

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) (ออนไลน์) จึงมีการสนับสนุนการนำภูมิปัญญาไทยและวัฒนธรรมท้องถิ่น มาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการที่มีโอกาสทางการตลาดสูง เช่น อาหารสุขภาพ หัตถกรรม บริการสุขภาพ **บริการการท่องเที่ยว** เป็นต้น โดยรักษาคุณค่าเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างเข้มแข็งเมื่อนำภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นไปต่อยอดขยายผลในเชิงพาณิชย์

ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี พ.ศ.2550 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์) พบว่า การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี มีจำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งสิ้น 1,050,674 คน คิดเป็นอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 20.98 แบ่งเป็นผู้เยี่ยมชมชาวไทยจำนวน 617,765 คน คิดเป็นอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.59 และเป็นชาวต่างชาติจำนวน 432, 909 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.56 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดังนี้

1. นิยมเดินทางแบบเข้าไป-เย็นกลับ เนื่องจากความได้เปรียบของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ติดกับกรุงเทพมหานคร ทำให้สะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อน
2. ในการเดินทางแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวจะมีระยะเวลาพำนักร้อยละ 1.59 วัน ชาวต่างชาติมีสัดส่วนของการเข้าพักสูงกว่าชาวไทย แต่ชาวไทยจะพักนานวันกว่าคิดเป็น 1.83 วัน สำหรับที่พักจะนิยมพักโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ มีสัดส่วนร้อยละ 85.78 รองลงมาพักบ้านญาติ /เพื่อน ร้อยละ 14.22
3. สถานการณ์พักแรม พบว่ามีจำนวนสถานพักแรมทั้งสิ้น 6 แห่ง จำนวนห้องพักทั้งสิ้น 861 ห้อง เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.70 อัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 76.17 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.52 และมีระยะเวลาพำนักร้อยละ 1.47 วัน โดยมีเพียงประเภทของสถานพักแรมในระดับราคาที่ต่ำกว่า 500 บาท เป็นส่วนใหญ่
4. การเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมีสัดส่วนถึงร้อยละ 73.44 รองลงมาเป็นรถโดยสารประจำทางร้อยละ 26.56

เมื่อพิจารณาจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นจังหวัดที่อุดมสมบูรณ์ มีศิลปวัฒนธรรม และเอกลักษณ์อื่น ๆ เป็นของตัวเอง จังหวัดปทุมธานีได้กำหนดวิสัยทัศน์เพื่อใช้เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดพ.ศ. 2553 – 2556 (วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดปทุมธานี พ.ศ. 2553 – 2556: 2554, ออนไลน์) ว่า “**ปทุมธานีเป็นเมืองการค้า การลงทุนในอุตสาหกรรมสะอาดของภูมิภาคเอเชียอาคเนย์**” โดยกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเข้มแข็งให้แก่ภาคการเกษตร การผลิต การค้า และบริการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสังคมปทุมธานีให้เป็นสังคมคุณภาพ

โดยมีคำขวัญประจำจังหวัดปทุมธานีว่า

“ถิ่นบัวหลวง เมืองรวงข้าว

เชื้อชาวมอญ นครธรรมะ

พระตำหนักกรวมใจ สดใสเจ้าพระยา

ก้าวหน้าอุตสาหกรรม”

จากสถิติที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 6 (แผนพัฒนาจังหวัดปทุมธานี พ.ศ. 2553 -2556, ออนไลน์) พบว่า ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2550 จังหวัดปทุมธานีมีรายได้จากการท่องเที่ยว 800.4 ล้านบาท จึงเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเช่นเดียวกับจังหวัดอื่นๆของไทย โดยที่จังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดในภาคกลางของประเทศไทย มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านตัวเมือง อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางเหนือตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) เป็นระยะทางประมาณ 27.8 กิโลเมตร(ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปทุมธานี, ม.ป.ป. : 3) มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดอื่นคือ

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดสระบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดนครนายก และจังหวัดฉะเชิงเทรา
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดนนทบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดกรุงเทพมหานคร และจังหวัดนนทบุรี

การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีสามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง ไม่ว่าจะโดยรถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทาง หรือการเดินทางโดยเรือ

การที่จังหวัดปทุมธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร จึงสะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีข้อดีในอีกหลาย ๆ ด้าน อาทิ มีจุดเด่นในเรื่องอาหารการกิน ธรรมชาติและ

ชุมชนริมน้ำ มีความหลากหลายทั้งทางด้านประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน มีวิถีชีวิต วัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายมอญที่น่าสนใจ มีแหล่งท่องเที่ยวในด้านเทศกาลและงานประเพณี เช่น ประเพณีเปิงสรงกรานต์ มอญรำ ทะแยมอญ เป็นต้น อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นการท่องเที่ยวแบบ เรียนรู้ เช่น พิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติ สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พิพิธภัณฑ์ วิทยาศาสตร์แห่งชาติ สังกัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระ เกียรติและหออัครศิลปิน สังกัดกระทรวงวัฒนธรรม และศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษารังสิต สังกัด กระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น มีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา นันทนาการ หรือ ศูนย์การค้าอาทิ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ครังสิตซึ่งเป็นศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดปทุมธานี และสวนสนุกดิรีมเวิลด์ที่มีเครื่องเล่นมากมายหลายชนิดสำหรับผู้ที่ต้องการความตื่นเต้น มีสนามกอล์ฟจำนวนมากที่ได้มาตรฐาน และอยู่ใกล้กรุงเทพฯ นอกจากนี้จังหวัดปทุมธานีซึ่งมีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน และ 2 ฝั่งแม่น้ำ เจ้าพระยาเป็นวัดต่างๆ มากมาย เช่น วัดหงส์ปทุมมาวาส วัดศาลเจ้า วัดไผ่ล้อม ฯลฯ จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา สำหรับภาพลักษณ์ซึ่งเป็นที่รู้จักของจังหวัด ปทุมธานีนอกจากดอกบัวแล้ว คือ “ตุ่มสามโคก” ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นว่าจังหวัดปทุมธานีมีความโดดเด่นในด้านต่างๆไม่รองใคร และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้มาท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยบุคลากรที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ต่างก็นำการประชาสัมพันธ์มาใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและการส่งเสริม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สำหรับจังหวัดปทุมธานี หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบในการดำเนินการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปทุมธานี องค์การบริหารส่วนจังหวัด เป็นต้น ในส่วนของ ภาคเอกชน ได้แก่ สื่อมวลชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ อาทิ บริษัทจัดนำเที่ยวจังหวัดปทุมธานี สมาคม การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี เป็นต้น หน่วยงานเหล่านี้ต่างก็นำการประชาสัมพันธ์มาใช้เพื่อทำหน้าที่ เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจต่อประชาชน กลุ่มเป้าหมาย ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายประเภท

สื่อประชาสัมพันธ์ จึงเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยมีบทบาทอันสำคัญที่สามารถช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และโน้มน้าวใจ นักท่องเที่ยวให้สนใจในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเสนอ ว่ามีทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทใด อยู่ที่ไหนบ้าง และมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอะไรบ้าง รวมทั้งข้อมูลอื่นๆ อาทิ การประชาสัมพันธ์ในเรื่องการเข้าถึง

แหล่งท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง และการประชาสัมพันธ์ในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม บริการนำเที่ยวต่าง ๆ ล้วนเป็นการประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์เหล่านี้นักท่องเที่ยวนำไปใช้ประโยชน์และเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเพียงใด ก็จะบ่งบอกถึงประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนั่นเอง อีกทั้งยังเป็นการสร้างศรัทธา สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาในเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี” ทั้งในเรื่องของ การประชาสัมพันธ์ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว การได้รับข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รวมถึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากผู้ปฏิบัติงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ทั้งด้านการจัดการ ด้านนโยบายและการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยในการบริหารจัดการที่ดี ที่จะส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศได้มากขึ้น และสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับเป้าประสงค์ของจังหวัดปทุมธานี อันจะส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับท้องถิ่นจังหวัดปทุมธานี อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่สู่ความยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจและเก็บข้อมูลในเรื่องประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว และองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาการได้รับข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
4. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รวมทั้งการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย ประเภททรัพยากรการท่องเที่ยว และองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว
2. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การได้รับข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ขอบเขตด้านพื้นที่

เป็นการศึกษาข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย 7 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอธัญบุรี อำเภอหนองเสือ อำเภอลำลูกกา อำเภอลาดหลุมแก้ว และอำเภอลำลูกกา

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรเป้าหมาย คือ

1. นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดปทุมธานี ในปี พ.ศ. 2554
2. บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ที่ปฏิบัติงานในปี พ.ศ. 2554

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีใจเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นักท่องเที่ยว (Tourist) ในที่นี้หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปเยือนในสถานที่ต่าง ๆ ของจังหวัดปทุมธานี ทั้งพักค้างคืนและไม่พักค้างคืน

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข้อมูลประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร (นักท่องเที่ยว)

ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ ซึ่งอาจเป็น แหล่งท่องเที่ยว สินค้า มรดกวัฒนธรรม ศิลปะพื้นบ้าน และกิจกรรมของชุมชน ที่ก่อให้เกิดการเดินทาง หรือ

การท่องเที่ยว ที่สามารถดึงดูด “ ลูกค้า ” หรือนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาซื้อ หรือ สนใจที่จะค้นหาประสบการณ์ด้านต่าง ๆ ถึงที่ตั้งของสินค้า หรือสิ่งดึงดูดใจนั้น ๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี รวมถึงแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและเผยแพร่ความรู้เหล่านี้สู่สังคมผ่านวารสารและการประชุม
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำผลการวิจัยไปประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายและวางแผนดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี
3. ผลการวิจัยที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วม(นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานีทั้งภาครัฐและภาคเอกชน) จะเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
4. ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดอื่น ๆ ได้ต่อไป