

**สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์: การเปิดรับข่าวสารด้าน
การท่องเที่ยว ความคาดหวัง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว¹**
**Queen Sirikit Botanic Garden: Information Exposure, Expectations
and Behaviors of Tourists¹**

ลัดดา จิตตคุตตานนท์²
Ladda Chittakuttanon²

Received: December 27, 2022

Revised: May 27, 2023

Accepted: May 29, 2023

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์: การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ความคาดหวัง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง และพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้าท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ จำนวน 330 คน ด้วยแบบสอบถามแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่า 1. การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์จากสื่อโทรทัศน์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ และไลน์ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อในช่วงเวลา 18.01-20.00 น. 20.01-22.00 น. และ 22.01-24.00 น. และระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการมาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ 2. การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์จากสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ ยูทูบ และไลน์ การเปิดรับข่าวสารในช่วงเวลา 16.01-18.00 น. 18.01-20.00 น. 20.01-22.00 น. และ 22.01-24.00 น. และระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ และ 3. ความคาดหวังในการมาเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ทั้งนี้ในการส่งเสริมการการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับความคาดหวัง และพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ 50290 (Assistant Professor in Integrated Communication, Faculty of Liberal Arts, Maejo University, Chiangmai 50290) E-mail: ladda2515@hotmail.com

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ต้องให้ความสำคัญและพัฒนาในเรื่องสถานที่ การให้ข้อมูลข่าวสาร การเสริมสร้างความปลอดภัย การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมความรู้ด้านพฤกษศาสตร์ และเพิ่มการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยไม่คิดค่าบริการ ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยว บอกต่อและกลับมาเที่ยวที่สวนพฤกษศาสตร์ฯ อีกครั้ง

คำสำคัญ: การเปิดรับข่าวสาร, ความคาดหวัง, สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์, พฤติกรรมการท่องเที่ยว, ประชาสัมพันธ์

Abstract

This research article aims to explain the relationship between information exposure, behavior and expectations of tourists visiting the Queen Sirikit Botanic Garden. Data were collected from 330 tourists who visited Queen Sirikit Botanical Garden by questionnaires, and then analyzed with descriptive and Inferential statistics. The results of the research showed that: 1. Exposure to public relations information of Queen Sirikit Botanic Garden from media (TV, Facebook, YouTube and LINE), Media exposure during 18.01-20.00, 20.01-22.00 and 22.01-24.00 and the duration of information exposure were related to the expectations of visiting Queen Sirikit Botanical Garden. 2. Exposure to public relations information of Queen Sirikit Botanic Garden from media (TV, magazine/journal, newspaper, website, YouTube and Line), Media exposure during 16.01-18.00, 18.01-20.00, 20.01-22.00 and 22.01-24.00 and the duration of information exposure were related to the behavior of tourists visiting the Sirikit Queen Botanical Garden. 3. The expectation of visiting was related to the behavior of tourists who visited the Queen Sirikit Botanic Garden. In promoting tourism, The Queen Sirikit Botanical Garden must give importance to and develop in terms of location, providing information, strengthening security, organizing special events to promote botanical knowledge and increase services to tourists free of charge. This will help build confidence for tourists to tell and come back to visit the botanical garden again.

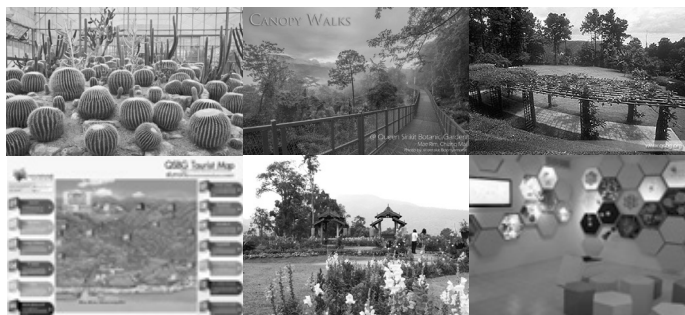
Keywords: Information Exposure, Expectation, Queen Sirikit Botanical Garden, Tourism Behavior, Public Relations

บทนำ

รัฐบาลไทยได้จัดตั้งองค์การสวนพฤกษศาสตร์ (อ.ส.พ.) ขึ้นในปี พ.ศ. 2535 เพื่อสนับสนุนงานค้นคว้าวิจัยด้านพฤกษศาสตร์และการอนุรักษ์นอกถิ่นที่อยู่อาศัยของทรัพยากรพรรณพืชอันทรงคุณค่าของประเทศ ปัจจุบันสังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ และมีสวน

พฤกษศาสตร์สาขา 4 สาขา ได้แก่ สวนพฤกษศาสตร์บ้านร่มเกล้าพิษณุโลกในพระราชดำริ อำเภอนครหลวง จังหวัดพิษณุโลก สวนพฤกษศาสตร์ระยอง อำเภอกลาง จังหวัดระยอง สวนพฤกษศาสตร์ขอนแก่น อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น และสวนพฤกษศาสตร์พระแม่ย่าสุโขทัย อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย

สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ (Queen Sirikit Botanic Garden) เดิมชื่อ สวนพฤกษศาสตร์แม่สา เป็นสวนพฤกษศาสตร์แห่งแรกของประเทศไทยที่ได้มาตรฐานสากลจัดตั้งขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา วิจัย และให้ความรู้ทางด้านพฤกษศาสตร์ มีภารกิจหลักคือ เป็นศูนย์รวมพรรณไม้ไทยที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการด้านพืช ทำหน้าที่เป็นศูนย์ศึกษาและค้นคว้าวิจัยทางด้านพฤกษศาสตร์ ความหลากหลายทางชีวภาพ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งเป็นสถานที่เผยแพร่ความสวยงามและคุณค่าของพรรณพฤกษชาติไทยให้เป็นที่ประจักษ์แก่ประชาชนทั่วไป



ภาพที่ 1 แสดงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่ (ลัดดา จิตตคุตตานนท์, 2563: 6-12)

สถานที่ที่น่าสนใจในสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ประกอบด้วย กลุ่มอาคารเรือนกระจก เส้นทางเดินธรรมชาติเหนือเรือนยอดไม้ (Canopy Walkway) พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติ (Natural Science Museum) ร้านขายของที่ระลึก (Golden Gardenia) เส้นทางวิทยาศาสตร์ เส้นทางสวนรุกขชาติ (Arboretum Trail) สวน 77 พรรษา เส้นทางน้ำตกแม่สาอันน้อย-สวนหิน-เรือนรวมพันธุ์กล้วยไม้ไทย (Waterfall Trail) สวนกล้วย (Banana Avenue) เรือนรวมพรรณกล้วยไม้ไทย (Native Orchids Nursery) อุทยานชิง-ชาและแปลงรวมพันธุ์ไม้ดอกขาว (White Flowers Collection) เส้นทางพรรณไม้ไทยและพืชสมุนไพร และศูนย์วิจัย-พัฒนา สง่า สรรพศรี (Sanga Sabhasri Research and Development Complex) สิ่งเหล่านี้ทำให้สวนพฤกษศาสตร์ฯ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เรื่องพรรณไม้ที่สำคัญของประเทศไทย ส่วนหนึ่งของการดำเนินงานมุ่งเน้นสร้างความรู้ด้านพรรณไม้ให้กับประชาชนที่เข้ามาท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ให้กับองค์กรสวนพฤกษศาสตร์ด้วย โดยมีส่วนงานประชาสัมพันธ์และการตลาดเป็นผู้รับผิดชอบในการ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร โดยเผยแพร่ข่าวสารของสวนพฤกษศาสตร์ฯ ให้บริการความรู้และเป็นแหล่งเรียนรู้ และทำหน้าที่ผลิตสื่อที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการข่าวสารของประชาชน สิ่งเหล่านี้ทำให้ส่วนงานประชาสัมพันธ์และการตลาดมีหน้าที่ต้องติดตามและตรวจสอบสถานภาพการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อไปสู่ประชาชน ติดตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสวนพฤกษศาสตร์ฯ ของประชาชน และศึกษาความคาดหวัง และพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ ของประชาชนอย่างสม่ำเสมอ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัย จึงร่วมกับส่วนงานประชาสัมพันธ์และการตลาดทำการสำรวจและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในสวนพฤกษศาสตร์ฯ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้วางแผนประชาสัมพันธ์และวางแผน ผลิตสื่อเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมสวนพฤกษศาสตร์ฯ ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

บทความวิจัยเรื่องสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์: การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ความคาดหวัง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสาร ทฤษฎีความคาดหวัง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทาง และท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้นิยามการท่องเที่ยวว่าหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ ต้องมีการเดินทาง ต้องมีสถานที่ที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และต้องมีจุดหมายในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ เช่น เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อชมประวัติศาสตร์ เพื่อเยี่ยมญาติมิตร และเพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา เป็นต้น การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและโลก โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าหลักในหลายประเทศ เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญ ช่วยส่งเสริมพัฒนาท้องถิ่น สร้างงานสร้างอาชีพให้กับประชาชนจำนวนมาก และช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ นำไปสู่การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม สร้างมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน ก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางศิลป วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และรักษาเอกลักษณ์ของชาติ และช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของประเทศให้เป็นที่รู้จักในสังคมโลก ส่งผลให้ประเทศทั่วโลกใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาบ้านเมืองกันอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ โดยชูสิทธิ์ ชูชาติ (2544: 4-5) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องมียอดประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) พิจารณาจากสถานที่และเหตุการณ์ 2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) พิจารณาการเข้าถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบาย 3. การเข้าถึง (Accessibility) พิจารณาจากระบบการขนส่งที่ประกอบด้วย เส้นทาง พาหนะ สถานี และผู้ประกอบการ ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 3 ประการดังกล่าวปรากฏให้เห็นชัดเจนภายในสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศร่มรื่นสวยงามและเต็มเปี่ยมไปด้วยความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ชนิด

ต่าง ๆ ที่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชม ทำให้การประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลของสวนพฤกษศาสตร์ฯ ออกสู่ผู้รับสารมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ต้องดำเนินการไปควบคู่กับการพัฒนา ลักษณะทางกายภาพด้านต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เปรียบอุตสาหกรรมอื่น ๆ ตรงที่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะไม่สิ้นเปลืองสูญเสียหากมีการควบคุมป้องกันด้วยการวางแผน พัฒนาอย่างมีระบบ ประกอบกับไม่ต้องลงทุนด้านการขนส่งเพื่อนำผลผลิตออกไปขายหากแต่ผู้ซื้อ จะเดินทางมาซื้อถึงที่ จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ลงทุนไม่มากแต่ผลตอบแทน สูงในระยะสั้น

แนวคิดการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure) บุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสาร ผ่านสื่ออยู่ตลอดเวลา โดยสื่อแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะตัวซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการ ของผู้รับสารได้ ทั้งนี้การรับรู้และการตีความหมายของสารจะส่งผลให้เกิดการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่าง กัน Schramm (1973: 121-124) อธิบายว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง โดยบุคคลย่อมมีวัตถุประสงค์ ความตั้งใจ และความต้องการใช้ ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนด้วยเหตุผลต่างกัน ซึ่งในการเลือกรับ สารของมนุษย์ประกอบด้วยกระบวนการสามขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับหรือการเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) การเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) และการเลือกจดจำ (Selective Retention) โดยศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531: 110) อธิบายว่าผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ในการ เปิดรับสารจากสื่อมวลชน คือ ต้องการสารสนเทศ ต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล ต้องการ สร้างให้เกิดการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และต้องการความบันเทิง และงานวิจัยของ McLeod และ O'Keefe (1972) ระบุว่าตัวชี้วัดที่สามารถใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีสองชนิด คือ วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ เช่น ช่วงเวลา และวัดจากความถี่ในการใช้สื่อ ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับปัจจัย หลายอย่างร่วมด้วย เช่น ความสนใจ เวลาว่าง และการที่คนมีสื่อใกล้ตัว นอกจากนี้บุคคลอาจจะ เปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุอื่น เช่น ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น ประโยชน์ใช้สอย และสื่อที่ ใช้ส่งข่าวสารอีกด้วย

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ความคาดหวังเป็นสภาวะทางจิตใจที่ บุคคลคาดคะเนล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่าควรจะมีควรจะเป็นหรือควรจะเป็นตามความเหมาะสม โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 3 องค์ประกอบ (Vroom, 1964: 103 อ้างถึงในอัญชลี อานวรพหาวา นิข, 2539: 53) คือ ความคาดหวังในความพยายามต่อการกระทำ ความคาดหวังในการกระทำต่อ ผลลัพธ์ และความคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์ ทั้งนี้บุคคลจะทุ่มเทความพยายามในการทำสิ่งใด สิ่งหนึ่งหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับการพิจารณาสามองค์ประกอบภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด ความคาดหวังจึงเปรียบเสมือนเป็นแรงผลักดันให้เกิดความต้องการ โดยปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวัง ของผู้ให้บริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่ 1. การได้รับการบอกเล่าหรือคำแนะนำจากบุคคล อื่น 2. ความต้องการของแต่ละบุคคล 3. ข่าวสารจากสื่อและจากผู้ให้บริการ 4. ประสบการณ์ในอดีต และ 5. ราคา ทั้งนี้บุคคลแต่ละคนจะมีความคาดหวังไม่เท่ากันในแต่ละช่วงเวลาหรือ สถานการณ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะที่สิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลง เมื่อบุคคลมีความต้องการ

หลายสิ่งหลายอย่างก็จะมีคามคาดหวังเกิดขึ้นด้วยเสมอ จึงทำให้บุคคลพยายามดิ้นรนแสวงหาหรือกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ และเมื่อได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังของบุคคลแล้วก็จะเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดและคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสิ่งนั้น ๆ อาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้ ความรู้สึกนึกคิดหรือคาดการณ์นั้น ๆ จะมีลักษณะเป็นการประเมินค่าโดยใช้มาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดการคาดการณ์ของแต่ละบุคคล แม้จะเป็นการให้ต่อสิ่งที่ป็นรูปธรรมหรือนามธรรมชนิดเดียวกันก็อาจจะแตกต่างออกไปได้ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจ และการเห็นคุณค่าความสำเร็จของสิ่งนั้น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อบ่งชี้ถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวในสภาพการณ์หนึ่ง ๆ โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviors) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตเห็นได้ด้วยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert behaviors) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย ความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์จะถูกควบคุมให้มีความสัมพันธ์กันอยู่ภายในร่างกาย โดยส่วนใหญ่พฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก ทั้งนี้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ (ซัลนุช อุทยาน, 2566) คือ 1. เป้าหมายในท่องเที่ยว 2. ความพร้อม ประกอบด้วยควมมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม 3. สถานการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกทำกิจกรรม 4. การแปลความหมายเป็นวิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอเหมาะที่สุดในสถานการณ์หนึ่ง 5. การตอบสนองเป็นการตัดสินใจทำกิจกรรมตามที่ตนได้เลือกไว้แล้วเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย 6. ผลลัพธ์ที่ตามมาคือผลจากการกระทำอาจได้ผลตามที่คาดหวังตั้งใจไว้หรือไม่ก็ได้ และ 7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวังเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำไม่บรรลุผลตามเป้าหมายที่ต้องการนำไปสู่การกลับมาแปลความหมายไตร่ตรองเพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการหรืออาจจะเลิกความต้องการไปเลยเพราะเห็นว่าป็นสิ่งที่เกินความสามารถ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) จึงเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

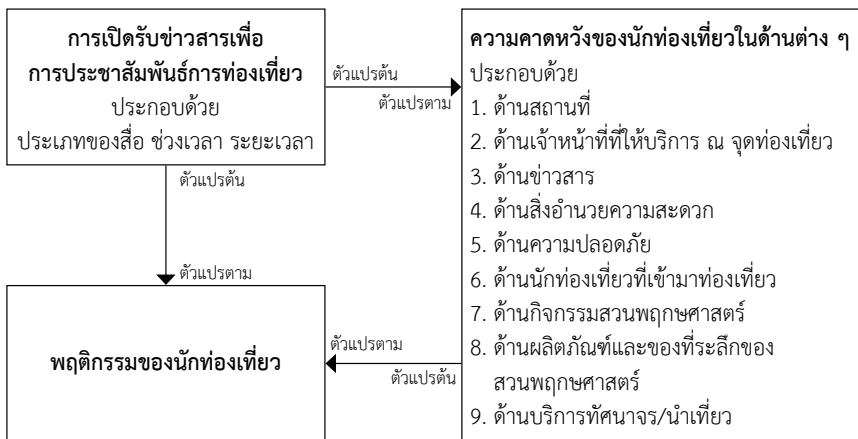
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องผูกพันกับประชาชน การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน องค์กร และกลุ่มประชาชน เป็นการสร้างภาพลักษณ์องค์กร โดยการเผยแพร่ข้อมูล ความรู้ และความคิดเห็นเพื่อสื่อสารในสิ่งที่ผู้สื่อสารต้องการ หรือสร้างความสัมพันธ์หรือสร้างการรับรู้สินค้าหรือบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดี เพื่อป้องกันและแก้ความเข้าใจผิด เพื่อส่งเสริมและรักษาชื่อเสียง เพื่อให้เกิดศรัทธาเชื่อถือตลอดไป เพื่อให้เกิดความร่วมมือ และเพื่อให้ประชาชนทราบวัตถุประสงค์ของหน่วยงานและหน่วยงานทราบความต้องการหรือความเห็นของประชาชน (อรุณ งามดี, 2540) การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและมักจะมีรูปแบบใหม่เข้ามาเรื่อย ๆ ทำให้นักประชาสัมพันธ์ต้องเรียนรู้และปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบัน องค์กรจะส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรงผ่านเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ บล็อก หนังสือดิจิทัล พอดแคสต์ โดยอาจไม่จำเป็นต้องพึ่งสื่อหลัก เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และนิตยสารมากนัก ประกอบกับในปัจจุบันผู้รับสารมีช่องทางในการรับข่าวสารอย่างหลากหลาย ดังนั้นการนำเสนอเรื่องราวไปยังกลุ่มเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นชาวประชาสัมพันธ์ บทสัมภาษณ์ และอื่น ๆ จะต้องสะท้อนจุดยืน ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงขององค์กรที่เชื่อถือได้และไม่เป็นการโฆษณาชวนเชื่อ นอกจากนี้นักประชาสัมพันธ์จะต้องนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร สินค้า การบริการ และการส่งเสริมการขายที่ครบถ้วน น่าสนใจ ดึงดูดใจลูกค้าผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับสารเข้าถึงได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ โดยรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารควรมีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทางเพื่อรับฟังความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ทั้งนีสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย (วิรัช ลภรัตนกุล, 2542) 1. สื่อกระตุ้นการรับรู้ (Motivation Media) เป็นสื่อที่เน้นสร้างความคิดเห็นของคนหรือการมีส่วนร่วม เช่น สื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ จดหมายข่าว โปสเตอร์และเอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ วิทยุกระจายเสียง ภาพยนตร์ วิดีทัศน์ สื่อพื้นบ้าน เป็นต้น และสื่อประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัล ประกอบด้วย เว็บไซต์ บริการออนไลน์ (อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ เทคโนโลยีคลาวด์) การตลาดคอนเทนต์ (สื่อที่เน้นเล่าเรื่องให้ควารู้) ตอบข้อสงสัยหรือเพื่อแก้ไขปัญหาทุกลูกค้า เช่น เว็บบล็อก หนังสือดิจิทัล ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว) และการใช้เทคโนโลยี (ปัญญาประดิษฐ์ เทคโนโลยีความจริงเสริม เทคโนโลยีเสมือนจริง) ซึ่งเป็นสื่อที่ง่ายต่อการใช้งานและเข้าถึงผู้บริโภคได้ดี 2. สื่อชี้แนะ (Instruction Media) คือ สื่อที่มุ่งให้เกิดความรู้หรือชี้แนะให้เกิดความเข้าใจเพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เช่น หนังสือ คู่มือ สไลด์ ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเน้นหนักไปทางด้านวิชาการ เป็นต้น และ 3. สื่อติดตามผล (Follow-up Media) คือ สื่อที่นำมาเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่พึงปรารถนาให้มีความถาวรและบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เช่น เอกสารสิ่งพิมพ์หรือเว็บไซต์ที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แก่บุคคลที่ผ่านการรับรู้แล้วเพื่อเตือนความจำให้กลุ่มเป้าหมายแสดงพฤติกรรมนั้นต่อไปอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของสวนพฤกษศาสตร์ฯ นั้นใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมและแบบดิจิทัลในรูปแบบของสื่อผสม (Multimedia) ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงจริงที่เป็นธรรมชาติ เพื่อดึงดูดความสนใจและเปิดโอกาสให้ผู้รับชมสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ในลักษณะของการชี้แนะหรือการถามตอบ จะเห็นได้ว่าการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้รับการให้ความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร การคาดหวัง และพฤติกรรมทางท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์โดยมีฐานความเชื่อว่าพฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากการตัดสินใจเลือกระหว่างทางเลือกต่าง ๆ โดยพฤติกรรมเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตใจ ได้แก่ การรับรู้ ความเชื่อ เจตคติ และความคาดหวัง นอกจากนี้ยังได้นำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอันประกอบด้วยงานวิจัยของดานินท์ กิจนิจชี (2540) เรื่องการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แสดง

ให้เห็นว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน และสื่อแบบดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อบุคคล นิตยสาร หรือสื่อเฉพาะกิจยังเป็นสื่อที่ประชาชนใช้ในการเปิดรับข่าวสาร งานวิจัยของอรอนงค์ เียบแหลม และจันทรา รัตนรัตน์ (2562: 42-54) เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเยือนชุมชนท่องเที่ยวบ้านถ้ำเสือ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ ที่อธิบายว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ในลักษณะของกลุ่มศึกษาดูงานและกลุ่มอบรม/ประชุม/สัมมนา กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำคือการเยี่ยมชมและศึกษาฐานการเรียนรู้ของชุมชน โดยมีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนจิตใจและร่างกาย ทั้งนี้นักท่องเที่ยวรับรู้ร่างกายในชุมชนมีทัศนียภาพและระบบนิเวศที่ความสวยงามและมีความพึงพอใจต่อชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะด้านทัศนียภาพและความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และงานวิจัยของกนิษฐา เกิดฤทธิ์ (2564: 188-203) เรื่องการเปิดรับสื่อต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชันวาย พบว่า นักท่องเที่ยวเปิดรับสื่อจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด โดยปัจจัยด้านการรองรับด้านการท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มาก และงานวิจัยของปนัดดา ภักดีภูวดล (2540) เรื่อง การสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวของมัคคุเทศก์ไทยแสดงให้เห็นว่า ข้อมูลข่าวสารจากสื่อทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้และทัศนคติเปลี่ยนแปลงไปซึ่งส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมาใช้ในการกรอบในการออกแบบการศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อทั้งแบบดั้งเดิมและสื่อแบบดิจิทัล ความคาดหวังและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

บทความวิจัยเรื่องสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์: การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ความคาดหวัง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวว่าข้อมูลจากรายงานการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ จำนวนทั้งสิ้น 8 ครั้งในช่วงเดือนตุลาคมและธันวาคม โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบผสม (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2539: 179) ประกอบด้วย การสุ่มแบบเจาะจง การสุ่มแบบโควตา และการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 330 คน ซึ่งได้จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran (ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543: 131) จากนั้นทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84 ตามวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาส (Cronbach's Alpha Coefficient) แล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi Square Test) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบ Pearson (Pearson Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอตามประเด็นการค้นพบดังนี้

1. **ข้อมูลภูมิหลังของนักท่องเที่ยว** จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์จำนวน 330 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (62.7%) มีอายุระหว่าง 20-29 ปี (33.6%) ภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคเหนือ (51.8%) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (70.3%) ประกอบอาชีพรับราชการ (28.2%) และมีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท (27.6%) นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ กับเพื่อน (73.6%) เดินทางด้วยรถยนต์ (72.1%) มักมาเที่ยวเดือนสิงหาคม (35.2%) และจะมาเพียง 1 ครั้งเท่านั้น (67.3%) โดยใช้เวลาในการเที่ยวประมาณ 1-3 ชั่วโมง (76.1%) เพื่อชมธรรมชาติ (89.4%) และเที่ยวอาคารพิพิธภัณฑสถานที่สุด (81.8%)

2. **พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร** ผลจากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารทั่วไปผ่านเฟซบุ๊ก มากที่สุด (76.7%) ทุกวัน (62.7%) ในช่วงเวลา 18.01-20.00 น. (49.1%) โดยใช้ระยะเวลา 16-30 นาที (31.2%) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างรู้จักสวนพฤกษศาสตร์ฯ จากสื่อเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ และโทรทัศน์ (29.1% 17.3% 6.1%) ตามลำดับ โดยจะเปิดรับข่าวสารจากเพจเฟซบุ๊กของสวนพฤกษศาสตร์ฯ (75.1%) ในเวลาเย็น (28.4%) และใช้ระยะเวลาไปกับการอ่านข่าวของสวนพฤกษศาสตร์ฯ ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุด (34.2%)

3. **ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนพฤกษศาสตร์ฯ** ผลการสำรวจเป็นไปตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ จำแนกเป็นรายด้าน

ด้าน	ความคาดหวัง			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ด้านสถานที่	3.39	0.95	มาก	
1. สวนพฤกษศาสตร์ มีความร่มรื่นและเย็นสบาย	3.36	1.14	มาก	6
2. จุดท่องเที่ยวภายในสวนพฤกษศาสตร์ แต่ละแห่งมีระยะห่างจากกันไม่มาก	3.38	1.02	มาก	4
3. สิ่งก่อสร้างภายในมีความกลมกลืนกับระบบนิเวศทางธรรมชาติมาก				
4. สวนพฤกษศาสตร์ ประดับตกแต่งด้วยดอกไม้และพรรณไม้มีนานาชนิดอย่างสวยงาม	3.35	1.09	มาก	7
5. สิ่งก่อสร้างภายในสวนพฤกษศาสตร์ ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้ดี	3.48	1.04	มาก	1
	3.38	1.05	มาก	2
ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ณ จุดท่องเที่ยว	3.32	1.05	ปานกลาง	
1. เจ้าหน้าที่นำทัศนจร/นำเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้และจุดท่องเที่ยวแต่ละแห่งมาก	3.29	1.97	ปานกลาง	13
2. เจ้าหน้าที่มีความเชี่ยวชาญในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวมาก	3.33	1.08	มาก	9
3. เจ้าหน้าที่ประจำจุดท่องเที่ยวเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถสูง	3.25	1.09	ปานกลาง	16
4. เจ้าหน้าที่เต็มใจให้บริการกับนักท่องเที่ยวทุกคน	3.39	1.10	มาก	3
5. เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	3.32	1.09	ปานกลาง	10
ด้านข่าวสาร	3.35	0.95	มาก	
1. มีการเผยแพร่ข่าวสารหรือให้ความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้ในทุกจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	3.29	1.05	ปานกลาง	13
2. มีการใช้ภาษาหลายภาษาในการส่งข่าวสารให้กับนักท่องเที่ยว	3.36	1.05	มาก	6
3. นักท่องเที่ยวหาข้อมูลการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ ได้ง่าย	3.35	1.03	มาก	7
4. ข้อมูลข่าวสารในสื่อมีประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวมาก	3.34	1.05	มาก	8
5. การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสวนพฤกษศาสตร์ มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	3.41	1.00	มาก	2
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.31	0.91	ปานกลาง	
1. จุดให้บริการห้องน้ำมีจำนวนมาก	3.24	1.04	ปานกลาง	18
2. ห้องน้ำสะอาดและมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	3.27	1.05	ปานกลาง	16
3. มีสถานที่หรือมียุทธพิภพตลอดเส้นทางท่องเที่ยว	3.32	1.02	ปานกลาง	17
4. มีการจัดโต๊ะและเก้าอี้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว	3.31	0.99	ปานกลาง	19
5. ร้านอาหารขายอาหารและเครื่องดื่มหลายประเภท	3.36	1.02	มาก	24
6. ร้านอาหารอยู่ไม่ไกลจากจุดท่องเที่ยว	3.33	1.02	มาก	23
7. มีร้านขายของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ในทุกจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	3.32	1.03	ปานกลาง	19
8. สวนพฤกษศาสตร์ ให้บริการจักรยาน หมวก ร่ม ฯลฯ แก่นักท่องเที่ยวโดยไม่คิดค่าบริการ	3.24	1.08	ปานกลาง	29
9. มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง	3.37	1.07	มาก	12
10. รถที่ให้บริการที่สนจจร/นำเที่ยวมีคุณภาพดี	3.34	1.13	มาก	14
ด้านความปลอดภัย	3.33	0.96	มาก	
1. มีเจ้าหน้าที่ให้บริการดูแลประจำจุดที่อาจเป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวทุกจุด	3.24	1.11	ปานกลาง	17
2. มีป้ายเตือนนักท่องเที่ยวในบริเวณที่เป็นจุดเสี่ยงทุกจุด	3.41	1.08	มาก	2
3. เส้นทางท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ ปลอดภัย	3.37	1.08	มาก	5
4. เจ้าหน้าที่มีความเชี่ยวชาญในการขับรถนำเที่ยวสูง	3.39	1.15	มาก	3
5. นักท่องเที่ยวจะได้รับการตรวจเช็คอาวุธหรือสิ่งผิดกฎหมายก่อนเข้าสวนพฤกษศาสตร์	3.32	1.16	ปานกลาง	10

ด้าน	ความคาดหวัง			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ด้านนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว	3.26	1.00	ปานกลาง	
1. นักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก	3.22	1.09	ปานกลาง	19
2. นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามแนวทางหรือระเบียบที่สวนพฤกษศาสตร์ฯ กำหนดไว้ เช่น ไม่เดินลัดสนาม ไม่เข้าในที่ห้ามเข้า เป็นต้น	3.30	1.10	ปานกลาง	12
3. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเป็นผู้ที่มีสนใจเรื่องของพรรณพืช	3.27	1.11	ปานกลาง	15
4. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนต่างชาติ	3.22	1.09	ปานกลาง	19
5. นักท่องเที่ยวไม่ส่งเสียงดังในสถานที่ท่องเที่ยว	3.28	1.07	ปานกลาง	14
ด้านกิจกรรมสวนพฤกษศาสตร์ฯ	3.15	1.02	ปานกลาง	
1. มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับพรรณไม้แก่นักท่องเที่ยว	3.15	1.09	ปานกลาง	24
2. สวนพฤกษศาสตร์ฯ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกิจกรรมที่จัดขึ้นได้	3.23	1.11	ปานกลาง	18
3. มีการจัดกิจกรรมพิเศษให้กับนักท่องเที่ยวทุกวัน	3.08	1.15	ปานกลาง	25
4. การเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษสวนพฤกษศาสตร์ฯ ไม่เสียค่าบริการ	3.16	1.12	ปานกลาง	23
5. มีการแจ้งข่าวสารการจัดกิจกรรมพิเศษให้นักท่องเที่ยวทราบก่อนล่วงหน้า	3.15	1.13	ปานกลาง	24
ด้านผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกของสวนพฤกษศาสตร์ฯ	3.22	1.00	ปานกลาง	
1. ผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายมีความหลากหลายและมีจำนวนมาก อาทิ พันธ์ไม้ ปลูก โลชั่น ครีมอาบน้ำ	3.18	1.09	ปานกลาง	22
2. ของที่ระลึกที่วางจำหน่ายมีความหลากหลายและมีจำนวนมาก อาทิ ตุ๊กตา พวงกุญแจ เสื้อ	3.28	1.10	ปานกลาง	14
3. ผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกมีราคาถูก	3.19	1.07	ปานกลาง	21
4. ผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกผลิตจากวัสดุที่มีคุณภาพ	3.18	1.05	ปานกลาง	22
5. ผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกมีความสวยงามและน่าประทับใจ	3.27	1.05	ปานกลาง	15
ด้านบริการทัศนจรหรือนำเที่ยว	3.22	1.03	ปานกลาง	
1. เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการสื่อสารเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวได้ดี	3.19	1.10	ปานกลาง	21
2. ระยะเวลาที่ใช้ในการนำเที่ยวหรือทัศนจรเหมาะสม	3.24	1.11	ปานกลาง	17
3. ระยะทางที่ใช้ในการนำเที่ยวหรือทัศนจรเหมาะสม	3.22	1.15	ปานกลาง	19
4. นักท่องเที่ยวได้รับความรู้หลังจากใช้บริการนำเที่ยวหรือทัศนจรเพิ่มขึ้น	3.24	1.11	ปานกลาง	17
5. เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารได้หลายภาษา	3.20	1.62	ปานกลาง	20
รวม	3.29	0.86	ปานกลาง	

ในด้านความคาดหวังในการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดในด้านสถานที่ เรื่องสวนพฤกษศาสตร์ฯ มีการประดับตกแต่งด้วยดอกไม้และพรรณไม้นานาชนิดอย่างสวยงาม ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 1.04) รองลงมาคือ ความคาดหวังในด้านข่าวสารเรื่องการนำเสนอมูลข้อมูลข่าวสารของสวนพฤกษศาสตร์ฯ มีความชัดเจนเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 1.00) และความคาดหวังในด้านความปลอดภัยเรื่องการมีป้ายเตือนนักท่องเที่ยวในบริเวณที่เป็นจุดเสี่ยงทุกจุด ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 1.08)

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลการสำรวจเป็นไปดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามก่อน ระหว่าง และหลังจากการท่องเที่ยวในสวนพฤกษศาสตร์ฯ

พฤติกรรม	χ	S.D.	ระดับ	อันดับ
ก่อนการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ	2.90	1.14	ปานกลาง	
1. ศึกษาสถานที่ตั้งสวนพฤกษศาสตร์ฯ	3.10	1.27	ปานกลาง	2
2. ศึกษาวิธีเดินทางมาสวนพฤกษศาสตร์ฯ	3.11	1.28	ปานกลาง	1
3. ศึกษาประวัติความเป็นมาในการก่อตั้งสวนพฤกษศาสตร์ฯ	2.78	1.29	ปานกลาง	8
4. ศึกษาสภาพชุมชนที่อยู่โดยรอบสวนพฤกษศาสตร์ฯ	2.71	1.28	ปานกลาง	9
5. ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่สวนพฤกษศาสตร์ฯ	2.93	1.36	ปานกลาง	3
6. ศึกษาสภาพธรรมชาติหรือระบบนิเวศของสวนพฤกษศาสตร์ฯ	2.88	1.27	ปานกลาง	5
7. ศึกษาสถานที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่อยู่สวนพฤกษศาสตร์ฯ เช่น การให้บริการนำเที่ยว ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์	2.82	1.29	ปานกลาง	7
8. ศึกษาข้อมูลของสวนพฤกษศาสตร์ฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ	2.88	1.30	ปานกลาง	5
9. วางแผนการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ	2.91	1.34	ปานกลาง	4
10. กำหนดระยะเวลาการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ เช่น อยู่เที่ยว 3 ชั่วโมง เป็นต้น	2.84	1.36	ปานกลาง	6
ระหว่างการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ	3.02	1.04	ปานกลาง	
1. จ่ายเงินค่าเข้าชมสวนพฤกษศาสตร์ฯ และรับเอกสารประกอบการท่องเที่ยว	3.12	1.38	ปานกลาง	8
2. ใช้บริการนำเที่ยวของสวนพฤกษศาสตร์ฯ	2.70	1.45	ปานกลาง	17
3. อ่านเอกสารที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ก่อนการท่องเที่ยว	2.95	1.35	ปานกลาง	11
4. ท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ ด้วยการเดินเท้า	2.79	1.38	ปานกลาง	16
5. ซื้อผลิตภัณฑ์สวนพฤกษศาสตร์ฯ กลับไปใช้ที่บ้าน	2.85	1.31	ปานกลาง	13
6. ถ่ายภาพพันธุ์ไม้สวนพฤกษศาสตร์ฯ เก็บไว้	3.14	1.29	ปานกลาง	7
7. ถามคำถามทันทีเมื่อมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ	2.82	1.36	ปานกลาง	14
8. จัดบันทึกตลอดระยะเวลาการท่องเที่ยว	2.59	1.39	ปานกลาง	18
9. เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ ทุกจุด	2.94	1.16	ปานกลาง	12
10. ขอข้อมูลในการติดต่อกับสวนพฤกษศาสตร์ฯ กลับบ้านไปด้วย เช่น นามบัตร เบอร์โทรศัพท์ อีเมล เฟซบุ๊ก	2.81	1.25	ปานกลาง	15
11. ปฏิบัติตามระเบียบกฎเกณฑ์หรือข้อบังคับในการท่องเที่ยวของสวนพฤกษศาสตร์ฯ อย่างเคร่งครัด เช่น การเข้าแถว การไม่เดินลัดสนาม การไม่เข้าไปในที่ห้ามเข้า	3.40	1.28	มาก	1
12. เที่ยวชมสวนพฤกษศาสตร์ฯ ตามลำดับที่แนะนำเอกสาร	3.10	1.26	ปานกลาง	9
13. ให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการการท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัดเมื่อเจ้าหน้าที่ขอร้องหรือให้คำแนะนำ	3.25	1.31	ปานกลาง	3
14. ท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ อย่างเข้าใจ	3.21	1.25	ปานกลาง	4
15. ถ่ายภาพตัวท่านเองและผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ เก็บไว้	3.32	1.29	ปานกลาง	2
16. เลือกไปท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ เฉพาะสถานที่ที่โดดเด่นและมีชื่อเสียงเท่านั้น เช่น อาคารพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเรือนยอดไม้	3.17	1.28	ปานกลาง	5
17. เลือกไปท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ บางสถานที่ที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้หรือประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวในที่อื่น ๆ	3.16	.23	ปานกลาง	6
18. ช่วยเก็บขยะที่พบระหว่างทางในขณะที่ยังท่องเที่ยว	3.03	1.27	ปานกลาง	11
19. สนใจสอบถามข้อมูลจากวิทยากรท่องเที่ยวหรือผู้คนในท้องถิ่นเพื่อทำความรู้จักกับสวนพฤกษศาสตร์ฯ ให้มากขึ้น	3.03	1.25	ปานกลาง	10
20. เข้าร่วมกิจกรรมของสวนพฤกษศาสตร์ฯ ที่จัดขึ้น เช่น การเข้าชมงาน Botanic Festival กิจกรรมฝึกอบรมหรือให้ความรู้	2.94	1.27	ปานกลาง	14

พฤติกรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
หลังการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์	3.22	0.96	ปานกลาง	
1. แนะนำและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวคนรู้จักหรือญาติมาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์	3.36	1.16	มาก	2
2. นำความรู้ที่ได้จากการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ ไปบอกต่ออธิบายหรือสอนให้ผู้อื่นทราบเกี่ยวกับงานวิจัย พันธุ์ไม้ ระบบนิเวศ สภาพแวดล้อม	3.29	1.10	ปานกลาง	4
3. นำความรู้ที่ได้จากการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ ไปปรับใช้ในดูแลพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ที่บ้านตนเอง	3.32	1.15	ปานกลาง	3
4. กลับมาสวนพฤกษศาสตร์ เมื่อต้องการหาข้อมูลทางด้านพฤกษศาสตร์	3.29	1.15	ปานกลาง	4
5. ร่วมบริจาคเงินให้กับสวนพฤกษศาสตร์ เพื่ออนุรักษ์พันธุ์ไม้และทรัพยากรธรรมชาติ	2.83	1.29	ปานกลาง	8
6. ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับพันธุ์ไม้ ระบบนิเวศเพิ่มเติมหลังกลับจากการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์	3.11	1.17	ปานกลาง	7
7. มีแนวคิดที่จะร่วมกันช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในประเทศไทย	3.37	1.19	มาก	1
8. ประสงค์จะกลับมาท่องเที่ยวที่สวนพฤกษศาสตร์ อีก	3.36	1.16	มาก	2
9. เขียนรีวิวสวนพฤกษศาสตร์ ลงโซเชียลมีเดีย เช่น อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก เว็บไซต์	3.12	1.23	ปานกลาง	6
10. เก็บเอกสารที่ได้จากสวนพฤกษศาสตร์ ไว้เป็นที่ระลึก	3.16	1.21	ปานกลาง	5

ในส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ก่อนการเดินทางมาเที่ยวที่สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ กลุ่มตัวอย่างจะศึกษาวิธีการเดินทางมาที่สวนพฤกษศาสตร์ มากที่สุด ($\bar{X} = 3.11$, S.D. = 1.28) รองลงมาคือ ศึกษาสถานที่ตั้งสวนพฤกษศาสตร์ ($\bar{X} = 3.10$, S.D. = 1.27) และศึกษาแหล่งท่องเที่ยวภายในสวนพฤกษศาสตร์ ($\bar{X} = 2.93$, S.D. = 1.36) และนักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรมระหว่างการท่องเที่ยวภายในสวนพฤกษศาสตร์ ในเรื่องการปฏิบัติตามระเบียบกฎเกณฑ์หรือข้อบังคับในการท่องเที่ยวของสวนพฤกษศาสตร์ อย่างเคร่งครัด เช่น การเข้าแถว การไม่เดินลัดสนาม การไม่เข้าไปในที่ห้ามเข้ามาก ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 1.28) รองลงมาคือ ทำการถ่ายภาพตัวเองและผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ เก็บไว้ ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 1.29) อันดับที่สามคือ ให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ให้บริการการท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัดเมื่อเจ้าหน้าที่ขอร้องหรือให้คำแนะนำ ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 1.31) และเมื่อกลับจากการท่องเที่ยวที่สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์แล้ว กลุ่มตัวอย่างเกิดแนวคิดที่จะร่วมกันช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในประเทศไทย ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 1.19) รองลงมาคือ การแนะนำและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยว คนรู้จัก หรือเครือญาติได้มาเที่ยวที่สวนพฤกษศาสตร์ และคิดว่าจะกลับมาเที่ยวที่สวนพฤกษศาสตร์ อีกครั้ง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 1.16) อันดับที่สามคือ การนำความรู้ที่ได้จากการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ ไปปรับใช้ดูแลพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ที่บ้านของตน ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 1.15)

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการมาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์	
1.1 ประเภทของสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร (โทรทัศน์ วิทยุ กระดาษเสียง นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ สื่อบุคคลและไลน์) มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการมาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์	การเปิดรับข่าวสารผ่านโทรทัศน์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ และไลน์มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการมาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์
1.2 ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร (05.01-08.00 น. 08.01-12.00 น. 12.01-16.00 น. 16.01-18.00 น. 18.01-20.00 น. 20.01-22.00 น. 22.01-24.00 น. และ 0.01-0.500 น.) มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการมาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์	การเปิดรับข่าวสารในช่วงเวลา 18.01-20.00 น. 20.01-22.00 น. และ 22.01-24.00 น. มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการมาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์
1.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร (0-15 นาที 16-30 นาที 30 นาที-1 ชั่วโมง มากกว่า 1 ชั่วโมง) มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการมาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์	ยอมรับสมมติฐาน
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์	
2.1 ประเภทของสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร (โทรทัศน์ วิทยุ กระดาษเสียง นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ สื่อบุคคลและไลน์) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์	การเปิดรับข่าวสารผ่านโทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ ยูทูบ และไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์
2.2 ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร (05.001-08.00 น. 08.01-12.00 น. 12.01-16.00 น. 16.01-18.00 น. 18.01-20.00 น. 20.01-22.00 น. 22.01-24.00 น. และ 0.01-0.500 น.) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์	การเปิดรับข่าวสารในช่วงเวลา 16.01-18.00 น. 18.01-20.00 น. 20.01-22.00 น. และ 22.01-24.00 น. มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์
2.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร (0-15 นาที 16-30 นาที 30 นาที-1 ชั่วโมง มากกว่า 1 ชั่วโมง) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์	ยอมรับสมมติฐาน
3. ความคาดหวังในการมาเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์	ยอมรับสมมติฐาน

สามารถอธิบายได้ว่า 1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว (ประเภทของสื่อที่เปิดรับ ช่วงเวลา และระยะเวลา) มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการมาเที่ยวสวน

พฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p < 0.05$) โดยประเภทของสื่อประกอบด้วยสื่อโทรทัศน์ ($\chi^2 = 0.25$) เฟซบุ๊ก ($\chi^2 = 0.14$) ยูทูบ ($\chi^2 = 0.19$) และไลน์ ($\chi^2 = 0.03$) และช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงเวลา 18.01-20.00 น. ($\chi^2 = 0.19$) ช่วงเวลา 20.01-22.00 น. ($\chi^2 = 0.17$) และช่วงเวลา 22.01-24.00 น. ($\chi^2 = 0.16$) และระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการมาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\chi^2 = 0.21$, sig = 0.02)

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว (ประเภทของสื่อที่เปิดรับ และช่วงเวลา) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยประเภทของสื่อประกอบด้วยสื่อโทรทัศน์ ($\chi^2 = 0.23$) นิตยสาร/วารสาร ($\chi^2 = 0.17$) หนังสือพิมพ์ ($\chi^2 = 0.22$) เว็บไซต์ ($\chi^2 = 0.14$) ยูทูบ ($\chi^2 = 0.252$) และไลน์ ($\chi^2 = 0.26$) และช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงเวลา 16.01-18.00 น. ($\chi^2 = 0.21$) ช่วงเวลา 18.01-20.00 น. ($\chi^2 = 0.32$) ช่วงเวลา 20.01-22.00 น. ($\chi^2 = 0.17$) และ ช่วงเวลา 22.01-24.00 น. ($\chi^2 = 0.16$) และระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อการมาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\chi^2 = 0.28$, sig = 0.00)

3. ความคาดหวังในการมาเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = 0.53$, $p < 0.05$)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยพบข้อมูลสำคัญว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ เพียงครั้งเดียวโดยมีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยที่เดินทางกลับมาเที่ยวอีกเป็นครั้งที่สอง และมักไปเที่ยวที่อาคารพืชพันธุ์เนื่องจากมีพันธุ์ไม้และมีการจัดสวนที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการวิจัยของอรอนงค์ เญียบแหลม และจันทิรา รัตนรัตน์ (2562: 42-54) เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเยือนชุมชนท่องเที่ยวบ้านถ้ำเสือ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ ที่อธิบายว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่การเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรกโดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มศึกษาดูงานและกลุ่มอบรม/ประชุม/สัมมนา โดยนักท่องเที่ยวรับรู้ว่าเป็นสถานที่ที่มีทัศนียภาพและระบบนิเวศที่สวยงาม ประเด็นนี้เป็นสิ่งที่บุคลากรของสวนพฤกษศาสตร์ฯ ต้องเร่งดำเนินการแก้ไข พัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในทุกจุดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในสวนพฤกษศาสตร์ฯ เพื่อสร้างความสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวที่สวนพฤกษศาสตร์ฯ ให้ได้มากกว่าหนึ่งครั้ง

เมื่อพิจารณาในประเด็นของการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารเพื่อหาข้อมูลประกอบการท่องเที่ยวจากสื่อเฟซบุ๊ก (Face Book) และเว็บไซต์เป็นลำดับแรก ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของกนิษฐา เกิดฤทธิ์ (2564: 188-203) เรื่องการเปิดรับสื่อต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเอเรชันวาย พบว่านักท่องเที่ยวเปิดรับสื่อจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ทั้งนี้เพราะการรับข่าวสารจากสื่อสังคม

ออนไลน์ถือได้ว่าเป็นการรับข้อมูลข่าวสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่สะดวกที่สุดและยังเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้ค้นหาข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลา ได้ข้อมูลตรงครบถ้วนและรวดเร็วที่สุด อันเป็นไปตามแนวคิดเรื่องของการเปิดรับข่าวสารที่อธิบายว่า บุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารผ่านสื่ออยู่ตลอดเวลาซึ่งสื่อแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะตัวที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้แตกต่างกัน ในส่วนของการเลือกจดจำเนื้อหาสารผลการศึกษพบว่า นักท่องเที่ยวเลือกจดจำเนื้อหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสอดคล้องกับแนวคิดของศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531: 110) ที่อธิบายว่า ผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสารเพื่อต้องการสารสนเทศอันจะทำให้ทราบถึงเหตุการณ์ในสภาพปัจจุบัน ได้ข้อแนะนำ ได้สนองความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจ ได้เรียนรู้ และได้สร้างความรู้สึที่มั่นคงโดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อ

ผลการวิจัยพบข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่น่าสนใจคือ นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารจากสวนพฤกษศาสตร์ฯ ผ่านโทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ และไลน์ ซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมและแบบดิจิทัล โดยมักจะเปิดรับข่าวสารในช่วงเวลาดังแต่ 16.00-24.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลารว่างจากการทำงาน โดยใช้ระยะเวลาในการเปิดรับสารประมาณ 30 นาทีต่อ 1 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดานินท์ กิจนิจี (2540) ที่แสดงให้เห็นว่าประชาชนเปิดรับข่าวสารจากสื่อดั้งเดิม อาทิเช่น โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อบุคคล นิตยสาร หรือสื่อเฉพาะกิจ และงานวิจัยของกนิษฐา เกิดฤทธิ์ (2564: 188-203) ที่แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ข้อค้นพบดังกล่าวนี้เป็นข้อมูลสำคัญที่ส่วนงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดของสวนพฤกษศาสตร์ฯ จะได้นำไปใช้วางแผนในการคัดเลือกออกแบบ และผลิตสื่อ พร้อมทั้งกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมคือเวลาหลังจากเลิกงานในช่วงเวลา 16.00-24.00 น. ในการส่งข่าวสารการท่องเที่ยวและความรู้ต่าง ๆ ของสวนพฤกษศาสตร์ฯ ออกสู่ผู้รับสารต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะค้นหาข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตทางสื่อสังคมออนไลน์อันประกอบด้วย เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ และไลน์เป็นสำคัญ และเมื่อได้ข้อมูลตรงกับความต้องการแล้วนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจไปท่องเที่ยวในเวลาต่อมา

ในส่วนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า ก่อนการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวนั้นนักท่องเที่ยวทุกคนจะคาดหวังผลที่ได้จากการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้าเสมอ ทั้งนี้ระดับความคาดหวังจะมีมากน้อยเพียงใดนั้นจะเป็นไปตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเป็นสำคัญ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีวัตถุประสงค์ ความตั้งใจ และความต้องการใช้ประโยชน์จากข่าวสารผ่านสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนด้วยเหตุผลต่างกัน และในขณะที่กำลังท่องเที่ยวอยู่นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ ภายในสวนพฤกษศาสตร์ฯ อยู่ตลอดเวลาทั้งในด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย การให้บริการทัศนาร เจ้าหน้าที่ นักท่องเที่ยว ข่าวสาร กิจกรรมภายในสวน สินค้าผลิตภัณฑ์และของที่ระลึก ผลจากการปฏิสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ ดังกล่าวนำไปสู่การตัดสินใจกลับเข้ามาท่องเที่ยวอีกครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของกนิษฐา เกิดฤทธิ์ (2564: 188-203) ที่แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้าน

การรองรับด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ดังนั้นบุคลากรที่เกี่ยวข้องจึงต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาสวนพฤกษศาสตร์ฯ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามเป็นแหล่งความรู้ มีความทันสมัยและปลอดภัยอยู่ตลอดเวลา

ในส่วนของผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประเภทของสื่อ ช่วงเวลา และระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังและพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ตลอดจนความคาดหวังในการมาเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของพนิตดา ภักดีภูวดล (2540) เรื่อง การสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวของมณฑลภูเก็ตไทยแสดงให้เห็นว่า ข้อมูลข่าวสารจากสื่อทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้และทัศนคติเปลี่ยนแปลงไปซึ่งส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ต้องนำตัวแปรเรื่องประเภทของสื่อ ช่วงเวลา และระยะเวลายาไปใช้การวางแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสวนพฤกษศาสตร์ฯ ต่อไป โดยเลือกใช้สื่อที่ง่ายต่อการเข้าถึงของประชาชนผู้รับสาร เช่น โทรทัศน์ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ และไลน์ ในช่วงเวลาที่ว่างจากการทำงานประจำวันคือ 16.00-24.00 น. และบรรจุเนื้อหาที่สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจได้ง่าย และมีเนื้อหาครอบคลุมภายในเวลา 30 นาที

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์เป็น (Queen Sirikit Botanic Garden) เป็นศูนย์รวมพรรณไม้ไทยศูนย์ศึกษาและค้นคว้าวิจัยทางด้านพฤกษศาสตร์ ด้านความหลากหลายทางชีวภาพและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตลอดจนเป็นสถานที่เผยแพร่ความสวยงามและคุณค่าของพรรณพฤกษชาติไทยให้เป็นທີ່ประจักษ์แก่ประชาชนทั่วไป ในการส่งเสริมให้เกิดการการท่องเที่ยวที่สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์จึงต้องให้ความสำคัญและพัฒนาในเรื่องสถานที่ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการเสริมสร้างความปลอดภัยขณะท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อเรื่องดังกล่าวในระดับสูง และควรจัดให้มีกิจกรรมพิเศษภายในสวนพฤกษศาสตร์ฯ เพื่อส่งเสริมความรู้ด้านพฤกษศาสตร์ให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนเพิ่มการให้บริการจักรยาน หมวก ร่ม ฯลฯ แก่นักท่องเที่ยวโดยไม่คิดค่าบริการเพราะการท่องเที่ยวภายในสวนพฤกษศาสตร์ฯ นักท่องเที่ยวต้องเจอกับสภาพอากาศที่ร้อนและบางจุดต้องเดินเที่ยวชมพรรณไม้ ทั้งนี้การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของสวนพฤกษศาสตร์ฯ ควรคงไว้ซึ่งความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมเพิ่มการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้ และทำการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมในแต่ละกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรักษาไว้ซึ่งความยั่งยืนของทรัพยากรในอนาคต

รายการอ้างอิง

กนิษฐา เกิดฤทธิ์. (2564). การเปิดรับสื่อต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. 8(1), 188-203.

- ชวลินุช อุทยาน. (2566). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. สืบค้น 24 เมษายน 2566 จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2544). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. เชียงใหม่: สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.
- ดามินทร์ กิจนิชี. (2540). **การเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรณรงค์พลังงานสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ปนัดดา ภักดีภูวดล. (2540). **การสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวของมณฑลภูเก็ต**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลัดดา จิตตคุตตานนท์. (2563). **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับความคาดหวัง และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์**. (งานวิจัย). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วิรัช ฤกษ์รัตนกุล. (2542). **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ. (2531). **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2539). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- อรอนงค์ เียบแหลม และ จันทิรา รัตนรัตน์. (2562). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเยือนชุมชนท่องเที่ยวบ้านถ้ำเสือ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่**. *WMS Journal of Management*. 8(4), 42-54.
- อรุณ งามดี. (2540). **“ภาพพจน์ที่สังคมยอมรับ.” ใน ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์**. (พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์บรรณาธิการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัญชลี อานวรุฬหาวณิช. (2539). **ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมของเด็กहुหนวก : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนสอนคนหูหนวกในเขตกรุงเทพมหานคร**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Mcleod, J. K. and G. J. O’Keefe. (1972). “The Socialization Perspective and Communication Behavior.” In *Current Perspective in Mass Communication Research*. London: Sage.
- Schramm, W. (1973). *Handbook of Communication*. Chicago: Rand McNally.