

อภินันทนาการ



ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงราย



สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
วันลงทะเบียน.....- 6. ๗. ๒๕๕๗
เลขทะเบียน..... ๑๖๖๗๒๐๒๔
เลขเรียกหนังสือ..... ๖ ๐

5.E26
๗๒๗๑๐
๒๕๕๗

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
ธันวาคม ๒๕๕๕
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนครสวรรค์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงราย” ของ พรรณราย ศีรวิชริน เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ)

.....กรรมการ

(ดร.ภณทิรา เลิศเดชเดชา)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ กลาง)

.....กรรมการ

(ดร.สหนนท์ ตั้งเบญจสิริกุล)

อนุมัติ

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณินิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

๖ ธันวาคม 2555

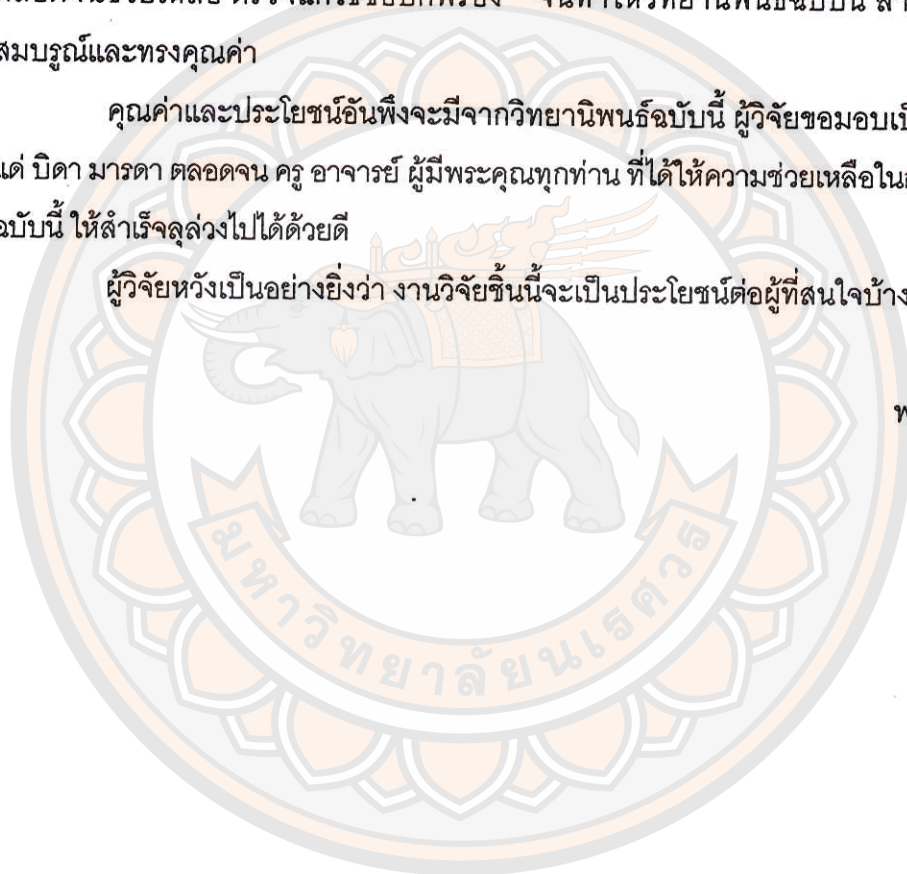
ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.ภัณฑิรา เลิศเดชเดชา ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ความคิดเห็นและให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัยเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณ รศ.ชวลีย์ ณ ถลาง กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ความรู้ ให้คำแนะนำ ตลอดจนช่วยเหลือ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

คุณค่าและประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นความกตเวทิตาแด่ บิดา มารดา ตลอดจน ครู อาจารย์ ผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจบ้างไม่มากก็น้อย

พรรณราย ศีรวิรัช



ชื่อเรื่อง	ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงราย
ผู้วิจัย	พรณราย ศีรวิราช
ประธานที่ปรึกษา	ดร.ภณทิรา เลิศเดชเดชา
กรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ขวสิทธิ์ ณ ถลาง
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2555
คำสำคัญ	การเปิดรับข่าวสาร สื่ออินเทอร์เน็ต การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความรู้ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทักษะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตสู่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้องและเอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศอย่างยั่งยืน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ค่าสถิติที่ใช้ คือ ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์มากที่สุด นักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก มีทักษะเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและมีพฤติกรรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวแต่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและ

ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวพบว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพบว่า ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



Title THE RELATIONSHIP BETWEEN INTERNET MEDIA EXPOSURE IN ECOTOURISM AND KNOWLEDGE, ATTITUDE AND THE BEHAVIOR OF THAI TOURISTS IN CHIANGRAI PROVINCE

Author Phannarai Sriworachin

Advisor Bhandhira Lertdechdecha, Ph.D.

Co - Advisor Associate Professor Chavalee Na Thalang.

Academic Paper Thesis M.A.in Hotel and Tourism Management, Naresuan University, 2012

Keywords The media exposure , Internet media, Ecotourism, Knowledge of ecotourism, Attitude of ecotourism, Behavior in tourism.

ABSTRACT

The purposes of this study were to study internet media exposure in ecotourism of Thai tourist and to study the relationship between internet media exposure in ecotourism and knowledge, attitude and the behavior of Thai tourists. The sample groups consisted of 400 Thai tourists. The research instruments used in this study were the Least Significant Difference (LSD) and the questionnaire. The statistical techniques were Pearson's Correlation. The results of this research indicated that the tourists in the sample groups report their overall internet media exposure in ecotourism at the moderate level and the most is in the exposure from website. The tourist have knowledge in ecotourism at the high level. The positive attitude in ecotourism and the ecotourism behavior were at moderate level. The relationship between internet media exposure and knowledge, behavior it was not correlated with both knowledge and behavior but the internet media exposure in ecotourism correlated with attitude in ecotourism, at 0.05 level of statistical significant. The relationship between knowledge and attitude, it was revealed that knowledge in ecotourism correlated with attitude of ecotourism at significant difference at level of 0.05 .Finally, The relationship between attitude of ecotourism and behavior in tourism, it was revealed that attitude of ecotourism correlated with behavior in tourism at significant difference at level of 0.05

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
สมมติฐานของการวิจัย.....	8
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ต.....	15
ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Selective Process).....	25
ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล.....	28
แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม.....	33
ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทักษะ	
และพฤติกรรม (KAP Theory).....	39
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	50

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	52
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยว.....	53
ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต.....	55
ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	56
ตอนที่ 4 ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	60
ตอนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	62
ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	63
5 บทสรุป.....	68
สรุปผลการวิจัย.....	69
อภิปรายผลการวิจัย.....	71
ข้อเสนอแนะ.....	75
บรรณานุกรม.....	77
ภาคผนวก.....	81
ประวัติผู้วิจัย.....	90

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวก่อน จำแนกตามเพศ.....	53
2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวก่อน จำแนกตามอายุ.....	53
3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวก่อน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	54
4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวก่อน จำแนกตามอาชีพ.....	54
5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวก่อน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	55
6 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการเปิดรับ ข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต.....	56
7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวก่อน.....	57
8 แสดงจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวก่อน จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวก่อน.....	59
9 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับทัศนคติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวก่อน.....	60
10 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับพฤติกรรม เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวก่อน.....	62
11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับความรู้ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวก่อน.....	64
12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับทัศนคติ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวก่อน.....	65
13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวก่อน.....	65
14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับทัศนคติ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวก่อน.....	66
15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวก่อน.....	67

สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

1	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
---	-------------------------------	---



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สร้างงาน กระจายรายได้และก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง ส่งผลให้มีความเจริญไปสู่ภูมิภาค ทำให้เกิดการค้า การลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเช่น ธุรกิจบริการสปา ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ธุรกิจขายสินค้าของที่ระลึก ภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยมีกระแสผลักดันการท่องเที่ยว มีนโยบายแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจัดให้มีแคมเปญทางการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ มีการใช้สื่อต่าง ๆ ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยรัฐบาลได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอย่างจริงจังในช่วงหลายปีที่ผ่านมาทั้งนี้ ในปี 2553 มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย จำนวนประมาณ 88 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ที่มีนักท่องเที่ยวเพียง 59.74 คน/ครั้ง (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559, 2554) จากการที่นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวทางธุรกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งการขยายตัวของเมือง ก่อให้เกิดการบุกรุกพื้นที่ป่า พื้นที่สาธารณะเพื่อสร้างรีสอร์ท โรงแรม สนามกอล์ฟ ฯลฯ ซึ่งก่อให้เกิดมลพิษ เช่น ปัญหาน้ำเน่าเสีย ปัญหามลพิษจากควันของยานพาหนะต่าง ๆ ปัญหาขยะมูลฝอย ปัญหาการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว

ในสถานการณ์ปัจจุบันการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับความเสียหายจากภัยพิบัติทางธรรมชาติอย่างต่อเนื่องทั้งจากสภาวะโลกร้อน เกิดปรากฏการณ์แผ่นดินไหว คลื่นยักษ์สึนามิ เกิดน้ำท่วมฉับพลัน น้ำป่าไหลหลาก ดินโคลนถล่มในภาคเหนือ หรือแม้กระทั่งสถานการณ์น้ำท่วมในพื้นที่ที่ไม่เคยมีเหตุการณ์น้ำท่วมมาก่อน ส่งผลกระทบถึงแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านธรรมชาติ เช่นความเสียหายของแนวปะการังใต้ท้องทะเล ความเสียหายของชายหาดหลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ หรือทางด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ วัดหรือเจดีย์เก่าต่างๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งได้รับความเสียหายจากเหตุการณ์น้ำท่วมหนักในช่วงที่ผ่านมา ทำให้

ฐานของสิ่งก่อสร้างที่มีมาช้านาน เกิดการทรุดตัวลง การท่องเที่ยวซึ่งได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์เหล่านี้ จำเป็นต้องมีการจัดการวางแผนควบคุมดูแลให้เหมาะสม เพื่อนำไปสู่การฟื้นฟูความเสียหายและให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่ถูกนำมาใช้อย่างต่อเนื่องคือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือ Ecotourism

ประเทศไทยมีการนำเสนอแนวคิดเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแผนการท่องเที่ยวแห่งชาติแผนแรกของประเทศเมื่อปี พ.ศ.2519 ถือเป็นยุคเริ่มต้นของ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย การนำเสนอในช่วงแรกเป็นเพียงการกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างกว้าง ๆ ภาพลักษณ์ของ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระยะแรกจึงเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สนใจพิเศษ (special interest) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวขนาดเล็กความตัวกันท่องเที่ยวในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเดินป่า ดูนก ดำน้ำ ชมศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น โดยแนวคิดเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ถูกนำขึ้นมาพิจารณาอีกครั้ง มีการศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ ในพ.ศ. 2530-2533 ถือเป็นกรริเริ่มแนวคิดและศึกษาวิจัยเรื่องของ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ทั้งนี้ภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างต่อเนื่องโดยมีการจัดแคมเปญที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเช่น "ท่องเที่ยวสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม"ตามแนวคิด 7 Greens หรือ "เที่ยวหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน" เป็นต้น ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ปี 2555-2559 ได้กำหนดยุทธศาสตร์โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีทิศทาง ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของชาติ โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันการใช้ประโยชน์มากเกินไป การกำหนดมาตรการในการแก้ไขกฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ให้แหล่งท่องเที่ยวของไทย สามารถมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) นับเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว รักษาสิ่งแวดล้อม และมีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ภาคเอกชนยังมีการเคลื่อนไหวในกลุ่มนักธุรกิจผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยมีการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่นักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ

จังหวัดเชียงรายเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีชื่อเสียงทางด้านการท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ วัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ประวัติศาสตร์ที่มีมาเป็นเวลาช้านาน สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย เช่น พระธาตุดอยตุง เมืองโบราณเชียงแสน สามเหลี่ยมทองคำพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์ชาวเขา วัดร่องชุ่น วนอุทยานภูชี้ฟ้า ดอยยาวี ดอยแม่สลอง

สภาพอากาศที่หนาวเย็นและความสวยงามของธรรมชาติในฤดูหนาว ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากเพื่อเดินทางท่องเที่ยวหัวัดเชียงราย นอกจากนี้ยังจังหวัดเชียงรายยังมีอาณาเขตติดกับประเทศเพื่อนบ้าน คือ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้) สหภาพพม่า และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งจุดผ่านแดนถาวร คือ ด้านศุลกากรอำเภอแม่สาย ด้านศุลกากรเชียงแสน และด้านศุลกากรเชียงของ ทำให้เกิดการค้าขายบริเวณชายแดน จึงมีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายอย่างต่อเนื่อง มีการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยว เช่น เมื่อมีการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวบนดอยแม่สลอง เกิดธุรกิจโรงแรมเพิ่มขึ้น มีการสูบน้ำใต้ดินมาใช้มากขึ้น ส่งผลให้เกิดปัญหาแผ่นดินทรุด ทำให้มีข่าวในทางลบส่งผลเสียต่อการท่องเที่ยว ดังนั้นในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย มีการระบุถึงการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งแสดงถึงการให้ความสำคัญในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีอยู่อย่างยั่งยืน และการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยว เป็นส่วนสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่นักท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้ความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สื่อ นับเป็นตัวแปรสำคัญที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศรู้จักกันอย่างแพร่หลาย เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกเปิดรับข่าวสารได้หลายทาง และในยุคปัจจุบันสื่อออนไลน์หรือสื่ออินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จาก แนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตหรือกลุ่มคนที่มีกิจกรรมบนโลกออนไลน์ในอนาคตมีมากขึ้น การเติบโตอย่างต่อเนื่องของกิจกรรมสื่อออนไลน์เป็นสิ่งกระตุ้นให้ทั้งภาครัฐและเอกชนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมหรือให้ข้อมูลธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยว สื่อออนไลน์หรือสื่ออินเทอร์เน็ตจึงมีบทบาทในการกระจายข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว จากสถิติจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในปี พ.ศ.2549 มีจำนวน 11,413,000 คน พ.ศ.2552 มีจำนวน 18,300,000 คน (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. สรุปสถิติเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ประจำเดือนสิงหาคม, 2553) ซึ่งจะเห็นได้ว่าอัตราการเติบโตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 62.36 ทั้งนี้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของรัฐบาลปี 2555-2559 ได้ระบุไว้ว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การช่วงชิงตลาดการท่องเที่ยว ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ สาร และสารสนเทศ กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าของสินค้าในอนาคตรูปแบบของ พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ จะมีความสำคัญและซับซ้อนมากขึ้นในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะใช้ข้อมูลท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อทำการสืบค้นและเปรียบเทียบราคามากขึ้น คาดการณ์ว่ามี

ประชากรโลกกว่า 1.5 พันล้านคน ท่องอยู่บนโลกอินเทอร์เน็ต และเกือบ 600 ล้านคน ที่ผันตนมาเป็นสมาชิกในสังคมออนไลน์ บทบาทของอินเทอร์เน็ตซึ่งแต่เดิมทำหน้าที่เพียงให้ข้อมูลเพื่อป้อนข่าวสารด้านเดียวได้กลายมาเป็นช่องทางใหม่ในการแพร่กระจายข่าว การให้ข้อมูล และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ช่องทางการขายทางอินเทอร์เน็ตกำลังได้รับความนิยม(กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559, 2554.) สื่ออินเทอร์เน็ตจึงเป็นสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เป็นที่รู้จัก ทั้งความหมาย ความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวแบบธรรมดาทั่วไป และข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยวให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมทั้งช่วยปลูกฝังจิตสำนึกในการท่องเที่ยว คำนึงถึงการคงอยู่ของธรรมชาติเพื่อให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืน สื่ออินเทอร์เน็ตที่นักท่องเที่ยวสามารถรับข่าวสารทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีหลากหลาย เช่น การสืบค้นข้อมูล (Search Engine) ในกูเกิล (Google) การเข้าเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ รวมถึงนโยบาย กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้จัดขึ้นแล้ว หรือกิจกรรมที่จะมีในอนาคตเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่สนใจได้เข้าร่วมโครงการ กระดานข่าวหรือเว็บบอร์ด (Web Board) บล็อก (Blog) มีการพูดคุยกันของกลุ่มผู้สนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สอบถามข้อมูลแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน มีการรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมล (Email) นอกจากนี้ในปัจจุบันมีสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น เฟซบุ๊ก (Face book) ทวิตเตอร์ (Twitter) ที่มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งได้รับความนิยมในปัจจุบันเนื่องจากการอัปโหลดรูปภาพ คลิปวิดีโอ ข้อความที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างรวดเร็ว จึงสะดวกต่อการที่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ให้เกิดความรู้ความเข้าใจมากขึ้น นอกจากนี้การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตยังสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการสนทนาออนไลน์ (Chat) ได้อีกด้วย จากช่องทางการรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่างๆ จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเมื่อนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามมา

ดังนั้นจึงเป็นที่น่าศึกษาว่า จากการที่มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่าง ๆ นั้น นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากน้อยเพียงใด มีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

เชิงนิเวศอย่างไร เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตสู่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้องและเอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศอย่างยั่งยืน

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและผู้สนใจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนจัดทำแผนการสื่อสารการตลาดด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรม หรือความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. สามารถใช้เป็นข้อมูลต่อผู้ที่สนใจศึกษาวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้องต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจังหวัดเชียงราย

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ด้านความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ประเภทต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ (Website) สังคมออนไลน์ (Social Network) การสืบค้นข้อมูล (Search Engine) เว็บบอร์ด (Web Board) บล็อก (Blog) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมล (E-Mail) การสนทนาออนไลน์ (Chat)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ (Website), สังคมออนไลน์ (Social Network), การสืบค้นข้อมูล (Search Engine), เว็บบอร์ด (Web Board), บล็อก (Blog), อีเมลล์ (E-Mail), การสนทนาออนไลน์ (Chat) กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในเดือนมีนาคม ถึง เดือนเมษายน 2555

นิยามศัพท์เฉพาะ

การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง ปริมาณข่าวสารที่ได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทต่าง ๆ และในงานวิจัยครั้งนี้คือ เว็บไซต์ (Website), สังคมออนไลน์ (Social Network), การสืบค้นข้อมูล (Search Engine), เว็บบอร์ด (Web Board), บล็อก (Blog), อีเมล (E-Mail), การสนทนาออนไลน์ (Chat)

เว็บไซต์ (Website) หมายถึง การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรโตคอลเป็นช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เช่น www.envirionnet.in.th , www.tat.or.th/ecotourism

สังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึง รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคลหรือองค์กร ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ที่ให้บริการสังคมออนไลน์ เช่น Facebook/environment

การสืบค้นข้อมูล (Search Engine) หมายถึง เครื่องมือที่ช่วยในการค้นหาข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่เป็นจำนวนมากและมีอยู่อย่างกระจัดกระจาย ให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและตรงความต้องการมากที่สุด เช่น Google, ASK, Yahoo

เว็บบอร์ด (Web Board) หมายถึง กระดานสนทนาที่สามารถตั้งหัวข้อกระทู้ เพื่อประกาศข่าวสาร ข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างกลุ่มผู้เยี่ยมชมได้ เช่น <http://board.trekkingthai.com/board>

บล็อก (Blog) หมายถึง หน้าเว็บประเภทหนึ่ง ซึ่งเป็นการบันทึกบนเว็บไซต์ไว้ใช้ เป็นเครื่องมือสื่อสารเช่น แสดงความคิดเห็น เผยแพร่ผลงาน เช่น www.ecotourismblog.com , www.earthtimes.org/green-blog/ecotourism , <http://blog.natureair.com>

อีเมล (E-Mail) หมายถึง จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งถึงกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ภายในองค์กร โดยสามารถส่งถึงผู้รับเพียงคนเดียวหรือผู้รับจำนวนมากและผู้รับสามารถทำอย่างใดอย่างหนึ่งกับจดหมายได้ เช่น พิมพ์ ลบ ส่งต่อ เป็นต้น

การสนทนาออนไลน์ (Chat) หมายถึง รูปแบบการพูดคุยบนอินเทอร์เน็ตซึ่งมีความสะดวก รวดเร็ว สามารถคุยกันเป็นกลุ่มหลายคนได้

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติไปพร้อมกับการเรียนรู้ รับผิดชอบและอนุรักษ์ธรรมชาติและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว นั้น โดยมีชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและเกิดประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่นด้วย

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายโดยเน้นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บทความ สารคดี ทีวี ความรู้ ข่าว ฯลฯ ที่เผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง ความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับเชิงบวก เป็นกลางหรือเชิงลบ เช่น รู้สึกเฉย ๆ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย เป็นต้น

พฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การปฏิบัติตนและกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

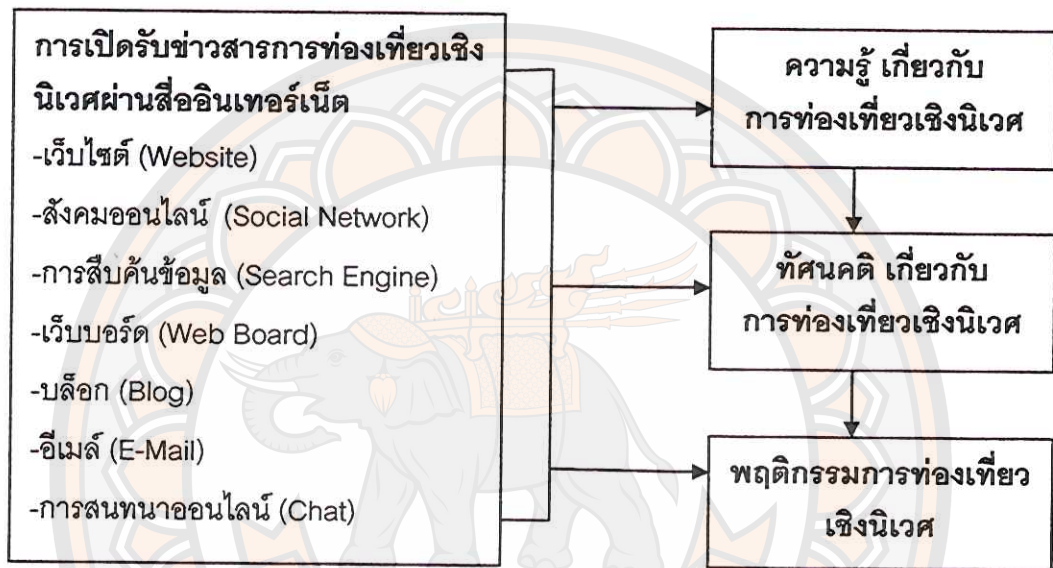
สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4 ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 5 ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงราย มีสมมติฐานทั้งหมด 5 ข้อดังที่ได้กล่าวไว้ และสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวความคิด

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงราย” ได้นำแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้ในการศึกษา รวมทั้งได้ศึกษารายงานการวิจัยตลอดจนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 1.3 หลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 1.4 แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ต
 - 2.1 ความหมายของสื่ออินเทอร์เน็ต
 - 2.2 แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์
 - 2.3 เว็บไซต์ (Website)
 - 2.4 บริการค้นหาข้อมูล (Search Engine)
 - 2.5 จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)
 - 2.6 บล็อก (Blog) หรือเว็บบล็อก (Weblog)
 - 2.7 เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)
 - 2.8 การสนทนาออนไลน์ (IRC หรือ Chat)
 - 2.9 เว็บบอร์ด (Web Board)
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
 - 3.1 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับข่าวสาร
 - 3.2 ทฤษฎีกระบวนการในการเลือกรับสารของมนุษย์
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
 - 4.1 สื่อมวลชน
 - 4.2 สื่อบุคคล

5. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม
 - 5.1 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้
 - 5.2 แนวคิดเกี่ยวกับทศนคติ
 - 5.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม
6. ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม (KAP Theory)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ได้มีบุคคลหรือองค์กรต่าง ๆ ให้ความหมายหรือคำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540, หน้า 15) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับระบบนิเวศในพื้นที่ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

กรมป่าไม้ (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่นเพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย ภราเดช พัทธวิเชียร (2539, หน้า 5) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไว้ว่า หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น มีขอบเขต ซึ่งจำกัดโดยรูปแบบและสถานที่ตลอดจนในเรื่องกลุ่มนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542, หน้า 46) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยมีการให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นและสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมมือกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวทุกประเภทอย่างมีความรับผิดชอบ มีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม แหล่งท่องเที่ยวไปพร้อมกับการศึกษาเรียนรู้ สิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

2. องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ประการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544, หน้า 3) ได้แก่

2.1 องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) ทั้งนี้รวมถึง แหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้น องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature-based tourism)

2.2 องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษและ ควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainably managed tourism) เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible travel) ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

2.3 องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของ แหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและ ปลุกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental education-based tourism)

2.4 องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วม ของชุมชน และประชาชนท้องถิ่น (Involvement of local community or People participation) ที่มีส่วนร่วมในการคิดวางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ติดตาม ตรวจสอบ ตลอดจน ร่วมบำรุง รักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษา และจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวด้วย จนในที่สุดท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมี คุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี้ เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า (Grass root) จนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่นและ

อาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมชุมชน (Community participation- based tourism)

3. หลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2538, หน้า 7-8) กล่าวถึงหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 8 ประการดังนี้

1. มีพื้นฐานอยู่บนธรรมชาติ วัฒนธรรม และชุมชน
2. มีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน
3. ดำเนินถึงสังคมวัฒนธรรม
4. ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น
5. คนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์
6. คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม
7. แหล่งท่องเที่ยวเป็นของแท้ดั้งเดิม
8. นักท่องเที่ยวมีความพอใจ

สถาบันวิจัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540, หน้า 10) กล่าวถึงหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 4 ประการ ดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เป็นหลักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ
2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการยั่งยืน เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบไม่ฝืนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม การจัดการที่ครอบคลุม การอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต
3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ตลอดเวลา โดยมีให้ศึกษา ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง
4. เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างเข้มแข็งเกือบตลอดกระบวนการ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยประโยชน์ต่อท้องถิ่นที่ได้ หมายความว่า การกระจายรายได้การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับการตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาจัดการแหล่งท่องเที่ยวและในที่สุดท้องถิ่นได้รับและสามารถควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี้เริ่มต้นจากท้องถิ่นในหมู่บ้าน จนถึงการปกครองท้องถิ่น

จากการศึกษาหลักการท่องเที่ยว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า หลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องมีการให้ความรู้ทั้งแก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น เพื่อปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงความสำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพ

4. แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ฐาปกร ทองคำนุช (2552, หน้า 14-15) ได้กล่าวถึงแนวโน้มเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือ การตอบรับหรือขานรับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่อนข้างสูงมาตั้งแต่จุดเริ่มต้นเมื่อประมาณ 10 ปีก่อน และขณะนี้การตอบรับดังกล่าวก็ยังคงมีแนวโน้มคืบหน้าไปเรื่อยๆ ในกลุ่มของผู้เกี่ยวข้อง กล่าวคือ

กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ผู้ดูแลอุทยานแห่งชาติได้วางกรอบนโยบายการท่องเที่ยวตามอุทยานแห่งชาติต่างๆ ทั้งทางบกและทางทะเล เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม และได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางขึ้นกว่าแต่ก่อน พร้อมดำเนินการให้เกิดโอกาสในการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพแก่นักท่องเที่ยวที่ไปเยือน โดยผ่านกระบวนการสื่อความหมายธรรมชาติ เป็นต้น

ชุมชนท้องถิ่นจำนวนมากในทุกภาคของประเทศ ขยายการเปิดรับนักท่องเที่ยวให้ไปเยือนเพื่อศึกษาเรียนรู้ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของตน

องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หลายแห่งเริ่มหันมาให้น้ำหนักความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น แม้ส่วนใหญ่ จะยังมีขีดความสามารถในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตน ตามแนวคิดและหลักการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศค่อนข้างจำกัดส่วนราชการซึ่งมีที่ดินและทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่บ้าง อย่างเช่น กระทรวงกลาโหม (ที่ดินทหารในจังหวัดต่าง ๆ) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ ฯลฯ) เริ่มมีการจัดสรรงบประมาณลงไปพัฒนาที่ดินในความรับผิดชอบ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบที่เรียกกันว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้าง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้าง แล้วแต่ความเหมาะสม

ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัททัวร์ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคและ NGOs ด้านการอนุรักษ์หลายราย มีการจัดนำเที่ยวเชิงนิเวศและการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในพื้นที่เป้าหมายเพิ่มมากขึ้น พร้อมจัดให้มีมัคคุเทศก์ ที่ผ่านการฝึกอบรมและมีใบอนุญาตประกอบอาชีพเป็นผู้นำ สถาบันการศึกษาหลายแห่งมีการเปิดหลักสูตร สอนเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยบางสถาบันมีวิชาหรือสาขาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยตรง และมีโครงการศึกษาวิจัย และ/หรือบริการทางวิชาการ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามโอกาสจะ

อำนาจนอกจากนี้หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างเช่น สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฯลฯ ก็ให้การสนับสนุนนักวิจัยทุกระดับ ดำเนินการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเด็นต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

จากแนวโน้มของการท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ว่า การตอบรับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีแนวโน้มคืบหน้าขึ้นเรื่อย ๆ ในกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐได้ให้การศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพแก่นักท่องเที่ยวชุมชนท้องถิ่นได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น สถาบันการศึกษาให้ความสำคัญกับการเปิดหลักสูตรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยตรง โครงการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะได้รับการสนับสนุนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นแนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะได้รับการตอบรับและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและมากยิ่งขึ้นในอนาคต

แนวคิดเกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ต

1. ความหมายของสื่ออินเทอร์เน็ต มีผู้ให้ความหมายของสื่ออินเทอร์เน็ต ไว้ดังนี้

สมใจ บุญศิริ. (2538 หน้า 23) กล่าวว่า สื่ออินเทอร์เน็ต คือ “ข่ายแห่งข่าย” หมายถึง การเชื่อมโยงระหว่างระบบเครือข่าย จำนวนมหาศาลทั่วโลกเข้าด้วยกัน ภายใต้หลักเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน นั่นคือ โพรโตคอล ทีซีพี/ไอพี ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทั้งหลายในข่ายแห่งนี้สามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นจะอยู่ในรูปแบบใด อาจจะเป็นตัวอักษรหรือข้อความ ภาพ เสียง ได้ทั้งสิ้น

พรทิพย์ โล่ห์เลขา (2537, หน้า 32) กล่าวว่า ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Network) ที่ใหญ่ที่สุดของโลก เป็นกระบวนการสื่อสารข้อมูลทางสาย (Online) ระหว่างคอมพิวเตอร์ต่างระบบและต่างชนิดรวมกับสายเคเบิลและผู้ใช้จำนวนมาก อาศัยซอฟต์แวร์และเครื่องช่วยสื่อสารต่าง ๆ ในแง่วิชาการ อินเทอร์เน็ต (Internet) คือ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สื่อสารกันโดย Transmission Control / Internet Protocol (TCP / IP) ซึ่งหมายถึง กฎเกณฑ์ที่คอยควบคุม กระบวนการส่งข่าวไปมาระหว่างคอมพิวเตอร์หลายร้อยชนิดที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต

ศรีหญิง ศรีคชา. (2544 หน้า 26) ได้สรุปความหมายของ สื่ออินเทอร์เน็ต ไว้ว่า เป็นสื่อที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ ทำให้เกิดการสื่อสารรูปแบบใหม่ โดยผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างระบบเครือข่าย (Network) จำนวนมหาศาลทั่วโลกเข้าด้วยกัน ภายใต้หลักเกณฑ์มาตรฐานเดียวกันคือ ใช้โปรโตคอล เป็นสื่อกลางในการสื่อสารของคอมพิวเตอร์ที่ติดต่อกันเป็นเครือข่ายและสามารถติดต่อถึงกันได้ทั่วโลก ทำให้ผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมต่อ แลกเปลี่ยน

ข้อมูลถึงกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นจะอยู่ในรูปแบบใด ๆ อาจจะเป็นตัวอักษร ข้อความหรือเสียง แต่ประโยชน์เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริการสื่อสารข้อมูล

จากความหมายของสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยสรุปได้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีการเชื่อมโยงการสื่อสารข้อมูลระหว่างระบบเครือข่ายขนาดใหญ่ทั่วโลก เข้าด้วยกัน โดยใช้โปรโตคอล (Protocal) หรือเป็นสื่อที่ต้องอาศัยการสื่อสารโดยผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้สามารถเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้หลากหลายรูปแบบ และติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

2. แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์

อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้มนุษย์ สามารถบริโภคข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว ขึ้นตามที่ตนเองต้องการ และยังเป็นระบบสื่อสารที่เติบโตเร็วที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับ การสื่อสารหลาย ๆ ชนิด เช่น การเขียน การพิมพ์ หรือแม้แต่การใช้โทรศัพท์ ในขณะที่อินเทอร์เน็ตยังเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใหญ่ที่สุด โดยที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ทั่วโลกภายในระยะเวลาอันสั้น การใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมอย่างมากคือการค้นหาไฟล์และฐานข้อมูลแบบเครือข่ายใยแมงมุม (World Wide Web) ซึ่งมีข้อมูลมากมายปรากฏบนเครือข่ายในรูปแบบ Multimedia ผู้ใช้สามารถใช้งานได้ง่าย สามารถเรียกดูข้อมูลรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และเสียงประกอบ ลักษณะของข้อมูลมีลักษณะ ไม่จำกัดแหล่งข้อมูล และสามารถเชื่อมต่อไปยังข้อมูลอื่น ๆ ได้ (Hyper Text) ในปัจจุบันมีผู้ใช้งานระบบ เวิลด์ ไวด์ เว็บ (World Wide Web) มากที่สุดเพราะสามารถครอบคลุมการบริการแบบอื่น ๆ ได้ เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) การสืบค้นข้อมูล การโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการดาวน์โหลดข้อมูล (Download) การให้บริการแบบ เวิลด์ ไวด์ เว็บ (World Wide Web) ขององค์กรต่าง ๆ สามารถบรรลุกลุ่มเป้าหมายได้โดยไม่จำกัดเวลา สถานที่และเรื่องราวการนำเสนอ

การนำระบบ เวิลด์ ไวด์ เว็บ (World Wide Web) มาใช้ในช่องทางการสื่อสารเรียกว่า การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication: CMC) ฮอฟแมน และโนวาค (Hoffman and Novak, อ้างอิงใน เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์ 2539, น. 17) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์และให้คำนิยามอย่างไม่เป็นทางการเกี่ยวกับ Hyper media CMC ว่าเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับการแจกจ่ายข่าวสารเพื่อให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและมีข้อมูลหลากหลาย ความไม่เจาะจงในการสื่อสาร CMC ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่าสื่อสารที่ไม่เจาะจงผู้รับสารหรือปราศจากอารมณ์ในการสื่อสาร (Socioemotional) ไม่เหมือนกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face Communication) นอกจากนั้นการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นการสื่อสารที่ไม่เป็นกันเองไม่เร้าอารมณ์และไม่เจาะจงผู้รับสาร ผู้ร่วม

สื่อสารแบบ CMC ต้องปรับสภาพตัวเองให้เข้ากับการสื่อสารมากกว่าการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบเผชิญหน้า

วอลเตอร์ (Walther, 1992, p. 52) ได้ให้ความหมายของ CMC ว่าหมายถึง การประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ (Computer Conferencing) และการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail) ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน (Synchronous) หรือต่างเวลากัน (Asynchronous) โดยที่ผู้ส่งสารใส่รหัส (Encode) ลงไปในเนื้อหาสาร (Text Message) ซึ่งถูกถ่ายทอด (Replayed) จากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร

เรด (Reid, 2011) ได้กล่าวถึงระบบการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication System : CMCS) เป็นระบบที่ใช้คอมพิวเตอร์และเครือข่ายโทรคมนาคมเพื่อประกอบการเก็บรวบรวม ส่งผ่านและเพื่อกระบวนการติดต่อสื่อสาร โดยมีรูปแบบของระบบการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ 3 ประเภท ได้แก่

1. E-mail หรือ Electronic Mail สามารถให้ผู้ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ส่งข้อความต่าง ๆ ไปยังผู้อื่นได้
2. News สามารถให้ผู้ใช้ส่งข้อความ เพื่อเป็นข้อมูลแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ที่มีผู้อื่นตั้งขึ้น อีกทั้งยังสามารถเป็นผู้ตั้งประเด็นเพื่อขอความคิดเห็นจากผู้อื่นก็ได้
3. Chat หรือการสนทนา ไม่ได้เป็นการรวบรวมข้อความ แต่เป็นการส่งผ่านข้อความที่พิมพ์ส่งผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ไปยังผู้อื่นหรือกลุ่มอื่นซึ่งอยู่ในเครือข่ายเดียวกัน สามารถโต้ตอบกลับได้ทันที

ในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นับเป็นช่องทางให้เกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้น เป็นการเกิดปฏิสัมพันธ์กับเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine interactivity) ตัวสื่อเป็นเพียงตัวส่งสารที่เชื่อมต่อระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ผู้รับสารจึงสามารถกลายเป็นผู้ส่งสารได้ โดยข่าวสารถูกส่งผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์ (2539, หน้า 192-193) ได้อธิบายถึงลักษณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ผ่านองค์ประกอบสื่อสารคือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) มาเปรียบเทียบกัน โดยมีเนื้อหา ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender) สำหรับการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ผู้ส่งสารคือผู้ใช้งานที่สามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ เพราะด้วยลักษณะเฉพาะของสื่อที่สามารถมีปฏิริยาในการสื่อสารได้ทันที (Interactive) ผู้ส่งสารมีลักษณะไม่เป็นทางการและไม่ต้องมีพิธีรีตองในการสื่อสารเนื่องจากการสื่อสารจากที่ส่วนตัว (Private space) ไปยังที่สาธารณะ

(Public space) ผู้ส่งสารอาจเป็นผู้ที่มีอาชีพในการสื่อสารมวลชนหรือไม่ได้เป็นก็ได้ ผู้ส่งสารจะเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญในเรื่องที่นำเสนอหรือไม่ได้เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นก็ได้เพราะการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มีลักษณะไม่ปรากฏอย่างเฉพาะเจาะจงว่าใครเป็นผู้ส่งสารถือเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) ผู้ส่งสารยึดติดกับสิ่งที่ตนเองนำเสนอ มโนคติ (Bias) ต่อเรื่องที่นำเสนอ ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีอำนาจเท่าเทียมกัน อันเป็นลักษณะของการสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการสื่อสารอย่างเสรี

2. สาร (Message) เนื้อหาที่เกิดขึ้นในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มีลักษณะแยกย่อย (Demassified) ตามความสนใจของผู้ใช้งาน สารที่เกิดขึ้นไม่จำกัดแหล่งข้อมูล (Hyper text) และมาจากหลาย ๆ ทาง ไม่จำเป็นต้องมาจากผู้มีอาชีพเป็นสื่อมวลชนอย่างเดียว เนื้อหาสารที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นสินค้าทางเศรษฐกิจแต่เป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้ใช้งานสามารถเลือกเปิดหรือรับเนื้อหาที่ต้องการหรือไม่ต้องการก็ได้ เนื้อหาที่เกิดขึ้นในเว็บบอร์ด จะเน้นความสนใจเฉพาะกลุ่ม และมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการเป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ใช้งานด้วยกันเอง ทุกคนมีส่วนร่วมในฐานะผู้ใช้งาน สารที่เกิดขึ้นจึงตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มคนมากกว่า

3. ช่องทาง (Chanel) การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นการมีปฏิสัมพันธ์กับเครื่องคอมพิวเตอร์ (Machine interactivity) โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่และเวลา ผู้ใช้งานสามารถเลือกเปิดรับสารในเวลาใดสถานที่ใดก็ได้ นอกจากนี้แล้วผู้ใช้งานมีกิจกรรมเคลื่อนไหวในการรับสารที่เกิดขึ้นตลอดเวลาเช่น การเข้าไปตั้งกระทู้หรือการเข้าไปแสดงความคิดเห็นผู้ใช้งานไม่เห็นหน้าซึ่งกันและกันแต่ก็สามารถติดต่อกันได้ผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์

4. ผู้รับสาร (Receiver) ผู้รับสารมีลักษณะเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจร่วมกัน ผู้ใช้งานสามารถรวมกลุ่มกันถึงแม้ว่าจะไม่เห็นหน้าซึ่งกันและกันแต่ก็ทำความรู้จักกันได้ผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีจุดประสงค์มีกิจกรรมประจำกลุ่มและเลือกที่จะกลับเข้ามาในกลุ่มหรือไม่กลับเข้ามาก็ได้ผู้ใช้งานการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ยังมีลักษณะกระตือรือร้น (Active) แสวงหาข่าวสารตามความสนใจ ทำให้คาดการณ์การปฏิบัติตอบที่แน่นอนไม่ได้และเป็นปฏิริยาตอบกลับที่เกิดขึ้นโดยทันที

ทั้งนี้โดยทั่วไปการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์หรือการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีจะเน้นและให้ความสำคัญต่อการโต้ตอบ (Interactive) หรือมีลักษณะของการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) จนกลายเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของสื่อ (New

Media) ไปโดยปริยาย จะเห็นได้ว่าการโพสต์ข้อความในกระทู้ถือเป็นลักษณะหนึ่งของการสื่อสารแบบสองทาง

นอกจากนี้ยังมีผู้กล่าวถึงสื่อกลางคอมพิวเตอร์ประเภทต่างๆ ได้แก่

3. เว็บไซต์ (Website) หรือ เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web)

วนิดา จันทจุฑากร (2547, หน้า 3) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ เวิลด์ไวด์เว็บ ไว้ว่า World Wide Web (WWW) เป็นบริการบนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีลักษณะเด่นที่สามารถนำเสนอข้อมูลมัลติมีเดียที่แสดงได้ทั้ง ตัวหนังสือ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ซึ่งมีอยู่มากมาย และสามารถรวบรวมลักษณะการใช้งานอื่น ในระบบอินเทอร์เน็ตเอาไว้ด้วย ไม่ว่าจะเป็นไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ การถ่ายโอนข้อมูล การสนทนา การค้นหาข้อมูลและอื่น ๆ ทำให้ World Wide Web (WWW) เป็นแหล่งข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก การเข้าสู่ระบบจะต้องใช้โปรแกรมการทำงานที่เรียกว่าเว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) เป็นตัวเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ต ซึ่งโปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ที่ได้รับความนิยมได้แก่ Internet Explorer และ Netscape Navigator ลักษณะของ World Wide Web (WWW) คือ การนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ มากมายในลักษณะหน้ากระดาษอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า (Web Page) เปรียบเสมือนหน้าหนังสือ หรือหน้านิตยสาร ซึ่งสามารถบรรจุข้อความ รูปภาพและเสียงไว้ด้วย โดยหน้าแรกของเว็บเพจเรียกว่า โฮมเพจ ซึ่งภาษาที่ใช้ในการเขียนเว็บเพจเรียกว่า HTML (Hypertext Markup Language)

เมื่อนำเว็บเพจหลายๆเว็บเพจมารวมในแหล่งเดียวกันเราเรียกว่า เว็บไซต์ (Website) เว็บไซต์แต่ละที่ถูกเก็บไว้ในเว็บเซิร์ฟเวอร์ (Web Server) แต่ละแห่ง โดยแต่ละแห่งก็จะมีโฮสต์ของตนเองทำหน้าที่ดูแลและพัฒนาข้อมูล ซึ่งโดยปกติจะเปิดอิสระให้ทุกคนเข้าไปดูข้อมูลได้ เพียงแต่ผู้ใช้ทราบที่อยู่ของเว็บเซิร์ฟเวอร์นั้น ๆ ซึ่งที่อยู่นี้เรียกว่ายูอาร์แอล (Uniform Resource Locator-URL) ซึ่งแต่ละยูอาร์แอล จะมีชื่อไม่ซ้ำกัน เช่น www.hotmail.com และ www.inet.co.th เป็นต้น โฮมเพจหรือเว็บเพจของแต่ละเว็บไซต์จะมีทั้งข้อความและรูปภาพ ซึ่งตกแต่งไว้อย่างสวยงาม เอกสารเหล่านี้ จะมีข้อความที่บรรจุอยู่จำนวนหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นหัวข้อ กลุ่มคำ หรือรูปภาพที่สัมพันธ์กับเนื้อหา แต่ไม่ได้แสดงเนื้อหาทั้งหมดไว้ในหน้าเดียวกัน หากแต่มีคำสำคัญที่เน้นเป็นจุดเด่น มีสีสันชัดเจน หรือขีดเส้นใต้ไว้ ซึ่งโดยทั่วไปถ้าเรานำเมาส์ไปวางไว้ข้อความหรือรูปภาพนั้น ๆ สัญลักษณ์ของเมาส์ก็จะเปลี่ยนจากรูปลูกศรกลายเป็นรูปมือ หากผู้ใช้ต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมก็คลิกที่ข้อความหรือรูปภาพนั้น เว็บเพจที่เกี่ยวกับข้อความหรือรูปภาพนั้นก็จะถูกเปิดขึ้นมา ลักษณะเช่นนี้เรียกว่า การเชื่อมโยงด้วย ไฮเปอร์ลิงค์ (Hyperlink) ซึ่งทำให้เราสามารถ

เชื่อมโยงหรือลิงค์ไปยังเว็บเพจอื่น ๆ ในเว็บไซต์เดียวกัน และลิงค์ไปยังเว็บไซต์อื่น ๆ ได้อย่างไม่จำกัด

จากข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ สามารถสรุปได้ว่า เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถรวบรวมลักษณะการใช้งานอื่น ๆ ในระบบอินเทอร์เน็ตไว้ เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ การสนทนาออนไลน์ การค้นหาข้อมูลอื่น ๆ ซึ่งการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางนี้ จึงครอบคลุมถึงช่องทางอื่น ๆ อย่างหลากหลาย และในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าหลายเว็บไซต์มีข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น www.environnet.in.th , www.tat.or.th/ecotourism เป็นต้น จึงได้นำเว็บไซต์มาเป็นตัวแปรในการรอบการวิจัย

4. บริการสืบค้นข้อมูล (Search Engine) เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการค้นหาข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่มีอยู่จำนวนมากและอยู่อย่างกระจัดกระจายให้เราสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการหรือสนใจซึ่งอาจประกอบด้วยหน้าเว็บไซต์ รูปภาพ และไฟล์เอกสารอื่น ๆ ทำการถูกค้นพบได้อย่างรวดเร็วตรงความต้องการมากที่สุด โดยการพิมพ์ค้นหาจากคำสำคัญหรือที่เรียกว่า คีย์เวิร์ด (Keyword) ซึ่งอาจเป็น “คำ” หรือ “วลี” ไใด ๆ ที่เราสนใจ Search Engine เป็นอีกวิธีที่จะทำการส่งเสริมเว็บไซต์ เป็นการโฆษณาโดยผ่านการใช้คำหรือตัวอักษรใน Search Engine เมื่อผู้ใช้พิมพ์รหัสหรือคำคีย์เวิร์ดที่ต้องการค้นหา เว็บไซต์จะทำการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคำคีย์เวิร์ดที่ต้องการค้นหา และแสดงรายละเอียดถึงหน้าจอซึ่งรายละเอียดที่ปรากฏนั้นจะมีการเชื่อมโยง (Link) ต่อไปยังเว็บไซต์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (คุณลักษณะ หนุนภักดี เหล่าทองดี, 2546, หน้า 49) ตัวอย่างเว็บไซต์ Keyword Search Engine เช่น Google, ASK, Yahoo, MSN เป็นต้น

ปัจจุบันเว็บไซต์บริการสืบค้นข้อมูล เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย นับเป็นช่องทางที่ใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ หลากหลาย ผู้รับสารสามารถเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ที่ตนต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ด้วยความหลากหลายของข้อมูลจะส่งผลถึงความรู้ที่ได้รับจากการเข้าไปค้นหาด้วย

5. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีเมล (E-mail)

สุพัตรา อมตทวิวัฒน์ (2549, หน้า 25) ได้กล่าวถึง จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่าเป็นการส่งจดหมายหรือข้อความผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รวมถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ภายในองค์กร ผู้ใช้บริการสามารถส่งจดหมายไปยังผู้รับเพียงคนเดียวหรือผู้รับจำนวนมากโดยจดหมายจะถูกส่งไปยังผู้รับจดหมายเสมือนจริง (virtual) ในเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อให้ผู้รับจดหมายมาเปิดรับเมื่อได้รับจดหมาย ผู้รับสามารถทำอย่างใดอย่างหนึ่งกับจดหมายของตน เช่น การอ่าน พิมพ์ ลบ ส่งต่อไปให้ผู้อื่น หรือโอนถ่ายข้อมูลมาเก็บไว้ในเครื่องของตนได้ อีเมลประกอบไปด้วย 3 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่

1. ที่อยู่อีเมล (address) ผู้ใช้อีเมลจะมีที่อยู่อีเมลเป็นของตนเองและไม่ซ้ำกัน ซึ่งเป็นหลักประกันว่าสารจะถูกส่งไปยังคอมพิวเตอร์ที่ถูกต้อง โดยมีสองส่วนหลัก ๆ คือ ชื่อผู้ใช้และชื่อโดเมน สองส่วนนี้แยกจากกันด้วยสัญลักษณ์ @ ซึ่งหมายถึง "at"

2. หัวเรื่อง (subject) ถือเป็นส่วนแรกที่เรามองเห็นเมื่อได้รับสาร มาร์ก วอลเลซ และฟิลิปา วินเกต (อ้างอิงใน พุทธิพงษ์ จิระปฏิมา, 2543, หน้า 12) กล่าวว่า หัวเรื่องที่ดีควรจะสามารถบอกได้ว่าอีเมลฉบับนี้เกี่ยวกับอะไร เพียงแค่อ่านชื่อเรื่อง

3. ข้อความหรือส่วนเนื้อหาของจดหมาย (content) อีเมลเป็นสื่อที่สามารถบรรจุทั้งข้อความ รูปภาพ เสียง หรือแม้แต่วิดีโอคลิป หรือทุกสิ่งที่สามารถเก็บบนคอมพิวเตอร์ได้ ก็สามารถส่งผ่านอีเมลได้เช่นกัน ซึ่งไฟล์ที่ถูกส่งด้วยวิธีนี้ เรียกว่า สิ่งที่แนบมาด้วย (attachment)

ประโยชน์ของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ได้แก่

1. สามารถส่งจดหมายไปยังผู้รับคนเดียว หลายคน หรือจำนวนมากได้ ซอฟต์แวร์ของอีเมลสามารถเก็บรายชื่อพร้อมทั้งอีเมลแอดเดรสของผู้ที่ต้องการส่งจดหมาย และสามารถจัดเป็นกลุ่มได้ด้วย หากส่งจดหมายไปยังกลุ่มก็หมายความว่าทุกคนในกลุ่มได้รับจดหมายนั้น

2. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์สามารถส่งได้ตลอดเวลาตามต้องการ และจะถึงแอดเดรสของผู้รับภายในเวลาอันรวดเร็ว ไม่ว่าผู้รับอยู่ใกล้หรือไกล สามารถเปิดอ่านได้ตลอดเวลาตามต้องการ

3. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์สามารถเก็บไว้ได้ หากเห็นว่าจดหมายนั้นมีความสำคัญ การรับ ส่ง อีเมลช่วยให้มีความสะดวกในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร โดยผู้ใช้สามารถฝากที่อยู่อีเมลไว้ที่หน้าเว็บไซต์ เว็บบอร์ด หรือบล็อก ที่เกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการและหากผู้สนใจหรือผู้ที่มีความรู้ในเรื่องนั้นๆ สามารถตอบกลับโดยส่งอีเมลถึงกันได้

6. บล็อก (Blog) หรือเว็บบล็อก (Weblog) เป็นหน้าเว็บประเภทหนึ่งซึ่งคำว่าบล็อก ย่อมาจากคำว่า Weblog โดยคำว่า Weblog นั้นมาจาก Web (เวปไซด์/เว็บบ) และ log (ปูมบันทึก) รวมกันหมายถึง การบันทึกบนเวปไซด์/เว็บบ ในปัจจุบันบล็อกถูกใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารรูปแบบใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการประกาศข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น การเผยแพร่ผลงาน ฯลฯ และกำลังเป็นที่นิยมขึ้นเรื่อย ๆ โดยขณะนี้ได้มีผู้บริการบล็อกมากมาย ทั้งแบบให้บริการฟรี และเสียค่าใช้จ่าย บล็อกโดยปกติจะประกอบด้วย ข้อความ ภาพ ลิงค์ ซึ่งบางครั้งจะรวมสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เพลง หรือ วิดีโอในหลายรูปแบบได้ (ฐานทัศน์ ชมภูพล, 2554, หน้า 30)

ประโยชน์ของเว็บบล็อก (ฐานทัศน์ ชมภูพล, 2554, หน้า 31-33)

1. ใช้เป็นเครื่องมือสร้างความรู้ การเขียนบล็อก สำหรับบันทึกเรื่องราว ข่าวสาร ความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ในสิ่งที่ผู้เล่าสนใจ เป็นการถ่ายทอดสิ่งที่ถูกบันทึกไว้ในสมองลงสู่ตัวหนังสือ การเขียนต้องมีอิสระทางความคิดในรูปแบบที่เป็นตัวของตัวเอง จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดึงเอาความรู้ฝังลึก ถูกแสดงออกมาโดยไม่ยากนัก และการเขียนบล็อกอยู่เป็นประจำก็จะสามารถนำมาสู่การสร้างขุมความรู้ (Knowledge Asset) อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบการเก็บรวบรวมและการแก้ไขหรือเพิ่มเติมความรู้ก็ทำได้สะดวกและรวดเร็ว
2. เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้ โดยหลักการของบล็อก คือการเผยแพร่เรื่องราวที่ผู้เขียนเขียนไว้บนบล็อก เพื่อแสดงตัวตนของผู้เขียนออกสู่สาธารณะชนซึ่งหมายถึง บล็อกย่อมมีความสามารถในการสนับสนุนการเข้าถึงความรู้ได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ทั้งนี้ที่ผู้เขียนมีการเพิ่มเติมหรือแก้ไขความรู้ที่อยู่บนเว็บบล็อก ไฟล์ RSS (Really Simple Syndication) ก็จะทำให้การดึงเอาเนื้อหานั้น ๆ มาใส่ไว้ในไฟล์ด้วยทันที
3. เป็นเครื่องมือแลกเปลี่ยนความรู้ การเขียนบล็อก จะอนุญาตให้ผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นต่อความรู้ที่ผู้เขียนถ่ายทอดลงในบล็อก และผู้เขียนได้โต้ตอบต่อความคิดเห็นนั้น ๆ ในลักษณะของการสนทนาเพื่อหาความแตกฉานในตัวความรู้ถือได้ว่าเป็นการร่วมกันสกัดความรู้ฝังลึกได้อย่างดี
4. เป็นเครื่องมือในการค้นหาความรู้ ความชำนาญการ และขุมทุนปฏิบัติ การเขียนและอ่านบล็อก เป็นวิธีการค้นความรู้ ช่วยให้ค้นพบผู้มีความรู้ความชำนาญการในด้านต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น ไม่ว่าจะโดยการเขียนบล็อกที่มักอ้างถึงบล็อกอื่น ๆ โดยการโยงลิงค์ไปหาบทความหรือบันทึกนั้น ๆ อีกทั้งลิงค์ที่ผู้เขียนบรรจุไว้ในบล็อกซึ่งอยู่นอกตัวบทความหรือการร่วมเป็นสมาชิกของบล็อกชุมชน
5. เป็นเครื่องมือในการรวบรวมและเผยแพร่ประเภทของความรู้สกัดแก่นความรู้และสร้างความสัมพันธ์ของความรู้ วิธีการหนึ่งที่ระบบบล็อก โดยทั่วไปนำมาใช้ในการรวบรวมและแยกประเภทของบันทึกคือ การให้ผู้เขียนระบุหมวดหมู่หรือคีย์เวิร์ดของบันทึกนั้น ๆ ไว้ เว้นบันทึกหนึ่ง ๆ อาจมีความเหมาะสมในการแยกหลายหมวดหมู่ ถือเป็นการสกัดแก่นความรู้จากขุมความรู้โดยที่ตัวผู้เขียนเอง อาจดึงเอาคีย์เวิร์ดของชุมชนที่ถูกรวบรวมผู้ใช้หลายคน
6. เป็นเครื่องมือในการสร้างลำดับความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของความรู้โดยผู้นำเอาความรู้นั้นไปใช้สิ่งที่นักปฏิบัติด้านการจัดการความรู้ยากให้เกิดขึ้นภายหลังจากการที่ได้มีการจัดการความรู้ก็คือ การที่มีผู้นำเอาความรู้นั้น ๆ ไปใช้ให้เกิดผลและนำเอาผลมาปรับปรุงความรู้

เดิมให้เกิดความรู้ตัวใหม่ หรือทำให้ความรู้นั้น ๆ มีความถูกต้องมีหลักฐานที่วัดได้ทางวิทยาศาสตร์ชัดเจนมากขึ้น ระบบบล็อก ประกอบกับเทคโนโลยีในการพัฒนาเว็บไซต์ในปัจจุบันสามารถสร้างระบบเรตติ้ง (Rating) หรือระบบการจัดลำดับความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของความรู้หนึ่ง ๆ ได้โดยตรงจากผู้อ่านบล็อก ซึ่งอาจจะเป็นผู้ที่ได้นำเอาความรู้นั้น ๆ ไปใช้เองอีกด้วยหรือ การแสดงสถิติต่าง ๆ ของบล็อก เช่น บันทึกรับการแสดงความเห็นมากที่สุด หรือบันทึกที่มีผู้อ่านมากที่สุด ก็สามารถเป็นเครื่องมือพิสูจน์ความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของความรู้ได้ระดับหนึ่งด้วยเช่นกัน

7. ใช้เป็นเครื่องมือแสดงรายละเอียดของแก่นความรู้อย่างเป็นระบบ อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ กล่าวไว้ว่า “Imagination is more important than knowledge” การไม่หยุดคิดที่จะวิจัยและพัฒนาเครื่องมือเทคโนโลยี เพื่อช่วยสร้างความสมบูรณ์แบบของระบบ การจัดการกับความรู้ เป็นสิ่งที่สนับสนุนให้เกิดขึ้นได้เช่น ปัจจุบันระบบบล็อกถือว่าเป็นเครื่องมือสำหรับเสริมสร้างประสิทธิภาพในการเล่าเรื่อง ซึ่งถือเป็นเทคนิคที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในการจัดการความรู้ แต่เพื่อที่จะสกัดความรู้ฝังลึกที่มีความซับซ้อนการใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพียงอย่างเดียวหรือการช่วยกันเล่าก็ตาม ก็อาจจะยังไม่สามารถสกัดเอาความรู้ออกมาได้หมดเพราะความลับสน และไม่มีรูปแบบในตัวของตัวเอง ดังนั้นเทคโนโลยีที่น่าจะสามารถช่วยจัดการความรู้ประเภทนี้ได้ ก็เช่น Rule-based reasoning หรือ Fuzzy logic เพื่อใช้ในการทำเหมืองความรู้ (Knowledge mining) เป็นต้น

จากประโยชน์ของบล็อก จะเห็นได้ว่า บล็อกเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตอีกอย่างหนึ่งที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ สามารถเลือกที่จะเข้าไปศึกษาได้อย่างหลากหลายตามความสนใจของผู้รับสาร และยังสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นกันได้อย่างอิสระอีกด้วย

7. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

จุฑพล พงษ์วิทยพานู (2554, หน้า 9 อ้างอิงใน Wood and Smith, 2007; Aleman and Wartman, 2008) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ไว้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์หมายถึงรูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมโดยเริ่มต้นจากจุด ๆ หนึ่ง (node) ซึ่งจุดในที่นี้อาจจะหมายถึงบุคคลหนึ่งหรือองค์กรหนึ่งซึ่งสามารถทำความรู้จักและเชื่อมโยงกับบุคคลหรือองค์กรอื่น ๆ ได้ในทิศทางใดทิศทางหนึ่งผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตโดยบุคคลหรือองค์กรกลุ่มนี้มีความละม้ายคล้ายคลึงกันทั้งในด้านบวกและในด้านลบ เช่นความชอบ ความเชื่อ ความรู้ สถานะทางสังคม วัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารกันผ่านระบบออนไลน์อาจจะทำได้โดยการสร้างข้อมูลขึ้นมาและทำการกระจายข้อมูลดังกล่าวออกไปสู่สาธารณะหรือออกไปสู่เฉพาะบุคคลหรือบุคคลที่ได้

เลือกสรรแล้วโดยทำการกระจายไปตามผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรายอื่น ๆ ที่ผู้ส่งสามารถทำการแชร์การสื่อสารด้วยได้ ซึ่งการสร้างข้อมูลทั้งหลายเหล่านั้น อาจหมายถึงข้อมูลที่สื่อถึงลักษณะเฉพาะของตนเองผ่านทางเว็บไซต์ที่ให้บริการสังคมออนไลน์ ซึ่งบุคคลอื่นที่อยู่ในระดับดังกล่าวสามารถเข้ามาดูข้อมูลและแสดงความคิดเห็นผ่านทางเว็บไซต์สังคมออนไลน์ดังกล่าวได้รวดเร็วจับใจ ผ่านทางเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านเครือข่ายออนไลน์ ซึ่งการสื่อสารผ่านทางเครือข่ายออนไลน์ส่วนใหญ่จะเกี่ยวเนื่องกับการแชร์ความคิดเห็น ความสนใจที่คล้ายคลึงกัน แบ่งปันประสบการณ์เป็นต้น ตัวอย่างของเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายออนไลน์ ตัวอย่างของเครือข่ายออนไลน์เช่น Facebook, Linkedin, Myspace เป็นต้น

8. การสนทนาออนไลน์ (IRC หรือ Chat)

พูนศักดิ์ สักกทัตติยะกุล (2545, ไม่มีเลขหน้า อ้างอิงใน อภาพร เปี่ยมใจชื่น, 2550, หน้า 16) ได้กล่าวถึงการสนทนาแบบออนไลน์ไว้ว่า คือการที่ผู้ใช้บริการสามารถคุยโต้ตอบกับผู้ใช้คนอื่น ๆ ในอินเทอร์เน็ตได้ในเวลาเดียวกัน(โดยการพิมพ์เข้าไปทางคีย์บอร์ด)เสมือนกับการคุยกันแต่เครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งสะดวกและรวดเร็ว บริการสนทนาแบบออนไลน์นี้เรียกว่า Talk เนื่องจากใช้โปรแกรมที่ชื่อว่า Talk ติดต่อกันหรือจะคุยกันเป็นกลุ่มหลาย ๆ คน ในลักษณะของการ Chat หรือ Internet Relay Chat (IRC) ซึ่งปัจจุบันพัฒนาไปถึงขั้นที่สามารถใช้ภาพสามมิติภาพเคลื่อนไหวหรือการ์ตูนต่างๆ แทนตัวคนที่สนทนากัน ได้แล้ว และยังสามารถคุยกันด้วยเสียงในแบบโทรศัพท์ตลอดจนแลกเปลี่ยนข้อมูลบนจอภาพหรือในเครื่องของผู้สนทนาแต่ละฝ่ายได้อีกด้วยโดยการทำงานแบบนี้จะอาศัย Protocol ช่วยในการติดต่อซึ่งมีชื่อว่า Internet Relay Chat (IRC) ซึ่งเป็น Protocol ชนิดหนึ่งบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สามารถทำให้ User หลายคนเข้ามาคุยพร้อมกันได้ผ่านตัวหนังสือแบบ Real time

ดังนั้น การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสนทนาออนไลน์ จึงเป็นข้อมูลที่เกิดจากอิสระทางความคิดในการที่จะสื่อสารถึงกัน ซึ่งอาจจะมีข้อมูลอ้างอิงหรือไม่ก็ได้

9. เว็บบอร์ด (Webboard) เป็นโปรแกรมที่ทำหน้าที่ในลักษณะเป็น กระดานสนทนา เป็นกระดานแจ้งข่าวสาร ข้อมูล และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน โดยใช้รูปแบบการแสดงผล HTML ที่นิยมใช้ใน World Wide Web โดยที่ เว็บบอร์ด อนุญาตให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ และผู้พัฒนาเว็บไซต์ สามารถตั้งหัวข้อกระทู้เพื่อประกาศข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ ซึ่งจะมีความแตกต่างจาก Guestbook ตรงที่ เว็บบอร์ดสามารถแยกหัวข้อต่าง ๆ ออกเป็นกระทู้ ๆ มีการโต้ตอบกันในการสนทนาในหัวข้อเดียวกันมากกว่า กล่าวได้ว่า เว็บบอร์ด คือการพัฒนาในรูปแบบใหม่ของระบบการสนทนาใน BBS (Bulletin Board System) ที่เคยได้รับความนิยม ก่อนที่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เว็บบอร์ดที่พบเห็นกันมีหลายรูปแบบ สำหรับข้อดี ของการ



ใช้เว็บบอร์ด คือ เป็นช่องทางในการติดต่อ ประกาศข่าวสาร ข้อมูล และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ ทำให้เกิดสังคม ในการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ระหว่างกลุ่มผู้เยี่ยมชม อีกทั้งผู้พัฒนาโฮมเพจ สามารถใช้เป็นช่องทางในการ ประกาศข่าวใหม่ ๆ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นได้ และสิ่งสำคัญที่สุดนั่นคือ ง่ายในการใช้งานแม้จะเป็นผู้เริ่มต้น เมื่อเทียบกับการใช้ Mailing list หรือ News Group (Dserver, 2544)

ดังนั้นเว็บบอร์ดนับเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่จะเป็นทางเลือกในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร โดยสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างกลุ่มผู้สนใจในเรื่องเดียวกัน

ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Selective Process)

1. ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับข่าวสาร

Schramm (1973. pp. 121-124) ได้กล่าวถึง ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละประเภท มีลักษณะเฉพาะตัว จึงตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้ โดยธรรมชาตินั้นบุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้โดยมีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนด ดังนี้คือ

1.1 ปัจจัยด้านบุคลิกลักษณะและจิตวิทยาส่วนบุคคล เป็นแนวคิดเชิงพฤติกรรมศาสตร์ที่มีรากฐานมาจากทฤษฎีจิตวิทยาที่ว่าด้วยสิ่งเร้าและตอบสนอง การเสริมแรง การลงโทษ และการเรียนรู้ ซึ่งมีแนวคิดที่ว่า "คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างจิตวิทยาส่วนบุคคล เป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลถึงระดับสติปัญญา ความคิด ทศนคติตลอดจน กระบวนการรับรู้ เรียนรู้ จูงใจ" นั่นคือ การสร้างรูปแบบที่ปัจเจกชนจะสร้างขึ้น เป็นลักษณะทางบุคลิกลักษณะส่วนตัว ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบพฤติกรรมการสื่อสาร โดยเฉพาะในแง่ของการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) การเลือกรับรู้ (Selective Perception) และการเลือกจดจำ (Selective Retention) ซึ่งแตกต่างกันไปตามกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of Reference) ที่สะสมมาแต่อดีต

1.2 ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของคนเราเนื่องจากคนเรามักจะยึดถือกลุ่มสังคมที่เราสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิงในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม กล่าวคือ เมื่อคนเรากระทำหรือแสดงความคิดเห็นไปในทางเดียวกับค่านิยมของกลุ่ม ก็จะได้รับค่านิยมชมชอบจากกลุ่มและการยอมรับเป็นพวกพ้อง ในทางตรงกันข้าม หากมีการขัดแย้งกับค่านิยมของกลุ่ม ก็อาจได้รับการลงโทษจากกลุ่ม ด้วยเหตุนี้คนเราจึงพยายามที่จะคล้อยตามกลุ่ม ทั้งในแง่ความคิด ทศนคติ ตลอดจนพฤติกรรม เพื่อให้ตนเองเป็นที่ยอมรับของกลุ่มทั้งในแง่ความคิด ทศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมนั่นเอง

1.3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เป็นแนวคิดเชิงทฤษฎีสังคมวิทยาและจิตวิทยาสังคม โดยนำเอาลักษณะพื้นฐานของคนบางประการที่เหมือนกันมาจัดแบ่งแยกบุคคลเข้าไว้เป็นประเภทเดียวกัน ซึ่งลักษณะพื้นฐานดังกล่าว ได้แก่ เพศ อาชีพ ลักษณะการศึกษา รายได้ เป็นต้น

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960, p. 19) สรุปว่า ส่วนใหญ่แล้วคนมีแนวโน้มที่จะเลือกรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความสนใจที่มีอยู่และทัศนคติของตนเอง แต่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่มีเนื้อหาขัดแย้งกับทัศนคติและความสนใจของตนเอง ซึ่งตรงกับไรท์ (Wright, 1972, p.109, อ้างอิงใน พิระ จิระโสภณ, 2540, หน้า 635) ได้แสดงความเห็นว่า คนจะเลือกรับสื่อที่เขาคิดว่ามีเนื้อหาที่เขาเห็นว่าน่าสนใจมากที่สุด และจะรู้สึกพึงพอใจกับเนื้อหาที่เห็นว่าสอดคล้องกับประสบการณ์และความคิดเห็นเดิมที่มีอยู่

จากปัจจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่าทั้ง 3 ปัจจัยย่อมมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ การรับรู้ และการตีความหมายของสาร ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือการเลือกรับข่าวสารมากขึ้น แสดงให้เห็นถึงการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสาร ซึ่งแต่ละบุคคลมีวัตถุประสงค์ความต้องการต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน

2. ทฤษฎีกระบวนการในการเลือกรับสารของมนุษย์

นักการสื่อสารและผู้เชี่ยวชาญ ได้สร้างทฤษฎีขึ้นเพื่อความเข้าใจถึงกระบวนการในการเลือกรับสารของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการ 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (พิระ จิระโสภณ, 2540, หน้า 636-639)

2.1 การเลือกเปิดรับหรือการเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ซึ่งมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทัศนคติเดิมของผู้รับสารตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) ซึ่งเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการส่งสารไปยังผู้รับสาร บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้วของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือความคิดเดิมของตน จะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางด้านจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า "ความไม่สอดคล้องกันทางด้านความเข้าใจ" ฉะนั้นการหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวผู้รับสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมของตนเอง เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน

ก็จะมีแนวโน้มในการแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

2.2 การเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา การเปิดรับข่าวสารอาจไม่เป็นไปตามเจตนาของผู้ส่งสาร เนื่องจากผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายของข่าวสารจึงไม่ได้อยู่ที่อักษร รูปภาพหรือคำพูด แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความเข้าใจ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะทางร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้นของตน ซึ่งในบางครั้งคนเราอาจจะบิดเบือนสารเพื่อให้สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของตนเอง ด้วย ดังนั้นการรับรู้และตีความจึงเป็นลักษณะจำเพาะทางจิตวิทยาของมนุษย์แต่ละคน

2.3 การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ความชอบ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมของตน และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือไม่ตรงกับความคิดของตน การเลือกจดจำเปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจถูกปฏิเสธ ตั้งแต่ขั้นแรกโดยการเลือกที่จะไม่เปิดรับข่าวสาร ในกรณีผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้รับสารอาจจะพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจหรือตามความต้องการของตนเอง หากข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายที่แตกต่างได้ ผู้รับสารก็ได้โอกาสโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นขั้นสุดท้าย โดยเลือกจดจำเฉพาะบางส่วนที่ตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของคนเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยาก

นอกจากนี้ ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อมวลชน โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ (ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, 2531, หน้า 110)

1. สารสนเทศ

1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก

1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในทางปฏิบัติหรือความคิดเห็น และในการตัดสินใจ

1.3 สนองต่อความอยากรู้อยากเห็น สนองต่อความสนใจ

1.4 ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง

1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคงโดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. สร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
 - 2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
 - 2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
 - 2.3 แสดงออกพร้อมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
 - 2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตัวเอง
3. การรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - 3.1 มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
 - 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
 - 3.3 นำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - 3.4 ใช้แทนเพื่อน
 - 3.5 ช่วยในการดำเนินบทบาททางสังคม
 - 3.6 สร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. ความบันเทิง
 - 4.1 การหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
 - 4.2 การผ่อนคลาย
 - 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ และได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
 - 4.4 ปลดปล่อยอารมณ์
 - 4.5 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

Everett M, Roger (1978, p. 291 อ้างอิงใน วิไลลักษณ์ ชมภูศรี, 2544, หน้า 45) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารคือ ในกระบวนการสื่อสารจะประกอบไปด้วย องค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญได้แก่

1. ผู้ส่งสาร (Source)
2. สาร (Message)
3. สื่อ (Media)
4. ผู้รับสาร (Receiver)

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ มีความสำคัญยิ่งในการที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา

สื่อ (Media) เป็นหนทางหรือวิถีทางที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ (สนั่น ปัทมะทิน, 2528, หน้า 3) หรือกล่าวได้ว่า สื่อคือพาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อบุคคล (Personal Media) นั่นเอง (เสถียร เขยประทับ, 2528, หน้า 32)

1. สื่อมวลชน

หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้รับสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว มีหลายประเภท เช่น วิทยุ วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อมวลชนที่ใช้การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ อินเทอร์เน็ต

สื่อมวลชนในกระบวนการสื่อสารมวลชน เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปที่แตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ 2 ประการคือ (วิไลลักษณ์ ชมภูศรี, 2544, หน้า 45)

1. กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชน ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จักหรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

2. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชนจะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง (Audio-Visual Transmitter) ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper อ้างอิงใน ประมว สตะเวทิน, 2533, หน้า 142) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของประชาชน ไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็นค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติ ปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ และพฤติกรรมเหล่านี้ติดมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่

สอดคล้อง หรือขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือ เลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชน ในสังคมเสรีนิยมซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชน ไหนดี

2. อิทธิพลสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจในมเียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้
ในกรณีที่บุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยม
ใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพล
ในลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ในทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

เมลวิน แอล เดอเฟลอร์ (De Fleur, 1970 อ้างอิงใน วิไลลักษณ์ ชมภูศรี 2544, หน้า 47) ได้แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลไว้ 4 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างของแต่ละบุคคลกล่าวคือ โครงสร้างทางบุคลิกภาพ ส่วนบุคคลที่แตกต่างกันเช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อ จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดแบบ การรับรู้หรือการเรียนรู้ของมนุษย์ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และข่าวสารต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ตามทฤษฎีนี้ สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลในแง่สร้างการเรียนรู้ หรือย้ำในสิ่งที่เขาอยู่แล้ว

2. ทฤษฎีการจัดประเภททางสังคม กล่าวคือ บุคคลในกลุ่มเดียวกันย่อมจะ เปิดรับสารและมีการปฏิบัติตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากความ ใกล้ชิดสนิทสนม ผูกพันของกลุ่ม ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อกลุ่มคนเหล่านี้ ก็ต่อเมื่อส่งมาใน ลักษณะที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของกลุ่ม

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ภายในกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร นักสังคมวิทยาชนบทเชื่อว่าเครือข่ายของ ชาวนามีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับ หรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ และชาวชนบท เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข่าวสาร และการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมของบุคคลในสังคม นั้นในกรณีเช่นนี้สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) เข้าร่วมด้วย

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางสังคม กล่าวคือ พฤติกรรมของบุคคลอาจขึ้นอยู่กับ บรรทัดฐานและสภาพแวดล้อมทางสังคม ถ้าสื่อมีเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานทางสังคม สื่อมวลชนอาจเพียงย้ำบรรทัดฐานเดิม และสร้างบรรทัดฐานใหม่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ฉะนั้นจึงอาจ กล่าวได้ว่าสื่อมวลชนทำหน้าที่ทางอ้อม 3 ประการคือ

4.1 สื่อมวลชนจะส่งเสริมสนับสนุนหรือยับยั้งบรรทัดฐานทางสังคมให้ดำรงอยู่ ตลอดไป

4.2 สื่อมวลชนจะสามารถสร้างความรับผิดชอบร่วมกันให้เกิดขึ้นในสังคม

4.3 สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบอย่างการดำเนินชีวิตและ พฤติกรรมของบุคคล โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่ แต่ต้องใช้เวลา

เออร์วิน พี เบตทิงฮอส (Ervin P. Bettinghaus, 1968 อ้างอิงใน วิไลลักษณ์ ชมภูศรี, 2544, หน้า 48) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคมไว้ว่า สื่อมวลชน เป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ สิ่งที่สื่อมวลชน เปลี่ยนแปลงได้มากที่สุดคืออารมณ์ ส่วนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมยังไม่ปรากฏผลจากการวิจัย แน่นนอนว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมแต่อย่างใด กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากการ สื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้น

2. สื่อบุคคล (Personal Media)

สื่อบุคคลหมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป

การสื่อสารระหว่างบุคคล โรเจอร์ และ ชูเมเกอร์ (Roger and Sheomaker, unpaged อ้างอิงใน วิไลลักษณ์ ชมภูศรี, 2544, หน้า 48) ได้กล่าวไว้ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไปหรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุดที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มากในกรณีที่ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย

ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิกิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้โดยทันที จึงเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มากในการใช้เครื่องชักจูงโน้มน้าวใจผู้รับสาร ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล ได้แก่ (เสถียร เขยประทับ, 2528, หน้า 33)

1. สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบบุคคลวิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุง แก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน การที่ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิกิริยาตอบสนองหรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับสูง สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสารและการเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติฝังรากลึกได้ การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้แบ่งออกเป็น การติดต่อสื่อสารโดยตรง และการติดต่อสื่อสารโดยกลุ่มดังนี้

1. การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารสงสัย หรือไม่เข้าใจก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำเร็จข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสารสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจจึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก ล้มเปลืองเวลา และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือการติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนร่วม กลุ่มต่างๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ ดังที่ บลูเมอร์ (Blumer, 1969, unpaged อ้างอิงใน วิไลลักษณ์ ชมภูศรี, 2544, หน้า 49) “สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมของบุคคล เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจไปในทางนั้นด้วย” การติดต่อโดยกลุ่มนี้อาจทำได้โดยการประชุม อภิปราย และสนทนาภายในกลุ่มคือ จัดกลุ่มคนที่มีความสนใจกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบ ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสาร

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการด้านการสื่อสารส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

ความหมายของความรู้ มีผู้ให้ความหมายของความรู้ดังนี้

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good, 1973, p.325 อ้างอิงใน อรุณฯ งามขาว, 2543, หน้า 19) ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างมีเหตุผล บุคคลนั้นควรจะต้องรู้เรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้นเพื่อประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่สนับสนุน และให้คำตอบข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ ชัดเจน ให้บุคคลเกิดความเข้าใจและมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่าง ๆ ด้วย

พจนานุกรม (The Lexiticon Webster Dictionary Encyclopedia Edition, 1977 อ้างอิงใน ฐาปนกรณ์ ทองคำนุช, 2552, หน้า 25) ได้ให้คำจำกัดความ ความรู้ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์และโครงสร้างที่เกิดขึ้นจากการศึกษาหรือเป็นความรู้ที่เกี่ยวกับสถานที่ สิ่งของ หรือบุคคล ซึ่งได้จากการ สังเกต ประสบการณ์ หรือรายงาน การรับรู้ข้อเท็จจริงเหล่านี้ต้องชัดเจน และต้องอาศัยเวลารวมถึง การนำความรู้ความเข้าใจไปใช้ในสถานการณ์จริงได้ตามขั้นตอน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

เบนจามิน เอส. บลูม (Benjamin S. Bloom อ้างอิงใน ชม ภูมิภาค, 2523, หน้า 284-285) ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า ความรู้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะ ระลึกถึงวิธีและกระบวนการต่าง ๆ หรือระลึกถึงแบบกระบวนโครงสร้าง วัตถุประสงค์ ในด้าน ความรู้ที่ย่ำในเรื่องกระบวนการทางจิตวิทยาของความจำ เป็นกระบวนการเชื่อมโยงเกี่ยวกับการจัดระเบียบใหม่

จากความหมายดังกล่าวผู้วิจัย สรุปได้ว่า ความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริงที่เกิดจากการศึกษา ประสบการณ์ ที่มนุษย์ได้รับ นำไปสู่ความเชื่อ ทศนคติในเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งสามารถให้ คำตอบในเรื่องนั้น ๆ ได้ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับความรู้ซึ่งเป็นตัวแปรแรกที่ได้รับ อิทธิพลมาจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่เผยแพร่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากการเข้าไปศึกษาซึ่งส่งผลต่อตัวแปรขั้นต่อไป คือ ทศนคติ

2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

ความหมายของทัศนคติ มีผู้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ดังนี้

สุรพงษ์ ไชยชนะเสถียร (2533, หน้า 122) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทศนคติ (Attitude) เป็นตัวชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจน สถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

เอนกกุล กริแสง (2521, หน้า 147) ให้ความหมายไว้ว่า ทศนคติหมายถึง ระบบของ ความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมที่มีต่อสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งในด้านที่เกี่ยวกับ ตัวบุคคล สิ่งของ และความคิดเห็น ทศนคติเป็นแรงขับที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคล พิจารณาความสำคัญของสถานการณ์ต่าง ๆ ในสังคม และมีอิทธิพลต่อการแสดงปฏิกิริยา ตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตน

เคนด์เลอร์ (Kendler, 1974, unpagged) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทศนคติ คือ ความพร้อมของแต่ละบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมที่จะสนับสนุนหรือต่อต้านประสบการณ์ บุคคล สถาบัน หรือแนวความคิดบางอย่าง การแสดงออกของทัศนคติแบ่งออกเป็นพฤติกรรมใหญ่ ๆ 2 ลักษณะคือ ลักษณะพึงพอใจ ซึ่งเรียกว่า ทศนคติแบบบวก และลักษณะไม่พึงพอใจ ซึ่งเรียกว่า ทศนคติแบบลบ

ซี.อี. ออสกูด (อ้างอิงใน อรรถวรรณ ปิรันธโรวาท, 2537, หน้า 21) ให้ความหมายของ ทศนคติ ไว้ว่า ทศนคติหมายถึงแนวโน้มของคน คนหนึ่งที่มีต่อสิ่งเร้าหรือเรื่องบางเรื่อง รวมถึง ผลรวมของความรู้สึก อคติ ความกลัว ความคิด และความรู้สึก อื่นๆ ที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ

แอจเซน (Ajzen) และ ฟิชเบิน (Fishbein) (อ้างอิงใน ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2534, หน้า 76) กล่าวว่า นักจิตวิทยาและผู้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติ เห็นพ้องต้องกันว่า ทัศนคติจะเป็นตัวแทนที่แสดงถึงการประเมินผลของบุคคล ซึ่งสะท้อนถึงความรู้สึก อารมณ์ ตามทฤษฎีทางทัศนคติ เชื่อว่า ทัศนคติสามารถเรียนรู้ได้ ดังนั้นจึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ขณะเดียวกันก็สามารถคงอยู่ภายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทัศนคติเป็นสิ่งที่กระตุ้นพฤติกรรมการปฏิบัติของบุคคล บุคคลปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งสืบเนื่อง (ส่วนหนึ่ง) มาจากทัศนคติ และพฤติกรรมนั้น ๆ จะสอดคล้องกับทัศนคติด้วย

จากความหมายของทัศนคติ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ผลรวมของความรู้สึกของคนคนหนึ่ง ที่มีต่อเรื่องหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งอาจจะเกิดขึ้นได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้ประสบการณ์ที่ได้รับและจะส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมด้วย

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติ

ฟรอสเตอร์ (Froster, 1952, หน้า 119) กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อบุคคล หรือสถานการณ์ ทัศนคติเกิดในตัวบุคคลจากการได้พบเห็น ค้นเคย ได้ทดลอง เป็นต้น ถือได้ว่าเป็นประสบการณ์โดยตรง (Direct Experience) และการได้ยิน ได้ฟัง ได้เห็น หรือได้อ่านเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ แต่ก็ไม่ได้พบเห็น หรือไม่ได้ทดลองกับของจริงด้วยตนเอง ซึ่งถือว่าเป็นประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience)
2. ค่านิยมและการตัดสินค่านิยม เนื่องจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีค่านิยมและตัดสินค่านิยมไม่เหมือนกัน คนแต่ละกลุ่มอาจมีทัศนคติต่อสิ่งเดียวกันแตกต่างกันก็ได้

ภาควิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2523, หน้า 238) ได้อธิบายถึงการเกิดทัศนคติ ไว้ดังนี้

ทัศนคติไม่ใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด ทัศนคติของบุคคลเกิดขึ้นได้จากสิ่งต่างๆ ต่อไปนี้

1. จากการเรียนรู้ ทั้งการเรียนรู้อันเนื่องมาจากการอบรมเลี้ยงดูตั้งแต่เด็ก หรือจากการเอาอย่าง (Identification) หรือรับถ่ายทอดทัศนคติที่มีอยู่แล้ว ซึ่งในกรณีนี้ทัศนคติเกิดขึ้นเนื่องจากบุคคลได้รับการถ่ายทอดทัศนคติจากบุคคลที่เขามีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เช่น พ่อแม่ เพื่อน ครู ฯลฯ
2. จากประสบการณ์ที่สะสมกันมาของบุคคลเช่น เด็กบางคนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อเพื่อนรุ่นเดียวกันเนื่องจากถูกเพื่อนรุ่นเดียวกัน รังแกบ่อย ๆ เด็กคนนั้นเลยหันไปเล่นกับผู้ใหญ่หรือเด็กกว่า เป็นต้น

3. จากประสบการณ์ที่เป็นผลทำให้เราจดจำไปนาน เป็นประสบการณ์ที่อาจเกิดขึ้นทันทีทันใด หรือเกิดขึ้นอย่างแทบไม่น่าเชื่อว่าจะเป็นไปได้ เช่น เรารับประทานอาหารอย่างหนึ่งที่ไม่นึกว่าจะทำให้เราไม่สบาย แต่เกิดทำให้เราอาเจียนลงท้องอย่างแรง ทำให้เรามีทัศนคติที่ไม่ดีต่ออาหารนั้น และจะเลี่ยงไม่รับประทานอาหารนั้นอีก

4. จากบุคลิกภาพ (Personality) ของผู้นั้น บุคคลแต่ละคนไม่ใช่จะรับเอาวัฒนธรรมหรือทัศนคติของคนหมู่มากมามีอิทธิพลต่อทัศนคติของเขาโดยสิ้นเชิง แต่ทัศนคติขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย เช่น คนที่ชอบเก็บตัว เจ้าระเบียบ ถือเอาความคิดเห็นของตนเป็นใหญ่ และค่อนข้างจะมีอำนาจเหนือผู้อื่น มักจะรับความคิดเห็นหรือทัศนคติของกลุ่มมาเพียงเล็กน้อย

5. จากสื่อมวลชนต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ล้วนมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลทั้งสิ้น เพราะสิ่งเหล่านี้จะให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ประชาชน ในการที่จะสร้างทัศนคติต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นได้

6. จากความต้องการที่จะสมปรารถนาในสิ่งนั้น บุคคลจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งต่าง ๆ หรือบุคคลที่ทำให้ความต้องการของเขาสมปรารถนา เช่น นายวินัยมีทัศนคติที่ดีต่อผู้บังคับบัญชา เพราะเป็นผู้สนับสนุนให้เขาประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานเป็นต้น

ประเภทของทัศนคติ

ทัศนคติที่บุคคลแสดงออก มีอยู่ 3 ประเภท คือ (Ajzen and Fishbein อ้างอิงใน ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2534, หน้า 76)

1. ทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่จะชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่น และสิ่งแวดล้อมรอบตัว รวมทั้งอาจมีส่วนทำให้คนหรือกลุ่มคนตัดสินใจมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมด้วย

2. ทัศนคติทางลบ (Negative Attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลมีความรู้สึกที่ไม่ดี หรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลอื่นและสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งเป็นทิศทางตรงกันข้ามกับทัศนคติทางบวก ทัศนคติทางลบมักจะเกิดขึ้นร่วมกับความไม่พอใจ อันจะมีผลทำให้เกิดความไม่สงบขึ้นในองค์กร หรือสังคมได้

3. ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) ผู้มีทัศนคตินิ่งเฉยอาจเป็นเพราะว่าเขาไม่มีความคิดเห็นต่อบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่าง ๆ ดังนั้น จึงไม่มีความรู้สึกใด ๆ เกิดขึ้นกับบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่าง ๆ นั้นด้วย

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ทัศนคติของบุคคลเปลี่ยนแปลงได้เนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ได้แก่ การได้รับรู้ข้อมูลใหม่จากบุคคลอื่น หรือโดยผ่านจากสื่อมวลชน หรือโดยการได้รับประสบการณ์ตรง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบด้านความเข้าใจ ซึ่งมีผลทำให้องค์ประกอบด้านความรู้สึกและพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งสาเหตุการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ได้แก่ (ภาควิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2523, หน้า 243-244)

1. ความสอดคล้องกันระหว่างความคิดความเข้าใจ และความรู้สึก นั่นคือ เมื่อบุคคลมีความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใด บุคคลจะมีความคิด ความเข้าใจในสิ่งนั้นในลักษณะดังกล่าวด้วยเช่นกัน ดังนั้นถ้าบุคคลได้รับข้อมูลมาใหม่หรือประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งทำให้องค์ประกอบด้านความรู้สึกของบุคคลเปลี่ยนแปลงไป ก็จะมีผลทำให้ความคิดความเข้าใจของคน ๆ นั้น เปลี่ยนแปลงไปด้วย
2. ความสอดคล้องกันระหว่างความรู้สึก ความคิด ความเข้าใจ และพฤติกรรม เมื่อไรก็ตามที่บุคคลต้องกระทำอย่างหนึ่งอย่างใด โดยที่การกระทำนั้นเป็นการกระทำที่เขาไม่เชื่อถือ อึดอัดใจ เนื่องจากการกระทำนั้นไม่สอดคล้องกับความเชื่อ ในกรณีนี้บุคคลจะเกิดความขัดแย้งขึ้น เนื่องจากความเข้าใจของตนขัดแย้งกัน บุคคลจึงต้องพยายามทำอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อลดความขัดแย้งนั้น วิธีการหนึ่งก็คือเปลี่ยนความเชื่อหรือทัศนคติของตนให้สอดคล้องกับการกระทำของตน
3. การถูกบังคับให้ยินยอม การถูกบังคับขู่เข็ญหรือหรือลงโทษมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติเช่นกัน แต่มักจะสำเร็จเฉพาะการเปลี่ยนทัศนคติทางองค์ประกอบด้านพฤติกรรมเท่านั้น เช่น การบังคับในลักษณะของกฎข้อบังคับ กฎหมาย บทบัญญัติต่าง ๆ
4. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และอิทธิพลของกลุ่มที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิก บุคคลอาจเปลี่ยนทัศนคติคล้อยตามกลุ่มเพื่อน เพื่อให้เข้ากลุ่มเพื่อนได้ เช่น เมื่อบุคคลเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มซึ่งอาจจะขัดแย้งกับทัศนคติเดิมที่มีอยู่ ทำให้เกิดภาวะตึงเครียดในการที่แสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดของตน ในภาวะเช่นนี้จึงทำให้บุคคลเปลี่ยนทัศนคติไปตามสถานการณ์นั้น
5. การเสริมแรงและการลงโทษ เมื่อบุคคลมีประสบการณ์ที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เนื่องจากได้รับการเสริมแรง บุคคลจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น และในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลมีประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเนื่องจากถูกลงโทษ บุคคลก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น
6. การสื่อสารมวลชน สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนไม่ว่าจะเป็นคำแถลงการณ์ทางวิทยุ ทางหนังสือ หนังสือพิมพ์ และวารสารต่าง ๆ รวมทั้ง

โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่อย่างไรก็ดีสื่อมวลชนเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติได้มากน้อยแค่ไหนนั้น ต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการคือ

6.1 แหล่งข้อมูล (Source) เราจะต้องพิจารณาที่ลักษณะของผู้ให้ข้อมูลเช่นเป็นผู้ที่มีความสามารถ มีความน่าเชื่อถือ มีเสน่ห์น่าฟังพอใจ มีความคุ้นเคยกับผู้รับข้อมูล มีท่าที่เป็นศัตรูหรือเป็นผู้มีอำนาจ คุณสมบัติเหล่านี้จะมีส่วนในการยอมรับข้อมูลของผู้รับข้อมูลอย่างมาก

6.2 วิธีให้หรือเสนอข้อมูล (Channel) การเสนอข้อมูลนั้นเป็นการเสนอข้อมูลด้านดีหรือไม่ดีเพียงด้านหนึ่งเท่านั้น หรือว่าเสนอข้อมูลทั้งด้านดีและไม่ดีพร้อมกัน วิธีการให้ข้อมูลที่ต่างกันจะมีผลทำให้ทัศนคติของบุคคลต่างกันไปด้วย

6.3 ลักษณะข้อมูล (Message) ลักษณะของข้อมูลเป็นอย่างไร เช่น กระตุ้นให้เกิดความกลัว ชี้ให้เห็นถึงความไม่เป็นธรรมในสังคม เป็นต้น

6.4 ผู้รับข้อมูล (Audience) ผู้รับข้อมูลมีลักษณะและคุณสมบัติอย่างไร เช่น เพศ อายุ สถิติปัญญา การศึกษา ประสบการณ์เดิมของผู้รับข้อมูล บุคลิกภาพของผู้รับข้อมูล เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

ความหมายของพฤติกรรม

ประสาธ อิศรปริดา (2522, หน้า 13) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมหมายถึง กิริยาอาการ การกระทำ หรือกิจกรรมทุกชนิดของมนุษย์หรือสัตว์ ซึ่งกิจกรรมหรือการกระทำนั้นอาจเป็นการกระทำที่เฉพาะเจาะจงหรือไม่ก็ได้ หรืออาจเป็นกิจกรรมที่แสดงออกให้ปรากฏเห็นได้ (Overt Behavior) หรือเป็นอาการกับกิริยาภายในซึ่งผู้อื่นไม่สามารถสังเกตเห็น หรือสังเกตเห็นได้ยาก(Invert Behavior) เช่น ความรู้สึก การจำ การคิด ฯลฯ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526, หน้า 15) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ เช่น การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ เป็นต้น

องค์ประกอบของพฤติกรรม (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2522, หน้า 1-3)

1. พฤติกรรมด้านพุทธิปัญญา (Cognitive Domain) พฤติกรรมด้านนี้เกี่ยวข้องกับ การรู้ การจำข้อเท็จจริงต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาความสามารถและทักษะทางสติปัญญา การใช้ วิจารณ์ญาณเพื่อประกอบการตัดสินใจ พฤติกรรมด้านพุทธิปัญญานี้ ประกอบด้วยความสามารถระดับต่าง ๆ ซึ่งเริ่มต้นจากการรู้ในระดับง่าย ๆ และเพิ่มการใช้ความคิดและพัฒนาสติปัญญา มากขึ้นเรื่อย ๆ

2. พฤติกรรมด้านทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึก ความชอบ (Affective Domain) พฤติกรรมด้านนี้หมายถึงความถึง ความสนใจ ความรู้สึก ทำที่ ความชอบ ไม่ชอบ การให้คุณค่า การรับ การเปลี่ยน หรือปรับปรุงค่านิยมที่ยึดถืออยู่ พฤติกรรมด้านนี้ยากต่อการอธิบายเพราะเกิดภายในจิตใจของบุคคลซึ่งจะต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการวัดพฤติกรรมเหล่านี้ เพราะความรู้สึกภายในของคนนั้นยากต่อการที่จะวัดจากพฤติกรรมที่แสดงออกมาภายนอก

3. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (Psychomotor Domain) พฤติกรรมนี้เป็นการใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมทั้ง การปฏิบัติ หรือพฤติกรรมที่แสดงออกจะสังเกตได้ในสถานการณ์หนึ่ง ๆ หรืออาจจะเป็นพฤติกรรมที่ล้าช้า คือ บุคคลไม่ได้ปฏิบัติทันที แต่คาดคะเนว่าอาจปฏิบัติในโอกาสต่อไป

ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP Theory)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, หน้า 118-125) กล่าวว่า ทฤษฎี KAP เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับ 3 ตัวแปรคือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อดังคม โดยมีหลักการว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมมีความเชื่อมโยงกัน ดังนั้น การที่จะมีการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติก่อนโดยการให้ความรู้

ความรู้ (Knowledge) ในที่นี้หมายถึงการรับรู้เบื้องต้นซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่าง ความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายในที่ผู้อื่นจะรับรู้ได้จากการอนุมานมากกว่าการสังเกตได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม ความรู้อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ต่อไป ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้น อาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 รูปแบบ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารสังคมมักสร้างความสับสนให้กับสมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนะนั้นส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ นวัตกรรมนั้น ๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of the Belief System) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านั้น ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นชัดเจนยิ่งขึ้น

ทัศนคติหรือทัศนคติ (Attitude) เป็นคำที่สับสนในความหมายแม้จะยอมรับกันทั่วไปว่าทัศนคติสามารถเป็นดัชนี (Index) ว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจสื่อถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจะเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นพรมแดนเชื่อมโยงระหว่างความรู้กับพฤติกรรม สำหรับนิยามของทัศนคตินี้ นักวิชาการมีความเห็นแตกต่างกันออกไป โดยนักวิชาการส่วนหนึ่งเห็นว่าทัศนคติประกอบด้วยความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมทำให้นิยามของทัศนคติกลายเป็นผลของความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมสำหรับนักวิชาการอีกส่วนหนึ่งใช้ทัศนคติในความหมายที่เป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งในประเด็นนี้ทัศนคติจะเป็นเพียง Affective หรือ Emotional หรือ Feeling เท่านั้น

สำหรับในทฤษฎี KAP นั้นทัศนคติเป็นผลกระทบที่เกิดจากสารสนเทศที่ส่งออกไป เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกขัดหรือห่างต่อสารสนเทศนั้น ๆ ความใกล้ชิดหรือความห่าง หมายถึง องศา (ความเข้มข้น) ของความวิตกกังวลหรือความผูกพันในประเด็นที่มากกระทบผู้รับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

พฤติกรรม (Practice) พฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากการมีความรู้และทัศนคติที่ต่างกัน ความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดขึ้นได้ก็เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างกันในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ

จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สังคมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล พฤติกรรมที่ถูกโน้มน้าวโดยการสื่อสารนั้น อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้หรือการตอบสนองต่อสื่อ (S-R) ซึ่งมักจะมีมูลฐานจากการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก ในบางครั้งสื่อและความพยายามของการสื่อสารในปัจจุบัน จึงพยายามทำให้บุคคลมีพฤติกรรมเพื่อส่วนรวมของสังคมหรือเพื่อผู้อื่น (Altruistic Prosocial Behavior) ดังนั้น การกระจายการสื่อสารในสังคม จึงมิได้มุ่งหวังผลเฉพาะบุคคลเช่นทฤษฎีเก่า ๆ แต่มุ่งหวังที่จะให้มนุษย์มีพฤติกรรมที่อยู่ร่วมกันได้โดยสันติ ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้น จากการปลูกสำนักผู้รับสาร มิใช่เกิดจากการครอบงำของผู้ส่งสารแต่เพียงฝ่ายเดียวโดยทั่วไป การโน้มน้าวพฤติกรรมการสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้ทุกระดับ ตั้งแต่ระดับปัจเจกชน คนข้างเคียง (กลุ่ม) จนถึงระดับสังคม (สถานการณ์) การโน้มน้าวพฤติกรรมในทุกระดับของการสื่อสารสังคม อาจผ่านสื่อโดยอาศัยวิธีการ เช่น

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตามไม่ว่าด้วยภาพหรือเสียง
2. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณา ปราณี ยอมแพ้เพื่อความเป็นพระก็อาจโน้มน้าวผู้คนให้ยอมรับได้
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นใจ (Internalized Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้นเพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธาและเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล (Reward) เช่นการลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้ซื้อสินค้าชิ้นนั้น ๆ

ผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)

ทั้งการกระตุ้นและการหยุดยั้ง เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจวิจัยต่อประเด็นปัญหา การจัดหายุทธวิธีดำเนินงาน และการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

จากทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมสามารถเกิดขึ้นได้โดย ผู้รับสารอาศัยสื่อต่าง ๆ ในการเปิดรับความรู้ เมื่อมีความรู้จึงส่งผลต่อทัศนคติซึ่งประกอบไปด้วย อารมณ์หรือความรู้สึกที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ที่สังคม ทำให้เกิดพฤติกรรมหรือการแสดงออกที่แตกต่างกัน ดังนั้น ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้กำหนดให้ สื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม เป็นตัวแปรในการวิจัย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ พบว่า มีงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์ต่อกันงานวิจัยครั้งนี้ และสามารถเป็นพื้นฐานความรู้อ้างอิงให้กับการศึกษาครั้งนี้ได้ ดังนี้

วิไลลักษณ์ ชมภูศรี (2544) ได้ศึกษาถึง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่าการเปิดรับข่าวสารข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อต่าง ๆ เฉลี่ยในระดับปานกลาง มีความรู้และ ทักษะต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่มีความสัมพันธ์กับทักษะ แต่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ นักท่องเที่ยว ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทักษะ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ทักษะต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ณัฐชามณู สุวิทยพันธุ์ (2545) ได้ศึกษาถึง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับปานกลาง มีทักษะที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ และมีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์, การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทักษะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์, การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์, ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทักษะ และ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ทักษะต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์

ปวเรศ เลขะวรรณ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต ในการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดว่าอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ตคือ เพื่อรับข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่ในระดับสูงซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ส่วนความถี่ในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่จะใช้สื่อ

อินเทอร์เน็ต เพื่อการให้ความบันเทิง เช่นเล่นเกม ฟังเพลงอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาคือ การสืบค้นข้อมูล ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.10 และเว็บไซต์ที่เข้าไปใช้และชื่นชอบสูงที่สุดคือ เว็บไซต์กูเกิล (Google) คิดเป็นร้อยละ 15.8 รองลงมาคือ เว็บไซต์เดกดี (WWW.Dek-d.com) คิดเป็นร้อยละ 11.0 และเหตุผลที่เข้าไปใช้บริการเว็บไซต์ที่ชื่นชอบสูงที่สุดคือ ส่วนใหญ่จะเข้าไปเพราะสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้คิดเป็นร้อยละ 14.0 รองลงมาคือใช้เพราะชอบรายการที่ให้ความบันเทิง และมีเพื่อนเยอะมาก คิดเป็นร้อยละ 5.8

สุรินทร์ อังคะวาทีน (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหารายการทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทุกวัน โดยพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเปิดรับข้อมูลผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ในลักษณะการเปิดรับจากเว็บสืบค้นข้อมูลมากที่สุด และหากกลุ่มตัวอย่างต้องการรับข้อมูลผ่านทางบุคคล ก็จะเลือกรับข้อมูลผ่านทางเพื่อนของตนเอง โดยเลือกรับชมรูปแบบรายการวิดีโอเพลงมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีการอภิปรายผลการศึกษว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต ควรจะผลิตรูปแบบรายการที่มีความน่าสนใจและหลากหลายเพื่อเป็นประโยชน์ต่อกระบวนการเรียนรู้ของประชาชนให้มากขึ้น สื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายไม่สามารถเข้าถึงได้โดยตรงดังนั้น ในการสร้างหรือกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ จึงจำเป็นต้องใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเปิดรับ เช่น การสร้างเครือข่ายทางสังคม (Social Network) เพราะเนื่องจากสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากในการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเลือกที่จะเปิดรับหรือไม่เปิดรับ

ฐานัทน์ ชมภูพล (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับการสาธิตการใช้เครื่องสำอางผ่านสื่อออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้หญิงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้ศึกษาถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสื่อสารด้วยการสาธิตการใช้เครื่องสำอางผ่านสื่อออนไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเข้าชมเว็บไซต์ หรือ บล็อก ที่เกี่ยวกับการสาธิตการใช้เครื่องสำอาง 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด และการเปิดรับข้อมูลการสาธิตการใช้เครื่องสำอางผ่านเว็บไซต์ หรือ บล็อก ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลการสาธิตการใช้เครื่องสำอางผ่าน เว็บไซต์ www.pantip.com (ห้องใต้เครื่องสำอาง) มากที่สุด

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (Nectec) (อ้างอิงใน วลีวัลย์ อมรรัตน์กุล, 2554, หน้า 29) ได้สำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประจำปี พ.ศ. 2550 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 28,582 คนพบว่า เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ยังคงเป็นกลุ่มใหญ่นิยมที่นิยมกิจกรรม

ออนไลน์สุดฮิตในยุคนี้ ทั้งการสนทนาออนไลน์ การเล่นเกม การอ่านหรือเขียนบล็อก และเว็บบอร์ด มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ซึ่งกลุ่มอายุที่เข้ามาตอบแบบสอบถามมากที่สุด อยู่ในระดับอายุตั้งแต่ 20-30 ปี ทำให้กิจกรรมที่ที่ทำบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุดของคนกลุ่มนี้ โดยอันดับ 1 เป็นการสืบค้น ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 22.9 รองลงมาเป็นอีเมล คิดเป็นร้อยละ 20.5



บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงราย มีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ทำการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 1,430,375 คน (ภาพรวมสรุปประมาณการ สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จังหวัดเชียงราย ปี พ.ศ. 2552 จาก : ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศจังหวัดเชียงราย)

กลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลนักท่องเที่ยว ที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่มีเป็นจำนวน 1,430,375 คน (ภาพรวมสรุปประมาณการ สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จังหวัดเชียงราย ปี พ.ศ. 2552 จาก : ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศจังหวัดเชียงราย) ผู้วิจัยเลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยอาศัยสูตรคำนวณของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1970 หน้า 125) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่างประมาณ 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่าง สามารถคำนวณได้ จากสูตรดังต่อไปนี้

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

เมื่อ n = จำนวนประชากรตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากรทั้งหมด
 e = ความคลาดเคลื่อนที่กำหนดว่าจะให้มีระดับนัยสำคัญเป็น 0.05
 (ค่าความเชื่อมั่นที่ 95 %)

ทำการแทนค่า $N = 1,430,375$ ในสูตรของ Taro Yamane

$$n = \frac{1,430,375}{1 + 1,430,375(0.05)^2}$$

$$n = 399.999 \text{ (ประมาณ 400)}$$

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น ตามวัตถุประสงค์แนวทาง ที่ตั้งไว้ และตามแนวความคิดงานวิจัยที่ใกล้เคียงของผู้ที่ได้ทำวิจัยมาแล้ว โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-End Question) โดยมีระดับการวัดดังนี้

- | | |
|--------------|--|
| 1.1 เพศ | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 1.2 อายุ | ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) |
| 1.3 การศึกษา | ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) |
| 1.4 อาชีพ | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 1.5 รายได้ | ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) |

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-End Question) เพื่อแสดงระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert (Rating Scale) ในการวัดที่ให้ผู้ประเมินค่าเป็น 5 ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) คือ เปิดรับมากที่สุด เปิดรับมาก เปิดรับปานกลาง เปิดรับน้อย เปิดรับน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ถ้าผู้ตอบตอบว่า มากที่สุด	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 5
ถ้าผู้ตอบตอบว่า มาก	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 4
ถ้าผู้ตอบตอบว่า ปานกลาง	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3
ถ้าผู้ตอบตอบว่า น้อย	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2
ถ้าผู้ตอบตอบว่า น้อยที่สุด	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1

เกณฑ์การแปลผลคะแนนที่ได้ ใช้สูตรดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80	หมายถึง ระดับการเปิดรับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60	หมายถึง ระดับการเปิดรับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40	หมายถึง ระดับการเปิดรับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20	หมายถึง ระดับการเปิดรับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00	หมายถึง ระดับการเปิดรับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) โดยการวัดค่าตัวแปรเกี่ยวกับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากคำถามจำนวน 10 ข้อ ในลักษณะคำถามแบบถูก ผิด หากผู้ตอบแบบสอบถามตอบถูกได้ 1 คะแนน หากตอบผิดได้ 0 คะแนน โดยคะแนนต่ำสุดที่จะเป็นไปได้ คือ 0 และคะแนนสูงสุดที่จะเป็นไปได้คือ 10 คะแนน เมื่อได้คะแนนรวมของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 400 คนแล้ว มีเกณฑ์แปลผลการให้คะแนน ดังนี้

ตอบถูกระหว่าง 1-3 คะแนน หมายถึง มีความรู้น้อย

ตอบถูกระหว่าง 4-7 คะแนน หมายถึง มีความรู้ปานกลาง

ตอบถูกระหว่าง 8-10 คะแนน หมายถึง มีความรู้มาก

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert (Rating Scale) ในการวัด ที่ให้ผู้ประเมินค่าเป็น 5 ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จากคำถามจำนวน 12 ข้อ โดยมีทั้งข้อความเชิงบวกและข้อความเชิงลบ เพื่อให้สอดคล้องกับการตัดสินใจของผู้สอบถาม มีเกณฑ์การให้คะแนนคือ

ระดับความคิดเห็น	ขอความเชิงบวก (คะแนน)	ขอความเชิงลบ (คะแนน)
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
เฉย ๆ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

ผลรวมของคะแนนทั้ง 12 ข้อ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80	หมายถึง มีระดับทัศนคติเชิงลบอย่างมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60	หมายถึง มีระดับทัศนคติเชิงลบ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40	หมายถึง มีระดับทัศนคติเป็นกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20	หมายถึง มีระดับทัศนคติเชิงบวก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00	หมายถึง มีระดับทัศนคติเชิงบวกอย่างมาก

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert (Rating Scale) ในการวัดที่ให้ผู้ประเมินค่าเป็น 5 ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จากคำถามจำนวน 10 ข้อ คือ

มีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ่อยที่สุด	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 5
มีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ่อย	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 4
มีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ปานกลาง	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3
มีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นาน ๆ ครั้ง	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2
มีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่เคยเลย	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1

ผลรวมของคะแนนทั้ง 10 ข้อ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ย พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการแปรผลคะแนนที่ได้ ใช้สูตร ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80
 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1 - 1.49	หมายถึง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49	หมายถึง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49	หมายถึง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.49	หมายถึง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 5.00	หมายถึง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการค้นคว้าและเก็บข้อมูลจากตำรา แนวความคิดทฤษฎีงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามจะดำเนินการโดยนำแบบสอบถามที่สร้างผ่านความคิดเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษา ไปให้คณะกรรมการจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหาและนำมาปรับปรุงแก้ไข

ขั้นตอนที่ 2 ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ของเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) จำนวน 30 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุง รวมทั้งนำไปหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient: α) โดยกำหนดให้แบบสอบถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่มากกว่า .70 ขึ้นไปเป็นแบบสอบถามที่มีค่าความน่าเชื่อถือเป็นที่น่าพอใจ การหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามส่วนที่ 2 มีค่าเท่ากับ 0.835 ส่วนที่ 4 มีค่าเท่ากับ 0.816 ส่วนที่ 5 มีค่าเท่ากับ 0.787 หลังจากนั้นแบบสอบถามนำไปให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบตามระยะเวลาที่กำหนดไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงราย ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้
3. ประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึก เพื่อทำการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS: Statistical Package For Social Science) เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐานซึ่งแยกการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคิดเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

3.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์ (Website), สังคมออนไลน์ (Social Network), เว็บบอร์ด (Web Board), บล็อก (Blog), อีเมล (Email), การสนทนาออนไลน์ (Chat) โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.1.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.2.1 การวิเคราะห์โดยใช้ ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2544. หน้า 311-312) เพื่อพิสูจน์สมมติฐานตามรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตทั้ง 7 ประเภท ได้แก่ เว็บไซต์ (Website), สังคมออนไลน์ (Social Network), เว็บบอร์ด (Web Board), บล็อก (Blog), อีเมล (Email), การสนทนาออนไลน์ (Chat) ที่มีความสัมพันธ์กับ ความรู้ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตทั้ง 7 ประเภท ได้แก่ ได้แก่ เว็บไซต์ (Website), สังคมออนไลน์ (Social Network), เว็บบอร์ด (Web Board), บล็อก (Blog), อีเมลล์ (Email), การสนทนาออนไลน์ (Chat) ที่มีความสัมพันธ์กับ ทศนคติ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตทั้ง 7 ประเภท ได้แก่ ได้แก่ เว็บไซต์ (Website), สังคมออนไลน์ (Social Network), เว็บบอร์ด (Web Board), บล็อก (Blog), อีเมลล์ (Email), การสนทนาออนไลน์ (Chat) ที่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สมมติฐานที่ 4 ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีความสัมพันธ์กับ ทศนคติ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สมมติฐานที่ 5 ทศนคติ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ในการประเมินผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยดูว่า ตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามหรือไม่ (ดูค่า Sig) และสัมพันธ์ไปในทิศทางใด (โดยดูจากค่า r คือ Correlation) ถ้าค่า Sig มากกว่า 0.05 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ แต่ค่า Sig น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์ และดูที่ค่า r คือ Correlation ประกอบว่า เป็นไปในทิศทางใด ถ้าเป็นค่าลบแสดงว่าเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม แต่ถ้าเป็นค่าบวกถ้ายิ่งมากแสดงว่า ความสัมพันธ์มากซึ่งแปรความหมายค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร r คือ Correlation จากเกณฑ์การแปรความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2546. หน้า 90) มีดังนี้ (ใช้ได้กับ ทิศทางบวก และทิศทางลบ)

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ .01 - .20 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กัน
ในระดับต่ำมาก

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ .21 - .40 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ .41 - .60 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กัน

ในระดับปานกลาง

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ .61 - .80 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ .81 - .100 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กัน

ในระดับสูงมาก

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมายข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการนำเสนอวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n แทน กลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

r แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย

ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวน

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผล ดังตาราง 1-5

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวน จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	176	44.00
หญิง	224	56.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 พบว่า นักท่องเที่ยวนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00

ตาราง 2 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวน จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	24	6.00
20 - 30 ปี	216	54.00
31 - 40 ปี	104	26.00
41 - 50 ปี	40	10.00
51 - 60 ปี	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 พบว่า นักท่องเที่ยวนที่มีจำนวนมากที่สุดคือ มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมามีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.00 มีอายุน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.00 และน้อยที่สุดคือ มีอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตาราง 3 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนต้น	8	2.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย	68	17.00
ปริญญาตรี	284	71.00
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	40	10.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุดคือ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71 รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รองลงมาอีกจบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และน้อยที่สุดคือมีการศึกษาระดับต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตาราง 4 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	24	6.00
พนักงานบริษัท	240	60.00
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	40	10.00
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	80	20.00
อื่นๆ	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุดคือ มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาอีก ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และมีจำนวนน้อยที่สุดคือ มีอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน 16 คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตาราง 5 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	36	9.00
10,001 – 15,000 บาท	80	20.00
15,001 – 20,000 บาท	240	60.00
20,001 – 25,000 บาท	24	6.00
มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุดคือ มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาอีก มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และมีจำนวนน้อยที่สุด คือ มีรายได้ 25,000 บาท ขึ้นไป ต่อเดือน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย เว็บไซต์ สังคมออนไลน์ การสืบค้นข้อมูล เว็บบอร์ด บล็อก อีเมลล์ และการสนทนาออนไลน์ ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิเคราะห์ แสดงผลดังตาราง 6

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ประเภทของสื่ออินเทอร์เน็ต	n = 400		ระดับการเปิดรับข่าวสาร
	$\bar{X}$	S.D.	
1. เว็บไซต์	4.03	0.87	มาก
2. สังคมออนไลน์	3.22	0.96	ปานกลาง
3. การสืบค้นข้อมูล	3.98	1.11	มาก
4. เว็บบอร์ด	2.93	0.99	ปานกลาง
5. บล็อก	2.33	1.10	น้อย
6. อีเมลล์	2.09	0.90	น้อย
7. การสนทนาออนไลน์	1.33	0.73	น้อยที่สุด
รวมเฉลี่ย	2.84	0.95	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.84$, S.D. = 0.95) เมื่อพิจารณาเป็นประเภทพบว่านักท่องเที่ยวไม่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ เปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยนักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์ อยู่ในอันดับแรก ($\bar{X} = 4.03$) อันดับที่สอง ได้แก่ การสืบค้นข้อมูล ($\bar{X} = 3.98$) อันดับที่สาม ได้แก่ สังคมออนไลน์ ($\bar{X} = 3.22$) อันดับทีสี่ ได้แก่ เว็บบอร์ด ($\bar{X} = 2.93$) อันดับที 5 ได้แก่ บล็อก ($\bar{X} = 2.33$) อันดับทีหกได้แก่อีเมลล์ ($\bar{X} = 2.09$) และอันดับสุดท้ายได้แก่การสนทนาออนไลน์ ($\bar{X} = 1.33$)

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วยการวัดความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในลักษณะถูก ผิด จำนวน 10 ข้อ ตอบถูกได้ 1 คะแนน ตอบผิดได้ 0 คะแนน โดยคะแนนที่เป็นไปได้มีตั้งแต่ 0 -10 คะแนน เมื่อได้คะแนนรวมของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนแล้ว จะนำมาหาค่าร้อยละ โดยแปลความหมายตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ดังนี้

ตอบถูกระหว่าง 0-3 คะแนน หมายถึง มีความรู้น้อย

ตอบถูกระหว่าง 4-7 คะแนน หมายถึง มีความรู้ปานกลาง

ตอบถูกระหว่าง 8-10 คะแนน หมายถึง มีความรู้มาก

ซึ่งผลการวิเคราะห์ แสดงผลดังตาราง 7

ตาราง 7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ความรู้เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	คำตอบ ที่เลือก	n	ร้อยละ
1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่ง ธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม(✓)	ตอบถูก	348	87.00
	ตอบผิด	52	13.00
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีขอบเขตจำกัด ทั้งรูปแบบ สถานที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยว	ตอบถูก	216	54.00
ท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นใหม่(✓)	ตอบผิด	184	46.00
3. การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลจัดการ การท่องเที่ยวในชุมชนของตน เป็นปัจจัย สำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิง นิเวศ(Ecotourism) ดำเนินต่อไปได้และ ประสบความสำเร็จ (✓)	ตอบถูก	380	95.00
	ตอบผิด	20	5.00
4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่คำนึงถึงหลัก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แต่คำนึง ถึงหลักการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว(X)	ตอบถูก	164	41.00
	ตอบผิด	236	59.00
5. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่ธรรมชาติดั้งเดิม ไม่ได้เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นใหม่(✓)	ตอบถูก	296	74.00
	ตอบผิด	104	26.00

ตาราง 7 (ต่อ)

ความรู้เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	คำตอบ ที่เลือก	n	ร้อยละ
6. ไม่ควรจ้างมัคคุเทศก์ที่เป็นชาวบ้านใน ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะจะทำให้ชาวบ้านมั่งหวังแต่ค่า ตอบแทน มากกว่าจะช่วยดูแลรักษา สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว(X)	ตอบถูก	104	26.00
	ตอบผิด	296	74.00
7. ควรให้ความรู้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แก่ นักท่องเที่ยวตลอดเวลา ไม่รวมถึงคนใน ท้องถิ่นเนื่องจากคนในท้องถิ่น มีความรู้ใน แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อยู่แล้ว(X)	ตอบถูก	180	45.00
	ตอบผิด	220	55.00
8. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจ จึงไม่จำเป็นต้อง เป็นการท่องเที่ยวที่มี กระบวนการเรียนรู้(Learning process) มาเกี่ยวข้อง(X)	ตอบถูก	124	31.00
	ตอบผิด	276	69.00
9. การท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงสังคม วัฒนธรรม	ตอบผิด	332	83.00
ถือเป็นหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(✓)	ตอบผิด	68	17.00
10. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการยอมรับ อย่างสูง ในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งชุมชน	ตอบถูก	368	92.00
ท้องถิ่น บริษัททัวร์ สถาบันการศึกษา(✓)	ตอบผิด	32	8.00

จากตาราง 7 พบว่า คำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุด อันดับที่ 1 คือคำถามข้อที่ 3 ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 380 คน คิดเป็นร้อยละ 95.0 อันดับที่ 2 คือคำถามข้อที่ 10 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 92.0 อันดับที่ 3 คือคำถามข้อที่ 1 ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยว จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.0 อันดับที่ 4 คือคำถามข้อที่ 9 เป็นคำถามเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.0 อันดับที่ 5 คือคำถามข้อที่ 5 เป็นคำถาม

เกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 อันดับที่ 6 คือ คำถามข้อที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0

คำตอบที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบผิด อันดับที่ 1 คือคำถามข้อที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 อันดับที่ 2 คือ คำถามข้อที่ 8 ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 อันดับที่ 3 คือคำถามข้อที่ 4 ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 อันดับที่ 4 คือ คำถามข้อที่ 7 เป็นคำถามเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55

เมื่อนำความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว มาจัดแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับความรู้น้อย ระดับความรู้ปานกลาง และระดับความรู้มาก ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 8 แสดงจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
ระดับความรู้น้อย	20	5.00
ระดับความรู้ปานกลาง	124	31.00
ระดับความรู้มาก	256	64.00
รวม	400	100

จากตาราง 8 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับความรู้มาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับความรู้ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับความรู้น้อย มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 5 โดยภาพรวมแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงรายมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับความรู้มาก

ตอนที่ 4 ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ทัศนคติ	n = 400		ระดับของ ทัศนคติ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสภาพธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของมนุษย์	4.37	0.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ และมีโอกาสได้สัมผัสกับธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว นอกเหนือจากความสนุกสนานเพลิดเพลิน	4.37	0.62	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้และแสวงหาประสบการณ์จากการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ	3.88	0.69	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้	4.13	0.90	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ท่านคิดว่าการสร้างกระเช้าขึ้นภูชี้ฟ้า หรือการขยายเส้นทางเดินรถในเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ควรสนับสนุน เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว	2.99	1.30	เฉย ๆ
6. ท่านคิดว่าการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ควรสนับสนุนเพื่อนำรายได้ไปใช้ในการดูแล บำรุงรักษาสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวต่อไป	3.58	0.95	เห็นด้วย

ตาราง 9 (ต่อ)

ทัศนคติ	n = 400		ระดับของ ทัศนคติ
	$\bar{X}$	S.D.	
7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยว ควรก่อให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลินเป็นหลัก ไม่จำเป็นต้องได้อะไรมากกว่านี้	3.26	1.06	เฉย ๆ
8. ท่านคิดว่าการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่นเดินป่า ศึกษาธรรมชาติและระบบนิเวศของแหล่ง ท่องเที่ยว เป็นเรื่องต้องเหน็ดเหนื่อย ยุ่งยาก ไม่น่าปฏิบัติ	3.83	1.15	เห็นด้วย
9. ท่านคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถช่วย ปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติได้	4.50	0.50	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
10. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเพียงการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีให้การท่องเที่ยวเท่านั้น ไม่สามารถช่วย อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้	3.88	0.99	เห็นด้วย
รวมเฉลี่ย	3.87	0.88	เห็นด้วย

จากตาราง 9 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย และเฉย ๆ โดย นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติเห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความที่ 9 เป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.50$) อันดับสอง คือข้อความที่ 1 และข้อความที่ 2 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.37$) อันดับสามคือ ข้อความที่ 4 ($\bar{X} = 4.13$) อันดับสี่ คือข้อความที่ 3 และข้อความที่ 10 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 3.88$) นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติเห็นด้วย กับข้อความที่ 8 เป็นอันดับห้า ($\bar{X} = 3.83$) อันดับหก คือ ข้อความที่ 6 ($\bar{X} = 3.58$) นักท่องเที่ยวมีระดับทัศนคติ เฉย ๆ กับข้อความที่ 7 เป็นอันดับเจ็ด ($\bar{X} = 3.26$) และ อันดับสุดท้าย คือข้อความที่ 5 ($\bar{X} = 2.99$) จากข้อความทั้ง 10 ข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ($\bar{X} = 3.87$)

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม	n = 400		ระดับของ พฤติกรรม
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ท่านมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวล่วงหน้า อาทิ การเดินทาง ความเป็นมา วิถีชุมชนชาวล้านนา สภาพธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว	3.71	0.95	มาก
2. ท่านมักจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ช่วยให้ท่านมีความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศของธรรมชาติ หรือวัฒนธรรมประเพณี ความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น อุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า ชุมชนชาวกะเหรี่ยง ฯลฯ	2.95	0.87	ปานกลาง
3. ท่านสนใจสอบถามข้อมูลจากวิทยากรท่องเที่ยวหรือผู้คนในท้องถิ่น เพื่อทำความรู้จักกับแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น	3.58	0.76	มาก
4. ท่านบริจาคเงินเพื่อสมทบทุนในกิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือกิจกรรมของแหล่งชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ การบริจาคเงินแก่มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง	2.72	1.07	ปานกลาง
5. ท่านมักหลีกเลี่ยงการเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดหรือวันหยุดต่อเนื่องเพื่อลดภาระการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว	3.69	1.06	มาก
6. ท่านพยายามปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด	4.30	0.60	มาก

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรม	n = 400		ระดับของ พฤติกรรม
	$\bar{X}$	S.D.	
7. ท่านพยายามศึกษาหรือทำความเข้าใจกับป่าย สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ถ้าไม่ทราบท่านจะ สอบถามกับเจ้าหน้าที่หรือนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ที่มีความรู้	4.04	0.74	มาก
8. ท่านปฏิเสธการซื้อของที่ระลึกหรือสิ่งของต่าง ๆ ที่ทำ จากวัสดุที่เป็นพืช หรือสัตว์หายากเช่น กล้วยไม้ป่า งาช้าง กระดองเต่า	4.06	0.98	มาก
9. เมื่อท่านกลับจากแหล่งท่องเที่ยว ท่านได้ศึกษาหา ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ	3.26	1.06	ปานกลาง
10. ท่านร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) บ่อยครั้งเพียงใด	2.34	1.10	น้อย
รวมเฉลี่ย	3.46	0.55	ปานกลาง

จากตาราง 10 พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อยู่ในระดับมาก จำนวน 6 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.58 – 4.30 อยู่ในระดับปานกลางจำนวน 3 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.72 – 3.26 และอยู่ในระดับน้อยจำนวน 1 ข้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34 พฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 6 อยู่ในอันดับแรก ($\bar{X} = 4.30$) อันดับที่สองคือ ข้อ 8 ($\bar{X} = 4.06$) อันดับที่สามคือ ข้อ 7 ($\bar{X} = 4.04$) อันดับที่สี่ ข้อ 1 ($\bar{X} = 3.71$) อันดับที่ห้า คือ ข้อ 5 ($\bar{X} = 3.69$) อันดับที่หก คือ ข้อ 3 ($\bar{X} = 3.58$) อันดับเจ็ด คือ ข้อ 9 ($\bar{X} = 3.26$) อันดับแปด คือ ข้อ 2 ($\bar{X} = 2.95$) อันดับเก้า คือ ข้อ 4 ($\bar{X} = 2.72$) และอันดับสุดท้าย คือ ข้อ 10 ($\bar{X} = 2.34$)

ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ณ ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานแสดงผลดังตาราง 10-14 ซึ่งสมมติฐานหลักในการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

จากสมมติฐานที่ 1 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

H_1 : การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 แสดงในตาราง 10

ตาราง 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	Pearson Correlation (r)	Sig.
การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.006	0.904
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ		

จากตาราง 11 พบว่า ค่า $r = 0.006$ และค่า $sig = 0.904$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ สมมติฐาน H_0 คือการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

จากสมมติฐานที่ 2 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

H_1 : การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 แสดงในตาราง 12

ตาราง 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับทัศนคติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	Pearson Correlation (r)	Sig.
การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.166	0.001**
ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 พบว่า ค่า $r = 0.166$ และค่า $sig = 0.001$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ สมมติฐาน H_1 คือ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

จากสมมติฐานที่ 3 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

H_1 : การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 3 แสดงในตาราง 13

ตาราง 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	Pearson Correlation (r)	Sig.
การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.089	0.076
พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ		

จากตาราง 13 พบว่า ค่า $r = 0.089$ และค่า $sig = 0.076$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ สมมติฐาน H_0 คือ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4 ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

จากสมมติฐานที่ 4 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

H_1 : ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 4 แสดงในตาราง 14

ตาราง 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับทัศนคติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	Pearson Correlation (r)	Sig.
ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.369	0.000**
ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 14 พบว่า ค่า $r = 0.369$ และค่า $sig = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ สมมติฐาน H_1 คือ ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 5 ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย ของนักท่องเที่ยว

จากสมมติฐานที่ 5 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

H_1 : ทักษะการที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยว

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่ 5 แสดงในตาราง 15

ตาราง 15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	Pearson Correlation (r)	Sig.
ทักษะการที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	0.601	0.000**
พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 15 พบว่า ค่า $r = 0.601$ และค่า $sig = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ สมมติฐาน H_1 คือ ทักษะการที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงรายในครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายของการวิจัย 4 ประการ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
5. เพื่อศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนเมษายน 2555

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ (Website), สังคมออนไลน์ (Social Network), การสืบค้นข้อมูล (Search Engine), เว็บบอร์ด (Web Board), บล็อก (Blog), จดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมล (E-Mail), การสนทนาออนไลน์ (Chat)

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มาจากแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, หลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และแนวโน้มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ส่วนที่ 4 ทักษะการคิดที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วยข้อความเชิงบวก และ ข้อความเชิงลบ

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.815

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า จำนวน 100 คน สวนรุกขชาติดอยตุง จำนวน 200 คน และหาดเชียงราย จำนวน 100 คน จากนั้นได้นำแบบสอบถามดังกล่าวมาลงรหัส ป้อนข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และความรู้ ทักษะการคิดและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงราย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง
2. อายุ นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุดคือ มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี
3. การศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี
4. อาชีพ นักท่องเที่ยวมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท
5. รายได้ นักท่องเที่ยวมีรายได้ ระหว่าง 15,000-20,000 บาทมากที่สุด

การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามประเภทพบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์อยู่ในอันดับแรก รองลงมาคือการสืบค้นข้อมูล รองลงมาอีกคือสังคมออนไลน์ เว็บบอร์ด บล็อก อีเมลล์ และอันดับสุดท้ายคือ การสนทนาออนไลน์

ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่รายส่วนใหญ่ มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับมาก โดยมีความรู้เกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากที่สุดและมีความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่รายส่วนใหญ่ มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีทัศนคติดีมากในเรื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถช่วยปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติได้

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่รายส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับปานกลาง โดยพยายามปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด มากที่สุด มีพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน้อยที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐาน

พบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความรู้เรื่องการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทัศนคติที่มีต่อ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ต และความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงราย มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มี ความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ข้อที่ 1 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก มีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับข่าวสาร ดังทฤษฎีการเปิดรับ ข่าวสารของ Schramm (1973. pp. 121-124) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับข่าวสาร คือ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งมีแนวคิดที่ว่า “คนเราแต่ละคนมีความแตกต่าง เฉพาะบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างจิตวิทยาส่วนบุคคล เป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะ การอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลถึง ระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติตลอดจน กระบวนการรับรู้ เรียนรู้ จูงใจ” นั่นคือ การสร้าง รูปแบบที่ปัจเจกชนจะสร้างขึ้น เป็นลักษณะทางบุคลิกภาพส่วนตัว ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบ พฤติกรรมการสื่อสาร โดยเฉพาะในแง่ของการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) การเลือกรับรู้ (Selective Perception) และการเลือกจดจำ (Selective Retention) ซึ่งแตกต่างกันไปตามกรอบ แห่งการอ้างอิง(Frame of Reference) ที่สะสมมาแต่อดีต ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างอาจจะมี

โครงสร้างจิตวิทยาส่วนบุคคล ลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน เช่นการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมสังคมในต่างจังหวัดที่ใกล้ชิดกับระบบนิเวศทางธรรมชาติ ถึงแม้จะมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับปานกลาง แต่ระดับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การอบรมเลี้ยงดูในสภาพสังคมต่างจังหวัดที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ทำให้กระบวนการรับรู้ เรียนรู้ จูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีสะสมมานาน ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีจึงอยู่ในระดับมาก ทำให้ผลการวิจัยเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว จึงเป็นไปตามสมมติฐาน ข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต อาจจะมีเนื้อหาสอดคล้องกับความสนใจที่นักท่องเที่ยวมีอยู่ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ดังที่แคลปเปอร์ (Klapper, 1960, p. 19) สรุปไว้ว่า ส่วนใหญ่แล้วคนมีแนวโน้มที่จะเลือกรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความสนใจที่มีอยู่และทัศนคติของตนเอง แต่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่มีเนื้อหาขัดแย้งกับทัศนคติและความสนใจของตนเอง สอดคล้องกับไรท์ (Wright, 1972, p. 109 อ้างอิงใน พิระ จิรโสภณ, 2540, หน้า 635) ที่ได้แสดงความเห็นว่า คนจะเลือกรับสื่อที่เขา คิดว่ามีเนื้อหาที่เขา เห็นว่าน่าสนใจมากที่สุด และจะรู้สึกพึงพอใจกับเนื้อหาที่เห็นว่าสอดคล้องกับประสบการณ์และความคิดเห็นเดิมที่มีอยู่ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐชามณูย์ สุวิทยพันธุ์ (2545) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก วิธีการโน้มน้าวพฤติกรรมจากสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น ยังไม่เพียงพอ หรือขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งระบุไว้ในทฤษฎี KAP คือ 1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal) เพื่อให้

เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตามไม่ว่าด้วยภาพหรือเสียง 2. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปราณี ยอมแพ้เพื่อความเป็นพระก็อาจโน้มน้าวผู้คนให้ยอมรับได้ 3. การสร้างแบบอย่างขึ้นใจ (Internalized Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้นเพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธาและเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม 4. การให้รางวัล (Reward) เช่นการลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้ซื้อสินค้ายี่ห้ออื่น ๆ ซึ่งผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ 1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation) 2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation) ทั้งการกระตุ้นและการหยุดยั้ง เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ตามมา ดังนั้นจึงอาจเป็นไปได้ว่าข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น ยังขาดข้อใดข้อหนึ่ง จึงทำให้การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สมมติฐานที่ 4 ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นหากนักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดี ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็จะเป็นไปในทิศทางบวกด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของคาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good, 1973, p.325 อ้างอิงใน อรุณางามขาว, 2543, หน้า 19) ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างมีเหตุมีผล บุคคลนั้นควรจะต้องรู้เรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้นเพื่อประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือบุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่สนับสนุน และให้คำตอบข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ ชี้แจงให้บุคคลเกิดความเข้าใจและมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่าง ๆ ด้วย นอกจากนี้ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, หน้า 118-125) ยังกล่าวถึงหลักการจาก ทฤษฎี KAP ว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมมีความเชื่อมโยงกัน ดังนั้น การที่จะมีการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติก่อนโดยการให้ความรู้ จึงสรุปได้ว่าหากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ดังนั้นตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ 1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

เป็นหลักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ 2. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการยั่งยืน เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม การจัดการที่ครอบคลุม การอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต 3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ ตลอดเวลาโดยมีให้ศึกษา ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องทั้งต่อนักท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง 4. เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างเข้มแข็งเกือบลดลดกระบวนการ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น โดยประโยชน์ต่อท้องถิ่นที่ได้ หมายความว่า การกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับการตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาจัดการแหล่งท่องเที่ยว และในที่สุดท้องถิ่นได้รับและสามารถควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี่เริ่มต้นจากท้องถิ่นในหมู่บ้าน จนถึงการปกครองท้องถิ่น หลักการดังกล่าวเป็นหลักการที่ดีมีประโยชน์ จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความรู้และคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นสิ่งที่ดี จึงทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วย

สมมติฐานที่ 5 ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี KAP ที่ว่า ทัศนคติเป็นผลกระทบที่เกิดจากสารสนเทศที่ส่งออกไป เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกซัดหรือทางต่อสารสนเทศนั้น ๆ ความใกล้ชิดหรือความห่าง หมายถึง องค์ (ความเข้มข้น) ของความวิตกกังวลหรือความผูกพันในประเด็นที่มากกระทบผู้รับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป และพฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ ระดับของทัศนคติมีมากขึ้นและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังจะเห็นได้จากการตอบรับเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีแนวโน้มคืบหน้าขึ้นเรื่อย ๆ ในกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐได้ให้การศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพแก่นักท่องเที่ยวชุมชนท้องถิ่นได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น สถาบันการศึกษาให้ความสำคัญกับการเปิดหลักสูตรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยตรง โครงการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะได้รับการสนับสนุนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นแนวโน้ม

ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะได้รับการตอบรับและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและมากยิ่งขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวิไลลักษณ์ ชมภูศรี (2544) ได้ศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ทักษะต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว ณัฐชามญช์ สุวิทย์พันธุ์ (2545) ได้ศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าทักษะต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นข้อเสนอแนะ ซึ่งประกอบด้วย ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เป็นสื่ออินเทอร์เน็ตที่นักท่องเที่ยวนิยมเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่าสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทอื่น ๆ เนื่องจากมีลักษณะเด่นที่สามารถนำเสนอข้อมูลมัลติมีเดียที่แสดงได้ทั้ง ตัวหนังสือ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและเสียงซึ่งมีอยู่มากมาย ดังนั้นในการในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรมุ่งเน้นที่เว็บไซต์ให้มากยิ่งขึ้นทั้งเว็บไซต์หลักของการท่องเที่ยวและเว็บไซต์อื่น ๆ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านการสืบค้นข้อมูลเป็นอันดับรองลงมา จึงควรมีการเผยแพร่ข้อมูลให้มากขึ้นเพื่อให้เข้าถึงต่อการสืบค้น

2. จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนั้นหน่วยงาน หรือองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรปรับปรุงเนื้อหาข่าวสารในอินเทอร์เน็ตให้มีความละเอียดไม่กว้างหรือแคบจนเกินไป ควรมีเนื้อหาที่ง่ายต่อการเข้าใจ และเพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติในปัจจุบันจึงควรให้ความสำคัญเนื้อหาที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว การรักษาสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้ควบคู่ไปกับการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้

นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการที่จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น

3. จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนั้นการโน้มน้าวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้นนั้น ควรมีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอข้อมูล เช่นภาพประกอบที่มีสีสันสวยงามให้เหมาะสมกับสื่ออินเทอร์เน็ต ควรมีการเผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และในการนำเสนอควรเพิ่มความถี่ หรือมีความต่อเนื่องด้วย เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเท่านั้น ดังนั้นผู้ที่สนใจควรทำการศึกษาต่อไปโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ตามภูมิภาคโดยจำแนกตามความแตกต่างในเรื่องเศรษฐกิจ สังคม ค่านิยม หรือกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการกำหนด วางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2. จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง แต่มีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก จึงสันนิษฐานว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีช่องทางหรือสื่ออื่นที่เป็นที่นิยมใช้ในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่าสื่ออินเทอร์เน็ต ดังนั้นควรมีการศึกษาว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีคุณภาพเนื้อหา ปริมาณของสื่อ ว่าเป็นอย่างไร และอาจศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่ออื่น ๆ ว่า นักท่องเที่ยวนิยมสื่อใดมากกว่า



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์

บรรณานุกรม

- กรมป่าไม้. (2548). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. สืบค้นเมื่อ 1มกราคม 2555. จาก
<http://www.forest.go.th/WEFCOM/Part2TAT.html>
- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559.
กรุงเทพฯ: กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ:
ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). รายงานผลการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบาย
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จตุพล พงษ์วิทย์ภานุ. (2554). อิทธิพลเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ซื้อคอนโดมิเนียม. วิทยานิพนธ์, วท.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ฐานทัศน์ ชมภูพล. (2554). การเปิดรับการสาธิตการใช้เครื่องสำอางค์ผ่านสื่อออนไลน์ กับ
การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางค์ของผู้หญิงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐาปกรณ์ ทองคำนุช. (2552). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ตลาดน้ำ:กรณีศึกษา ชุมชนตลาดน้ำบางพลี อำเภอบางพลี
จังหวัด สมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์. (2545). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรม
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.
วิทยานิพนธ์ นศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่:
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปวเรศ เลขะวรรณ. (2551). พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนิน
ชีวิตประจำวันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ว.ม.,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- เพ็ญทิพย์ จิรพินธุสรณ์. (2539). พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและ
อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
พระนครเหนือ. วิทยานิพนธ์ วท.ม., สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ,
กรุงเทพฯ.

- พุทธิพงษ์ จิระปฏิมา. (2543). **อีเมล : คอมพิวเตอร์เบื้องต้นมุ่งสู่อาจารย์**. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์
 ภาวเดช พัทธวิเชียร. (2539). พัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน. **ททท.จุลสารการท่องเที่ยว**.
 15(2), 5.
- รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์. (2539). **มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลาง**
คอมพิวเตอร์ กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com. วิทยานิพนธ์
 นศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2543) **คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช
- วิไลลักษณ์ ชมภูศรี. (2544). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การ**
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. มหาวิทยาลัยธุรกิจ
 บัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- วิศวัตต์ ตระกุดแก้ว. (2547) **การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารการท่องเที่ยว**
ผ่านเว็บไซต์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ นศ.ม,
 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- ศุภลักษณ์ หนูนุกดี เหล่าทองดี. (2546). **ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อสื่อโฆษณา**
ออนไลน์. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (ม.ป.ป.). **สรุปสถิติ**
เครือข่ายอินเทอร์เน็ตประจำเดือนสิงหาคม 2010. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2555,
 จาก <http://internet.nectec.or.th/webstats/internetuser.iir?Sec=internetuser>
- ศรีหญิง ศรีวิชา. (2544) **การเปิดรับและแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่อ**
อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ นศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
 กรุงเทพฯ.
- สุรพงษ์ โสธนเสถียร. (2533). **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาภาพร เปี่ยมใจชื่น. (2550). **ความคิดเห็นในการป้องกันตนเองจากการสนทนาออนไลน์**
ของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.
- Dserver. (2544). **Webboard คืออะไร**. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2555, จาก
<http://board.dserver.org/>
- Reid, M.E. Electropolis (n.d.). **Communication and Community on Internet Relay Chat**.
 Retrieved, January 15, 2012. from <http://aluluei.com/work.htm.p3>
- Kendler, H.H. (1974). **Basic psychology**. California: W.A. Benjamin, Inc.

- Klapper, Joseph T. (1960). **Reinforcement, minor change, and related phenomena, The effect of the mass communication.** Glencoe, Illinois: The Free Press.
- Walther, B. Joseph. (1992). **Interpersonal effects in computer-mediated interaction : A relational prespective.** N.P.: n.p.
- Yamane, Taro. (1970). **Statistics : An introductory analysis.** (2nd ed). Tokyo: John Weatherhill.





ภาคผนวก ก แบบสอบถาม



มหาวิทยาลัยธนเรศวร
ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร
หลักสูตร.....ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.....
รายวิชา วิทยานิพนธ์

แบบสอบถาม

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และ
ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงราย

เรียน ท่านผู้กรอกแบบสอบถาม

ด้วยข้าพเจ้า (นาง/นางสาว/นาย).....พรรณราย ศรีวรชิน.....

กำลังศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตร.....ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต..... ณ มหาวิทยาลัยธนเรศวร
ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร และกำลังดำเนินงานวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับ
ข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงราย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา
วิทยานิพนธ์

จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดกรอกแบบสอบถามเพื่อประโยชน์ของงานวิจัยนี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ

นางสาวพรรณราย ศรีวรชิน

ผู้วิจัย

แบบสอบถาม

ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

☐ 1. ชาย	☐ 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
2. อายุ

☐ 1. ต่ำกว่า 20 ปี	☐ 2. 20-30ปี	☐ 3. 31-40 ปี
☐ 4. 41-50ปี	☐ 5. 51-60ปี	
3. ระดับการศึกษา

☐ 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	☐ 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย
☐ 3.ปริญญาตรี	☐ 4. ปริญญาโทหรือสูงกว่า
4. อาชีพ

☐ 1. นักเรียน/ นักศึกษา	☐ 2. พนักงานบริษัท
☐ 3. ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	☐ 4. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
☐ 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	☐ 2. 10,001- 15,000 บาท
☐ 3. 15,001 - 20,000 บาท	☐ 4. 20,001- 25,000 บาท
☐ 5. มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	

ส่วนที่ 2

การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เป็นคำตอบของท่าน

ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
ประเภทใดเป็นส่วนใหญ่

ประเภทของสื่ออินเทอร์เน็ต	ระดับการเปิดรับข่าวสาร				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เว็บไซต์ (Website) เช่น www.environnet.in.th , www.tat.or.th/ecotourism					
2. สังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Facebook/environment					
3. การสืบค้นข้อมูล(Search Engine) เช่น Google, ASK, Yahoo					
4. เว็บบอร์ด (Web Board) เช่น http://board.trekkingthai.com/board					
5. บล็อก (Blog) เช่น www.ecotourismblog.com , www.earthtimes.org/green- blog/ecotourism , http://blog.natureair.com					
6. อีเมล (Email) เช่น การฝากอีเมล เพื่อให้ผู้มีความรู้ตอบกลับ ข้อเสนอ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
7. การสนทนาออนไลน์ (Chat) เช่น การสนทนาออนไลน์ ในกลุ่ม ผู้สนใจ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง.....หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่า ถูก

หรือ ทำเครื่องหมาย X ลงในช่องว่าง.....หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่า ผิด

.....1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม

.....2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีขอบเขตจำกัด ทั้งรูปแบบ สถานที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยว

.....3. การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแล จัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ดำเนินต่อไปได้ และประสบความสำเร็จ

.....4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่คำนึงถึงหลักความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แต่คำนึงถึงหลักการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว

.....5. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ธรรมชาติดั้งเดิม ไม่ได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นใหม่

.....6. ไม่ควรจ้างมัคคุเทศก์ที่เป็นชาวบ้านในชุมชน ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะจะทำให้ชาวบ้านมุ่งหวังแต่ค่าตอบแทน มากกว่าจะช่วยดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

.....7. ควรให้ความรู้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแก่นักท่องเที่ยวตลอดเวลา ไม่รวมถึงคนในท้องถิ่น เนื่องจากคนในท้องถิ่น มีความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ อยู่แล้ว

.....8. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจ จึงไม่จำเป็นต้อง เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้(Learning process) มาเกี่ยวข้อง

.....9. การท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงสังคม วัฒนธรรม ถือเป็นหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

.....10. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการยอมรับอย่างสูง ในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งชุมชนท้องถิ่น บริษัททัวร์ สถาบันการศึกษา

ส่วนที่ 4 **ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับระดับทัศนคติของท่านมากที่สุด

ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ระดับของทัศนคติ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉย ๆ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็น ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยว ที่ คำนึงถึงสภาพธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของมนุษย์					
2. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำ ให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ และมีโอกาสได้ สัมผัสกับธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว นอกเหนือ จากความสนุกสนาน เพลิดเพลิน					
3. ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่จะ ศึกษาเรียนรู้และแสวงหาประสบการณ์ จากการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยว ประเภทอื่น ๆ					
4. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้					

ระดับของทัศนคติ

ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉย ๆ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง
5. ท่านคิดว่าการสร้างกระเช้าขึ้นภูชี้ฟ้า หรือ การขยายเส้นทางเดินรถในเขตอนุรักษ์พันธุ์พืช สัตว์ป่าต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ควรสนับสนุน เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น					
6. ท่านคิดว่าการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ควรสนับสนุน เพื่อนำรายได้ไปใช้ในการดูแล บำรุงรักษาสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวต่อไป					
7. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยว ควรก่อให้เกิดความ สนุกสนานเพลิดเพลินเป็นหลัก ไม่จำเป็นต้อง ได้อะไรมากกว่านี้					
8. ท่านคิดว่าการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ เช่นเดินป่า ศึกษาธรรมชาติและระบบ นิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่ต้องเหน็ด เหนื่อย ยุ่งยาก ไม่น่าปฏิบัติ					
9. ท่านคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถช่วยปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติได้					
10. ท่านคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเพียง การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้การท่องเที่ยวเท่านั้น ไม่สามารถช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมได้					

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ในจังหวัดเชียงราย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของท่านมากที่สุด

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ระดับของพฤติกรรม				
	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
1. ก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ท่านมีการศึกษาค้นคว้า ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวล่วงหน้า อาทิ การเดินทาง ความเป็นมา วิถีชุมชนชาวล้านนา สภาพธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว					
2. ท่านมักจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ช่วยให้ท่านมีความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศของธรรมชาติ หรือวัฒนธรรมประเพณี ความเป็นอยู่ของชุมชน เช่นอุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า ชุมชนชาวกะเหรี่ยง ฯลฯ					
3. ท่านสนใจสอบถามข้อมูลจากวิทยากรท่องเที่ยว หรือผู้คนในท้องถิ่น เพื่อทำความรู้จักกับแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น					
4. ท่านบริจาคเงินเพื่อสมทบทุนในกิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติ หรือกิจกรรมของแหล่งชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ การบริจาคเงินแก่มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง					
5. ท่านมักหลีกเลี่ยงการเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดหรือวันหยุดต่อเนื่องเพื่อลดภาระการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว					

ระดับของพฤติกรรม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	บ่อย ที่สุด	บ่อย	ปาน กลาง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย เลย
6. ท่านพยายามปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด					
7. ท่านพยายามศึกษาหรือทำความเข้าใจกับป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ถ้าไม่ทราบท่านจะสอบถามกับเจ้าหน้าที่หรือนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ที่มีความรู้					
8. ท่านปฏิเสธการซื้อของที่ระลึกหรือสิ่งของต่าง ๆ ที่ทำจากวัสดุที่เป็นพืช หรือสัตว์หายาก เช่น กัลฉ่ายไม้ป่า งาช้าง กระดองเต่า					
9. เมื่อท่านกลับจากแหล่งท่องเที่ยว ท่านได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ					
10. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) บ่อยครั้งเพียงใด					