

การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

โปรดปราน รังสีมันตุชาติ*

ผศ.ดร.วลัย วัฒนศิริ**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่ผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปางรูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปางและประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปางโดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจำนวน 19 คนและวิธีวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 150 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 50 ชุด

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง ประกอบด้วย 2 ปัจจัยที่สำคัญ คือ (1) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ นโยบายขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้(ออป.) นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และการส่งเสริมจากสื่อมวลชน (2) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อันประกอบด้วย สภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น บทบาทของควาญช้างและชาวบ้านในหมู่บ้านควาญช้างและผลประโยชน์จากรายได้ที่ได้รับ

2. รูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง

ประกอบด้วย 3 รูปแบบที่สำคัญ คือ (1) รูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ (2) รูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ (3) รูปแบบการสื่อสารทางเดียวที่เป็นทางการ ส่วนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง ประกอบไปด้วย 4 สื่อที่สำคัญ คือ (1) สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ควาญช้างและชาวบ้าน

*นักศึกษาลัทธิสุตฺตนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

**อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

เพื่อนฝูงและญาติพี่น้องของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว เจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยวเจ้าหน้าที่ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้และเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2) สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายเผยแพร่ข้อมูล อุปกรณ์สำหรับจัดนิทรรศการ หนังสือคู่มือการท่องเที่ยว หนังสือและวารสาร วีดิทัศน์ เอกสารวิชาการและสินค้าของที่ระลึก (3) สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และนิตยสารและวารสาร (4) สื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ (www) บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ที่หน่วยงานภายนอกจัดทำให้ บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจัดทำขึ้นเอง บริการข้อมูลบนกระดานข่าวที่มีการโพสต์กันในกระทู้ของเว็บไซต์

3. ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง ประกอบด้วย 2 ส่วนด้วยกัน คือ

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีสิ่งจูงใจให้มาท่องเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเหมือนกันคือ กิจกรรมของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มตั้งใจมาท่องเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างเพื่อการพักผ่อนสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้แก่ สื่อมวลชน ส่วนสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ตสิ่งนี้นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความประทับใจในการมาท่องเที่ยวชมศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยคือ การแสดงช้าง

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อประเทศไทย ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติถูกนำมาใช้จนขาดความสมดุลจึงเกิดแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ขึ้นเพื่อเป็นการอนุรักษ์คุณค่า และเอกลักษณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่อยู่ภายใต้การดูแลขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ เป็นปางช้างที่อยู่ในความดูแลขององค์การรัฐวิสาหกิจเพียงแห่งเดียวในประเทศไทยที่ทำหน้าที่อนุรักษ์และบริหารช้างซึ่งเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ประจำชาติไทย (Nation Identity) และถูกกำหนดให้อยู่ในกลุ่มสัตว์ป่าชนิดที่ถูกคุกคามมีความเสี่ยงสูงต่อการสูญพันธุ์ (Threatened animal) (สถาบันชชบาลแห่งชาติ, 2546: 41)

นอกจากนี้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่น่าสนใจทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี (สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย) และได้รับรางวัลการันตีด้านการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยถึง 3 รางวัล ทำให้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมหนึ่งในสามของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง (รายงานผลการดำเนินงานของจังหวัดลำปางปี 2555, 2555: 17)

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย รูปแบบการสื่อสารและการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีลักษณะอย่างไร มีการใช้สื่ออะไร
อย่างไรบ้าง ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ
ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเป็นอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นหรือพัฒนาการสื่อสาร
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย
จังหวัดลำปาง

2.2 เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง

2.3 ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ
ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

3. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้าง
ไทย รูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์
อนุรักษ์ช้างไทยและประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยโดยอาศัยแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แนวคิดเรื่องรูปแบบของการ
สื่อสาร แนวคิดเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้และแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับ
มาใช้เป็นกรอบในการวิจัย โดยทำการศึกษาเฉพาะพื้นที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ในช่วงเดือนเมษายน
2556-กุมภาพันธ์2557

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่ผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ
โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research)มีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจเอกสาร
(Documentary Research) การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม(Participant Observation) และการสัมภาษณ์
เชิงลึก(In-Depth Interview) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลด้วยการ
แจกแบบสอบถาม(Questionnaire)

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่กลุ่มเป้าหมายของการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดย
การเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จำนวน 19 คน อันประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ความรู้ช้างและชาวบ้านในหมู่บ้านความรู้ช้างและบุคคลภายนอกกลุ่มเป้าหมายของการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 150 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 50 ชุด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจะมีการใช้สถิติ การหาความถี่ ร้อยละ ค่ามัธยฐาน คณิตศาสตร์เบี่ยงเบนมาตรฐาน จากคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวแล้วนำเสนอในรูปแบบของตาราง พร้อมทั้งอธิบายความหมายของค่าตัวเลขของผลลัพธ์ที่ได้ ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพจะทำการจัดระเบียบข้อมูล หาข้อสรุปตีความและอธิบายข้อค้นพบที่ได้โดยอาศัยแนวคิดจากวรรณกรรมเป็นแนวทางในการพิจารณาข้อมูล

6. สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง ประกอบด้วย 2 ปัจจัยที่สำคัญ คือ (1) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยที่เป็นบริบทภายนอกศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อันประกอบด้วย นโยบายขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (ออป.) นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และการส่งเสริมจากสื่อมวลชน (2) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อันประกอบด้วย สภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น บทบาทของความรู้ช้างและชาวบ้านในหมู่บ้านความรู้ช้าง ผลประโยชน์จากรายได้ที่ได้รับ

2. รูปแบบการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง

2.1 รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง ประกอบด้วย 3 รูปแบบที่สำคัญ คือ (1) รูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ (2) รูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ (3) รูปแบบการสื่อสารทางเดียวที่เป็นทางการ

2.2 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง มีการใช้สื่อที่หลากหลาย ประกอบไปด้วย 4 สื่อที่สำคัญ คือ (1) สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ความรู้ช้างและชาวบ้าน เพื่อนฝูงและญาติพี่น้องของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว เจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว เจ้าหน้าที่ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้และเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2) สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายเผยแพร่ข้อมูล อุปกรณ์สำหรับจัดนิทรรศการ หนังสือคู่มือการท่องเที่ยว หนังสือและวารสาร วีดิทัศน์ เอกสารวิชาการและสินค้าของที่ระลึก (3) สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และนิตยสารและวารสาร (4) สื่อ

อินเทอร์เน็ต ได้แก่ บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ (www) บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ที่หน่วยงานภายนอกจัดทำให้บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจัดทำขึ้นเอง บริการข้อมูลบนกระดานข่าวที่มีการโพสต์กันในกระทู้ของเว็บไซต์

3. ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง ประกอบด้วย 2 ส่วนด้วยกัน คือ

(1) ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง31-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีรายได้ระหว่าง10,001-30,000 บาทประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่จังหวัดลำปางซึ่งเป็นจังหวัดที่ตั้งของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง21-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้มากกว่า2.250USDเป็นพนักงานเอกชนและมีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศอื่น ๆ นอกเหนือจากสหราชอาณาจักรสหรัฐอเมริกาและฝรั่งเศส

(2) ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีสิ่งจูงใจให้มาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเหมือนกันคือ กิจกรรมของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย และนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มตั้งใจมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวชาวไทยรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุดผ่านสื่อมวลชน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุดผ่าน สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ สื่อมวลชน ส่วนสื่อที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดคือ สื่อมวลชน ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต ลักษณะของข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยที่นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มได้รับมากที่สุดคือ กิจกรรมการของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีศักยภาพในการสร้างการรับรู้สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มคือ สื่อมวลชน และสื่อที่นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความประทับใจในการมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยคือการแสดงช้าง

7. การอภิปรายผล

ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจังหวัดลำปาง

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้นประกอบด้วย2ปัจจัยคือปัจจัยภายนอก ได้แก่ นโยบายขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

(ออป.)นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)และการส่งเสริมจากสื่อมวลชน ปัจจุบันภายใน ได้แก่ สภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิตประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นและผลประโยชน์จากรายได้ที่จะได้รับ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกพบว่านโยบายขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้และนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น เป็นนโยบายที่มีความชัดเจนในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยให้มีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวนอกจากนี้การส่งเสริมจากสื่อมวลชนก็ถือเป็นปัจจัยภายนอกที่มีส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยเนื่องจากสื่อมวลชนเป็นผู้นำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยไปเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการท่องเที่ยวโดยตรงได้ดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประเทศไทยในภาพรวมทั้งหมดจะเห็นได้จากนโยบายหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่กล่าวอย่างชัดเจนว่า“อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์พัฒนาสิ่งแวดล้อมและให้บริการด้วยการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดีส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชาชนทุกภูมิภาค ฯลฯ”และสื่อมวลชนถือเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเนื่องจากสื่อทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ จากแหล่งท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้และความสนใจในแหล่งท่องเที่ยววัน ๆ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในพบว่าสภาพพื้นที่ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีความเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากมีสภาพพื้นที่เป็นสวนป่าที่และมีหมู่บ้านความสูงที่เปิดเป็นบ้านพักโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวได้มาพักอาศัยเพื่อเรียนรู้วิถีความสูง ส่วนปัจจัยภายในด้านประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น ในเรื่องวิถีชีวิตการเป็นความสูงมีความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับช้างให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมโดยผลการวิจัยยังระบุว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจกิจกรรมของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากที่สุด ดังนั้นการฟื้นฟูประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะวิถีชีวิตความสูง เพื่อพัฒนาให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มเติมก็จะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่กล่าวว่าการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นสิ่งสำคัญลำดับแรกที่จะต้องพิจารณาและยังเป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นก็คือสภาพพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว เพราะการที่มีสภาพภูมิประเทศที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว มีประวัติที่น่าสนใจ มีทิวทัศน์ที่งดงาม และมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติที่เป็นจุดเด่นสิ่งเหล่านี้จะเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้เป็นอย่างดี

เนื่องจากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอยู่ในการดูแลโดยองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐฯทำให้ความอยู่ข้างและชาวบ้านในหมู่บ้านความอยู่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์น้อยขาดความร่วมมือในการกำหนดทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่กล่าวว่า การจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ประสบความสำเร็จได้นั้นสิ่งสำคัญที่สุดคือ ความสามัคคีร่วมมือกันของคนในชุมชนท้องถิ่น ที่สามารถร่วมมือกันกำหนดทิศทางในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง เกิดมีความภาคภูมิใจและรักถิ่นกำเนิดของตน จนสามารถพัฒนาให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาในชุมชนได้จึงควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารให้มีความเป็นกันเองและเปิดกว้างให้ความอยู่ข้างและชาวบ้านได้ร่วมแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมากขึ้น สำหรับผลประโยชน์จากรายได้ที่ได้รับผู้วิจัยพบว่า บุคลากรภายในที่บรรจุเป็นเจ้าหน้าที่แล้วมีความพอใจกับรายได้และสวัสดิการที่ได้รับ แต่คนงานรายวันซึ่งมีจำนวนมากมีรายได้ขั้นต่ำต่ำกว่าที่รัฐบาลกำหนดและไม่มีสวัสดิการอื่น ๆ จึงทำให้ขาดแรงจูงใจในการทำงาน

รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่ารูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้นมี 3 รูปแบบ คือ รูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการและรูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ ซึ่งการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการและเป็นทางการนี้มีปฏิกริยาโต้ตอบต่างกันขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยและรูปแบบการสื่อสารทางเดียวที่เป็นทางการด้วยการใช้จดหมายเวียนซึ่งมีความยุ่งยากและล่าช้าไม่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องรูปแบบการสื่อสาร ที่กล่าวว่า หากองค์กรมีความต้องการความรวดเร็วและความถูกต้องอย่างง่าย ๆ ในการติดต่อสื่อสารแล้ว การสื่อสารทางเดียวจะมีความเหมาะสมมากกว่าดังนั้นจึงควรปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการสื่อสารทางเดียวให้มีความรวดเร็วและง่ายขึ้น ส่วนรูปแบบการสื่อสารซึ่งมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้แก่ รูปแบบการสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการและรูปแบบการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการควรมีการปรับให้เหมาะสมกับบุคลากรในทุกกระดับ การรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน จะส่งผลให้การสื่อสารสองทางมีประสิทธิภาพมากขึ้น ก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง

จากผลการวิจัยพบว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้นมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและเรียนรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ช้างไทยและป่าไม้ซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของช้างผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยโดยการใช้สื่อ

ประชาสัมพันธ์ครบทุกประเภทได้แก่(1) สื่อบุคคล(2) สื่อเฉพาะกิจ(3) สื่อมวลชน(4) สื่ออินเทอร์เน็ตจากผลการวิจัยพบว่าสิ่งจูงใจที่นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยได้แก่กิจกรรมการของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย ซึ่งถือเป็นสื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจึงควรฟื้นฟูประเพณีและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้การวางแผนการสื่อสารยังต้องคำนึงถึงกับปัจจัยอื่นๆ ประกอบกัน ไม่ว่าจะเป็นนโยบายและการสนับสนุนจากองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เนื้อหาของสาร เป็นต้น

ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

จากผลการวิจัยพบว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยนั้น มีผลต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และจิตวิทยา ความสนใจส่วนบุคคล ลักษณะเฉพาะของสื่อต่างๆ เป็นต้นซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ที่กล่าวว่า บุคคลแต่ละคนมีความสามารถในการรับรู้ไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ที่กล่าวว่า ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อที่สะดวกกับตนเองเป็นหลัก และผู้รับสารจะติดอยู่กับการรับสื่อเดิมๆ ที่เคยชินที่ตนเคยเปิดรับอยู่เป็นประจำ นอกจากนี้คุณสมบัติของสื่อมวลชนที่สามารถส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็วได้ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยม เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่กล่าวว่า สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยมีรายละเอียดมากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะมีพื้นที่มากกว่าและผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสาร และค้นหาคำตอบในสิ่งที่ตนเองสงสัยได้ทันทีโดยผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ส่วนข่าวสารที่นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มได้รับเหมือนกันคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

ดังนั้นการทำการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพจึงต้องพิจารณาตัวแปรต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร ทั้งผู้ส่งสาร สารและผู้รับสาร เช่น นโยบายด้านการสื่อสารขององค์กรที่มีความชัดเจนและเอื้อต่อการสื่อสารแนวระนาบบประมาณ วัตถุประสงค์ของการสื่อสารในแต่ละครั้ง ลักษณะของข่าวสารที่ตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น การนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งตรงกับผลการวิจัยเรื่องสิ่งจูงใจที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เป็นต้นนอกจากนี้การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนกลยุทธ์ต่างๆ เช่น การฟื้นฟูประเพณีและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมมากขึ้น การพัฒนาบทบาทและการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของควาญช้างและชาวบ้านซึ่งถือเป็นสื่อบุคคลที่มีความใกล้ชิดและได้รับความเชื่อถือจากนักท่องเที่ยวประกอบกับ

การศึกษาและพิจารณาร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ เพื่อวางแผนการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

8. ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

1) ปัจจัยภายในที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

จากผลการวิจัยพบว่าสิ่งจูงใจที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและสิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจ คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงแนะนำให้ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการค้นคว้าและฟื้นฟูวิถีชีวิตความผูกพัน ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อปรับเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเพิ่มขึ้นร่วมกับการปรับภูมิทัศน์ให้พื้นที่ป่ามีความอุดมสมบูรณ์ สะอาดและสวยงามอยู่เสมอ

สำหรับบทบาทของควาญช้างและชาวบ้านองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ควรให้การสนับสนุนโดยเปิดโอกาสควาญช้างและชาวบ้านมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวมากขึ้น และดูแลผลประโยชน์จากรายได้ที่ได้รับให้กับบุคลากรทุกตำแหน่งอย่างเป็นธรรม

2) รูปแบบการสื่อสารภายในศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

จากผลการวิจัยทำให้ผู้วิจัยทราบว่าด้วยการใช้จรรยาบรรณซึ่งมีความยุ่งยากและล่าช้าดังนั้นจึงควรปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการสื่อสารทางเดียวให้มีความรวดเร็วและง่ายขึ้น ส่วนรูปแบบการสื่อสารสองทางควรมีการปรับให้เหมาะสมกับบุคลากรในทุกระดับ มีความเป็นกันเองและการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันเพื่อให้เกิดปฏิภิกิริยาโต้ตอบในการสื่อสารมากขึ้นอันจะส่งผลให้การสื่อสารสองทางมีประสิทธิภาพ

3) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย

จากการวิจัยพบว่าศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย แต่ยังไม่มีการประเมินผลการใช้สื่อแต่ละประเภทว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด ไม่มีการวางแผนการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ชัดเจน ดังนั้นจึงควรมีการศึกษากลุ่มเป้าหมาย และมีการประเมินผลการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท รวมทั้งการศึกษาถึงข้อดี-ข้อด้อยของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทและตัวแปรอื่น ๆ อย่างละเอียดเพื่อวางแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

จากผลการวิจัยพบว่าศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยยังไม่มีการประเมินผลการใช้สื่อประชาสัมพันธ์และการศึกษาพฤติกรรมกรรมการรับสื่อของนักท่องเที่ยวดังนั้นควรมีการศึกษาเรื่องประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและพฤติกรรม

เปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในความดูแลของภาครัฐแหล่งอื่น รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในความดูแลของภาคเอกชน เพื่อทำการศึกษาและเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียเกี่ยวกับการสื่อสารในแต่ละสถานที่อันจะนำไปสู่การพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และเป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

ชนิดา พันเต็ม. (2544). *จากป่าดงสู่ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย* (ครั้งที่1). กรุงเทพฯ: *คุรุสภาลาดพร้าว*.

ชวาล ทัพทิกรณ์. (2551). *แผนแม่บทการอนุรักษ์ช้างแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: *กลุ่มงานวิจัยสัตว์ป่า กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช*.

วิทยานิพนธ์

กฤษฎา สุริยวงศ์. *รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: *มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์*.

นพรัตน์ มุณีรัตน์. (2541). *การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของชุมชนศิรีวงอำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: *จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.

เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง. (2555). *การใช้อัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: *มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์*.

สื่อสารสนเทศจากอิเล็กทรอนิกส์

สัญลักษณ์ประจำชาติไทย. สืบค้นเมื่อ (24 เมษายน 2556), จาก <http://www.dhammathai.org/thailand/thaisign.php>

เอกสารอื่น ๆ

รายงานผลการดำเนินงานของจังหวัดลำปางปี 2555. (2555). แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ
จังหวัดลำปาง.