

การวิจัยการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดราชบุรี เป็นการศึกษาภาวะของโครงสร้างหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดราชบุรี ดำเนินการศึกษา โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการท่องเที่ยวในฐานะนักท่องเที่ยว และหัวหน้าสำนักงานส่วนราชการในจังหวัดราชบุรี และทำการวิเคราะห์โดยวิธี SWOT Matrix ด้วยการพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด เพื่อหาแนวทางประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดราชบุรี

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวมีความเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งและโอกาสที่สามารถนำไปประชาสัมพันธ์ คือ การที่จังหวัดราชบุรีมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานและน่าสนใจ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ วัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างกันตามวิถีการดำรงชีวิตของแต่ละชาติพันธุ์ ทรัพยากรของโรงพยาบาลดำเนินสะดวกที่สามารถพัฒนาเป็นสปา และบ่อน้ำพุร้อน นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยจัด โปรแกรมแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมตามกลุ่มอายุ หรือตามความสนใจของนักท่องเที่ยว และสามารถจัดงานเทศกาลและงานเฉลิมฉลองของจังหวัดให้มีความต่อเนื่องกัน สำหรับจุดอ่อนหรือข้อจำกัดที่จะต้องปรับปรุงแก้ไข คือ การขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี สถานที่ท่องเที่ยวค่อนข้างอยู่ห่างไกลกัน มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวตลาดน้ำ สถานที่พักผ่อนไม่เพียงพอ การขาดการประสานงานระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชนในด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว รวมถึงการขาดเงินทุนสนับสนุนด้านงบประมาณจากรัฐบาลส่วนกลางที่จะนำมาพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

สำหรับความเห็นของหัวหน้าสำนักงานส่วนราชการในจังหวัดราชบุรีพบว่า จังหวัดราชบุรีมีจุดแข็ง คือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติหลายแห่งอยู่โดยธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย มีการส่งเสริมผลผลิตทางการเกษตรที่ปลอดภัย สีนค้า OTOP สร้างรายได้ให้กับประชาชนท้องถิ่น จุดอ่อน คือการขาดการจัดสรรงบประมาณในด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และขาดการให้ความรู้และการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ที่พักของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติมีไม่เพียงพอ ขาดการสนับสนุนการลงทุนในเขตพื้นที่ใกล้เคียง และมีปัญหาที่ดินของเอกชนที่ครอบครองเป็นอุปสรรคไม่สามารถทำการพัฒนาแหล่งทรัพยากรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ ขาดการสำรวจและขาดการเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดราชบุรี สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ เช่น ป้ายบอกทางและจุดพักระหว่างเดินทาง โอกาส คือ สามารถพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้หลากหลาย และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจได้เพิ่มขึ้น อุปสรรค คือบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติไม่สามารถ

ที่จะพัฒนาในเชิงนิเวศเนื่องจากที่ดินเป็นของเอกชน ภาครัฐบาลไม่มีการสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอนทำให้ไม่สามารถพัฒนาศักยภาพที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ เส้นทางคมนาคมไม่มีการเชื่อมโยงระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวอยู่กระจัดกระจายออกไป การวางแผนยุทธศาสตร์หวังผลและนโยบายการประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง ควรสร้างจุดเด่นแต่ละแห่งของการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์เมตริกประเมินตำแหน่งและการกระทำเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดราชบุรีพบว่า จังหวัดราชบุรีควรเลือกกลยุทธ์การพัฒนาตลาดโดยควรใช้กลยุทธ์ทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ ทำการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงาม สะอาดสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เพิ่มการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดโดยผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้นรวมถึงการร่วมเป็นพันธมิตรกับจังหวัดใกล้เคียง

เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดราชบุรี จึงควรกำหนดให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบที่ชัดเจนในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี และประสานงานร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี และควรกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ระยะสั้นระยะกลาง และระยะยาว เพื่อการทำงานที่ต่อเนื่อง จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์และแผ่นพับแสดงที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดให้นักท่องเที่ยวทราบถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากยิ่งขึ้น ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่น และควรจัดเทศกาลงานประจำจังหวัดให้สอดคล้องและต่อเนื่องกัน เพิ่มช่องทางและรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี โดยร่วมกับสถานีวิทยุโทรทัศน์และสื่อสารมวลชนด้านต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในฤดูท่องเที่ยวได้เพียงพอ และพัฒนาระบบการตลาดท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ให้มีการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทั้งภายในจังหวัดราชบุรีและจังหวัดเพื่อนบ้าน

The study on Public Relations for Tourism in Ratchaburi Province focused on the condition of the eco-tourism structure or eco-tourist attractions in Ratchaburi Province. The data were collected by in-depth interviewing tour operators as tourists and heads of government agencies in the province. SWOT Matrix was used for data analysis to find out Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats.

The tour operators' opinions about the Strengths and Opportunities for use in public relations are the following. The province has a long and interesting history, varied ethnic customs and cultures, several natural tourist attractions, such as hot springs and health tour arranged by Damnermsaduak Hospital. Therefore, it can develop a diversity of tourist attractions to serve tourists of different ages and interests and to hold cultural festivals of ethnic groups. However, the Weaknesses and Threats that need to be overcome are poor public relations, long distance from one tourist attraction to another, environmental problems resulting from the floating market, inadequate accommodation, poor coordination between the public and the private sectors, poor tourism promotion policy and strategy, and inadequate budget for tourism development in Ratchaburi Province

With regard to the view of the heads of government agencies in Ratchaburi Province, the Strengths are that the province has several unspoiled natural tourist attractions, that it promotes the production of toxic-free agriculture, and that OTOP products can help generate reasonable income for local people. In contrast, the Weaknesses are inadequate budget for public relations about tourism, lack of informing people of the knowledge about historic tourist attractions, inadequacy of accommodation in natural tourist attractions, lack of investment support in nearby areas, problem of private land ownership which hinders the development of tourist resources, few surveys and collection of data about the number of tourists visiting Ratchaburi Province, and inadequacy of conveniences in tourist attractions, such as road signs and rest areas. However, the heads of government agencies believe that there are Opportunities for development of a variety of tourist attractions, especially historic ones. Regarding Threats, they state that some natural tourist areas cannot be developed for eco-tourism because they are privately owned. Besides, the government has not conducted a survey to find out the accurate number of tourists that visit

Ratchaburi Province, so there is no adequate accommodation for them. Next, there is no road that directly links among scattered tourist attractions. Moreover, there is no effective strategic planning and continuous public relations policy. Lastly, uniqueness of each tourist attraction should be built.

Based on the evaluation matrix and public relations strategy for eco-tourism in Ratchaburi Province, it was recommended that proactive and responsive strategies should be used for marketing development. This can be done by improving tourist attractions, making them beautiful, clean and unique. More public relations should be carried out through mass media.

To promote eco-tourism in Ratchaburi Province, a responsible government agency should be established, which coordinates between the public and the private sectors. The private sector should be given an opportunity to participate in setting tourism policy for the province. Both short-term and long-term public relations plans should be set for continuous work. Also, public relations boards and brochures showing locations of tourist attractions in the province should be made so that tourists will have enough information about them. Local customs and cultures should be promoted and publicized. Provincial festivals should be held regularly. This can serve as an advertising channel for tourism collaboration should be sought from radio stations, television and other mass media. Conveniences should be improved to adequately accommodate tourists in the high season. The marketing system for tourism in Ratchaburi Province should be improved and there should be a network among tourist attractions in the province and its neighbors.