



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความตระหนักของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วม ความตระหนัก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นสมาชิกโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ ได้มีการตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
2. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน
3. ความตระหนักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน

การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การศึกษากระบวนการสื่อสารและการดำเนินงาน โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยศึกษาจากการวิเคราะห์เอกสาร สื่อที่ใช้เผยแพร่ และการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน

ส่วนที่ 2 การศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยศึกษาจากการมีส่วนร่วมในโครงการ ความตระหนัก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากร ตลอดจนพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ ความตระหนัก และพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ตอนที่ 2 เป็นการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficients) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การศึกษากระบวนการสื่อสารและการดำเนินงานโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในการวางแผนและดำเนินการสื่อสารรณรงค์ของโครงการจำนวน 3 ท่าน การศึกษาจากเอกสาร และสื่อที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ พบว่าโครงการรณรงค์มีขั้นตอนในการวางแผนการสื่อสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล

จากการสัมภาษณ์เรื่องของการวางแผน และกำหนดแนวคิดสร้างสรรค์สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวางแผนงานโครงการรณรงค์ดังกล่าว มีที่มาจากข้อมูลแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำปี 2547 ซึ่งกำหนดนโยบายไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวทัศนศึกษาอย่างถูกวิธีให้กับเยาวชนทั่วประเทศรวมทั้งเยาวชนระหว่างประเทศด้วย

2. สร้างความรู้ ความเข้าใจในหมู่สถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเยาวชนและสถาบันครอบครัว เพื่อให้ใช้กิจกรรมทัศนศึกษาเป็นสื่อในการพัฒนาเยาวชนให้มีความสมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ คุณธรรมและจริยธรรม ตลอดจนส่งเสริมให้เยาวชนมีส่วนร่วมและมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยตามความเหมาะสม

3. ระดมความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน องค์กรระหว่างประเทศ รวมทั้งสื่อมวลชนและประชาชนทั่วไปในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทัศนศึกษาสำหรับเยาวชน ตลอดจนมีบทบาทสนับสนุนให้เยาวชนเดินทางท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี รักและภาคภูมิใจในความเป็นไทย มีจิตสำนึกในการช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมและมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาติ โดยมุ่งกระจายจากจังหวัดหลักไปยังจังหวัดใกล้เคียงอื่นๆ

4. สร้างค่านิยมให้เยาวชนและประชาชนท่องเที่ยวในประเทศให้มากขึ้น

5. เสริมสร้างให้เยาวชนและประชาชนเข้าใจและเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสังคมตลอดจนมีความสามารถในการบำรุงรักษาและจัดการทรัพยากรด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

6. เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาเยาวชนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

7. เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและวิทยาการระหว่างประเทศ โดยให้การท่องเที่ยวเป็นสื่อกลาง

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ

- ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับของเยาวชนให้เพิ่มมากขึ้น
- ส่งเสริมให้เยาวชนเกิดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี และเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์มรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
- สร้างเสริมจิตสำนึกในการอนุรักษ์ให้กับเยาวชน
- พัฒนาศักยภาพของเยาวชนให้เป็นเจ้าบ้านที่ดี

3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม แบ่งออกเป็น

กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ เยาวชนอายุ 14-26 ปี

กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ ครอบครัวและญาติของกลุ่มเยาวชนที่เป็นเป้าหมายหลัก

4. การวางแผนการสื่อสารโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

แผนขั้นที่ 1 มีการกำหนดเป้าหมายทางการสื่อสารเพื่อมุ่งสร้างการรับรู้และทัศนคติต่อโครงการ และการเกิดพฤติกรรมในการสมัครเป็นสมาชิกโครงการ (ตุลาคม 2546 – มกราคม 2547)

แผนขั้นที่ 2 เป็นการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อมุ่งให้สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จัดขึ้นเพื่อสมาชิก และขณะเดียวกันยังมีการสื่อสารกับสมาชิกโดยใช้รูปแบบการสื่อสารแบบบูรณาการ เพื่อให้รับทราบข้อมูลของโครงการ การให้ความรู้ ความเข้าใจ และการเพิ่มพูนความรู้ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวแก่สมาชิกตลอดระยะเวลาของโครงการ (กุมภาพันธ์ 2546 – ตุลาคม 2548)

5. ขั้นตอนการดำเนินงานการสื่อสารของโครงการสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วง ได้แก่

ช่วงที่ 1 (Pre-Launch) เปิดรับสมาชิกโครงการและสร้างกระแสการอนุรักษ์ในกลุ่มเป้าหมาย

ช่วงที่ 2 (Launch) เปิดตัวสมาชิกร่วมสัปดาห์และเปิดรับสมาชิกบริเวณงาน

ช่วงที่ 3 (Post-Launch) เสริมสร้างและปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีในการท่องเที่ยว

6. สื่อที่ใช้ในการรณรงค์ แบ่งออกเป็น

สื่อหลัก คือ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต

สื่อรอง คือ สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์

สื่อเฉพาะกิจ คือ แผ่นพับ โปสเตอร์ แผ่นป้ายรณรงค์ คอลัมน์เซนเตอร์ จดหมาย

7. กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบ

เนื้อหาของสปอตโฆษณาที่ใช้เผยแพร่ในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เน้นในเรื่องสถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมที่ทรุดโทรมและถูกทำลาย และทำร้ายด้วยน้ำมือของนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันยังมุ่งให้แนวทางปฏิบัติในการเดินทางท่องเที่ยวที่ถูกต้องอีกด้วย

8. งบประมาณโครงการ

ในการดำเนินงานโครงการมีงบประมาณจำนวน 35,000,000 บาท โดยเป็นงบที่มาจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 10 ล้านบาท และเงินสนับสนุนจากพันธมิตร จำนวน 25 ล้านบาท

9. การหาพันธมิตรร่วมสนับสนุน

ดำเนินการจัดหาพันธมิตรร่วมสนับสนุนโครงการเพื่อให้เกิดความยิ่งใหญ่แก่ภาพของโครงการ และเพิ่มความน่าสนใจในด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับของสมาชิก โดยหาพันธมิตรที่ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว, เคนป่า หรือผลิตภัณฑ์ที่เน้นกลุ่มเยาวชนเป็นหลัก

10. ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการสื่อสารและการดำเนินงาน

1. งบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด จึงไม่สามารถสร้างกระแสการอนุรักษ์ ให้เกิดมีการโหมน้ำวใจ รวมถึงสร้างความรู้ ความเข้าใจและความตระหนักให้เกิดขึ้นแก่กลุ่มเยาวชนได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังไม่สามารถวางแผนโครงการระยะยาวได้เนื่องจากต้องอาศัยงบประมาณตามปีงบประมาณของภาครัฐ
2. เยาวชนให้ความร่วมมือในกิจกรรมของโครงการน้อย เนื่องจากรูปแบบของการจัดกิจกรรมยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเยาวชนเท่าที่ควร

11. การติดตามและประเมินผลโครงการ

วิธีการประเมินผลโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ใช้กรอบของ Stufflebeam (1971) ภายใต้อาแบบ CIPP Model และทำการประเมินแบบครบวงจร เริ่มตั้งแต่การประเมินบริบทของโครงการ รวมถึงการประเมินปัจจัยที่ใช้ในการดำเนินการ ตลอดจนกระบวนการและผลสำเร็จของโครงการ โดยเริ่มดำเนินการประเมินผลทางตรงจากสมาชิกที่สมัครเข้าร่วมโครงการ ผ่านทางเว็บไซต์ www.creativetraveler.net และจากคอลล์เซนเตอร์ 1147 โดยมอบหมายให้บริษัท ศรีเอทีพี จูซ จีวัน จำกัด ดำเนินการส่วนหนึ่งและกองติดตามและประเมินผล ของ ททท. ดำเนินการร่วมกันอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีการประเมินผลการรับรู้ (Awareness) จากสื่อโฆษณา โดยวัดผลการรับรู้โครงการจากบริษัท AC Neilson จำกัด อีกด้วย

ส่วนที่ 2 การศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

1.1 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งหมด 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 14-17 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และมีอาชีพเป็นนักเรียน ส่วนใหญ่ มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท มีจำนวนครั้งของการท่องเที่ยวภายใน 1 ปีคือ 3-4 ครั้ง

1.2 พฤติกรรมการมีส่วนร่วม

กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยรวมแล้วมีระดับการมีส่วนร่วมต่ำ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง คือ การค้นหา ศึกษาข้อมูล และสอบถามผู้รู้เกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่ได้ส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วม ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

1.3 ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความตระหนักโดยรวมแล้วอยู่ในระดับสูง ความตระหนักสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างคือ เราทุกคนสามารถช่วยแก้ปัญหาหรืออนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน ไม่ได้ส่งผลต่อระดับความตระหนัก ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

1.4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับสูง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การหลีกเลี่ยงการสัมผัส ชิคเขียนข้อความหรือใช้แฟลชถ่ายรูปโบราณสถาน เนื่องจากเป็นสาเหตุของการทำลายโบราณสถาน

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่ได้ส่งผลต่อระดับพฤติกรรม แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1: ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนัก จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2: เป็นไปตามสมมติฐาน

พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม แต่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ โดยที่มีค่าเท่ากับ 0.23 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการมีส่วนร่วมตามรายข้อพบว่าทุกข้อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ยกเว้นข้อความท่านเคยติดต่อ สอบถาม หรือขอข้อมูลโครงการ YCT จากคอลล์เซ็นเตอร์ โทร.1147 และท่านเคยร่วมสนับสนุน (ความคิด, เงิน, สิ่งของ) ในการจัดกิจกรรมของโครงการ YCT อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 ความตระหนักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิง อนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3: เป็นไปตามสมมติฐาน

ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเท่ากับ 0.41 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

เมื่อพิจารณาความตระหนักตามรายข้อพบว่าทุกข้อความมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ยกเว้นข้อความควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด และงานเทศกาลและประเพณีต่างๆ ควรจะปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การศึกษากระบวนการสื่อสารและการดำเนินงานโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากผลการวิจัยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้พบประเด็นที่น่าสนใจในการอธิบายถึงกระบวนการสื่อสารรณรงค์โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงได้นำมาอภิปรายผลดังนี้

1.1 สื่อที่ใช้ในโครงการรณรงค์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ทุกรูปแบบ เพื่อโน้มน้าวและให้ข้อมูลเยาวชนให้รับทราบข้อมูลโครงการและเชิญชวนให้เยาวชนสมัครเป็นสมาชิกโครงการ และให้ทัศนคติในการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีจิตสำนึกและความตระหนักในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารรณรงค์โครงการที่ทางททท.เลือกใช้กับกลุ่มเป้าหมาย คือการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์

การโฆษณา (Advertising) สื่อที่เลือกใช้คือ

- สื่อโทรทัศน์ เพื่อชักจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายสมัครเป็นสมาชิกและมีพฤติกรรมอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมตามเนื้อหาในภาพยนตร์โฆษณา

- สื่อวิทยุ ซึ่งเป็นสื่อที่ไม่มีภาพ แต่ทางททท. ได้ใช้เสียงของผู้แสดงเป็นผู้กล่าวสปอควิทยุ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายสามารถจดจำและคล้อยตามได้

- สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารและหนังสือพิมพ์รายวัน ใช้ผู้แสดงเป็นแบบ โฆษณา โดยรูปแบบจะเป็นภาพเดียวกันกับสื่อโปสเตอร์ เพื่อให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และเพื่อสนับสนุนและตอกย้ำการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ให้เข้าใจและมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการ

นอกจากนั้น ทางททท. ยังใช้กลยุทธ์ใช้สื่อแบบเฉพาะช่วง กล่าวคือ ในช่วงเปิดตัวโครงการ และเปิดตัวผู้แสดงจะเน้นให้มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความถี่สูงมาก โดยจะไม่ใช้สื่อแบบต่อเนื่องตลอดทั้งปี การใช้สื่อประเภทนี้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่มีการขายเป็นฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น แหล่งท่องเที่ยวตามฤดูกาล เทศกาลงานประเพณี โครงการส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว

สำหรับในระยะต่อมา คือหลังจากช่วงเปิดตัวโครงการและนักแสดงแล้ว ทางททท. เลือกใช้สื่อมวลชนประเภท สื่ออินเทอร์เน็ต คอลเซนเตอร์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และยังใช้สื่อบุคคลเข้าร่วมด้วย เช่น การนำคุณเชษฐาภรณ์ ผลดี ร่วมเดินทางไปกับเยาวชนและพูดคุยกับสมาชิกในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม การเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว สำหรับการเดินทางในโครงการนี้นั้นจะเป็นการเดินทางไปร่วมกิจกรรมกับสมาชิกในต่างจังหวัดและมีสมาชิกทั้งในตัวจังหวัดนั้นและจังหวัดใกล้เคียงมาเข้าร่วมกิจกรรมกันด้วย ซึ่งระหว่างการเดินทางททท. จะจัดเจ้าหน้าที่ในการดูแลสมาชิกอย่างใกล้ชิด ให้ความเป็นกันเอง มีการมอบอุปกรณ์การเดินทาง และของที่ระลึกของโครงการให้แก่สมาชิกโครงการ เพื่อให้เยาวชนเกิดความประทับใจและมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อโครงการ

การประชาสัมพันธ์ เครื่องมือการสื่อสารที่เลือกใช้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบข่าวสารของโครงการ ทางททท. เลือกใช้ช่องทางสื่อมวลชน ประเภท โทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสาร โดยเผยแพร่ในลักษณะของข่าว บทความ และการสัมภาษณ์พิเศษ ซึ่งใช้สื่อบุคคลในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คุณเชษฐาภรณ์ ผลดี และบุคลากรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีความรู้ในเชิงวิชาการเข้าไปพูดคุย สนทนา บรรยาย อภิปรายให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมถึงสอดแทรกประเด็นการรับสมัครสมาชิกเข้าไปด้วย นอกจากนั้นยังใช้การสัมมนา และการประชุมเชิงปฏิบัติการเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความรู้เรื่องการท่องเที่ยวอย่างถูกวิธีให้แก่เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมด้วย

สำหรับการประชาสัมพันธ์นี้ ทางททท. ได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต คือเว็บไซต์ และคอลล์เซนเตอร์ อีกทั้งยังมีสื่อเฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์ สมุดคู่มือสมาชิกและสื่อสารคดีทางโทรทัศน์ ประกอบในการสัมมนา และประชาสัมพันธ์อีกด้วย

กล่าวโดยสรุปแล้ว ในการวางแผนการใช้สื่อในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพยายามใช้สื่อในหลากหลายรูปแบบ ในช่วงเวลา

เดียวกัน โดยเฉพาะในยามที่มีการจัดกิจกรรมพิเศษ อาทิ กิจกรรม Get Closer To Nature with YCT Rally, YCT Trip – พระนครศรีอยุธยา, กิจกรรมเปิดประตูสู่ภาคอีสาน และกิจกรรมนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ใส่ใจได้ เป็นต้น ซึ่งการใช้สื่อที่หลากหลายนี้จะทำให้การเผยแพร่ข่าวสารนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละรายจะมีลักษณะการเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแคลปเปอร์ (Klapper: 1960) ที่ว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนแตกต่างกันออกไป

1.2 กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบการรณรงค์

เนื้อหาของสปอตโฆษณาที่ใช้เผยแพร่ในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวใจด้วยการนำเสนอเนื้อหาด้านเดียว (one-sided argument) คือเป็นเนื้อหาที่มีข้อสรุปตายตัวอยู่แล้ว เพื่อโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ มุ่งให้กลุ่มเยาวชนเกิดความตระหนัก เข้าใจ ยอมรับ และมีจิตสำนึกในหน้าที่และความสามารถของตน ที่พึงกระทำได้ในยามเดินทางท่องเที่ยว คือการไม่เก็บสมบัติของธรรมชาติติดตัวออกมา การไม่ทิ้งขยะหรือสิ่งแปลกปลอมของตนที่น่าคิดตัวไปลงในแหล่งท่องเที่ยว และการไม่ขีดเขียนข้อความลงบนต้นไม้ ใบหญ้า โบราณสถานหรือบนวัตถุอื่นๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เพราะการกระทำดังกล่าวจะสร้างความเสียหาย และความเสื่อมโทรมให้กับแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งอาจต้องใช้เวลานานหรือใช้เวลาทั้งชีวิตของมนุษย์ในการทนุบำรุงหรือฟื้นฟูให้สวยงามดังเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอรวรรณ ปิรันธน์โอวาท คือการ โน้มน้าวใจกลุ่มเยาวชนด้วยการนำเสนอเนื้อหาด้านเดียวนี้อาจก่อให้เกิดผลและมีความเหมาะสมในกรณีที่ผู้รับสารมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกับผู้ส่งสารตั้งแต่ต้นอยู่แล้ว

จากการวิเคราะห์กลยุทธ์การใช้ “เนื้อหาสาร” ที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ พบว่า ในภาพยนตร์โฆษณาชุดบ้านใคร...ใครก็รัก มีจุดจูงใจในสาร โดยใช้อารมณ์ขัน (Humorous Appeals) ด้วยวิธีการประชดประชันกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวและเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติอย่างขาดความรับผิดชอบ และจิตสำนึก ทิ้งขยะเรี่ยราด จนทำให้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสื่อมโทรมและยังกลายเป็นการคร่าชีวิตสัตว์ป่าที่หลงคิดว่ากล่องโฟมและถุงพลาสติกคืออาหารของพวกตน จากภาพยนตร์มีการนำเสนอภาพสิ่งที่มีฐานะเป็นเจ้าของป่า หรือเป็นเจ้าของบ้านในความหมายของโฆษณาชุดนี้ กำลังเก็บกวาดขยะที่นักท่องเที่ยวนำเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวและทิ้งไว้เมื่อตนเองจากไป ภาพที่ปรากฏในภาพยนตร์สอดคล้องกันกับข้อความที่ผู้แสดงกล่าวว่า “ที่สุด...เราก็ได้พบมุมมองใหม่ๆ มุมหนึ่ง เป็นมุมมองที่สะท้อนให้เราเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวจะสวยงามได้ เราทุกคนต้องช่วยกันรักษา”

สำหรับในชุดสตั๊ดยابัน ใช้จุดจูงใจในสารลักษณะอารมณ์ (Emotion Appeals) ด้วยการใช้ภาษาที่เจืออารมณ์เพื่อบรรยายสถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกทำร้ายจากพฤติกรรมขาดความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการเก็บเปลือกหอยจากชายทะเลมาขายหรือเพื่อเป็นที่ระลึก การทิ้งขยะลงในแหล่งท่องเที่ยว และการขีดเขียนข้อความลงบนทรัพย์สินแหล่งท่องเที่ยว สร้างความบอบช้ำและเสื่อมโทรมให้กับแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก จากภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ ผู้แสดงและกลุ่มสมาชิกโครงการฯ จะสวมเสื้อของโครงการฯ เพื่อเป็นการบ่งบอกถึงสถานะว่าเป็นสมาชิกของโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์และจุดมุ่งหมายของโครงการ และผู้แสดงหรือคุณงามความดี ผลดี จะเป็นผู้กล่าวข้อความนำ ซึ่งข้อความดังกล่าวจะสอดคล้องกันกับภาพที่ปรากฏในภาพยนตร์ถึงการที่ธรรมชาติถูกทำร้าย ไม่ว่าจะเป็นปูเสฉวนที่ไม่มีเปลือกหอยเป็นบ้านให้พักพิง เพราะถูกนักท่องเที่ยวเก็บไปเป็นที่ระลึก หรือเก็บไปจำหน่ายหมดแล้ว จึงต้องอาศัยอยู่ในกระป๋องแทน ภาพสัตว์ป่าล้มตายอยู่บนท่ามกลางกองขยะที่นักท่องเที่ยวทิ้งไว้ในป่า และภาพต้นไม้ ใบหญ้าที่เต็มไปด้วยข้อความที่นักท่องเที่ยวขีดเขียนไว้ ถ้วนสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้แสดงว่า “ถ้าคุณเก็บ...คุณอาจทำให้ใครบางคนไม่มีบ้านอยู่ ถ้าคุณทิ้ง...สิ่งที่คุณทิ้งก็จะไปทำร้ายธรรมชาติที่เรารัก ถ้าคุณเขียน...แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามของเราก็คงหมดคุณค่าไป” โดยที่ทุกครั้งที่จบแต่ละประโยคของผู้แสดง กลุ่มสมาชิกจะพร้อมใจกันกล่าวสัจยปญญาว่า “เราจะไม่เก็บ เราจะไม่ทิ้ง เราจะไม่เขียน” ด้วยเสียงอันดังโดยพร้อมเพรียงกัน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่รับชมภาพยนตร์โฆษณาชุดสตั๊ดยابัน เกิดความรู้สึกหรืออารมณ์ร่วมไปกับเหตุการณ์ จนก่อให้เกิดความตระหนัก จิตสำนึก ความฮึกเหิม และหวงแหนทรัพย์สินแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

1.3 การดำเนินงานโครงการ

โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมอยู่ในความรับผิดชอบของคณะกรรมการฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีการประชุมวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดของกลุ่มเป้าหมาย และมีการรวบรวมสถิติการเดินทางรวมทั้งข้อมูล ด้านความสนใจของกลุ่มเยาวชนจากงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดแผนการสื่อสารรณรงค์โครงการ โดยในแผนจะมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการสื่อสาร กำหนดกิจกรรมการสื่อสาร สื่อโฆษณาที่ต้องการ งบประมาณระยะเวลาการสื่อสาร รวมทั้งข้อมูลทางการสื่อสาร โครงการที่จำเป็น และมอบให้ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในฐานะประธานคณะกรรมการไปดำเนินการดังนี้

1. ดำเนินการจัดจ้างบริษัทครีเอทีฟ จูช จีวัน จำกัด ไปดำเนินการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารผลิตสื่อโฆษณา วางแผนการใช้สื่อและกำหนดระยะเวลา โดยในแผนการใช้สื่อในแต่ละรูปแบบ กำหนดให้มีการใช้สื่อในรูปแบบ หรือการสื่อสารแบบบูรณาการเพื่อให้ครอบคลุมและเข้าถึง

เป้าหมายให้มากที่สุด โดยบริษัทครีเอทีฟ จูช จีวัน จำกัด เป็นผู้ดำเนินการตามแผนและฝ่ายโฆษณา และประชาสัมพันธ์เป็นผู้ควบคุม

2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรม โดยกองประชาสัมพันธ์ในประเทศและกองกลยุทธ์ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นผู้รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์ ทั้งการออกแบบข่าวสาร การจัดแสดงข่าว การจัดทำข่าวแจก การจัดทัศนศึกษาสื่อมวลชน การจัดทำบทความพิเศษในสื่อสิ่งพิมพ์ และการให้ข้อมูลโครงการแก่หน่วยงานภายในองค์กรด้วย ในส่วนของกองกลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์จะรับผิดชอบการจัดทำข่าวสารข้อมูลโครงการเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในสื่อประชาสัมพันธ์ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสิ่งพิมพ์ ที่ซื้อเวลาไว้ให้ประชาสัมพันธ์โครงการในระยะเวลาตามแผนการสื่อสารที่กำหนดไว้ เพื่อสื่อสารข้อมูลโครงการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทุกสื่อ

ส่วนที่ 2 การศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

1. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งอาจสืบเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านอายุและระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นสมาชิกของโครงการ กล่าวคือ จากผลการวิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยการทดสอบเชฟเฟ (Scheffé Test) ของการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีอายุระหว่าง 14-17 ปี มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และมีอาชีพเป็นนักเรียนมีส่วนร่วมในโครงการต่ำที่สุด จึงสามารถสรุปได้ว่าการที่โครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีสมาชิกเข้าร่วมในโครงการอยู่ในระดับต่ำ นั้นเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยของการศึกษาเล่าเรียน ผู้ปกครองมองว่าเป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต ที่ยังไม่มีเวลาว่างมากนักทางด้านการพักผ่อน จึงจำเป็นต้องได้รับการดูแลและเอาใจใส่จากผู้ปกครองมากเป็นพิเศษ ความคิดคำนึงดังกล่าวจึงส่งผลให้การเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มสมาชิกอยู่ในระดับต่ำ อีกทั้งอาจมีสาเหตุมาจากกลุ่มตัวอย่างมีความรับผิดชอบในเรื่องการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จึงอาจกล่าวได้ว่าอยู่ในช่วงวัยที่จะมีการเปลี่ยนแปลงของชีวิต ที่กำลังจะก้าวจากช่วงชีวิตของเด็กมัธยม เข้าสู่รั้วมหาวิทยาลัย ทำให้มีภารกิจด้าน

การศึกษาค่อนข้างมาก จึงอาจไม่มีเวลาเพียงพอที่จะเข้าร่วมใน โครงการฯ อีกทั้งยังจำเป็นต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ปกครองเสียก่อน เนื่องจากกิจกรรมส่วนใหญ่มักจะเป็นกิจกรรมในแนวเข้าค่าย อนุรักษ์ และการทัศนศึกษาตามต่างจังหวัด และแม้ว่ากิจกรรมที่โครงการจัดขึ้นจะไม่มีค่าใช้จ่ายที่ทางสมาชิกต้องแบกรับภาระก็ตาม โครงการนี้ก็ยังไม่ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกโครงการเท่าที่ควร ทั้งนี้การมีส่วนร่วมในโครงการมักจะถูกจำกัดอยู่ในกลุ่มสมาชิกกลุ่มเดิม ๆ และมักจะเป็นกลุ่มที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป (ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนัยสำคัญของกลุ่มตัวอย่างต่อการมีส่วนร่วมใน โครงการณรงค์นักร้องเทียวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม จำแนกตามอายุ)

และจากปัจจัยทางด้านอายุและระดับการศึกษานี้เช่นกัน ที่อาจส่งผลให้การสื่อสารณรงค์นักร้องโครงการที่มุ่งเผยแพร่ผ่านทางสื่อเว็บไซต์เป็นช่องทางหลักนั้น ไม่ได้รับการตอบสนองและไม่สามารถสร้างการรับรู้จากกลุ่มสมาชิกเท่าที่ควร โดยจะพบว่ากลุ่มสมาชิกที่มีอายุระหว่าง 14-17 ปี มีการเข้าใช้งานสื่อเว็บไซต์น้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอายุอื่นๆ (ตารางที่ 13) ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านเวลาและความเหมาะสม เพราะสื่อเว็บไซต์เป็นช่องทางการสื่อสารที่เปิดกว้าง ผู้ที่เข้าใช้งานสามารถค้นหาและเข้าถึงข้อมูลต่างๆ จากทุกมุมโลกได้อย่างอิสระ ไร้ขีดจำกัดหรือขอบเขตใดๆ ทั้งสิ้น สื่อเว็บไซต์จึงเปรียบเสมือนดาบสองคมสำหรับเยาวชนที่อาจขาดความขังคืด ความรู้ไม่เท่าทันและอาจใช้สื่อนี้ในทางที่ผิดได้ เพราะเว็บไซต์เป็นสื่อที่ง่ายต่อการที่เยาวชนจะเข้าถึงสื่อลามก ข้อมูลที่ไม่เหมาะสม ล่อแหลมหรือประสบอันตรายจากการล่อลวงเยาวชนจากการเข้าใช้โปรแกรมการสนทนาผ่านระบบออนไลน์ ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงเข้ามาควบคุม จัดสรรเวลาในการเข้าใช้งานเว็บไซต์ และดูแลการใช้งานเว็บไซต์ของบุตรหลานอย่างใกล้ชิด ทำให้กลุ่มตัวอย่างในวัยนี้มีการเข้าถึงสื่อการณรงค์นักร้องโครงการนักร้องเทียวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมในช่องทางเว็บไซต์เป็นจำนวนน้อย ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความเข้าใจและการรับรู้ในกิจกรรมของโครงการน้อยลง และอาจส่งผลต่อการเข้าร่วม โครงการลดน้อยลงด้วยเช่นกัน

2. ความตระหนักในการเป็นนักร้องเทียวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักในการเป็นนักร้องเทียวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะในช่วงระยะเวลา 3-4 ปีที่ผ่านมา หลายประเทศทั่วโลกซึ่งรวมถึงประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น จึงมีการรณรงค์เผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในหลายๆ รูปแบบผ่านทางสื่อมวลชน รวมถึงมีการสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและมีประสบการณ์ที่ดีกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายหรือทำให้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

และสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลง และเมื่อมีการเผยแพร่ข้อมูลด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจากโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น จึงน่าจะเป็นสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมาอย่างต่อเนื่อง มีความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูงได้

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง เนื่องมาจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการณรงค์ให้มีการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ นั้น อาจมีการใช้วิธีการแสดงตัวอย่าง เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการปฏิบัติตาม หรือแสดงให้เห็นถึงความเสียหายหรือความเสื่อมโทรมของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ที่เกิดขึ้นจากน้ำมือของนักท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นการกระทำโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และกระตุ้นให้มีพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้น หรือเพื่อให้เกิดการหยุดยั้งพฤติกรรมด้านลบ คือ การทำลายทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจากการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสาร จนมีการสั่งสมของประสบการณ์ ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักที่ถูกต้องและดีงาม จะส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างเกิดการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม นั่นคือ การอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมนั่นเอง

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 “พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของเยาวชนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม”

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนัก ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1 กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่มีความตระหนักอยู่ในระดับสูง

ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมนั้น อาจมีผลหรือไม่มีผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักมากหรือน้อยย่อมเป็นไปได้ทั้งสิ้น เพราะความตระหนักนั้นเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก และเกิดมาจากความรู้สึก

รับผิดชอบซึ่งมีที่มาจากจิตใต้สำนึกว่าสิ่งใดคือที่พึงกระทำ และสิ่งใดที่ไม่ดีและสมควรที่จะละเว้น ซึ่งสอดคล้องกันกับแนวคิดของเกยม จันทรแก้ว (2530) ที่ว่าความตระหนักในสิ่งแวดล้อมมีความหมายโดยนัยเหมือนกับมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม เพราะความตระหนักเป็นความรู้ที่รับรู้อยู่ภายในจิตใต้สำนึกตลอดเวลา ครั้นใดที่เกิดปัญหาหรือพบเห็นเรื่องราวที่เรามีความรู้ ก็จะต้องจิตใต้สำนึกนั้นออกมาทำให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน ดังนั้นถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการอยู่ในระดับต่ำ แต่เขวชนอาจได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมจากสื่อหรือช่องทางอื่นๆ ได้ เพราะกระแสเรื่องการอนุรักษ์เป็นสิ่งที่ทั่วโลกให้ความสนใจอยู่แล้ว ซึ่งทำให้เขวชนอาจเกิดความตระหนักด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมขึ้นเองได้

เช่นเดียวกับแนวคิดของ ม.ร.ว. อภิน รพีพัฒน์ อาจนำมาอธิบายเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในโครงการได้ว่า การที่บุคคลจะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากหรือน้อย และไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมด้วยความสำนึกของตนหรือด้วยการชักจูงจากผู้อื่น ย่อมเป็นผลมาจากระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ความผูกพันและความสำนึกที่มีต่อสิ่งแวดล้อม โดยมองเห็นถึงผลกระทบที่จะได้รับ รวมทั้งมีความรู้สึกสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องสำคัญเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของตน ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ เป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการอนุรักษ์ เนื่องจากพวกเขาจะได้รับผลจากการเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรง เช่น พวกเขาจะได้รับความร่มรื่นจากป่า มีน้ำในลำธารที่ใสสะอาดเหมาะสมสำหรับอุปโภคบริโภคและพักผ่อนหย่อนใจ ทั้งนี้เพราะมนุษย์ทุกคนต่างมีความปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข ได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น และพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อกิจกรรมของชุมชน ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า ก่อนที่จะเกิดการมีส่วนร่วมในโครงการ เขวชนอาจจะมีความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมาแต่เดิมแล้ว การมีส่วนร่วมในโครงการจึงอาจจะมีผลหรือไม่มีผลต่อความตระหนักก็ได้

อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Breckler (1986) ที่อาจนำมาอธิบายได้ว่า การที่พฤติกรรมการมีส่วนร่วมไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนัก เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างสามารถเกิดความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมได้เอง โดยที่ไม่จำเป็นต้องเข้าร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพราะความตระหนักของกลุ่มตัวอย่างอาจเกิดจากการได้รับสิ่งเร้าต่างๆ จากภายนอกโครงการ เช่น ข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมผ่านทางสื่อต่างๆ จนกลุ่มตัวอย่างเกิดความรู้สึก คำนึง รวมทั้งความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมขึ้นเอง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ

สุวรรณีย์ วงศ์วัฒนา (2536) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พีระนันท์ บุรณะโสภณ (2538) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สนิ นัยวินิจ (2539) ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวของประชาชน ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว

ภิญญาภรณ์ เพ็ญภินันท์ (2544) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สมมติฐานข้อที่ 2 “พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน”

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม แต่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมาก พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมก็จะอยู่ในระดับสูงด้วย

สมมติฐานดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของไพรัตน์ เตชะรินทร์ (2527) ที่ว่า “การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทำให้เกิดขึ้นได้โดยการสร้างสถานการณ์ให้

เกิดการมีส่วนร่วมในกลุ่มบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ” เนื่องจากการที่กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมในกิจกรรมของโครงการ ทั้งการเข้าร่วมในรูปแบบของการร่วมทัศนศึกษา ร่วมแสดงความคิดเห็นในกระดานสนทนาของเว็บไซต์โครงการ และการเข้าถึงสื่อต่างๆ ของโครงการที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ล้วนแต่ส่งผลให้เยาวชนหันมาให้ความสนใจในสาเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อม ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการอนุรักษ์มากขึ้น จนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวในที่สุด

และจากแนวคิดของโรเจอร์ส (Rogers: 1978) ที่ว่า “การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทัศนคติ และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร” ก็อาจอธิบายความสัมพันธ์เชิงบวกของการมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้เช่นเดียวกัน เพราะการมีส่วนร่วมในโครงการนี้ มิได้หมายรวมถึงแค่การเข้าร่วมงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การร่วมแสดงความคิดเห็น การร่วมในการตัดสินใจ การร่วมประสานงาน การร่วมในการวางแผน และการร่วมเป็นผู้นำในกิจกรรมด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารของโครงการ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและข่าวสารต่างๆ ของโครงการผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจอีกด้วย ซึ่งนำไปสู่ความสอดคล้องร่วมกันกับแนวคิดของแคลปเปอร์ (Klapper: 1960) ที่ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนไว้ว่า “สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ค่านิยมความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจที่เพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม รวมทั้งสื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนอยู่แล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล บุคคลก็จะเปลี่ยนพฤติกรรมได้” เช่นเดียวกับกับแนวคิดของเดอฟเลอร์ (Defleur: 1970) ที่กล่าวว่า “สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบอย่างการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของบุคคล โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่ได้”

สาเหตุอีกประการของการมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ การมีส่วนร่วมในโครงการนั้น มิได้มุ่งเฉพาะการจัดกิจกรรมเพื่อถ่ายทอด ให้ข้อมูลความรู้และแนวคิดในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียว หากแต่ยังมุ่งเสนอแนะรูปแบบและแนวทางการประพฤติปฏิบัติตนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีคุณภาพอีกด้วย

สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ลดาวัลย์ พอใจ (2536) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การเปิดรับข่าวสารในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในระดับต่ำ

กนกวรรณ มณฑิราษ (2539) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้กับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ แต่มีค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ชลดา ทองสุกนอก (2540) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคารและโรงงานควบคุม พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์พลังงานมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคารและโรงงานควบคุมในระดับต่ำ

นารีگانต์ พรหมนุก (2544) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักของผู้บริหาร และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรม แต่มีค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 3 “ความตระหนักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน”

ความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของเยาวชน โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

สอดคล้องกับแนวคิดของสุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมคือ การกระทำที่เป็นการแสดงออกโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ ทักษะคติ และความตระหนักของบุคคล ดังนั้นจากการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสาร จนเกิดเป็นความรู้ มีทักษะคติ และความตระหนักที่ดีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน

เช่นเดียวกันกับแนวคิดของแนนซี อี ชวาร์ตซ์ Nancy E. Schwartz (อ้างในอรรถนิพนธ์ ปิตันธน์ โอวาท 2546: 39-40) ที่กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

1. ทักษะคิดเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทักษะคิด และมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทักษะคิดมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทักษะคิดต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทักษะคิดไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Breckler (1986) ที่สามารถนำมาอธิบายความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ได้ว่า เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้าต่างๆ อันได้แก่ ข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมผ่านทางสื่อต่างๆ แล้ว บุคคลจะเกิดความรู้สึก ค่านิยม รวมทั้งความตระหนักในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยองค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึกนี้เองจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่อไป

กล่าวโดยสรุป เมื่อกลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลและข่าวสารด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมผ่านทางช่องทางการสื่อสารมวลชนของโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมอย่างเพียงพอ จะส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความตระหนักต่อปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการอนุรักษ์ต่อไปในที่สุด ดังนั้นการที่จะส่งเสริมพฤติกรรมการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม จึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความรู้ที่ถูกต้องและเป็นจริงแก่กลุ่มตัวอย่าง สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจในการส่งเสริมและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว สร้างความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ปรากฏ รวมทั้งเป็นการฝึกทักษะและค่านิยมในการที่จะร่วมกันรับผิดชอบต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ต่อไป

สอดคล้องกับงานวิจัยของ

สุวารีย์ วงศ์วัฒนา (2536) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนัก การมีส่วนร่วมและพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพในจังหวัดพิษณุโลก พบว่าความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

อลิสา วีรพัฒนกุล (2540) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการปฏิบัติ ตามกฎจราจรของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความตระหนักในการปฏิบัติ ตามกฎจราจรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติตามกฎจราจร

วราภรณ์ พงษ์ไพบูลย์ (2541) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร โครงการรณรงค์ให้นิยมไทย ความตระหนักถึงการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ และพฤติกรรม การซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ความตระหนักถึงการร่วมกันแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์ในเชิง บวกกับพฤติกรรม การซื้อสินค้าไทยทุกประเภท

พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์ (2542) ศึกษา กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของ โครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักศึกษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร พบว่า ความตระหนักในการแยกประเภทขยะ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรม การแยกประเภทขยะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากการวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งอาจมีความเป็นไปได้ว่าการเผยแพร่ข่าวสารของโครงการยังมีไม่มากพอ จึงไม่สามารถเข้าถึงหรือสร้างความสนใจให้กับกลุ่มตัวอย่างได้ และอาจเป็นไปได้เช่นกันว่ากิจกรรมที่ทางโครงการจัดขึ้นยังไม่เป็นที่น่าสนใจและยังไม่ตรงต่อความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้น จึงควรเพิ่มปริมาณในการนำเสนอข่าวสารของโครงการผ่านทางช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ที่นอกเหนือจากที่ทางททท. ใช้อยู่เดิม เช่น การขอความร่วมมือจากพันธมิตรภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนโครงการทางด้านเงินทุนอยู่แล้ว ให้เพิ่มความร่วมมือในด้านการดำเนินการประชาสัมพันธ์ควบคู่กันไปกับทางททท. ด้วย และในส่วนของกิจกรรมโครงการควรมีการปรับปรุงรูปแบบการจัดกิจกรรมให้น่าสนใจและดึงดูดกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น โดยจัดให้มีการทำแบบสำรวจเพื่อสอบถามความต้องการที่แท้จริงของเหล่าสมาชิกโครงการ

2. จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม พบว่า ททท. มีงบประมาณในการดำเนินการสื่อสารเพื่อการรณรงค์โครงการอยู่อย่างจำกัด เพราะททท. เองก็มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่จำเป็นต้องดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์มากเช่นกัน ทำให้ทางโครงการไม่สามารถเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางสื่อมวลชน อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีราคาแพง แต่มีอิทธิพลและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางได้อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาของโครงการ จึงจำเป็นต้องใช้สื่อดังกล่าวในการเผยแพร่โครงการในช่วงระยะแรกเท่านั้น ดังนั้นทางโครงการจึงควรพยายามจัดสรรการใช้งบประมาณที่มีอยู่ให้เหมาะสมเสียก่อน อาจจะช่วยการตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นในส่วนของกิจกรรมให้กับสมาชิก เช่น จากที่เคยจัดทัศนศึกษาต่างจังหวัด ที่ต้องพักค้างคืนในโรงแรม ก็อาจจะเปลี่ยนมาเป็นการค้างแรมแบบเข้าค่าย กางเตนท์นอนเพื่อให้เยาวชนได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติมากขึ้น หรือถ้าไม่อาจตัดค่าใช้จ่ายลงได้แล้ว จึงค่อยหาทุนด้วยการจัดกิจกรรมร่วมกับภาคเอกชน หรือขอความอนุเคราะห์จากสถานีโทรทัศน์ และสถานีวิทยุให้เข้ามาช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นต่อไป

3. จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ให้ความสนใจในการเข้าใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตของโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม www.creativetraveler.net อยู่ในระดับต่ำมาก ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าทางโครงการยังมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่กลุ่มตัวอย่างน้อยเกินไป และอาจเป็นไปได้เช่นกันว่าเนื้อหาและข้อมูลในเว็บไซต์ยังไม่เป็นที่สนใจมากพอ ดังนั้นทางโครงการจึงควรมีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของโครงการให้มากขึ้น ด้วยการนำ

ลิงค์ของเว็บไซต์โครงการไปฝากประชาสัมพันธ์ในเว็บที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเข้าไปใช้งาน นอกจากนั้นยังควรมีการปรับปรุงรูปแบบหน้าตาของเว็บไซต์ให้มีความน่าสนใจและมีรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการที่มากขึ้นกว่าเดิม อาทิ การจัดให้มีการแสดงรูปถ่ายและโหวตรูปภาพของสมาชิกโครงการที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ส่งรูปภาพของตนเข้าสู่ทางเว็บไซต์ เพื่อเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่จะทำให้สมาชิกรู้จักกันมากขึ้น และเป็นการเชิญชวนให้สมาชิกเข้ามาทำกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์กันมากขึ้นด้วย นอกจากนั้นควรมีการจัดทำห้องสนทนาออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มสมาชิกสามารถเข้าสู่ระบบ และติดต่อพูดคุยระหว่างกันได้ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความสัมพันธ์อันดีต่อกันและกันให้มากขึ้น

4. ทางโครงการนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมควรทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุระหว่าง 14-26 ปี โดยอาจจำเป็นต้องแบ่งกลุ่มอายุเป็น 2 ช่วงอายุ คือ 14-20 ปี และ 21-26 ปี เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีการใช้สื่อที่แตกต่างกัน ทั้งในลักษณะของเนื้อหาและเวลาในการเลือกรับสื่อ ทั้งนี้เพราะจากการวิจัยพบว่า อายุของกลุ่มตัวอย่างเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในโครงการนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างเช่นกัน

5. จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นสมาชิกของโครงการมีความตระหนักในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมและมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับสูงอยู่แล้ว ดังนั้นจึงควรมีการขยายโครงการด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมสำหรับเยาวชนให้เข้าไปอยู่ในหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ หรือหลักสูตรระดับอุดมศึกษา เพื่อให้เยาวชนของประเทศไทยได้เริ่มเรียนรู้การท่องเที่ยวอย่างถูกวิธีและสามารถนำความรู้ที่ได้นั้นมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตนเอง และสามารถถ่ายทอดความรู้นั้นให้แก่บุคคลอื่นๆ ทั้งในครอบครัวและในสังคมต่อไปได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้อุปกรณ์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เปรียบเทียบระหว่างสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมกับเยาวชนทั่วไป หรือสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมที่เข้าร่วมกิจกรรมการอบรมสัมมนา และทัศนศึกษาของโครงการ และสมาชิกที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนการสื่อสารณรงค์เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมต่อไปในอนาคต

2. เนื่องจากสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ จึงควรมีการศึกษาการมีส่วนร่วม ความตระหนัก และพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมในภูมิภาคอื่นๆ นอกเหนือจากสมาชิกที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดจากกลุ่มตัวอย่างในทุกภูมิภาค และนำมาปรับใช้ในการวางแผนการสื่อสารรณรงค์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

3. ควรมีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle) ของสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ว่าชอบทำกิจกรรมใด ประเภทไหน ในชีวิตประจำวันมีการเข้าถึงหรือเปิดรับสื่อประเภทใดบ้าง และนำข้อมูลที่ได้มาเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมที่ตรงกับความต้องการของสมาชิกมากที่สุด เพื่อให้สมาชิกมีการเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการอย่างต่อเนื่อง