



กระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผลของการสื่อสาร เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี

The Process, Strategies and Effectiveness of Communication in Sustainable Tourism at
Namtok Phlio National Park, Chanthaburi Province

ธนพิสิฐ จรัสแสงจิระโชติ. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

พรพิมล สงกระสันต์. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

Thanaphizis Charatsengchirachot. Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University.

Pornpimol Songkasant. Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University.

Email: 01tnpz@gmail.com, pornpimolsongkasant@gmail.com

Received: 8 December 2022 ; Revised 9 December 2022 ; Accepted 19 December 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษากระบวนการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี (2) ศึกษาการรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศึกษากระบวนการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และศึกษาจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่ 2 ศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี โดยวัดจากการรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยในส่วนของการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี พบว่า กระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย (1) ผู้ส่งสาร ได้แก่ บุคลากรของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว ทั้งหัวหน้าอุทยานและเจ้าหน้าที่อุทยานทุกคน รวมถึงหน่วยงานเครือข่ายต่างๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน (2) สาร ได้แก่ เนื้อหาสารที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว เนื้อหาสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื้อหาสารที่เชิญชวนให้มาท่องเที่ยวและโน้มน้าวใจให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเนื้อหาสารที่ให้ความบันเทิงจากการจัดกิจกรรม (3) สื่อ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อใหม่ และสื่อเฉพาะกิจ โดยเน้นไปที่สื่อใหม่เป็นหลัก (4) ผู้รับสาร ได้แก่ กลุ่มหลักคือนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวที่มาแบบครอบครัว กลุ่มรองคือนักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยวที่มาในรูปแบบกลุ่มทัวร์ และกลยุทธ์การสื่อสาร ได้แก่ กลยุทธ์การชี้ให้เห็นถึงจุดเด่น กลยุทธ์การสร้างความรู้สึกรักและหวงแหน กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม และกลยุทธ์การใช้เครือข่ายการสื่อสาร

ผลการวิจัยในส่วนของประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรี พบว่า (1) นักท่องเที่ยวมีการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับปานกลาง (2) นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับสูง (3) นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับสูงมาก (4) การรับรู้สื่อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (5) การรับรู้สื่อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (6) การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

คำสำคัญ: กระบวนการสื่อสาร, กลยุทธ์การสื่อสาร, ประสิทธิผลของการสื่อสาร, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีว

Abstract

This research aims to (1) study communication processes and communication strategies for sustainable tourism of Namtok Phlio National Park, Chanthaburi Province, (2) study media, news perception, awareness and sustainable tourism behavior of Namtok Phlio National Park, Chanthaburi Province, and (3) study the relationship between media, news perception, awareness and sustainable tourism behavior of Namtok Phlio National Park, Chanthaburi Province. The research methodology was divided into two parts: the first part of research study communication processes and communication strategies for sustainable tourism of Namtok Phlio National Park, Chanthaburi Province. This is qualitative research by collecting information from interviews and studying from various related documents. The second part study the effectiveness of communication for sustainable tourism of Namtok Phlio National Park, Chanthaburi Province, measured by media, news perception, awareness, and sustainable tourism behavior of Namtok Phlio National Park, Chanthaburi Province. This is quantitative research with the questionnaire method to collect data from 400 tourists.

The results on communication processes and communication strategies for sustainable tourism of Namtok Phlio National Park, Chanthaburi Province found that communication process included (1) The messengers were the staffs of Namtok Phlio National Park. Both the superintendent and all the park staff including various network agencies of Namtok Phlio National Park content, both public and private sectors (2) Messages include content providing information about Namtok Phlio National Park and content to educate about sustainable tourism content that invites visitors to travel and persuade sustainable tourism, and entertainment content from activities (3) Media included mass media, personal media, new media, and specialized media, mainly focusing on new media (4) Recipients included the main group of general tourists and family tourists. The secondary group is students and tourists who come in the form of tour groups. Communication strategies included strategies to highlight the strengths, the strategies for creating feelings of love and cherish, the strategies for using media activities, and the strategies for using communication networks.

The following results on the effectiveness of communication for sustainable tourism of Namtok Phlio National Park, Chanthaburi Province as follows: (1) Tourists have moderate level of media awareness about sustainable tourism. (2) Tourists are highly aware of the news about sustainable tourism. (3) Tourists have highly sustainable tourism behavior. (4) Media perception was positively correlated with news perception. It was statistically significant at the 0.001 level. (5) Media perception was positively correlated with sustainable tourism behavior. It was statistically significant at the 0.05 level. (6) News perception was positively correlated with sustainable tourism behavior. It was statistically significant at the 0.001 level. Keywords: Communication process, Communication strategy, Effectiveness of communication, Sustainable tourism, Namtok Phlio National Park

บทนำ

อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว เป็นสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งในจังหวัดจันทบุรี ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ ซึ่งอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา และเทือกเขาสูงสลับซับซ้อน มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางอยู่ในช่วง 20-924 เมตร ค่อยๆ ลาดลงไปทางทิศใต้ มีที่ราบแคบๆ ทั่วไปบริเวณไหล่เขา พื้นที่ที่มีความลาดชันสูง จุดสูงสุดของพื้นที่มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 924 เมตร ลักษณะทางธรณีวิทยาส่วนที่เป็นหิน ส่วนใหญ่เป็นหินอัคนีประเภทหินแกรนิต ในบริเวณตอนกลางของพื้นที่มีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นเทือกเขาสูงชันสลับซับซ้อน ซึ่งประกอบไปด้วย ปาแดงดิบที่สมบูรณ์ทำให้บริเวณนี้กลายเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่มีลำห้วยเล็กๆ หลายสาขา ที่มีน้ำไหลตลอดทั้งปี เช่น คลองนารายณ์ คลองพลิว คลองตรอกนอง คลองมะกอก คลองซึ้ง คลองขลุง กระจายอยู่รอบพื้นที่ ตอนกลางของพื้นที่เป็นสันเขาสูงชัน ในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ น้ำตกพลิว น้ำตกมะกอก น้ำตกคลองนารายณ์ น้ำตกตรอกนอง อ่างเก็บน้ำห้วยตาโอบ และอ่างเก็บน้ำกังซี่ไร่ (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2563)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ ความต้องการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องพร้อมกับหาแนวทางการอยู่ร่วมกันของการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น และดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้อุดมสมบูรณ์ ซึ่งหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมี 10 ประการ ตามหลักการของชาร์เลย์ อีเบอร์ คือ 1. อนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากรอย่างพอดี 2. ลดการบริโภคและลดการใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นกับการลดของเสีย 3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม 4. ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว 5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น 6. การมีส่วนร่วมโดยการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น 7. มีการประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน 8. การพัฒนาบุคลากร 9. การจัดเตรียมข้อมูลคู่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว และ 10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Shirley Eber, 1992)

เนื่องจากอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว ประกอบด้วยป่าที่สมบูรณ์ เทือกเขาสูงสลับซับซ้อน เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารหลายสาย และมีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติ คือ น้ำตกพลิวมีความสวยงาม มีน้ำตกตลอดทั้งปี เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทำให้จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติเพื่อพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี ทั้งนักท่องเที่ยวจากภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศ ซึ่งอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงการสื่อสารที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างมากต่อการท่องเที่ยว โดยใช้กระบวนการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ชักจูงใจ เพื่อสามารถสื่อสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี” โดยศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี และศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ การรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว ว่าเป็นอย่างไร รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาพัฒนากระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสารให้ดียิ่งขึ้น และทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวว่าเป็นอย่างไร อีกทั้งยังสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้หน่วยงานหรืออุทยานแห่งชาติอื่นๆ ได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาการรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว

สมมุติฐานในการวิจัย

1. การรับรู้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว
2. การรับรู้สื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว
3. การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร การสื่อสาร คือ การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร (Schramm, 1974) ในการสื่อสารแต่ละครั้ง ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร โดยรายละเอียดของวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร มีดังนี้ 1) เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) และเพื่อทราบ (Understand) 2) เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Educate) และ เพื่อศึกษา (Learn) 3) เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please or Entertain) และ เพื่อหาความพอใจ (Enjoy) และ 4) เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade) และ เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide)
2. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร การสื่อสารมีลักษณะของการเคลื่อนไหวที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และต่อเนื่อง องค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบของการสื่อสารมีความเกี่ยวข้อง และมีผลกระทบซึ่งกันและกันมี 4 องค์ประกอบ คือ 1) ผู้ส่งสาร (Sender) 2) สาร (Message) 3) สื่อ (Channel) และ 4) ผู้รับสาร (Receiver) (ปรมะ สตะเวทิน, 2540)

3. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร การใช้สื่อเป็นยุทธวิธีหรือกลยุทธ์ของผู้ส่งสารที่จะสามารถใช้สื่อได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสารมากนักน้อยเพียงใด ซึ่งรูปแบบวิธีการใช้สื่อให้มีประสิทธิภาพนั้น มีลักษณะดังนี้ 1) การใช้สื่อเดียว เป็นการใช้สื่อใดสื่อหนึ่งในการส่งถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร 2) การใช้สื่อแบบผสม เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยการใช้สื่อหลายประเภท หรือหลายสื่อ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเพื่อให้การสื่อสารนั้นมีความสามารถเข้าถึงผู้รับได้อย่างกว้างขวาง สามารถสร้างความน่าสนใจ และการเข้าใจ การรับรู้ข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการใช้สื่อผสมผู้ส่งสารอาจใช้สื่อตั้งแต่สองชนิดขึ้นไปในการสื่อสาร (กิตติมา สุรสนธิ, 2545)

4. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ การรับรู้เป็นกระบวนการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็นในสิ่งแวดล้อมส่วนความหมาย (Meaning) คือสิ่งที่เกิดจากกระบวนการตีความหมายหรือการรับรู้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเราจะตีความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับการที่เรารับรู้ หรือตีความหมาย (Interpret) สิ่งนั้นอย่างไร ในการรับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราได้พบนั้น เรากระทำโดยอาศัยประสบการณ์ของเรา ประสบการณ์ของเราเมื่อทบทวนต่อการรับรู้และความหมายของเราต่อสิ่งที่เราพบ (ประมะ สตะเวทิน, 2540)

5. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรมโดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542)

6. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's overt behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's covert behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ (ชวลันช อุทยาน, 2560)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว จังหวัดจันทบุรี” ได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษากระบวนการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว จังหวัดจันทบุรี ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informant) จำนวน 3 ท่าน และการศึกษาจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสาร โดยวัดจาก การรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษากระบวนการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี

1. กระบวนการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี

1.1 ผู้ส่งสาร (Sender) ผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี คือ บุคลากรของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี ทั้งหัวหน้าอุทยานและเจ้าหน้าที่อุทยานทุกคน รวมถึงหน่วยงานเครือข่ายต่างๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งผู้ส่งสารเหล่านี้มีหน้าที่ในการสร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว ให้ความรู้ เชิญชวน และกระจายข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2 สาร (Message) เนื้อหาสารที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี มี 4 ประเด็น คือ เนื้อหาสารที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี เนื้อหาสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื้อหาสารที่เชิญชวนให้มาท่องเที่ยวและโน้มน้าวใจให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเนื้อหาสารที่ความบันเทิงจากการจัดกิจกรรม

1.3 สื่อ (Channel) สื่อหรือช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรี สามารถสรุปจากผลการสัมภาษณ์ได้ว่าเป็นการใช้สื่อรวมทุกประเภท ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อใหม่ และสื่อเฉพาะกิจ โดยจะเน้นไปที่สื่อใหม่เป็นหลัก เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารให้ความรู้ และเชิญชวนให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สื่อมวลชนที่ใช้ในการกระจายข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีไปสู่นักท่องเที่ยว คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ส่วนใหญ่จะเป็นการส่งเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ที่ทางอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีได้จัดทำขึ้น ส่งไปยังสื่อมวลชนหลัก เพื่อนำไปนำเสนอทางช่องทางการสื่อสารต่างๆ ของสื่อหลัก เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9, NBT, TPBS หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ สถานีวิทยุต่างๆ โดยมีการจัดรายการวิทยุชื่อรายการสายธารพลี ออกอากาศทางคลื่นวิทยุ FM 102.5 ทุกวันเสาร์ เวลา 14.00-15.00 น. นอกจากนี้ยังมีสื่อมวลชนในท้องถิ่น คือ เคเบิลทีวีท้องถิ่น (CTV) รวมถึงกรมประชาสัมพันธ์ที่เป็นช่องทางการกระจายข่าวสารต่างๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีไปสู่นักท่องเที่ยว

สื่อบุคคลหลักๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ เจ้าหน้าที่อุทยาน ซึ่งเป็นทั้งผู้ให้ข้อมูลข่าวสารที่อยู่ประจำที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีเพื่อคอยให้ข้อมูลข่าวสาร ตอบข้อซักถาม และคอยช่วยเหลือนักท่องเที่ยว รวมถึงเจ้าหน้าที่อุทยานที่คอยรับโทรศัพท์และตอบข้อซักถามแบบออนไลน์ นอกจากเจ้าหน้าที่อุทยานแล้ว ยังมีสื่อบุคคลอื่นๆ ที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวและกีฬา มัคคุเทศก์ พนักงานบริษัททัวร์ รวมถึงครู อาจารย์ เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน และบุคคลในครอบครัว ซึ่งถือเป็นสื่อบุคคลที่อยู่ใกล้ตัวนักท่องเที่ยวมากที่สุด

สื่อใหม่เป็นสื่อที่กระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว จึงใช้เป็นสื่อหลักที่ใช้ในการสื่อสาร เช่น การสื่อสารข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี การเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี การแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของอุทยาน เช่น เวลาเปิด-ปิด วันทำการ วันหยุดทำการ กิจกรรมของอุทยาน ข้อมูลสำคัญที่ควรรู้ ข้อปฏิบัติ ข้อห้าม เป็นต้น โดยสื่อใหม่หลักๆ ที่ใช้ในการสื่อสารของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี คือ Facebook และ Website ซึ่งใช้ชื่อ Facebook ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีเป็นสื่อหลัก คือ เพจอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี - Namtok Phlio National Park

นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอข่าวสารผ่านทางสื่อ Facebook และ Website ของกรมอุทยานแห่งชาติ คือ เพจกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และ เว็บไซต์กรมอุทยานแห่งชาติ (www.dnp.go.th) ซึ่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่นำเสนอในสื่อ Facebook ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีได้อนุญาตให้เพจ Facebook ต่างๆ สามารถนำไปนำเสนอในเพจต่างๆ ได้ เพื่อเป็นช่องทางในการกระจายข่าวสารที่หลากหลายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

สื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี คือ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และการจัดกิจกรรม โดยสื่อเฉพาะกิจนี้เป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนสื่อหลักอื่นๆ และสามารถช่วยในการกระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปยังนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งข้อมูลข่าวสารในสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้จะประกอบไปด้วย ข้อมูลความรู้ ข้อความเชิญชวน กฎระเบียบ ข้อบังคับ ข้อปฏิบัติ ข้อควรรู้ ข้อเสนอแนะ คำชี้แจง และข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีได้อย่างเหมาะสมตามหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้การจัดกิจกรรมของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีเป็นอีกสื่อเฉพาะกิจที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เช่น กิจกรรมวันคล้ายวันทรงยศสมเด็จพระนางเจ้าสุทนต์มทามารัตน์ พระบรมราชเทวี กิจกรรมวันทรัพยากรป่าไม้ประจำปีของชาติ กิจกรรมประกวดภาพวาดภาพถ่าย กิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมค่ายเยาวชนโครงการลูกเสือพิทักษ์ป่า กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นต้น

1.4 ผู้รับสาร (Receiver) กลุ่มเป้าหมายหลักที่ต้องการสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีและต้องการเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรี คือ นักท่องเที่ยวทั่วไป ที่เดินทางมาจากทุกภาคของประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมถึงนักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ตราด ระยอง ชลบุรี และกรุงเทพมหานคร โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวที่มาแบบครอบครัว จึงเลือกนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวและสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรี

กลุ่มเป้าหมายรองในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยวที่มาในรูปแบบกลุ่มทัวร์ เนื่องจากเป็นอีกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวและต้องการเรียนรู้ นอกสถานที่ ทำให้สามารถสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีได้

2. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี

2.1 กลยุทธ์การชี้ให้เห็นถึงจุดเด่น เป็นการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวว่าอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีมีจุดเด่นหรือข้อแตกต่างจากอุทยานอื่นอย่างไรบ้าง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะมาท่องเที่ยว และเกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามมา ซึ่งจุดเด่นของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี คือ อุทยานแห่งชาติที่น้ำตกไม่เคยแห้ง มีน้ำไหลตลอดทั้งปี น้ำตกใสสะอาด มีความเป็นธรรมชาติ มีความสวยงาม ตั้งอยู่ใกล้ตัวเมือง การเดินทางสะดวกสบาย นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่นักท่องเที่ยวสามารถมาศึกษาหาความรู้ได้ด้วย

2.2 กลยุทธ์การสร้างความรู้สึกรักและหวงแหน เป็นการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระตุ้นให้เกิดการช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ โดยการสร้างจิตสำนึกให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ให้เกิดความรักความหวงแหนธรรมชาติ ช่วยกันดูแลรักษา ปรับปรุง ซ่อมแซมส่วนต่างๆ ของทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่สมบูรณ์ เพื่อทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตลอดไป

2.3 กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม นำมาใช้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น กิจกรรมวันคล้ายวันทิวศตมเด็จพระนางเจ้าสุชนาทุภทุฏฐีร์ พระบรมราชเทวี กิจกรรมวันทรัพยากรป่าไม้ประจำปีของชาติ กิจกรรมประกวดภาพวาดภาพถ่าย กิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมค่ายเยาวชนโครงการลูกเสือพิทักษ์ป่า กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นต้น โดยกิจกรรมเหล่านี้จะสอดแทรกข้อมูลข่าวสารและความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนักและก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามมา

2.4 กลยุทธ์การใช้เครือข่ายการสื่อสาร เป็นการใช้เครือข่ายการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์และกระจายข้อมูลข่าวสารของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว รวมถึงข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไปสู่นักท่องเที่ยว โดยได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายการสื่อสารต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กรมอุทยานแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9, NBT, TPBS หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ สถานีวิทยุต่างๆ เพจข่าวสารทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เป็นต้น ซึ่งเครือข่ายการสื่อสารเหล่านี้สามารถช่วยในการกระจายข่าวสารและข้อมูลต่างๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวไปยังนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายได้

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาประสิทธิผลของการสื่อสาร โดยวัดจาก การรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว

1. ผลการวิจัยที่เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

1.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ในช่วง 21 – 29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวเป็นครั้งแรก ใช้เวลาในการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวไม่เกิน 3 ชั่วโมง เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวกับครอบครัว และเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวโดยรถยนต์

1.2 ข้อมูลการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว การรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจากโทรทัศน์มากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจากวิทยุ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างรับรู้สื่อจากหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ การรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจากเพื่อน/เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงานมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจากบุคคลในครอบครัว ซึ่งอยู่ในระดับสูง และกลุ่มตัวอย่างรับรู้สื่อจากพนักงานบริษัท/มัคคทุเทศก์ น้อยที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ การรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อใหม่ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจาก Facebook มากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับสูงมาก รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจาก Website ซึ่งอยู่ในระดับสูง การรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจากป้ายโฆษณา มากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่อจากโปสเตอร์ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างรับรู้สื่อจากการจัดกิจกรรมน้อยที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง การรับรู้สื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จากสื่อทั้ง 4 ประเภท พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่ออยู่ในระดับสูง เพียงประเภทเดียวคือ สื่อใหม่ ส่วนสื่ออีก 3 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สื่ออยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้สื่ออยู่ในระดับปานกลาง

1.3 ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลจุดชมวิของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี และข้อมูลจุดเด่นของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2562 มาตรา 19 น้อยที่สุด

1.4 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับสูงมากหรือเหมาะสมมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งชายและหญิงที่จัดเตรียมไว้ตามจุดต่างๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างไม่ทำลายทรัพยากรทางธรรมชาติของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี กลุ่มตัวอย่างช่วยรักษาสภาพเดิมของสถานที่ทางประวัติศาสตร์อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี และกลุ่มตัวอย่างไม่นำทรัพยากรทางธรรมชาติของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีกลับบ้าน ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างช่วยแนะนำความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้แก่ผู้อื่นขณะท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีน้อยที่สุด

2. ผลการวิจัยที่เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (การทดสอบสมมติฐาน)

2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้สื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีมาก จะรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้สื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้สื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำมาก

2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษากระบวนการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี

1. กระบวนการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี ผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี คือ บุคลากรของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี ทั้งหัวหน้าอุทยานและเจ้าหน้าที่อุทยานทุกคน รวมถึงหน่วยงานเครือข่ายต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน สอดคล้องกับแนวคิดของปรมะ สตะเวทิน (2540) ที่ว่าผู้ส่งสารหมายถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสารความคิดความรู้สึก ความต้องการข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงอาจเป็นคน ๆ เดียว หรือหลายคน

เนื้อหาสาระที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี มี 4 ประเด็น คือ เนื้อหาสาระที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี เนื้อหาสาระที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื้อหาสาระที่เชิญชวนให้มาท่องเที่ยวและโน้มน้าวใจให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเนื้อหาสาระที่ให้ความบันเทิงจากการจัดกิจกรรม สอดคล้องกับแนวคิดของชเรมม (Schramm, 1974) ที่ว่าในการสื่อสารแต่ละครั้ง ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร โดยรายละเอียดของวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร มีดังนี้ 1) เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) และเพื่อทราบ (Understand) 2) เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Educate) และ เพื่อศึกษา (Learn) 3) เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please or Entertain) และเพื่อหาความพอใจ (Enjoy) และ 4) เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade) และเพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide)

สื่อหรือช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรี สามารถสรุปจากผลการสัมภาษณ์ได้ว่าเป็นการใช้สื่อรวมทุกประเภท ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อใหม่ และสื่อเฉพาะกิจ โดยจะเน้นไปที่สื่อใหม่เป็นหลัก สอดคล้องกับแนวคิดของกิตติมา สุรสนธิ (2545) ที่ว่าการใช้สื่อแบบผสม (Mix media หรือ Media forum) เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยการใช้สื่อหลายประเภท หรือหลายสื่อเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งและเพื่อให้การสื่อสารนั้นมีความสามารถเข้าถึงผู้รับได้อย่างกว้างขวาง สามารถสร้างความน่าสนใจและการเข้าใจการรับรู้ข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการใช้สื่อผสม ผู้ส่งอาจใช้สื่อตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไปในการสื่อสาร

ผู้รับสารในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรี คือ กลุ่มเป้าหมายหลักที่ต้องการสื่อสารเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีและต้องการเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีจังหวัดจันทบุรี คือ นักท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางมาจากทุกภาคของประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวที่มาแบบครอบครัว กลุ่มเป้าหมายรองในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยวที่มาในรูปแบบกลุ่มทัวร์ สอดคล้องกับแนวคิดของปรมะ สตะเวทิน (2540) ที่ว่าผู้รับสารหมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ดังนั้นผู้รับสารจึงอาจเป็นคน ๆ เดียว หรือคนหลายคน

2. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลี จังหวัดจันทบุรี

กลยุทธ์การชี้ให้เห็นถึงจุดเด่น เป็นการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวว่าอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีมีจุดเด่นหรือข้อแตกต่างจากอุทยานอื่นอย่างไรบ้าง สอดคล้องกับงานวิจัยของวิฑูรย์ มุลศรี (2554) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยว คือ ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์การสร้างความรู้สึกรักและหวงแหน เป็นการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระตุ้นให้เกิดการช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ โดยการสร้างจิตสำนึกให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ให้ความรักความหวงแหนธรรมชาติ สอดคล้องกับแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่าหมายถึงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่น้อยลง

กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม นำมาใช้เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของเกดินี จุฑาวิจิตร (2540) ที่ว่าสื่อกิจกรรม ได้แก่ การจัดแสดงนิทรรศการ การจัดประกวด การจัดขบวนแห่ การจัดรถเคลื่อนที่ (Mobile unit) การจัดสนทนากลุ่ม การจัดรายการพิเศษทางวิทยุ หรือโทรทัศน์ เป็นต้น ลักษณะที่สำคัญของการใช้สื่อกิจกรรมเป็นสื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา ได้แก่ การเลือกกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ โดยเน้นให้กลุ่มเป้าหมายและผู้สนใจที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับทั้งสาระตามวัตถุประสงค์และความบันเทิงไปพร้อมกัน

กลยุทธ์การใช้เครือข่ายการสื่อสาร เป็นการใช้เครือข่ายการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์และกระจายข้อมูลข่าวสารของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว รวมถึงข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไปสู่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของแชร์เลย์ อีเบอร์ (Shirley Eber, 1992) ได้อธิบายถึงหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวว่าควรประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating tourism into planning) ต้องมีการประสานแผนการพัฒนาในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาล หรือ อบต.) แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรม ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาการทำงานในสถานที่ท่องเที่ยวเดียวกันมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยวัดจาก การรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว

สมมุติฐานข้อที่ 1 การรับรู้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้สื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวมาก จะรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ว่าข่าวสารที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวนำเสนอทางสื่อต่าง ๆ เป็นข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่รับรู้สื่อของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวมาก ก็จะได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวมากตามไปด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของแนวคิดของปรมะ สตะเวทิน (2540) ที่ว่าการรับรู้เป็นกระบวนการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็นในสิ่งแวดล้อม ส่วนความหมาย (Meaning) คือสิ่งที่เกิดจากกระบวนการตีความหมายหรือการรับรู้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเราจะตีความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับกรณีที่เรารับรู้หรือตีความหมาย (Interpret) สิ่งนั้นอย่างไร ในการรับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราได้พบนั้น เราทำโดยอาศัยประสบการณ์ของเรา ประสบการณ์ของเรามีอิทธิพลต่อการรับรู้และความหมายของเราต่อสิ่งที่เราพบ

สมมุติฐานข้อที่ 2 การรับรู้สื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้สื่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวมาก จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ว่าสื่อต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว นอกจากจะนำเสนอข้อมูลข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแล้ว ยังมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นการโน้มน้าวชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอีกด้วย จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่รับรู้สื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิวมาก ก็จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากตามไปด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของชวลิน สุขอุทยาน (2560) ที่ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's overt behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's covert behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและ

อารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ 1. เป้าหมาย 2. ความพร้อม 3. สถานการณ์ 4. การแปลความหมาย 5. การตอบสนอง 6. ผลลัพธ์ที่ตามมา และ 7. ปฏิริยาต่อความผิดหวัง

สมมุติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยว หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีมากตามไปด้วย ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวที่รับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามไปด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของแนนซี ซี. สวาทซ์ (Nancy Z. Schwartz, 1972) ที่ว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคน ว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะและการปฏิบัติในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้ 1. ทักษะเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้น ความรู้มีความสัมพันธ์กับทักษะ และส่งผลต่อการปฏิบัติ 2. ความรู้และทักษะมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา 3. ความรู้และทักษะต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทักษะไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน 4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้สื่ออยู่ในระดับสูงเพียงประเภทเดียวคือสื่อใหม่ ได้แก่ Facebook และ Website เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วและอุปกรณ์การสื่อสารมีราคาที่ถูกลง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสื่อใหม่ได้ง่าย ดังนั้นจึงควรเพิ่มช่องทางการนำเสนอข่าวสารในสื่อใหม่ประเภทอื่น ๆ เช่น YouTube, TikTok, IG เป็นต้น เพื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวรวมถึงประชาชนสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2 การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับปานกลาง ทำให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีไม่สามารถสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงควรเพิ่มการสื่อสารผ่านสื่อดังกล่าวข้างต้นเพื่อทำการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม

1.3 การวิจัยครั้งนี้พบว่า อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรีมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น กิจกรรมวันคล้ายวันทิวศตมเด็จพระนางเจ้าสุทนต์ทากุมารวีรัตน์ พระบรมราชเทวี กิจกรรมวันทรัพยากรป่าไม้ประจำปีของชาติ กิจกรรมประกวดภาพวาดภาพถ่าย กิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมค่ายเยาวชนโครงการลูกเสือพิทักษ์ป่า กิจกรรมโครงการอาสาสมัครพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น ดังนั้นจึงควรส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมเพิ่มเติมด้านการปรับปรุงหรือซ่อมแซมสถานที่ท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรี เพื่อทำให้เกิดความรัก ความหวงแหน การมีส่วนร่วม สร้างจิตสำนึก และสร้างความผูกพันที่กระหว่างนักท่องเที่ยวกับอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลีวจังหวัดจันทบุรี ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้จำกัดการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติ น้ำตกพลิ้วในจังหวัดจันทบุรีเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรขยายพื้นที่ในการศึกษาไปยังอุทยานแห่งชาติจังหวัดอื่น ๆ เช่น อุทยานแห่งชาติขุนน่าน จังหวัดน่าน อุทยานแห่งชาติลำคลองงู จังหวัดกาญจนบุรี อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น โดยศึกษากระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอุทยานแห่งชาติในจังหวัดอื่นๆ เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบเพื่อพัฒนาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 การวิจัยครั้งนี้ในส่วนของกรวิจัยเชิงปริมาณได้ศึกษา ประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว จังหวัดจันทบุรี โดยวัดจากการรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยว เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น ความรู้ ทัศนคติ การมีส่วนร่วม เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวในเชิงลึกมากขึ้น

2.3 การวิจัยครั้งนี้ในส่วนของกรวิจัยเชิงปริมาณได้ศึกษา ประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว จังหวัดจันทบุรี โดยวัดจากการรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษา การรับรู้สื่อ การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว จังหวัดจันทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย เพื่อพัฒนาการสื่อสารกรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้เหมาะสมและสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย

บรรณานุกรม

- กิตติมา สุรสนธิ. (2545). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกตุณี จุฑาวิจิตร. (2540). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น*. นครปฐม: ภาควิชาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏนครปฐม.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2560). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://touristbehaviour.wordpress.com>.
- บุญเลิศ จิตตังวัฒนา. (2542). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประมะ สตะเวทิน. (2540). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิฑูณ มูลศรี. (2554). *ความคิดเห็นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักอุทยานแห่งชาติ. (2563). *น้ำตกพลิ้ว*. สืบค้นจาก <http://park.dnp.go.th>.
- Nancy Z. Schwartz. (1972). *Educational Measurement and Evaluation*. New York: McGraw – Hill Book Co.
- Schramm. (1974). *Nature of Communication between Humans*. The Process and Effects of Mass Communication. Urbana III: University of Illinois Press.
- Shirley Eber. (1992). *Beyond the Green Harizon : Principe for sustainable tourism*. Surrey: World Wide Fund for Nature (WWF).