

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จาก สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ของประชาชนเขตบางขุนเทียน” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในเขตบางขุนเทียน
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประชาชนที่ในเขตบางขุนเทียน
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในเขตบางขุนเทียน

โดยการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One Shot Descriptive Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมจากข้อมูล โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไปในเขตบางขุนเทียน จำนวนทั้งสิ้น 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมี จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มียุคน้อยกว่า 25 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ด้านอาชีพพบว่าเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้อยู่ในช่วง 5,000 – 10,000 บาท ต่อเดือน

สรุปผลการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ในระยะเวลา 1 เดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จากสื่อมวลชนมากที่สุด โดยการเปิดรับข่าวผ่านสื่อโทรทัศน์สูงสุด ได้แก่ ช่อง 3 รองลงมาคือ วิทยุ ได้แก่ คลื่น FM 96.0 และถัดไปคืออินเทอร์เน็ต ได้แก่ <http://www.tourismthailand.org> ตามลำดับ ส่วนสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ค่อนข้างน้อยมาก

สรุปผลความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ผลการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประชาชน ที่มีทั้ง ข้อความจำนวน 15 ข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในเชิงบวกหรือมีความคิดเห็นที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยพิจารณาตามรายข้อมี รายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับมาก โดยมีเห็นด้วยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูงสุดในข้อที่ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับการให้แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมที่สวยงามตามธรรมชาติ รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างเห็นดีกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทำให้ได้ความรู้และสัมผัสกับธรรมชาติมากขึ้น และถัดไปคือกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยที่ระหว่างท่องเที่ยว เราควรทิ้งขยะในถังขยะทุกครั้ง เพื่อรักษาสภาพแวดล้อม

สรุปผลความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ผลการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ ประชาชน ที่มีจำนวน 9 ข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเชิงบวกหรือมีความคิดเห็นที่ดีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ จากกองการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นดีกับการเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อ โทรทัศน์ ทำให้อยากเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การได้รับความรู้ด้าน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากโทรทัศน์ จะทำให้เข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากยิ่งขึ้น

และถัดไป กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวกขึ้น

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงบวกหรือที่ดีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จากกองการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ตัวแปรอิสระ	(ตัวแปรตาม)		
	การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์		
	สื่อมวลชน	สื่อบุคคล	สื่อเฉพาะกิจ
เพศ		-	-
อายุ	ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มีการเปิดรับมากกว่า กลุ่มอายุ 26-35 ปี	-	-
ระดับการศึกษา	-	-	-
อาชีพ	-	-	-
รายได้	-	-	-

จากตารางที่ 5.1 ผลการศึกษา การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อมวลชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน เท่านั้น ที่ไม่มีผล ยกเว้น อายุ นั้น พบว่ามีผลต่อการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อมวลชน และการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีผลไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.2

สรุปผลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระยะเวลา 1 เดือน
จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

สื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เรียงลำดับจากมาก - น้อย
สื่อมวลชน	โทรทัศน์ ช่อง 3* วิทยุ คลื่น 96.0 อินเทอร์เน็ต http://www.tourismthailand.org
สื่อบุคคล	เพื่อน ญาติ/พี่น้อง เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว
สื่อเฉพาะกิจ	แผ่นพับ ป้ายชี้ทางหรือป้ายสื่อความหมาย คู่มือพิพิธภัณฑสถาน 27 แห่งของกรุงเทพฯ

จากตารางที่ 5.2 ผลการศึกษา พบว่า ใน 1 เดือน ประชาชนมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยรวมที่เปิดรับสูงสุด ได้แก่ โทรทัศน์ รองลงมาคือ วิทยุ และถัดมาคืออินเทอร์เน็ต ส่วนผลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ นั้น พบว่า ประชาชนมีการเปิดรับน้อยมาก

ตารางที่ 5.3

สรุปผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ตัวแปรอิสระ	(ตัวแปรตาม) ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
เพศ	เพศหญิงมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่าเพศชาย
อายุ	-
ระดับการศึกษา	ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่าทุกกลุ่ม
อาชีพ	-
รายได้	-

จากตารางที่ 5.3 ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มี อายุ อาชีพ และรายได้ แตกต่าง กัน เท่านั้น ที่ไม่มีผล ยกเว้น เพศ และระดับการศึกษา นั้น พบว่า มีผลต่อความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นอกจากนี้ยังพบว่า ของประชาชนมีความคิดเห็นที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 5.4

แสดงผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความคิดเห็นต่อ
สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ตัวแปรอิสระ	(ตัวแปรตาม) ความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
เพศ	ไม่มีความสัมพันธ์
อายุ	”
ระดับการศึกษา	”
อาชีพ	”
รายได้	”

จากตารางที่ 5.4 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับมาก

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์นั้น ปรากฏผลดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนเขตบางขุนเทียนที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน ส่วนผลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อมวลชนพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ละรายได้ แตกต่างกัน เท่านั้น ที่ไม่มีผล ยกเว้นอายุ นั้น พบว่ามีผลต่อการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน จากกองการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนเขตบางขุนเทียนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ เท่านั้น ที่ไม่มีผล ยกเว้น เพศและการศึกษา นั้น พบว่ามีผลต่อความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยเพศหญิงมีความคิดเห็นเชิงบวกหรือเห็นด้วยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่าเพศชาย และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นเชิงบวกหรือเห็นด้วยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าทุกกลุ่ม ส่วนผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมต้น มีความคิดเห็นเชิงบวกหรือเห็นด้วยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์น้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาในทุกกลุ่ม

สมมติฐานข้อที่ 3 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนเขตบางขุนเทียนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีผล ต่อความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มตัวอย่าง

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นั่นคือ ไม่ว่าจะกลุ่มตัวอย่างจะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มากน้อยเพียงใด ก็จะมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ นั่นคือ ไม่ว่าจะกลุ่มตัวอย่างจะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากน้อยเพียงใด ก็จะมีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อและความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ของประชาชนเขตบางขุนเทียน” ผู้วิจัย อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในเขตบางขุนเทียน

ในการศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จากกองการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ได้แบ่งการวัดผลดังนี้ คือ ใช้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันว่าจะมีผลต่อการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันอย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อมวลชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันเท่าันที่ไม่มีผล ยกเว้น อายุ นั้น พบว่ามีผลต่อการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อมวลชน และการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีผลไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิง

อนุรักษ์จากสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยรวมที่เปิดรับสูงสุด ได้แก่ โทรทัศน์ ส่วนผลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ นั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับน้อยมาก

จากผลการศึกษาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ในเรื่องอายุ ที่พบว่ากลุ่มกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อมวลชน มากกว่า กลุ่มผู้ที่มีอายุ 26-35 ปี ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ เฟลด์แมน¹ ที่ว่า คนที่มีอายุน้อย จะมีการเรียนรู้ และทัศนคติ ในระดับสูงกว่าผู้ที่มีอายุมาก กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ อายุของผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารไม่มากนักน้อย ซึ่งจะออกมาในรูปของความสนใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้รับสาร และมีพฤติกรรมในการสื่อสารที่ชอบเปิดรับข่าวสารด้านการบันเทิง ในขณะที่คนอายุมากจะเปิดรับข่าวสารประเภทหนัก ๆ และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ในเรื่องของการสื่อสารของมนุษย์ ที่ว่า อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้รับสารมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม เนื่องจากได้ผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกันมา ซึ่งจะส่งผลต่อความยากง่ายในการชักจูงใจ และลักษณะในการใช้สื่อมวลชนด้วย จากแนวคิดสามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี จะอยู่ในช่วงวัยนี้เป็นวัยที่มีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้และแสวงหาข่าวสาร และเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน ความบันเทิง เช่น การเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สามารถสร้างความเพลิดเพลิน บันเทิง หรือมองหาสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนในช่วงวันหยุด เป็นต้น จึงทำให้มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก

นอกจากนี้ความสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในเรื่องของ รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น การท่องเที่ยวแบบเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ซึ่งจะมีมัคคุเทศก์ ท้องถิ่นนำทางนักท่องเที่ยวไปตามเส้นทางเดินป่า เพื่อดูนก ส่องสัตว์ ศึกษารูปแบบของป่า ซึ่งอาจจะรวมถึงการกางเต็นท์ค้างแรมในป่าด้วย หรือล่องแพ เป็นการล่องแพไม่ไผ่ไปตามลำน้ำ ชมทัศนียภาพของป่าเขาและสายน้ำตลอดลำน้ำ หรือการขี่จักรยานเสือภูเขา โดยนักท่องเที่ยวต้องใช้แรงกายพาตัวเองไปตามเส้นทาง เป็นต้น จากรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อธิบายได้ว่า ผู้ที่มี

¹เฟลด์แมน, อังถึงโน สัตตยา กระแสร์ชล, “ความคิดเห็นของประชาชนต่อการตั้งอุทยานสายใจธรรม จังหวัดฉะเชิงเทรา,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), น. 9.

อายุน้อยมักนิยมการท่องเที่ยวที่มีทำท่าย สนุกสนาน และมักจะนิยมท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม อีกทั้งด้วยศักยภาพทางด้านร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรงทำให้เหมาะกับรูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ ต้องใช้ความสนุกสนานสนับในระหว่างการท่องเที่ยว มากกว่าผู้ที่มีอายุมากที่ต้องระวังเรื่องสุขภาพ

ประกอบกับผลการศึกษาที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อโทรทัศน์สูงสุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีคุณภาพในการนำมาใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะโทรทัศน์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ วรภิจโกศาทร² ได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่าผู้รับสารจะเลือกรับสื่อตามลักษณะดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) โดยธรรมชาติของมนุษย์นั้น จะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น สิ่งที่ได้มามากมาย มักจะไม่ได้รับการเลือก ดังนั้นผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น เพราะการที่กลุ่มตัวอย่างในเขตบางขุนเทียนมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มาก เพราะเป็นสื่อที่สามารถซื้อหาได้ง่าย และในปัจจุบันก็มีหลายราคาให้เลือกซื้อตามความต้องการ เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน เช่น มีความสอดคล้องกับค่านิยมของประชาชน คือ ให้ข่าวสารและความบันเทิงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แก่ประชาชนโดยการนั่งชมโทรทัศน์

3. เลือกสื่อที่สะดวกสบาย (Convenience) ในปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้หลายประเภท ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่สะดวก ประชาชนสามารถใช้งานได้ง่ายสะดวกสบาย เพียงกดรีโมทคอนโทรลก็สามารถเลือกรับข้อมูลต่าง ๆ หรือการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เท่าที่ตนเองต้องการได้

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) จะเป็นผู้รับสารที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ โดยมักจะพบในคนที่อายุมาก เช่น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะชอบนั่งดูโทรทัศน์ เพราะสามารถรับรู้ข่าวสาร รายการต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ เป็นคุณลักษณะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของโทรทัศน์ที่ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ เร้าใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์ ทำให้เหมือนกับได้ไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่นั้น ๆ ได้จริง

²พรทิพย์ วรภิจโกศาทร, “ความสำคัญของผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสนทนากลุ่มและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 6 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2540), น. 292.

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา³ ในเรื่องข้อดีของสื่อโทรทัศน์ คือข้อดีของสื่อโทรทัศน์ ที่มีการกระจายอย่างกว้างขวาง ในประเทศไทยมีคนดูโทรทัศน์มาก มีทั้งภาพ เสียง การเคลื่อนไหว (Sight, sound and motion) สามารถดึงดูด (Hook) ที่จะเหนี่ยวใจคนดูให้ดูประชาสัมพันธ์ให้ตลอดได้ เช่น รายการแนวสารคดีประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ มีการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ ที่มีกิจกรรมการล่องเรือไปตามแม่น้ำที่สามารถชมทัศนียภาพของสองฝั่งคลอง ความสวยงามของสายน้ำที่สะท้อนระยิบระยับกับแสงแดดในตอนเช้า ต้นไม้นานาชนิดที่เขียวชอุ่มอยู่สองข้างทาง ทำให้เกิดความสนใจมากยิ่งขึ้นกว่าสื่ออื่นๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อและข่าวสารของ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilber Schramm)⁴ กล่าวถึง หลักทั่วไปในการเลือกรับสื่อและข่าวสาร ผู้รับสารมักจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) หรือสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด และได้รับประโยชน์ตอบแทนมากที่สุด (Promise of Reward) นั่นคือ โทรทัศน์ ที่มีรายการต่างๆ ที่เผยแพร่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น รายการสยามมีดี มีรูปแบบเป็นสารคดีประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ และแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำของกรุงเทพฯ หรือรายการสี่ส้นกรุงเทพฯ มีรูปแบบเป็นสารคดีประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตไทย เพื่อเผยแพร่สถานที่พักผ่อนหย่อนใจกิจกรรมและงานเทศกาลต่างๆ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งผู้รับสารสามารถรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้อย่างสะดวก ง่ายดาย และวิธีการใช้ง่ายไม่ซับซ้อน สามารถให้ทั้งความรู้และความบันเทิง เพราะมีทั้งภาพสี่ส้น และเสียง ที่เป็นภาพจากสถานที่จริง ทำให้เกิดความน่าสนใจ และดึงดูดใจผู้รับสารได้

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ศกพลวรรณ พาเรือง⁵ ศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขต

³ เสรี วงษ์มณฑา, การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์วิสิทธิ์พัฒนา, 2538), น. 298.

⁴ Wilbur Schramm, อ้างถึงใน กรรณิการ์ เตชะอุดมโกคา, “การเปิดรับข่าวสารกับความต้องการบริโภคโลหิตของนักเรียนระดับมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544), น. 28.

⁵ ศกพลวรรณ พาเรือง, “องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), น. บทคัดย่อ.

กรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ วิทยุ

และมีสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ศิริลักษณ์ อริยบัญญัติ⁶ ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์และวิทยุ

ส่วนผลการศึกษา การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับจากสื่อ 2 ประเภทนี้ค่อนข้างน้อยมาก ซึ่งสันนิษฐานได้ว่าเนื่องจากสื่อบุคคลมีข้อด้อย คือไม่สามารถที่จะส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็วได้ ในขณะที่สื่อเฉพาะกิจเองก็มีข้อจำกัดในเรื่องสถานที่ในการเผยแพร่ เพราะจะมีเผยแพร่ตามจุดสถานที่ท่องเที่ยว หรือสำนักงานท่องเที่ยวเท่านั้น ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงความสนุกในระหว่างที่ท่องเที่ยวได้ ทำให้ไม่สามารถนี้ภาพบรรยากาศการท่องเที่ยวได้เลย ประกอบกับในภาวะเร่งด่วนของการดำเนินชีวิตในปัจจุบันบังคับให้บุคคลหันไปเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่นๆ ที่สามารถอำนวยความสะดวกเรื่องเวลา ตลอดจนสามารถให้ข้อมูลได้ครบทั้งด้านภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน เช่น โทรทัศน์ ซึ่งจากผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นแล้วว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีกลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด เพราะด้วยประสิทธิภาพที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา นาคสุข⁷ ได้ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนกับความทันสมัยของประชาชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” พบว่า สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่สร้างความเข้าใจง่าย มีทั้งภาพและเสียง ย่อมดึงดูดใจและสร้างความสนใจได้ดีกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ และในการดูโทรทัศน์ยังสามารถดูได้พร้อมกันหลายคน

⁶ศิริลักษณ์ อริยบัญญัติ, “ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), น. บทคัดย่อ.

⁷สุกัญญา นาคสุข, “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนกับความทันสมัยของประชาชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537), น. 100.

บางครั้งมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างสมาชิกที่นั่งชมอยู่ นอกจากนี้ในปัจจุบันราคาของโทรทัศน์ถูกลงมาก ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของได้ง่าย

สำหรับตัวแปรด้าน เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่ไม่มีผลต่อการเปิดรับนั้น อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างในบางชุมชนมีลักษณะการอยู่ในลักษณะสังคมที่คล้ายคลึงกัน ทำให้การเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social categories Theory) ที่เดอร์เฟออร์ (DerFleur)⁸ ได้เสนอทฤษฎีที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ทฤษฎีนี้กล่าวว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญ ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิภาค ฯลฯ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า เพราะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นประชาชนในเขตบางชุมชนเทียน ทำให้มีการแสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีความคล้ายกัน เช่น การเปิดรับสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และมีการเลือกใช้สื่อที่เป็นสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่นๆ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในเขตบางชุมชนเทียน

จากการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในเขตบางชุมชนเทียน ได้แบ่งการวัดผลดังนี้ คือ ใช้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่มีความแตกต่างกัน จะมีผลต่อความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่แตกต่างกันอย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน เท่านั้น ที่ไม่มีผล ยกเว้น เพศ และระดับการศึกษา นั้น พบว่า มีผลต่อความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นอกจากนี้ยังพบว่า ของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อยู่ในระดับมาก

จากผลการศึกษาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในเรื่อง เพศ ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน คือ เพศหญิง มีความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

⁸DerFleur, อังถึงใน พีระ จิโรโสภณ, “ทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรแทรกซ้อนระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนอง,” ใน เอกสารการสนทนาวิชาการหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11 (นันทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529), น. 645-646.

มากกว่าเพศชาย ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Analysis of An Audience) ในส่วนของเพศ (Sex) คือ ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

มีตำราทางจิตวิทยาที่สรุปว่า เพศหญิงมักเป็นเพศที่มีอารมณ์อ่อนไหว มองสิ่งต่างๆ ในลักษณะดูรายละเอียดกับสิ่งต่างๆ มีความละเอียดละไมกว่าผู้ชาย ใจอ่อน อดทน และมีเมตตาต่อบุคคลอื่นมากกว่า ด้วยคุณลักษณะดังกล่าวจึงทำให้เพศหญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย ส่วนเพศชายก็มีใจคอหนักแน่น ไม่อ่อนไหวกับสิ่งต่างๆ ไม่ชอบพิจารณารายละเอียดจิตใจแข็งกระด้าง ซึ่งคุณลักษณะนี้จะทำให้เพศชายถูกชักจูงได้ยากกว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้หญิงนั้น ผู้หญิงมักสนใจข่าวประเภทเรื่องความสวยงาม ความบันเทิง ในขณะที่ผู้ชายชอบข่าวสารหนักๆ และข่าวสารประเภททำทนายผจญภัย เป็นต้น จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่า เพศหญิงจะมีความรู้สึกในเรื่องต่างๆ ที่ละเอียดอ่อน ลึกซึ้ง ชอบสิ่งที่สวยงามมากกว่าผู้ชาย และในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เอง ตามที่ Hector Ceballos-Lascurain ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนคุณลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น และสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีสภาพแวดล้อมที่สวยงามตามธรรมชาติ จากแนวคิดข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า เพราะธรรมชาติของผู้หญิงจะมีความคิดละเอียดอ่อน ชอบสิ่งสวยงาม ชอบความบันเทิง ดูรายละเอียดกับสิ่งต่างๆ มีความละเอียดละไม ดังนั้นผู้หญิงจึงมีความคิดเห็นที่ดีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพราะเป็นเรื่องของความบันเทิง ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น การชมรายการ ที่มีการเผยแพร่สินค้า OTOP ของกรุงเทพมหานคร จะมีสินค้าที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ เช่น การเผยแพร่สินค้าเครื่องแต่งกายผู้หญิง กระเป๋าจักรสาน ที่มีความสวยงาม เหมาะกับผู้หญิง หรืออาหารคาวหวานที่มีลักษณะเด่นของชุมชนนั้นๆ ที่ผลิตขึ้นมา ผู้หญิงจึงมักจะเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญต่อการเลือกซื้อ เพราะด้วยหน้าที่ที่กำหนดด้วยบริบททางสังคม จึงมองผู้หญิงเป็นคนรักสวยรักงาม ชอบสินค้าที่มีความสวยงาม และเป็นแม่บ้านที่ต้องคอยดูแลในเรื่องอาหารการกิน เป็นต้น

ส่วนในเรื่อง ระดับการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน คือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่า ผู้ที่มีการศึกษา

ในทุกกลุ่ม ในขณะที่ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์น้อยที่สุด ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นออสแคมป์ ในเรื่อง ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคล ซึ่งทำให้บุคคลแต่ละคนแสดงความคิดเห็นที่อาจเหมือนหรือแตกต่างกันออกไป คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น และการศึกษาทำให้บุคคลมีความรู้ในเรื่องต่างๆ มากขึ้น และคนที่มีความรู้มากมักจะมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล และพงษ์ไพบูรณ์ สุวรรณ⁹ ให้ความหมายว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยการพูด หรือเขียน โดยอาศัยพื้นฐานของความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อม จากแนวคิดดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะมีทั้งคุณวุฒิ และวัยวุฒิ ที่มีระบบการคิดที่ละเอียดรอบด้าน ลึกซึ้ง มีความรู้ในระดับสูงมีการมองวิเคราะห์สถานการณ์อย่างมีเหตุมีผล แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีความคิดเห็นต่อที่ดีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่าบุคคลที่มีการศึกษาในระดับที่ต่ำกว่าทุกกลุ่ม เช่น ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อาจจะมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะสามารถให้ความรู้ และเห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวถ้าหากขาดการอนุรักษ์ จะทำให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว อาทิ การทิ้งขยะตามแหล่งท่องเที่ยว ที่นอกจากจะทำลายบรรยากาศของธรรมชาติและชุมชนแล้ว อาจมีผลกระทบไปถึงสัตว์ป่าที่อาศัยอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยว ที่อาจจะกินขยะที่นักท่องเที่ยวทิ้งไว้ และทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตของสัตว์เหล่านั้นได้ ในขณะที่ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า อาจจะเน้นในเรื่องการท่องเที่ยวที่ให้ความสนุกสนานและความเพลิดเพลิน มากกว่าการคิดในเชิงของผลกระทบ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ธนิกานต์ บุญสถาพรชัยกุล¹⁰ การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารกับความรู้และความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อโครงการธนาคารเพื่อประชาชน (People Bank)” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มจะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการธนาคารประชาชนสูงกว่ากลุ่มที่มี

⁹พงษ์ไพบูรณ์ สุวรรณ, อ้างถึงใน ธนิกานต์ บุญสถาพรชัยกุล, “การเปิดรับข่าวสารกับความรู้และความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อโครงการธนาคารเพื่อประชาชน (People Bank),” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2545), น. 22.

¹⁰เรื่องเดียวกัน, น. 28.

การศึกษาในระดับต่ำกว่าทุกกลุ่ม จะเห็นได้ว่า ความคิดเห็นของบุคคลจะแตกต่างกันไปตามพื้นฐานความรู้ของบุคคลและแสดงออกมาเป็นความรู้สึกด้วยการพูดหรือการเขียน ซึ่งบุคคลที่มีความรู้แตกต่างกันเป็นผลให้มีความคิดเห็นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแตกต่างกัน ทำให้มีการพิจารณาการตัดสินใจหรือความเชื่อมั่นในเหตุการณ์หนึ่ง ๆ ต่างกัน

ในส่วนของ อายุ อาชีพ และรายได้ นั้น ไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผลโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับมาก จากผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ออสแคมป์¹¹ กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความคิดเห็น คือ การเกิดความคิดเห็น คือ เจตคติและความคิดเห็นของกลุ่ม (Group Determinants Attitude) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อระดับความคิดเห็นหรือเจตคติของแต่ละบุคคล เนื่องจากบุคคลจะต้องมีสังคมและอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้น ความคิดเห็นและเจตคติต่างๆ จะได้รับการถ่ายทอดและมีแรงกดดันจากกลุ่ม ไม่ว่าจะเพื่อนหรือกลุ่มอ้างอิงต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดความคล้อยตามเป็นไปตามกลุ่มได้

จากแนวคิดข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในเขตบางขุนเทียนแม้จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของ อายุ อาชีพ และรายได้ แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในเขตบางขุนเทียนมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ มีความคิดเห็นที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สันนิษฐานได้ว่า อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างมีความเป็นอยู่ในลักษณะสังคมที่มีวิถีชีวิตใกล้เคียงกัน หรือมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะเป็นกลุ่มเดียวกัน อาทิ มีความคิดเห็น ความรู้สึก รสนิยม ใกล้เคียงกัน ดังนั้นย่อมมีการรับรู้ในพื้นที่ของตนเป็นแหล่งที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติทางทะเล และเป็นพื้นที่เพียงแห่งเดียวของกรุงเทพฯ ที่มีชายฝั่งติดกับทะเล เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของกรุงเทพฯ ประกอบกับการได้รับรู้ข่าวสาร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อประชาสัมพันธ์แล้ว อาจจะมีการเปิดรับข้อมูลหรือเหตุการณ์ที่มีความเกี่ยวข้องผ่านโทรทัศน์จากสื่ออื่น ๆ เช่น ข่าวกระแสเหตุการณ์น้ำจะท่วมกรุงเทพฯ หรือ ขยะล้นเมือง เป็นต้น ซึ่งส่งผลถึงความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างทั่วไปที่ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ดังจะเห็นได้จากผลการศึกษา ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าควรทิ้งขยะในถังขยะทุกครั้ง เพื่อรักษาสภาพแวดล้อม ทั้งนี้จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

¹¹ ออสแคมป์, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 25.

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในเขตบางขุนเทียน

จากการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในเขตบางขุนเทียน จึงได้แบ่งการวัดผลได้ดังนี้ คือ โดยใช้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกัน จะมีผลต่อความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่แตกต่างกันอย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับมาก

จากผลการศึกษาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน ไม่มีผล ต่อความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แสดงให้เห็นว่าภาพโดยรวมของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ องค์การท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ที่เผยแพร่ออกไป สามารถสื่อสารกับผู้รับสารได้ โดยสันนิษฐานว่าเป็นเพราะประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ทางสำนัก มีการใช้สื่อที่เป็นทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้

องค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการสื่อสาร คือผู้ส่งสาร (source) ในที่นี้ คือ กองการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ส่งข่าวสาร (message) คือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ผ่านช่องทาง (channel) ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ไปยังผู้รับสาร (receivers) คือประชาชนทั่วไปในเขตบางขุนเทียน

“สื่อ” ที่มีและใช้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์นั้นสามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ

1. สื่อที่ควบคุมได้ หมายถึงสื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถที่จะควบคุมได้ตั้งแต่การผลิต ทั้งปริมาณและคุณภาพของตัวสื่อ สามารถควบคุมได้ในการเผยแพร่ โดยจะส่งไปให้ใครที่ไหน เมื่อไร ด้วยความถี่หรือปริมาณเช่นไร ปกติสื่อประเภทนี้ได้แก่สื่อสิ่งพิมพ์ คือสื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล ในที่นี้เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวของกองการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ส่วนสื่อมวลชน จัดว่าเป็นสื่ออิสระที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่

อย่างไรก็ตามกรณีที่ชื่อเวลาและพื้นที่ของสื่อมวลชนเพื่อประชาสัมพันธ์เรื่องราวต่าง ๆ ก็จัดอยู่ในสื่อประเภทนี้เช่นกัน ในที่นี้คือ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และวารสารสองกรุง

2. สื่อที่ควบคุมไม่ได้ ซึ่งมีความหมายตรงกันข้ามกับสื่อที่ควบคุมได้ กล่าวคือ นักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถควบคุมสื่อกลุ่มนี้ได้ทั้งการผลิตและการเผยแพร่ ปกติสื่อกลุ่มนี้มีอยู่ 2 ประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล ในที่นี้อาจจะเป็นการเผยแพร่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทางสถานีโทรทัศน์ คลื่นวิทยุ อินเทอร์เน็ต และนิตยสารอื่นๆ หรือบุคคลอื่น เช่น เพื่อน พ่อแม่ เป็นต้น

มีการนำ “อินเทอร์เน็ต” หรือ “สื่อใหม่” (New media) มาใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารหรือเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์อีกด้วย ถือเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สากลที่เชื่อมต่อเข้าด้วยกัน ภายใต้มาตรฐานการสื่อสารเดียวกัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารและสืบค้นสารสนเทศจากเครือข่ายต่างๆ ทั่วโลก ดังนั้นอินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งรวมสารสนเทศจากทุกมุมโลก ทุกสาขาวิชา ทุกด้าน ทั้งบันเทิง ในที่นี้คือ เว็บไซต์ <http://www.bankoktourist.com> ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์รวมอยู่ด้วย

สื่อเฉพาะกิจ

อดัมส์¹² ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสาร ข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ในที่นี้ คือ คู่มือพิพิธภัณฑสถาน 27 แห่งของกรุงเทพฯ ป้ายสื่อความหมายและป้ายชี้ทาง และแผ่นพับ ที่เผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ตามแหล่งท่องเที่ยวและที่สำนักงาน ประชาชนสามารถเข้ามาหยิบไปเพื่อศึกษาข้อมูลได้

จากแนวคิดดังกล่าว จะเห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ โดยทำตามแนวคิดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งคุณนิสาร์รัตน์ รอดชมภู นักพัฒนาการท่องเที่ยว 4 กลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ยังได้ให้ข้อมูลในเรื่องนโยบายที่ทางสำนักงานมีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า

¹²อดัมส์, อังถึงใน ไสภิตสุดา มงคลเกษม, “พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมกรคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535), น. 35.

ทางผู้บริหารจะให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างมาก โดยเฉพาะ ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ที่มีอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และพยายามที่จะแสวงหาการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นชุมชนในเขตต่าง ๆ ของ กรุงเทพมหานคร เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพราะแต่ละชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ จะมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ไม่เหมือนใครที่มีความน่าสนใจ น่าเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป แสดงให้เห็นว่า ทางกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ต้องการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่ของเขตกรุงเทพฯ ไปสู่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปสนใจมาท่องเที่ยวในลักษณะนี้กันมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากการเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพที่สามารถให้เกิดการเข้าถึงผู้รับสารทุกกลุ่มมากที่สุด สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้ และคุณภาพของข้อมูลข่าวสารสามารถอธิบายให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจ โดยสื่อที่ใช้มีทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ที่จากผลการศึกษายังพบว่า โทรทัศน์ เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด นั่นเพราะข้อดีของโทรทัศน์ที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารทุกกลุ่ม แม้ว่าผู้รับสารจะมีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน แต่โทรทัศน์ก็เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากประชาชนทั่วไป เพราะสามารถแสดงข้อมูลข่าวสารที่เป็นทั้งภาพเคลื่อนไหว สีสดที่สวยงามดึงดูดใจผู้รับสารได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้และเข้าใจข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจน และเป็นสื่อที่มีความสะดวกและรวดเร็วในการใช้งาน เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ผ่านรายการสารคดีประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศน์และแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำของกรุงเทพฯ ทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถรับชมได้และสามารถเห็นบรรยากาศการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวตามที่ต่าง ๆ ทำให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดี การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ที่ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยจึงมีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างในเขตบางขุนเทียนมีโอกาสที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้น

ผลการศึกษาพบว่า สื่อวิทยุ เป็นสื่อที่มีการเปิดรับรองลงมา และด้วยข้อดีของสื่อวิทยุ เป็นสื่อที่เคลื่อนย้ายได้ไกลไม่ว่าจะนำวิทยุไปที่ใดก็ได้ สามารถสร้างความถี่ได้ สามารถสร้างจินตนาการได้มาก โดยการใช้เสียงประกอบ เช่น เสียงน้ำตก เสียงนกร้อง ทำให้การเรียนรู้ข้อความจากสื่อวิทยุ นั้น มีลักษณะการเรียนรู้การปฏิบัติ (Active Learning) เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนมีบทบาท จึงทำให้เมื่อเรียนรู้ไปแล้วสามารถจดจำได้ดีเพราะไม่ได้ฟังอย่างเดียวต้องติดตามด้วย เป็นต้น

เช่น คลื่นที่มีการเปิดรับมากที่สุดได้แก่ รายการร่วมด้วยช่วยกัน ออกอากาศทาง คลื่น FM 96.0MHz เป็นรายการที่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีไทย แหล่งผลิตภัณฑ์ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เทศกาลและกิจกรรมต่างๆ ออกอากาศในวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ กลุ่มตัวอย่างสามารถรับฟังได้ แม้จะอยู่ในรถ หรือทำงานอย่างอื่นประกอบกันไปได้อีกด้วย ทั้งยังมีการเผยแพร่ผ่านสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ที่แม้ว่าจะมีการเปิดรับน้อยที่สุด แต่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับป้ายบอกทางไปแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวกขึ้นมาก นั้น เพราะสื่อประชาสัมพันธ์สามารถสื่อสารเรื่องราวหรือข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเข้าถึง เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้หลายช่องทาง และให้เกิดความครอบคลุมการสื่อสารไปสู่ทุกกลุ่มผู้รับสารอีกด้วย

ผลการศึกษาหาความสัมพันธ์

ในการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ผลการศึกษา พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากน้อยเพียงใด ก็จะไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งผลโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับมาก

ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ทฤษฎีการเปิดรับสื่อและข่าวสาร¹³ ในการสื่อสารแต่ละครั้ง ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีการกล่าวถึงบ่อย ๆ คือกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selective Processes) ของผู้รับสาร โดยแคลิปเปอร์ (Klapper) ได้อธิบายกระบวนการในการที่ผู้รับสารเลือกรับข่าวสารไว้อย่างเป็นขั้นตอนตอน ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึงผู้รับสารโดยทั่วไปจะเลือกรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ (Source) ตามความสนใจและความต้องการ ทั้งนี้เพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน เช่น ผู้รับสารที่ส่วนใหญ่อยู่ในวัยที่ต้องการ จึง

¹³กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร (กรุงเทพฯพมทานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. 3.

แสวงหาข่าวสารและความบันเทิง สามารถเลือกรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อมวลชน หรือสื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เพราะว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นสิ่งที่ให้ความสนุกสนานและความบันเทิงแก่ผู้รับสารได้ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) หมายถึงผู้รับสารโดยทั่วไป นอกจากการเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตนอีกด้วย เช่น ผู้รับสารส่วนใหญ่อยู่ในวัยที่แสวงหาข่าวสารและความบันเทิง มีความสนใจในเรื่องท่องเที่ยว หรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ ก่อนแล้ว และในพื้นที่เขตบางชุมชนเทียนเองเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติป่าชายเลน ฯลฯ เมื่อมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำผ่านสื่อโทรทัศน์ ก็มีผลให้ผู้รับสารมีความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไปด้วย

3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) หมายถึง การที่ผู้รับสารโดยทั่วไปจะเลือกรับรู้หรือตีความข่าวสารที่ได้เปิดรับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน ถ้าข่าวสารที่ได้รับมาใหม่มีความขัดแย้งหรือไม่สอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ที่มีอยู่เดิม ผู้รับสารก็มักจะบิดเบือนข่าวสารนั้น เพื่อให้มีความสอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ที่มีอยู่เดิม เช่น เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แล้ว ก็จะเลือกรับรู้รับข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ก่อนข่าวสารอื่น ๆ

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง หลังจากที่ผู้รับสารได้เลือกเปิดรับ เลือกให้ความสนใจ และเลือกรับรู้หรือตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ดั้งเดิมของตนเองแล้ว ผู้รับสารจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของข่าวสารเฉพาะในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป นอกจากนี้ผู้รับสารจะพยายามลืมในส่วนที่ต้องการลืมอีกด้วย เช่น เมื่อมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับความคิดเดิมของผู้รับสาร คือ ผู้รับสารที่สนใจในเรื่องการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม อยู่แล้วก็จะเลือกจดจำเนื้อหาที่ตนเองต้องการเก็บไว้ใช้ในโอกาสต่อไป เช่น การเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการชวนครอบครัวเพื่อน ไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองได้รับจากสื่อ เป็นต้น

จากทฤษฎีดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า ผู้รับสารหรือกลุ่มตัวอย่างในเขตบางชุมชนเทียน ส่วนใหญ่อยู่ในวัยที่แสวงหาข่าวสารและความบันเทิง จึงมีการเลือกเปิดรับสื่อที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง โดยเปิดรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากโทรทัศน์มีการมากที่สุด

เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะให้ความสนใจในเรื่องท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อีกทั้งผู้รับสารจะทราบว่าเขาบางชุมชนเทียนเอง เป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติป่าชายเลน ก็มีผลให้ผู้รับสารมีความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไปด้วย และจะเลือกรับรู้รับข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ก่อนข่าวสารอื่นๆ แล้วก็จะเลือกจดจำเนื้อหาที่ตนเองต้องการเก็บไว้ใช้ในโอกาสต่อไป เช่น การบอกหรือพูดคุยถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการชวนครอบครัว เพื่อน ไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองได้รับจากสื่ออื่นๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่ว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการพัฒนาจิตสำนึกและความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในการทำคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม และให้ชุมชนหรือคนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นที่ยอมรับกันว่าจะช่วยปรับปรุงคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้นในระยะยาว และทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่อนุรักษ์ประเภทต่างๆ และการลดการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการช่วยส่งเสริมเรื่องการอนุรักษ์ ซึ่งมีความสำคัญต่อสังคมส่วนรวมระดับประเทศอีกด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า ประชาชนในเขตบางขุนเทียนก็ถือเป็นส่วนหนึ่งที่จะสามารถช่วยให้เกิดการอนุรักษ์ตามแหล่งท่องเที่ยวได้ เพราะเปรียบเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนขนาดใหญ่ คือเขตบางขุนเทียน ที่ย่อมมีความรัก ภูมิใจ และหวงแหนทรัพยากรต่างๆ ในบ้านของตน ประกอบกับผู้รับสารเองเป็นกลุ่มทางสังคมที่มีลักษณะคล้ายกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นของ ออสแคมป์ กล่าวว่ปัจจัยที่ทำให้เกิดความคิดเห็น คือ การเกิดความคิดเห็น คือ เจตคติและความคิดเห็นของกลุ่ม (Group Determinants Attitude) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อระดับความคิดเห็นหรือเจตคติของแต่ละบุคคล เนื่องจากบุคคลจะต้องมีสังคมและอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้น ความคิดเห็นและเจตคติต่างๆ จะได้รับการถ่ายทอดและมีแรงกดดันจากกลุ่ม สามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในเขตบางขุนเทียนมีความเป็นอยู่ในลักษณะสังคมที่มีวิถีการดำเนินชีวิตใกล้เคียงกัน หรือมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะเป็นกลุ่มเดียวกัน อาทิ มีความคิดเห็น ความรู้สึก ทัศนคติ ใกล้เคียงกัน ดังนั้นในการแสดงความคิดเห็นออกมาจึงมีลักษณะที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การมองเห็นคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีการรับรู้ว่าเป็นพื้นที่ของตนเป็นแหล่งที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติ และเป็นพื้นที่เพียงแห่งเดียวของกรุงเทพฯ ที่มีชายฝั่งติดกับทะเล เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของกรุงเทพฯ ทำให้มีพื้นฐานทางความคิดที่เห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรในพื้นที่ของตนเองอยู่ก่อนแล้ว

สรุปได้ว่าเมื่อผู้รับสารมีความคิดเห็นที่เป็นพื้นฐานมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอยู่เดิม ดังจะเห็นได้จากผลการศึกษาที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับมาก รวมทั้งการได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ๆที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อประชาสัมพันธ์จากกองการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครหรือสื่ออื่นๆ ที่ผู้รับสารรับมาไม่ว่าจะมากหรือน้อยก็ตาม ถ้ามีความสอดคล้องกับทัศนคติหรือความคิดเห็นของผู้รับสารแล้ว ผู้รับสารก็จะสามารถรับรู้ จุดจำ และเข้าใจข้อมูลข่าวสารนั้นๆ ได้ง่ายกว่าข้อมูลข่าวสารที่มีความขัดแย้งหรือไม่น่าสนใจ ประกอบกับความเป็นคนที่มีลักษณะทางกลุ่มเดียวกัน ย่อมมีลักษณะความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่มีความคล้ายคลึงกัน ดังนั้นไม่ว่าผู้รับสารจะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด ก็ไม่มีผลต่อความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษบา ภูสกุล¹⁴ ที่ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ ศึกษากรณีอำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี” พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากประสิทธิภาพของสื่อที่ประชาชนเปิดรับคือ สื่อที่ประชาชนเปิดรับบ่อยที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ ค่าเฉลี่ย 3.50 ซึ่งประสิทธิภาพของสื่อมวลชนไม่สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

ส่วนผลการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า การเปิดรับสื่อไม่ว่าจะเป็นการเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากน้อยเพียงใด ก็จะไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งผลโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อยู่ในระดับมาก

¹⁴บุษบา ภูสกุล, “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ ศึกษากรณีอำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535), น. บทคัดย่อ.

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากกองการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร สามารถสื่อสารกับผู้รับสารได้อย่างเข้าใจและมีประสิทธิภาพ ของสื่อ โดยเฉพาะโทรทัศน์ที่มีกลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ตามผลการศึกษาคำคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่พบว่า การเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ จะทำให้อุณหภูมิการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และการได้รับความรู้ด้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากสื่อโทรทัศน์ ทำให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น เพราะด้วยข้อมูลข่าวสาร ภาพ สี และเสียง ที่ลงเผยแพร่ตามสื่อต่างๆ มีความน่าสนใจ ดึงดูดใจ และสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้รับสารได้อย่างดี ดังนั้นไม่ว่าจะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มากหรือน้อย ผู้รับสารก็สามารถเข้าใจหรือสนใจในข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้อย่างรวดเร็ว

ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ตัน (Tan)¹⁵ ได้สรุปคุณลักษณะของเนื้อหาสาระ (Message Characteristics) ที่ว่า เนื้อหาสาระที่ถ่ายทอดความเข้าใจ จะทำให้ผู้รับสารเห็นด้วยกับข้อเสนอที่มีอยู่ในสารนั้น และซึ่งมีความสอดคล้องกับคัทลิป และเซ็นเตอร์ (Cutlip and center)¹⁶ ที่กล่าวว่า เนื้อหาสาระของข่าวสารจะต้องมีความชัดเจน เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้ส่งสารควรหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีความสลับซับซ้อน เข้าใจยาก และในทางกลับกันผู้ส่งสารควรมีการตัดสินใจในการเลือกใช้ และเรียบเรียงเนื้อหาสาระของสารให้กระชับ ชัดเจน และถ่ายทอดความเข้าใจ

จากแนวคิดดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า ไม่ว่าจะกลุ่มตัวอย่างจะมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อใด มากน้อยแค่ไหน นั้น ไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นั่นเพราะด้วยเนื้อหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถเข้าใจได้ง่าย โดยเฉพาะในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ที่มีภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามรายการต่างๆ อาทิ รายการ สารคดีประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศน์ และแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำของกรุงเทพฯ เป็นการเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ผู้รับสารสามารถ จดจำได้ และได้เห็นถึงบรรยากาศการท่องเที่ยวที่สวยงามของทรัพยากร วัดอาราม วิถีชีวิต ของชาวบ้านริมฝั่งคลอง สายน้ำในลำคลองที่ใสเย็นสะอาดตาปราศจากขยะ ทำให้ผู้รับสารเกิดความน่าใจ และตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแม่น้ำลำคลองให้สะอาด ซึ่งเป็น และเข้าใจถึงการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ทันที ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ตรงกับตามแนวคิด “การ

¹⁵Tan, อ่างถึงใน กรรณิการ์ เตชะอุดมโกคา, “การเปิดรับข่าวสารกับความต้องการ บริจาคโลหิตของนักเรียนระดับมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร,” น. 17.

¹⁶Cutlip and center, อ่างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 15-20.

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรต่าง ๆ โดยเป็นการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท คือ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ประกอบกับการประชาสัมพันธ์สื่อต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ที่มีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับ คัทลิป และเซ็นเตอร์ (Cutlip and center) ที่ว่าการนำเอาสื่อหลายชนิดมาใช้ร่วมกันในการส่งสารไปยังผู้รับสาร เพื่อให้สารนั้นเข้าถึง (Reach) กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด โดยผู้รับสารสามารถรับสารนั้นได้ นอกจากนี้คอตเตอร์ และโรเบอร์โต (Kotler and Roberto)¹⁷ ให้ความเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการจดจำสาร (Memorability factors) ของผู้รับสารว่า ต้องประกอบด้วยตัวสนับสนุนให้สารน่าจดจำ (Idea Reinforcement) คือการนำเสนอสารซ้ำ ๆ กันจะเป็นตัวช่วยให้สารเป็นที่จดจำได้มาก โดยใช้ความถี่ (Frequency) หมายถึง อัตราความบ่อยครั้งที่กลุ่มเป้าหมายได้รับสาร และการย้ำ (Reprise or repetition) คือการย้ำเตือนเป็นระยะ ๆ เพื่อให้ผู้รับสารจะได้ไม่ลืมสารนั้น ๆ ตลอดจนความต่อเนื่อง (Continuity) ในการให้ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอด้วย จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารไม่ต้องใช้เวลามากในการทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา นาคสุข¹⁸ ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนกับความทันสมัยของประชาชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา” พบว่าการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความทันสมัยของประชาชนจังหวัดฉะเชิงเทราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ โทรทัศน์ เป็นสื่อที่สร้างความเข้าใจง่าย มีทั้งภาพและเสียง ย่อมดึงดูดใจและสร้างความสนใจได้ดีกว่าสื่อชนิดอื่นๆ และในการดูโทรทัศน์ยังสามารถดูได้พร้อมกันหลายคน บางครั้งมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างสมาชิกที่นั่งชมอยู่นอกจากนี้ในปัจจุบันราคาของโทรทัศน์ถูกลงมาก ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของได้ง่าย

¹⁷Kotler and Roberto, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน.

¹⁸สุกัญญา นาคสุข, “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนกับความทันสมัยของประชาชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537), น. 100.

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อและความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ของประชาชนเขตบางขุนเทียน” ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงปัญหาที่ควรมีการปรับปรุงดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจน้อยมาก ดังนั้นกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร จึงควรให้ความสำคัญต่อการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ผ่านทั้ง 2 ประเภทนี้ให้มากขึ้นกว่าเดิม เพราะเราสามารถนำข้อดีของสื่อเหล่านี้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยอาจจัดทำโครงการฯ หรือกิจกรรมใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น “ กิจกรรมนั่งรถ ล่องเรือชมคลอง ล่องทะเลกรุงเทพฯ จากเขตพระนคร เที่ยวชมตามคลองจนมาออกทะเลกรุงเทพฯที่บางขุนเทียน หรือ กิจกรรมตามเทศกาลหรือประเพณี เป็นต้น ” เป็นกิจกรรมการสร้างความแปลกใหม่ กับวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแต่ไม่คloyได้พบเห็น ที่สามารถสัมผัสกับธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ นอกจากนี้จะมีการใช้สื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่แล้ว เราสามารถนำสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมาใช้ในกิจกรรมหรือโครงการฯ นั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะกิจกรรมเหล่านี้เป็นโอกาสที่จะได้พบปะกับนักท่องเที่ยวหรือประชาชนที่มีความสนใจการท่องเที่ยวอยู่แล้วให้หันมาสนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากยิ่งขึ้น เพราะสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นระหว่างเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวได้ทันที อีกทั้งเสริมด้วยข้อมูลจากแผ่นพับ หรือคู่มือพิพิธภัณฑสถานของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ได้อย่างละเอียด

2. จากผลการวิจัยนั้น แม้พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดและมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเชิงบวกก็ตาม แต่กลุ่มตัวอย่างที่พบว่ามี การเปิดรับสื่อ น้อยที่สุดได้แก่ กลุ่มผู้ที่มีอายุ 26-35 ปี ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว และช่วงวัยที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ สามารถตัดสินใจด้วยตนเองได้ เป็นช่วงที่มีกลุ่มทางสังคม ได้แก่กลุ่มเพื่อ กลุ่มทำงาน หากมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในกลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น อาจจะช่วยในการเพิ่มนักท่องเที่ยวให้หันมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้น เช่น อุดหนุนซื้อสินค้าพื้นเมือง หรือสินค้า OTOP ซึ่งส่งผลต่อชุมชนในท้องถิ่นตามแหล่งท่องเที่ยวในเขตนั้นๆ ได้มีรายได้ภายในชุมชน สามารถนำรายได้มาดูแลชุมชนและอนุรักษ์ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเองได้ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศอีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการเปิดรับและความคิดเห็นที่มีต่อท้องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในต่างจังหวัด หรือกลุ่มเป้าหมายในเขตอื่น ๆ ของกรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นภาพรวมของการเปิดรับสื่อและความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในภาพรวมที่กว้างขึ้น

2. ควรมีการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ไปวิเคราะห์การวางแผนประชาสัมพันธ์การใช้สื่อของกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ในอันที่จะประชาสัมพันธ์โครงการท่องเที่ยวอื่น ๆ เปรียบเทียบ เพื่อพิจารณาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในการดำเนินการของกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ว่ามีข้อดีหรือข้อเสีย จากการใช้สื่อแต่ละประเภทอย่างไร ซึ่งสามารถนำมากำหนดแนวทางการวางแผนการใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพได้อย่างเหมาะสม

3. ควรมีการศึกษาเชิงลึกในส่วนของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในเขตอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ ว่า ภายในชุมชนมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างไรบ้าง มีการนำสื่ออะไรมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ หรือมีการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างไร และประชาชนในชุมชนมีบทบาทหน้าที่อย่างไรต่อการท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาประยุกต์หรือใช้เป็นแนวทาง เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังริเริ่มการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์