

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี” แบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษากระบวนการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้ที่เกี่ยวข้องและศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ และส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี โดยวัดจากการรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี โดยใช้แบบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ดังนั้นการนำเสนอผลการวิจัยจึงนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ศึกษากระบวนการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี

การศึกษาในส่วนนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี รวมทั้งหมด 3 ท่าน ดังนี้

1. คุณพสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย      นักวิชาการป่าไม้ชำนาญการพิเศษ (หัวหน้าอุทยาน)  
อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี
2. คุณนัฐกร พรหมทา      นักวิชาการเผยแพร่  
อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี
3. คุณธนศร ดอกเต๋อ      ผู้อำนวยการ  
สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดจันทบุรี

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี และการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปผลของการวิจัยได้ดังนี้

## กระบวนการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรี

จากการสัมภาษณ์พบว่ากระบวนการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1. ผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรี คือ บุคลากรของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรี ทั้งหัวหน้าอุทยานและเจ้าหน้าที่อุทยานทุกคน รวมถึงหน่วยงานเครือข่ายต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรี ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งผู้ส่งสารเหล่านี้มีหน้าที่ในการสร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว ให้ความรู้ เชิญชวน และกระจายข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรี และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

#### 1.1 ประวัติความเป็นมาและข้อมูลทั่วไปของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรี

อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีมีประกาศในราชกิจจานุเบกษา ประกาศให้เป็นอุทยานแห่งชาติเขาสระบาป เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2518 ซึ่งเป็นอุทยานลำดับที่ 11 ของประเทศไทย ต่อมาในปี พ.ศ.2525 ก็มีการเปลี่ยนชื่อเป็นอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรี เนื่องจากว่ามีน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยู่งัก จึงเปลี่ยนชื่อมาเป็นอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีตั้งแตปี พ.ศ.2525 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน

“...น้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยู่งัก จึงเปลี่ยนชื่อมาเป็นอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีตั้งแตปี พ.ศ.2525 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน...”

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีตั้งอยู่ที่ 41 หมู่ 12 ต.พลีวจ อ.แหลมสิงห์ จ.จันทบุรี 22190 เบอร์โทรศัพท์ 039-434528 การเดินทางมายังอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจจังหวัดจันทบุรีสามารถใช้เส้นทางสายกรุงเทพฯ-ตราด เลี้ยวซ้ายที่ทางแยกตรงหลักกิโลเมตรที่ 347 ไปยังที่ทำการอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจจังหวัดจันทบุรีประมาณ 2 กิโลเมตร อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจจังหวัดจันทบุรีอยู่ห่างจากตัวเมืองจันทบุรี 14 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากตัวเมืองตราด 55 กิโลเมตร อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจจังหวัดจันทบุรีมีขนาดพื้นที่ 84,062.50 ไร่ และมีสถานที่

ท่องเที่ยวในอุทยาน คือ น้ำตกพลิว น้ำตกมะกอก น้ำตกคลองนารายณ์ น้ำตกตรอกนอง อ่างเก็บน้ำห้วยตาโบ และอ่างเก็บน้ำกงซีไร

“...เรื่องของการท่องเที่ยวของเรามีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นน้ำตก เรามีน้ำตกพลิว น้ำตกตรอกนอง น้ำตกมะกอก น้ำตกคลองนารายณ์ อ่างเก็บน้ำห้วยตาโบ นอกจากนั้นเรามีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่จะให้ทุกคนได้มาศึกษาหาความรู้ด้วย...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา และเทือกเขาสูงสลับซับซ้อนมีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางอยู่ในช่วง 20-924 เมตร ค่อย ๆ ลาดลงไปทางทิศใต้ มีที่ราบแคบ ๆ ทั่วไปบริเวณไหล่เขา พื้นที่ที่มีความลาดชันสูง จุดสูงสุดของพื้นที่ที่อยู่ยอดเขามาบห้วยกรอก มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 924 เมตร ลักษณะทางธรณีวิทยาส่วนที่เป็นหิน ส่วนใหญ่เป็นหินอัคนีประเภทหินแกรนิต ในบริเวณตอนกลางของพื้นที่ ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นเทือกเขาสูงชันสลับซับซ้อน ที่ประกอบไปด้วยป่าดงดิบที่สมบูรณ์ทำให้บริเวณนี้กลายเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่มีลำห้วยเล็ก ๆ หลายสาขา ที่มีน้ำไหลตลอดปี เช่น คลองนารายณ์ คลองพลิว คลองตรอกนอง คลองมะกอก คลองซึ้ง คลองขลุ้ง กระจายอยู่รอบพื้นที่ตอนกลางของพื้นที่เป็นสันเขาสูงชัน

ลักษณะอุตุนิยมวิทยาโดยทั่วไปอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ซึ่งอยู่ทางภาคตะวันออกของประเทศไทยอยู่ภายใต้อิทธิพลลมมรสุม ซึ่งมีระบบการพัดเวียนประจำเป็นฤดูกาล โดยพัดจากทิศตะวันออกเฉียงเหนือ เรียกว่า ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นลมที่พัดมาจากประเทศจีน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน - เดือนกุมภาพันธ์ ทำให้เกิดฤดูหนาวซึ่งไม่ถึงกับหนาวจัด อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี 26.8 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 31.6 องศาเซลเซียส ส่วนอุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 23.2 องศาเซลเซียส ลมมรสุมอีกชนิดหนึ่ง คือ ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ พัดมาจากมหาสมุทรจะพัดพาเอาความชื้นและไอน้ำจากทะเลเข้ามาทำให้เกิดฤดูฝน อากาศชุ่มชื้นและมีฝนตกชุกปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยตลอดปีค่อนข้างสูงมากกว่า 2,000 มิลลิเมตรต่อปี และในช่วงเปลี่ยนฤดูลมมรสุมตั้งแต่เดือนมีนาคม - เดือนเมษายน จะเป็นฤดูร้อน ซึ่งอากาศจะร้อนอบอ้าวก่อนที่จะเริ่มฤดูฝนต่อไปในเดือนพฤษภาคม

พืชพรรณและสัตว์ป่าในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

1. อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวเป็นพื้นที่ที่รวบรวมความหลากหลายทางชีวภาพของพันธุ์พืชสภาพเป็นป่าดิบชื้นมีปริมาณฝนเฉลี่ยตลอดปีกว่า 2,000 มิลลิเมตร (อุณหภูมิสูงสุดมากกว่า 30 องศาเซลเซียส) เป็นที่รวบรวมพันธุ์ไม้หลายชนิดในป่าดิบชื้นของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว ที่มีความหลากหลายสามารถแบ่งตามชั้นเรือนยอดได้ ดังนี้

1) เรือนยอดชั้นบน เป็นยอดที่ปกชั้นบนสุดของป่า ไม่มีขนาดสูงใหญ่การกระจายปกคลุมพื้นที่ประมาณ 60 เปอร์เซ็นต์ ไม้เด่นได้แก่ พุงทะลาย (*Scaphium macropodium*), เคี่ยมคะนอง (*Shozea henryana*), พนอง (*S.hypochra*), ตะเคียนหิน (*Hopea ferrea*), ยางแดง (*Dipterocarpus turbinatus*) เป็นต้น

ไม้ชั้นนี้มีความหนาแน่นสูงกว่าไม้ชั้นบนมาก การปกคลุมเรือนยอดประมาณ 95 เปอร์เซ็นต์ ในขณะที่ชั้นบนมีเพียง 60 เปอร์เซ็นต์ ความสูงเฉลี่ยประมาณ 19 เมตร มีความหลากหลายชนิดมากกว่าไม้ชั้นบน ชนิดพันธุ์ไม้ที่พบ ได้แก่ คอเหี้ย (*Xerospermum intermedium*), ฤๅษณา (*Aquiloaria crassna*), เขม็อดคนตัวแม่ (*Helicia excelsa*), หย่อง (*Archidendron quocense*), ไม้ต้น (*Prunus arborea var.montana*), กระท้อน (*Sandoricum indicum*) เป็นต้น รวม 28 ชนิด นอกจากนี้ตามลำต้นของไม้ชั้นนี้พบพืชอิงอาศัยหลายชนิดเกาะอยู่บนลำต้นและกิ่งก้าน ได้แก่ ชายผ้าสีดา, กระแตไต่ไม้, ข้าหลวงหลังลาย, ย่านลิเควาย, เกล็ดนาคราช นอกจากนี้ยังพบพืชในวงศ์กล้วยไม้โดยเฉพาะเหลือืองจันทร์บุรี ที่มีรูปทรงสวยงามและมีสีสันสดใส (มีถิ่นกำเนิดบริเวณจังหวัดจันทร์บุรี) พืชอีกกลุ่มหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในสังคมป่าดิบก็คือ กลุ่มไม้เถาว์ ได้แก่ พญาปล้องทอง, เถาว์คัน, กำแพงเจ็ดชั้น และพืชจำพวกหวาย เป็นต้น

2) เรือนยอดชั้นล่าง เป็นชั้นที่มีความหนาแน่นน้อยกว่าไม้ชั้นรองความสูงไม่เกิน 5 เมตร ชนิดพันธุ์ไม้ส่วนใหญ่มักจะเป็นลูกไม้ของไม้ชั้นรองมีพันธุ์ไม้ประมาณ 36 ชนิด นอกจากนี้ยังมีไม้คลุมพื้นป่าอีกหลายชนิดที่ขึ้นปะปนด้วยสภาพป่าที่มีความหนาแน่นของชั้นเรือนยอด จึงช่วยในการปกคลุมดินช่วยลดการพังทลายของหน้าดินช่วยเก็บกักความชื้น และให้น้ำถูกเก็บสะสมไว้ในดินได้เป็นอย่างดี ทำให้มีศักยภาพในการระบายน้ำออกสู่ลำธารได้ตลอดทั้งปี

2. อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้วเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพของสัตว์ป่า พื้นที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้วมีสภาพป่าดงดิบชื้นที่สมบูรณ์มาก แต่เนื่องจากสภาพพื้นที่โดยรอบเป็นที่ราบมีถนนแอสฟัลต์ทางหลวงท้องถิ่นล้อมรอบพื้นที่ ผืนป่าแห่งนี้ไม่ติดต่อกับป่าอนุรักษ์แห่งอื่น จึงทำให้เกิดระบบนิเวศของสัตว์ที่จำกัดเขตอยู่ในพื้นที่ มีนกประจำถิ่นเป็นจำนวนมากที่สำคัญ เช่น ไก่ฟ้าหลังเงินจันทร์บุรี ตลอดจนสัตว์ที่เป็นเอกลักษณ์ของป่าดงดิบชื้นหลายชนิด เช่น ชะนิ่มงกฏ เป็นต้น เป็นสัตว์ป่าสงวนตามพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ.2535 จำนวน 1 ชนิด ได้แก่ เสียงผา (*Naemorhecus sumatraensis*)

1) สัตว์เลี้ยงลูกด้วยน้ำนม (Mammals) พบรวม 9 อันดับ 22 วงศ์ 38 ชนิด เป็นสัตว์ป่าคุ้มครอง จำนวน 12 ชนิด ชนิดสัตว์ที่พบมากที่สุด เป็นพวกสัตว์ฟันแทะในอันดับ Rodentia มีจำนวน 8 ชนิด รองลงมาได้แก่ พวกค้างคาว ในอันดับ Chiroptera มีจำนวน 7 ชนิด พวกสัตว์กินเนื้อหรือผู้ล่าในอันดับ Carnivora ที่มีในรายงานการศึกษามากที่สุดจำนวน 11 ชนิด แต่สำรวจพบโดยตรงเพียง 4 ชนิด พวกสัตว์กินพืชหรือพวกสัตว์กีบมีพบเฉพาะสัตว์กีบคู่ในอันดับ Artiodactyla มี 4 ชนิด พวกลิงค่าง ในอันดับ Primate สำรวจโดยตรง 4 ชนิด นอกจากนี้สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมที่มีความหลากหลายชนิด

ในแต่ละวงศ์ แต่ละอันดับน้อย ได้แก่ ลิ่นขาว ในอันดับ Pholidota วงศ์ Manidae หนูผีจิว ในอันดับ Insectivora วงศ์ soicidae กระแตเหนือ ในอันดับ Scandentia วงศ์ Tupaiidae และบ้าง ในอันดับ Dermoptera วงศ์ Cynocephalida

2) นก (Bird) พบรวม 15 อันดับ 43 วงศ์ 149 ชนิด นกที่พบส่วนใหญ่เป็นสัตว์ป่าคุ้มครอง ตามพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ.2535 กลุ่มพวกนกที่มากที่สุด เป็นพวกนกจับคอน พบมากกว่าร้อยละ 50 ของนกที่สำรวจพบทั้งหมด นอกเหนือจากนกจับคอนดังกล่าวแล้ว นกกลุ่มพวกอื่น มีจำนวน 70 ชนิด กลุ่มพวกนกที่มีความหลากหลายชนิดมากที่สุด คือ พวกนกโพระดกและนกหัวขวาน พบ 13 ชนิด และพวกนกกระเต็น นกจาบคา นกเงือก และนกตะขาบทุ่ง พบ 13 ชนิด กลุ่มพวกนกที่พบมากรองลงมาเป็นพวกนกเขาและนกฟิราบ พบ 13 ชนิด พวกเหยี่ยว พบ 6 ชนิด พวกนกเค้า พวกไก่ฟ้า พบ 9 ชนิด นอกจากนี้ มีความหลากหลายชนิดน้อยเพียง 1-2 ชนิด ได้แก่ พวกนกยาง พวกนกคุ้มแท้ พวกนกแก้ว และพวกนกตบยุง มีพบอันดับละ 2 ชนิด ส่วนนกเป็ด นกนางแอ่น และนกขุนแผน มีพบอันดับละชนิดเท่านั้น

3) สัตว์เลื้อยคลาน (Reptiles) พบรวม 2 อันดับ 13 วงศ์ 59 ชนิด สัตว์เลื้อยคลานจำพวกงู (Snakes) ในอันดับ Squamata อันดับย่อย Serpentes มีความหลากหลายชนิดมากที่สุด จำนวน 27 ชนิด จาก 25 วงศ์ สัตว์เลื้อยคลานที่พบรองลงมาจากงู ในอันดับ Squamata อันดับย่อย Sauria พบรวม 25 ชนิดจาก 5 วงศ์ ได้แก่ พวกจิ้งจก ตุ๊กแก พวกจิ้งเหลน พวกกิ้งก่า นอกจากนี้เป็นพวก สัตว์เลื้อยคลานขนาดใหญ่และมีเกล็ดคอขนาดใหญ่ พวก Monitors ในวงศ์ Varanidae และวงศ์ Lacertidae พวกสุดท้ายเป็นพวกเต่า ในอันดับ Chelonia พบรวม 7 ชนิดใน 3 วงศ์ ได้แก่ พวกเต่าบก เต่าน้ำและตะพาบตามลำดับ

4) สัตว์สะเทินน้ำสะเทินบก (Amphibians) พบรวม 19 ชนิด จาก 1 อันดับ 5 วงศ์ และ 15 สกุล ได้แก่ จำพวกกบ พวกปาด พวกอึ่ง พวกคางคก และพวกอึ่งกราย ฯลฯ

5) ปลาน้ำจืด ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว มีแหล่งน้ำที่มีน้ำไหลตลอดปี ไม่ว่าจะเป็นอ่างเก็บน้ำ ลำธาร อ่างน้ำตก ซึ่งมีความเหมาะสมต่อการดำรงชีวิตของสัตว์น้ำหลายชนิด โดยเฉพาะปลาที่มีหลายชนิด เช่น ปลาสร้อยขาว, ปลากดหิน หรือปลาแขยงหิน, ปลาค้อ, ปลาจิ้งจก, ปลามุง หรือปลาพลวงหิน, ปลาเขยา, ปลากริม, ปลาก้าง, ปลากะทิง เป็นต้น

## 1.2 การวางแผนและการกำหนดขั้นตอนในการสื่อสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

### 1) จัดประชุมและวางแผนงานการสื่อสาร

ขั้นตอนการจัดประชุมและวางแผนงานการสื่อสาร เป็นการระดมความคิดร่วมกันของบุคลากรทุกฝ่าย เพื่อร่วมกันวางแผนงานการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เมื่อได้ข้อสรุปจากการประชุมร่วมกันแล้ว จึงจัดทำเป็นแผนการดำเนินงานการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่อไป

### 2) รวบรวมข้อมูลและกำหนดเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสาร

ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลและกำหนดเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสาร เป็นการรวบรวมข้อมูลและกำหนดเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เช่น วิธีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ถูกต้องตามกฎหมายระเบียบของอุทยาน การให้ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2562 มาตรา 19 ข้อมูลเกี่ยวกับพืชพรรณและสัตว์ป่าในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว สภาพแวดล้อม ระบบนิเวศ ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะภูมิอากาศ และลักษณะอุตุนิยมวิทยาของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับ เวลาเปิด-ปิด วันทำการ วันหยุดทำการ กิจกรรมของอุทยาน ข้อมูลสำคัญที่ควรรู้ ข้อปฏิบัติ ข้อห้าม เป็นต้น

### 3) เผยแพร่เนื้อหาและข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อและเครือข่ายการสื่อสาร

ขั้นตอนการเผยแพร่เนื้อหาและข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อและเครือข่ายการสื่อสาร เป็นการกระจายเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวไปสู่ นักท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ของอุทยานเองและผ่านสื่อต่าง ๆ ของเครือข่ายการสื่อสาร ซึ่งสื่อหลักที่ใช้คือสื่อใหม่ โดยใช้เพจ Facebook ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวเป็นสื่อหลัก นอกจากนี้ยังใช้สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงสื่อของเครือข่ายการสื่อสารต่าง ๆ อีกด้วย

### 4) ประเมินผลการสื่อสาร

ขั้นตอนการประเมินผลการสื่อสาร เป็นการประเมินจากยอดนักท่องเที่ยว Feedback จากสื่อต่าง ๆ และผลที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการสังเกต การรวบรวมข้อมูลตอบกลับจากสื่อต่าง ๆ และการวิจัย เป็นต้น

### 1.3 วัตถุประสงค์การสื่อสารของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว

จากการสัมภาษณ์พบว่า วัตถุประสงค์ในการสื่อสารของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว แบ่งออกเป็น 4 ประเด็น คือ ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ด้านการบริการนักท่องเที่ยว ด้านกฎระเบียบและข้อบังคับในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว และด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารและการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

#### 1) วัตถุประสงค์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

จากการสัมภาษณ์พบว่า การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊วจะให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ โดยการสร้างจิตสำนึกให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ให้เกิดความรักความหวงแหนธรรมชาติ ช่วยกันดูแลรักษา ปรับปรุง ซ่อมแซมส่วนต่าง ๆ ของทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่สมบูรณ์ เพื่อทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตลอดไป เช่น การปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว การไม่นำอาหารมาเลี้ยงสัตว์ในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว เนื่องจากอาจทำลายระบบนิเวศทางธรรมชาติ การไม่ทำลายหรือนำทรัพยากรทางธรรมชาติของอุทยานกลับบ้าน การทิ้งขยะให้เป็นที่ เป็นทาง การลดการใช้ถุงพลาสติก กล่องโฟม และการแจ้งเจ้าหน้าที่อุทยานเมื่อพบว่ามี ความเสียหายหรือมีการกระทำที่ไม่เหมาะสมในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว เป็นต้น

“...การเข้ามาเที่ยวที่นี่เรามีโครงการไม่ให้ใช้ถุงพลาสติก ทำความดีด้วยหัวใจ ลดภัยสิ่งแวดล้อม ก็คือไม่ให้เอาถุงพลาสติกเข้ามาในอุทยาน เราจะมีด่านอยู่ด้านหน้า ซึ่งคนที่เข้ามาถ้ามีถุงหิ้วจะต้องมีการมัดจำเอาตะกร้าใส่ของขึ้นมาโดยที่ไม่ให้เอาถุงพลาสติกเข้า...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...นักท่องเที่ยวต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว เช่น การไม่นำอาหารมาเลี้ยงสัตว์ในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว เนื่องจากอาจทำลายระบบนิเวศทางธรรมชาติได้...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)



ภาพที่ 4.1 จุดบริการให้เช่าตะกร้าใส่ของแทนถุงพลาสติก

## 2) วัตถุประสงค์ด้านการบริการนักท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์พบว่า ด้านการบริการนักท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี้วจะมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่คอยดูแล ให้ข้อมูลข่าวสาร และให้การบริการในด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี้ว กฎระเบียบและข้อบังคับการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี้ว เส้นทางศึกษาธรรมชาติน้ำตกพลี้ว จุดชมวิวยิวทัศน์ การจัดกิจกรรม ที่พัก จุดกางเต็นท์ เป็นต้น

“...จะมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่ตรงศูนย์บริการอยู่โซนด้านหน้า เป็นเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์เลย ที่คอยให้บริการเรื่องต่าง ๆ ตรงนั้นจะเป็นหลัก...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...ทางเรามีจุดกางเต็นท์ มีบริการบ้านพัก ศูนย์กู้ภัยอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี้ว จุดบริการนักท่องเที่ยวตามจุดต่าง ๆ ไว้คอยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว...”

(นัฐกร พรมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)





ภาพที่ 4.2 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

### 3) วัตถุประสงค์ด้านกฎระเบียบและข้อบังคับในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

จากการสัมภาษณ์พบว่า การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จำเป็นต้องมีกฎระเบียบและข้อบังคับในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว รวมถึงพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2562 ซึ่งอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวใช้ในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวประพฤติปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ตามกฎระเบียบและข้อบังคับในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว อีกทั้งยังเป็นการปกป้องรักษาทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศทางธรรมชาติให้คงอยู่สมบูรณ์

“...นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ และต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2562 เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...มีการกำหนดโซนให้บริการและโซนหวงห้ามที่ชัดเจน และโซนที่ให้บริการการท่องเที่ยวในแต่ละจุดก็มีการกำหนดกฎระเบียบ ข้อห้ามต่าง ๆ ไว้...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)



ภาพที่ 4.3 ป้ายพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2562 มาตรา 19

#### 4) วัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์พบว่า การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวได้นำเสนอความสวยงามของน้ำตก ที่มีน้ำไหลตลอดทั้งปี บรรยากาศสดชื่น มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ รวมถึงการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมรำลึกถึงสมเด็จพระนางเจ้าสุนันทากุมารีรัตน์ พระบรมราชเทวี การจัดค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดโครงการลูกเสือพิทักษ์ป่า การจัดประกวดภาพถ่าย เป็นต้น โดยทำการสื่อสารผ่านทางสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารที่สำคัญ ในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงข้อมูล ข่าวสาร สามารถตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว และทำให้เกิดความประทับใจอยากกลับมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวอีก

“...เราจะมีการประชุมสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมตามสื่อต่าง ๆ สื่อหลักของเราที่ใช้คือเพจ Facebook ซึ่งทางเพจ Facebook จะมีการแชร์ข้อมูลข่าวสารการจัดกิจกรรมไปประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

#### 1.4 ปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการสัมภาษณ์พบว่า ปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติ น้ำตกพลิ้ว มี 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการสื่อสาร และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ชุมชน สังคม องค์กร หน่วยงานภาครัฐและเอกชน

##### 1) ปัจจัยด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้วมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นจุดเด่นสำคัญที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวธรรมชาติที่ยังคงไว้ซึ่งสภาพดั้งเดิมของทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และนักท่องเที่ยวไม่สามารถรับรู้ประสบการณ์ได้จากที่อื่น

“...น้ำตกพลิ้วของเรามีความเป็นธรรมชาติ และมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งพืชพรรณธรรมชาติและสัตว์ป่า และน้ำตกของเรายังมีน้ำไหลตลอดทั้งปี...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง หากไม่มีการวางแผนและควบคุมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจังอย่างต่อเนื่อง อาจทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้วถูกทำลาย เสื่อมโทรมลงไป ทำให้ไม่น่าท่องเที่ยว ดังนั้นอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้วจึงมีการวางแผนและควบคุมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ทำให้อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้วมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ สวยงามน่าท่องเที่ยว อีกทั้งยังไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศจนเกินขีดความสามารถของธรรมชาติที่จะรองรับได้ และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

## 2) ปัจจัยด้านการสื่อสาร

การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจะแบ่งการสื่อสารออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการให้ความรู้ ด้านการชักจูงใจ และด้านความบันเทิง

### ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร

อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจะทำการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในการให้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านทางสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นข้อมูลที่นักท่องเที่ยวควรทราบ เช่น เวลาเปิด-ปิด วันทำการ วันหยุดทำการ กิจกรรมของอุทยาน ข้อมูลสำคัญที่ควรรู้ ข้อปฏิบัติ ข้อห้าม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการแจ้งเตือนต่าง ๆ เช่น สถานการณ์น้ำป่า ปริมาณน้ำฝน เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่เตรียมรับมือและเฝ้าระวังเพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน รวมถึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้อย่างมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว

“...เรื่องของภัยธรรมชาติ ฝนตกหนัก บางทีเล่นน้ำ แล้วน้ำป่ามา เราก็จะมีเจ้าหน้าที่ที่อยู่ตรงด่านหน้าแจ้งมาน้ำป่ามา เราก็ต้องประชาสัมพันธ์ที่แจ้งมา เราก็ต้องบอกนักท่องเที่ยวก่อนว่าน้ำป่ามานะ ถ้ามาอาจจะไม่ได้เล่นน้ำตก ก็ให้เค้าทราบก่อนซื้อบัตรเข้า ปัญหานี้ก็คือเรื่องของภัยธรรมชาติ คือน้ำป่ามากก็ลงเล่นน้ำไม่ได้...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

### ด้านการให้ความรู้

อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจะทำการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในการให้ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรทางธรรมชาติภายในอุทยานตามจุดต่าง ๆ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปแนะนำหรือถ่ายทอดความรู้แก่บุคคลอื่นได้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะสามารถช่วยกันรักษาและป้องกันการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้

### ด้านการชักจูงใจ

อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจะทำการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในการชักจูงใจ โดยชี้ให้เห็นถึงจุดเด่นสำคัญที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามของน้ำตกที่มีน้ำไหลตลอดทั้งปี ความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ พืชพรรณและสัตว์ป่าในอุทยาน เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี

### ด้านความบันเทิง

อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊วจะทำการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในการให้ความบันเทิงจากการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสื่อสารเพื่อให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลิน และความสนุกสนานแก่นักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมวันคล้ายวันทิวศตสมเด็จพระนางเจ้าสุวัทนาฯ กรมราชเทวี กิจกรรมวันทรัพยากรป่าไม้ประจำปีของชาติ กิจกรรมประกวดภาพวาดภาพถ่าย กิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมค่ายเยาวชนโครงการลูกเสือพิทักษ์ป่า กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะสร้างความประทับใจ สร้างรอยยิ้ม ความสนุกสนานและ ความบันเทิง รวมถึงสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวอีก จึงทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

“...เราก็จะจัดเป็นกิจกรรมอนุรักษ์ จัดกิจกรรมทั้งกลางวันกลางคืน มีทั้งกิจกรรมที่ให้ความรู้ ให้ความบันเทิง ให้ความสนุกสนาน...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

3) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ชุมชน สังคม องค์กร หน่วยงานภาครัฐและเอกชน

เนื่องจากทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างจิตสำนึกที่ดีในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว ซึ่งการตระหนักถึงความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมสร้างความรู้สึกรัก ความหวงแหน ความผูกพันกับสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดการประพฤติปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ในการเดินทางมาท่องเที่ยว สามารถปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับของอุทยาน ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ช่วยแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้แก่ผู้อื่นขณะท่องเที่ยว ช่วยกันปกป้องรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ยังคงสมบูรณ์ เพื่อส่งต่อและรักษาโอกาสการท่องเที่ยวแก่คนรุ่นหลัง จนทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

“...เรามีการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยว ชุมชน สังคม องค์กร หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นการบูรณาการร่วมกันทุกภาคส่วนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ต้องอาศัยความร่วมมือและการมีส่วนร่วมจากนักท่องเที่ยว ชุมชน สังคมองค์กร หน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้วย...”

(ธนศร ดอกเต๋อ, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2565)

#### 1.5 เครือข่ายการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการสัมภาษณ์พบว่า อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีว์มีการใช้เครือข่ายการสื่อสารในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว โดยการร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมถึงเครือข่ายจากชุมชน ซึ่งเป็นการใช้เครือข่ายการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ในการกระจายข้อมูลข่าวสารของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีว์ รวมถึงข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไปยังนักท่องเที่ยว โดยได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายการสื่อสารต่าง ๆ เช่น กรมอุทยานแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9, NBT, TPBS หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ สถานีวิทยุต่าง ๆ เพจข่าวสารทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ชุมชมริมน้ำจันทบูร เป็นต้น ซึ่งเครือข่ายการสื่อสารเหล่านี้สามารถช่วยในการกระจายข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีว์ไปยังนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายได้

“...มีการใช้เครือข่ายการสื่อสาร ทั้งการประสานงานกับภาครัฐและเอกชน โดยทางภาครัฐได้มีการประสานงานกันโดยตรง และทางภาคเอกชนได้มีการประสานกับนักท่องเที่ยว และเครือข่ายการสื่อสารอื่น ๆ...”

(นัฐกร พรมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...เครือข่ายการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ เราจะต้องบูรณาการร่วมกับเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว มีชุมชนท่องเที่ยวหลาย ๆ แห่ง เครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวทุกแห่งเป็นเครือข่ายของเราได้หมด อย่างเช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน เป็นต้น...”

(ธนศร ดอกเต๋อ, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2565)

## 1.6 ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการสื่อสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ปัญหาที่เกิดจากงบประมาณด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีจำนวนจำกัด ทำให้ไม่สามารถทำการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ต้องจัดสรรงบประมาณที่ได้รับมาผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ ตามความเหมาะสม รวมถึงจะมีสื่อประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ของทางกรมอุทยานแห่งชาติที่จะจัดส่งมาให้อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊วเป็นหลัก

“...ส่วนใหญ่แล้วสื่อที่ใช้ทำการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวจะส่งมาจากทางกรมอุทยานแห่งชาติเลย อย่างแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ป้ายข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

## 2. สาร

จากการสัมภาษณ์พบว่า เนื้อหาสารที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว มี 4 ประเด็น คือ เนื้อหาสารที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว เนื้อหาสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื้อหาสารที่เชิญชวนให้มาท่องเที่ยวและโน้มน้าวใจให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเนื้อหาสารที่ให้ความบันเทิงจากการจัดกิจกรรม

### 2.1 เนื้อหาสารที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว

เนื้อหาสารที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว เป็นการสื่อสารและกระจายข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวควรทราบ เช่น เวลาเปิด-ปิด วันทำการ วันหยุดทำการ กิจกรรมของอุทยาน ข้อมูลสำคัญที่ควรรู้ ข้อปฏิบัติ ข้อห้าม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการแจ้งเตือนต่าง ๆ เช่น สถานการณ์น้ำป่า ปริมาณน้ำฝน เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่เตรียมรับมือและเฝ้าระวังเพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน รวมถึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และปลอดภัย

“...เรื่องของการเปิดปิดแหล่งท่องเที่ยวของอุทยาน เราจะมีประชาสัมพันธ์ตามสื่อ สื่อหลักของเราที่ใช้คือเพจ Facebook ซึ่งทางเพจ Facebook จะส่งไปประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น ประชาสัมพันธ์จังหวัด เพจ Facebook ของกรมอุทยาน หรือส่งไปยังเครือข่ายที่จะช่วยเราประชาสัมพันธ์...”

“...เจ้าหน้าที่อุทยานจะคอยให้ข้อมูลว่าถ้าเข้ามาแล้วต้องทำอะไร ดำเนินการอะไร อย่างไร จะมีเจ้าหน้าที่ตรงศูนย์บริการ เป็นเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์เลย ที่จะคอยแจ้ง รับเรื่องอะไรต่าง ๆ ตรงนั้น จะเป็นหลัก...”

“...เรื่องของภัยธรรมชาติ ฝนตกหนัก บางทีเล่นน้ำ แล้วน้ำป่ามา เราก็จะมีเจ้าหน้าที่ที่อยู่ตรงด่านหน้าแจ้งมาน้ำป่ามา เราก็ต้องประชาสัมพันธ์ที่แจ้งมา เราก็ต้องบอกนักท่องเที่ยวก่อนว่าน้ำป่ามานะ ถ้ามาอาจจะไม่ได้เล่นน้ำตก ก็ให้เค้าทราบก่อนซื้อบัตรเข้า ปัญหานี้ก็คือเรื่องของภัยธรรมชาติ คือน้ำป่ามาก็ลงเล่นน้ำไม่ได้...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...ในช่วงที่ผ่านมามีเรื่องน้ำป่า เราก็จะสื่อสารออกไปให้นักท่องเที่ยวและชาวบ้านรู้วิธีเอาตัวรอด ไม่ให้ตื่นตระหนก เราจะประชาสัมพันธ์ออกปว่านักท่องเที่ยวสามารถมาท่องเที่ยวได้หรือเปล่า...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

## 2.2 เนื้อหาสาระที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เนื้อหาสาระที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิธีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และถูกต้องตามกฎหมายระเบียบของอุทยาน รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2562 มาตรา 19 ภายในอุทยานแห่งชาติ ห้ามมิให้บุคคลใดกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

1. ยึดถือครอบครองที่ดิน ก่อสร้าง แผ้วถาง เผาป่า หรือกระทำด้วยประการใด ๆ ให้เสื่อมสภาพหรือเปลี่ยนแปลงสภาพพื้นที่ไปจากเดิม
2. เก็บหา นำออกไป กระทำด้วยประการใด ๆ ให้เป็นอันตราย หรือทำให้เสื่อมสภาพ ซึ่งไม้ ดิน หิน กรวด ทราย แร่ ปิโตรเลียม หรือทรัพยากรธรรมชาติอื่น หรือกระทำการอื่นใดอันส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
3. ล่อหรือนำสัตว์ป่าออกไปหรือกระทำให้เป็นอันตรายแก่สัตว์ป่าด้วยประการใด ๆ
4. เปลี่ยนแปลงทางน้ำหรือทำให้น้ำในลำน้ำ ลำห้วย หนอง บึง ทะเล ท่วมตื้น เหือดแห้ง เน่าเสีย หรือเป็นพิษ
5. ปิดกั้นหรือทำให้กีดขวางแก่ทางน้ำหรือทางบก
6. เข้าไปดำเนินกิจการใด ๆ เพื่อหาผลประโยชน์



7. นำเครื่องมือสำหรับล่าสัตว์หรือจับสัตว์ หรืออาวุธใด ๆ เข้าไป
8. ยิงปืน ทำให้เกิดระเบิด หรือจุดดอกไม้เพลิง
9. ทิ้งสิ่งที่เป็นเชื้อเพลิงซึ่งอาจทำให้เกิดเพลิงไหม้
10. กระทำให้หลักเขตหรือเครื่องหมายแสดงแนวเขต ซึ่งพนักงานเจ้าหน้าที่จัดให้มีตามพระราชบัญญัตินี้ เคลื่อนที่ ลบเลือน เสียหาย สูญหาย หรือไร้ประโยชน์

นอกจากนี้ยังมีการให้ความรู้เกี่ยวกับพืชพรรณและสัตว์ป่าในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว สภาพแวดล้อม ระบบนิเวศ ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะภูมิอากาศ และลักษณะอุตุนิยมวิทยาของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว เพื่อเป็นการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลทางประวัติศาสตร์ในสมัยรัชกาลที่ 5 และสมเด็จพระนางเจ้าสุชนันทินาทักษิณทศกัณฐิณี พระบรมราชเทวี เป็นต้น

“...นักท่องเที่ยวต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ เราต้องให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว แต่ก็มีนักท่องเที่ยวที่ทำผิดกฎอย่างเช่นเอาเหล้าเข้ามาทาน ซึ่งก็มีนะที่ถือเหล้ามา แต่เราก็ไม่ยอมให้เข้าเลย เพราะถ้านักท่องเที่ยวไม่ปฏิบัติตามกฎของเรา เราก็ไม่ยอม ในตรงนี้นะเราจะเข้มงวดมาก...”

“...การให้ความรู้เรื่องห้ามให้อาหารปลาพลวง ที่ห้ามให้อาหารปลาพลวงเพราะปลาธรรมชาติก็ต้องอยู่แบบธรรมชาติก็เลยไม่ให้ให้อาหาร ทุกวันนี้เวลาลงเล่นน้ำปลาก็จะน้อยกว่าเดิม ดังนั้นเราต้องให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

### 2.3 เนื้อหาสารที่เชิญชวนให้มาท่องเที่ยวและโน้มน้าวใจให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เนื้อหาสารที่เชิญชวนให้มาท่องเที่ยวและโน้มน้าวใจให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการสื่อสารเพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว และสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวเกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น โครงการทำความดีด้วยหัวใจ ลดใช้สิ่งแวดล้อม เป็นการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวเพื่อโน้มน้าวใจให้นักท่องเที่ยวไม่นำถุงพลาสติกเข้ามาในบริเวณอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว รวมถึงโครงการทำความดีด้วยหัวใจ ลดภัยสิ่งแวดล้อม และโครงการชยะคืนถิ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ยังโน้มน้าวใจนักท่องเที่ยวให้ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยมีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างดีเยี่ยม สามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และคงไว้ซึ่งสภาพทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดีที่สอดคล้องอย่างยั่งยืนยาว

“...การเข้ามาเที่ยวที่นี่เรามีโครงการไม่ให้ใช้ถุงพลาสติก ทำความดีด้วยหัวใจ ลดภัยสิ่งแวดล้อม ก็คือไม่ให้เอาถุงพลาสติกเข้ามาในอุทยาน เราจะมีด่านอยู่ด้านหน้า ซึ่งคนที่เข้ามาถ้ามีถุงหิ้วจะต้องมีการมัดจำเช่าตะกร้าใส่ของขึ้นมาโดยที่ไม่ให้เอาถุงพลาสติกเข้า...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...มีการกำหนดโซนให้บริการและโซนหวงห้ามที่ชัดเจน และโซนที่ให้บริการการท่องเที่ยวในแต่ละจุดก็กำหนดกฎระเบียบ ข้อห้ามต่าง ๆ ทั้งยังได้ดำเนินการจัดกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ โครงการทำดีด้วยหัวใจ ลดภัยสิ่งแวดล้อม และโครงการขยะคืนถิ่น...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

#### 2.4 เนื้อหาสาระที่ให้ความบันเทิงจากการจัดกิจกรรม

เนื้อหาสาระที่ให้ความบันเทิงจากการจัดกิจกรรม เป็นการสื่อสารเพื่อให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลิน และความสนุกสนานแก่นักท่องเที่ยว โดยผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่วได้จัดขึ้น เช่น กิจกรรมวันคล้ายวันทิวศตสมเด็จพระนางเจ้าสุวัทนาฯ พิธีบวงสรวงพระบรมราชเทวี กิจกรรมวันทรัพยากรป่าไม้ประจำปีของชาติ กิจกรรมประกวดภาพวาดภาพถ่าย กิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมค่ายเยาวชนโครงการลูกเสือพิทักษ์ป่า กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะสื่อสารเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งสอดแทรกความบันเทิง ความเพลิดเพลิน และความสนุกสนานให้นักท่องเที่ยว

“...มีกิจกรรมการประกวดภาพวาด ภาพถ่าย ภายใต้หัวข้อต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้น ก็จะมีรางวัลก็เป็นบ้านพัก พักบ้านพักในอุทยาน 1 คืน มีการจัดกิจกรรมวันทรัพยากรป่าไม้ประจำปีของชาติ มีการจัดนิทรรศการต่าง ๆ...”

“...มีการจัดทำค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้แก่โรงเรียนที่สนใจ โครงการลูกเสือพิทักษ์ป่า โครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ โครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช...”

“...มีทั้งแบบให้เราไปร่วมจัดกิจกรรม และมีทั้งแบบให้เราจัดเต็มที่เลย ทั้ง 3 วัน 2 คืนเลย เราก็จะจัดเป็นกิจกรรมอนุรักษ์ จัดกิจกรรมทั้งกลางวันกลางคืน มีทั้งกิจกรรมที่ให้ความรู้ ให้ความบันเทิง ให้ความสนุกสนาน...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

### 3. สื่อ

สื่อหรือช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวจังหวัดจันทบุรี สามารถสรุปจากผลการสัมภาษณ์ได้ว่าเป็นการใช้สื่อรวมทุกประเภท ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อใหม่ และสื่อเฉพาะกิจ โดยจะเน้นไปที่สื่อใหม่เป็นหลัก เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ความรู้ และเชิญชวนให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 สื่อมวลชน

จากการสัมภาษณ์ พบว่า สื่อมวลชนที่ใช้ในการกระจายข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวจังหวัดจันทบุรีไปสู่นักท่องเที่ยว คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ส่วนใหญ่จะเป็นการส่งเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ ที่ทางอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวได้จัดทำขึ้นส่งไปยังสื่อมวลชนหลัก เพื่อนำไปนำเสนอทางช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ของสื่อหลัก เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9, NBT, TPBS หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ สถานีวิทยุต่าง ๆ โดยมีการจัดรายการวิทยุชื่อรายการสายธารพลิว ออกอากาศทางคลื่นวิทยุ FM 102.5 ทุกวันเสาร์ เวลา 14.00-15.00 น. นอกจากนี้ยังมีสื่อมวลชนในท้องถิ่น คือ เคเบิลทีวีท้องถิ่น (CTV) รวมถึงกรมประชาสัมพันธ์ ที่เป็นช่องทางการกระจายข่าวสารต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวไปสู่นักท่องเที่ยว

“...ส่วนใหญ่เราจะส่งข่าวไปยังช่อง 3 5 7 9 NBT TPBS ไทยรัฐ เดลินิวส์ เรามีจัดรายการสายธารพลิว เป็นรายการวิทยุ คลื่น FM 102.5 แล้วก็มีการส่งข่าวไปที่กรมประชาสัมพันธ์ และ CTV ด้วย...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...เราจะมีสื่อที่เราไปเป็นประจำคือไปออกรายการทางวิทยุ FM 102.5 ที่เจ้าหน้าที่เราจะออกไปจัดรายการวิทยุเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์อีกช่องทางหนึ่ง เริ่มเวลา 14.00 น. 1 ชั่วโมง ทุกวัน เสาร์...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

### 3.2 สื่อบุคคล

สื่อบุคคลหลัก ๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ เจ้าหน้าที่อุทยาน ซึ่งเป็นทั้งผู้ให้ข้อมูลข่าวสารที่อยู่ประจำที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว เพื่อคอยให้ข้อมูลข่าวสาร ตอบข้อซักถาม และคอยช่วยเหลือนักท่องเที่ยว รวมถึงเจ้าหน้าที่อุทยานที่คอยรับโทรศัพท์และตอบข้อซักถามแบบออนไลน์ นอกจากเจ้าหน้าที่อุทยานแล้ว ยังมีสื่อบุคคลอื่น ๆ ที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวและกีฬา มีคฤหาสน์ พนักงานบริษัททัวร์ รวมถึงครู อาจารย์ เพื่อนบ้าน เพื่อร่วมงาน และบุคคลในครอบครัว ซึ่งถือเป็นสื่อบุคคลที่อยู่ใกล้ตัวนักท่องเที่ยวมากที่สุด

“...ตรงด่านทางเข้าจะมีเจ้าหน้าที่อุทยานคอยให้ข้อมูลว่าถ้านักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วต้องทำอะไร ดำเนินการอย่างไร จะมีเจ้าหน้าที่อุทยานอยู่ตรงศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และอยู่ตามจุดต่าง ๆ เจ้าหน้าที่อุทยานตรงศูนย์บริการจะอยู่โซนด้านหน้า เป็นเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ที่จะคอยแจ้งข่าวสารรับเรื่องอะไรต่าง ๆ ตรงนั้นจะเป็นหลัก...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...เจ้าหน้าที่อุทยานที่ให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวจะอยู่ประจำที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวเพื่อคอยให้ข้อมูลข่าวสาร ตอบข้อซักถาม และคอยช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และยังมีเจ้าหน้าที่อุทยานที่คอยรับโทรศัพท์และตอบข้อซักถามแบบออนไลน์ด้วย...”

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุฒวิทยาลัย (นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)



ภาพที่ 4.4 สื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว)

### 3.3 สื่อใหม่

สื่อใหม่เป็นสื่อที่กระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว จึงใช้เป็นที่หลักที่ใช้ในการสื่อสาร เช่น การสื่อสารข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว การเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว การแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของอุทยาน เช่น เวลาเปิด-ปิด วันทำการ วันหยุดทำการ กิจกรรมของอุทยาน ข้อมูลสำคัญที่ควรรู้ ข้อปฏิบัติ ข้อห้าม เป็นต้น โดยสื่อใหม่หลัก ๆ ที่ใช้ในการสื่อสารของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว คือ Facebook และ Website ซึ่งใช้สื่อ Facebook ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวเป็นสื่อหลัก คือ เพจอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว - Namtok Phlio National Park

นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอข่าวสารผ่านทางสื่อ Facebook และ Website ของกรมอุทยานแห่งชาติ คือ เพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และ เว็บไซต์กรมอุทยานแห่งชาติ [www.dnp.go.th](http://www.dnp.go.th) ซึ่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่นำเสนอในสื่อ Facebook ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวได้อนุญาตให้เพจ Facebook ต่าง ๆ สามารถนำไปนำเสนอในเพจต่าง ๆ ได้ เพื่อเป็นช่องทางในการกระจายข่าวสารที่หลากหลายและรวดเร็วมากขึ้น

“...ใช้เพจ Facebook ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวเป็นสื่อหลักในการสื่อสาร แล้วก็ใช้เพจของกรมอุทยานแห่งชาติด้วย เพราะมีผู้ติดตามเยอะ...”

“...ทางเพจต่าง ๆ จะมีการช่วยกันแชร์ไป หรือบางเพจก็อาจจะแชร์ไปเลย หรือบางเพจก็จะเอาไปปรับปรุงตามรูปแบบของเพจ ไปใช้คำหรือบทความของเพจเพื่อดึงดูดให้คนเข้าไปดู ส่วนใหญ่ก็อนุญาตให้เอาข้อมูลข่าวสารของเพจไปเผยแพร่ได้เลย เพราะเราต้องการประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว อยากให้คนทราบเยอะ ๆ อยู่แล้ว...”

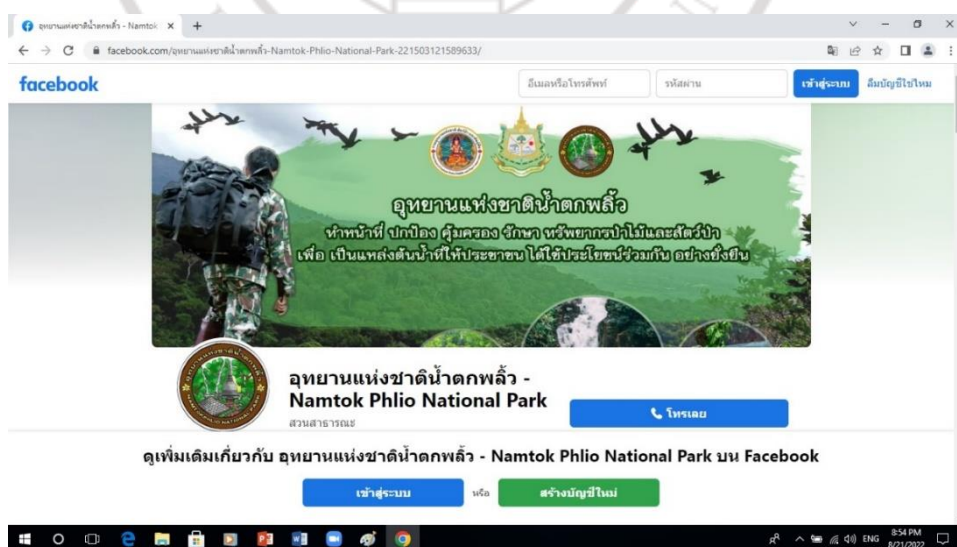
(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...ข้อมูลข่าวสารทางเพจ Facebook จะกระจายไปอย่างรวดเร็วมาก ถือเป็น การสื่อสารที่รวดเร็ว แล้วก็เมื่อเราประชาสัมพันธ์เรื่องของการท่องเที่ยว เช่น เรื่องการเปิดปิดอุทยาน การแจ้งเตือนต่าง ๆ เราก็จะลงเพจ Facebook ทำให้นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาเที่ยวชมก็จะทราบเบื้องต้น...”

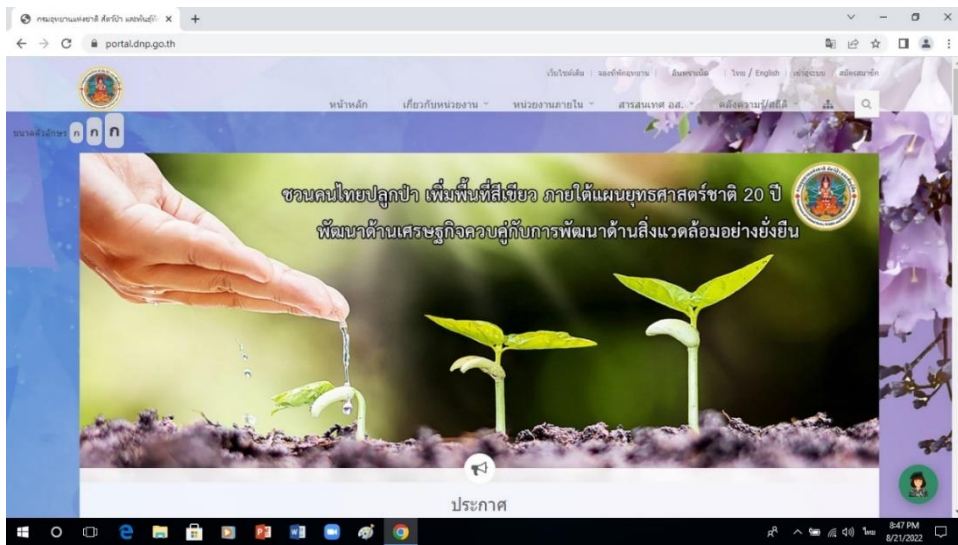
(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...สื่อหลัก ๆ คือ สื่อออนไลน์ เพจ Facebook เว็บไซต์ สามารถผลิตเองได้ ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว เหมาะกับยุคสมัยปัจจุบัน การนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางของ Facebook ทำให้คนเข้าถึงง่าย...”

(ธนศร ดอกเตื้อ, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2565)



ภาพที่ 4.5 สื่อ Facebook อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว



ภาพที่ 4.6 เว็บไซต์กรมอุทยานแห่งชาติ [www.dnp.go.th](http://www.dnp.go.th)

### 3.4 สื่อเฉพาะกิจ

จากการสัมภาษณ์พบว่าสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีว คือ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และการจัดกิจกรรม โดยสื่อเฉพาะกิจนี้เป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนสื่อหลักอื่น ๆ และสามารถช่วยในการกระจายข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปยังนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งข้อมูลข่าวสารในสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้จะประกอบไปด้วย ข้อมูลความรู้ ข้อความเชิญชวน กฎระเบียบ ข้อบังคับ ข้อปฏิบัติ ข้อควรรู้ ข้อแนะนำ คำชี้แจง และข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวได้อย่างเหมาะสมตามหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

“...โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ ส่วนใหญ่เราจะออกแบบและจัดทำ  
กันเอง เป็นป้ายเชิญชวน ให้ข้อมูล ให้ความรู้ รวมถึงป้ายเตือนต่าง ๆ...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)



ภาพที่ 4.7 โปสเตอร์





ภาพที่ 4.8 ป้ายข้อปฏิบัติของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.9 ป้ายให้ความรู้



ภาพที่ 4.10 แผ่นพับ

นอกจากนี้การจัดกิจกรรมของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวเป็นอีกสื่อเฉพาะกิจที่ได้รับความนิยมสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เช่น กิจกรรมวันคล้ายวันทิวศตสมเด็จพระนางเจ้าสุวัทนา กุมารรีรัตน์ พระบรมราชเทวี กิจกรรมวันทรัพยากรป่าไม้ประจำปีของชาติ กิจกรรมประกวดภาพวาด ภาพถ่าย กิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมค่ายเยาวชน โครงการลูกเสือพิทักษ์ป่า กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นต้น

“...กิจกรรมใหญ่ที่เราจัดเป็นประจำทุกปี คือวันที่ 31 พฤษภาคม เป็นงานรำลึกถึงสมเด็จพระนางเจ้าสุวัทนา วันคล้ายวันทิวศต มีกิจกรรมประกวดภาพวาด ภาพถ่าย ภายใต้หัวข้อต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้น ก็จะมีรางวัลก็จะเป็นบ้านพัก พักบ้านพักในอุทยาน 1 คืน มีการจัดกิจกรรมวันทรัพยากรป่าไม้ประจำปีของชาติ มีการจัดนิทรรศการต่าง ๆ...”

“...มีการจัดทำค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้แก่โรงเรียนที่สนใจ โครงการลูกเสือพิทักษ์ป่า โครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ โครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช...”

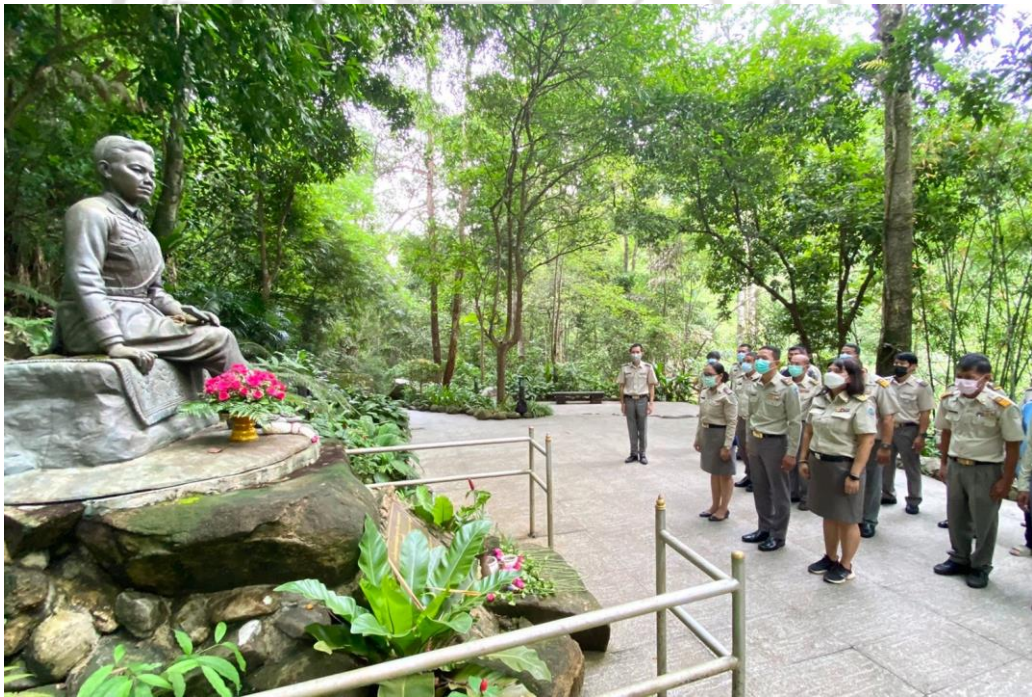
(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...เรา มีการจัดค่ายเยาวชน จัดค่ายโครงการลูกเสือพิทักษ์ป่า อาสาสมัครพิทักษ์อุทยาน เรามี ค่ายพักแรมอยู่ที่น้ำตกตรอกนอง และที่น้ำตกพลี๊วเราก็มี...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...การจัดกิจกรรมต่าง ๆ จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนได้ ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิด พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน...”

(ธนสร ดอกเดื่อ, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2565)



ภาพที่ 4.11 กิจกรรมวันคล้ายวันทิวศตสมเด็จพระนางเจ้าสุนันทากุมารีรัตน์ พระบรมราชเทวี



ภาพที่ 4.12 กิจกรรมค่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

#### 4. ผู้รับสาร

จากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มเป้าหมายหลักที่ต้องการสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้วและต้องการเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้วจังหวัดจันทบุรี คือ นักท่องเที่ยวทั่วไป ที่เดินทางมาจากทุกภาคของประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมถึงนักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ตราด ระยอง ชลบุรี และกรุงเทพมหานคร โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวที่มาแบบครอบครัว จึงเลือกนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวและสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้วจังหวัดจันทบุรี

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทย 90% ส่วนใหญ่คนภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคอีสาน จะมากันเยอะ และกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักท่องเที่ยวที่มาแบบครอบครัว เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวที่น้ำตกพลิ้ว...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...นักท่องเที่ยวหลัก ๆ คือนักท่องเที่ยวทั่วไป ทั้งคนต่างจังหวัดและคนในพื้นที่ คนในจังหวัด จันทบุรี ตราด ระยอง ชลบุรี กรุงเทพมหานคร และภาคอื่น ๆ...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ มองได้หลายมิติ ถ้าเราทำการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้เกิด การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลุ่มเป้าหมายก็จะเป็นนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว และมีการเชิญชวนให้ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว...”

(ธนสร ดอกเต๋อ, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2565)

กลุ่มเป้าหมายรองในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ นักเรียน นักศึกษา และ นักท่องเที่ยวที่มาในรูปแบบกลุ่มทัวร์ เนื่องจากเป็นอีกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวและต้องการ เรียนรู้นอกสถานที่ ทำให้สามารถสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว จังหวัดจันทบุรีได้

“...กลุ่มนักเรียน กลุ่มนักศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์ จะเป็นกลุ่มเป้าหมายรองของ เรา เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมาเรียนรู้นอกสถานที่ และมาท่องเที่ยวกันเป็นจำนวนมากเช่นกัน...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

## กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว จังหวัดจันทบุรี

จากการสัมภาษณ์พบว่ากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติ น้ำตกพลิ้ว จังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยกลยุทธ์ 4 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การชี้ให้เห็นถึงจุดเด่น กลยุทธ์ การสร้างความรู้สึกรักและห่วงแหน กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม และกลยุทธ์การใช้เครือข่ายการสื่อสาร ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1. กลยุทธ์การชี้ให้เห็นถึงจุดเด่น

กลยุทธ์การชี้ให้เห็นถึงจุดเด่น เป็นการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวว่าอุทยานแห่งชาติ น้ำตกพลิ้วมีจุดเด่นหรือข้อแตกต่างจากอุทยานอื่นอย่างไรบ้าง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะ มาท่องเที่ยวและเกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามมา ซึ่งจุดเด่นของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว คือ

อุทยานแห่งชาติที่น้ำตกไม่เคยแห้ง มีน้ำไหลตลอดทั้งปี น้ำตกใสสะอาด มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม ตั้งอยู่ใกล้ตัวเมือง การเดินทางสะดวกสบาย นอกจากนี้ยังมีเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่นักท่องเที่ยวสามารถมาศึกษาหาความรู้ได้ด้วย

“...ผมคิดว่าเนื่องจากอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวเป็นอุทยานที่มีสภาพน้ำตกที่สวยงาม มีน้ำไหลตลอดทั้งปี และที่สำคัญคืออยู่ใกล้เมือง สะดวกสบายในการเข้ามาเที่ยวชม ไม่ลำบาก มาได้ง่าย แล้วก็น้ำตกก็มีน้ำตลอดทั้งปี มีความเป็นธรรมชาติ น้ำที่ใสไม่เคยแห้ง น้ำสะอาด มาจากโพรงหิน ไสเย่น ฉ่า เคยเอาน้ำไปตรวจแล้วค่าน้ำดีมาก นอกจากนั้นเรามีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่จะให้ทุกคนได้มาศึกษาหาความรู้ด้วย...”

“...เรามีจุดกางเต็นท์ มีบริการบ้านพัก นอกจากนั้นเรามีแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่รอบนอกของอุทยานเราที่ได้นำเรียนไปเบื้องต้น คือเรามีน้ำตกอื่น ๆ ที่อยู่รอบนอก แล้วก็อยู่ใกล้ ไม่ไกลมาก การเดินทางก็สะดวกมาก ไม่เหมือนกับที่อื่นที่ต้องเดินทางไกลและลำบาก...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...น้ำตกพลิวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี บรรยากาศสดชื่น มีน้ำใส และมีน้ำไหลตลอดทั้งปี อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์สมัยรัชกาลที่ 5...”

(นัฐกร พรมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

## 2. กลยุทธ์การสร้างความรู้สึกรักและหวงแหน

กลยุทธ์การสร้างความรู้สึกรักและหวงแหน เป็นการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระตุ้นให้เกิดการช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ โดยการสร้างจิตสำนึกให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ให้เกิดความรักความหวงแหนธรรมชาติ ช่วยกันดูแลรักษา ปรับปรุง ซ่อมแซมส่วนต่าง ๆ ของทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่สมบูรณ์ เพื่อทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตลอดไป

“...เราสื่อสารโดยการสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างยั่งยืน...”

(นัฐกร พรมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...เราจะการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่อยู่ในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ที่สุด...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

### 3. กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม

กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม นำมาใช้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น กิจกรรมวันคล้ายวันทิวศตสมเด็จพระนางเจ้าสุภัทราภา บวรราชเทวี พระบรมราชเทวี กิจกรรมวันทรัพยากรป่าไม้ ประจำปีของชาติ กิจกรรมประกวดภาพถ่ายกิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมค่ายเยาวชนโครงการลูกเสือพิทักษ์ป่า กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นต้น โดยกิจกรรมเหล่านี้จะสอดแทรกข้อมูลข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักรู้และก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามมา

“...เราจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแก่นักท่องเที่ยว มีการจัดทำค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้แก่โรงเรียนที่สนใจ โครงการลูกเสือพิทักษ์ป่า โครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ โครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

### 4. กลยุทธ์การใช้เครือข่ายการสื่อสาร

กลยุทธ์การใช้เครือข่ายการสื่อสาร เป็นการใช้เครือข่ายการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์และกระจายข้อมูลข่าวสารของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว รวมถึงข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไปสู่นักท่องเที่ยว โดยได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กรมอุทยานแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9, NBT, TPBS หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ สถานีวิทยุต่าง ๆ เพจข่าวสารทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เป็นต้น ซึ่งเครือข่ายการสื่อสารเหล่านี้สามารถช่วยในการกระจายข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวไปยังนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายได้

“...เครือข่ายการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ เราต้องบูรณาการร่วมกับเครือข่ายด้านการสื่อสาร  
หลาย ๆ แห่ง...”

(ธนสร ดอกเตี๋ย, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2565)

“...มีการใช้เครือข่ายในการสื่อสาร ทั้งการประสานงานกับทางภาครัฐและภาคเอกชน และ  
เครือข่ายการสื่อสารอื่น ๆ...”

(นัฐกร พรหมทา, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

“...อย่างเรื่องล่าสุดเช่นเรื่องของการเปิดปิดแหล่งท่องเที่ยวของอุทยาน เราจะมีการ  
ประชาสัมพันธ์ตามสื่อ สื่อหลักของเราที่ใช้คือเพจ Facebook ซึ่งทางเพจ Facebook จะส่งไป  
ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น ประชาสัมพันธ์จังหวัด เพจ Facebook ของกรมอุทยาน หรือส่งไป  
ยังเครือข่ายที่จะช่วยเราประชาสัมพันธ์...”

(พสวัตน์ โชติวัตพงษ์ชัย, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2564)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



## ส่วนที่ 2 ศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี โดยวัดจากการรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี

การศึกษาในส่วนนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวจังหวัดจันทบุรี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิจัยที่เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ข้อมูลการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว และข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว ซึ่งจะแสดงผลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่

ตอนที่ 2 ผลการวิจัยที่เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 - 3 โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

### ตอนที่ 1 ผลการวิจัยที่เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	171	42.8
หญิง	229	57.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 – 20 ปี	59	14.8
21 – 29 ปี	168	42.0
30 – 39 ปี	108	27.0
40 – 49 ปี	46	11.5
50 ปีขึ้นไป	19	4.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 29 ปี มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง 30 – 39 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	101	25.2
ปริญญาตรี	271	67.8
ปริญญาโท	22	5.5
สูงกว่าปริญญาโท	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือ มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	70	17.5
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	85	21.2
พนักงานบริษัทเอกชน	115	28.8
เกษตรกร/ทำสวน	10	2.5
รับจ้าง	40	10.0
ค้าขาย/ประกอบกิจการส่วนตัว	68	17.0
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ แม่บ้าน/พ่อบ้าน

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	54	13.5
5,001 – 10,000 บาท	48	12.0
10,001 – 15,000 บาท	77	19.2
15,001 – 20,000 บาท	91	22.8
20,001 – 25,000 บาท	48	12.0
25,001 บาทขึ้นไป	82	20.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท และ 20,001 – 25,000 บาท

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	189	47.2
2 ครั้ง	118	29.5
3 ครั้ง	31	7.8
มากกว่า 3 ครั้ง	62	15.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวเป็นครั้งแรก รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวเป็นครั้งที่ 2 และกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว 3 ครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

ระยะเวลาในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3 ชั่วโมง	288	72.0
3 – 6 ชั่วโมง	88	22.0
7 – 9 ชั่วโมง	10	2.5
1 วันขึ้นไป	14	3.5
รวม	400	100.0

### ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวไม่เกิน 3 ชั่วโมง รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว 3 – 6 ชั่วโมง และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว 7 – 9 ชั่วโมง มีจำนวนน้อยที่สุด

**ตารางที่ 4.8** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

บุคคลที่ร่วมเดินทางมา ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ น้ำตกพลิว	จำนวน	ร้อยละ
มาคนเดียว	12	3.0
มากับเพื่อน	153	38.3
มากับคนรัก	43	10.7
มากับครอบครัว	192	48.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวกับครอบครัว รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวกับเพื่อน และกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวคนเดียว มีน้อยที่สุด

**ตารางที่ 4.9** แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามยานพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

ยานพาหนะที่ใช้เดินทางมา ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ น้ำตกพลิว	จำนวน	ร้อยละ
รถจักรยานยนต์	50	12.5
รถยนต์	334	83.5
รถโดยสารประจำทาง	3	0.7
รถเช่า	13	3.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างเดินทางโดยรถจักรยานยนต์ และกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง มีจำนวนน้อยที่สุด

## 2. ข้อมูลการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อมวลชน

สื่อมวลชน	ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้สื่อ
โทรทัศน์	3.02	1.11	ปานกลาง
วิทยุ	2.67	1.16	ปานกลาง
หนังสือพิมพ์	2.53	1.09	ต่ำ
นิตยสาร	2.58	1.12	ต่ำ

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจากโทรทัศน์มากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจากวิทยุ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างรับรู้สื่อจากหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อบุคคล

สื่อบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้สื่อ
บุคคลในครอบครัว	3.47	0.98	สูง
เพื่อน/เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน	3.58	0.93	สูง
ครู/อาจารย์	2.74	1.09	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่อุทยาน/เจ้าหน้าที่ ททท.	2.88	1.08	ปานกลาง
พนักงานบริษัททัวร์/มัคคุเทศก์	2.39	1.16	ต่ำ

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจากเพื่อน/เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน มากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจากบุคคลในครอบครัว ซึ่งอยู่ในระดับสูง และกลุ่มตัวอย่างรับรู้สื่อจากพนักงานบริษัททัวร์/มัคคุเทศก์ น้อยที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ

**ตารางที่ 4.12** แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อใหม่

สื่อใหม่	ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้สื่อ
Website	3.69	1.08	สูง
Facebook	4.22	0.97	สูงมาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อใหม่ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจาก Facebook มากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับสูงมาก รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจาก Website ซึ่งอยู่ในระดับสูง

**ตารางที่ 4.13** แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้สื่อ
โปสเตอร์	2.92	1.10	ปานกลาง
ป้ายโฆษณา	2.99	0.97	ปานกลาง
แผ่นพับ	2.85	0.99	ปานกลาง
การจัดกิจกรรม	2.66	1.05	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.13 พบว่า การรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจากป้ายโฆษณามากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจากโปสเตอร์ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างรับรู้สื่อจากการจัดกิจกรรมน้อยที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

**ตารางที่ 4.14** แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อประเภทต่าง ๆ

การรับรู้สื่อ	ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้สื่อ
สื่อมวลชน	2.80	0.99	ปานกลาง
สื่อบุคคล	2.93	0.89	ปานกลาง
สื่อใหม่	3.96	0.95	สูง
สื่อเฉพาะกิจ	2.79	1.00	ปานกลาง
<b>การรับรู้สื่อโดยรวม</b>	<b>2.84</b>	<b>0.94</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.14 แสดงระดับการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อทั้ง 4 ประเภท พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่ออยู่ในระดับสูง เพียงประเภทเดียวคือ สื่อใหม่ ส่วนสื่ออีก 3 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่ออยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้สื่ออยู่ในระดับปานกลาง



### 3. ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว	ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้ข่าวสาร
1. ข้อมูลพื้นฐานของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว	4.03	0.75	สูง
2. ข้อมูลจุดเด่นของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว	4.17	0.68	สูง
3. ข้อมูลประวัติศาสตร์ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว	4.03	0.80	สูง
4. ข้อมูลจุดชมวิวของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว	4.21	0.70	สูงมาก
5. ข้อมูลเส้นทางศึกษาธรรมชาติของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว	4.05	0.77	สูง
6. ข้อมูลการจัดกิจกรรมเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว	3.98	0.83	สูง
7. ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว	4.19	0.72	สูง
8. ข้อมูลการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว	4.12	0.71	สูง
9. ข้อมูลกฎข้อบังคับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว	4.04	0.71	สูง
10. ข้อมูลพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2562 มาตรา 19	3.88	0.79	สูง
<b>การรับรู้ข่าวสารโดยรวม</b>	<b>3.96</b>	<b>0.67</b>	<b>สูง</b>

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติ น้ำตกพลี๊วของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 รายการ มีรายการที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ในระดับสูงมาก เพียง รายการเดียว คือ ข้อมูลจุดชมวิวของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว ส่วนรายการอื่น ๆ อีก 9 รายการ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้อยู่ในระดับสูง ทุกรายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย 3 รายการ คือ ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว ข้อมูลจุดเด่นของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว และข้อมูลการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊ว ตามลำดับ ในภาพรวม การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี๊วของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับสูง



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

#### 4. ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว	ค่าเฉลี่ย	ค่าความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ พฤติกรรม
1. ท่านปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับของ อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว	4.65	0.60	สูงมาก
2. ท่านช่วยรักษาสภาพเดิมของสถานที่ทาง ประวัติศาสตร์อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว	4.65	0.59	สูงมาก
3. ท่านไม่นำอาหารมาเลี้ยงสัตว์ในอุทยาน แห่งชาติน้ำตกพลั่ว เนื่องจากอาจทำลาย ระบบนิเวศทางธรรมชาติ	4.64	0.62	สูงมาก
4. ท่านไม่ทำลายทรัพยากรทางธรรมชาติ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว	4.66	0.58	สูงมาก
5. ท่านไม่นำทรัพยากรทางธรรมชาติของ อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่วกลับบ้าน	4.65	0.59	สูงมาก
6. ท่านไม่นำถุงพลาสติกหรือกล่องโฟมเข้า มาในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว	4.64	0.59	สูงมาก
7. ท่านทิ้งขยะในภาชนะที่จัดเตรียมไว้ตาม จุดต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว	4.67	0.62	สูงมาก
8. ท่านช่วยดูแลไม่ให้ผู้อื่นทำความเสียหาย แก่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว	4.32	0.82	สูงมาก
9. ท่านเสนอแนะและแจ้งเจ้าหน้าที่อุทยาน เมื่อพบว่ามี ความเสียหายหรือมีการกระทำ ที่ไม่เหมาะสมในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว	4.00	0.96	สูง
10. ท่านช่วยแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติให้แก่ผู้อื่นขณะ ท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว	3.89	1.05	สูง
<b>พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม</b>	<b>4.27</b>	<b>0.67</b>	<b>สูงมาก</b>

จากตารางที่ 4.16 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่วของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีทั้งหมด 10 รายการ มี 8 รายการ คือ รายการที่ 1 – 8 ที่มีระดับพฤติกรรมสูงมากหรือเหมาะสมมากที่สุด ส่วนอีก 2 รายการ คือ รายการที่ 9 และ 10 มีระดับพฤติกรรมอยู่ในระดับสูงหรือเหมาะสมมาก โดยภาพรวม พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่วของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับสูงมากหรือเหมาะสมมากที่สุด



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตอนที่ 2 ผลการวิจัยที่เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

1. สมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สื่อประเภทต่าง ๆ กับการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสาร	P	ระดับความสัมพันธ์
การรับรู้สื่อมวลชน	0.270***	0.000	ต่ำ
การรับรู้สื่อบุคคล	0.282***	0.000	ต่ำ
การรับรู้สื่อใหม่	0.303***	0.000	ต่ำ
การรับรู้สื่อเฉพาะกิจ	0.297***	0.000	ต่ำ

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 4.17 พบว่า การรับรู้สื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจากสื่อประเภทต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว ดังนี้

การรับรู้สื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจากสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้สื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจากสื่อมวลชนมาก จะรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

การรับรู้สื่อการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีของนักทอญเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก หมายความว่า นักทอญเที่ยวที่รับรู้สื่อการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจากสื่อบุคคลมาก จะรับรู้ข่าวสารการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

การรับรู้สื่อการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจากสื่อใหม่ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีของนักทอญเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก หมายความว่า นักทอญเที่ยวที่รับรู้สื่อการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจากสื่อใหม่มาก จะรับรู้ข่าวสารการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

การรับรู้สื่อการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจากสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีของนักทอญเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก หมายความว่า นักทอญเที่ยวที่รับรู้สื่อการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจากสื่อเฉพาะกิจมาก จะรับรู้ข่าวสารการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

**ตารางที่ 4.18** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สื่อจากสื่อรวมทุกประเภทกับการรับรู้ข่าวสารการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีของนักทอญเที่ยว

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสาร	P	ระดับความสัมพันธ์
การรับรู้สื่อรวม	0.331***	0.000	ต่ำ

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

### ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

จากตารางที่ 4.18 พบว่า การรับรู้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารการทอญเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีของนักทอญเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก หมายความว่า นักทอญเที่ยวที่รับรู้สื่อการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจมาก จะรับรู้ข่าวสารการทอญเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

2. สมมุติฐานข้อที่ 2 การรับรู้สื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน  
อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สื่อประเภทต่าง ๆ กับพฤติกรรมการ  
ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการ ท่องเที่ยว	P	ระดับความสัมพันธ์
การรับรู้สื่อมวลชน	0.094	0.060	ไม่มีความสัมพันธ์
การรับรู้สื่อบุคคล	0.153**	0.002	ต่ำมาก
การรับรู้สื่อใหม่	0.101*	0.043	ต่ำมาก
การรับรู้สื่อเฉพาะกิจ	0.126*	0.011	ต่ำมาก

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.19 พบว่า การรับรู้สื่อการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีจากสื่อประเภทต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว ดังนี้

การรับรู้สื่อการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีจากสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การรับรู้สื่อการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีจากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปได้ในเชิงบวก หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้สื่อการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีจากสื่อบุคคลมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำมาก

การรับรู้สื่อการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจากสื่อใหม่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้สื่อการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจากสื่อใหม่มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำมาก

การรับรู้สื่อการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจากสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้สื่อการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจากสื่อเฉพาะกิจมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำมาก

**ตารางที่ 4.20** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สื่อจากสื่อรวมทุกประเภทกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรี	P	ระดับความสัมพันธ์
การรับรู้สื่อรวม	0.126*	0.012	ต่ำมาก

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า การรับรู้สื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้สื่อการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจากสื่อใหม่มาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวยุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำมาก



3. สมมุติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการ ท่องเที่ยว	P	ระดับความสัมพันธ์
การรับรู้ข่าวสาร	0.306***	0.000	ต่ำ

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 4.21 พบว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ