บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการกำหนดนโยบายรัฐบาล ให้ความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นแกนหลักสำคัญ ซึ่งได้ประกาศแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 มุ่งเน้นการป้องกันแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในและต่างประเทศ ตามแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี 2570 โดยน้อมนำแนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” มาใช้ในการจัดทำแผนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างทั้งรายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน (อ้างถึงใน แผนพัฒนาการท่องเที่ยว แห่งชาติ 2555-2559, http://www.mots.go.th) ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในปี 2555 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 21 ล้าน 8 แสนคน คิดเป็นรายได้ประมาณ 9 แสน 3 หมื่นล้านบาท (มติชนออนไลน์, วันที่ 3 มกราคม 2556)

นอกจากนี้ ไทยยังถือเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมด้านการท่องเที่ยวโดยติดอันดับ 1 ใน 3 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของตลาดนักท่องเที่ยวสำคัญของโลก ซึ่งตลาดที่มีศักยภาพสูงยังคงเป็นตลาดอาเซียนรวมถึงภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ โดยตลาดอาเซียนมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.67 ขณะที่ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือเติบโตร้อยละ 27.13 ตลาดแอฟริกาเติบโตร้อยละ 23.33 (สืบค้นเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2013, จาก http://www.springnewstv.tv)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ผนวกกับการแข่งขันทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการท่องเที่ยวถูกนำมาใช้อย่างไร้ขอบเขตจนขาดความสมดุล ส่งผลกระทบทางลบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและส่งผลกระทบรุนแรงต่อสิ่งมีชีวิตบนโลก เช่น การเกิดภัยธรรมชาติ มลพิษและมลภาวะในสิ่งแวดล้อม การสูญพันธุ์ของสัตว์บางชนิด ฯลฯ ประกอบกับการที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 จึงจำเป็นต้องสร้างภูมิคุ้มกันด้านสังคมและวัฒนธรรมให้เข้มแข็ง เพื่อ

ใช้ในการเตรียมความพร้อมให้แก่คน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม

จากปัญหาดังกล่าวทำให้ประเทศต่างๆ ทั่วโลกเล็งเห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ จนเกิดเป็นแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งจะนำไปสู่การท่องท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) เป็นหนึ่งในวิธีสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประเทศทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมให้คงอยู่ท่ามกลางการหลั่งไหลของกระแสวัฒนธรรมต่างชาติ ด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวที่ช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งได้รับความสุขจากการเดินทาง การเที่ยวชมธรรมชาติและศึกษาสรรพชีวิต เช่น เดินเที่ยวในเส้นทางศึกษาธรรมชาติภายในเขตอุทยานแห่งชาติ เดินป่าศึกษาวิถีชีวิตสัตว์ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การเที่ยวชมฟาร์มหรือไร่ผลไม้ เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556, 28 เมษายน)

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเทศไทยเกิดขึ้นเมื่อประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา ถูกปลุกเป็นกระแสขึ้นมาก็เพื่อพัฒนาต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการท่องเที่ยวรูปแบบนี้จะเน้นการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณค่า และเอกลักษณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่นั้นๆ (วุฒิกร สินธุวาทิน, 2552) หนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีความโดดเด่นด้านการอนุรักษ์ช้างและทรัพยากรธรรมชาติของประเทศไทยคือ “ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย” จังหวัดลำปาง

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นหน่วยงานในสังกัดขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (ออป.) ที่บุกเบิกงานด้านการอนุรักษ์และทดลองวิทยาศาสตร์เพื่อช้างไทย เนื่องจากช้างเป็นสัตว์ที่มีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตของคนไทยมายาวนานและเป็นสัตว์ชนิดเดียวที่มีความสำคัญต่อสถาบันหลักของชาติไทย ทั้งสถาบันชาติ ศาสนาและพระมหากษัตริย์ จนถูกกำหนดให้เป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ประจำชาติไทย (Nation Identity) โดยคณะกรรมการเอกลักษณ์ของชาติ (สัญลักษณ์ประจำชาติไทย, 2556, 24 เมษายน)

จากสถิติของกรมปศุสัตว์การลดจำนวนลงของช้างจากปี พ.ศ. 2500 ที่มีจำนวนช้างป่าและช้างเลี้ยงทั้งหมดประมาณ 11,000 ตัว ปัจจุบันพบว่ามีช้างป่าและช้างเลี้ยงทั้งหมดประมาณ 6,000 ตัว โดยในแต่ละปีมีจำนวนช้างเพิ่มและลดลงไม่แน่นอน ทำให้นักวิชาการคาดการณ์กันว่าถ้าไม่รีบลงมือแก้ไขอีกไม่เกิน 50 ปี ช้างไทยอาจเหลือเพียงตำนาน ในปีพ.ศ. 2531 สหภาพสากล

ว่าด้วยการอนุรักษ์หรือ IUCN The Conservation Union จึงกำหนดให้ช้างอยู่ในกลุ่มสัตว์ป่าชนิดที่ถูกคุกคาม มีความเสี่ยงสูงต่อการสูญพันธุ์ (Threatened animal) (สถาบันคชบาลแห่งชาติ, 2546: 41)

ด้วยเหตุนี้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจึงอุทิศตนเพื่อดูแลช้างไทยให้อยู่คู่สังคมไทยไปตราบนานเท่านาน ด้วยวิสัยทัศน์ “ช่วยช้าง ช่วยคน ช่วยสร้างเศรษฐกิจชาติ” องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้จึงเริ่มนโยบายพัฒนาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีช้างเป็นจุดสนใจ มีการให้ความรู้และปลูกฝังทัศนคติให้ประชาชนร่วมกันอนุรักษ์ช้างและป่าไม้ซึ่งเป็นบ้านของช้าง นอกจากนี้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยยังเป็นโรงเรียนฝึกช้างและควาญช้างแห่งแรกในโลก โดยปัจจุบันมีช้างอยู่ในความดูแลมากกว่า 50 เชือก

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2536 ตั้งอยู่ระหว่างกิโลเมตรที่ 28-29 ถนนลำปาง-เชียงใหม่ อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามกว้างขวาง บรรยากาศ ร่มรื่นเหมาะแก่การพักผ่อน ท่องเที่ยวและเรียนรู้วิถีช้าง นอกจากความพร้อมด้านสถานที่แล้ว ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายกิจกรรม ซึ่งแต่ละกิจกรรมล้วนแต่เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ให้ความสนุกสนานพร้อมกับการเรียนรู้วิถีช้างอย่างใกล้ชิด ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกทำกิจกรรมต่างๆ ได้ตามความชอบและระยะเวลาที่เหมาะสม

จากสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่นในแบบสวนป่าและกิจกรรมที่น่าสนใจ ทำให้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมหนึ่งในสามของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมากที่สุดในจังหวัดลำปาง (รายงานผลการดำเนินงานของจังหวัดลำปางปี 2555, 2555: 17) ชื่อเสียงของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมเพิ่มมากขึ้นทุกปี ดังแสดงในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ปีงบประมาณ	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	รายได้ (บาท)
2548	77,142	4,784967
2549	86,540	4,999,656
2550	95,465	7,549,414
2551	96,416	7,856,015

ที่มา: ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

จากตารางที่ 1.1 จะเห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548 เป็นต้นมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี ด้วยศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่มีทำให้ศูนย์อนุรักช้างไทยได้รับการยอมรับและยกย่องด้วยรางวัลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ รางวัลดีเด่นกินรีเงิน ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประจำปี 2541 ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมกินรีทอง ประเภทแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการเพื่อการเรียนรู้ประจำปี 2553 และได้รับรางวัลยอดเยี่ยมกินรีทอง ประเภทแหล่งนันทนาการเพื่อการเรียนรู้ประจำปี 2556

ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คือ “การสื่อสาร” (Communication) เนื่องจากการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไปยังบุคคลผู้เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร เป็นตัวการขับเคลื่อนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ดำเนินไปอย่างราบรื่นจนสำเร็จลุล่วง อีกทั้งยังทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว ให้เดินทางเข้าท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทุกปีและรางวัลที่ได้รับจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจึงถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งในประเทศ โดยที่องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้มีการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างการบริหารงานของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยด้านการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกองค์กรอยู่เสมอ ปัจจัยด้านการสื่อสารภายในปัจจุบันมีการปรับปรุงและพัฒนาแผนแม่บท ICT สำหรับวัดและประเมินผลการดำเนินงาน มีการใช้หนังสือเวียนเป็นช่องทางการสื่อสารนโยบายขององค์กรและมีการจักอบรมให้ความรู้กับพนักงานเรื่องนโยบายและการปฏิบัติงานอยู่เสมอ

ส่วนการสื่อสารภายนอกเริ่มต้นจากการใช้สื่อบุคคลเป็นตัวกลางในการสื่อสาร โดยการให้ข้อมูลกับหน่วยงานภายนอกและนักท่องเที่ยว โดยจะเน้นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์และบริบาลช้างและกิจกรรมต่างๆ ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ต่อมามีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเฉพาะกิจที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับและจุลสาร ประกอบกับการใช้สื่ออื่นๆ เช่น ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง และมีการใช้สื่ออินเตอร์เน็ตเพิ่มเข้ามาในปัจจุบัน โดยมีทั้งเว็บไซต์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเอง เฟสบุ๊คและการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บบอร์ดต่างๆ

จากงานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง ปี 2546 พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย 3 ด้าน คือ ด้านการแสดงช้าง ด้านกิจกรรมและด้านการบริการ ต่อมากมีงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปางในปี 2554 พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้รับความพึงพอใจในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดคือเป็นศูนย์การแสดงช้างใช้ในการชักลากไม้แห่งเดียวในโลก มีโรงพยาบาลช้างแห่งเดียวในประเทศไทย ปัจจัยด้านราคาคือค่าเข้าชมมีความเหมาะสมกับบริการที่มีอยู่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือเดินทางมาสะดวก/หารถมาง่าย ด้านการส่งเสริมการขายคือคำแนะนำจากบุคคลต่างๆ และการมีบัตรส่วนลด/ราคาพิเศษ

ผลการวิจัยข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุดคือ การแสดงช้างและกิจกรรมต่างๆ รองลงมาคือการบริการ คือ บุคลากรภายในที่มีความรู้และให้การบริการที่ดี ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่านอกจากปัจจัยด้านการท่องเที่ยวแล้ว สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในสายตาของนักท่องเที่ยว จากผลการนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของ “สื่อ” ที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

นอกจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจจะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวแล้ว สื่อทั้งสองประเภทนี้ยังมีบทบาทต่อทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งการกระตุ้นและปลูกฝังทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมถือเป็นวัตถุประสงค์หนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังนั้นการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงจำเป็นจะต้องอาศัยสื่อทั้งสองประเภทนี้ ร่วมกับสื่อประเภทอื่นในการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างการรับรู้ กระตุ้นให้ตระหนักถึงคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และปลูกฝังค่านิยมการอนุรักษ์ช้างและทรัพยากรธรรมชาติให้กับนักท่องเที่ยวทั่วไป รวมถึงตอกย้ำคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่เข้ามาพักแรมเพื่อเรียนรู้วิถีช้างในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

การเล็งเห็นความสำคัญของการสื่อสาร จนนำมาสู่การพัฒนาด้านการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ทำให้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จดังที่กล่าวมาข้างต้น และเนื่องจากประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่การเปิดประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 นี้ ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจึงต้องเตรียมความพร้อมเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยปัจจุบันเริ่มจากการดำเนินนโยบายให้สอดคล้องกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังไม่มีนโยบายในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่ชัดเจน

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย รูปแบบการสื่อสารและการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีลักษณะอย่างไร มีการใช้สื่ออะไร อย่างไรบ้าง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นหรือพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

1.2 ปัญหานำวิจัย

1. ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง มีปัจจัยใดบ้าง
2. รูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปางเป็นอย่างไร และมีการใช้สื่ออะไร อย่างไรบ้าง
3. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปางเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง
3. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ในเรื่องของปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว รูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยอาศัยแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แนวคิดเรื่องรูปแบบของการสื่อสาร แนวคิดเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับ มาใช้เป็นกรอบในการวิจัย โดยทำการศึกษาเฉพาะพื้นที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และการวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน 2556 ถึงกุมภาพันธ์ 2557

1.5 นิยามศัพท์

การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็นซึ่งกันและกันของบุคลากรภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกและนักท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยงเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง เช่น การจัดประชุม การฝึกอบรม การจัดนิทรรศการ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออื่นๆ ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

รูปแบบการสื่อสาร หมายถึง ลักษณะการสื่อสารที่เจ้าหน้าที่ในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยใช้ในการติดต่อสื่อสารกันภายในและลักษณะการสื่อสารกับบุคคลภายนอกและนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ซึ่งจะมีรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกันไป เช่น การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ การสื่อสารทางเดียว การสื่อสารตามแนวดิ่ง การสื่อสารจากล่างขึ้นบนและการสื่อสารตามแนวราบ เป็นต้น

ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยปัจจัยภายในเช่น สภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ความร่วมมือของคนในชุมชนโดยรอบ รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว เป็นต้น ปัจจัยภายนอก เช่น นโยบายจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นโยบายขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (ออป.) และการส่งเสริมจากสื่อมวลชน

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย หมายถึง หน่วยงานรัฐที่ตั้งขึ้นเพื่ออนุรักษ์และบริบาลช้าง โดยมีลักษณะเป็นสวนป่าที่เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ตั้งอยู่ที่ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ หมายถึง การเลือกใช้เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารที่สามารถนำข่าวสารข้อมูลส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ดี โดยที่สื่อที่ใช้มีรูปแบบที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้ง่าย เนื้อหาของสารตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้รับทราบข้อมูล เข้าใจ ชักจูงใจให้เกิดความต้องการมาท่องเที่ยวและเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ช้างและสิ่งแวดล้อม เช่น สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ควาญช้างและชาวบ้านในหมู่บ้านควาญช้าง สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย แผ่นพับ อุปกรณ์การจัดนิทรรศการ หนังสื่อ/วารสาร เป็นต้น และสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร เป็นต้น

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยช่วยส่งเสริมและพัฒนาศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปางให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สมบูรณ์และยั่งยืนต่อไป

2. สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนารูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและทำการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

3. สามารถนำผลการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ต่อไป