมื่อไม่สามารถติดต่อกับสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสารนั่นเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองมากที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ และไม่ว่าสิ่งตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้านหรือเพื่อนร่วมโลก ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ นอกเหนือจากที่เกิดขึ้นใกล้ชิดกับตนเองมากที่สุดแล้ว คงไม่มีอะไรดีกว่าสื่อมวลชนต่างๆ ทั้งนี้มิใช่เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในด้านต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นอีกด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานนั้น มนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งได้ให้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณในทางปฏิบัติ ทางจรรยาจรใจหรือแม้แต่ทางความคิด ก็สามารถจะหาได้จากสื่อมวลชนเสียเป็นส่วนใหญ่

โดยในการเปิดรับข่าวสารนั้น ผู้รับสารอาจเปิดรับสารโดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร(selective process) ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ ดังนี้ (Klapper, 1960)

1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (selective exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการของตนเองเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาและเป็นข้อมูลเพื่อสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (selective attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติ หรือ

ความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกรู้สึกของเขาจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจและสับสนได้

3. การเลือกรับรู้และการเลือกตีความหมาย (selective perception and interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (selective retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารเข้าไว้เป็นประสบการณ์เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

ดังเช่นคนที่ชอบท่องเที่ยวก็จะเลือกรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ตนสนใจ อาจจะเลือกรับรู้เฉพาะเรื่องการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เลือกจดจำเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเมื่อมีโอกาสจึงนำข้อมูลที่จดจำไปประยุกต์ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แต่ในขณะที่เดียวกันหากนักท่องเที่ยวไม่สนใจเรื่องการท่องเที่ยวทางธรรมชาติก็มักจะลืมเรื่องการท่องเที่ยวทางธรรมชาติไปเลย

### พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

#### พฤติกรรม

พฤติกรรม คือ การกระทำที่เป็นการแสดงออกของบุคคลที่มีพื้นฐานมาจากความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก โดยการแสดงออกนั้นบุคคลอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ (ไพบูลย์, 2537; วิภาพร, 2543) โดยทั่วไปพฤติกรรมแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. พฤติกรรมภายใน (covert behavior) เป็นการกระทำหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ในร่างกาย บุคคลอื่นไม่สามารถสังเกตเห็นได้ มีทั้งที่เป็นรูปธรรม

ได้แก่ การเต้นของหัวใจ และที่เป็นนามธรรม ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน เช่น ความคิด ทัศนคติ ค่านิยม ฯลฯ

2. พฤติกรรมภายนอก (overt behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสามารถสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส บุคคลแสดงออกมาให้เห็นทั้งทางวาจา การกระทำต่างๆ เช่น การพูด การร้องไห้ ซึ่งบุคคลจะแสดงพฤติกรรมให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตนต้องการ

สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ฐิติ (2538) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ปฏิบัติการแสดงออกทั้งภายในและภายนอกของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงปฏิภริยาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวแสดงออกนั้นจะมีสาเหตุ 2 ประการ ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ นิสัยเฉพาะตัว การเรียนรู้ รูปแบบการใช้ชีวิต การรับรู้ตัวตนของบุคคล ฯลฯ 2) ปัจจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น ชนชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ผู้นำทางความคิด วัฒนธรรมของสังคม ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลทำให้พฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่น การท่องเที่ยวแบบผจญภัยจะพบมากในกลุ่มวัยรุ่นและวัยกลางคน ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะนิยมท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ชมงานศิลปะ เป็นต้น

### นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว คือ บุคคลที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยหรือภูมิลำเนาไปยังสถานที่ที่อยู่ห่างไกล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ศึกษาเรียนรู้ หรือหาประสบการณ์แปลกใหม่ และทั้งนี้จะต้องมิใช่ไปเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ (สุรเชษฐ์, 2541)

สุรเชษฐ์และคณะ (2538) ได้กล่าวถึงลักษณะของนักท่องเที่ยว ซึ่งจำแนกตามพฤติกรรมด้านการใช้พื้นที่นันทนาการและท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมธรรมชาติและ/ หรือการผจญภัยมีลักษณะดังนี้ คือ มีแนวโน้มที่จะมีจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์และมีความรับผิดชอบในการใช้พื้นที่ จำนวนคนต่อกลุ่มไม่มากนักและไม่ชอบความแออัด สนใจกิจกรรมท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยให้คนได้ใกล้ชิดธรรมชาติ ศึกษาธรรมชาติ ตลอดจนการผจญภัยตื่นเต้นท้าทาย ไม่นั่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่ฟุ่มเฟือยและมากเกินไป

ต้องการขั้นพื้นฐานแต่สนใจธรรมชาติและวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรม มีการศึกษาสูง มีรายได้ต่อหัวต่อปีสูง ไม่สนับสนุนกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากการทำลายธรรมชาติที่ควรรักษาไว้

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป มีลักษณะดังนี้ คือ นิยมไปเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับ ความนิยมสูง ไม่สนใจกับความแออัด ส่วนใหญ่เป็นการไปเที่ยวหรือกระทำกิจกรรมเพื่อให้ได้ความ สนุกสนาน ความบันเทิง ส่วนใหญ่จะขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ไม่เคารพสถานที่ และขาดความ รับผิดชอบในการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี อาจเพราะขาดความเอาใจใส่ ไม่สนใจจะปฏิบัติตาม กฎระเบียบ หรือ ไม่รู้จักวิธีการเที่ยวที่เหมาะสมถูกต้อง ขาดความสนใจที่จะเรียนรู้ธรรมชาติที่อยู่รอบ ข้าง ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่หรูหราฟุ่มเฟือย

ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใดก็ตาม การเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี ควรเริ่มต้นจากการศึกษา ข้อมูลเบื้องต้นของแหล่งท่องเที่ยว การเตรียมตัวไปเที่ยว ตลอดจนการปฏิบัติตนในพื้นที่อย่าง เหมาะสม เช่น หากต้องการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ ซึ่งเป็นพื้นที่อนุรักษ์ ควรเลือกกิจกรรมที่มี โอกาสได้สัมผัส เรียนรู้ธรรมชาติและใช้บริการสื่อความหมายธรรมชาติ แต่ถ้าต้องการประกอบ กิจกรรมเพื่อความสนุกสนาน หรือการบันเทิงต่างๆ ที่ขัดแย้งกับความสงบหรือสภาพธรรมชาติที่มี อยู่เดิมก็ให้พิจารณาไปเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ที่จัดไว้สำหรับกิจกรรมดังกล่าว

จากแนวคิดดังกล่าว การศึกษาครั้งนี้กำหนดให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การ ปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย การเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว การ เลือกแหล่งท่องเที่ยว การเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว และการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความต้องการด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ชูสิทธิ์ (2538) ได้ กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการด้านการท่องเที่ยวไว้ 4 ประการ ดังนี้

### 1. สิ่งดึงดูดใจ (attraction) ประกอบด้วย

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นพื้นที่ที่สวยงามตามธรรมชาติ มีสภาพภูมิอากาศ เย็นสบาย อาจมีประเพณีต่างๆ ที่น่าสนใจ และมีความสะดวกในการเข้าถึง

1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ต่างๆ อาจ เหมือนหรือแตกต่างกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว



1.3 ชาติพันธุ์ ในการเดินทางท่องเที่ยวบางครั้งก็เพื่อต้องการเยี่ยมเพื่อนและญาติมิตร

1.4 แหล่งบันเทิง เช่น สถานเริงรมย์ยามราตรี สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา ฯลฯ ซึ่งแหล่งบันเทิงเหล่านี้จะมีกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การแสดงโชว์ การแข่งขันกีฬา โอลิมปิก ฟุตบอลโลก ฯลฯ

2. การขนส่ง (transportation) นักท่องเที่ยวต้องเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการขนส่งจึงเป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งควรทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) สิ่งดึงดูดใจจะเป็นปัจจัยชักนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวและเมื่อนักท่องเที่ยวไปถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้วสิ่งที่จำเป็นก็คือ การอำนวยความสะดวก และการบริการต่างๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของใช้ที่จำเป็น รวมทั้งระบบสาธารณูปโภคและระบบการสื่อสาร

4. การต้อนรับ (hospitality) เป็นสิ่งสำคัญ เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางกลับไปยังสถานที่เดิมนั้น เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของคนหรือพนักงานในพื้นที่ไม่น้อยไปกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ สุรเชษฐ์ (2535) ยังได้กล่าวถึงปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจซึ่งมีอิทธิพลต่อความต้องการด้านนันทนาการไว้ดังนี้

1. ประชากร (population) ปัจจัยด้านประชากรที่มีอิทธิพลต่อความต้องการด้านนันทนาการ มีหลายลักษณะ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1.1 จำนวนประชากร (population size) จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นทำให้ความต้องการใช้แหล่งนันทนาการมีมากขึ้นด้วย และหากปัจจัยอื่นๆ มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย เช่น รายได้ การศึกษา การคมนาคม ฯลฯ แนวโน้มของความต้องการด้านนันทนาการก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้น

1.2 ที่อยู่อาศัย (living area) ในเขตเมืองจะมีการพัฒนาทางด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การศึกษา เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม ฯลฯ ซึ่งเป็นสาเหตุให้ประชากรในชนบทย้ายถิ่นฐานเข้ามาอาศัย ในเขตเมืองและชานเมืองมากขึ้น มีผลทำให้เกิดความแออัด เกิดปัญหาด้านสาธารณสุข โภค ปัญหา ความขัดแย้งทางสังคมในรูปแบบต่างๆ เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นมากมาย บุคคลก็เกิดความเครียด ต้องการ การพักผ่อน ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ประชากรในเขตเมืองออกเดินทางท่องเที่ยว และหากเมืองมี ขนาดใหญ่มากเท่าใดแนวโน้มของประชากรที่จะเดินทางท่องเที่ยวก็ยิ่งมากขึ้น

1.3 อายุ (age) อายุของประชากรจะเป็นตัวชี้ถึงความต้องการกิจกรรมนันทนาการ อายุ ต่างกันจะเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการที่ต่างกัน ความสนใจและขีดความสามารถในการเข้าร่วม กิจกรรมนันทนาการจะเปลี่ยนแปลงไปเมื่ออายุมากขึ้น

1.4 การศึกษา (education) โดยทั่วไปแล้วการศึกษาจะมีความสัมพันธ์กับรายได้ กล่าวคือ ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มว่าจะมีรายได้ที่ดี และการที่มีรายได้ดีก็ส่งผลต่อความต้องการด้าน นันทนาการ ซึ่งจะเห็นได้จากนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติส่วนใหญ่จะมีความศึกษาใน ระดับดี คือ ไม่ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

2. รายได้ (income) การเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งย่อมจะต้องมีค่าใช้จ่าย ดังนั้นปัจจัยด้าน รายได้จึงมีอิทธิพลต่อความต้องการด้านนันทนาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายได้จะเป็นตัวกำหนดหรือ บ่งบอกถึงความสามารถของบุคคลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งนันทนาการประเภท ต่างๆ และยังมีอิทธิพลต่อการเลือกกิจกรรมที่จะเข้าร่วม ซึ่งกิจกรรมแต่ละประเภทจะมีค่าใช้จ่ายที่ แตกต่างกัน

3. ว่าง (leisure) บุคคลมีโอกาสร่วมกิจกรรมนันทนาการมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ ว่างที่ตนเองมีอยู่ และปริมาณของว่างก็ยังมีผลต่อการเลือกกิจกรรมแต่ละชนิด เช่น ในวัน ทำงานปกติ แม้จะมีว่างแต่ก็อาจเป็นช่วงเวลาที่สั้นเกินไปที่จะเดินทางไปยังอุทยานแห่งชาติ จึง เลือกที่จะทำกิจกรรมอื่นแทน เช่น ดูภาพยนตร์ ฟังเพลง เล่นกีฬา ฯลฯ ว่างของแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับหน้าที่การงานหรือภารกิจต่างๆ เช่น ข้าราชการกับพ่อค้าก็จะมีชั่วโมงการทำงานและเวลา ว่างที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าบุคคลจะมีว่างที่เหมือนกันหรือมีปริมาณว่างที่ เท่ากัน ก็ไม่ได้หมายความว่าบุคคลจะเข้าร่วมกิจกรรมที่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจของ

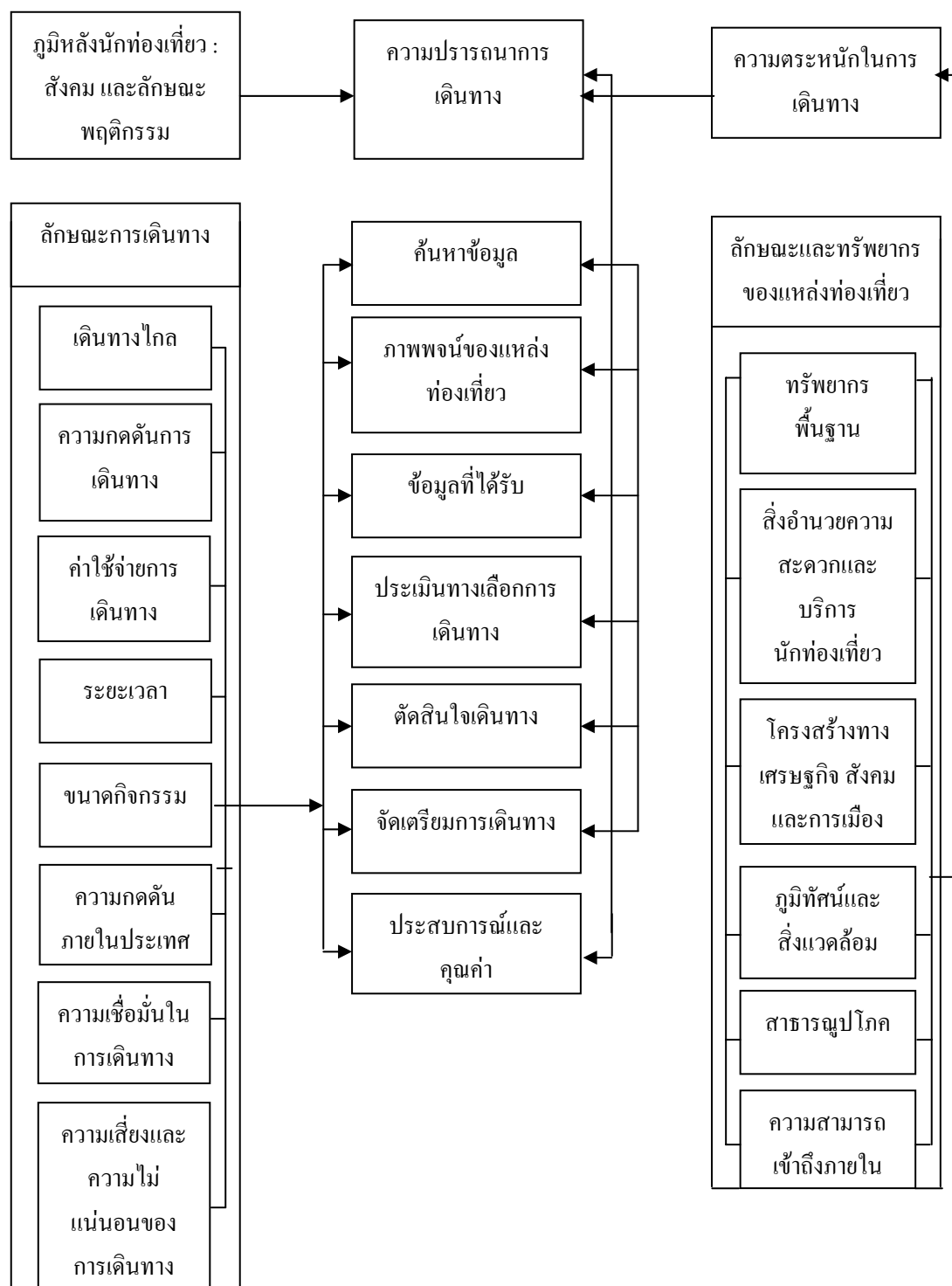
แต่ละบุคคลด้วย เช่น ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ บางคนต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ แต่บางคนต้องการพักผ่อนอยู่กับบ้าน

4. การคมนาคมและการสื่อสาร (transportation and communication) แหล่งนันทนาการที่มีการคมนาคมเข้าถึงสะดวก มีแนวโน้มว่าจะเป็นปัจจัยดึงดูดให้คนเข้ามาใช้ประโยชน์ได้มากกว่า แหล่งนันทนาการที่มีการคมนาคมเข้าถึงค่อนข้างยาก นอกจากนี้การสื่อสารยังกระตุ้นให้บุคคลเกิดความต้องการด้านนันทนาการได้ด้วยกล่าวคือ การรับรู้ว่ามีแหล่งนันทนาการที่สวยงาม ย่อมเป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว

5. อุปทานของแหล่งนันทนาการ (supply of recreation areas) ปัจจัยอีกอย่างหนึ่งที่มีผลต่อความต้องการด้านนันทนาการ คือปริมาณของแหล่งนันทนาการ กล่าวคือหากนักท่องเที่ยวต้องการความสงบ หลีกหนีจากความแออัดและเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แต่ปริมาณแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มีน้อย ก็ย่อมมีแนวโน้มว่าเมื่อเดินทางไปถึงอาจพบว่าไม่ใช่สถานที่ที่หาความสงบได้ ดังนั้นหากมีปริมาณแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพออาจจะสามารถกระจายนักท่องเที่ยวไปตามแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีสภาพพื้นที่ใกล้เคียงกันได้

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว ซึ่ง Mathieson and Wall (1982) ได้กล่าวถึง กรอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับหลักการ 5 ประการ คือ

1. ความรู้สึกปรารถนาและความต้องการ
2. การรับรู้และประเมินข้อมูลข่าวสาร
3. การตัดสินใจเดินทาง
4. การเตรียมตัวและประสบการณ์เดินทาง
5. ความพอใจ



ภาพที่ 1 กรอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ Mathieson and Wall  
ที่มา: ดัดแปลงจาก Mathieson and Wall (1982)

ในกรอบความสัมพันธ์ (ดังภาพที่ 1) และอิทธิพลของแต่ละตัวแปรที่มีต่อขั้นตอนการตัดสินใจ จะพิจารณาถึงผลของการท่องเที่ยวในหัวข้อหลักดังนี้

1. ภูมิหลังนักท่องเที่ยวจะพิจารณาถึงเศรษฐกิจ สังคม และลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
2. การรับรู้ในการเดินทาง ศักยภาพของนักท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจให้เกิดการเดินทาง แต่จะไม่ทราบว่า จะใช้โอกาสใดดี ซึ่งการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะขึ้นกับข้อมูลข่าวสารและการตีความหมายข้อมูลตามลักษณะบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเอง
3. การเดินทางในอนาคต จะพิจารณาจากปัจจัยระยะทาง ช่วงเวลาการพัก เวลาที่จำกัด ค่าใช้จ่าย ขนาดของกิจกรรม และความเสี่ยง
4. ทรัพยากรและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ขึ้นกับความน่าสนใจ คุณภาพบริการ สภาพแวดล้อม และลักษณะประชากรในพื้นที่

กรอบของกระบวนการนี้ชี้ให้เห็นถึงผลที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวจากการตัดสินใจ ซึ่งผลนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงตามการตอบสนองที่เปลี่ยนไปในการเดินทางครั้งต่อไป ตามลักษณะการเดินทางของบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเอง

### อุทยานแห่งชาติ

#### นิยาม

อุทยานแห่งชาติเป็นพื้นที่ธรรมชาติทางบกและ/หรือทางทะเลที่ได้รับการประกาศให้เป็นแหล่งสงวนและคุ้มครองสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ซึ่งประกอบด้วยระบบนิเวศ ลักษณะเด่นตามธรรมชาติ หรือทิวทัศน์งดงาม เป็นแหล่งพืชพรรณ สัตว์ป่า ธรณีสัณฐาน และเป็นถิ่นที่อาศัยที่มีคุณค่า ทั้งนี้เพื่อการใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาวิจัย นันทนาการและการท่องเที่ยว ซึ่งอุทยานแห่งชาติแต่ละแห่งก็จะมีศักยภาพที่แตกต่างกันไปตามสภาพพื้นที่ ทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ และการบริหารจัดการ (คณะวนศาสตร์, 2530; ดร.รชนีและสุรเชษฐ์, 2541)

## ความเป็นมาและวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติ

กรมป่าไม้ (2543) ได้สรุปความเป็นมาของการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติว่า ในปีพ.ศ.2439 มีการจัดตั้งกรมป่าไม้ขึ้นและมีการดำเนินงานเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง ต่อมาในปีพ.ศ.2486 กรมป่าไม้ดำเนินการจัดตั้งป่าภูกระดึง จังหวัดเลย เป็นวนอุทยานขึ้นเป็นแห่งแรก จนกระทั่งในปี พ.ศ.2502 จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายกรัฐมนตรีขณะนั้น ได้เสนอเรื่องการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติต่อ คณะรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กระทรวงเกษตรและกระทรวงมหาดไทยร่วมกันจัดตั้ง อุทยานแห่งชาติพร้อมกับร่างพระราชบัญญัติสำหรับใช้บังคับขึ้นเป็นการเร่งด่วน และในปีพ.ศ.2505 ได้มีการประกาศจัดตั้งป่าเขาใหญ่ ในท้องที่จังหวัดนครราชสีมา ปราจีนบุรี และสระบุรี ให้เป็น อุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทย

สำหรับวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติ มีดังนี้

1. เพื่ออนุรักษ์ ดูแล ปกป้อง และปราบปรามการลักลอบทำลายทรัพยากรทุกชนิดที่อยู่ใน อุทยานแห่งชาติ
2. เพื่อรักษาทรัพยากรในพื้นที่ให้อยู่ในสภาพธรรมชาติสำหรับอำนวยความสะดวกด้าน การศึกษา ค้นคว้า วิจัย และงานวิชาการต่างๆ
3. เพื่อคงไว้ซึ่งพื้นที่ที่มีความงามเป็นพิเศษ สำหรับอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวและ พักผ่อนหย่อนใจบนพื้นฐานของการจัดการ ให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ที่เปลี่ยนแปลง สภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ตลอดจนดำเนินกิจกรรมสื่อความหมายธรรมชาติต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องอย่างเป็นระบบ

## แนวทางการจัดการอุทยานแห่งชาติ

แนวความคิดการจัดการอุทยานแห่งชาติในประเทศไทยยึดปรัชญาของการอนุรักษ์ไว้ซึ่ง ธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นองค์ประกอบหลักของพื้นที่ให้คงอยู่อย่างยั่งยืนและสามารถ เอื้ออำนวยประโยชน์แก่สาธารณชนในเรื่องต่างๆ เช่น นันทนาการและการท่องเที่ยว การศึกษาวิจัย และพัฒนาชนบท โดยมีมาตรการในการจัดการดังนี้ (ดร.ชนันและสุรเชษฐ์, 2541)

1. การวางแผนการจัดการอุทยานแห่งชาติ จะต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบเพื่อที่จะเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการและพัฒนาสิ่งต่างๆ อย่างมีระบบ สาระสำคัญในแผนการจัดการจะต้องครอบคลุมในเรื่องต่างๆ ดังนี้ การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ การนันทนาการและสื่อความหมายธรรมชาติ การบำรุงรักษาและฟื้นฟูทรัพยากร การจัดการด้านการบริหารและบุคลากร และการกำหนดความสำคัญก่อนหลัง

2. การแบ่งเขตการจัดการ โดยทั่วไปมีอย่างน้อย 3 เขตหลัก ได้แก่

2.1 เขตบริการ (service zone) เป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาสิ่งก่อสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บ้านพัก ร้านค้า ร้านอาหาร ฯลฯ

2.2 เขตนันทนาการ (recreation zone) เป็นพื้นที่ที่มีสิ่งที่น่าสนใจหรือจุดสนใจต่างๆ ที่เหมาะสมกับกิจกรรมนันทนาการ เช่น น้ำตก ถ้ำ ชายหาด ฯลฯ

2.3 เขตป่าเปลี่ยว (primitive zone) เป็นพื้นที่ที่มีความเปราะบางหรือเกิดผลกระทบได้ง่าย เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารปกติจะไม่มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากจัดให้มีทางเท้าแบบง่ายๆ เขตนี้โดยมากจะมีเนื้อที่กว้างใหญ่ บางกรณีมีพื้นที่ถึงร้อยละ 90-95 ของพื้นที่ทั้งหมด

นอกจากเขตหลักๆ ทั้งสามเขตนี้แล้ว บางครั้งยังมีการแบ่งเขตเพิ่มขึ้นอีกเพื่อประโยชน์ในการจัดการ ได้แก่ เขตฟื้นฟูสภาพธรรมชาติ (recovery zone) เป็นพื้นที่ที่มีสภาพเสื่อมโทรมต้องการให้มีการฟื้นฟูขึ้นมาใหม่ เขตการใช้ประโยชน์ในกรณีพิเศษ (special use zone) เป็นพื้นที่ที่มีการใช้ประโยชน์มาก่อนแล้วแต่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดการอุทยานแห่งชาติ เช่น เป็นที่ตั้งของหมู่บ้าน เป็นที่ตั้งของสถานที่ราชการ ฯลฯ

3. การจัดการผู้มาเยือน มีการตั้งกฎระเบียบและการให้ข้อมูล เพื่อใช้ควบคุมจำนวนประเภท และพฤติกรรมของผู้มาเยือน สำหรับเทคนิคการจัดการผู้มาเยือนมีหลายรูปแบบ ได้แก่ การจำกัดปริมาณการใช้ประโยชน์ การกระจายและ การรวมการใช้ประโยชน์ การจำกัดระยะเวลาและฤดูกาลในการใช้ประโยชน์ การให้การศึกษาเรื่องผลกระทบจากการใช้ประโยชน์ เป็นต้น

4. การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนท้องถิ่น มาตรการที่สำคัญ ได้แก่ มวลชนสัมพันธ์ การขอความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชน การให้ประชาชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากอุทยานแห่งชาติ เป็นต้น

### พื้นที่ศึกษา

#### อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์

ฝ่ายนันทนาการและสื่อความหมาย (2544) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ไว้ว่า อุทยานแห่งชาติแห่งนี้มีพื้นที่ครอบคลุมอำเภอสันป่าตอง จอมทอง แม่แจ่ม แม่วาง และกิ่งอำเภอคอยหล่อ จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยภูเขาสูงสลับซับซ้อน มีดอยอินทนนท์เป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในประเทศไทย เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารของแม่น้ำหลายสาย มีน้ำตกหลายแห่งที่มีความสวยงามมาก มีเนื้อที่ประมาณ 301,500 ไร่

ลักษณะภูมิประเทศประกอบด้วยภูเขาสลับซับซ้อน มียอดดอยอินทนนท์เป็นจุดสูงที่สุดในประเทศไทย สูงจากระดับน้ำทะเล 2,565 เมตร ยอดเขาที่มีความสูงรองลงมาคือ ดอยหัวหมกดหลวง สูงจากระดับน้ำทะเล 2,330 เมตร ดอยอินทนนท์เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำแม่กลาง แม่ป่าก่อ แม่ปอน แม่หอย แม่ยะ แม่แจ่ม แม่ข่าน และเป็นส่วนหนึ่งของต้นน้ำแม่ปิงที่ไหลลงสู่เขื่อนภูมิพลจังหวัดตาก

สำหรับสภาพภูมิอากาศนั้นเนื่องจากสภาพพื้นที่สูงจึงมีอากาศหนาวเย็นตลอดปี ในฤดูหนาวบางปีอุณหภูมิจะลดต่ำกว่าศูนย์องศาเซลเซียส ส่วนในฤดูร้อนอากาศบนยอดดอยก็ยังคงหนาวเย็นอยู่

ในด้านพรรณไม้และสัตว์ป่า จากสภาพทั่วไป เป็นพื้นที่โล่งสลับกับป่าไม้ เนื่องจากถูกชาวเขาเผ่ามั่ววางป่าทำไร่ จะเห็นได้จากบริเวณสองข้างทางขึ้นดอยอินทนนท์ ในบางช่วงจะพบเขาหัวโล้น ป่าในเขตอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์มีหลายชนิด คือ ป่าดิบเขา ป่าสน ป่าเต็งรัง และป่าเบญจพรรณ ไม้มีค่าทางเศรษฐกิจได้แก่ สัก (*Tectona grandis.*) เหียง (*Dipterocarpus obtusifolious.*) ประดู่ (*Pterocarpus macrocarpus.*) เป็นต้น สำหรับสัตว์ป่าในบริเวณอุทยานแห่งชาติมีจำนวนลดลงไปมากเนื่องจากชาวเขาเผ่าต่างๆ ล่าเป็นอาหารและป่าที่เป็นแหล่งอาศัยหาอาหารถูกทำลายไป ทำให้สัตว์ใหญ่บางชนิดหมดไปจากป่านี้ สัตว์ที่เหลืออยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ เลียงผา



(*Capricornis sumatraensis*.) กวาง (*Nemorhaedus griseus*.) เสือ (*Panthera tigris*.) ชะนี (*Hylobates Sp.*) กระต่ายป่า (*Lepus siamensis*.) และไก่ป่า (*Gallus gallus*.)

แหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ ได้แก่

ยอดคอยอินทนนท์ เป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในประเทศไทย นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปเพื่อเก็บไว้เป็นประสบการณ์ชีวิต บนยอดคอยมีอากาศหนาวเย็นเหมือนกับเมืองหนาว ซึ่งในฤดูหนาวจะมีเมฆหมอกครึ้ม พันธุ์ไม้บริเวณยอดคอยประกอบด้วยข้าวตอกฤๅษี กุหลาบป่า และต้นไม้มิเตอร์ไคร้และมอสเกาะขึ้นอยู่อย่างหนาแน่น มีสีเขียวสลับกับสีส้ม-สีน้ำตาล เป็นต้น

น้ำตกแม่กลาง อยู่ทางทิศตะวันออกของอุทยานแห่งชาติ ถนนสายจอมทอง-คอยอินทนนท์ ประมาณหลักกิโลเมตรที่ 8 แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 1 กิโลเมตร

น้ำตกแม่ยะ อยู่ทางทิศใต้ของอุทยานแห่งชาติ แยกถนนสายจอมทอง-ฮอด เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ มีความสูง 260 เมตร ซึ่งเป็นน้ำตกที่สวยงามมากแห่งหนึ่งในประเทศไทย

น้ำตกสิริภูมิ เป็นน้ำตกที่อยู่ใกล้หลักกิโลเมตรที่ 31 ถนนสายจอมทอง-คอยอินทนนท์

น้ำตกวชิรธาร เกิดจากลำห้วยแม่กลาง อยู่ประมาณหลักกิโลเมตรที่ 22 ถนนสายจอมทอง-คอยอินทนนท์ มีน้ำไหลจากหน้าผาสูงถึง 70 เมตร

น้ำตกและแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่นๆ ได้แก่ น้ำตกวังพระเจ้า น้ำตกตาดน้อย บ้านแม่กลางเจดีย์นภเมทนีดลและพระมหาธาตุนภพลภูมิสิริ เส้นทางเดินป่าและดูนกกีวแม่ปาน คอยอ่างกานอกจากนั้นในอุทยานแห่งชาติยังมีถ้ำที่สวยงามหลายแห่ง เช่น ถ้ำบริจินดา ถ้ำหุบผาสวรรค์

ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ ปรากฏตามภาคผนวก ก

## อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่

ฝ่ายนันทนาการและสื่อความหมาย (2544) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ไว้ว่าอุทยานแห่งชาตินี้มีอาณาเขตคาบเกี่ยวติดต่อกันถึง 11 อำเภอของ 4 จังหวัดคือ สระบุรี นครราชสีมา ปราจีนบุรี และนครนายก ได้รับสมญาว่าเป็น อุทยานมรดกของกลุ่มประเทศอาเซียน เป็นผืนป่าใหญ่ในเทือกเขาพนมดงรัก ในส่วนหนึ่งของดงพญาไฟหรือดงพญาเย็นในอดีต ประกอบไปด้วยขุนเขาอันยิ่งใหญ่สลักรับซัดซ้อนหลายลูกที่เป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำลำธารที่สำคัญถึง 5 สาย เช่น แม่น้ำนครนายก แม่น้ำมูล อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ไม้และสัตว์ป่านานาชนิด ตลอดจนมีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สวยงาม อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีเนื้อที่ 2,168.64 ตารางกิโลเมตรหรือ 1,355,396.96 ไร่

ลักษณะภูมิประเทศ สภาพทั่วไปของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ประกอบด้วยเทือกเขาที่สลักรับซัดซ้อนกันหลายลูก ได้แก่ เขาร่ม เขาแหลม เขาเขียว เขาสามยอด เขาฟ้าผ่า เขากำแพง เขาสมอปูน และเขาแก้ว และยังประกอบด้วยทุ่งกว้างสลักกับป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ ด้านทิศเหนือและทิศตะวันออกพื้นที่จะลาดลง ทางทิศใต้และทิศตะวันตกเป็นที่สูงชันขึ้นไปเรื่อยๆ นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำที่สำคัญ เช่น แม่น้ำปราจีน แม่น้ำนครนายก แม่น้ำบางปะกง แม่น้ำลำตะคองและลำพระเพลิง

จากสภาพป่ารกทึบและได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม ทำให้พื้นที่ของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เกิดพายุฝนตกชุกตามฤดูกาล อากาศไม่ร้อนจัดหรือหนาวจัดจนเกินไป ลักษณะภูมิอากาศอยู่ในประเภทเขตอบอุ่นเหมาะแก่การท่องเที่ยวชมธรรมชาติเป็นอย่างมาก

สำหรับด้านป่าไม้หรือพันธุ์ไม้ที่มีอยู่ในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ สามารถจำแนกได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ป่าเบญจพรรณแล้ง ป่าชนิดนี้อยู่ทางทิศเหนือซึ่งมีระดับความสูงระหว่าง 200-600 เมตรจากระดับน้ำทะเล ชนิดไม้ที่สำคัญ ได้แก่ มะค่าโมง (*Azelia xylocarpa*) ประดู่ (*Pterocarpus macrocarpus*) ตะแบก (*Lagerstroemia cuspidata*) เป็นต้น พืชชั้นล่างมีไม้ไผ่และหญ้าต่างๆ รวมทั้งกล้วยป่าด้วย ในฤดูแล้งป่าชนิดนี้จะมีไฟไหม้ลูกกลมเสมอ

2. ป่าดงดิบแล้ง ป่าชนิดนี้อยู่ทางทิศตะวันออก ซึ่งเป็นที่ราบลูกเนินในระดับความสูง 200-600 เมตร จากระดับน้ำทะเล ชนิดไม้ที่สำคัญ ได้แก่ ยางนา (*Dipterocarpus alatus*.) เกียมคะนอง (*Shorea henryana*.) ตะเคียนหิน (*Hopea ferrea*.) เป็นต้น

3. ป่าดงดิบชื้น เป็นป่าที่อยู่ในระดับความสูง 400-1,000 เมตร จากระดับน้ำทะเล จะมีชนิดไม้คล้ายคลึงกับป่าดงดิบแล้ง เพียงแต่ว่ามีพันธุ์ไม้วงศ์ยางขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก ชนิดไม้ที่สำคัญ ได้แก่ ยางขน (*Dipterocarpus baudii*.) กระจับปี่ (*Anisoptera scaphula*.) ปออีเก้ง (*Pterocarpus turbinatus*.) เป็นต้น

4. ป่าดิบเขา ป่าชนิดนี้เกิดในที่ที่มีอากาศเย็นบนภูเขาสูง ที่อยู่จากระดับน้ำทะเล 1,000 เมตร ขึ้นไป สภาพแตกต่างกันไปจากป่าดงดิบชื้นอย่างเห็นได้ชัด พันธุ์ไม้ที่พบเป็นไม้เนื้ออ่อน เช่น พญาไม้ (*Podocarpus nerrifolius*.) มะขามป้อมดง (*Cephalotaxus griffithii*) สนสามพันปี (*Dacrydium elatum*.) เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีไม้กึ่งชนิดต่างๆ ขึ้นในป่าดิบชื้น

5. พุ่มหญ้าและป่ารุ่นหรือป่าเหล่า ลักษณะป่าชนิดนี้เป็นผลเนื่องจากการทำไร่เลื่อนลอยในอดีต ก่อนมีการจัดตั้งป่าเขาใหญ่เป็นอุทยานแห่งชาติได้มีราษฎรอาศัยอยู่และได้แผ้วถางป่าทำไร่ เมื่อมีการอพยพราษฎรลงไปสู่ที่ราบ บริเวณไร้ดังกล่าวจึงถูกปล่อยทิ้ง ต่อมาสภาพเป็นพุ่มหญ้าคาเสียส่วนใหญ่ บางแห่งมีหญ้าแฉ่ม (*Eragrotis rutans*.) หญ้าพง (*Sorghum propinquum*.) ทองกง (*Thysanolaena maxima*.) นอกจากนั้นยังมีกูดชนิดต่างๆ ขึ้นปะปนอยู่ด้วย

ในส่วนของสัตว์ป่า อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่เป็นแหล่งที่มีสัตว์ป่าชุกชุมมาก สัตว์ป่าที่สามารถพบเห็นประจำตามทุ่งหญ้าทั่วไป ได้แก่ เก้ง (*Munitacus feai*.) กวาง (*Nemorhaedus griseus*.) นอกจากนี้ยังพบเสือ (*Panthera tigris*.) กระต๊อง (*Bos gaurus*.) ชะนี (*Hylobates Sp*.) กระต่ายป่า (*Lepus siamensis*.) นกประเภทต่างๆ โดยที่พบเห็นประจำ ได้แก่ นกเงือกในวงศ์ Bucerotidae นกขุนแผนในวงศ์ Trogonidae นกพญาไฟในวงศ์ Campephagidae นกแก้วเร่วในวงศ์ Pittidae นกโพระดกในวงศ์ Megalaima และนกกินแมลงชนิดต่างๆ

สำหรับแหล่งท่องเที่ยววนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่นับว่าเป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำลำธารที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญนั่นก็คือ น้ำตก ซึ่งน้ำตกที่เป็นที่รู้จักกันดี ได้แก่

1. น้ำตกผากล้วยไม้ เป็นน้ำตกขนาดกลางห่างจากที่ทำการอุทยานแห่งชาติประมาณ 7 กิโลเมตร สามารถเข้าถึงได้โดยทางรถยนต์และทางเดินเท้า น้ำตกผากล้วยไม้จะมีกล้วยไม้หายแฉงขึ้นอยู่ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของน้ำตกแห่งนี้

2. น้ำตกเหวสุวัต เป็นน้ำตกที่มีชื่อเสียงมากจนเป็นที่รู้จักของประชาชนโดยทั่วไป น้ำตกเหวสุวัตนี้อยู่สุดถนนธนารักษ์ หรือจะเดินเท้าต่อจากน้ำตกผากล้วยไม้ไปได้ ประมาณ 3 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นสายน้ำตกลงมาจากหน้าผาสูงประมาณ 20 เมตร บริเวณด้านล่างของน้ำตกเป็นแอ่งน้ำและลำธารเหมาะที่จะลงเล่นน้ำ แต่สำหรับฤดูฝนน้ำจะมาก ไหลแรง และค่อนข้างเย็นจัด

3. น้ำตกเหวนรก อยู่ทางทิศใต้ของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นน้ำตกขนาดใหญ่และสูงที่สุด มีทั้งหมด 3 ชั้น น้ำจะไหลจากหน้าผาทั้งสามชั้นเป็นสายน้ำที่ไหลทะลักไปสู่หุบเหวเบื้องล่างในฤดูฝนน้ำจะไหลแรงมาก

นอกจากแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตกแล้ว ในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ยังมีเส้นทางเดินป่าที่น่าสนใจแตกต่างกันไป ได้แก่ เส้นทางน้ำตกผากล้วยไม้-เหวสุวัต เส้นทางน้ำตกเหวสุวัต-น้ำตกเหวไทร-น้ำตกเหวประทุน เส้นทางหนองผักชี-คลองอีแต๋ม-บึงไผ่-ด่านช้าง เป็นต้น

ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ปรากฏตามภาคผนวก ก

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมชาติ (2533) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย พบว่า การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อเพื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย ซึ่งนิยตสารเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าให้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะตัดสินใจเดินทางหลังจากได้มีการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และพบว่าสื่อบุคคลคือสื่อที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด สถานที่ที่จะเดินทางไปเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

สกถวรรณ (2540) ศึกษาเรื่ององค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือสื่อวิทยุ และกลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเนื้อหาของกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่นๆ นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ด้วย แต่ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ศิริลักษณ์ (2540) ศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ Amazing Thailand ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติ และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน

สุชาดา (2542) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อวิทยุมากที่สุด รองลงมาคือโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ตามลำดับ มีความรู้และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชนทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วิไลสา (2542) ศึกษาการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า องค์ประกอบของรูปแบบ เนื้อหา และจิตวิทยาที่ใช้สร้างสื่อโฆษณาทั้งโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณากลางแจ้ง กับปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคต่อการวางแผนผลิตสื่อโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีลักษณะต่างๆ สอดคล้องกัน องค์ประกอบด้านต่างๆ ของรูปแบบ เนื้อหา จิตวิทยาที่ใช้สร้างสื่อ ปัจจัยสนับสนุน อุปสรรค เงินทุน ดำเนินการ บุคลากร การจัดการ วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยี รวมทั้งนโยบาย การจัดดำเนินการผลิตสื่อและการประเมินผลอันเกี่ยวกับการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต่างมีลักษณะสอดคล้องกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทุกด้าน

สรลักษณ์ (2542) ศึกษาการนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์รายวันกับความต้องการของผู้อ่าน พบว่า หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ในการเป็นผู้ให้ข่าวสารมากที่สุด และจากการสำรวจความต้องการของผู้อ่านพบว่า ส่วนใหญ่สนใจอ่านเนื้อหาด้านการท่องเที่ยว จากหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับปานกลาง ความต้องการประเด็นเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการประเด็นข่าวเกี่ยวกับความปลอดภัยและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยวและประเด็นข่าวกรณีนักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบจากการให้บริการต่างๆ รวมถึงประเด็นบทความเกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวและการเชิญชวนให้คนไทยเข้าร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว

สุดาวรรณ (2543) ศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ผ่านสื่อมวลชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ในโครงการ Amazing Thailand พบว่าสัญลักษณ์ที่พบในเนื้อหาสาร โฆษณาการท่องเที่ยวถูกใช้เพื่อสื่อทั้งความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัยไปพร้อมๆกัน ซึ่งสำหรับการสื่อความหมายโดยนัยนั้น พบว่าประกอบไปด้วยเรื่องต่างๆ ดังนี้คือ เรื่องวัฒนธรรมไทย เรื่องธรรมชาติ และเรื่องพาณิชย์ โดยกระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์นี้ ประกอบไปด้วยนายทุนผู้ผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นผู้ส่งสาร พบว่ามีการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ มากมายในการสื่อความหมายโดยเฉพาะสื่อความหมายในเรื่องวัฒนธรรมมีมากที่สุด โดยช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมที่สุด ได้แก่ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ นักท่องเที่ยวผู้รับสารมีความต้องการอนุรักษ์คุณค่าแบบเก่าหรือโหยหาอดีตด้วย

วิไลลักษณ์ (2544) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อต่างๆ เฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยโทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ความรู้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ศรียุญ (2544) ศึกษาการเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา พบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

มากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ นิสิตนักศึกษาค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตโดยการ search engine มากกว่าการค้นหาจากแหล่งข้อมูล (WWW) ซึ่งรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจเป็นเหตุผลสำคัญในการแสวงหาข่าวสารและต้องการข้อมูลที่มีรายละเอียด มีภาพเหมือนจริงประกอบ และสามารถ link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้

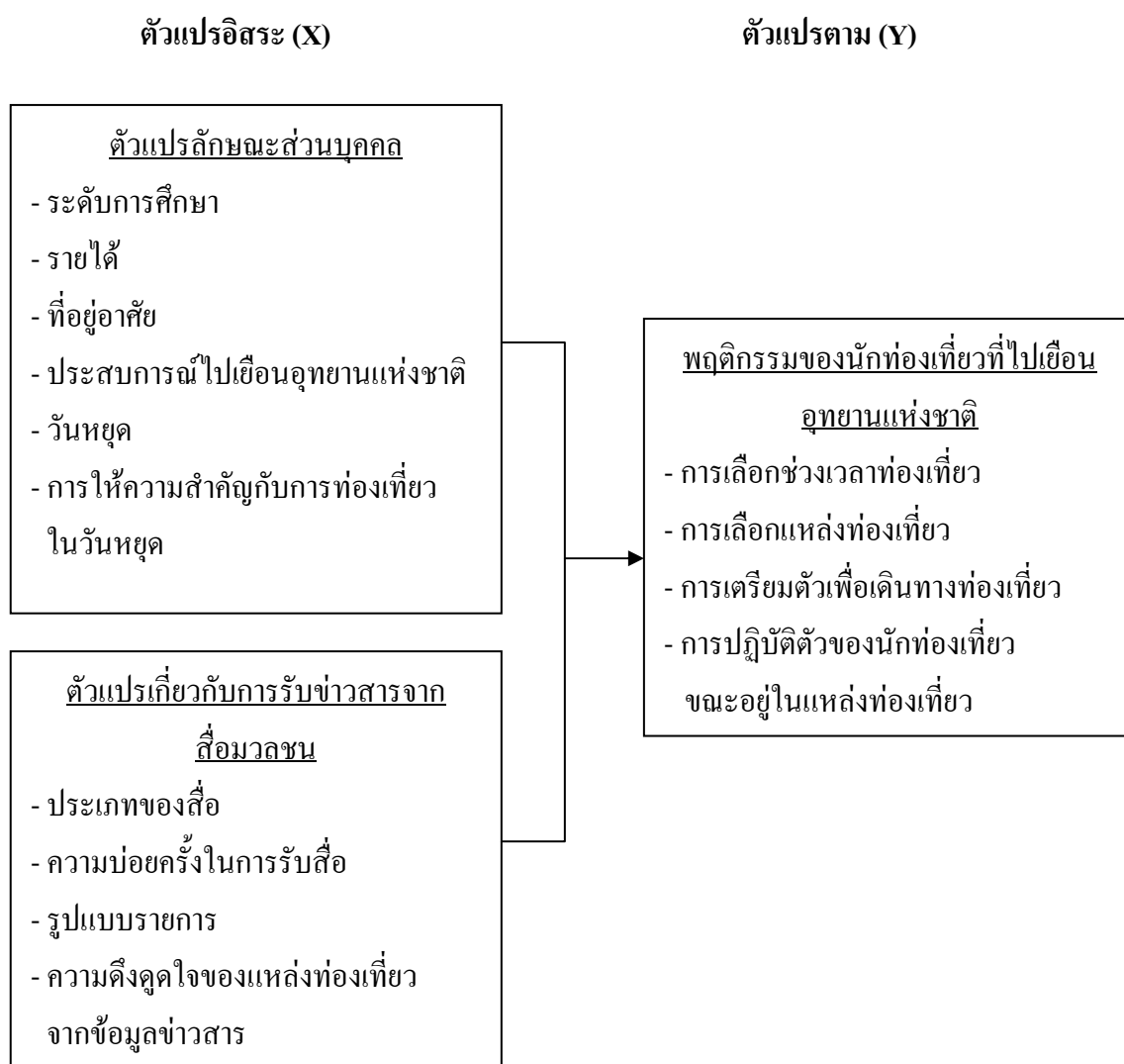
ณัฐชามณูช์ (2545) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ในระดับค่อนข้างต่ำ มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ในระดับปานกลาง มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์และมีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ในระดับค่อนข้างสูง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์

บุษกร (2546) ศึกษาปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะของคนกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะจากสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด และพฤติกรรมรับสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะ

จากการตรวจเอกสารแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของตัวแปรที่มีต่อการตัดสินใจและเดินทางท่องเที่ยวรวมทั้งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยตัวแปรดังกล่าวประกอบด้วยภูมิหลังของนักท่องเที่ยวที่พิจารณาถึงลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยว การเดินทางในอนาคตที่พิจารณาถึงเวลาที่จำกัดและเวลาว่าง การรับรู้ในการเดินทางและการสื่อสารที่พิจารณาถึงข้อมูลข่าวสารและการตีความหมายข้อมูล ซึ่งเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยนำไปกำหนดกรอบแนวคิดและสมมติฐานงานวิจัย

### กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

จากการตรวจสอบเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้สรุปกรอบแนวคิดไว้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



และจากกรอบแนวคิดดังกล่าวได้กำหนดสมมติฐานไว้ ดังนี้

1. ระดับการศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ วันหยุด การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด ประเภทของสื่อ ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ รูปแบบรายการ และความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว

2. ระดับการศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ วันหยุด การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด ประเภทของสื่อ ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ รูปแบบรายการ และความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

3. ระดับการศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ วันหยุด การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด ประเภทของสื่อ ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ รูปแบบรายการ และความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว

4. ระดับการศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ วันหยุด การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด ประเภทของสื่อ ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ รูปแบบรายการ และความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

## อุปกรณ์และวิธีการ

### อุปกรณ์

1. คอมพิวเตอร์และโปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ
2. แบบสอบถามนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยชื่อเรื่อง คำชี้แจง วัตถุประสงค์ วิธีการตอบและข้อคำถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

### วิธีการ

#### การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

ศึกษาและรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติ และพื้นที่ศึกษา จากเอกสาร งานวิจัยและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

#### การคัดเลือกพื้นที่ตัวแทนในการศึกษา

1. นำตัวเลขสถิตินักท่องเที่ยวปีล่าสุด คือปีงบประมาณ 2548 ของอุทยานแห่งชาติทั่วประเทศมาเป็นฐานหรือจุดเริ่มต้นการพิจารณา โดยคำนึงถึงอุทยานแห่งชาติที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด 20 อันดับแรก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สถิตินักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติสูงสุด 20 อันดับ ปีงบประมาณ 2548

ลำดับ	ชื่ออุทยานแห่งชาติ	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)
1	คอยสุเทพ-ปุย	1,956,274
2	เขาใหญ่	870,088
3	ไทรทอง	551,074
4	เขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด	540,817
5	ลำน้ำกก	503,391
6	ป่าหินงาม	500,041
7	คอยอินทนนท์	492,950
8	น้ำตกพลิ้ว	456,069
9	เอราวัณ	389,818
10	ตาดโตน	339,116
11	น้ำตกทรายขาว	288,165
12	เขาชะเมา-เขาวง	248,752
13	หมู่เกาะช้าง	224,400
14	ผาแต้ม	213,650
15	ถ้ำปลา-น้ำตกผาเสื่อ	191,920
16	คลองลาน	184,891
17	แม่ตะไคร้	176,090
18	เขาหลวง	173,207
19	ห้วยน้ำดัง	173,152
20	อ่าวพังงา	158,509

ที่มา: กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (2548)

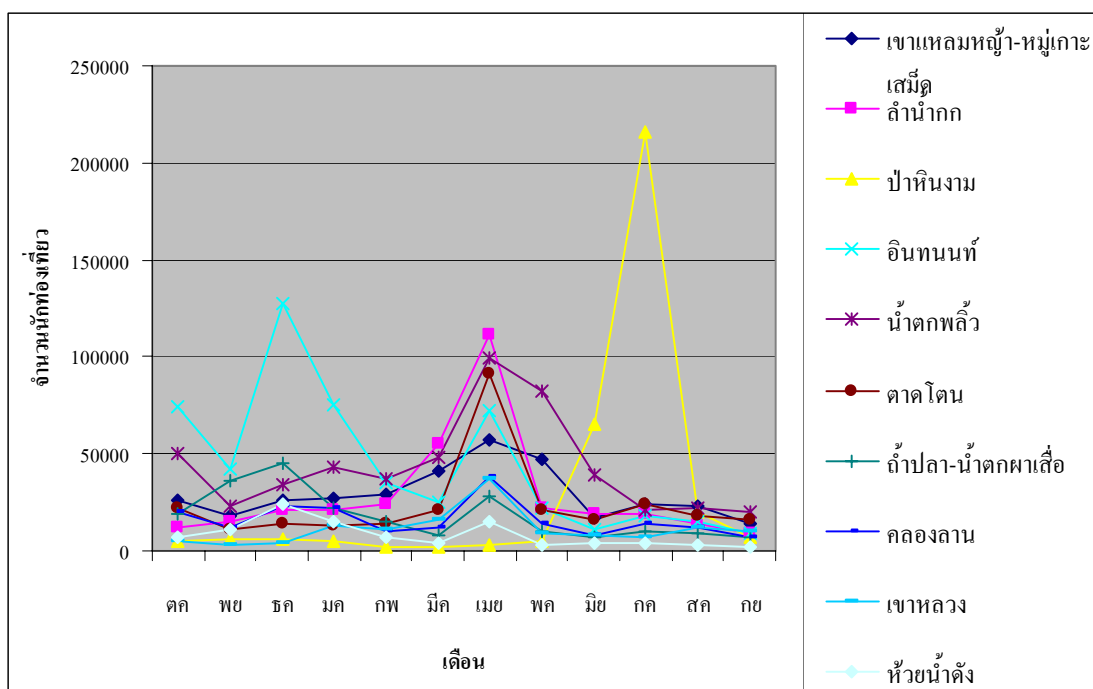
2. นำข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวย้อนหลัง 5 ปี ของอุทยานแห่งชาติดังกล่าวมาหาค่าเฉลี่ยรายเดือนของแต่ละอุทยานแห่งชาติ

3. หาค่าความผันแปรของนักท่องเที่ยวแต่ละอุทยานแห่งชาติ โดยการหาค่าเปอร์เซ็นต์ของอัตราส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยรายเดือนต่ำสุดต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยรายเดือนสูงสุดของอุทยานแห่งชาตินั้นๆ จากนั้นจึงหาค่าเฉลี่ยของค่าเปอร์เซ็นต์ความผันแปรของนักท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติทั้งหมด เพื่อนำมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มความผันแปรของการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว ในที่นี้ได้ค่าเฉลี่ยของเปอร์เซ็นต์นี้ที่ 25 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่มเท่ากัน ดังนี้

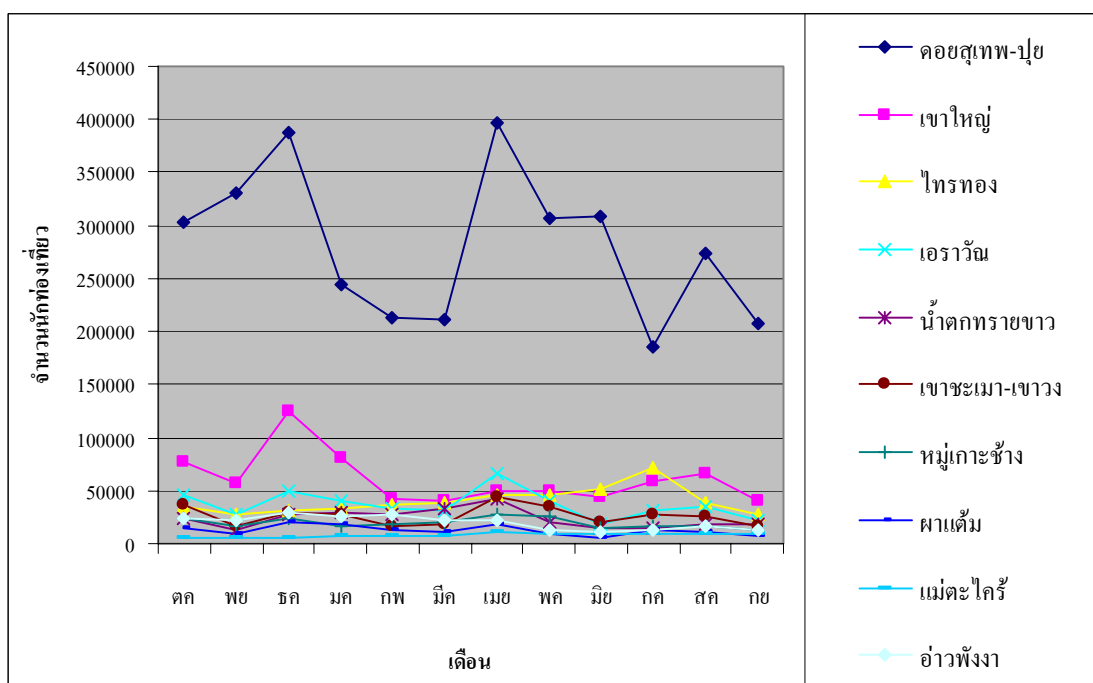
กลุ่มที่มีความผันแปรของนักท่องเที่ยวไม่สม่ำเสมอ โดยเป็นกลุ่มที่มีค่าความผันแปรของนักท่องเที่ยวต่ำกว่า 25 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด อุทยานแห่งชาติลำน้ำกอก อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม อุทยานแห่งชาติคอกอหินทนนท์ อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว อุทยานแห่งชาติตาดโตน อุทยานแห่งชาติถ้ำปลา-น้ำตกผาเสื่อ อุทยานแห่งชาติคลองลาน อุทยานแห่งชาติเขาหลวง และอุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง

ส่วนกลุ่มที่มีความผันแปรของนักท่องเที่ยวสม่ำเสมอ โดยเป็นกลุ่มที่มีค่าความผันแปรของนักท่องเที่ยวสูงกว่า 25 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติคอกอสุเทพ-ปุย อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติไทรทอง อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานแห่งชาติน้ำตกทรายขาว อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานแห่งชาติแม่ตะไคร้ และอุทยานแห่งชาติอ่าวพังงา

4. นำค่าเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติแยกตามกลุ่มความผันแปรของการท่องเที่ยวมาสร้างกราฟแสดงความผันแปรของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม ซึ่งกลุ่มที่มีความผันแปรของนักท่องเที่ยวไม่สม่ำเสมอแสดงรายละเอียดดังภาพที่ 3 และกลุ่มที่มีความผันแปรของนักท่องเที่ยวสม่ำเสมอแสดงรายละเอียดดังภาพที่ 4



ภาพที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยตามปีงบประมาณ 2544-2548 ของกลุ่มอุทยานแห่งชาติที่มีความผันแปรของจำนวนนักท่องเที่ยวไม่สม่ำเสมอ



ภาพที่ 4 จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยตามปีงบประมาณ 2544-2548 ของกลุ่มอุทยานแห่งชาติที่มีความผันแปรของจำนวนนักท่องเที่ยวสม่ำเสมอ

5. เลือกอุทยานแห่งชาติจากกลุ่มๆ ละ 1 แห่ง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จากอุทยานแห่งชาติในแต่ละกลุ่มมาเป็นกรณีศึกษา โดยคำนึงถึงข้อพิจารณา 5 ประการเช่นเดียวกับงานวิจัยของฟูสค์ดี (2546)

5.1 ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวปฏิบัติมีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น กางเต็นท์ การประกอบกิจกรรมกลางแจ้ง ชมวิว ดูนก การท่องเที่ยวตามน้ำตก เป็นต้น

5.2 ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ เช่น มีน้ำตกที่สวยงาม มีป่าดิบชื้น สัตว์ป่า พันธุ์พืช เป็นต้น

5.3 ความผันแปรของการท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติที่สามารถเป็นตัวแทนหรือมีจุดเด่นของกลุ่มได้ดี

5.4 ความสามารถควบคุมปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น การเข้าออกอุทยานแห่งชาติ การประกอบกิจกรรมนันทนาการ เป็นต้น

ซึ่งจากการเลือกพื้นที่ตัวแทนของกลุ่มที่มีความผันแปรของนักท่องเที่ยวไม่สม่ำเสมอ คือ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ พบว่ามีค่าเปอร์เซ็นต์ของอัตราส่วนค่าเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวต่ำสุดต่อค่าเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดประมาณ 7.06 เปอร์เซ็นต์ ส่วนพื้นที่ตัวแทนของกลุ่มที่มีความผันแปรของนักท่องเที่ยวสม่ำเสมอ คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีค่าเปอร์เซ็นต์ของอัตราส่วนค่าเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวต่ำสุดต่อค่าเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดประมาณ 32.43 เปอร์เซ็นต์

### กำหนดประชากรและขนาดตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้กำหนดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิงที่เดินทางไปเยือนอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นประชากรเป้าหมาย และหน่วยในการวิเคราะห์สำหรับการศึกษานี้ คือ ปัจเจกบุคคล (individual)

สำหรับการกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของประชากรใช้สูตร Yamane (Yamane, 1973)

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

โดยที่  $n$  = ขนาดตัวอย่าง

$N$  = ขนาดประชากร

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้กำหนดให้

$N_1$  = จำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์รายปีเฉลี่ยย้อนหลัง 5 ปี เท่ากับ 509,629 คน

$N_2$  = จำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่อายปีเฉลี่ยย้อนหลัง 5 ปี เท่ากับ 72,549 คน

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้จากการสุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 0.07

โดยประสิทธิ์ (2537) ได้ให้ข้อสรุปว่าในการสุ่มตัวอย่างโดยปกติแล้วจะใช้ค่า  $e = 0.05$  แต่ในความคิดของ Yamane (1973) เห็นว่าข้อมูลที่อยู่ระดับช่วงและอัตราส่วนนั้น สามารถเลือกค่า  $e$  ที่ยอมรับได้ดังนี้

1. ในระดับความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซ็นต์ ค่า  $e$  จากการสุ่มตัวอย่างสามารถกำหนดอยู่ในช่วง  $\pm 1$  ถึง  $\pm 10$  เปอร์เซ็นต์
2. ในระดับความเชื่อมั่นที่ 99 เปอร์เซ็นต์ ค่า  $e$  จากการสุ่มตัวอย่างสามารถกำหนดอยู่ในช่วง  $\pm 1$  ถึง  $\pm 5$  เปอร์เซ็นต์

จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับอุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ เท่ากับ 205 ตัวอย่าง และได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เท่ากับ 205 ตัวอย่าง

### สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิด ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการตรวจเอกสาร ซึ่งเป็นข้อคำถามที่ครอบคลุมตัวแปรทุกตัวที่ต้องการศึกษา มีลักษณะเป็นคำถามชนิดปลายปิด และชนิดปลายเปิด

### การทดสอบเครื่องมือ

ผู้ศึกษาทดสอบหาความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำและนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนที่จะมีการเก็บข้อมูลจริง โดยผู้ศึกษาแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จำนวน 30 ชุด โดยให้ทดลองตอบคำถาม เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อ แต่ละตอนของแบบสอบถามสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการ และคำถามที่ใช้เหมาะสมหรือไม่ มีความยากหรือง่ายต่อความเข้าใจเพียงใด แล้วนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้วิธีการของ Kuder-Richardson ในสูตร K.R.21 ดังนี้ (พวงรัตน์, 2543)

$$r_{tt} = \frac{n}{(n-1)} \cdot 1 - \frac{\bar{X}(n-\bar{X})}{nS_t^2}$$



โดยที่  $r_{tt}$  = ค่าความเชื่อมั่น

$n$  = จำนวนข้อ

$\bar{X}$  = คะแนนเฉลี่ย

$S_t^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนทั้งหมด

ดังนั้น

$$r_{tt} = \frac{35}{(35 - 1)} \cdot 1 - \frac{29.505 (35 - 29.505)}{35 (3.453)^2}$$

$$= 0.629$$

ค่าของการทดสอบความเชื่อมั่นของการเลือกแหล่งท่องเที่ยว การเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวและการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เท่ากับ 0.629 ซึ่งหมายถึงข้อคำถามมีความสอดคล้องภายใน

### การเก็บข้อมูลในภาคสนาม

ผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ.2548 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2549 โดยเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การให้ค่าคะแนนตัวแปรและการจัดกระทำกับข้อมูล

##### 1.1 ระดับการศึกษา: ใช้จำนวนปีที่ใช้ในการศึกษาแต่ละระดับ

1.2 รายได้: ใช้จำนวนรายได้ที่นักท่องเที่ยวได้รับต่อเดือน

1.3 ที่อยู่อาศัย: ให้ค่าคะแนนตามจังหวัดที่อาศัยอยู่ของนักท่องเที่ยว ดังนี้

จังหวัดเดียวกับที่ตั้งของอุทยานแห่งชาติ	0	คะแนน
จังหวัดอื่นๆ	1	คะแนน

1.4 ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ: ใช้จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวได้ไปเยือนอุทยานแห่งชาติที่เป็นพื้นที่ศึกษา

1.5 วันหยุด: ใช้จำนวนวันหยุดต่อปีของนักท่องเที่ยว

1.6 การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด: ให้ค่าคะแนนตามลำดับความสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในวันหยุด ดังนี้

ไม่เลือกทำ	0	คะแนน
เลือกทำเป็นอันดับสาม	1	คะแนน
เลือกทำเป็นอันดับสอง	2	คะแนน
เลือกทำเป็นอันดับหนึ่ง	3	คะแนน

1.7 ประเภทของสื่อ: ให้ค่าคะแนนตามลำดับความสำคัญของสื่อที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้ เป็นแหล่งหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

สื่อที่ไม่เลือก	0	คะแนน
สื่อที่เลือกใช้อันดับสาม	1	คะแนน
สื่อที่เลือกใช้อันดับสอง	2	คะแนน
สื่อที่เลือกใช้อันดับหนึ่ง	3	คะแนน

1.8 ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ: ใช้จำนวนวันต่อเดือนที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อ

1.9 รูปแบบรายการ: ให้ค่าคะแนนตามระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ในแต่ละรายการ ดังนี้

ไม่เคยได้รับ	0	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
มาก	4	คะแนน
มากที่สุด	5	คะแนน

1.10 ความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร: ให้ค่าคะแนนตามระดับความพึงพอใจจากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ไว้ ดังนี้

น้อยที่สุด	1	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
มาก	4	คะแนน
มากที่สุด	5	คะแนน

1.11 การเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว: ให้ค่าคะแนนตามช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวคิดว่าเหมาะสมสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว ดังนี้

เหมาะสมเป็นบางช่วงเวลา	0	คะแนน
เหมาะสมตลอดทั้งปี	1	คะแนน

1.12 การเลือกแหล่งท่องเที่ยว การเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวและการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว: ให้ค่าคะแนนตามการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว ดังนี้

ไม่เคย	0	คะแนน
เคย	1	คะแนน

สำหรับข้อความเชิงบวก และค่าในทางกลับกันสำหรับข้อความเชิงลบ และเมื่อนำค่าคะแนนทั้ง 35 ข้อปฏิบัติมารวมกันแล้วหาค่ามัธยฐาน แล้วจำแนกเป็นระดับของพฤติกรรมข้างต้นเป็น 2 ระดับ โดยให้ค่าที่ต่ำสุดถึงค่าที่ต่ำกว่าค่ามัธยฐานเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมด้านบวกในระดับต่ำ ค่ามัธยฐานถึงค่าสูงสุดเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมด้านบวกในระดับสูง

คะแนนตั้งแต่ 0-29.99 คะแนน หมายถึง มีพฤติกรรมด้านบวกในระดับต่ำ

คะแนนตั้งแต่ 30.0-35 คะแนน หมายถึง มีพฤติกรรมด้านบวกในระดับสูง

## 2. การใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนของ การวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้สรุปบรรยายข้อมูลทุกส่วนของกลุ่มตัวอย่างตามตัวแปรที่กำหนดในกรอบแนวคิดการวิจัย โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้ค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ อัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบกับการใช้สถิติวิเคราะห์ (analytical statistic) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis)

2.1 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก เป็นวิธีการทางสถิติเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ (ตัวแปรตาม) พร้อมทั้งศึกษาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว และคาดการณ์เปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการพยากรณ์ ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการนี้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลบางประการและการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนกับการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยใช้ค่าสถิติดังต่อไปนี้ในการอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูล

B หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยโลจิสติก ( $b_0, b_1, \dots, b_n$ )

S.E. (Standard Error of Estimate) หมายถึง ค่าความผิดพลาดมาตรฐานของสัมประสิทธิ์แต่ละตัว

Wald หมายถึง ค่าสถิติทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม เป็นรายคู่ ซึ่งค่าสถิติ Wald จะมีการแจกแจงแบบไคสแควร์

$$\text{โดย } Wald = \left[ \frac{B}{S.E.} \right]^2$$

$\chi^2$  หมายถึง ค่าสถิติทดสอบ Model Chi-Square ของ Logistic Regression Model

$R^2$  หมายถึง ค่าที่บอกสัดส่วนหรือเปอร์เซ็นต์ที่สามารถอธิบายความผันแปรใน Logistic Regression Model

Predicted Percent Correct หมายถึง เปอร์เซนต์รวมของความถูกต้องในการพยากรณ์

2.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุ เป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการอธิบายอิทธิพลของตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม 1 ตัว ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เทคนิคนี้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลบางประการและการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลบางประการและการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนกับการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลบางประการและการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนกับการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยใช้ค่าสถิติดังต่อไปนี้ในการอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2.1 Significant หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งกำหนดไว้ที่น้อยกว่า .05 โดยถ้าหากค่า Significant ที่ได้จากการทดสอบมีค่าน้อยกว่า .05 แสดงว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้หรือสมมติฐานหลัก

2.2.2 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับเป็นค่ามาตรฐาน (Beta) โดยมีค่าเฉลี่ยเป็น 0 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็น 1 เท่ากันทุกข้อมูล ค่า Beta ของแต่ละปัจจัยบอกให้ทราบว่าปัจจัยนั้นๆ (X) มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม (Y) มากน้อยเพียงใด

2.2.3 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวกำหนดหรือค่าสัมประสิทธิ์ในการพยากรณ์ (Coefficient of Determination) แทนค่าด้วย  $R^2$  ซึ่งหาได้จาก

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

โดยที่  $SSR =$  ผลรวมกำลังสองของการกระจายที่อธิบายได้

$SST =$  ผลรวมกำลังสองของการกระจายทั้งหมด

$SSE =$  ผลรวมกำลังสองของการกระจายที่อธิบายไม่ได้

$$SSR = SST - SSE$$

ในทางปฏิบัติใช้  $R^2$  แสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระ (X) ที่มีต่อตัวแปรตาม (Y) โดยคูณด้วย 100 เพื่อคำนวณออกมาในรูปร้อยละและไม่มีหน่วย เพราะเป็นอัตราส่วนระหว่างค่าการกระจาย 2 ค่า นั่นคือ  $R^2$  บอกให้ทราบว่า การกระจายข้อมูลทั้งหมดนั้นจะสามารถอธิบายจากค่า X ได้ร้อยละเท่าใด หรือ X มีอิทธิพลต่อ Y ร้อยละเท่าใด

2.2.4 การทดสอบความมีนัยสำคัญของสมการถดถอย โดยใช้ค่าสถิติ F ดังนี้

$$F = \frac{\text{MS. ของ Regression}}{\text{MS. ของ Residual}}$$

โดยที่ MS. ของ Regression = ความแปรปรวนที่เป็นผลมาจากตัวแปรอิสระ

MS. ของ Residual = ความแปรปรวนที่เป็นผลมาจากตัวแปรอื่นๆ นอกเหนือไปจากตัวแปรอิสระ

## ผลและวิจารณ์

การศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งผลการศึกษาจำแนกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

### ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 59 มีอายุเฉลี่ย 27.32 ปี โดยมีอายุระหว่าง 15-23 ปี มากที่สุดคือร้อยละ 39.5 รองลงมา อายุระหว่าง 24-32 ปี ร้อยละ 38.5 และอายุมากกว่า 50 ปี น้อยที่สุดคือร้อยละ 1.5 ส่วนใหญ่การศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.3 และยังคงเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาอยู่ คิดเป็นร้อยละ 40.2 มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 15,561.88 บาท โดยอยู่ในช่วง 5,000-9,999 บาท มากที่สุดคือร้อยละ 29.3 รองลงมา มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000-19,999 บาท ร้อยละ 22.7 และมีรายได้ในช่วง 20,000 – 29,999 บาท น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 11 สำหรับที่อยู่อาศัยพบว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ในจังหวัดเดียวกับที่ตั้งของ อุทยานแห่งชาติที่เป็นพื้นที่ศึกษา คิดเป็นร้อยละ 78.3 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากรของนักท่องเที่ยว

n = 410		
ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>เพศ</u>		
ชาย	242	59.0
หญิง	168	41.0
<u>อายุ</u>		
15-23 ปี	162	39.5
24-32 ปี	158	38.5
33-41 ปี	55	13.4
42-50 ปี	29	7.1
มากกว่า 50 ปี	6	1.5
$\bar{X} = 27.317$ $SD = 8.698$		
<u>การศึกษา</u>		
ประถมศึกษา	2	0.5
มัธยมศึกษาตอนต้น/ เทียบเท่า	14	3.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ เทียบเท่า	74	18.0
อนุปริญญา/ เทียบเท่า	39	9.5
ปริญญาตรี	243	59.3
สูงกว่าปริญญาตรี	38	9.3
<u>อาชีพ</u>		
พนักงานบริษัท	101	24.6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	4.4
รับราชการ	27	6.6
ธุรกิจส่วนตัว	68	16.6
ค้าขาย	23	5.6
นักเรียน/ นักศึกษา	165	40.2
อื่นๆ ได้แก่ เกษียณอายุ แม่บ้าน ทนายความ	8	2.0



ตารางที่ 2 (ต่อ)

n = 410		
ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>รายได้ต่อเดือน</u>		
น้อยกว่า 5,000 บาท	78	19.0
5,000-9,999 บาท	120	29.3
10,000-19,999 บาท	93	22.7
20,000-29,999 บาท	45	11.0
มากกว่า 29,999 บาท	74	18.0
$\bar{X} = 15,561.878$ $SD = 17,881.155$		
<u>แหล่งที่อยู่อาศัย</u>		
จังหวัดเดียวกับที่ตั้งของอุทยานแห่งชาติ	89	21.7
จังหวัดอื่นๆ	321	78.3

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางไปเยือนอุทยานแห่งชาติที่เป็นพื้นที่ศึกษา 1-4 ครั้ง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาคือเดินทางไปเยือนครั้งนี้เป็นครั้งแรก ร้อยละ 41.7 และเคยเดินทางไปเยือน 5-9 ครั้ง กับเคยเดินทางไปเยือนมากกว่า 9 ครั้ง มีจำนวนที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 8.3 และร้อยละ 8 ตามลำดับ ทั้งนี้ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ โดยเฉลี่ย คือ 2.62 ครั้ง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ประสบการณ์การไปเยือนอุทยานแห่งชาติของนักท่องเที่ยว

n = 410		
ประสบการณ์การไปเยือนอุทยานแห่งชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยไปเยือน (ครั้งแรก)	171	41.7
เคยไปเยือน 1-4 ครั้ง	172	42.0
เคยไปเยือน 5-9 ครั้ง	34	8.3
เคยไปเยือนมากกว่า 9 ครั้ง	33	8.0
$\bar{X} = 2.624$ $SD = 4.916$		

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับวันหยุดต่อปี และการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวันหยุด 1-50 วันต่อปี คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมาคือมีวันหยุด 51-100 วันต่อปี ร้อยละ 26.6 และมีวันหยุดมากกว่า 150 วันต่อปี น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 2.9 โดยมีวันหยุดต่อปีเฉลี่ยเท่ากับ 75.49 วัน สำหรับในวันหยุดที่ติดต่อกันเป็นเวลานานนั้น กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับแรก คือเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคือพักผ่อนกับครอบครัวที่บ้าน ร้อยละ 26.3 และเล่นกีฬา น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 3.2 กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับสอง คือ ช้อปปิ้ง/ เดินเล่นตามห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.4 รองลงมาคือเยี่ยมญาติ/ พบปะเพื่อนฝูง ร้อยละ 21.2 และเล่นกีฬา น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 6.3 กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับสาม คือ พักผ่อนกับครอบครัวที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.9 รองลงมาคือเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 19.3 และเล่นกีฬา น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 8 ส่วนในวันหยุดสุดสัปดาห์ กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับแรก คือ พักผ่อนกับครอบครัวที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาคือเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 18.5 และกิจกรรมอื่นๆ น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 0.7 กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับสอง คือ ช้อปปิ้ง/ เดินเล่นตามห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.9 รองลงมาคือ อ่านหนังสือ/ ฟังเพลง ร้อยละ 24.1 และกิจกรรมอื่นๆ น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 0.7 กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับสาม คือ พักผ่อนกับครอบครัวที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมาคือ ช้อปปิ้ง/ เดินเล่นตามห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 19.3 และกิจกรรมอื่นๆ น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 0.7 ดังตารางที่ 4

จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนพื้นที่ศึกษา มีอายุเฉลี่ยประมาณ 28 ปี โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 15 - 23 ปี รองลงมาคือ 24 - 32 ปี ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน และรายได้ต่อเดือนที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับอยู่ในช่วง 5,000 - 9,999 บาท ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาอยู่ อายุและรายได้จึงยังไม่มากนัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่น อาจเนื่องจากช่วงที่เก็บข้อมูลเป็นวันหยุดยาว ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงมีเวลามากในการเดินทางและประกอบกิจกรรมในสถานที่ที่อยู่ห่างไกลจากแหล่งที่อยู่อาศัย สำหรับประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติที่เป็นพื้นที่ศึกษาโดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1 - 4 ครั้ง รองลงมาคือไปเยือนเป็นครั้งแรก ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากสถานที่มีความสวยงาม นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปเยือนเกิดความประทับใจ จึงเดินทางกลับไปเยือนอีก และข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับมีความดึงดูดใจอยู่ในระดับมากจึงอาจเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนเป็นครั้งแรก นักท่องเที่ยวมีวันหยุดต่อปีเฉลี่ยประมาณ 76 วัน ถ้าบุคคลได้หยุดพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จะมีวันหยุดต่อปีประมาณ 112 วัน อย่างไรก็ตามจำนวนวันหยุดอาจแตกต่างกันตามอาชีพของแต่ละบุคคล ซึ่งนักท่องเที่ยวก็มีอาชีพที่

แตกต่างกันจึงอาจทำให้จำนวนวันหยุดแตกต่างกันด้วย ทั้งนี้ผลการศึกษาของฟูตักดี (2546) พบว่า นักท่องเที่ยวมีวันหยุดต่อปีเฉลี่ยประมาณ 72 วัน จะเห็นได้ว่ามีค่าใกล้เคียงกับการศึกษาในครั้งนี้ นอกจากนี้กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับแรกในวันหยุดยาวของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เลือกเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเนื่องจากขณะที่เก็บข้อมูลเป็นช่วงวันหยุดยาวและนักท่องเที่ยวกำลังเดินทางท่องเที่ยวอยู่ และช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวคิดว่าเหมาะสมสำหรับไปเยือนพื้นที่ศึกษาคือ ช่วงวันหยุดเทศกาลหรือช่วงวันหยุดยาว ทั้งนี้อาจเนื่องจากสถานที่มีความสวยงาม ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว อยากจะใช้เวลาให้คุ้มค่าที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Hudman (1980) และอาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่น ในการเดินทางไปเยือนพื้นที่ศึกษาต้องใช้เวลามาก คั้งที่ได้กล่าวไปข้างต้น ดังนั้นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวคิดว่ามีความเหมาะสมสำหรับไปเยือนพื้นที่ศึกษาจึงเป็นวันหยุดยาว

ตารางที่ 4 วันหยุดต่อปีและการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด

		n = 410	
วันหยุดและการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
<u>วันหยุดต่อปี</u>			
1-50 วัน	188	45.9	
51-100 วัน	109	26.6	
101-150 วัน	101	24.6	
มากกว่า 150 วัน	12	2.9	
$\bar{X} = 75.495$ $SD = 58.179$			
<u>วันหยุดที่ติดต่อกันเป็นเวลานาน</u>			
กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับหนึ่ง			
เดินทางท่องเที่ยว	175	42.7	
เยี่ยมญาติ/ พบปะเพื่อนฝูง	56	13.7	
ช้อปปิ้ง/ เดินเล่นตามห้างสรรพสินค้า	26	6.3	
อ่านหนังสือ/ ฟังเพลง	32	7.8	
เล่นกีฬา	13	3.2	
พักผ่อนกับครอบครัวที่บ้าน	108	26.3	
กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับสอง			
เดินทางท่องเที่ยว	75	18.3	
เยี่ยมญาติ/ พบปะเพื่อนฝูง	87	21.2	
ช้อปปิ้ง/ เดินเล่นตามห้างสรรพสินค้า	92	22.4	
อ่านหนังสือ/ ฟังเพลง	56	13.7	
เล่นกีฬา	26	6.3	
พักผ่อนกับครอบครัวที่บ้าน	73	17.8	
กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับสาม			
เดินทางท่องเที่ยว	79	19.3	
เยี่ยมญาติ/ พบปะเพื่อนฝูง	69	16.8	
ช้อปปิ้ง/ เดินเล่นตามห้างสรรพสินค้า	69	16.8	
อ่านหนังสือ/ ฟังเพลง	59	14.4	
เล่นกีฬา	33	8.0	
พักผ่อนกับครอบครัวที่บ้าน	102	24.9	

## ตารางที่ 4 (ต่อ)

n = 410		
วันหยุดและการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>วันหยุดสุดสัปดาห์</u>		
กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับหนึ่ง		
เดินทางท่องเที่ยว	76	18.5
เยี่ยมญาติ/ พบปะเพื่อนฝูง	43	10.5
ช้อปปิ้ง/ เดินเล่นตามห้างสรรพสินค้า	60	14.6
อ่านหนังสือ/ ฟังเพลง	57	13.9
เล่นกีฬา	38	9.3
พักผ่อนกับครอบครัวที่บ้าน	131	32.0
อื่นๆ ได้แก่ เล่นเกม ปลูกต้นไม้	3	0.7
กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับสอง		
เดินทางท่องเที่ยว	39	9.5
เยี่ยมญาติ/ พบปะเพื่อนฝูง	49	12.0
ช้อปปิ้ง/ เดินเล่นตามห้างสรรพสินค้า	102	24.9
อ่านหนังสือ/ ฟังเพลง	99	24.1
เล่นกีฬา	45	11.0
พักผ่อนกับครอบครัวที่บ้าน	75	18.3
อื่นๆ ได้แก่ เล่นเกม ปลูกต้นไม้	3	0.7
กิจกรรมที่เลือกทำเป็นอันดับสาม		
เดินทางท่องเที่ยว	63	15.4
เยี่ยมญาติ/ พบปะเพื่อนฝูง	60	14.6
ช้อปปิ้ง/ เดินเล่นตามห้างสรรพสินค้า	79	19.3
อ่านหนังสือ/ ฟังเพลง	68	16.6
เล่นกีฬา	51	12.4
พักผ่อนกับครอบครัวที่บ้าน	86	21.0
อื่นๆ ได้แก่ เล่นเกม ปลูกต้นไม้	3	0.7

## ตอนที่ 2 การรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาการเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆเพื่อเป็นแหล่งหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว พบว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นแหล่งหาข้อมูลอันดับแรกคือ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ บุคคลที่เคยเดินทางไปแล้ว ร้อยละ 28.5 และวิทยุ น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 0.7 สื่อที่ใช้เป็นแหล่งหาข้อมูลอันดับสองคือ นิตยสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมาคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 24.4 และแหล่งข้อมูลอื่นๆ น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 1.2 สื่อที่ใช้เป็นแหล่งหาข้อมูลอันดับสามคือ บุคคลที่เคยเดินทางไปแล้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมาคือ นิตยสาร ร้อยละ 21.7 และแหล่งข้อมูลอื่นๆ น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 2 ดังตารางที่ 5

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับความบ่อยครั้งในการรับสื่อ พบว่าความบ่อยครั้งในการรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 13.86 วันต่อเดือน รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต 11.63 วันต่อเดือน และนิตยสารน้อยที่สุดคือ 6.44 วันต่อเดือน ดังตารางที่ 6

และจากการศึกษาเกี่ยวกับระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากรายการต่างๆ พบว่า ระดับการได้รับข้อมูลจากรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.11 รองลงมาคือเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.02 และรายการกีฬาและบันเทิงจากวิทยุ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 2.21 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 5 ประเภทของสื่อที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้เป็นแหล่งหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

n = 410		
ประเภทของสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>สื่อที่เลือกใช้อันดับหนึ่ง</u>		
หนังสือพิมพ์	17	4.1
นิตยสาร	74	18.0
วิทยุ	3	0.7
โทรทัศน์	54	13.2
สื่ออินเทอร์เน็ต	134	32.7
บุคคลที่เคยเดินทางไปแล้ว	117	28.5
อื่นๆ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัททัวร์	11	2.7
<u>สื่อที่เลือกใช้อันดับสอง</u>		
หนังสือพิมพ์	20	4.9
นิตยสาร	107	26.1
วิทยุ	11	2.7
โทรทัศน์	100	24.4
สื่ออินเทอร์เน็ต	93	22.7
บุคคลที่เคยเดินทางไปแล้ว	76	18.5
อื่นๆ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัททัวร์	5	1.2
<u>สื่อที่เลือกใช้อันดับสาม</u>		
หนังสือพิมพ์	54	13.2
นิตยสาร	89	21.7
วิทยุ	10	2.4
โทรทัศน์	87	21.2
สื่ออินเทอร์เน็ต	69	16.8
บุคคลที่เคยเดินทางไปแล้ว	93	22.7
อื่นๆ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัททัวร์	8	2.0

ตารางที่ 6 ความบ่อยครั้งในการรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากสื่อของนักท่องเที่ยว

n = 410

ประเภทสื่อ	ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ (วันต่อเดือน)										$\bar{X}$	SD
	มากกว่า 22		16-22		9-15		2-8		น้อยกว่า 2			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
หนังสือพิมพ์	72	17.6	37	9.0	79	19.3	122	29.8	100	24.4	10.727	10.550
นิตยสาร	16	3.9	18	4.4	84	20.5	194	47.3	98	23.9	6.444	6.948
วิทยุ	31	7.6	35	8.5	77	18.8	111	27.1	156	38	7.146	8.821
โทรทัศน์	114	27.8	57	13.9	52	12.7	126	30.7	61	14.9	13.863	11.456
สื่ออินเทอร์เน็ต	77	18.8	47	11.5	91	22.2	119	29.0	76	18.5	11.634	10.279



ตารางที่ 7 ระดับการได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากรายการต่างๆของนักท่องเที่ยว

n = 410

รูปแบบรายการ	ระดับการได้รับข่าวสาร												$\bar{X}$	SD
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่เคยได้รับ			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
<u>หนังสือพิมพ์</u>														
คอลัมน์ส่งเสริมการท่องเที่ยว	114	27.8	104	25.4	141	34.4	38	9.3	8	2.0	5	1.2	3.641	1.113
คอลัมน์ข่าว	14	3.4	102	24.9	156	38.0	87	21.2	35	8.5	16	3.9	2.817	1.122
คอลัมน์สารคดี	38	9.3	162	39.5	153	37.3	39	9.5	12	2.9	6	1.5	3.383	0.983
คอลัมน์กีฬา และบันเทิง	15	3.7	55	13.4	119	29.0	127	31.0	54	13.2	40	9.8	2.341	1.251
โฆษณาด้านการท่องเที่ยว	124	30.2	158	38.5	83	20.2	32	7.8	6	1.5	7	1.7	3.832	1.094
<u>นิตยสาร</u>														
คอลัมน์ส่งเสริมการท่องเที่ยว	140	34.1	145	35.4	101	24.6	18	4.4	3	0.7	3	0.7	3.956	0.973
คอลัมน์ข่าว	15	3.7	76	18.5	169	41.2	116	28.3	23	5.6	11	2.7	2.783	0.018
คอลัมน์สารคดี	39	9.5	161	39.3	141	34.4	56	13.7	7	1.7	6	1.5	3.368	0.988
คอลัมน์กีฬา และบันเทิง	18	4.4	64	15.6	109	26.6	136	33.2	55	13.4	28	6.8	2.439	1.226
โฆษณาด้านการท่องเที่ยว	125	30.5	143	34.9	96	23.4	36	8.8	7	1.7	3	0.7	3.815	1.063

ตารางที่ 7 (ต่อ)

n = 410

รูปแบบรายการ	ระดับการได้รับข่าวสาร												$\bar{X}$	SD
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่เคยได้รับ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
	(คน)		(คน)		(คน)		(คน)		(คน)		(คน)			
<b>วิทยุ</b>														
รายการส่งเสริมการท่องเที่ยว	63	15.4	103	25.1	126	30.7	55	13.4	32	7.8	31	7.6	3.041	1.413
รายการข่าว	15	3.7	111	27.1	140	34.1	75	18.3	30	7.3	39	9.5	2.729	1.296
รายการสารคดี	15	3.7	116	28.3	152	37.1	60	14.6	29	7.1	38	9.3	2.790	1.286
รายการกีฬา และบันเทิง	17	4.1	49	12.0	110	26.8	118	28.8	59	14.4	57	13.9	2.210	1.334
โฆษณาด้านการท่องเที่ยว	85	20.7	108	26.3	111	27.1	46	11.2	29	7.1	31	7.6	3.198	1.461
<b>โทรทัศน์</b>														
รายการส่งเสริมการท่องเที่ยว	165	40.2	144	35.1	86	21.0	10	2.4	5	1.2	-	-	4.107	0.900
รายการข่าว	48	11.7	146	35.6	133	32.4	54	13.2	25	6.1	4	1.0	3.307	1.094
รายการสารคดี	73	17.8	194	47.3	100	24.4	30	7.3	13	3.2	-	-	3.693	0.953
รายการกีฬา และบันเทิง	48	11.7	72	17.6	115	28.0	106	25.9	47	11.5	22	5.4	2.761	1.338
โฆษณาด้านการท่องเที่ยว	153	37.3	145	35.4	78	19.0	22	5.4	9	2.2	3	0.7	3.980	1.046

ตารางที่ 7 (ต่อ)

รูปแบบรายการ	ระดับการได้รับข่าวสาร												$\bar{X}$	SD
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่เคยได้รับ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
	(คน)		(คน)		(คน)		(คน)		(คน)		(คน)			
<u>สื่ออินเทอร์เน็ต</u>														
เว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	184	44.9	135	32.9	54	13.2	12	2.9	2	0.5	23	5.6	4.019	1.282
เว็บไซต์ที่นำเสนอข่าว	38	9.3	108	26.3	164	40.0	49	12.0	19	4.6	32	7.8	3.002	1.283
เว็บไซต์เกี่ยวกับสารคดี	53	12.9	143	34.9	141	34.4	36	8.8	11	2.7	26	6.3	3.276	1.249
เว็บไซต์เกี่ยวกับกีฬา และบันเทิง	44	10.7	69	16.8	104	25.4	103	25.1	36	8.8	54	13.2	2.561	1.483

n = 410

นักท่องเที่ยวนส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติที่เป็นพื้นที่ศึกษามาก่อนซึ่งคิดเป็นร้อยละ 81.7 และระดับความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ดังตารางที่ 8

**ตารางที่ 8** ประสิทธิภาพของนักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลข่าวสารและระดับความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร

n = 410		
ประสิทธิภาพที่ได้รับข้อมูลและระดับความพึงพอใจจากข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>ประสิทธิภาพที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร</u>		
ไม่เคย	75	18.3
เคย	335	81.7
<u>ระดับความพึงพอใจจากข้อมูลข่าวสาร</u>		
น้อยที่สุด	2	0.6
น้อย	10	3.0
ปานกลาง	72	21.5
มาก	135	40.3
มากที่สุด	116	34.6
$\bar{X} = 4.054$ $SD = 0.856$		

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้อินเตอร์เน็ตเป็นแหล่งหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวอันดับแรก ทั้งนี้อาจเนื่องจากการใช้อินเตอร์เน็ตสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารจากบุคคลอื่นได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งอินเตอร์เน็ตช่วยให้ผู้ที่ต้องการหาข้อมูลได้เรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้ให้บริการสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารและค้นหาคำตอบในสิ่งที่ตนเองสงสัยได้ทันที และข้อมูลที่ได้รับจากอินเตอร์เน็ตจะมีรายละเอียดมากกว่าที่ได้รับจากสื่ออื่นๆ (เบญจรัตน์, 2544; มงคล, 2544) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศรีหญิง (2544) ที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนอินเตอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของบุษกร (2546) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะจากสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด ซึ่งการศึกษาของบุษกร (2546) นั้นจัดให้อินเตอร์เน็ตเป็นสื่อเฉพาะกิจประเภทหนึ่ง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์บ่อยที่สุด ทั้งนี้ อาจเนื่องจากสามารถเปิดรับข่าวสารได้สะดวก และข้อมูลที่ได้รับจะมีทั้งภาพและเสียง ซึ่งทำให้น่าสนใจ ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือก็สามารถเข้าใจสารจากโทรทัศน์ได้ ทั้งนี้อาจเป็นไปตามแนวคิดของ Schram (1973) ที่ว่าโดยทั่วไปบุคคลมักจะเลือกรับสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด หรือหมายถึงสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสกวลวรรณ (2540) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจากโทรทัศน์มากที่สุดและสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริลักษณ์ (2540) ที่พบว่าโทรทัศน์เป็นสื่ออันดับหนึ่งที่มีการเปิดรับข่าวสารในโครงการ Amazing Thailand นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิไลลักษณ์ (2544) ที่พบว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด สำหรับการศึกษเกี่ยวกับระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากรายการต่าง ๆ นั้น พบว่าระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารจากรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องจากรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวนำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากรายการรูปแบบนี้ในระดับมากที่สุด

### ตอนที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าการเดินทางไปเยือนอุทยานแห่งชาติที่เป็นพื้นที่ศึกษานั้น เหมาะสมที่จะเดินทางไปเยือนเป็นบางช่วงเวลา ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 66.6 และมีเพียงร้อยละ 33.4 เท่านั้นที่คิดว่าการเดินทางไปเยือนอุทยานแห่งชาติที่เป็นพื้นที่ศึกษานั้น เหมาะสมที่จะเดินทางไปเยือนตลอดทั้งปี ดังตารางที่ 9

#### ตารางที่ 9 การเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

n = 410		
ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสมเป็นบางช่วงเวลา	273	66.6
เหมาะสมตลอดทั้งปี	137	33.4

โดยระดับความเหมาะสมสำหรับการเดินทางไปเยือนในช่วงวันหยุดเทศกาล ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 2.62 รองลงมาคือวันหยุดสุดสัปดาห์ ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.04 และวันธรรมดา ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 1.36 ดังตารางที่ 10

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พิจารณาแหล่งท่องเที่ยวหลายๆ แหล่งก่อนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 78.8 และจากการศึกษาการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 89.8 รองลงมาคือสะสมภาพหรือวีดิโอ ร้อยละ 89.5 ก่อนการเดินทาง ร้อยละ 87.1 และเตรียมความพร้อมทางด้านสุขภาพร่างกาย น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 78 สำหรับการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว พบว่าการปฏิบัติตัวด้านบวกที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระทำคือ เมื่อพบแผ่นป้ายจะหยุดอ่าน คิดเป็นร้อยละ 92 รองลงมาคือถ่ายภาพหรือวีดิโอ ร้อยละ 89.5 และจับแมลง/เด็ดดอกไม้/เด็ดกิ่งไม้/เก็บของป่า เพื่อศึกษาเรียนรู้ น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 9.3 การปฏิบัติตัวด้านลบที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระทำคือ ร้องเพลง เล่นดนตรีหรือเปิดเพลง คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือสัมผัสตัวสัตว์ ร้อยละ 21 และจุดพลุ/ดอกไม้ไฟ น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 1.2 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านบวกโดยเฉลี่ย 29.50 ซึ่งจัดอยู่ในระดับต่ำ ดังตารางที่ 11 และตารางที่ 12

ตารางที่ 10 ระดับความเหมาะสมของการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ช่วงเวลา	ระดับความเหมาะสม								$\bar{X}$	SD
	มาก		ปานกลาง		น้อย		ไม่เหมาะสม			
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ		
<u>ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์</u>										
วันหยุดในช่วงเทศกาล	278	67.8	110	26.8	19	4.6	3	0.7	2.617	0.611
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	123	30.0	197	48.0	75	18.3	15	3.7	2.044	0.793
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	76	18.5	143	34.9	129	31.5	62	15.1	1.568	0.960
<u>ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน</u>										
วันหยุดในช่วงเทศกาล	76	18.5	228	55.6	83	20.2	23	5.6	1.871	0.773
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	49	12.0	220	53.7	111	27.1	30	7.3	1.702	0.772
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	47	11.5	157	38.3	144	35.1	62	15.1	1.461	0.884
<u>ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม</u>										
วันหยุดในช่วงเทศกาล	67	16.3	228	55.6	74	18.0	41	10.0	1.783	0.836
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	33	8.0	213	52.0	123	30.0	41	10.0	1.580	0.778
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	37	9.0	152	37.1	144	35.1	77	18.8	1.363	0.888
<u>ตลอดทั้งปี</u>	61	14.9	218	53.2	72	17.6	59	14.4	1.685	0.896

n = 410

ตารางที่ 11 การเลือกแหล่งท่องเที่ยว การเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวและการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว					n = 410	
	ทำ		ไม่ทำ		$\bar{X}$	SD
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
<u>การเลือกแหล่งท่องเที่ยว</u>						
- พิจารณาแหล่งท่องเที่ยวหลายๆแหล่งก่อนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	323	78.8	87	21.2	0.788	0.409
<u>การเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว</u>						
- ศึกษาข้อมูลต่างๆ ก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	338	82.4	72	17.6	0.824	0.381
- เตรียมความพร้อมทางด้านสุขภาพร่างกายสำหรับการท่องเที่ยว	320	78.0	90	22.0	0.780	0.414
- เตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ในการเดินทาง	368	89.8	42	10.2	0.898	0.304
- เตรียมอุปกรณ์สำหรับการประกอบกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว	345	84.1	65	15.9	0.841	0.366
- สะสางภารกิจต่างๆ เช่น การงาน ภารกิจในชีวิตประจำวัน ก่อนการเดินทาง	357	87.1	53	12.9	0.871	0.336
<u>การปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว (ด้านบวก)</u>						
- กางเต็นท์พักแรมในพื้นที่อุทยานฯจัดไว้ให้	275	67.1	135	32.9	0.671	0.470
- หลีกเลี่ยงการทิ้งเศษอาหารลงในลำธาร	359	87.6	51	12.4	0.876	0.330
- บรรจุน้ำในถุงก่อนทิ้งลงภาชนะเพื่อให้เจ้าหน้าที่เก็บได้สะดวก	352	85.9	58	14.1	0.858	0.349
- หลีกเลี่ยงการถ่ายภาพสัตว์ป่าใกล้ๆ เพื่อลดการรบกวนสัตว์ป่า	321	78.3	89	21.7	0.783	0.413



ตารางที่ 11 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ทำ		ไม่ทำ		$\bar{X}$	SD
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
	(คน)		(คน)			
- ขณะเดินทางท่องเที่ยวเมื่อพบแผ่นป้ายสื่อความหมายจะหยุดอ่าน	377	92.0	33	8.0	0.919	0.272
- ทิ้งขยะลงในภาชนะที่ทางอุทยานฯ จัดไว้ให้	358	87.3	52	12.7	0.873	0.333
- หลีกเลี่ยงการส่งเสียงดังขณะเดินป่า	330	80.5	80	19.5	0.805	0.397
- รับประทานอาหารในพื้นที่ที่อุทยานฯ จัดให้	353	86.1	57	13.9	0.861	0.346
- จับแมลง/ เต่าคอกไม้/ เต่ากิ่งไม้/ เก็บของป่า เพื่อศึกษาเรียนรู้	38	9.3	372	90.7	0.093	0.290
- ถ่ายภาพ/ถ่ายวิดีโอ เพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึก	367	89.5	43	10.5	0.895	0.307
<b>การปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว (ด้านลบ)</b>						
- ร้องเพลง เล่นดนตรี/ เปิดเพลง เพื่อความสนุกสนาน	153	37.3	257	62.7	0.373	0.484
- ดิสคัสเกอร์ หรือประกาศ ตามที่ต่างๆ เพื่อแจ้งข่าวสารให้นักท่องเที่ยวอื่นได้รับรู้	48	11.7	362	88.3	0.117	0.322
- จุดพลุ ดอกไม้ไฟ	5	1.2	405	98.8	0.012	0.110
- เดินออกนอกเส้นทางที่ทางอุทยานฯ จัดไว้ให้	58	14.1	352	85.9	0.141	0.349
- ล้างภาชนะในลำธาร	17	4.1	393	95.9	0.041	0.200
- เคลื่อนย้ายโต๊ะ ม้านั่ง หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ	27	6.6	383	93.4	0.066	0.248
- ปล่อยของเสียจากร่างกายลงสู่ลำน้ำ/ ในป่า	31	7.6	379	92.4	0.076	0.265

n = 410

ตารางที่ 11 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	n = 410					
	ทำ		ไม่ทำ		$\bar{X}$	SD
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
- จักรยาน/ ขับรถยนต์ออกนอกเส้นทางที่ทางอุทยานฯ จัดไว้ให้	45	11.0	365	89.0	0.110	0.313
- ทิ้งเศษอาหาร เศษขยะที่ย่อยสลายได้เองบริเวณชายป่า	28	6.8	382	93.2	0.068	0.253
- ขุดดินเพื่อฝังกลบขยะ	43	10.5	367	89.5	0.105	0.307
- ส่งเสียงขณะดูหรือส่องสัตว์เพื่อให้เพื่อนเห็นสัตว์เหมือนกับท่าน	48	11.7	362	88.3	0.117	0.322
- สัมผัสหรือแตะต้องตัวสัตว์ด้วยความรักและเมตตา	86	21.0	324	79.0	0.210	0.408
- ส่งเสียงไล่/บีบแตรเมื่อพบสัตว์ป่ากำลังข้ามถนนเพื่อความปลอดภัยของตัวท่านและสัตว์ป่า	74	18.0	336	82.0	0.180	0.385
- ให้อาหารสัตว์ เพื่อแสดงความเมตตาและเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	83	20.2	327	79.8	0.202	0.402
- นำสัตว์เลี้ยงเข้ามาเที่ยวด้วย	17	4.1	393	95.9	0.041	0.200
- จับปลาในลำธาร	10	2.4	400	97.6	0.024	0.154
- จับแมลง/ เต็ดดอกไม้/ เต็ดกิ่งไม้/ เก็บของป่า เพื่อเป็นที่ระลึก	11	2.7	399	97.3	0.027	0.162
- ตัดสาขพืชพรรณเพื่อจะได้กางเต็นท์ได้สะดวกขึ้น	45	11.0	365	89.0	0.110	0.313
- หักเด็ดกิ่งไม้/ ตัดไม้/ เก็บเศษไม้ เพื่อก่อกองไฟ	45	11.0	365	89.0	0.110	0.313

## ตารางที่ 12 ระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

n = 410		
ระดับพฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีพฤติกรรมด้านบวกในระดับต่ำ (0 – 29.99 คะแนน)	167	40.7
มีพฤติกรรมด้านบวกในระดับสูง (30.0 – 35 คะแนน)	243	59.3
Median = 30 $\bar{X}$ = 29.505 SD = 3.453		

### ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ระดับการศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ วันหยุด การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด ประเภทของสื่อ ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ รูปแบบรายการ และความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก เพื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า โมเดลความสัมพันธ์โดยรวมมีความเหมาะสม ( $\chi^2 = 55.375$ ; Sig = 0.000) ค่าความถูกต้องโดยรวมในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 74.3 ตัวแปรอิสระทั้งหมดรวมกันสามารถอธิบายความผันแปรในการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยวได้ประมาณร้อยละ 21 ( $R^2 = .213$ ) และเมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละตัว พบว่ามีเพียง 4 ตัวแปรที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว คือ ระดับการศึกษา มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว (Wald = 5.068; Sig = 0.024) ที่อยู่อาศัย มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว (Wald = 5.398; Sig = 0.020) ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว (Wald = 23.981; Sig = 0.000) และความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว (Wald = 5.676; Sig = 0.017) ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ตัวแปร	B	S.E.	Wald	Sig
ค่าคงที่	0.465	1.106	0.177	0.674
1. ระดับการศึกษา	-0.140	0.062	5.068	0.024
2. รายได้	0.000	0.000	1.051	0.305
3. ที่อยู่อาศัย	-0.710	0.305	5.398	0.020
4. ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ	0.168	0.034	23.981	0.000
5. วันหยุด	-0.001	0.002	0.202	0.653
6. การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด	0.056	0.068	0.692	0.406
7. ใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูล	-0.025	0.118	0.045	0.832
8. ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ	-0.146	0.108	1.827	0.176
9. การได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	0.002	0.004	0.209	0.648
10. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร	0.376	0.158	5.676	0.017

หมายเหตุ  $\chi^2 = 55.375$ ; Sig = 0.000;  $R^2 = 0.213$ ; Predicted Percent Correct = 74.3

ระดับการศึกษา ที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ และความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงคือ ระดับปริญญาตรี ยังเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาอยู่ อาจเป็นไปได้ว่ายังคงศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งวันธรรมดาต้องเรียนหนังสือ และทำกิจกรรมอื่นๆ ในวันหยุด ดังนั้นระดับการศึกษาจึงมีอิทธิพลต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่น การที่จะเดินทางท่องเที่ยวอาจต้องใช้เวลาค่อนข้างมากทั้งในเรื่องของการเดินทางและการประกอบกิจกรรมดังนั้นที่อยู่อาศัยจึงมีอิทธิพลต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางไปเยือนพื้นที่ศึกษามาก่อนแล้ว ซึ่งอาจทราบว่าควรเลือกเดินทางไปช่วงเวลาใดจึงจะเหมาะสม ดังนั้นประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติจึงมีอิทธิพลต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว นอกจากนี้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวจะกล่าวถึง ลักษณะต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งภูมิอากาศด้วย ซึ่งอาจจะกล่าวถึงความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวในบางฤดูเท่านั้น และเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลก็อาจเกิดพฤติกรรมการเลือกช่วงเวลาให้เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 2 ระดับการศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ วันหยุด การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด ประเภทของสื่อ ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ รูปแบบรายการ และความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุเพื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวรวมกันมีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 2.229$ ;  $Sig = 0.008$ ) โดยก่อให้เกิดความผันแปรในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 8 ( $R^2 = 0.083$ ) และเมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละตัว พบว่า มีเพียง 2 ตัวแปรที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว คือ การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในทิศทางบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับเป็นค่ามาตรฐานแล้ว หรือค่า  $Beta = 0.171$ ;  $t = 2.794$ ;  $Sig = 0.006$  กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมากจะมีการเลือกแหล่งท่องเที่ยวมาก และการได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในทิศทางบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับเป็นค่ามาตรฐานแล้ว หรือค่า  $Beta = 0.241$ ;  $t = 3.867$ ;  $Sig = 0.000$  กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากจะมีการเลือกแหล่งท่องเที่ยวมาก ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

ตัวแปรอิสระ	Beta	t	Sig
1. ระดับการศึกษา	-0.072	-1.280	0.202
2. รายได้	0.074	1.288	0.199
3. ที่อยู่อาศัย	-0.009	-0.160	0.873
4. ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ	0.034	0.615	0.539
5. วันหยุด	-0.072	-1.311	0.191
6. การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด	-0.009	-0.163	0.870
7. ใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูล	0.171	2.794	0.006
8. ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ	-0.061	-1.089	0.277
9. การได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	0.241	3.867	0.000
10. ความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร	0.107	1.931	0.054

หมายเหตุ Constant = -0.040;  $F = 2.229$ ;  $Sig = 0.008$ ;  $R^2 = 0.083$ ; Adjusted R Square = 0.046

การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและการได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในทิศทางบวก นั่นคือถ้าใช้อินเทอร์เน็ตมาก ได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากก็จะมีพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีรายละเอียด และผู้ที่สนใจหรือต้องการข้อมูลจะสามารถสืบค้นได้ง่าย ซึ่งหากต้องการเลือกหรือหาแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองสนใจก็สามารถทำได้ง่ายเช่นกัน และยังเป็นไปตามที่ Middleton (1994) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดความต้องการทางการท่องเที่ยว และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของมนุษย์ ซึ่งจะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้รับความสนใจ อีกทั้งยังเป็นการโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของฉัฐชามณูช์ (2545) ที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของบุษกร (2546) ที่พบว่า เมื่อมีการรับข่าวสารจากสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะ ก็จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะเพิ่มมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 ระดับการศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติวันหยุด การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด ประเภทของสื่อ ความบ่อยครั้งในการรับสื่อรูปแบบรายการ และความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวรวมกันมีอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 2.704$ ;  $Sig = 0.001$ ) โดยก่อให้เกิดความผันแปรในการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 10 ( $R^2 = 0.099$ ) และเมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลของแต่ละตัว พบว่า มีเพียง 3 ตัวแปรที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว คือ การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุดมีอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวในทิศทางบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับเป็นค่ามาตรฐานแล้ว หรือค่า  $Beta = 0.178$ ;  $t = 3.288$ ;  $Sig = 0.001$  กล่าวคือ หากให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุดมากจะมีการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวมาก และการได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวใน

ทิศทางบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับเป็นค่ามาตรฐานแล้ว หรือค่า  $Beta = 0.215$ ;  $t = 3.484$ ;  $Sig = 0.001$  กล่าวคือหากได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากจะมีการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวมาก นอกจากนี้ความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสารยังมีอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวในทิศทางบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับเป็นค่ามาตรฐานแล้ว หรือค่า  $Beta = 0.113$ ;  $t = 2.067$ ;  $Sig = 0.039$  กล่าวคือ ข้อมูลมีความพึงพอใจมากก็จะมีการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวมาก ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

ตัวแปรอิสระ	Beta	t	Sig
1. ระดับการศึกษา	-0.009	-0.167	0.867
2. รายได้	0.053	0.936	0.350
3. ที่อยู่อาศัย	0.035	0.620	0.536
4. ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ	-0.002	-0.044	0.965
5. วันหยุด	-0.023	-0.426	0.670
6. การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด	0.178	3.288	0.001
7. ใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูล	-0.035	-0.581	0.562
8. ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ	-0.016	-0.288	0.774
9. การได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	0.215	3.484	0.001
10. ความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร	0.113	2.067	0.039

หมายเหตุ Constant = 2.144; F = 2.704; Sig = 0.001;  $R^2 = 0.099$ ; Adjusted R Square = 0.062

การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุดมีอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวในทิศทางบวก นั่นคือ หากให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุดมากจะมีการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวมากด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องจากเมื่อให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแล้ว ก็อาจจะมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ เพื่อจะได้ลดอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาในวันหยุดเพื่อการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่สมกับการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด นอกจากนี้การได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลยังมอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวในทิศทางบวก นั่นคือถ้าได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมาก ข้อมูลมีความพึงพอใจมากก็จะมีการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวมาก ทั้งนี้อาจเป็นไปตามที่ ชวรัตน์ (2527) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ผลักดันให้

บุคคลเปิดรับข่าวสารไว้ว่า มาจากประโยชน์ใช้สอยของตนเอง ซึ่งการศึกษาในส่วนนี้ได้กล่าวถึงการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ จึงเป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังอาจเนื่องมาจากเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์แล้ว ข้อมูลนั้นสร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว ดึงดูดใจให้ไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงต้องการเดินทางท่องเที่ยว และในที่สุดก็เกิดพฤติกรรมการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 4 ระดับการศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ วันหยุด การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด ประเภทของสื่อ ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ รูปแบบรายการ และความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวรวมกันมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 4.488$ ;  $Sig = 0.000$ ) โดยก่อให้เกิดความผันแปรในการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยว ประมาณร้อยละ 15 ( $R^2 = 0.154$ ) และเมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละตัว พบว่า มีเพียง 2 ตัวแปรที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยว คือ ระดับการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวในทิศทางบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับเป็นค่ามาตรฐานแล้ว หรือค่า  $Beta = 0.323$ ;  $t = 5.985$ ;  $Sig = 0.000$  กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่ได้รับการศึกษาในระดับสูงจะมีการปฏิบัติตัวหรือพฤติกรรมขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวด้านบวกมากและที่อยู่อาศัยมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวในทิศทางบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับเป็นค่ามาตรฐานแล้ว หรือค่า  $Beta = 0.135$ ;  $t = 2.486$ ;  $Sig = 0.013$  กล่าวคือนักท่องเที่ยวต่างถิ่นจะมีการปฏิบัติตัวหรือพฤติกรรมขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวด้านบวกมาก

ดังตารางที่ 16



ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4

ตัวแปรอิสระ	Beta	t	Sig
1. ระดับการศึกษา	0.323	5.985	0.000
2. รายได้	0.020	0.367	0.714
3. ที่อยู่อาศัย	0.135	2.486	0.013
4. ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ	0.037	0.708	0.479
5. วันหยุด	0.082	1.547	0.123
6. การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด	0.028	0.540	0.589
7. ใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูล	-0.011	-0.195	0.846
8. ความบ่อยครั้งในการรับสื่อ	-0.044	-0.811	0.418
9. การได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	-0.003	-0.053	0.958
10. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร	0.100	1.895	0.059

**หมายเหตุ** Constant = 1.659; F = 4.488; Sig = 0.000; R<sup>2</sup> = 0.154; Adjusted R Square = 0.120

ระดับการศึกษาและที่อยู่อาศัยมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวในทิศทางบวก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่ได้รับการศึกษาในระดับสูงจะมีการปฏิบัติตัวหรือพฤติกรรมขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวด้านบวกมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากบุคคลที่มีการศึกษาในระดับสูงมักจะมีการแสวงหาความรู้ในเรื่องต่างๆ ซึ่งอาจทำให้ทราบว่าคุณสมบัติใดควรมีพฤติกรรมอย่างไร หรือมีกฎระเบียบข้อห้ามอะไรบ้าง ดังนั้นในการแสดงออกหรือการปฏิบัติตัวในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง จึงมีการพิจารณาไตร่ตรองถึงความเหมาะสมต่อสถานที่นั้น และยังคงคล้อยตามลักษณะของนักท่องเที่ยวที่สุรเชษฐ์ และคณะ (2538) ได้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะมีจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์และมีความรับผิดชอบในการใช้พื้นที่ สำหรับที่อยู่อาศัยนั้น นักท่องเที่ยวต่างถิ่นจะมีการปฏิบัติตัวหรือพฤติกรรมขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวด้านบวกมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างถิ่นไม่คุ้นเคยกับสภาพแวดล้อม จึงระมัดระวังในการปฏิบัติตัวและให้ความเคารพต่อสถานที่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวท้องถิ่นมีความคุ้นเคยกับสถานที่ บรรยากาศของอุทยานแห่งชาติ รวมทั้งอาจคุ้นเคยกับเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ จึงอาจทำให้ไม่สนใจกฎระเบียบหรือการกระทำที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Swearingen และ Johnson (1988) ที่พบว่านักท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นจะเดินทางออกนอกเส้นทางมากกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของคมเชษฐา (2545) ที่พบว่านักท่องเที่ยวท้องถิ่นมีพฤติกรรมการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบอุทยานแห่งชาติมากกว่านักท่องเที่ยวต่างถิ่น นอกจากนี้จากการทดสอบ

สมมติฐานยังพบว่า ตัวแปรที่เกี่ยวกับการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเนื่องจากรายการต่างๆนำเสนอเฉพาะภาพแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรที่สวยงามแต่ไม่ได้กล่าวถึงการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

จากผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 4 ข้อ เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระแต่ละตัว พบว่ามีตัวแปรอิสระ 3 ตัวที่ไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามใดๆ เลย ตัวแปรอิสระตัวแรกที่จะกล่าวถึงคือ รายได้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีรายได้ที่แตกต่างกันมาก ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความหลากหลายในค่าตัวแปร ตัวแปรอิสระตัวที่สองคือ วันหยุด ซึ่งสาเหตุเช่นเดียวกับรายได้คือ นักท่องเที่ยวมีจำนวนวันหยุดที่แตกต่างกันมากทำให้ข้อมูลที่ได้มีความหลากหลายในค่าตัวแปร และอาจเนื่องจากจำนวนวันหยุดมีหลายวันและไม่แน่นอนจึงทำให้ตอบไม่ตรงตามความเป็นจริง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของฟุสส์คัลด์ (2546) ที่พบว่า วันหยุดไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งนันทนาการและการเลือกฤดูกาลท่องเที่ยว และตัวแปรอิสระตัวสุดท้ายคือความบ่อยครั้งในการรับสื่อ ทั้งนี้อาจเนื่องจากความบ่อยครั้งที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่น้อยเกินไปหรือไม่ค่อยได้รับ จึงอาจทำให้ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใดเลย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Zimbardo และ Leippe (1991) ที่ว่า การได้รับข่าวสารที่เสนอผ่านสื่อมวลชนบ่อยๆ จนทำให้คุ้นเคยกับข่าวสารจนก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับ สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและเมื่อมีโอกาสก็จะแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ดังนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวไม่ค่อยได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจึงอาจเป็นสาเหตุให้ตัวแปรอิสระตัวนี้ไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามใดๆ เลย

## สรุปและข้อเสนอแนะ

### สรุป

การศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ การรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ลักษณะส่วนบุคคลบางประการของนักท่องเที่ยว และศึกษาอิทธิพลของการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและลักษณะส่วนบุคคลบางประการต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยทำการศึกษาในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวรวม 410 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ซึ่งผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติที่เป็นพื้นที่ศึกษาเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยประมาณ 28 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และยังคงเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาอยู่ มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 15,562 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่น เคยไปเยือนอุทยานแห่งชาติที่เป็นพื้นที่ศึกษาเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง มีวันหยุดเฉลี่ยประมาณ 76 วันต่อปี ในวันหยุดยาวจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก และในวันหยุดสุดสัปดาห์จะเลือกพักผ่อนกับครอบครัวที่บ้านเป็นอันดับแรก สื่อที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้เป็นแหล่งหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอันดับแรกคือ สื่ออินเทอร์เน็ต แต่นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์บ่อยที่สุด และส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากรายการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติที่เป็นพื้นที่ศึกษามาก่อนและคิดว่าข้อมูลนั้นมีความดึงดูดใจให้ไปเยือนในระดับมาก ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าเหมาะสมที่จะไปเยือนคือวันหยุดในช่วงเทศกาล ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวหลายๆ แหล่งก่อนตัดสินใจเลือกแหล่งที่จะเป็นจุดหมายปลายทาง มีการเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ในการเดินทาง และโดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านบวกในระดับต่ำ

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 4 ข้อ สรุปได้ว่าในภาพรวมตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตาม พบว่ามีตัวแปรอิสระจำนวนน้อยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม กล่าวคือตัวแปรอิสระมีทั้งหมด 10 ตัว แต่ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามรวมทั้งสิ้น 7 ตัว ดังนี้ ระดับ

การศึกษา ที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ และความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยว จากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\chi^2 = 55.375$ ; Sig = 0.000;  $R^2 = 0.213$ ) การใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและการได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 2.229$ ; Sig = 0.008;  $R^2 = 0.083$ ) การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด การได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลมีอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 2.704$ ; Sig = 0.001;  $R^2 = 0.099$ ) และระดับการศึกษาและที่อยู่อาศัยมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 4.488$ ; Sig = 0.000;  $R^2 = 0.154$ ) จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย ทั้งนี้การเลือกแหล่งท่องเที่ยวและการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรที่เกี่ยวกับการรับสารจากสื่อมวลชนมากที่สุด และการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรที่เกี่ยวกับการรับสารจากสื่อมวลชน

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการจัดการ

1. จากผลการศึกษา พบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่อยู่ในอันดับแรกๆ ของตัวแปรที่เกี่ยวกับการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นสื่อที่เลือกใช้เป็นแหล่งหาข้อมูล ความบ่อยครั้งในการรับข้อมูล และรูปแบบรายการที่ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับสื่อประเภทนี้ ซึ่งควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องตามความเป็นจริงและตามหลักวิชาการ โดยเฉพาะการปฏิบัติตัวที่ถูกต้องตามกฎระเบียบขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้ใช้สื่อประเภทนี้เป็นเครื่องมือในการจัดการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. หน่วยงานราชการที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว ควรเปิดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์แก่สื่อมวลชน เพื่อที่สื่อมวลชนจะได้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและนำไปถ่ายทอดแก่ประชาชนได้ถูกต้องเช่นกัน

3. ในแหล่งท่องเที่ยวควรกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่เหมาะสมโดยใช้กฎระเบียบ และโปรแกรมสื่อความหมายเป็นเครื่องมือในการจัดการ

4. จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวเป็นบางช่วงเวลา และความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว ดังนั้นหากต้องการให้มีการกระจายการท่องเที่ยวควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงความโดดเด่นของธรรมชาติที่แตกต่างกันในแต่ละฤดูกาล เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต

1. ควรเก็บข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีการกระจายใกล้เคียงกับการแจกแจงปกติ เช่น การเก็บข้อมูลทุกเดือนแทนการเก็บข้อมูลในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว

2. ควรมีการศึกษาในพื้นที่อื่นๆ ซึ่งอาจจำแนกตามลักษณะทางกายภาพ ซึ่งได้แก่ อุทยานแห่งชาติทางบก อุทยานแห่งชาติทางทะเล หรืออาจจำแนกตามภูมิภาค ซึ่งได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคใต้ เป็นต้น

3. ควรมีการศึกษาการรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว นอกเหนือจากสื่อมวลชน เช่น สื่อบุคคล ซึ่งได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อน บุคคลที่เคยเดินทางไปแล้ว เป็นต้น สื่อเฉพาะกิจ ซึ่งได้แก่ หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก แผ่นพับ เอกสารแนะนำ ไปสเตอร์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น

4. ควรมีการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของรายการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องของการนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจ และเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาพัฒนารายการนั้นๆ ต่อไป

5. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ภายหลังจากที่ได้รับข้อมูลจากรายการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไปแล้วว่าเป็นอย่างไร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาพัฒนาการผลิตและรายละเอียดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ต่อไป

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง

- กรมป่าไม้. 2543. อุทยานแห่งชาติในประเทศไทย. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรุงเทพฯ.
- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. 2548. รายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติ ระหว่างปีงบประมาณ 2539-2548. กรุงเทพฯ.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2542. การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค. บริษัทเอ็ดมันเพรสโปรดักส์ จำกัด, กรุงเทพฯ.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. 2540. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. เพชรเกษมการพิมพ์, นครปฐม.
- คณะวนศาสตร์. 2530. รายงานการประเมินสถานภาพอุทยานแห่งชาติ พื้นที่อนุรักษ์สัตว์ป่าและพื้นที่คุ้มครองอื่นๆในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- คมเชษฐา จรุงพันธ์. 2545. พฤติกรรมที่ไม่ปฏิบัติตามระเบียบของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติกรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- จุมพล รอดคำดี. 2528. เอกสารการสอนชุดวิชาพลศาสตร์ของการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, กรุงเทพฯ.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. 2527. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. บพิธการพิมพ์, กรุงเทพฯ.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. 2538. องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว. จุลสารการท่องเที่ยว. 14 (4): 38-45.
- ฐิติ ฐิติจำเริญพร. 2538. เอกสารประกอบการสอนวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

- ณรงค์ สมพงษ์. 2543. สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ณัฐชามณูช สุวิทย์พันธุ์. 2545. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดร.รชนี เอมพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เศรษฐมาต. 2541. อุทยานแห่งชาติกับการอนุรักษ์. คณะวนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- นฤพนธ์ เอื้อธวัชวันต์. 2539. นิตยสารแนวท่องเที่ยว: ศึกษาองค์กร เนื้อหา และผู้รับสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุษกร แก้วมีจิน. 2546. ปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะของคนกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เบญจรัตน์ มรรยาทอ่อน. 2544. เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมบริการแห่งศตวรรษที่ 21. จุลสารการท่องเที่ยว. 20 (1): 5-7.
- ปรมะ สตะเวทิน. 2541. หลักนิเทศศาสตร์. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, กรุงเทพฯ.
- ประสิทธิ์ เถลิงมีประเสริฐ. 2537. สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล. คณะรัฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ฝายนันทนาการและสื่อความหมาย. 2544. ชื่ออุทยานแห่งชาติในประเทศไทย. ส่วนอุทยานแห่งชาติ, กรมป่าไม้, กรุงเทพฯ.
- พวงบุหงา ภูมิพานิช. 2539. สื่อมวลชนและการโรงแรม. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ไพบุลย์ เทวรักษ์. 2537. **จิตวิทยา: ศึกษาพฤติกรรมภายนอกและภายใน**. โรงพิมพ์เอส.ดี.เพรส, กรุงเทพฯ.
- ฟูศักดิ์ กาญจนสำราญวงศ์. 2546. **การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งและฤดูกาลท่องเที่ยวในแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติโดยอินทนนท์และเขาใหญ่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- มงคล แก้วจันทร์. 2544. **ชีวิตการสื่อสาร: การใช้ไอทีในชีวิตประจำวัน**. อินเทอร์เน็ต 6 (5): 20-24.
- วิจิตร อวอะกุล. 2541. **เทคนิคการประชาสัมพันธ์**. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- วิภาพร มาพบสุข. 2543. **มนุษย์สัมพันธ์**. บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด, กรุงเทพฯ.
- วิลสา สิ้นสิริ. 2542. **การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลลักษณ์ ชมภูศรี. 2544. **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศกลวรรณ พาเรือง. 2540. **องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรียุติง ศรีรักษา. 2544. **การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- ศิริลักษณ์ อริยบุญโญทัย. 2540. ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ **Amazing Thailand** ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2540. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สมชาติ สุกฤตยานันท์. 2533. ความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรลักษณ์ ดันเสียงสม. 2542. การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยของหนังสือพิมพ์รายวัน กับความต้องการของผู้อ่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาดา วรรณะมานี. 2542. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุดาวรรณ เตชะวิบูลย์วงศ์. 2543. กระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ผ่านสื่อมวลชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ในโครงการ **Amazing Thailand**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต. 2535. นันทนาการกับป่าไม้ชุมชน. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการป่าไม้ชุมชน. สาขาวิชาการส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, กรุงเทพฯ.
- \_\_\_\_\_. 2541. เอกสารประกอบการสอนวิชานันทนาการเบื้องต้น. ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต, ดร.รชนี เอมพันธุ์, วิจักขณ์ นิมโนม และวิชาญ เอียดทอง. 2538. **โครงการศึกษา การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ: กรณีภาคใต้**. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. เสนอต่อ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

Hudman, L.E. 1980. **Tourism: Ashing world**. Grid Lnc, Ohio.

Klapper, J.T. 1960. **The Effects of Mass Communication**. Free Press, New York.

Mathieson, A. and G. Wall. 1982. Tourism Constraints: the Nelegted Dimention Consumer Behavior Research, pps.140-141. In A.G. Woodside, G.I.Crouch, J.A.Mazanec, M.Opperman and M.Y.Sakai, eds. **Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure**. International Press, London.

Middleton, T.C. 1994. **Marketing in Travel and Tourism**. Butterworth Heinemann, Oxford.

Noelle-Neumann, E. 1991. **The Spiral of Silence**. University of Chicago Press, Chicago.

Schram, W. 1973. **Mass Media and National Development**. Stanford University and UNESCO.

Swearingen, T.C. and D.R. Johnson. 1988. **An analysis of off-trail hiking in response to selected social control techniques at Paradise Meadow, Mount Rainier National Park**. Cooperative Park Studies Unit, College of Forest Resources, University of Washington, Seattle, WA.

Yamane,T. 1973. **Statistics: An Introductory Analysis**. International Edittion, Tokyo.

Zimbardo, P.G. and M.R. Leippe. 1991. **The Psychology of Attitude Change and Social Influence**. McGraw-Hill, New York.

ภาคผนวก

### ภาคผนวก ก

ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์  
และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่



Tel.053-903858-9, Fax.053-820625

Home
About us
แพ็คเกจทัวร์
กระถาง ถาม คอบ
Recommend
Contact Us

- Home
- ติดต่อเรา
- การชำระเงิน
- ผู้ค้าเมือง
- Photo Gallery
- แบบฟอร์มใบเสนอรายการทัวร์และผู้คณะ
- ใบอนุญาตประกอบการท่องเที่ยว

**แพ็คเกจหลัก**

- เชียงใหม่ 4 วัน 3 คืน
- Option ทัวร์
- พักโรงแรม 1 คืน รีสอร์ท 1 คืน
- English Version
- Spanish Version
- Chinese Version
- Version Francais
- ค่าธรรมเนียม

**แพ็คเกจอีกมากมาย**

- ทริปสงกรานต์ 49
- เชียงราย คอยสูง
- เชียงใหม่ เชียงราย ปลายฟ้า
- แพร่ น่าน
- อุ้มผาง ผอกป่า
- คีโนเจนเทอญย์ประวัติศาสตร์
- คอยท่าแม่ป๋ก
- เชียงใหม่ เขื่อนสอง

**กระถาง ถาม คอบ**

- webboard

**สมัครสมาชิกเพื่ออัพเดทโปรแกรม ใหม่**

Your E-Mail

ทกลง

**ข้อมูลการเดินทาง**

- Bangkok Airways
- Air Asia
- การบินไทย
- บกแอร์
- ไทเวียไทย

## อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์





### อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์

ลักษณะภูมิประเทศ :

สภาพภูมิประเทศทั่วไปประกอบด้วยภูเขาสลับซับซ้อน มีดอยอินทนนท์เป็นยอดเขาที่สูงที่สุด สูงจากระดับน้ำทะเล 2,565 เมตร ยอดเขาที่มีระดับสูงรองลงมาคือ ดอยหัวมดหลวง สูงจากระดับน้ำทะเล 2,330 เมตร ป่าอินทนนท์นี้เป็นแหล่งกำเนิดของต้นน้ำแม่กลาง แม่ป่าก่อ แม่ป๋ก แม่หอย แม่แจ่ม แม่ขาน และเป็นส่วนหนึ่งของต้นน้ำแม่ปิงที่ไหลลงงานไปฟ้าที่เขตดอยอินทนนท์

ซึ่งเป็นยอดเขาที่สูงที่สุดของประเทศ ซึ่งคนไทยส่วนมากต้องไปสัมผัสเพื่อเป็นประวัติของชีวิต อากาศบนยอดดอยหนาวเย็น ยามฤดูหนาวอากาศหนาวจัด มีเมฆหมอกจืดมึน บรรยากาศคงกล่าวหาได้ยาก ในประเทศไทย ต้นไม้ใบฉิวยอดดอยแตกต่างจากที่อื่นเพราะมีสภาพเป็นป่าโบราณ ตามต้นไม้เฟิร์น หลายชนิดและมอสจับเขียวครึ้ม พันธุ์ไม้ดอกเช่น กุหลาบป่า คัสสิกับกุหลาบแดง แต่สูงใหญ่กว่ามาก จนเรียกกันว่า "กุหลาบพันปี" นอกจากนี้ ยังมี สานข้าวตอกฤดู ซึ่งขึ้นมอสชนิดหนึ่ง ขึ้นอยู่หนาแน่นมีสีเขียว สลับสีน้ำตาลอ่อนๆ มอสชนิดนี้จะขึ้นได้เฉพาะที่สูง ความชื้นมาก และอากาศหนาวเย็นเท่านั้น และเป็นที่ประดิษฐาน สลุปบรรจุเจ้าอินทวิชยานนท์ อดีตเจ้าเมืองเชียงใหม่

โครงการหลวงดอยอินทนนท์ ตั้งอยู่บริเวณกิโลเมตรที่ 31 แยกขวาเข้าไปอีก 1 กิโลเมตร ผลผลิตหลักคือ ไม้ดอกเมืองหนาว นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมแปลงดอกไม้และภาครเพาะขยายพันธุ์

พระมหาธาตุพนมเมธาณัติ และพระมหาธาตุพนมภูมิลีริ ตั้งอยู่บริเวณกิโลเมตรที่ 41.5 ด้านซ้ายมือสร้างถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ในโอกาสทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ ในปี พ.ศ. 2530 และ พ.ศ. 2535




น้ำตกแม่กลาง อยู่ทางทิศตะวันออกของอุทยานฯ จากถนนสายจอมทอง-อินทนนท์ ประมาณหลักกิโลเมตรที่ 8 แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 1 กิโลเมตร ก็จะถึงน้ำตกแม่กลาง

น้ำตกชิรธาร หรือน้ำตกเมืองโขง เกิดจากลำห้วยแม่กลางอยู่ประมาณกิโลเมตรที่ 22 ถนนสายจอมทอง-อินทนนท์ มีน้ำไหลตกจากหน้าผาสูงถึง 70 เมตร

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bangkok Airways</li> <li>▪ Air Asia</li> <li>▪ การบินไทย</li> <li>▪ บกแอร์</li> <li>▪ โอเรียนท์ไทย</li> <li>▪ รถไฟ</li> <li>▪ ขบสง</li> <li>▪ แอร์เอเชีย</li> <li>▪ ททท.</li> <li>▪ แผนที่ภาคเหนือ</li> <li>▪ พยากรณ์อากาศ</li> <li>▪ Link โรงแรมภาคเหนือ</li> <li>▪ ร้านอาหาร จ.เชียงใหม่</li> </ul>	<p>กิโลเมตร ก็จะถึงน้ำตกแม่กลาง</p> <p>น้ำตกวชิรธาร หรือน้ำตกเมืองเือง เกิดจากลำห้วยแม่กลางอยู่ประมาณกิโลเมตรที่ 22 ถนนสายจอมทอง-อินทนนท์ มีน้ำไหลตกจากหน้าผาสูงถึง 70 เมตร</p> <p>การเดินทาง : จากตัวเมืองเชียงใหม่ ไปตามถนนสายเชียงใหม่ - ฮอด ประมาณ หลักกิโลเมตรที่ 58 ก่อนถึงตลาด อำเภอจอมทอง มีถนนแยกไปทางขวา คือ ถนนสายจอมทอง - ตอยอินทนนท์ ซึ่งมีระยะทาง ถึงยอดตอยประมาณ 48 กิโลเมตร ซึ่งที่ทำการขตจะอยู่บริเวณหลัก กม. ที่ 31</p> <p>« Back</p>
<p><b>Special Thanks</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Abi-station</li> <li>▪ Ready Planet</li> <li>▪ Google Earth</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ จางพลักษณ์ 2549 <b>NEW!</b></li> <li>▪ พระพุทธรูปปั้นไม้ วัตถุประสงค์เจริญทรัพย์</li> <li>▪ เชียงใหม่ ไนท์ซาฟารี</li> <li>▪ วัดพระธาตุดอยสุเทพ</li> <li>▪ ป่างช้างแม่สา</li> <li>▪ พระตำหนักตอยดงและสวนแม่ฟ้าหลวง</li> <li>▪ ชาวเขาเผ่าต่างๆ</li> <li>▪ ลีนค่าแพง</li> <li>▪ สามเหลี่ยมทองคำ</li> <li>▪ แม่สาย</li> <li>▪ ตอยแม่สะลอง</li> <li>▪ ตอยฝ้ายหมอก</li> <li>▪ ตอยอ่างขาง</li> <li>▪ แผนที่ภาคเหนือ</li> <li>▪ รวม Link โรงแรม</li> <li>▪ ร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่</li> </ul>

Copyright © 2000-2006 All Rights Reserved.

ที่มา: <http://destinythai.com.www.readyplanet.net/index.php?lay=show&ac=article&Id=123009>  
&Ntype=2

นครนายก
ปราจีนบุรี
ฉะเชิงเทรา
สระแก้ว
หน้าแดง

**กิจกรรม**

ที่เกี่ยว

ที่นอน

ที่กิน

ที่นอน

ลองเรือ

ลองแก่ง

ผจญภัย

เที่ยวสุขภาพ

เที่ยวเกษตร

จักรยาน

ดีทอล์ฟ

OTOP

แผนที่

บริษัททัวร์

โทรศัพท์

ลิงค


สถิติ

รู้จักเรา



**อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่**

มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 2,168 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ของ 4 จังหวัด คือ นครนายก นครราชสีมา ปราจีนบุรี และสระบุรี มีภูมิประเทศสวยงาม ประกอบด้วยป่าดิบ ป่าโปร่ง ธารน้ำ น้ำตก ลีดร์ป่า และพันธุ์ไม้ป่านานาชนิด ยอดเขาที่สูงที่สุดในเทือกเขาใหญ่คือ ยอดเขาแหลม มีความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,292 เมตร ถูกประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 18 กันยายน 2505 นับเป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทย



การเดินทางไปเขาใหญ่นับว่าสะดวกมาก มีถนนลาดยางอย่างดี แยกจากทางหลวงหมายเลข 33 ที่สี่แยกเนินหอมระยะทาง 41 กิโลเมตร ไปยังศูนย์กลางของเขาใหญ่ ซึ่งเป็นที่ตั้งของที่ทำการอุทยานแห่งชาติ และไปบรรจบกับถนนมิตรภาพบริเวณอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา รวมระยะทางจากสี่แยกเนินหอมถึงถนนมิตรภาพประมาณ 81 กิโลเมตร

สถานที่ท่องเที่ยวบนเขาใหญ่เป็นจุดชมวิวกวักทัศน์ต่าง ๆ อันได้แก่ จุดชมวิวกม.ที่ 30 ถนนธนะรัชต์ (จากปากช่อง) จุดชมวิวกาญจนาภิเษก (ผาทรอมใจ) และจุดชมวิวกม.ที่ 9 บนทางขึ้นเขาเขียว

น้ำตกที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวชมเพราะทางเข้าสะดวก ได้แก่

**น้ำตกเหวนรก** ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ในเขตอำเภอปากพลี จากตัวเมืองเดินทางไปทางทิศตะวันออกตามถนนสุวรรณศรถึงสี่แยกเนินหอมหรือวงเวียนนครสวรรค์ซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 3077 ซึ่งเป็นทางขึ้นเขาใหญ่ไปจนถึง กม.ที่ 24 มีทางเดินเท้าไปน้ำตกเหวนรกอีก 2 กม.

เป็นน้ำตกขนาดใหญ่มีทั้งหมด 3 ชั้น ชั้นแรกสูงประมาณ 60 เมตร เมื่อน้ำไหลผ่านน้ำตกชั้นนี้จะมีน้ำไหลลงสู่หน้าผา ชั้นที่สองและสามในลักษณะการไหลตก 90 องศา รวมความสูงไม่ต่ำกว่า 150 เมตร ในฤดูฝนน้ำไหลแรงมาก

**น้ำตกก่องแก้ว** เป็นน้ำตกขนาดเล็กที่เกิดจากห้วยลำตะคอง อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยาน ฯ ประมาณ 100 เมตร ใกล้กับน้ำตกมีสะพานแขวนข้ามลำห้วยลำตะคอง ซึ่งเป็นแนวแบ่งเขตจังหวัดนครนายกและจังหวัดนครราชสีมา

**น้ำตกเหวสุวัต** อยู่ที่จุดสิ้นสุดของถนนธนะรัชต์ เกิดจากห้วยลำตะคอง ไหลตกจากหน้าผาสูงประมาณ 25 เมตร ในฤดูฝนจะมีน้ำมากและไหลเชี่ยว ในฤดูแล้งปริมาณน้ำน้อย สามารถเดินไปยังหน้าผาของน้ำตกนี้ได้

**น้ำตกเหวไทร** เป็นน้ำตกที่เกิดจากลำห้วยลำตะคองถัดไปจากน้ำตกเหวสุวัต ต้องเดินเท้าจากน้ำตกเหวสุวัตไปอีกประมาณ 1.5 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 30 นาที น้ำตกไหลลงมาจากหน้าผาสูงประมาณ 5 เมตร



ในอุทยานน้ำไหลลงจากหน้าผาสวยงามมาก

**น้ำตกผากล้วยไม้** อยู่ห่างทางไปน้ำตกเหวสุวัต โดยเดินเท้าจากถนนธนะรัชต์ไปอีก 1 กิโลเมตร เป็นน้ำตกขนาดกลางอยู่ในลำห้วยลำตะคองเช่นเดียวกัน ที่หน้าผาของน้ำตกมีกล้วยไม้หลายดวงขึ้นอยู่ อันเป็นสัญลักษณ์ของน้ำตกแห่งนี้ ดอกกล้วยไม้จะบานในฤดูร้อนประมาณเดือนเมษายน

นอกจากนี้ยังมีน้ำตกอีกหลายแห่งซึ่งต้องเดินเท้าเป็นระยะทางไกล ได้แก่ น้ำตกห้วยโกรกเต้ น้ำตกเหวประทุน น้ำตกผากระจาย น้ำตกตาตาคู น้ำตกวังเหว น้ำตกแม่ปล้อง น้ำตกผาชมพู น้ำตกผาตาด น้ำตกมะนาว และน้ำตกตาตาดทอง

**สอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โทร. 0-2561-4292-3 ต่อ 718, 720, 0-3731-9002, 0-6092-6530 และ 0-6092-6531**

โดยนักท่องเที่ยวจะต้องเสียค่าธรรมเนียมผ่านเข้าอุทยาน ฯ ดังนี้  
**นักท่องเที่ยวชาวไทย** ผู้ใหญ่ 20 บาท / คน เด็ก 10 บาท / คน  
**นักท่องเที่ยวต่างชาติ** ผู้ใหญ่ 200 บาท / คน เด็ก 100 บาท / คน

หากนำพาหณะเข้าอุทยาน ฯ เก็บค่าธรรมเนียมตามประเภทพาหณะ ดังนี้

- รถจักรยาน 20 บาท / คัน
- รถจักรยานยนต์ 30 บาท / คัน
- รถยนต์ (ไม่เกิน 4 ล้อ) 50 บาท / คัน
- รถบัสเล็ก (ไม่เกิน 24 ที่นั่ง) 100 บาท / คัน
- รถบัสใหญ่ (24 ที่นั่งขึ้นไป) 200 บาท / คัน
- รถบรรทุก 1-4 คัน 4 ล้อ 200 บาท / คัน
- รถบรรทุก 4 คัน 6 ล้อ 300 บาท / คัน
- รถบรรทุก 4 คัน 6 ล้อขึ้นไป ห้ามผ่าน



ที่มา: [http://www.tat8.com/thai/ny/p\\_khaoyai.html](http://www.tat8.com/thai/ny/p_khaoyai.html)



**ภาคผนวก ข**

**แบบสอบถามนักท่องเที่ยว**

หมายเลขแบบสอบถาม

--	--	--

## แบบสอบถามนักท่องเที่ยว

### เรื่อง

อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ

### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งในการเก็บข้อมูลในการวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท สาขาอุทยานและนันทนาการ ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาท่านตอบคำถามทุกข้อในแบบสอบถามนี้ คำตอบของท่านไม่มีถูกหรือผิด และข้อมูลต่างๆที่ท่านตอบในแบบสอบถาม จะไม่มีผลกระทบหรือเกิดความเสียหายต่อตัวท่านหรือบุคคลใดๆ

ขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัย: สุปาณี นิยมศิลป์

นิสิตสาขาวิชาอุทยานและนันทนาการ  
คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร

1. หากท่านต้องการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ท่านจะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งใด (เรียงลำดับตามความสำคัญ 3 ลำดับ โดยลำดับที่ 1 สำคัญที่สุด)

- ( ) หนังสือพิมพ์                      ( ) นิตยสาร                      ( ) วิทยุ  
 ( ) โทรทัศน์                      ( ) สื่ออินเทอร์เน็ต                      ( ) บุคคลที่เคยเดินทางไปแล้ว  
 ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ท่านได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากสื่อต่อไปนี้บ่อยเพียงใด (โปรดระบุจำนวนวัน โดยประมาณ)

- หนังสือพิมพ์ .....วันต่อเดือน  
 นิตยสาร .....วันต่อเดือน  
 วิทยุ .....วันต่อเดือน  
 โทรทัศน์ .....วันต่อเดือน  
 สื่ออินเทอร์เน็ต .....วันต่อเดือน

3. ท่านได้เห็นภาพแหล่งท่องเที่ยวหรือได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากรายการต่างๆจากสื่อประเภทต่อไปนี้  
 มากน้อยเพียงใด

หัวข้อ	ระดับการได้รับข่าวสาร					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยได้รับ
<u>หนังสือพิมพ์</u>						
คอลัมน์ส่งเสริมการท่องเที่ยว						
คอลัมน์ข่าว						
คอลัมน์สารคดี						
คอลัมน์กีฬา และบันเทิง						
โฆษณาด้านการท่องเที่ยว						
อื่นๆ โปรดระบุ.....						
<u>นิตยสาร</u>						
คอลัมน์ส่งเสริมการท่องเที่ยว						
คอลัมน์ข่าว						
คอลัมน์สารคดี						
คอลัมน์กีฬา และบันเทิง						
โฆษณาด้านการท่องเที่ยว						
อื่นๆ โปรดระบุ.....						

หัวข้อ	ระดับการได้รับข่าวสาร					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยได้รับ
<u>วิทยุ</u>						
รายการส่งเสริมการท่องเที่ยว						
รายการข่าว						
รายการสารคดี						
รายการกีฬา และบันเทิง						
โฆษณาด้านการท่องเที่ยว						
อื่นๆ โปรดระบุ.....						
<u>โทรทัศน์</u>						
รายการส่งเสริมการท่องเที่ยว						
รายการข่าว						
รายการสารคดี						
รายการกีฬา และบันเทิง						
โฆษณาด้านการท่องเที่ยว						
อื่นๆ โปรดระบุ.....						
<u>สื่ออินเทอร์เน็ต</u>						
เว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว						
เว็บไซต์ที่นำเสนอข่าว						
เว็บไซต์เกี่ยวกับสารคดี						
เว็บไซต์เกี่ยวกับกีฬา และบันเทิง						
อื่นๆ โปรดระบุ.....						

4. ท่านเคยได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆที่ระบุในข้อ 2 เกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติแห่งนี้หรือไม่

( ) ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 6)

( ) เคย

5. หากประเมินจากข้อมูลข่าวสารที่ท่านได้รับจากสื่อต่างๆเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติแห่งนี้ ท่านคิดว่า  
อุทยานแห่งชาติแห่งนี้มีความดึงดูดใจให้มาเยือนเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจมากน้อยเพียงใด  
(โปรดระบุระดับ โดยกากบาท (X) ตรงกับตัวเลขที่สอดคล้องกับความรู้สึกของท่าน)

น้อย

ปานกลาง

มาก

1

2

3

4

5

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

6. ตามความคิดเห็นของท่านช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับเดินทางมาเยือนอุทยานแห่งชาติแห่งนี้ คือ

( ) เหมาะสมที่จะเดินทางมาเยือนเป็นบางช่วงเวลา

( ) เหมาะสมที่จะเดินทางมาเยือนได้ตลอดทั้งปี

7. ท่านคิดว่าช่วงเวลาต่อไปนี้มีความเหมาะสมเพียงใด สำหรับการเดินทางมาเยือนอุทยานแห่งชาติแห่งนี้

ช่วงเวลา	ระดับความเหมาะสม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เหมาะสม
<u>ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์</u> วันหยุดในช่วงเทศกาล (อาจรวมวันหยุดสุดสัปดาห์ซึ่งหยุดติดต่อกัน)				
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)				
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)				
<u>ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน</u> วันหยุดในช่วงเทศกาล(อาจรวมวันหยุดสุดสัปดาห์ซึ่งหยุดติดต่อกัน)				
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)				
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)				
<u>ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม</u> วันหยุดในช่วงเทศกาล(อาจรวมวันหยุดสุดสัปดาห์ซึ่งหยุดติดต่อกัน)				
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)				
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)				
<u>ตลอดทั้งปี</u>				

## 8. การมาท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ต่อไปนี้หรือไม่

กิจกรรม	ทำ	ไม่ทำ
1.พิจารณาแหล่งท่องเที่ยวหลายๆแหล่งก่อนตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติแห่งนี้		
2.ศึกษาข้อมูลต่างๆ ก่อนการเดินทางท่องเที่ยว		
3.เตรียมความพร้อมทางด้านสุขภาพร่างกายสำหรับการท่องเที่ยว		
4.เตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ในการเดินทาง		
5.เตรียมอุปกรณ์สำหรับการประกอบกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว		
6.สะสมภารกิจต่างๆ เช่น การงาน ภารกิจในชีวิตประจำวัน ก่อนการเดินทาง		
7.กางเต็นท์พักแรมในพื้นที่ที่อุทยานฯจัดไว้ให้		
8. ร้องเพลง เล่นดนตรี/ เปิดเพลง เพื่อความสนุกสนานและอาจทำให้ผู้อื่นสนุกไปพร้อมกับเราด้วย		
9. หลีกเลี่ยงการทิ้งเศษอาหารลงในลำธาร		
10.ติดสติ๊กเกอร์ หรือประกาศ ตามที่ต่างๆ เพื่อแจ้งข่าวสารให้นักท่องเที่ยวอื่นได้รับรู้		
11.จุดพลุ ดอกไม้ไฟ		
12. เดินออกนอกเส้นทางที่ทางอุทยานฯ จัดไว้ให้ เพื่อจะได้พบพื้นที่ใหม่ๆ และพบสิ่งที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน		
13.ล้างภาชนะในลำธาร		
14.เคลื่อนย้ายโต๊ะ ม้านั่ง หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อความสะดวกในการประกอบกิจกรรม		
15.ปล่อยของเสียจากร่างกายลงสู่ลำน้ำ/ ในป่า เพราะบริเวณนั้นไม่มีห้องสุขา		
16.ใช้จักรยาน/ ขับรถยนต์ออกนอกเส้นทางที่ทางอุทยานฯ จัดไว้ให้ เพื่อจะได้พบพื้นที่ใหม่ๆ และพบสิ่งที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน		
17.ทิ้งเศษอาหาร เศษขยะที่ย่อยสลายได้เองบริเวณชายป่า		
18.บรรจุขยะในถุงก่อนทิ้งลงภาชนะเพื่อให้เจ้าหน้าที่เก็บได้สะดวก		
19.ขุดดินเพื่อฝังกลบขยะ		
20.ส่งเสียงขมวดูหรือส่องสัตว์เพื่อให้เพื่อนเห็นสัตว์เหมือนกับท่าน		
21. หลีกเลี่ยงการถ่ายภาพสัตว์ป่าใกล้ๆ เพื่อลดการรบกวนสัตว์ป่า		
22. ขณะเดินทางท่องเที่ยวเมื่อพบแผ่นป้ายสื่อความหมายจะหยุดอ่าน		
23.สัมผัสหรือแตะต้องตัวสัตว์ด้วยความรักและเมตตา		
24.ส่งเสียงไล่หรือบีบแตรเมื่อพบสัตว์ป่ากำลังข้ามถนนเพื่อความปลอดภัยของตัวท่านและสัตว์ป่า		
25.ให้อาหารสัตว์ เพื่อแสดงความเมตตาและเอื้อเฟื้อต่อแม่		
26.นำสัตว์เลี้ยงเข้ามาเที่ยวด้วย		



17. ในช่วงวันหยุดที่ติดต่อกันเป็นเวลานาน ส่วนใหญ่ท่านประกอบกิจกรรมอะไรบ้าง (ใส่ตัวเลขเรียงตามลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ โดยลำดับที่ 1 สำคัญสุด)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> เดินทางท่องเที่ยว                   | <input type="checkbox"/> เยี่ยมญาติหรือพบปะเพื่อนฝูง |
| <input type="checkbox"/> ซ้อมปี่/ เล่นดนตรีตามห้างสรรพสินค้า | <input type="checkbox"/> อ่านหนังสือ/ ฟังเพลง        |
| <input type="checkbox"/> เล่นกีฬา                            | <input type="checkbox"/> พักผ่อนกับครอบครัวที่บ้าน   |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....                 |  |

18. ในวันหยุดสุดสัปดาห์ ส่วนใหญ่ท่านประกอบกิจกรรมอะไรบ้าง (ใส่ตัวเลขเรียงตามลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ โดยลำดับที่ 1 สำคัญสุด)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> เดินทางท่องเที่ยว                   | <input type="checkbox"/> เยี่ยมญาติหรือพบปะเพื่อนฝูง |
| <input type="checkbox"/> ซ้อมปี่/ เล่นดนตรีตามห้างสรรพสินค้า | <input type="checkbox"/> อ่านหนังสือ/ ฟังเพลง        |
| <input type="checkbox"/> เล่นกีฬา                            | <input type="checkbox"/> พักผ่อนกับครอบครัวที่บ้าน   |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....                 |  |