

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง” เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสำรวจเอกสาร (Documentary Research) การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์บุคคลภายในและภายนอกศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจำนวน 19 คน และกลุ่มเป้าหมายในการแจกแบบสอบถามคือนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 150 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 50 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง รูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้ คือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

ตอนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารและการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

ตอนที่ 1 ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง ประกอบด้วยสองปัจจัยดังนี้

1.1 ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยที่เป็นบริบทภายนอกของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่มีความสำคัญในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้ประสบความสำเร็จ มีดังนี้ คือ

1.1.1 นโยบายขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป) องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้มีนโยบายในการส่งเสริมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยทั้งด้านการอนุรักษ์และบริหารช้างและการจัดการการท่องเที่ยว โดยองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เข้ามาดูแลตั้งแต่เริ่มต้นก่อตั้งศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ร่วมวางแผนและนโยบายต่างๆ ตลอดจนอนุมัติงบประมาณในการดำเนินการให้กับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

1.1.2 นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทำให้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเรื่องการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้วยการให้คำปรึกษาด้านการตลาดกับเจ้าหน้าที่ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ เพื่อวางแผนในการทำตลาดเชิงรุกที่ชัดเจนมากขึ้น มีการจัดการประชุมอบรม สัมมนาในระดับผู้บริหารเกี่ยวกับการจัดการด้านการท่องเที่ยว รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมาตั้งแต่เริ่มต้น

1.1.3 การส่งเสริมจากสื่อมวลชน สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการช่วยเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้เป็นที่รู้จัก และช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยสื่อมวลชนจะมีผลอย่างมากในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเป็นสถานที่ท่องเที่ยว

1.2 ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในหมู่บ้านที่มีส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้ประสบความสำเร็จได้ มีดังนี้

1.2.1 สภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นปางช้างที่มีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งในเขตสวนป่าทุ่งเกวียนซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมของช้าง นอกจากนี้ภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ยังมีแหล่งน้ำธรรมชาติและแหล่งน้ำที่สร้างขึ้นหลายแห่งทำให้พื้นที่ที่มีความชุ่มชื้น มีการแบ่งพื้นที่ออกเป็นหลายส่วนเพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น ลานแสดงช้าง บ้านพักโฮมสเตย์ เส้นทางนั่งช้างชมธรรมชาติ โรงเรียนควาญช้าง เนิร์สเซอร์รี่ช้าง เป็นต้น

1.2.2 ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีหมู่บ้านควาญช้างเป็นชุมชนที่เปิดบ้านพักโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมที่เรียบง่าย โดยเฉพาะวิถีชีวิตควาญช้างที่มีความแตกต่างจากวิถีชีวิตชาวบ้านทั่วไป เนื่องจากในชุมชนควาญช้างจะมีประเพณี วัฒนธรรมและความเชื่อเกี่ยวกับช้าง รวมถึงการจัดพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับช้างหลายพิธีกรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้ เช่น งานสะโตกช้าง ทำขวัญช้าง พิธีบวงทรวงพระพิฆเนศ พิธีฮ้องขวัญ (เรียกขวัญ) ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวนี้เองที่เป็นแรงจูงใจและเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจ

ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจมาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

1.2.3 บทบาทของควาญช้างและชาวบ้านในหมู่บ้านควาญ ในการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น ควาญช้างและชาวบ้านมีบทบาทในการช่วยจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้ประสบความสำเร็จในระดับปฏิบัติการ โดยควาญช้างและชาวบ้านมีบทบาทในการนำเสนอข้อร้องเรียนต่างๆ ภายในหมู่บ้านหรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวแจ้งกับเจ้าหน้าที่ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ บทบาทในการดูแลนักท่องเที่ยวและบทบาทในการช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับหมู่บ้านควาญเท่านั้น ยังไม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

1.2.4 ผลประโยชน์จากรายได้ที่ได้รับ เป็นสิ่งสำคัญที่เป็นตัวกระตุ้นให้ควาญช้างและชาวบ้านเกิดแรงจูงใจในการเข้ามามีส่วนร่วมกัน เพื่อจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย สำหรับควาญช้างนั้นได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของเงินเดือนและเบี้ยเลี้ยงตามเงื่อนไขที่องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้กำหนด นอกจากนี้ควาญช้างยังมีโอกาสได้บรรจุเป็นเจ้าหน้าที่ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ซึ่งจะได้รับสวัสดิการจากรัฐวิสาหกิจ เช่น เบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลได้ ทั้งครอบครัว เบิกค่าเล่าเรียนบุตรได้ เป็นต้น แต่คนงานรายวันมีรายได้ขั้นต่ำต่ำกว่าที่รัฐบาลกำหนดและยังไม่มีสวัสดิการอื่นๆ มารองรับ

ตอนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

2.1 รูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ เป็นลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ไม่มีระเบียบกฎเกณฑ์ใดๆ มากำหนด เป็นการสื่อสารที่เกิดจากความสนิมสนมคุ้นเคยและความสัมพันธ์ในทางส่วนตัว โดยมีการพบปะพูดคุยสนทนากัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นแทบทุกขั้นตอนของการจัดการการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยเป็นการสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเอง และการสื่อสารกับบุคคลภายนอกที่เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น องค์กรอุตสาหกรรมป่าไม้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

2.1.1 การสื่อสารภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย สามารถสรุปรูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ ออกได้เป็น 5 ลักษณะ คือ

2.1.1.1 การแจ้งทางโทรศัพท์ เป็นลักษณะการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ใช้ติดต่อสื่อสารกันบ่อยครั้งระหว่างบุคลากรภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การประชุมแผนงานต่างๆ การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่จะมาเข้าพักโฮมสเตย์

2.1.1.2 การบอกปากกต่อปาก เป็นลักษณะการสื่อสารที่พบได้ทั่วไปในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เนื่องจากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นพื้นที่เฉพาะมีความรู้ ช่าง ชาวบ้านและเจ้าหน้าที่ที่อยู่ร่วมกันไม่มากนักและส่วนใหญ่จะอยู่ร่วมกันมาเป็นเวลานาน ทำให้บุคลากรภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีความสนิทสนมกัน จึงบอกเล่าข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้แก่กัน

2.1.1.3 การปรึกษาหารือ เป็นลักษณะการสื่อสารที่บุคลากรภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยใช้ในการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็น หรือขอคำแนะนำจากหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงาน ทั้งในเวลาทำงานและนอกเวลาทำงาน โดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ

2.1.2 การสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยขององค์กรอุตสาหกรรมป่าไม้กับหน่วยงานภายนอกหรือนักท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1.2.1 การคุยนอกรอบ เป็นลักษณะของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในช่วงระหว่างเวลาก่อนและหลังการประชุมอย่างเป็นทางการของเจ้าหน้าที่ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยกับ

องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเรื่องเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

2.1.2.2 การพูดคุยทางโทรศัพท์ เป็นลักษณะของการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างเจ้าหน้าที่ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยกับองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเรื่องเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

2.2 รูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ และมีปฏิริยาโต้ตอบกันมากเป็นการสื่อสารสองทางที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น การตอบโต้ระหว่างกันมาก ซึ่งรูปแบบการสื่อสารลักษณะนี้ มักจะเกิดขึ้นในการประชุมอย่างเป็นทางการของเจ้าหน้าที่ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

2.2.1 การสื่อสารภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย สามารถสรุปรูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการสรุปได้ดังนี้

2.2.1.1 การประชุมภายใน เป็นการประชุมระหว่างบุคลากรภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยซึ่งจะมีระดับการประชุมที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่ผู้เข้าร่วมประชุม โดยการประชุมบางวาระกำหนดการที่แน่นอน มีบันทึกการประชุม โดยระหว่างการประชุมจะมีการเสนอความคิดเห็น ทั้งนี้หัวข้อในการประชุมจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับ การแก้ไขปัญหาการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแผนการจัดการการท่องเที่ยว รวมทั้งการสรุปผลการดำเนินงาน

2.2.2 การสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยกับหน่วยงานภายนอก

2.2.2.1 การบรรยาย คือวิธีการที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยใช้ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้กับบุคคลภายนอกและนักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูล เช่น การบรรยายเพื่อนำนักท่องเที่ยวเข้าชมกิจกรรมต่างๆ ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย การบรรยายให้กับหน่วยงานภายนอกที่เข้ามาศึกษาดูงาน ได้รับทราบข้อมูลในส่วนต่างๆ ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เป็นต้น

2.2.2.2 การประชุม เป็นการประชุมระหว่างเจ้าหน้าที่ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยกับหน่วยงานภายนอก โดยจะมีจดหมายเชิญเข้าร่วมประชุมเพื่อเชิญเจ้าหน้าที่ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในระดับผู้บริหาร โดยศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจะแบ่งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการเข้าร่วมประชุมตามระดับงานที่รับผิดชอบ เช่น ในระดับอำเภอผู้เข้าร่วมประชุมคือหัวหน้างาน ในระดับจังหวัดผู้เข้าร่วมประชุมคือผู้อำนวยการศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ส่วนระดับประเทศหรือการจัดประชุมที่กรุงเทพมหานครผู้เข้าร่วมประชุมคือผู้อำนวยการหรือรองผู้อำนวยการองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

2.2.2.3 การอบรมสัมมนา มีทั้งที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้รับเชิญจากหน่วยงานภายนอกและศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นผู้จัดขึ้นเอง โดยจะมีจดหมายเชิญจากหน่วยงานภายนอกเพื่อเชิญเข้าร่วมการอบรมสัมมนา โดยส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหารที่เข้าร่วมกิจกรรมนี้ ส่วนการอบรมสัมมนาที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจัดขึ้นเอง จะจัดขึ้นในรูปแบบของการไปปฏิบัติงานตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพในการทำงานของพนักงาน

2.3 การสื่อสารทางเดียวที่เป็นทางการ

รูปแบบการสื่อสารทางเดียวที่เป็นทางการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เป็นการสื่อสารผ่านหนังสือราชการ เนื่องจากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นหน่วยงานราชการจึงมีการสื่อสารรูปแบบของหนังสือราชการตามแบบฟอร์มที่ทางราชการกำหนด โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.3.1 จดหมายเวียน เป็นรูปแบบการสื่อสารเพื่อแจ้งข่าวสารภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยมีรูปแบบเป็นบันทึกราชการ เครื่องคิดเรื่องแบบฟอร์ม โดยจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ที่สำคัญ เช่น วาระการประชุม รวมถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

2.4 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย รวมถึงเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์และบริหารช้างให้นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปได้ทราบ โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ นั้น ประกอบด้วย 4 สื่อ ดังนี้

2.4.1 สื่อบุคคล

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลเป็นสื่อแรกๆ ในช่วงก่อตั้งศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยว โดยการให้เจ้าหน้าที่ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสารของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อบุคคลเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ และเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ง่ายที่สุด โดยสื่อบุคคลที่ทางศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้ใช้ ได้แก่

2.4.1.1 เจ้าหน้าที่ ครัวช่างและชาวบ้าน เป็นสื่อบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งเจ้าหน้าที่และครัวช่างมีโอกาสได้พบปะนักท่องเที่ยวและ

บุคคล ภายนอกอยู่เสมอ จึงมีโอกาสได้เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอีกครั้ง หรือแนะนำให้เชิญชวนนักท่องเที่ยวคนอื่นมาเที่ยวต่อไป

2.4.1.2 เพื่อนฝูงและญาติพี่น้องของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลที่สำคัญที่สุด ที่ช่วยชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวคนอื่นๆ ที่เป็นเพื่อนหรือคนรู้จักของตนเองเข้ามาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

2.4.1.3 เจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคลที่มีส่วนช่วยในประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่จะได้รับรู้ข้อมูลและรายละเอียดของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจากเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว

2.4.1.4 เจ้าหน้าที่ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคลที่สำคัญ เป็นสื่อบุคคลภายนอกสื่อแรกที่มีส่วนช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยตั้งแต่เริ่มต้น โดยเฉพาะการช่วยแนะนำและให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และยังช่วยแนะนำข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้กับบุคคลภายนอกและสื่อมวลชนหลายแขนงเพื่อนำไปเผยแพร่ต่อไป

2.4.2 สื่อเฉพาะกิจ

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการใช้สื่อเฉพาะกิจเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยด้วยการใช้สื่อเฉพาะกิจหลายรูปแบบด้วยกัน ซึ่งมีทั้งสื่อเฉพาะกิจที่ศูนย์อนุรักษ์ผลิตขึ้นเอง และสื่อเฉพาะกิจที่หน่วยงานภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ ได้แก่

2.4.2.1 แผ่นพับ เป็นสื่อเฉพาะกิจที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยผลิตขึ้นเองและมีการนำไปใช้เผยแพร่ข่าวสารเป็นจำนวนมากและบ่อยที่สุด แผ่นพับมีลักษณะเป็นกระดาษมันพิมพ์สีประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.4.2.2 ป้ายเผยแพร่ข้อมูล เป็นสื่อเฉพาะกิจที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยผลิตขึ้นเอง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับบุคคลภายนอกและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้ทราบข้อมูลต่างๆ ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยป้ายเหล่านี้จะถูกติดตั้งทั้งภายในและภายนอกศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

2.4.2.3 อุปกรณ์สำหรับจัดนิทรรศการ เป็นสื่อเฉพาะกิจที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยผลิตขึ้นมา เพื่อนำมาจัดแสดงนิทรรศการทั้งภายในและภายนอกศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เนื่องจาก

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีบริเวณที่จัดนิทรรศการคือพิพิธภัณฑ์แห่งแผ่นดิน อีกทั้งยังได้รับเชิญเข้าร่วมงานกับหน่วยงานภายนอกบ่อยครั้ง อุปกรณ์เหล่านี้จึงมีความสำคัญในการช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

2.4.2.4 หนังสือคู่มือการท่องเที่ยว เป็นสื่อเฉพาะกิจที่บุคคลภายนอกเป็นผู้จัดทำขึ้น โดยที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยแก่บุคคลภายนอกที่เข้ามาขอข้อมูลในการจัดทำหนังสือทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และหน่วยงานในประเทศไทยและต่างประเทศ

2.4.2.5 หนังสือและวารสาร เป็นสื่อเฉพาะกิจที่มีทั้งที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยผลิตเองและหน่วยงานภายนอกผลิตให้มีหลากหลายรูปแบบ หลายขนาด ทั้งพิมพ์สีและขาวดำ โดยนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการอนุรักษ์และบริหารช้างของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

2.4.2.6 วิทยุทัศน์ เป็นสื่อเฉพาะกิจที่มีทั้งที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยผลิตขึ้นเองและองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เป็นผู้ผลิตให้ เป็นสื่อที่เข้าใจง่ายเพราะประกอบด้วยภาพและเสียงนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

2.4.2.7 เอกสารทางวิชาการ เป็นสื่อเฉพาะกิจที่มีทั้งของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยผลิตเองและบุคคลภายนอกเป็นผู้จัดทำ โดยเอกสารวิชาการที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยผลิตเองนั้นเป็นงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับช้าง จะนำเสนอและเผยแพร่ในวงการการศึกษาและวงการวิทยาศาสตร์ทางสัตวแพทย์ และงานวิจัยที่จัดทำขึ้นโดยบุคคลภายนอกจะเป็นงานวิจัยด้านอื่นๆ ส่วนใหญ่จะเป็นของคณาจารย์และนักศึกษาที่เข้ามาศึกษาดูงาน ทำการวิจัยในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และได้เข้ามาขอข้อมูลกับบุคลากรภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยข้อมูลที่ได้และเผยแพร่ไปนั้น จะเป็นสื่อที่ช่วยประชาสัมพันธ์ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้อีกทางหนึ่ง

2.4.2.8 สินค้าของที่ระลึก เป็นสื่อเฉพาะกิจที่มีทั้งที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยผลิตขึ้นเองและบุคคลภายนอกผลิตเข้ามาจำหน่าย โดยส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่มีรูปลักษณะเป็นช้าง แต่ยังไม่มิตราสินค้า ซึ่งของที่ระลึกส่วนหนึ่งเป็นสื่อที่ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้อีกทางหนึ่ง

2.4.3 สื่อมวลชน

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชนเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชนเหล่านี้ ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยไม่ได้เป็นผู้ผลิตขึ้นมาเอง แต่เป็นบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตขึ้นมา ได้แก่

2.4.3.1 โทรทัศน์ เป็นสื่อที่บุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ โดยที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นผู้ให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เพื่อถ่ายทำรายการและนำไปออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีรายการต่างๆ เดินทางเข้ามาถ่ายทำที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างต่อเนื่อง

2.4.3.2 วิทยู เป็นสื่อมวลชนที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้โดยมีทั้งสถานีวิทยุที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยฝากข่าวประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อออกอากาศ และคลื่นวิทยุที่เจ้าหน้าที่ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นผู้จัดรายการด้วยตัวเอง

2.4.3.3 หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนที่ทางศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยไม่ได้เป็นผู้ผลิตขึ้นมาเอง แต่มีบุคคลภายนอกผลิตให้ มีทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยฝากข่าวสารประชาสัมพันธ์และหนังสือพิมพ์ที่มาขอข้อมูลจากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเพื่อเขียนสื่อบ้างหรือช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

2.4.3.4 นิตยสาร/วารสาร เป็นสื่อมวลชนชนิดแรกๆ ที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้ โดยที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยไม่ได้เป็นผู้ผลิตขึ้นมาเอง แต่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ โดยเริ่มแรกได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ได้ช่วยติดต่อประสานงานให้ทางอนุสาร อ.ส.ท. นำเสนอเรื่องราวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยไปเผยแพร่ เป็นผลให้มีนิตยสารและวารสารฉบับต่างๆ ให้ความสนใจมาขอข้อมูลเพื่อลงเรื่องราวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างต่อเนื่อง

2.4.4 สื่ออินเทอร์เน็ต

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นสื่อที่รวบรวมคุณสมบัติของสื่อหลายประเภทเข้าด้วยกัน มีทั้งภาพ เสียง และมีพื้นที่ในการนำเสนอข้อมูลได้มาก โดยสื่ออินเทอร์เน็ตที่ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย มีรายละเอียดดังนี้

2.4.4.1 บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ (www) เป็นช่องทางหนึ่งที่ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งบริการข้อมูลทางเว็บไซต์ (www) ออกเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

2.4.4.2 บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ที่หน่วยงานภายนอกจัดทำให้ โดยระยะเริ่มแรกของการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์นั้น ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้รับความช่วยเหลือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้ช่วยจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยลงในเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (<http://thai.tourismthailand.org>) ที่มีบทบาทอย่างมากในการช่วยเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

2.4.4.3 บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ที่ศูนย์อนุรักษ์จัดทำขึ้นเอง หลังจากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นที่รู้จักกับนักท่องเที่ยวได้ระยะหนึ่งแล้ว ทางศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยก็ได้จัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยขึ้นมาเอง โดยเว็บไซต์ที่มีชื่อว่า “<http://www.thailandelegant.org> และ <http://changthai.com/>” โดยเว็บไซต์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีเจ้าหน้าที่ส่วนแผนงานและประชาสัมพันธ์องค์กรของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นผู้จัดทำและดูแลในส่วนเนื้อหาของเนื้อหาและเว็บไซต์ทั้งหมด

2.4.4.4 บริการข้อมูลบนกระดานข่าวที่มีการโพสต์กันในกระดานของเว็บไซต์ เป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวได้ โดยที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เพราะนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยแล้ว ได้นำประสบการณ์การท่องเที่ยวไปโพสต์กันในกระดานของเว็บไซต์ต่างๆ โดยการเขียนถึงความประทับใจและโพสต์ภาพถ่ายไว้อย่างน่าสนใจ

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จำนวน 200 ชุด แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 150 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 50 ชุด

ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

3.1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

3.2 ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

3.1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญที่จะต้องทำการศึกษา เนื่องจากข้อมูลส่วนตัวนั้นมีผลต่อการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยต้องการทำการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

3.1.1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 10,001- 30,000 บาท ประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่นๆ ที่ไม่ใช่จังหวัดลำปางซึ่งเป็นจังหวัดที่ตั้งของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

3.1.2 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้มากกว่า 2,250 USD เป็นพนักงานเอกชน และมีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศอื่นๆ นอกเหนือจากสหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส

3.2 ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

เรื่องปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.2.1 สิ่งจูงใจและสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

3.2.1.1 สิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุดคือกิจกรรมของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย คิดเป็นร้อยละ 67.30 รองลงมาคือทิวทัศน์ที่สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 14.00 และเดินทางมาสะดวก คิดเป็นร้อยละ 12.70

ส่วนสาเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุดคือตั้งใจมาท่องเที่ยวเอง คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือเป็นทางผ่านไปจังหวัดอื่นและคนรู้จักชักชวนให้มาเที่ยวเป็นจำนวนเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และมาทำงาน คิดเป็นร้อยละ 6.70

3.2.1.2 สิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุดคือการแสดงช้างและกิจกรรมของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมาคือสิ่งจูงใจอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 16.00 และการเดินทางที่สะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 8.00

ส่วนสาเหตุที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุดคือตั้งใจมาท่องเที่ยวเอง คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือคนรู้จักชักชวนให้มาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 26.00 และเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 20.00

3.2.2 การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

3.2.2.1 สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเคยเห็นหรือได้ยินอันดับแรกได้แก่ สื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 56.70 รองลงมาได้แก่ สื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นร้อยละ 40.70 และสื่อบุคคล คิดเป็นร้อยละ 22.00

ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุดคือสื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.00 และสื่อบุคคล คิดเป็นร้อยละ 16.00

3.2.2.2 สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนอกของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเคยเห็นหรือได้ยินอันดับแรกได้แก่ สื่ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาได้แก่ สื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 32.00 และสื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.00

ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุดคือสื่ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือ สื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 38.00 และสื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นร้อยละ 14.00

3.2.3 ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

3.2.3.1 สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดคือ สื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 63.30 รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นร้อยละ 32.00 และสื่อบุคคล คิดเป็นร้อยละ 19.30

3.2.3.2 สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดคือ สื่ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ สื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 42.00 และสื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.00

3.2.4 ลักษณะข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

3.2.4.1 ลักษณะข่าวสารที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุดคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้าง

ไทย คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมาคือ การอนุรักษ์ช้างและป่าไม้ คิดเป็นร้อยละ 55.30 และ กิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย คิดเป็นร้อยละ 46.00

3.2.4.2 ลักษณะข่าวสารที่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุดคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ การอนุรักษ์ช้างและป่าไม้ คิดเป็นร้อยละ 24.00 และประวัติศาสตร์และวิวัฒนาการของช้างและอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 14.00

3.2.5 ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่มีศักยภาพในการสร้างการรับรู้

3.2.5.1 สื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่มีศักยภาพในการสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับมากที่สุดคือ สื่อมวลชน รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

3.2.5.2 สื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่มีศักยภาพในการสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติในระดับมากที่สุดคือ สื่ออื่นๆ รองลงมาคือ สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ

3.2.6 ความรู้สึกประทับใจในการมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

3.2.6.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้สึกประทับใจในการมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุดคือ การแสดงช้าง คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย คิดเป็นร้อยละ 22.70 และการนั่งช้างชมธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 9.30

3.2.6.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติรู้สึกประทับใจในการมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุดคือ การแสดงช้าง คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและการนั่งช้างชมธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 12.00 และการฝึกเป็นควาญช้างและฝึกขี่ช้าง คิดเป็นร้อยละ 6.00

3.2.7 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

3.2.7.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยผ่านสื่อมวลชนให้มากขึ้น

ควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในจังหวัดลำปางให้มากขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดลำปาง การเข้าร่วมกิจกรรมกับสถานศึกษาในจังหวัด การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อท้องถิ่นให้มีความถี่มากขึ้นและนำเสนอข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ

ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ตลอดทั้งปี โดยเฉพาะช่วงที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีกิจกรรมการพิเศษต่างๆ

ควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยผ่านเว็บไซต์และเครือข่ายสังคม (Social Network) โดยมีอัปเดตข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ อยู่เสมอ

ควรประชาสัมพันธ์และทำการตลาดผ่านบริษัทนำเที่ยว

3.2.7.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ โดยมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอ

ควรประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ประชาสัมพันธ์ผ่านบริษัทนำเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง” ผู้วิจัยได้อภิปรายผลที่เป็นประเด็นสำคัญเพื่อตอบปัญหาการวิจัย ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายนอก ได้แก่ นโยบายขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (ออป.) นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และการส่งเสริมจากสื่อมวลชน ปัจจัยภายใน ได้แก่ สภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น และผลประโยชน์จากรายได้ที่จะได้รับ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ผู้วิจัยพบว่า นโยบายขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ และนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น เป็นนโยบายที่มีความชัดเจนในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้มีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่มีความพร้อมอยู่แล้ว จึงทำให้องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็งเห็นถึงความเป็นไปได้ที่จะช่วยสนับสนุนและพัฒนาให้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการ

จัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ขึ้นมา สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ กิตติวัฒน์ รัตนดิลก ณ ภูเก็ต (2542, น. 20) ที่ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็น หน่วยงานที่ดูแลเรื่องการท่องเที่ยวโดยตรง ได้ดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อกำหนด แนวทางการดำเนินการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประเทศไทยในภาพรวมทั้งหมด จะเห็นได้จากนโยบายหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่กล่าวอย่างชัดเจนว่า “อนุรักษ์ และ ฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ พัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้วยการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วม ในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ ถึงประชาชนทุกภูมิภาค ฯลฯ”

สำหรับปัจจัยภายนอกด้านการส่งเสริมจากสื่อมวลชน ผู้วิจัยพบว่า การส่งเสริมจาก สื่อมวลชนเป็นปัจจัยภายนอกอีกด้านหนึ่ง ที่มีส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้ประสบความสำเร็จได้ โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าเป็นผลมาจากการ ส่งเสริมจากองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีนโยบายช่วยส่งเสริม การท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จึงได้ช่วยติดต่อประสานงานสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ให้เข้า มานำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยไปเผยแพร่ให้กับบุคคล ภายนอกได้รับรู้ นอกจากนี้เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้าง ไทยและยังนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์และบริหารช้างผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ หลากหลายกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ เลิศชาย หวังตระกูลดี (2548, น. 38) ที่ ได้กล่าวว่า สื่อมวลชนถือเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากสื่อทำหน้าที่ เผยแพร่ข่าวสารต่างๆ จากแหล่งท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้อและ ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ผู้วิจัยพบว่า สภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวของศูนย์ อนุรักษ์ช้างไทยโดยรวมแล้วมีความเหมาะสมที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ เนื่องจากมีสภาพพื้นที่เป็นสวนป่า รวมถึงการมีแหล่งน้ำในพื้นที่หลายแห่ง ทำให้มีความ ชุ่มชื้นเหมาะกับการเป็นที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติของช้าง และเหมาะสมต่อการเป็นสถานที่ ท่องเที่ยวและเรียนรู้ นอกจากนี้ยังมีหมู่บ้านควาญช้างที่เปิดเป็นบ้านพักโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยว ได้มาพักอาศัยเพื่อเรียนรู้วิถีควาญช้าง โดยเฉพาะประสบการณ์การฝึกขี่ช้าง การเดินป่าเพื่อเข้าไป รับส่งช้างในเวลาเช้าและเย็น ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่ทำได้ยากที่นักท่องเที่ยวจะได้ใกล้ชิดกับช้าง หรือการใช้ชีวิตแบบควาญช้าง ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายที่สำคัญที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยผลการวิจัยจากแบบสอบถามยังระบุว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจ

กิจกรรมของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุด ดังนั้นการฟื้นฟูประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะวิถีชีวิตควาญช้าง เพื่อพัฒนาให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มเติมก็จะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ วรรณพร วนิชชานุกร (2541, น. 5) ที่ได้กล่าวว่าการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นเป็นสิ่งสำคัญลำดับแรกที่จะต้องพิจารณาและยังเป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว นั่นคือ สภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว เพราะการที่มีสภาพภูมิประเทศที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว มีประวัติที่น่าสนใจ มีทิวทัศน์ที่งดงาม และมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติที่เป็นจุดเด่น สิ่งเหล่านี้จะเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้เป็นอย่างดี

สำหรับปัจจัยภายในด้านประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น ผู้วิจัยพบว่า วิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวบ้านในหมู่บ้านควาญช้างภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย มีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น เนื่องจากเป็นวิถีชีวิตการเป็นควาญช้าง ที่มีความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับช้างที่เอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าจุดขายที่สำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบโฮมสเตย์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยคือวิถีชีวิตของควาญช้าง โดยเฉพาะการใช้ชีวิตอยู่กับช้าง การเลี้ยงดูช้างอย่างใกล้ชิดเป็นระยะเวลาานาน จนเรียนรู้และเข้าใจวิถีชีวิตของช้างและการอยู่ร่วมกับช้าง นอกจากวิถีชีวิตของควาญช้างแล้ว ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยยังมีประเพณีและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับช้างที่เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วม เช่น สะโอดช้าง ทำขวัญช้าง ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายที่สำคัญสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

สำหรับปัจจัยภายในด้านบทบาทของควาญช้างและชาวบ้านในหมู่บ้านควาญ ผู้วิจัยพบว่า ควาญช้างและชาวบ้านในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย มีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระดับปฏิบัติงานเท่านั้น เนื่องจากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอยู่ในความดูแลขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ดังนั้นการวางแผนหรือนโยบายต่างๆ จึงถูกกำหนดโดยองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ แล้วมีการถ่ายทอดนโยบาย ตลอดจนกฎ ระเบียบ ข้อปฏิบัติต่างๆ มายังเจ้าหน้าที่และบุคลากรภายในทุกคนตามลำดับ ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ วรรณพร วนิชชานุกร (2541, น. 5) ที่กล่าวว่า การจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ประสบความสำเร็จได้นั้นสิ่งสำคัญที่สุดคือ ความสามัคคีร่วมมือกันของคนในชุมชนท้องถิ่น ที่สามารถร่วมมือกันกำหนดทิศทางในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง เกิดมีความภาคภูมิใจและรักถิ่นกำเนิดของตน จนสามารถพัฒนาให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาในชุมชนได้ ดังนั้นการจะพัฒนาการจัดการด้านการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จได้นั้นองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้จะต้องเปิดโอกาสให้ควาญช้างได้มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์น้อย และมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางในการ

พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้มากขึ้น ด้วยการเปิดใจและรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันรวมถึงการสื่อสารด้วยรูปแบบที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทางที่มีปฏิริยาตอบโต้ระหว่างกัน

นอกจากปัจจัยภายในด้านสภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และบทบาทของควาญช้างและชาวบ้านแล้ว ปัจจัยภายในด้านผลประโยชน์จากรายได้ที่ได้รับนั้น ผู้วิจัยพบว่า เป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญที่เป็นตัวกระตุ้นให้ควาญช้างและชาวบ้านในหมู่บ้านควาญช้างเกิดแรงจูงใจในการต้อนรับและดูแลนักท่องเที่ยว สำหรับเรื่องรายได้นี้ผู้วิจัยแบ่งระดับรายได้ตามตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ซึ่งแต่ละตำแหน่งมีระดับรายได้ที่ต่างกัน

โดยเริ่มจากเจ้าหน้าที่ พนักงานสัตยูญาจ้างและควาญช้าง บุคลากรกลุ่มนี้พอใจกับรายได้และสวัสดิการที่ได้รับ เนื่องจากบุคลากรกลุ่มนี้ได้บรรจุเป็นเจ้าหน้าที่แล้วหรือมีโอกาสได้บรรจุเป็นเจ้าหน้าที่ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ซึ่งจะได้รับสวัสดิการของพนักงานรัฐวิสาหกิจคือ เงินเดือน เบี้ยเลี้ยง การเบิกค่ารักษาพยาบาลให้ตนเองและครอบครัว รวมถึงเบิกค่าเล่าเรียนบุตรได้ นอกจากนี้ควาญช้างและชาวบ้านยังมีรายได้เสริมจากการทำของที่ระลึกไปจำหน่ายที่ร้านค้าของที่ระลึกจำหน่าย การหาของป่าบางชนิดภายในพื้นที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยไปจำหน่าย เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ วรรณพร วนิชชานุกร (2541, น. 5) ที่กล่าวว่าสิ่งที่จะทำให้คนในชุมชนเกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนได้นั้น สิ่งสำคัญที่จะเป็นตัวกระตุ้นให้คนในชุมชนเกิดแรงจูงใจในการเข้าร่วมเพื่อจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนขึ้นมานั้นก็คือ การได้รับประโยชน์จากการจัดสรรรายได้จากการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

ส่วนบุคลากรอีกกลุ่มหนึ่งที่มีจำนวนมากในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย นั่นคือ คนงานรายวัน ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบอยู่ในทุกกลุ่มงานของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย บุคลากรกลุ่มนี้ไม่พอใจกับรายได้ที่ได้รับ เนื่องจากได้รับค่าแรงรายวันต่ำกว่าค่าแรงขั้นต่ำที่รัฐบาลกำหนด คือได้รับรายได้วันละ 190-250 บาทต่อวันและไม่มีสวัสดิการใดๆ ดังนั้น คนงานรายวันเหล่านี้จึงขาดแรงจูงใจในการทำงาน ทางศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจึงควรจัดสรรรายได้ให้บุคลากรทุกคนอย่างเหมาะสมเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น จะต้องประกอบด้วยปัจจัยหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะปัจจัยที่ยังไม่มีความพร้อมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น บทบาทหน้าที่ของควาญช้างในการมีส่วนร่วมจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย การฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีการเป็นควาญช้างเพื่อพัฒนาเป็น

กิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และการจัดสรรผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมสำหรับบุคลากรภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เป็นต้น เพื่อผลักดันให้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยประสบความสำเร็จและเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ในอนาคต

รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่ารูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้นมี 3 รูปแบบ คือ รูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ รูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารทางเดียวที่เป็นทางการ โดยรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏและมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมาก คือ รูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการและรูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเสถียร เศษประทับ (2528) ที่กล่าวว่า สื่อสารแบบสองทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะการให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกลับ (Feedback) นั้น เป็นวิธีการที่ทำให้ผู้รับสาร และผู้ส่งสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสาร โดยไม่มีฝ่ายใดมีอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง

ทั้งนี้หากมองรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวออกเป็น 2 มิติ มิติในด้านรูปแบบการสื่อสารที่เป็นทางการกับรูปแบบการสื่อสารสองทางแล้ว ในส่วนของรูปแบบการสื่อสารที่เป็นทางการนั้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า ลักษณะความเป็นทางการในการสื่อสารจะเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่มีการใช้จดหมายเชิญประชุม โดยเฉพาะการร่วมประชุมกับหน่วยงานภายนอก ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ส่วนรูปแบบการสื่อสารสองทางนั้นมีสองรูปแบบคือ รูปแบบการสื่อสารสองทางที่มีปฏิริยาโต้ตอบต่างกัน โดยการโต้ตอบนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความแตกต่างของสมาชิกที่เข้าร่วมประชุม คือ คุณลักษณะของกลุ่มบุคคลที่ทำการสื่อสาร กล่าวคือ การสื่อสารที่มีปฏิริยาโต้ตอบกันมาก จะเกิดขึ้นในการประชุมระหว่างเจ้าหน้าที่ ส่วนการสื่อสารที่มีปฏิริยาโต้ตอบกันน้อยมักจะเกิดขึ้นในการประชุมระหว่างเจ้าหน้าที่กับควาญช้าง เนื่องจากผู้เข้าร่วมประชุมมีความแตกต่างกันในหลายๆ ด้าน เช่น ความรู้ ประสบการณ์ สถานะทางสังคม เป็นต้น จึงทำให้มีปฏิริยาโต้ตอบกันน้อย

ทั้งนี้เป็นสาเหตุซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเรื่องรูปแบบการสื่อสารของ โรเจอร์ (Rogers, 1983) อ้างถึงใน นริษรา นงนุช (2544, น. 26) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นปัจจัยที่จะอธิบายว่าใครถ่ายทอดข่าวสารไปยังใครและจะมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารแค่ไหน ทั้งนี้การสื่อสารจะเป็นไปด้วยความราบรื่นเมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารมี

คุณลักษณะเหมือนๆ กัน (Homophily) เช่น ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม การศึกษา สังคมและอื่นๆ นั้น หมายถึงบุคคลส่วนใหญ่จะมีความรู้สึกสบายใจ ที่จะติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ที่คล้ายคลึงกับตนมาก กว่าที่การพูดคุยกับบุคคลที่แตกต่างกับตน ซึ่งต้องใช้ความพยายามมากที่จะทำการสื่อสารประสบผล เพราะการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน (Homophily) อาจทำให้เกิดการรับรู้ที่ไม่สอดคล้องกันก็ได้และผู้รับสารเองอาจจะมีความรู้สึกไม่สะดวกหรือไม่สบายใจที่จะทำการสื่อสาร

สำหรับรูปแบบการสื่อสารที่เป็นทางการนั้น ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าน่าจะเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่มีผลทำให้การสื่อสารสองทางนั้นมีปฏิริยาโต้ตอบกันน้อย เนื่องจากข้อมูลการสัมผัสและสังเกตการ ผู้วิจัยพบว่า เมื่ออยู่นอกสถานการณ์ที่เป็นทางการแล้ว มักมีการพูดคุยและเสนอความคิดเห็นกันมากกว่า เพราะการสื่อสารอย่างเป็นทางการไม่มีความเป็นกันเองและมักจะเกิดความเกรงใจ ทำให้ไม่กล้าแสดงความคิดเห็น โดยเฉพาะรูปแบบการสื่อสารของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่อยู่ในความดูแลของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจรูปแบบการสื่อสารภายในและภายนอกมักต้องเป็นรูปแบบการสื่อสารที่เป็นทางการ รวมถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ยังเป็นการสื่อสารแบบบนลงล่าง ทำให้ความรู้อ้างและชาวบ้านขาดการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีการตอบโต้กันระหว่างเจ้าหน้าที่กับอาสาสมัครและชาวบ้านน้อย จึงควรมีการพัฒนา รูปแบบการสื่อสารสองทางให้เหมาะสมกับบุคลากรในทุกระดับ การรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน จะส่งผลให้การสื่อสารสองทางมีประสิทธิภาพมากขึ้น ก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ทั้งนี้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น ยังมีรูปแบบการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่พบในการวิจัยครั้งนี้ และมีบทบาทต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย คือ รูปแบบการสื่อสารทางเดียวที่เป็นทางการ ซึ่งรูปแบบดังกล่าวเหมาะกับการแจ้งข่าวสารต่างๆ ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เนื่องจากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ จึงมีการทำจดหมายเวียนที่เป็นลายลักษณ์อักษรตามระเบียบของราชการเพื่อสื่อสารกันภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย แต่การส่งจดหมายเวียนนี้ก็กลับมีความล่าช้า เนื่องจากจดหมายราชการต้องส่งต่อเป็นทอดๆ จากเจ้าหน้าที่นำเสนอต่อเจ้าหน้าที่ระดับบริหารเพื่อทำรอบการพิจารณา เมื่อพิจารณาแล้วก็ต้องส่งเอกสารตอบกลับมาตามสายงานเป็นทอดๆ ดังนั้นจดหมายเวียนจึงไม่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องรูปแบบการสื่อสารของ ฮาโรลด์ เจ ลิฟวิท (1964) อ้างถึงใน นริษรา นงนุช (2544, น. 26) ที่ได้กล่าวว่า หากองค์กรมีความต้องการความรวดเร็วและความถูกต้องอย่างง่าย ๆ ในการติดต่อสื่อสารแล้ว การสื่อสารทางเดียวจะมีความเหมาะสมมากกว่า ดังนั้นจึงควรปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการสื่อสารทางเดียวให้มีความรวดเร็วและง่ายขึ้น

สำหรับผลของรูปแบบการสื่อสารที่กล่าวมาแล้ว ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า รูปแบบการสื่อสารสองทางมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย กล่าวคือ ผลที่ได้รับจากการสื่อสารดังกล่าว จะปรากฏออกมาให้เห็นในแผนการจัดการการท่องเที่ยว กฎระเบียบข้อบังคับ ในขณะที่การสื่อสารทางเดียวที่เป็นทางการมีบทบาทต่อการจัดการการท่องเที่ยว โดยผลของการสื่อสารจะเน้นไปในการทำความเข้าใจร่วมกัน การปฏิบัติตาม การแก้ไขปัญหาในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

นอกจากนั้นการวิจัยยังพบว่า รูปแบบการสื่อสารสองทาง เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ดังนั้นการปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการสื่อสารสองทางให้มีความเหมาะสมจะส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องรูปแบบของการสื่อสารของ แชมมส์ (1979) ที่กล่าวไว้ว่า การสื่อสารแบบสองทางเป็นช่วยก่อให้เกิดพลังและกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและเรียนรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ช้างไทยและป่าไม้ซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของช้างผ่านกิจกรรมต่างๆ ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ประกอบไปด้วย 4 สื่อด้วยกัน คือ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชนและสื่ออินเทอร์เน็ต

1. สื่อบุคคล จากการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคลผู้วิจัยพบว่า ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้บุคคลภายนอกได้รับรู้ อันได้แก่ เจ้าหน้าที่ ควณูช่างและชาวบ้าน เพื่อนฝูงและญาติพี่น้องของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว เจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว และเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะเป็นสื่อบุคคลหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ที่ทางศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ง่ายที่สุด สามารถจูงใจนักท่องเที่ยวด้วยวิธีการพูดแบบเป็นกันเอง ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่น ปรับให้เข้ากับนักท่องเที่ยวเป็นรายๆ ได้ และสามารถที่จะซักถามทำความเข้าใจและมีปฏิริยาโต้ตอบกันและกันได้ ทำให้ได้รับทราบความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ของ แคทซ์ กับ ลาซาสเฟลด์ (1955) อ้างถึงใน กฤษฎา สุริยวงศ์, (2549, น. 62) ที่กล่าวไว้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด

2. สื่อเฉพาะกิจ จากการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ผู้วิจัยพบว่า ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจหลายรูปแบบด้วยกัน มีทั้งที่ผลิตเองและหน่วยงานภายนอกผลิตให้ อันได้แก่ แผ่นพับ ป้ายเผยแพร่ข้อมูล อุปกรณ์สำหรับจัดนิทรรศการหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว หนังสือและวารสาร วิทยุทัศน์ เอกสารทางวิชาการและสินค้าของที่ระลึก ซึ่งสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้มีเนื้อหาและการใช้งานที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับงานที่เข้าร่วมหรือผู้รับสาร สื่อเฉพาะกิจนี้จึงเหมาะที่จะทำการสื่อสารกับบุคคลภายนอกและนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2531, น. 99) ที่ได้กล่าวไว้ว่า สื่อเฉพาะกิจหมายถึงสื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม

3. สื่อมวลชน จากการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชน ผู้วิจัยพบว่า ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชนอย่างครอบคลุม อันได้แก่ สื่อทางโทรทัศน์ สื่อทางวิทยุ สื่อทางหนังสือพิมพ์และสื่อทางนิตยสาร/วารสาร เข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ให้บุคคลภายนอกและนักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชนนี้ทางศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยไม่ได้ผลิตขึ้นมาเอง แต่มีหน่วยงานภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ โดยในช่วงแรกการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือในการติดต่อสื่อแขนงต่างๆ ให้เข้ามาช่วยนำเสนอข้อมูลของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยมีบุคลากรภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นผู้ให้ข้อมูล เมื่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเริ่มเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยว ก็มีสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ติดต่อเข้ามาเพื่อขอข้อมูลไปนำเสนอ ทั้งสื่อภายในประเทศและสื่อต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ของ ปรมะ สตะเวทิน (2531, น. 99) ที่ได้กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีความอิสระและมีคุณประโยชน์ของตนเองในการพิจารณาข่าวสารที่นักประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือในการเผยแพร่ ว่ามีคณสนใจและเหมาะสมที่จะเผยแพร่ต่อไปยังสาธารณชนหรือไม่

4. สื่ออินเทอร์เน็ต จากการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยพบว่า ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ อันได้แก่ บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ (www.) และบริการข้อมูลบนกระดานข่าวที่มีการโพสต์กันในกระทู้ของเว็บไซต์ต่างๆ ถือได้ว่าศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการใช้สื่อ

ประชาสัมพันธที่ทันสมัยเข้ากับยุคสมัยปัจจุบันมาช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา นานกว่าสิบปี โดยมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถนำเสนอ รายละเอียดได้มากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะมีพื้นที่มากและมีความรวดเร็วครอบคลุมทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ของ ซึ่ง ัญญา จรูญกาญจนกุล (2541) อ้างถึงใน กฤษฎา สุริยวงศ์ (2549, น. 59) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์โดยผ่านทางสื่อ อินเทอร์เน็ตสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยมีรายละเอียดมากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะมีพื้นที่มากกว่า และผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสาร และสามารถค้นหาคำตอบในสิ่งที่ตนเองสงสัยได้ทันที

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้ประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องมีการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ การใช้สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเปิดรับ สื่อมวลชน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนี้การใช้สื่ออื่นๆ ประกอบตามความเหมาะสม โดยพิจารณาปัจจัยเกี่ยวกับการสื่อสารของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างละเอียด รวมถึงการประเมินผลการใช้สื่อแต่ละสื่อ เพื่อเพื่อวางแผนการใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ของ Singh (1976) อ้างถึงใน กฤษฎา สุริยวงศ์ (2549, น. 67) ที่กล่าวไว้ว่า สื่อเพียงประเภทเดียวย่อมไม่มีประสิทธิผลเพียงพอ การใช้สื่อแบบ ผสมผสานจะสำเร็จผลตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างรวดเร็ว

ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและเรียนรู้เกี่ยวกับการ อนุรักษ์ช้างไทยและป่าไม้ซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของช้างผ่านกิจกรรมต่างๆ ของศูนย์อนุรักษ์ช้าง ไทย และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย โดยมีการใช้สื่อ ประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย โดยที่สื่อเหล่านี้ มีผลกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความแตกต่างกัน ทั้งปัจจัย ทางด้านประชากรศาสตร์และจิตวิทยา ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนี้เลือกรับข่าวสารที่แตกต่าง กัน นอกจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจะมีความแตกต่างกันแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันก็มีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันด้วย เช่น นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแบบไปกลับกับนักท่องเที่ยวที่มาค้างแรม นักท่องเที่ยวที่มาค้างแรมกับ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาโปรแกรมฝึกควาญช้าง ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีความสามารถในการรับรู้

แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของ เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง (2555, น. 28) ที่กล่าวว่า บุคคลแต่ละคนมีความสามารถในการรับรู้ไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ

นักท่องเที่ยวที่มาเข้าโปรแกรมฝึกเป็นความรู้อาจจะมีความสนใจและพร้อมที่จะเรียนรู้เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับช้างมากกว่านักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวแบบไป-กลับ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า นักท่องเที่ยวที่มาเข้าโปรแกรมฝึกเป็นความรู้อาจจะมีความสนใจและต้องการที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตการเป็นความรู้อาจ การที่ช้าง ก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจึงมีการเสาะหาข้อมูล และเมื่อมาถึงก็มีความสนใจที่จะเรียนรู้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับช้าง เพื่อความเข้าใจและความปลอดภัย ในการใช้ชีวิตร่วมกับช้างตลอดระยะเวลาการเข้าโปรแกรมฝึกเป็นความรู้อาจ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของ เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง (2555, น. 31) ที่กล่าวว่า ผู้รับสาร มักจะสนใจรับข่าวสารที่ตรงกับความต้องการหรือมีความสำคัญต่อผู้รับสาร ซึ่งความสนใจของแต่ละคนจะมีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นชนิดของข้อมูล รูปแบบของการสื่อสาร ประเภทของสื่อที่ชอบ

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว สื่อประชาสัมพันธ์ที่ นักท่องเที่ยวนิยมเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีส่วน ช่วยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ สื่อมวลชน ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เนื่องจากเป็นสื่อที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคุ้นเคย สามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับการ เปิดรับข่าวสารของ เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง (2555, น. 31) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อที่ สะดวกกับตนเองเป็นหลัก และผู้รับสารจะติดอยู่กับการรับสื่อเดิมๆ ที่เคยชินที่ตนเคยเปิดรับอยู่เป็น ประจำ นอกจากนี้คุณสมบัติของสื่อมวลชนที่สามารถส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลา อันรวดเร็วได้ สอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ของ วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2546) ที่กล่าว ว่า สื่อมวลชนสามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่าง รวดเร็ว

ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว สื่อประชาสัมพันธ์ที่ นักท่องเที่ยวนิยมเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีส่วน ช่วยในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมน้อยแต่หลายสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็น สื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสะดวกในการเปิดรับ เนื่องจากเทคโนโลยีระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตในต่างประเทศมีความพร้อมที่จะรองรับการใช้งาน สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถนำเสนอข้อมูล ข่าวสารได้มากกว่าสื่ออื่นๆ และมีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจทั้งภาพและเสียง อีกทั้งยังเป็นสื่อที่

นักท่งที่เชี่ยวชาญสามารถตอบโต้ซักถามปัญหาได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ของ ัญญา จรูญกาญจนกุล (2541) อ้างถึงใน กฤษฎา สุริยวงศ์ (2549, น. 59) ที่กล่าวว่า สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยมีรายละเอียดมากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะมีพื้นที่มากกว่าและผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสาร และค้นหาคำตอบในสิ่งที่ตนเองสงสัยได้ทันทีโดยผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ที่มีศักยภาพในการสร้างการรับรู้สำหรับนักท่งเที่ยวชาวไทยและนักท่งเที่ยวชาวต่างชาติเหมือนกันคือ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคล ตามลำดับ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า นักท่งเที่ยวส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยและสะดวกที่จะเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าสื่ออื่นๆ เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้มากในเวลาอันรวดเร็ว สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของ เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง (2555, น. 31) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารจะรับสื่อที่สะดวกกับตนเองหรือสื่อที่มีความเคยชินที่ตนเปิดรับอยู่เป็นประจำ

สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่มีศักยภาพในการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่งเที่ยวเป็นอันดับสอง เนื่องจากสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่มีเนื้อหาเฉพาะเจาะจงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะกลุ่มและเป็นสื่อที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนิยมใช้มากที่สุด นักท่งเที่ยวที่มีความสนใจที่จะรับข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ต้องการเรียนรู้หรือเข้าร่วมกิจกรรมการท่งเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจึงเปิดรับสื่อเฉพาะกิจเป็นระดับรองลงมา สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ของ เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง (2555: 28) ที่กล่าวว่า แรงจูงใจหรือความต้องการภายในบุคคลมีผลต่อการรับรู้

สื่อที่มีศักยภาพในการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่งเที่ยวเป็นอันดับสามคือ สื่อบุคคล เนื่องจากสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีความเป็นอิสระในการเผยแพร่ข่าวสาร โดยเฉพาะสื่อบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดหรือผู้ที่ได้รับความเชื่อถือและมีบทบาทต่อผู้รับสาร สื่อบุคคลในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยคือ เจ้าหน้าที่ ความรู้ ซึ่งถือเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากท่งเที่ยวส่วนใหญ่มีความเชื่อว่าเจ้าหน้าที่และความรู้มีความคุ้นเคยและมีความรู้เกี่ยวกับช้างเป็นอย่างดี สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสารของ เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง (2555, น. 31) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อที่มีความสอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของผู้รับสาร

ลักษณะข่าวสารที่นักท่งเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยสองอันแรกคือ กิจกรรมการท่งเที่ยวภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและการอนุรักษ์ช้างไทยและป่าไม้ ซึ่งตรงตามความตั้งใจของผู้ส่งสารที่จะประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่งเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการอนุรักษ์และบริหารช้างไทย รวมถึง

การอนุรักษ์ป่าไม้ซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของช้างด้วย ส่วนอันที่สามนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้เรื่องกิจกรรมพิเศษของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการรับรู้เรื่องประวัติศาสตร์ โดยเรื่องนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยสำหรับนักท่องเที่ยวแล้ว จะเน้นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นหลัก โดยแต่ละกิจกรรมล้วนแต่สอดแทรกการให้ความรู้เกี่ยวกับช้างรวมถึงการอนุรักษ์และบริหารช้างไทยกับนักท่องเที่ยว ส่วนเรื่องที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันเป็นเพราะศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยยังขาดการประชาสัมพันธ์กิจกรรมพิเศษผ่านสื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเปิดรับ นั่นคือ สื่ออินเทอร์เน็ต

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการรับรู้เรื่องประวัติศาสตร์และวิวัฒนาการของช้างเป็นอันดับที่สาม เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความสนใจเรื่องช้างก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เมื่อมาถึงนักท่องเที่ยวจึงนิยมเข้าไปศึกษาข้อมูลในส่วนต่างๆ ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยด้วยความตั้งใจ เช่น เข้าชมพิพิธภัณฑ์แห่งแผ่นดิน (TECH Museum) อ่านป้ายเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ รวมถึงซักถามเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วิวัฒนาการของช้าง การเลี้ยงดูช้าง รวมถึงการรักษาพยาบาลช้าง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ของ เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง (2555, น. 27) ที่กล่าวว่า การเลือกที่จะรับรู้สิ่งหนึ่งสิ่งใดของมนุษย์ ขึ้นอยู่กับความตั้งใจและความสนใจที่อยากจะรู้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปางจะประสบความสำเร็จได้ จะต้องประกอบด้วยปัจจัยเกื้อหนุนทั้งปัจจัยภายนอกและภายใน การสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ จึงต้องพิจารณาตัวแปรต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร ทั้งผู้ส่งสาร สารและผู้รับสาร เช่น นโยบายด้านการสื่อสารขององค์กรที่มีความชัดเจนและเอื้อต่อการสื่อสารแนวระนาบ งบประมาณ วัตถุประสงค์ของการสื่อสารในแต่ละครั้ง ลักษณะของข่าวสารที่ตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น การนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งตรงกับผลการวิจัยเรื่องสิ่งจูงใจที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เป็นต้น นอกจากนี้การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนกลยุทธ์ต่างๆ เช่น การฟื้นฟูประเพณีและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมมากขึ้น การพัฒนาบทบาทและการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของควาญช้างและชาวบ้านซึ่งถือเป็นสื่อบุคคลที่มีความใกล้ชิดและได้รับความเชื่อถือจากนักท่องเที่ยว ประกอบกับการศึกษาและพิจารณาร่วมกับปัจจัยอื่นๆ เพื่อวางแผนการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลของการศึกษาวิจัย เรื่อง “การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง” ผู้วิจัยได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยผ่านสื่อมวลชนให้มากขึ้น

ควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยในจังหวัดลำปางให้มากขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดลำปาง การเข้าร่วมกิจกรรมกับสถานศึกษาในจังหวัด การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อท้องถิ่นให้มีความถี่มากขึ้นและนำเสนอข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ

ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ล่วงหน้าตลอดทั้งปี โดยเฉพาะช่วงที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีกิจกรรมพิเศษ

ควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยผ่านเว็บไซต์และเครือข่ายสังคม (Social Network) โดยมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอ

ควรประชาสัมพันธ์และทำการตลาดผ่านบริษัทนำเที่ยว

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ โดยมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอ

ควรประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ประชาสัมพันธ์ผ่านบริษัทนำเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

5.3.2 ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

ผู้วิจัยแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

5.3.2.1 ข้อเสนอแนะการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

1) ปัจจัยภายในที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

จากผลการวิจัยพบว่าสิ่งจูงใจที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และสิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจ คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงแนะนำให้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการค้นคว้าและฟื้นฟูวิถีชีวิตควาญช้าง ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อปรับเป็น

กิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพิ่มขึ้นร่วมกับการปรับภูมิทัศน์ให้พื้นที่ป่ามีความอุดมสมบูรณ์ สะอาดและสวยงามอยู่เสมอ

สำหรับบทบาทของควาญช้างและชาวบ้าน องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ควรให้การสนับสนุนโดยเปิดโอกาสควาญช้างและชาวบ้านมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวมากขึ้น และดูแลผลประโยชน์จากรายได้ที่ได้รับให้กับบุคลากรทุกตำแหน่งอย่างเป็นธรรม

2) รูปแบบการสื่อสารภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

จากผลการวิจัยทำให้ผู้วิจัยทราบว่าด้วยการใช้จรรยาบรรณซึ่งมีความยุ่งยากและล่าช้า ดังนั้นจึงควรปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการสื่อสารทางเดียวให้มีความรวดเร็วและง่ายขึ้น ส่วนรูปแบบการสื่อสารสองทางควรมีการปรับให้เหมาะสมกับบุคลากรในทุกระดับ ความเป็นกันเอง และการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดปฏิกิริยาโต้ตอบในการสื่อสารมากขึ้น อันจะส่งผลให้การสื่อสารสองทางมีประสิทธิภาพ

3) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

จากการวิจัยพบว่าศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย แต่ยังไม่มีการประเมินผลการใช้สื่อแต่ละประเภทว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด ไม่มีการวางแผนการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ชัดเจน ดังนั้นจึงควรมีการศึกษากลุ่มเป้าหมายและมีการประเมินผลการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท รวมทั้งการศึกษาถึงข้อดี-ข้อด้อยของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทและตัวแปรอื่นๆ อย่างละเอียดเพื่อวางแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

จากผลการวิจัยพบว่าศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยยังไม่มีการประเมินผลการใช้สื่อประชาสัมพันธ์และการศึกษาพฤติกรรมมารับสื่อของนักท่องเที่ยว ดังนั้นควรมีการศึกษาเรื่องประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและพฤติกรรมมารับสื่อของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในความดูแลของภาครัฐแหล่งอื่น รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในความดูแลของภาคเอกชน เพื่อทำการศึกษาและเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียเกี่ยวกับการสื่อสารในแต่ละสถานที่ อันจะนำไปสู่การพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และเป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ต่อไป

หากมีการศึกษาวิจัยในมุมมองหรือแนวทางที่แตกต่างออกไป ผู้วิจัยมั่นใจว่าจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเฉพาะการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ที่กำลังจะมาถึง เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ในอนาคต