

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลกรวิจัย และข้อเสนอแนะการวิจัย ดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน บริเวณเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ - เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตทางด้านเนื้อหาแบ่งเป็น 3 ช่วง คือ

ช่วงที่ 1 เป็นขั้นตอนของเนื้อหา ศึกษาปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน โดยสำรวจปัญหาการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน บริเวณเทือกเขาพระ - เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ช่วงที่ 2 เป็นขั้นตอนการสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน บริเวณเทือกเขาพระ - เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

เป็นขั้นตอนการประเมินทบทวน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ประชาชนทุกสาขาอาชีพใน ตำบลหนองบัว ตำบลหนองกลับ และตำบลทุ่งทอง จำนวน 361 คน ประชาชนทั่วไป 100 คน รวม 361 คน จากตารางของ Krejcie and Morgan (อ้างถึงใน บุญชน ศรีสอาด . 2535 : 39-40)

ช่วง ที่ 2 ประชากร คือ ประชาชน สื่อมวลชน เจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน และองค์กร ซึ่งทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จำนวน 7 คน เป็นกลุ่มเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองโดยแบ่งออกเป็น 3 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 แบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ จากชุมชน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 4 ช่วง จำนวน 27 ข้อ ได้แก่

ระดับปัญหา 4 ปัญหา มากที่สุด(มีความเป็นไปได้น้อยที่สุด)

ระดับปัญหา 3 ปัญหา มาก (มีความเป็นไปได้น้อย)

ระดับปัญหา 2 ปัญหา น้อย (มีความเป็นไปได้มาก)

ระดับปัญหา 1 ไม่พบปัญหา (มีความเป็นไปได้มากที่สุด)

ชุดที่ 2 เป็นแบบบันทึกการประชุมสนทนากลุ่ม

เป็นแบบประเมินทบทวนรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบ

ยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ช่วงที่ 1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา ทำการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ช่วงที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ช่วงที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสรุปผลการประเมินทบทวนรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เทือกเขาพระ- เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

สรุปผลการวิจัย

ช่วงที่ 1

ผลการวิจัยปัญหาการประชาสัมพันธ์ทั้ง 6 ด้านพบว่า

ปัญหาในภาพรวมต่อการนำองค์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน ๑ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ปัญหาอันดับสูงสุดได้แก่ ข้อที่ 3 ถ้าจะมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว อำเภอหนองบัว ทางสื่ออื่นๆ เช่น หอกระจายข่าวหรือทางอิน เตอร์เน็ต อยู่ใน ระดับมาก อันดับรองลงมาได้แก่การจัดรายการท่องเที่ยว อ.หนองบัว ทางวิทยุและโทรทัศน์ อยู่ใน ระดับมาก และอันดับต่ำสุด ได้แก่ การตีพิมพ์การท่องเที่ยว อ.หนองบัวทางหนังสือพิมพ์, วารสารและสิ่งพิมพ์อื่นๆความเป็นไปได้เป็นปัญหาน้อย

ปัญหาการวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เทือกเขาพระ-เขาสูงอำเภอหนองบัว (ผู้ส่งสาร) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่ 7 ถ้าจะมีการปรับปรุง แกไขแผนการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง ๑ กรณีพบปัญหาอุปสรรค และจุดอ่อนเป็นปัญหามากที่สุด อันดับรองลงมาได้แก่มีการติดตาม ประเมินผลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศฯ ถัดมาคือปัญหาการวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ๑ และอันดับต่ำสุดได้แก่ปัญหาการนำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวอำเภอหนองบัว ไปปฏิบัติจริง

ด้านผู้มีส่วนได้เสีย/นักท่องเที่ยว (ผู้รับสาร) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว ๑ ในภาพรวมไม่ค่อยเป็นปัญหา จะมีปัญหาจากข้อ 8 คือปัญหาประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูงที่จะนำไปใช้ เป็นปัญหามาก ในส่วนอื่น ๆ เช่นการที่จะทำให้ผู้ท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว ๑ มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน โครงการประชาสัมพันธ์ เป็นปัญหาน้อย การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง เพื่อให้ผู้มาเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เป็นปัญหาน้อย และการที่จะประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง แล้วทำให้มีคนมาเที่ยวมากขึ้นเป็นปัญหาน้อยที่สุด

ด้านการวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ ผู้ส่งสาร / คุณภาพของข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว ภาพโดยรวมเป็นปัญหามาก ข้อที่ เป็นปัญหามากที่สุดคือข้อ 15 ปัญหาถ้าจะมีการเรียนรู้และสร้างขวัญกำลังใจแก่บุคลากรการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนฯ ความน่าจะเป็นไปได้เป็นปัญหามากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัญหาการที่จะมีสารสนเทศ (ข้อมูลข่าวสาร) จากการวิเคราะห์และจัดการความรู้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน ๑ ปัญหาการวิเคราะห์และการจัดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนฯ เป็นปัญหามาก บุคลากรการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวฯ มีความพึง

พอใจในการปฏิบัติหน้าที่เป็นปัญหามาก และปัญหามากอันดับสุดท้ายได้แก่การจัดทีมงาน บุคลากรการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ปัญหาการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ภาพโดยรวมเป็นปัญหามาก ข้อที่ 18 กระบวนการสนับสนุนการบริหารจัดการ (เงิน/คน/ของ) การประชาสัมพันธ์สัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว ฯ เป็นปัญหามากที่สุด และรองลงมาคือกระบวนการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ เป็นปัญหามาก

ด้านผลลัพธ์ของการประชาสัมพันธ์ (สาร / ผู้ส่งสาร)การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว ฯ ภาพโดยรวมเป็นปัญหามาก ข้อที่เป็นปัญหามากที่สุดได้แก่บุคลากรทางการประชาสัมพันธ์จะได้รับการพัฒนา รองลงมาได้แก่การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวฯ จะส่งผลกระทบต่อสังคมและระบบการปกครอง ปัญหาการประชาสัมพันธ์ฯ จะมีผลต่องบประมาณ การเงินการตลาด เป็นปัญหามาก ผู้ท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจและพึงพอใจจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว เป็นปัญหามาก ปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จะบรรลุผล เป็นปัญหามาก และปัญหามากอันดับสุดท้ายคือการทำให้ผู้ท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว

สรุปรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ได้ 5 ขั้นตอนดังนี้

1. การศึกษา วิเคราะห์ กรณีเฉพาะประเด็นการประชาสัมพันธ์ แล้วสำรวจปัญหา
2. คัดเลือกขงปัญหาตามประเด็น แล้วกำหนดยุทธศาสตร์
3. ดำเนินการสร้างวิธีการแก้ไข ด้วยการสนทนากลุ่ม ตามแนวกระบวนการ PDCA
4. ประเมินผลการดำเนินงาน
5. สรุปและรายงานผล

อภิปรายผลการวิจัย

ช่วงที่ 1 ผลของการวิจัยในการศึกษาปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ พบว่ามีปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์เรียงตามลำดับปัญหา มีอยู่ 6 ด้านคือ

1. ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ฯ (ผู้ส่งสาร)
2. ด้านการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ (ผู้ส่งสาร)
3. ปัญหาด้านการนำองค์กร (ผู้ส่งสาร)
4. ด้านผลลัพธ์ของการประชาสัมพันธ์ (สาร/ผู้รับสาร)
5. ด้านการวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ (ผู้ส่งสาร /คุณภาพของข้อมูลข่าวสาร)
6. ด้านผู้มีส่วนได้เสีย / นักท่องเที่ยว (ผู้รับสาร)

ปัญหาด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์ แผนดังกล่าวจะต้องค้นหาข้อมูลในการทำแผนที่เป็นอุปสรรคและจุดอ่อน หรือทำแผนที่ผ่านการทำ SWOT หรือผ่านการวิเคราะห์มาก่อน แล้วมาดำเนินการวางแผน มีการนำกลยุทธ์ที่เกิดจากแผนไปใช้งานจริง ซึ่งสอดคล้องกับรายงานพิเศษของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เรื่องเจาะแผนท่องเที่ยว ปี 2545 แสวงหาพันธมิตรเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในทุกรอบปีงบประมาณ ททท.ได้จัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี โดยจะรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ในเชิงการพัฒนา การตลาด การบริหาร การประชาสัมพันธ์รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อย (โฟกัสกรุ๊ป) แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลสถานการณ์ท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับบทนำงานวิจัยของสมจิตต์ มหิธนันท์(2534)รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลว่า การดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมอย่างยิ่ง คือ การสำรวจข้อมูลก่อนดำเนินงาน การวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินการตามแผนประชาสัมพันธ์ของสถาบัน

ปัญหาการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ เป็นเรื่องกระบวนการสนับสนุนการบริหารจัดการ (เงิน / คน / ของ) และกระบวนการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนอย่างมีคุณภาพ สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์พิเศษของ คุณกัญญารัตน์ ศรีทองรุ่ง และจันทร์ทิพย์ ปาละนันท์ สัมภาษณ์นายวิจิตร ณ ระนอง เรื่องหนทางแห่งความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในตลาดโลกในวารสารเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (2546) " เราต้องเน้นเชิงจัดการ การแปลงแผน แปลงวิสัยทัศน์ (Vision)ให้ออกมาเป็นการปฏิบัติทุกอย่างตกอยู่ที่คำเดียวคือเรื่อง การจัดการ ซึ่งของไทยเราอ่อนมาก ๆ ทั้งรัฐและเอกชนด้วยเป็นเตี้ยขี้ม่อม...ตรงนี้ถ้าเมื่อไม่มี

ใครลุกขึ้นมาเห็นความสำคัญและทำเป็นขั้นตอนอย่างเป็นรูปธรรมที่จับต้องได้แล้วก็จะไม่สามารถสร้างความมั่งคั่งหรือนำไปสู่ความสำเร็จได้ “

ปัญหาด้านการนำองค์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบปัญหาการประชาสัมพันธ์ทางสื่อหอกระจายข่าวสารหมู่บ้านและทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรุจิรา ปัทมานุช (2539) เรื่องการรับข่าวสารจากสื่อของชาวไทยภูเขา บ้านห้วยน้ำดัง ตำบลก๊กช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ คือ หอกระจายข่าวหรือเสียงตามสาย เป็นช่องทางการสื่อสารที่ต้องการให้ถึงกลุ่มผู้รับสารอย่างรวดเร็วทั่วถึงกันผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลได้รับข่าวสารจากหอกระจายข่าวมีระดับความเข้าใจในระดับเข้าใจมาก

ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า หอกระจายข่าวสารประจำหมู่บ้าน เป็นสื่อท้องถิ่นที่ชาวบ้านในระแวกนั้น มีความเคยชิน และเป็นที่ยอมรับเชื่อถือเป็นทุนอยู่แล้ว ในการประกาศข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย แต่ยังไม่มีการนำบทความ องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดังกล่าวอย่างจริงจัง

การเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตสอดคล้องกับรายงานฉบับย่อสำหรับผู้บริหาร โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549)ว่าเมื่อแนวโน้มการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในกระแสโลกาภิวัตน์รุนแรงขึ้นตามลำดับนานาประเทศต่างใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) มาเป็นอาวุธสำคัญ

บทความของคุณเจริญญว เจริญสุขใส E- Travel (2545) ผลกระทบของอินเทอร์เน็ตกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันคนส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ตเมื่อต้องการหาข้อมูลที่ไม่สามารถหาได้จากสื่ออื่น ๆ โดยอินเทอร์เน็ตกำลังมีอิทธิพลเป็นอย่างสูงในกลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มคนที่นิยมการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ที่ทรงประสิทธิภาพสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างไม่มีข้อจำกัดข้อผูกมัดกับเวลา สถานที่ ซึ่งผู้เข้าชมผ่านทางเว็บไซต์ จะเป็นใครก็ได้ เวลาใดก็ได้ และเปิดดูข้อมูลจากส่วนใด ๆ ของโลกก็ได้ เป็นห้องข่าวสารข้อมูลของโลก ที่อาจเรียกได้ว่าเป็นห้องสมุดของโลกก็ได้

การจัดรายการทางวิทยุและโทรทัศน์ก็เป็นปัญหามาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิรา ปัทมานุช (2539) เรื่องการรับข่าวสารจากสื่อของชาวไทยภูเขา บ้านห้วยน้ำดัง ตำบลก๊กช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ คือ สื่อวิทยุเป็นสื่อที่ผู้ให้ข้อมูลเป็นเจ้าของได้ มีขนาดเล็กที่พอจะนำติดตัวเพื่อรับฟังข่าวสารในสถานที่ต่าง ๆ ได้ และผู้ให้ข้อมูลมักชอบรับข่าวสารผ่านวิทยุโทรทัศน์ เนื่องจากเห็นทั้งภาพและได้ยินเสียง

ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าปัจจุบันมีสถานีวิทยุเกิดขึ้นอย่างมากมาย ประสิทธิภาพสูงในการส่งและรับฟังที่ชัดเจนเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตลอดเวลาและโอกาส วิทยุหาซื้อได้ง่าย ราคาถูก และสามารถ

พลกิตตัวไปที่ไหนก็ได้และปัจจุบันได้มีวิทยุชุมชนเกิดขึ้นมากเป็นสื่อท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 40 ที่กำหนดให้สื่อเป็นของประชาชน ประชาชนก็จะเกิดการเรียนรู้การจรรยาบรรณวิทยุเพื่อ ประชา-สัมพันธ์กิจกรรมของท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโทรทัศน์ พบว่าเป็นไปได้ยากมาก เพราะปัจจุบันมีการแข่งขันทางสื่อมีสูงและมีค่าใช้จ่ายที่แพงมาก หากจะดำเนินการต้องมิงงบประมาณซื้อช่วงโฆษณาหรือทำ ได้ก็เพียงเชิญผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ ผู้จัดทำรายการโทรทัศน์มาร่วมกิจกรรมเป็นครั้งคราว เพื่อขอความร่วมมือเผยแพร่กิจกรรม ที่พอจะทำได้คือขอความร่วมมือประชาสัมพันธ์เป็นตัวหนังสือวิ่งผ่านหน้าจอโทรทัศน์เป็นครั้งคราว แต่หากกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เห็นชอบด้วยก็ จะอาศัยช่องทางรายการโทรทัศน์ที่ ททท.มีอยู่แล้วช่วยประชาสัมพันธ์ให้ก็มีความเป็นไปได้ อีกทาง หนึ่งก็คือสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดนครสวรรค์ ก็สามารถให้ความร่วมมือจัดทำข่าว สกู๊ปข่าว และสารคดีโทรทัศน์เผยแพร่ทางช่อง 11 ได้ แต่เมื่อหน่วยงานนี้แปรรูปแล้วก็จะขอความร่วมมือยาก

การส่งข้อมูลข่าวสารผ่านทาง สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ และวารสารเป็นปัญหาน้อย สามารถดำเนินการได้ทันที และที่ผ่านมามีการดำเนินการอยู่บ้างแล้ว

ผู้วิจัยเห็นว่า สื่อมวลชนทั้งท้องถิ่น และส่วนกลางยินดีให้พื้นที่หน้ากระดาษในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว หากแต่ยังขาดผู้รับผิดชอบในการส่งข้อมูลประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ผลลัพธ์ของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเรื่องของสารกับผู้รับสาร ซึ่งมีผลต่อผู้ส่งสารที่จะมี โอกาสได้รับการพัฒนา การที่จะให้การประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อ ความรับผิดชอบต่อสังคมนโยบาย ปกครอง สอดคล้องกับบทความของ อารัญ บุญชัย เรื่อง หมู่เกาะช้าง โครงการนำร่องการท่องเที่ยว เชนนิเวศอย่างยั่งยืน วารสารเศรษฐกิจและสังคม (2546) การประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์กร บริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2546 ให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 3 มิถุนายน 2546 เป็นต้นไป ทั้งนี้ โดยมีคณะกรรมการบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน ทำหน้าที่ประสานงาน และกำกับดูแลการบริหารองค์การ ตามพระราชกฤษฎีกานี้ และสอดคล้องกับบทความของวิไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ ในตุลสารการท่องเที่ยว ฉบับที่ 4/2545 เรื่อง แผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภูมิภาคเอเชีย และแปซิฟิกประเด็นที่ 3 เรื่อง การจัดการรัฐบาลจะต้องเป็นบทบาทใน 3 ด้าน โดยต้องเป็นผู้นำผู้ประสานงานและผู้ควบคุมไปพร้อม กัน ในการเป็นผู้นำนั้นจะต้องมีการจัดตั้งคณะกรรมการในระดับสูงของรัฐบาลเพื่อเร่งดำเนินการ สำหรับการประสานงานจะต้องประสานกันในระดับชาติและระดับท้องถิ่นเพื่อจัดลำดับความสำคัญ ของการดำเนินงาน และสร้างความเห็นชอบผู้มีส่วนได้เสียในการควบคุม จะต้องวางกลไกในการ ควบคุม การออกกฎหมายและข้อบังคับ เพื่อประสานงานกันอย่างราบรื่นภายในองค์การของรัฐที่เกี่ยวข้อง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2545 ในส่วนของการดำเนินงานด้านการตลาดต่างประเทศจะมุ่ง

เน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกนำเสนอภาพลักษณ์ทางบวกของประเทศไทยในเรื่องต่าง ๆ ที่ได้รับการยอมรับจากนานาชาติ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าถ้าจะให้ผลลัพธ์จากการประชาสัมพันธ์ มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและการปกครอง จำเป็นที่จะต้องให้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นนโยบายของภาครัฐ โดยเฉพาะกับการปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีบทบาทที่ชัดเจน

การประชาสัมพันธ์จะมีผลต่อบรรณภาพ การเงิน และการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของสมจิตต์ มหัทธนนท์ เรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล (2543) คืองบประมาณและทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ พบว่า ที่มีความเหมาะสมอย่างยิ่ง คือจัดสรรงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นการเฉพาะ วางแผนงบประมาณให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน ผู้ท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจและพึงพอใจจากการประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการดำเนินกิจกรรมใด ๆ นอกจากจะมีทรัพยากรทางธรรมชาติ คือ เขาพระ-เขาสูง มีบุคลากรแล้วรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์แล้ว จำเป็นอย่างยิ่ง เมื่อจะดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์ จะขาดงบประมาณ การเงิน และการตลาดไม่ได้ มิฉะนั้นการขับเคลื่อนในการประชาสัมพันธ์ก็จะดำเนินไปได้ไม่ดีเท่าที่ควรจะเป็น

การวิเคราะห์และการจัดการความรู้ผู้ส่งสารคุณภาพของข้อมูลข่าวสาร กำหนดให้มีการเรียนรู้และสร้างขวัญกำลังใจให้แก่บุคลากรมีสารสนเทศข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการวิเคราะห์เน้นให้ความรู้แก่ผู้รับสาร นักท่องเที่ยวผ่านการประชาสัมพันธ์ ให้ผู้ทำหน้าที่ได้รับความพึงพอใจและมีการจัดทีมงาน บุคลากรการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของสมจิตต์ มหัทธนนท์ (2543) เรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คือ บุคลากรประชาสัมพันธ์ที่มีไหวพริบปฏิภาณ มีความศรัทธาในวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ มีบุคลิกภาพเหมาะสมกับงานมีความรู้ด้านการวิจัยการประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยเห็นว่า การวิเคราะห์และการจัดการความรู้ผู้ส่งสารผู้ส่งสารหากขาดความรู้ความเข้าใจ การประชาสัมพันธ์ดีพอแล้วการประชาสัมพันธ์อาจล้มเหลวเพราะต้องวิเคราะห์กลุ่มผู้รับข่าวสารประเภทของสื่อที่จะเป็นตัวนำสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายและที่จำเป็นอย่างยิ่งคือคุณภาพของข้อมูลข่าวสารจะต้องผ่านการวิเคราะห์ปรับปรุงคุณภาพของข่าวสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายคือผู้รับสารมากที่สุด

ผู้มีส่วนได้เสีย ผู้รับสารและนักท่องเที่ยว เน้นที่ประโยชน์ที่ผู้รับข่าวสาร และนักท่องเที่ยวจะสามารถนำไปใช้ได้ สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์พิเศษของ ศ. ดร.สมบัติ ธำรงธัญวงศ์(ธุรกิจท่องเที่ยว .กรกฎาคม,2544) ที่ว่า สิ่งที่เราจะทำให้การท่องเที่ยวยั่งยืนก็คือการพัฒนาต่าง ๆ อาจเน้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยรัฐบาลต้องเผยแพร่ความรู้ให้กว้างขวางใช้สื่อทุกชนิดแล้วประชาชน

ก็จะมีส่วนร่วมกับแขกผู้มาเยือนซึ่งให้ทั้งความปลอดภัยและความประทับใจและปลูกฝังให้ประชาชนช่วยกันดูแลบ้านเมืองให้สวยงาม สะอาดและมีสุขอนามัย

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เป็นเรื่องใหม่ของการท่องเที่ยวโดยทั่วไป จำเป็นอย่างยิ่งที่การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปยังผู้รับสาร และนักท่องเที่ยวง่าเป็นจะต้องใส่องค์ความรู้ ที่ผู้รับข่าวสารจะนำไปใช้ได้

ช่วงที่ 2 สร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเพื่อקהาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยการนำปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเพื่อקהาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ มาสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยใช้หลัก PDCA. และผ่านความเห็นชอบ และการเสนอแนะจากการสนทนากลุ่ม F.G.D. มีลักษณะเป็นกระบวนการมาตรฐาน วิธีมาตรฐาน และบันทึกมาตรฐาน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของผู้ใด

รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเพื่อקהาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ รูปแบบที่ประกอบด้วยการมีแผน งาน แผนเงิน แผนของ แผนบริหารจัดการ วิธีการทำอะไร มีผลเช่นไร และมีการพัฒนาอย่างไร ซึ่งสามารถนำมาอธิบาย 5 ขั้นตอนดังนี้

1. การศึกษาวิเคราะห์กำหนดประเด็น และการสำรวจปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยทุกเรื่อง นักวิจัยจะต้องเริ่มต้นด้วยวิธีการนี้ "... ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมาจากกระบวนการศึกษา วิเคราะห์ วิจัยที่ถูกต้อง เพื่อคลี่ให้เห็นปมประเด็นและแก่นแท้ของปัญหาการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม และส่งผ่านไปสู่กระบวนการกำหนดนโยบายและจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งในแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาตินั้นประกอบไปด้วยยุทธศาสตร์ด้านต่างๆ เป็นกรอบทิศทางให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนนำไปกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต่อไป ..." (ทักษิณ ชินวัตร, 2545 : 6) และสอดคล้องกับงานวิจัย ของไชยยศ เรื่องสุวรรณ การดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน และธำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างสถาบันกับกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกสถาบันนั้น จำเป็นต้องอาศัยเทคนิคและกลวิธีที่เหมาะสม (ไชยยศ เรื่องสุวรรณ, 2522 : 55) และงานวิจัยของบุญเกื้อ ควรหาเวช (2539: 22-26) การสำรวจกระแสประชามติ (Public Opinion Survey) กระทำได้ 2 ทางคือ การสำรวจกระแสประชามติ คำว่า ประชามติ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Public Opinion ประชา คือ Public ส่วนมติ หมายถึงการกำหนดทิศทาง (Direction) ความคิดเห็นด้วยความตั้งใจ ซึ่งหมายความรวมถึง อารมณ์และความรู้สึกของคนเราต่อการที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับในบางสิ่ง

บางอย่าง Robert E. Lane and David O.Sears (1964 : 6-9) และตรงกับงานเขียนของ นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ ได้ให้หลักการสำคัญของการประชาสัมพันธ์มี 3 ประการส่วนในประการที่ 1 กล่าวไว้ว่า

1. การโฆษณาเผยแพร่ คือการบอกกล่าวเผยแพร่เรื่องราวและข่าวสารของสถาบันไปสู่ประชาชน ข่าวสารจะสร้างภาพพจน์ ชื่อเสียง และความเข้าใจอันดีแก่ประชาชน ถึงแม้ว่าการโฆษณเผยแพร่จะเป็นการบอกกล่าวเรื่องราวข่าวสารจากสถาบันเพียงข้างเดียว แต่ก็ยังเป็นหลักการสำคัญประการแรกในการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นพื้นฐานแห่งความเข้าใจซึ่งกันและกันหลักการเผยแพร่ประกอบด้วย
 - 1.1 กำหนดจุดมุ่งหมายและเนื้อหาข่าวสาร
 - 1.2 กำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
 - 1.3 ใช้ สื่อที่เหมาะสม เพื่อให้ข่าวสารถึงกลุ่มเป้าหมาย
 - 1.4 จัดข่าวสารให้มีลักษณะเป็นกันเองกับกลุ่มผู้ที่จะรับรู้และเข้าใจได้
 - 1.5 จัดข่าวสาร และ วิธีการบอกกล่าวให้น่าสนใจผู้รับได้ เช่น คำหนึ่งถึงจุดอ่อนไหวทางอารมณ์ การกล่าวซ้ำ การชี้แจงแนะนำ เป็นต้น

ทั้งนี้เพราะ การที่จะสร้างรูปแบบ ถ้าไม่กำหนดประเด็น และไม่ค้นปัญหาให้พบ จะไม่สามารถที่จะสร้างรูปแบบให้มีคุณภาพไม่ได้ เช่นเดียวกับหมอไม่ตรวจโรค จะรักษาโรคไม่ได้เช่นกัน

2. การตัดสินใจแยกปัญหาตามประเด็นแล้ว กำหนดยุทธศาสตร์ ในการสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์หรืออีกนัยหนึ่งก็คือการทำแผนนั่นเอง งานวิจัยทุกงานจะต้อง หาวิธีการแก้ไขปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย (The British Institute of Public Relation) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือการกระทำอย่างสุจริตรอบคอบและมีแผนการ ที่จะดำรงความพยายามในอันที่จะสร้างและรักษาไว้ ซึ่งความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันระหว่างสถาบันกับ กลุ่มชนที่เกี่ยวข้อง

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (Public Relation Society of America) หรือ PRSA ได้ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นอาชีพให้บริการผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมายแก่พวกลูกค้าและผู้ว่าจ้าง อาชีพดังกล่าวจึงขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์พื้นฐานที่ความเข้าใจร่วมกันและความร่วมมือระหว่างกลุ่มต่าง ๆ และสถาบันสังคม (อ้างใน นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์, 2539 : 13)

สถาบันการประชาสัมพันธ์ สรุปว่าการประชาสัมพันธ์ คือความพยายามอย่างมีแบบแผนต่อเนื่องที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งความปรารถนาดีและความเข้าใจต่อกันระหว่างองค์กรและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง (The Institute of Public Relations: IPR.) (พนิต กุดศิริ . 2537 : 12) ทั้งนี้เพราะ ปัญหาที่พบจะทำให้ วิธีการได้ตรงประเด็น มีกรอบความคิดชัดเจน

3. การดำเนินการแก้ไขปัญหาตามประเด็นด้วยการสนทนากลุ่ม ดังนี้

3.1 ปัญหาการวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ปัญหาการปรับปรุง แก้ไขแผนการประชาสัมพันธ์ฯกรณีพบปัญหา อุปสรรค และจุดอ่อนเป็นปัญหา การติดตามประเมินผล การนำกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ไปใช้งานจริง ให้มีการทำประชาสัมพันธ์เชิงรุก(Proactive)เจาะลึกทางการศึกษาเน้นการวางแผนแบบมีส่วนร่วม นำข้อมูลที่ได้จากการทำ SWOT มาปรับปรุงทำแผน กำหนดให้มีการติดตามประเมินผลทุกระยะหลังการใช้แผน.ควรมีการประชุมจัดทำแผนขึ้นเฉพาะกลยุทธ์ที่อยู่ในแผน จะต้องมีการวางกิจกรรมกำกับ เป็นแผนปฏิบัติการมีห้วงระยะเวลาที่แน่นอน มีผู้รับผิดชอบตรง ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เข้าช่วย

3.2 ปัญหาการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ ควรมีเจ้าภาพหลัก เช่นศูนย์การท่องเที่ยวศึกษาและนันทนาการ/ อบจ/ ททท.เขต7/สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด/อบต./เทศบาลตำบล/ผู้นำท้องถิ่น/องค์กรเอกชน/ข้ามาบิบทบาทและรับผิดชอบ เน้นให้มีเอกสารสิ่งพิมพ์/ระบบสารสนเทศที่เป็นประโยชน์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์อย่างมีคุณภาพ ให้เจ้าภาพหลักจัดบุคลากรที่ทำประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ มีประสบการณ์ มีตารางกำกับมีตัวชี้วัดชัดเจน อาจเป็นในรูปแบบของคณะกรรมการด้านการประชาสัมพันธ์ โดยมีมหาวิทยาลัยราชภัฏวิชาเอกการประชาสัมพันธ์ และวิชาการท่องเที่ยวหรือสาขาอุตสาหกรรมพัฒนาองค์กรประสานการทำงาน

3.3 การนำองค์กรการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ผู้ส่งสาร) ให้ทำการประชาสัมพันธ์ภายในทางสื่อท้องถิ่น เช่น หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน และการประชาสัมพันธ์ภายนอกผ่านทางอินเทอร์เน็ต หน่วยงานในท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เทศบาลตำบล และอำเภอ สื่อมวลชน และผู้นำในท้องถิ่น องค์กรเอกชน จะต้องเข้ามาบิบทบาททางการประชาสัมพันธ์ ให้การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนของคน การจัดรายการท่องเที่ยว ทางวิทยุและโทรทัศน์เป็นให้จัดลำดับความสำคัญ ให้ผู้มีความรู้ทางการประชาสัมพันธ์เป็นผู้ดำเนินการให้มีการจัดกิจกรรมที่โดดเด่น มีจุดขายเพื่อทำการประชาสัมพันธ์

3.4 ผลลัพธ์ของการประชาสัมพันธ์ (สารดีพธ์/ผู้รับสาร) บุคลากรทางการประชาสัมพันธ์ฯ จะต้องได้รับการพัฒนา การอบรมทันที มอบบทบาทรับผิดชอบที่ชัดเจน ประเมินผลงานบุคลากรด้วย ท้องถิ่นจะต้องเกิดการเรียนรู้ เกิดผลกระทบเมื่อมีคนมาเที่ยวชม และบุคลากรท้องถิ่นควรได้รับการพัฒนาไปพร้อมกันพยายามผลักดัน ให้การประชาสัมพันธ์เข้ามาบิบทบาทคือสังคมและระบบการ ปกครอง ซึ่งจะมีกฎหมายจากแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติฉบับที่ 4 ซึ่งนำรวมทั้งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ ททท.มารองรับ ผู้ท่องเที่ยวมีความเข้าใจและพึงพอใจจากการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวและผู้รับสาร จะต้องมืองค์ประกอบด้วยเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว มืองค์ความรู้ประกอบในสื่อประชาสัมพันธ์ทุก

สื่อ และมีปริมาณเพียงพอ การที่จะให้ผู้ท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ อาจสร้างเครือข่ายท่องเที่ยว

3.5 การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ (ผู้ส่งสาร/คุณภาพของข้อมูลข่าวสาร) ถ้าจะมีการเรียนรู้และสร้างขวัญกำลังใจให้แก่บุคลากรให้บุคลากรได้เข้ารับการฝึกอบรม ส่งเสริมให้ได้รับความก้าวหน้าในสายงานประชาสัมพันธ์ อาจกำหนดเป็นนโยบาย สารสนเทศควรได้มาจากการวิเคราะห์และจัดการความรู้ในการประชาสัมพันธ์ในเนื้อหาที่เป็นองค์ความรู้และที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บุคลากรทางการประชาสัมพันธ์ ควรได้รับเกียรติ ได้รับการยกย่องชมเชยจากสังคมได้รับผลตอบแทน ได้รับความก้าวหน้าในสายงานบุคลากรทางการประชาสัมพันธ์ ประชาสัมพันธ์ จากระดับจังหวัด ระดับอำเภอและท้องถิ่นเป็นไปตามแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 4

3.6 ผู้มีส่วนได้เสีย/นักท่องเที่ยว (ผู้รับสาร) ประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูงอำเภอหนองบัวที่จะนำไปใช้ได้นั้นกำหนดให้สื่อสารสนเทศของการประชาสัมพันธ์ทุกชนิด สอดแทรกเนื้อหาที่เป็นองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เนื้อหาทางวิชาการ ที่ผู้รับสารนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเช่น องค์ความรู้จากสมุนไพรในป่า ฯลฯ การที่จะทำให้ผู้ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์อันดีต่อกันโดยการประชาสัมพันธ์อันดีต่อกัน โดยการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว และการที่จะให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต้องข้อมูลข่าวสารสารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะตามจุดที่นักท่องเที่ยวและมีความตั้งใจบริการนักท่องเที่ยว ค้นหาจุดขายและกิจกรรมนักท่องเที่ยวสนใจมาทำการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดแข่งเรือบนภูเขา แข่งขันร่มบิน แข่งจักรยานเรลลี่ พิชิตช่องหินหนับแคบ ฯลฯ ต้องค้นหาจุดขายที่นักท่องเที่ยวสนใจมาทำการประชาสัมพันธ์ และให้จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ในจุดที่มองเห็นเด่นชัดจุดที่มองเห็นเด่นชัด

4. การประเมินผลการดำเนินงาน ในการที่จะรายงานผล จะต้องผ่านกระบวนการประเมิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรดิศ โภคาทร.2529 การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ เป็นการตัดสินคุณค่าของงานประชาสัมพันธ์หลังจากที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลตลอดจนแปรผลข้อมูลแล้ว การประเมินผลนี้ทำให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ทราบถึงประสิทธิภาพของการทำงานในอดีต สภาพปัจจุบันที่กำลังเผชิญอยู่ และสามารถคาดการณ์ในอนาคต โดยการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพได้ และการประเมินผลยังสามารถสร้างความเชื่อถือและพิสูจน์ความเป็นอาชีพแก่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับสมจิตต์ มหัทธนนท์. 2534 : 35-38 การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้และนำผลจากการประเมิน ตลอดจนปัญหา सरค หรือข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นไปเป็นข้อมูล เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลดียิ่งขึ้นต่อไป

ทั้งนี้เพราะ จะทำให้ทราบว่าวิธีการใดเหมาะสมถูกต้องและเชื่อถือได้ วิธีการใดที่ไม่สมเหตุผลผลก็จะถูกตัดทิ้งไป วิธีการใดที่เหมาะสม แต่ภาษาที่ใช้ยังไม่ถูกต้องสมบูรณ์ก็นำมาเรียบเรียงให้เหมาะสมต่อไป

5. สรุปและรายงานผล เป็นขั้นตอนสุดท้าย ของรูปแบบที่ผู้วิจัย จัดทำขึ้น ในขั้นนี้ สอดคล้องกับการสรุปรายงานการวิจัยของ ดร.สมภพ เจริญนทนต์และคณะ.2546 : 149 สรุปผลการวิจัยดังนี้ ผลการศึกษาปัญหาเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน พบว่า ปัญหาการศึกษาแนวโน้มควรเป็นไปได้ในการพัฒนาเครือข่ายฯ อยู่ในระดับน้อย ด้านการบริหารจัดการเครือข่ายฯ แบบมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง การวางแผนยุทธศาสตร์ของเครือข่าย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนอยู่ในระดับน้อย เครือข่ายการตลาดท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับน้อย การวิจัยและพัฒนาเครือข่าย การท่องเที่ยวมีปัญหาระดับปานกลาง รูปแบบการสืบสานวัฒนธรรมพื้นบ้านอยู่ในระดับมาก การปลูกผักปลอดสารพิษเพื่อส่งเสริมสุขภาพผู้บริโภค มีปัญหาในระดับปานกลาง การประชาสัมพันธ์ มีปัญหาในระดับน้อย การอนุรักษ์ป่าไม้มีปัญหาในระดับน้อย ปัญหาการรักษาความปลอดภัย มีปัญหาในระดับน้อย การทำแผนแม่บททางกายภาพ มีปัญหาในระดับมาก ปัญหาการอบรมผู้มัคคุเทศก์ท่องเที่ยว มีปัญหาในระดับน้อย ปัญหาการอบรมผู้มัคคุเทศก์วัฒนธรรมพื้นบ้าน มีปัญหาในระดับน้อย ปัญหากองทุนการท่องเที่ยวมีปัญหาระดับปานกลาง และปัญหาการประเมินเศรษฐกิจพอเพียงมีปัญหาในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับสรุปผลการวิจัยของ ฉิมมัน จันทร์ทองแก้ว.2545:65 สรุปผลการวิจัยว่า มัคคุเทศก์มีความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับสูงมาก และเมื่อพิจารณาความสามารถ ในการสื่อสารระหว่างบุคคลด้านการคำนึงถึงคู่สื่อสารในระดับที่สูงที่สุด และมีความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลด้านการสนับสนุนคู่สื่อสารในระดับต่ำสุด

ทั้งนี้เพราะว่า นอกจากจะเป็นหลักฐานแสดงไว้อย่างชัดเจนแล้ว ยังสามารถเป็นฐานข้อมูลนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้ตลอดไป

ช่วงที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยทั้งหมดมาสังเคราะห์กับหลักวิชาของการประชาสัมพันธ์เพื่อใช้เป็นข้อเสนอแนะ และเป็นแนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ให้ดำเนินอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องต่อไป ดังนี้

แผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ควรอิงฐานข้อมูลจากงานวิจัย ให้มีเจ้าภาพหลักที่รับผิดชอบโดยตรง แล้วดำเนินการโดยกรรมการสามฝ่ายคือชาวบ้านเอกชน ราชการ วัด มาระดมแนวคิดมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน ในระหว่างนี้เจ้าภาพหลักยังไม่ชัดเจน ห้างดินจะต้องจุดประกายจุด

ไฟ ใส เชื้อ เกื้อกูล ในพื้นที่ซึ่งมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนว่าเมื่องานวิจัยเสร็จการท่องเที่ยวจะเกิด กรณีดังกล่าวต้องเร่งสร้างความรู้ความเข้าใจ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลายด้าน ทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยวเอง ความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย การตลาด การจัดการ งบประมาณ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่จะเป็น เครื่องมือบอกกล่าวให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้รับทราบ

ในระยะแรกต้องรีบประชุมชี้แจงทำความเข้าใจให้ตรงกันทุกกลุ่ม ให้แนวคิด จัดทำกิจกรรม หาผู้รับผิดชอบสำรวจทรัพยากรทางการประชาสัมพันธ์มาออกแบบโดยมีฐานข้อมูลจากงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏทุกเรื่องมาเป็นกรอบแนวคิด อาจจะต้องเปิดรับอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้านมาเป็นแกนนำก่อน ซึ่งประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้านจะช่วยลดช่องว่างของการสื่อสาร ระหว่างหน่วยงานกับประชาชน ในขณะที่เดียวกันต้องเชิญบริษัทผู้ประกอบการการท่องเที่ยวมาให้ข้อคิดเห็นและเป็นพันธมิตร เป็นเครือข่ายที่จะร่วมกันประชาสัมพันธ์ หน่วยงานภาครัฐ และท้องถิ่นต้องมีหน้าที่เป็นที่เลี้ยง หรือเป็นเจ้าภาพสนับสนุนด้านงบประมาณการประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง บุคลากรต้องเลือกเฟ้นคนที่มีใจรักที่จะทำงานเพื่อส่วนรวม มีใจรักด้านการประชาสัมพันธ์ มีใจรักด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นอกจากหอบกระจ่ายข่าวและวิทยุชุมชนแล้ว ในจดุเอทีเอ็มก็น่าจะมีข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน มีของชำร่วย ของที่ระลึก มีสคส.ซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์อีกประเภทหนึ่ง

สรุปได้ว่า ให้มีองค์กรหลักเป็นเจ้าภาพอย่างชัดเจน มีการพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพมีความรู้ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์ และควรมองหาช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อท้องถิ่น เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน และช่องทางสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก ดำเนินการอย่างต่อเนื่องและครบวงจร รวมถึงการติดตามประเมินผล และอิงงานวิจัยมาใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการวางแผนในทุก ๆ ด้าน

ผู้วิจัยยังพบว่า กลุ่มของประชาชนและพหุภาคีในพื้นที่วิจัย ยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนว่าเมื่องานวิจัยเสร็จสิ้นลงแล้ว สิ่งต่าง ๆ จะเกิดตามมาตามลักษณะของงานวิจัยที่เป็นกลุ่มแบบ CLUSTER ซึ่งที่จริงแล้ว พหุภาคี และท้องถิ่นต้องเข้าใจบทบาทที่แท้จริงขององค์กร หน่วยงานที่มีส่วนรับผิดชอบในพื้นที่ จะต้องเข้ามาเป็นที่เลี้ยงให้มีการดำเนินการเกิดขึ้น เพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเรื่องใหม่สำหรับชุมชนในพื้นที่ สื่อชุมชนจะต้องเร่งบทบาทในเรื่องการประชาสัมพันธ์ เช่น หอบกระจ่ายข่าว สถานีวิทยุชุมชน หรือจุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชน ควรได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรมีขึ้นอีกเพื่อประโยชน์ต่อการเรียนรู้ร่วมกันของประชาชนในท้องถิ่นและนักวิจัย เพื่อหาหนทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่ความยั่งยืนในที่สุด