

239797

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้ของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ ระดับการรับรู้ของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ

ผู้รับบริการมีการรับรู้ในประเด็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของบริการสวนสัตว์เชียงใหม่ ในด้านต่างๆ ทั้ง 7 ด้านในระดับมาก สำหรับการรับรู้จากสื่อที่ทางสวนสัตว์พบว่า ผู้รับบริการมีการรับรู้ได้จากทาง เว็บไซต์ สื่อโทรทัศน์ สื่อบอกเล่า รดแห่โฆษณา สำหรับการรับรู้ต่อสื่อที่จัดทำใน 4 ด้านประกอบด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต

239797

The objectives of this study were to investigate: 1) perception of public relation media type for Chiangmai zoo tourism and 2) guidelines for the improvement and development of public relations media. Four hundred sets of questionnaire were used for data collection and analyzed by using the statistical package.

Results of the study revealed that most of the respondents were male, 21 – 30 years old, single, and bachelor's degree graduates. Most of them had a domicile in the North of Thailand. The respondents had a high level of perception towards issues concerning about Chiangmai zoo tourism through website, television, words-of – mouth and Mobile advertisement Besides, the respondents had a high level of perception through media: printed media, radio, television and internet.