

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการสำรวจพื้นที่วิจัยและตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 4 ผลสรุปจากการระดมความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

#### ตอนที่ 1 ผลการสำรวจพื้นที่วิจัยและตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว(Resource audit)

ในการกำหนดประเภทแหล่งท่องเที่ยว ได้ศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากนิตยสารการท่องเที่ยว ข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จากนั้นผู้วิจัยนำมาจำแนกประเภทแหล่งท่องเที่ยวโดยยึดถือตามการจัดประเภทการท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ม.ป.ป., ออนไลน์) ได้จัดประเภทการท่องเที่ยวตามความสำคัญ และ สภาพแวดล้อม (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมบทที่ 2 หน้า 19) โดยกำหนดประเภทแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ได้เป็น 7 ประเภทดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง การจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น จะต้องมีการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว หรือ กิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุดว่ากิจกรรมนั้นๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันปรากฏอยู่หลายแห่ง ตัวอย่างเช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุทยานธรรมชาติและเทคโนโลยีและ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มี

อายุเก่าแก่ หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน วัด ศาสนสถาน อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน พิพิธภัณฑสถานทางด้านประวัติศาสตร์ฯ และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ อาจเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สันฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์ หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย เช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และสนามกีฬา

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ขนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agricultural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่จัดสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการเกษตรเป็นหลัก เช่น สวนเงาะ ไร่ทุเรียน สวนดอกไม้ สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ เป็นต้น แต่ในพื้นที่ดังกล่าวได้มีการจัดการบริการด้านต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเยี่ยมชมได้ อาทิ การจัดเส้นทางท่องเที่ยวโดยมีวิทยากรนำชม การจัดสถานที่สาธิต การบรรจุผลิตภัณฑ์ หรือการเลี้ยงสัตว์ในฟาร์ม มีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรและของที่ระลึกที่มาจากงานด้านการเกษตรที่ทำอยู่ เป็นต้น เป็นการเกษตรที่ดำเนินการในประเทศ หรืออาจมีการติดต่อ หรือร่วมมือกับต่างประเทศได้ในบางส่วน การดำเนินการเพื่อการเกษตรและการท่องเที่ยวจะต้องไม่มีส่วนขัดแย้งกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จากนั้นผู้วิจัยทำการสำรวจและตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการสังเกตเป็น

เครื่องมือในการประเมินการทำวิจัย ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดปทุมธานี โดยพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ได้ดังต่อไปนี้

- |                                    |               |
|------------------------------------|---------------|
| 1. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ  | จำนวน 11 แห่ง |
| 2. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ | จำนวน 25 แห่ง |
| 3. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ      | จำนวน 3 แห่ง  |
| 4. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ   | จำนวน 6 แห่ง  |
| 5. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม      | จำนวน 5 แห่ง  |

นำเสนอได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

อันดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	หมายเหตุ
1	ศาลากลางฯ (หลังเก่า) อำเภอเมือง	ประวัติศาสตร์	เรือนไทยโบราณทรงปั้นหยา ตกแต่งฉลุวดลายสวยงาม สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 6 ขึ้นทะเบียนโบราณสถานแห่งชาติโดยกรมศิลปากร มีหอวัฒนธรรมนิทัศน์จังหวัดปทุมธานีหรือศูนย์ประวัติศาสตร์จังหวัดปทุมธานีจัดแสดงข้อมูล ประวัติความเป็นมาของจังหวัดปทุมธานี ศิลปวัฒนธรรมไทยพื้นบ้าน	ปัจจุบันเป็นที่ตั้งสำนักงานวัฒนธรรม และศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี
2	ศาลหลักเมือง อำเภอเมือง	ประวัติศาสตร์	ประดิษฐานเสาหลักเมือง มีรูปหล่อพระนารายณ์สี่กรทรงเหนื่อหลังนกฮูกและพระวิษณุหล่อด้วยสัมฤทธิ์	
3	วัดหงษ์ปทุมवास ตำบลบางปรอก	ประวัติศาสตร์	เจดีย์ทรงรามัญจำลองแบบมาจากเจดีย์ชเวดากองในเมืองหงสาวดี หน้าวัดเป็นวังปลา สถานที่ทำบุญปล่อยปลา ให้อาหารปลา	เคยได้รับรางวัลชนะเลิศ โครงการอนุรักษ์พันธุ์ปลา
4	วัดน้ำวน ตำบลบางเตือ	ประวัติศาสตร์	วัดรามัญเก่าแก่อายุกว่า 100 ปี มีเจดีย์ทรงรามัญ (ร่างกุ้ง) เป็นสถานที่ทำบุญปล่อยปลา ให้อาหารปลา	
5	วัดมะขาม ตำบลบ้านกลาง	ประวัติศาสตร์	อุโบสถทรงฐานท้องสำเภา ศิลปะสมัยอยุธยา เป็นสถานที่ทำบุญปล่อยปลา ให้อาหารปลา แหล่งรวมสินค้าชุมชน ตลาดอาหาร	มีการจัดแข่งเรือยาวประเพณี หลังงานบุญตักบาตรพระร้อย
6	ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา	วัฒนธรรม	ชมทัศนียภาพชุมชน บ้านเรือน ธรรมชาติที่สวยงาม นักท่องเที่ยวสามารถแวะชมวัดเก่าแก่ริมแม่น้ำหลายแห่ง	ให้บริการท่องเที่ยวแบบเช่าเหมาเรือ ใช้บริการได้ที่ท่าหน้าเทศบาลเมือง

ตารางที่ 3 (ต่อ) ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

อันดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	หมายเหตุ
7	วัดบางหลวง	ประวัติศาสตร์	- พระอุโบสถทรงไทย เจดีย์มูเตา เจดีย์ชเวดากองและ จิตรกรรมฝาผนังเรื่องราวพุทธประวัติในพระอุโบสถ สร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยา กรมศิลปากรได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถาน	
8	พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านและ ศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ไทย ต. บางหลวง	ศิลปะวิทยาการ	พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน แสดงของใช้พื้นบ้านและวิถีชีวิตของชาวบ้านในอดีต อาทิ ห้องรับแขก ห้องครัว การทำนา ศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ไทย แสดงผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ไทยของอาจารย์และนักศึกษาที่ได้รับรางวัลทั้งระดับประเทศและนานาชาติ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยรังสิต	
9	พิพิธภัณฑ์หินแปลก ตำบลบ้านกลาง	ศิลปะวิทยาการ	จัดแสดงหินแปลกเป็นรูปลักษณะและสีสันต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีของโบราณอื่น ๆ เช่น รูปภาพ แสตมป์ ที่เข็ญบุรี เป็นต้น	
10	วัดโคก ตำบลบางปรอก	ประวัติศาสตร์	เจดีย์มอญก่อสร้างแบบก่ออิฐถือปูน ธรรมมาสน์เก่าทำด้วยไม้มะเกลือประดับมุก	

ตารางที่ 4 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

อันดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	หมายเหตุ
1	วัดสิงห์ ตำบลสามโคก	ประวัติศาสตร์	มีพิพิธภัณฑท์เก็บรักษาของเก่า ได้แก่ ตุ่มสามโคก แทนบรรทมของรัชการที่ 2 ไบลาน อักษรมอญ ตูพระธรรม และเตาเผาโบราณ "เตาโอ่งอ่าง" สถานที่ผลิตเครื่องปั้นดินเผาในอดีต ซึ่งเป็นที่มาของตุ่มสามโคก	
2	วัดสะแก ตำบลสามโคก	ประวัติศาสตร์	สร้างในสมัยอยุธยาตอนกลางรัชสมัยของสมเด็จพระมหาธรรมราชา มีโบสถ์และหอระฆังเก่าสมัยอยุธยา อาคารทรงไทยแบบรามัญเจดีย์แบบจีน"ละ"	สภาพทรุดโทรม ต้องบำรุงรักษา
3	วัดเจดีย์ทอง ตำบลคลองควาย	ประวัติศาสตร์	เจดีย์ทรงรามัญ เป็นสถาปัตยกรรมมอญที่เลียนแบบมาจากเจดีย์จิตตะกองของพม่า และมีพระพุทธรูปหยกขาวปางมารวิชัย	
4	พิพิธภัณฑท์พื้นบ้าน มอญ(บ้านสามเรือน)	ประวัติศาสตร์	เรือนมอญขวาง สร้างด้วยไม้ตาลทั้งหลัง จัดแสดงเรื่องราวการอพยพของชาวมอญ เสื้อผ้า ข้าวของเครื่องใช้ หนังสือ ศิลปวัฒนธรรมของชาวมอญ	บริเวณใกล้เคียงวัดเจดีย์ทอง
5	วัดโบสถ์ ตำบลบางกระบือ	ประวัติศาสตร์	รูปปั้นเหมือนองค์ใหญ่ของสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) และพระพุทธรูป หลวงพ่อเหลือ พระแสงอาญาสิทธิ์ ช้างสี่เศียร บุชบกสัมฤทธิ์สำหรับประดับเสาหงส์ และรูปปั้นสุนัข่าเหลลล่อด้วยตะกั่ว	
6	วัดจันทน์กะพ้อ ตำบลบางเตย	ประวัติศาสตร์	มีหอวัฒนธรรม ซึ่งเก็บรวบรวมศิลปวัตถุมอญ -หน้าวัดเป็นสถานที่ทำบุญปล่อยปลา ให้อาหารปลา	เป็นสถานที่ประกอบพิธีสำคัญ เช่น งานตักบาตรพระร้อย

ตารางที่ 4 (ต่อ) ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

อันดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	หมายเหตุ
7	วัดไผ่ล้อม ตำบลบ้านจิ้ว	ธรรมชาติ	เป็นแหล่งดูนกปากห่าง ซึ่งเป็นสัตว์ป่าสงวนในบริเวณรอบวัด และบริเวณวัดได้รับการประกาศเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า	ปัจจุบันไม่มีนก แต่ก็ยังมีหอดูนกให้เที่ยวชมได้
8	วัดท้ายเกาะใหญ่ ตำบลท้ายเกาะ	ประวัติศาสตร์	มีเจดีย์ทรงรามัญแบบขเวดากอง กุฏิเรือนไทยลายจำหลักไม้ ศาลาสองหลังต่อกันเคยเป็นที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวคราวเสด็จประพาสต้น	
9	โรงงานปั้นตุ้มสามโคก ตำบลบางเตย	ศิลปะวิทยาการ	แหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปกรรมมอญ เช่น ตุ้ม คนโท และเครื่องปั้นต่างๆ	
10	วัดศาลาแดงเหนือ ตำบลเชียงรากน้อย	ประวัติศาสตร์	ธรรมมาสน์แบบมอญ(ธรรมมาสน์ยอดนางชี) ศาลาการเปรียญ หมู่กุฏิหอไตร และเครื่องกรองน้ำสมัย โบราณ มีอาคารพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านเก็บรักษาศิลปวัตถุ ข้าวของเครื่องใช้พื้นบ้าน เช่น เรือกัญญา โถงมอญ เครื่องมือจับปลา เป็นต้น	
11	หมู่บ้านวัฒนธรรม บ้านศาลาแดงเหนือ	วัฒนธรรม	วิถีชีวิตแบบชาวไทย-รามัญ บ้านเรือนไทยผสมผสานแบบมอญ(บ้านเรือนขวาง)	

ตารางที่ 5 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

อันดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	หมายเหตุ
1	วัดพีชอุดม คลอง12ตำบลลำไทร	ประวัติศาสตร์	รูปปั้นแสดงความเชื่อเรื่องบาปบุญในพระพุทธศาสนา ในพระอุโบสถแสดงนรกสวรรค์ 33 ภูมิ ตามเรื่องราว “พระเจ้าเปิดโลก” เป็นอนุสติเตือนใจให้คนละชั่วทำดี	
2	อนุสรณ์สถาน แห่งชาติ	ประวัติศาสตร์	จัดแสดงประวัติศาสตร์และเหตุการณ์รบครั้งสำคัญของไทย สงครามที่กองทัพไทยไปปฏิบัติกรรบในต่างประเทศ อาทิ สงครามเวียดนามฯลฯ แสดงวิวัฒนาการเครื่องบิน เครื่องหมายยศของทหารทุกยุคสมัย และวัตถุยุทธโปกรณ์ขนาดใหญ่ที่ปลดประจำการ	
3	วัดสุวรรณบำรุง ราชวรารามและ พิพิธภัณฑ์เครื่องมือ การเกษตร	ประวัติศาสตร์	-มีพิธีกรรมลอดโบสถ์ -พิพิธภัณฑ์แสดงเครื่องมือเครื่องใช้ในการเกษตร เช่น ห้องทำนา ห้องประมง ห้องเครื่องปั้นดินเผา ห้องอุปกรณ์ในครัวเรือน และมีบ้านดินให้ศึกษาด้วย	
4	เชียร์ รังสิต ตำบลคูคต	นันทนาการ	ศูนย์การค้าเน้นทางด้านสินค้าไอทีและอิเล็กทรอนิกส์ขนาดใหญ่	
5	ตลาดสี่มุมเมือง	นันทนาการ	ตลาดกลางสินค้าการเกษตร	

ตารางที่ 6 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

อันดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	ลักษณะสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	หมายเหตุ
1	วัดลำหาเมฆ ตำบลบ่อเงิน	ธรรมชาติ	แหล่งดูนก	ปัจจุบันไม่มีนก แต่ก็ยังมีบึงน้ำและหอดูนกให้เที่ยวชมได้
2	วัดบัวขวัญ ตำบลลาดหลุมแก้ว	ประวัติศาสตร์	มีรอยพระพุทธบาทจำลอง ซึ่งจำลองจากวัดพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี และพลับพลาที่ประทับไม้สักทั้งหลังสำหรับทอดพระเนตรพิธีแรกนาขวัญ สมัยรัชกาลที่ 6	
3	วัดเจดีย์หอย ตำบลบ่อเงิน	ประวัติศาสตร์	-พิพิธภัณฑของเก่าโบราณ -เจดีย์ที่จำลองแบบเจดีย์ชเวดากอง สร้างจากเปลือกหอยนางรมยักษ์ -สวนสมุนไพร มีการอบสมุนไพรรักษาโรค นวดแผนไทย -บ่อเลี้ยงเต่าหับและบ่อเลี้ยง นักท่องเที่ยวสามารถให้อาหารปลาและเต่าได้	
4	ตลาดร้อยปีระแหง ตำบลระแหง	วัฒนธรรม	ตลาดเก่าแก่วัฒนธรรมของชุมชนดั้งเดิม ตลาดทั้ง 2 ฝั่งเป็นห้องแถวไม้ติดต่อกัน ตลาดขายสินค้าชุมชน	

ตารางที่ 7 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

อันดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	หมายเหตุ
1	หออัครศิลป์ ตำบลคลองห้า	ศิลปะวิทยาการ	จัดแสดงผลงานด้านศิลปะและวัฒนธรรมของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รวมถึงประวัติและผลงานของศิลปินแห่งชาติ	
2	พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กาญจนภิเษกต.คลองห้า	ประวัติศาสตร์	โบราณวัตถุ และศิลปวัตถุประเภทเครื่องปั้นดินเผา ผ้า อาวุธ เครื่องใช้ในการเกษตร เป็นต้น	ไม่เปิดให้บุคคลทั่วไปเข้าชม
3	หอจดหมายเหตุแห่งชาติ เฉลิมพระเกียรติฯ ตำบลคลองห้า	ศิลปะวิทยาการ	พระราชประวัติและพระราชกรณียกิจ และโครงการพระราชดำรินในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช	จัดให้บริการค้นคว้าได้ด้วยตนเอง
4	พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ธรณีวิทยาเฉลิมพระ เกียรติฯ ตำบลคลองห้า	ศิลปะวิทยาการ	แสดงวัฒนาการของสิ่งมีชีวิต ธรณีวิทยา ซากดึกดำบรรพ์ของยุคต่าง ๆ ทรัพยากรธรณี ไดโนเสาร์จำลอง	
5	องค์การพิพิธภัณฑ์ วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.) ตำบลคลองห้า	ศิลปะวิทยาการ	แสดงนิทรรศการและกิจกรรมทางวิทยาศาสตร์	
6	ตลาดไท ตำบลคลองหนึ่ง	นันทนาการ	ตลาดกลางสินค้าการเกษตร และอุตสาหกรรม การเกษตร ครบวงจร	

ตารางที่ 7 (ต่อ) ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

อันดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	หมายเหตุ
7	พิพิธภัณฑ์สถาน เครื่องถ้วยเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ ตำบลคลองหนึ่ง	ศิลปะวิทยาการ	จัดแสดงศิลปโบราณวัตถุ เครื่องถ้วยที่ผลิตจากแหล่งเตาในประเทศไทย เช่น เครื่องถ้วยสุโขทัย เครื่องถ้วยล้านนา รวมทั้งเครื่องถ้วยที่ผลิตจากเตาเผาในต่างประเทศ ซึ่งค้นพบในประเทศไทย อาทิ เครื่องถ้วยจีน เครื่องถ้วยเวียดนาม เป็นต้น	ตั้งอยู่ภายในมหาวิทยาลัย กรุงเทพ
8	พิพิธภัณฑ์การเกษตร เฉลิมพระเกียรติฯ ตำบลคลองหนึ่ง	ศิลปะวิทยาการ	แสดงเรื่องราวทางการเกษตรผ่านเทคโนโลยีทันสมัย และหุ่นจำลอง มีเรือนเพาะปลูก แปลงนาสาธิต และเป็นแหล่งการศึกษาทางด้านโครงการพระราชดำริทางการเกษตร	
9	ตลาดน้ำคลองสาม	วัฒนธรรม	ตลาดริมน้ำ	ปัจจุบันไม่ได้ดำเนินการแล้ว
10	โครงการสระเก็บน้ำ พระราม 9 ตำบลคลองห้า	นันทนาการ	สถานที่พักผ่อน	
11	วัดปัญญาบันฑิตาราม ตำบลคลองหก	ประวัติศาสตร์	ปฏิบัติธรรมและประกอบกิจทางศาสนา ศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรทางพุทธศาสนา และเผยแผ่ธรรมะ	
12	วัดพระธรรมกาย ตำบลคลองสอง	ประวัติศาสตร์	ปฏิบัติธรรมและประกอบกิจทางศาสนา อบรมธรรมะทั้งภาคปริยัติและปฏิบัติ ให้แก่พระภิกษุ สามเณร อุบาสก อุบาสิกา ตลอดจนสาธุชนผู้สนใจศึกษาธรรมะ	

ตารางที่ 8 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

อันดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	หมายเหตุ
1	ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษารังสิต ตำบลคลองหก	ศิลปะวิทยาการ	แหล่งเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม มีท้องฟ้าจำลองที่ทันสมัย อุทยานวิทยาศาสตร์ ที่จัดแสดงสวนสมุนไพร สวนวิทยาศาสตร์ สวนเกษตรธรรมชาติ นาฬิกาแดด และหอดูดาว	
2	สวนสนุกดรีมเวิลด์ ตำบลบึงยี่โถ	นันทนาการ	สวนสนุกประกอบด้วยเครื่องเล่นต่าง ๆ และสถานที่พักผ่อน	
3	ตลาดน้ำเมืองรังสิต ตำบลประชาธิปัตย์	วัฒนธรรม	วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตของชุมชนริมฝั่งคลองรังสิตประยูรศักดิ์ จัดแสดงในรูปแบบนิทรรศการ	จัดเป็นเรือนแพทั้งหมด 11 แพ
4	พิพิธภัณฑ์บัว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ตำบลคลองหก	ธรรมชาติ ศิลปะวิทยาการ	แหล่งรวบรวมพันธุ์ บัว ทั้งของไทยและต่างประเทศ และพันธุ์ลูกผสม เพื่อการเรียนรู้ ศึกษา วิจัย การใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ จากบัว	
5	ฟิวเจอร์พาร์ครังสิต ต.ประชาธิปัตย์	นันทนาการ	ศูนย์การค้าขนาดใหญ่	

ตารางที่ 9 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

อันดับ	ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	หมายเหตุ
1	วัดบึงบาประภาส่ววัด ตำบลคลองหก	ประวัติศาสตร์	วิหารวัด เป็นทรงไทยแบบจตุรมุข ประดิษฐานรูปหล่อจำลองพระพุทธปฏิมากร พระพุทธชินราช	
2	วัดนพรัตนาราม ตำบลศาลาครุ	ประวัติศาสตร์	พระอุโบสถใช้ไม้ตะเคียนสร้างทั้งหลัง	

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี จากการสำรวจพบสิ่งอำนวยความสะดวกสบายและบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงความสามารถในการเข้าถึง สรุปได้ดังนี้

### 1. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ

เป็นท่องเที่ยวที่มีอยู่มากและน่าสนใจ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์ อาทิ ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา รังสิต, พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ (อพวช) , หอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติฯ, หออัครศิลปิน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติธรณีวิทยาเฉลิมพระเกียรติ ปทุมธานี เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้(หรือที่เรียกว่า แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้) มีความพร้อมในการให้บริการการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทั้งด้านสถานที่ ห้องน้ำ มีการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวที่ดี อาทิ มีคอนเตอร์ประชาสัมพันธ์ มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ มีสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับแจกให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยตรง



พิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติฯ



ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา รังสิตฯ



พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติธรณีวิทยาเฉลิมพระเกียรติฯ



พิพิธภัณฑ์บัว

## 2. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ : วัด

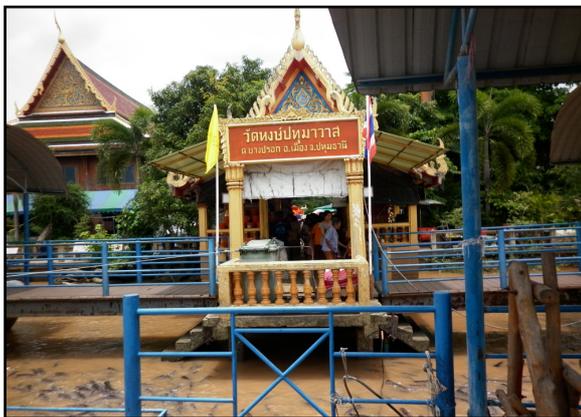
วัด เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากในจังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่วัดในจังหวัดปทุมธานีเป็นวัดมอญ สังเกตได้จากถ้าที่วัดไหนมีเสาหงษ์และธงตะขาบซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของชาวมอญแสดงว่าวัดนั้นเป็นวัดมอญ และแต่ละวัดมีความโดดเด่นในความสวยงามและความสำคัญ มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานทำให้เกิดโบราณสถานและโบราณวัตถุมากมาย หลายวัดมีการอนุรักษ์พันธุ์ปลาและเต่า ซึ่งเป็นผลมาจาก การที่วัดอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา วัดที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในด้านอุทยานมัจฉาหรือวังปลา เช่น วัดหงษ์ปทุมมาวาส วัดน้ำวน วัดมะขาม วัดเจดีย์หอย วัดโพสพผลเจริญ(การอนุรักษ์เต่า) เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จะเน้นการมาไหว้พระและทำกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น การทำบุญไหว้พระพร้อมกับการให้อาหารปลา ให้อาหารเต่า การทำบุญไหว้พระพร้อมกับการทานอาหารที่แหล่งอาหารมีชื่อเสียงใกล้ ๆ เช่น วัดศาลเจ้าและตลาดวัดมะขาม เป็นต้น



เสาหงษ์และธงตะขาบ



ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ โบราณสถานและโบราณวัตถุขาดการดูแลและจัดการ ขาดการบำรุงรักษา ขาดการให้ข้อมูลของสิ่งที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ขาดการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งอาจเนื่องจากบางวัดไม่เน้นการท่องเที่ยวแต่เน้นคุณค่าทางจิตใจมากกว่า



วัดหงษ์ปทุมมาวาสกับโครงการอนุรักษ์พันธุ์ปลา



วัดเจติย๋หอย



วัดโพสพผลเจริญ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัด ส่วนใหญ่พบว่าไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเช่น ป้ายบอกทางท่องเที่ยว แผ่นพับหรือแผ่นป้ายให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมาไหว้พระ เดินชมวัดและทำกิจกรรมอื่น ๆ ด้วยตนเอง ห้องน้ำมีไม่เพียงพอและไม่ค่อยสะอาด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากขาดบุคลากรที่เป็นผู้ดูแล บำรุงรักษา และจัดการการท่องเที่ยวประกอบกับวัดเป็นศาสนสถานที่ต้องการความสงบ และต้องคำนึงถึงการรักษาขนบธรรมเนียมของสงฆ์

### 3. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวนี้ส่วนใหญ่จะเป็นของเอกชน ไม่ว่าจะเป็นสวนสนุกดรีมเวิลด์ ตลาดไท ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เป็นต้น จึงมีความพร้อมในการให้บริการการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทั้งด้านสถานที่ ห้องน้ำ มีการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวที่ดี อาทิ มีเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ สามารถจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณาได้ทั้งในสื่อมวลชนที่มีค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์สูง

### 4. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : เทศกาล งานประเพณี วัฒนธรรม และ

#### วิถีชีวิตความเป็นอยู่

ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และเทศกาลของชุมชนมอญจังหวัดปทุมธานี แม้จะมีเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องแต่งกาย อาหาร เครื่องปั้นดินเผา เทศกาล งานประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนมอญ อาทิ ประเพณีเป็งสงกรานต์ของชุมชนมอญ เป็นต้น แม้จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้จำนวนหนึ่ง แต่พบว่ายังไม่โดดเด่นแพร่หลายเหมือนกับชุมชนมอญในจังหวัดอื่น ๆ เช่น มอญพระประแดง มอญเกาะเกร็ด เป็นต้น

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อชมวิถีชีวิตของชุมชนดั้งเดิม เช่น ตลาดร้อยปีระแหง ตลาดน้ำรังสิต ก็ยังไม่โดดเด่นมากพอที่จะดึงดูดใจการท่องเที่ยว อีกทั้งกิจกรรมหรือสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวก็น้อย ตัวอย่างที่เห็นได้ก็คือตลาดน้ำคลองสาม ที่ปัจจุบันยกเลิกไปแล้ว



ตลาดร้อยปีระแหง



ตลาดน้ำคลองสาม

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ นิตยสารท่องเที่ยว ข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์เช่น ซีดี-รอมจากศูนย์บริการท่องเที่ยวจังหวัด ข้อมูลจากการสอบถามประชาชนท้องถิ่น ข้อมูลจากเว็บไซต์ การท่องเที่ยว และการสำรวจในแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยนำเสนอเทศกาล งานประเพณี และ วัฒนธรรมที่สำคัญในจังหวัดปทุมธานีได้ดังนี้

ตารางที่ 10 เทศกาล งานประเพณี และ วัฒนธรรม

เวลา	เทศกาล ประเพณี	ประเภท	กิจกรรม
วันสงกรานต์	เปิงสงกรานต์	ประเพณีสงกรานต์ ชาวมอญ	การสงฆ์แห่ สรงน้ำพระ ปลอยนก ปลอยปลา ก่อเจดีย์ทราย
วันสงกรานต์	ถวายเป็นพระราชกุศล	ประเพณี	นำธงตะขาบไปแขวนไว้ที่ยอดเสา ด้านหลังหงส์ เพื่อเป็นพุทธบูชา
วันสงกรานต์	ออกฮ้อยประจู้	ประเพณี	พิธีเซ่นไหว้ศาลประจำหมู่บ้าน
วันสงกรานต์	การเล่นสบ้า	การละเล่นพื้นบ้าน ของชาวมอญ	
งานมงคล และ อวมงคล	ทะเลยมอญ	การละเล่นพื้นบ้าน ของชาวมอญ	
งานพิธีสำคัญ เช่น ต้อนรับแขก /งาน ศพของผู้มีเกียรติ	มอญรำ	การแสดงนาฏศิลป์	
ช่วงการทอดกฐิน และทอดผ้าป่า	รำพาข้าวสาร	ประเพณี	เป็นการร้องเพลงเชิญชวนให้ทำบุญ เพื่อนำไปทอดกฐิน
เทศกาลออก พรรษา	ตักบาตรพระร้อย	ประเพณี	-การทำบุญ ตักบาตรทางเรือ -มีการแข่งเรือ
หลังออกพรรษา	การแข่งขันเรือยาว	ประเพณี	จัดแข่งหลายจุดและหลายลำน้ำ
เดือน 11 หลังออกพรรษา	มอญคั้ง	ประเพณี	นิยมปฏิบัติกันหลังจาก “ประเพณี ตักบาตรพระร้อย” แต่ก็ไม่ทุกวัด
งานศพของ พระรามัญ	การจุดลูกหนู	1.ประเพณี 2.การละเล่น	1.งานฌาปนกิจศพพระสงฆ์รามัญ 2.การแข่งขันจุดลูกหนู
เดือน10 ขึ้น15 ค่ำ	ตักบาตรน้ำผึ้ง	ประเพณี	

## 5. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

วัดไผ่ล้อมและวัดลำหาเมฆ จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการดูนก เดิมนักท่องเที่ยวมาเดินชมนกและมีการสร้างหอสำหรับดูนกอีกด้วย โดยเฉพาะบริเวณวัดไผ่ล้อมจะมีเจ้าหน้าที่ของกองอนุรักษ์สัตว์ป่า กรมป่าไม้เป็นผู้ดูแลและนำชม แต่ปัจจุบันไม่มีนกมาอาศัยแล้ว ตั้งแต่มีเหตุการณ์ใช้หวัดนกระบาด คงเหลือแต่บึงน้ำ บริเวณเดินชมนกและหอดูนกให้เที่ยวชมได้ (สำหรับที่วัดไผ่ล้อมทางเดินดูนกชำรุด ต้องซ่อมแซม แต่ยังคงมีการดูแลสถานที่และหอดูนก ด้วยว่าในอนาคตนกปากห่างอาจจะอพยพมาอาศัยอีกก็เป็นไปได้) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทางท่องเที่ยว แผ่นพับ เป็นต้น



บริเวณเดินชมนก วัดไผ่ล้อม

### ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

จากการสำรวจนักท่องเที่ยว โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย 340 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 60 คน สรุปผลการศึกษาดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

#### ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเรื่องความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยว การนำข้อมูลการท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์ การได้รับข้อมูลรวมถึงความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว นำมาจำแนกตามระดับความคิดเห็นแต่ละด้าน และนำเสนอในรูปแบบของความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 11 - 28

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้(ต่อเดือน)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	102	30.0
หญิง	238	70.0
<b>2. อายุ</b>		
ต่ำกว่า 25 ปี	222	65.3
25 - 35 ปี	60	17.6
36 - 45 ปี	43	12.6
46 - 55 ปี	11	3.2
มากกว่า 56 ปี	4	1.2
<b>3. ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	18	5.3
มัธยมศึกษา / ปวช / ปวส	127	37.4
ปริญญาตรี	163	47.9
สูงกว่าปริญญาตรี	32	9.4
<b>4. อาชีพ</b>		
นักเรียน / นักศึกษา	216	63.5
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	47	13.8
พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง	50	14.7
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	20	5.9
เกษตรกร	3	0.9
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	4	1.2
<b>5. รายได้(ต่อเดือน)</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	226	66.5
10,001 – 30,000 บาท	94	27.6
30,001 – 50,000 บาท	14	4.1
มากกว่า 50,001 บาท	6	1.8

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ

70.0 เป็นเพศชายจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 มีอายุต่ำกว่า 25 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.6 และ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.6 และมีอายุมากกว่า 56 ปีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.2

กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.9 รองลงมามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา /ปวช /ปวส คิดเป็นร้อยละ 37.4 , มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.4 และมีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.3

สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยวพบว่า เป็นนักเรียน นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัท /ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 14.7 เป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.8 และมีอาชีพเกษตรกรน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 0.9

ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมา มีรายได้ 10,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.6 , มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.1 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาทน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ ฯ	75	22.1
ปทุมธานี	94	27.6
จังหวัดที่มีอาณาเขตติดกับจังหวัดปทุมธานี( นนทบุรี อยุธยา สระบุรี นครนายก ฉะเชิงเทรา ยกเว้นกรุงเทพฯ)	32	9.41
ภาคกลาง	52	15.29
ภาคใต้	11	3.24
ภาคเหนือ	9	2.65
ภาคตะวันออก	37	10.88
ภาคตะวันตก	16	4.71
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14	4.12

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีที่อยู่อาศัยในจังหวัดปทุมธานีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.6 รองลงมามีที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 22.1 มีที่อยู่อาศัยในจังหวัดต่าง ๆ ของภาคกลาง เช่น ลพบุรี อ่างทอง พิษณุโลก สมุทรปราการ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 15.29 และมีที่อยู่อาศัยในจังหวัดต่าง ๆ ของภาคเหนือน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.65

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี	จำนวน	ร้อยละ
เคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี		
เคย	247	72.6
ไม่เคย	93	27.4
เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีโดย		
รถโดยสาร / รถรับจ้าง	79	23.2
เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว	18	5.3
รถส่วนตัว	140	41.2
อื่น ๆ	103	30.3

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี คิดเป็นร้อยละ 72.6 ไม่เคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี คิดเป็นร้อยละ 27.4 โดยเดินทางด้วยรถส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมา เดินทางด้วยวิธีอื่นๆ ได้แก่ เดินทางมาด้วยรถที่สถานศึกษาจัดหามา คิดเป็นร้อยละ 30.3 เดินทางมาด้วยรถโดยสาร รถรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 23.2 และเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.3

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละที่กลุ่มตัวอย่างมาท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	6	1.8
แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ หรือ แหล่งเรียนรู้	138	40.6
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เทศกาลประเพณี	33	9.7
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	39	11.5
แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ	124	36.5

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (แหล่งเรียนรู้) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (การกีฬานันทนาการ หรือ ศูนย์การค้า) คิดเป็นร้อยละ 36.5 และ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 11.5 และมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว

สื่อที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุกระจายเสียง	20	5.9
วิทยุโทรทัศน์	121	35.6
อินเทอร์เน็ต	193	56.8
แผนที่ท่องเที่ยว	58	17.1
วารสาร / นิตยสาร / หนังสือพิมพ์	71	20.9
หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว แผ่นพับ เอกสารการท่องเที่ยว	48	14.1
เพื่อน/ญาติ/บุคคลที่รู้จักแนะนำ	184	54.1
อื่น ๆ (ระบุ).....	14	4.1

จากตารางที่ 15 พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมาคือ เพื่อน, ญาติ, บุคคลที่รู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 54.1 และ วิทยุโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 35.6 และค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยวิธีอื่น ๆ น้อยที่สุด ได้แก่ ไม่ได้ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อใด ๆ เลย คิดเป็นร้อยละ 4.1

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของปัญหาในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว

ปัญหาในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน	69	20.3
ข้อมูลมีน้อย ไม่เพียงพอกับความต้องการ	155	45.6
หาข้อมูลยาก	61	17.9
ต้องการเอกสารการท่องเที่ยวที่แจกฟรีแต่ไม่พบ	74	21.8
ไม่ได้รับความสะดวกจากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	37	10.9
อื่น ๆ (ระบุ).....	26	7.6

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างพบปัญหาในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดในเรื่องข้อมูลมีน้อย ไม่เพียงพอกับความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมา คือ ปัญหาในเรื่อง ต้องการเอกสารการท่องเที่ยวที่แจกฟรีแต่ไม่พบ คิดเป็นร้อยละ 21.8 และ ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และพบปัญหาอื่น ๆ น้อยที่สุด อาทิ กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว เนื่องจากบริษัทหรือที่ทำงานพามาเที่ยว และ กลุ่มตัวอย่างบางท่านไม่พบปัญหาในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 7.6

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ประชุม / สัมมนา / ดูงาน	80	23.5
ทัศนศึกษา	174	51.2
พักผ่อน	157	46.2
ร่วมงานศิลปวัฒนธรรม/ไหว้พระ	27	7.9
เล่นกีฬา	3	0.9
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	14	4.1
อื่น ๆ (ระบุ)	6	1.8

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 46.2 และประชุม สัมมนา ดูงาน คิดเป็นร้อยละ 23.5 มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาน้อยที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 0.9

ตารางที่ 18 การได้รับหรือไม่ได้รับข้อมูล จำแนกตามสื่อที่เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว

สื่อที่เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว	ไม่ได้รับหรือไม่ได้ใช้		ได้รับหรือได้ใช้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	13	3.8	327	96.2
หนังสือแนะนำเที่ยว แผ่นพับ เอกสารการท่องเที่ยว	56	16.5	284	83.5
สื่อบุคคล (อาทิเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว)	67	19.7	273	80.3
วิทยุ ฯ	98	28.8	242	71.2
โทรทัศน์	70	20.6	270	79.4
แผนที่ท่องเที่ยว	103	30.3	237	69.7
วารสาร / นิตยสาร / หนังสือพิมพ์	97	28.5	243	71.5

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับ หรือ ได้ใช้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.2 รองลงมาได้รับ หรือ ได้ใช้ข้อมูลจากหนังสือแนะนำเที่ยว แผ่นพับ เอกสาร การท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 83.5 จากสื่อบุคคล คิดเป็นร้อยละ 80.3 และได้รับ หรือ ได้ใช้ข้อมูล การท่องเที่ยวจากแผนที่เที่ยวน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.7

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจาก  
สื่ออินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต				
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ
1. ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.93	.756	มาก	1
2. ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย	3.77	.788	มาก	6
3. ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง	3.76	.781	มาก	8
4. ข้อมูลที่เป็นตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน	3.84	.783	มาก	5
5. ภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นจริง ชัดเจน น่าสนใจ	3.87	.878	มาก	4
6. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.89	.793	มาก	3
7. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.77	.822	มาก	7
8. สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว	3.92	.773	มาก	2
รวม	3.84	.656	มาก	

จากตารางที่ 19 พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.84$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเช่นกัน (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.93 - 3.76) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.93$ ) รองลงมา คือ ความสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.92$ ) และข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ( $\bar{X} = 3.89$ ) มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง ( $\bar{X} = 3.76$ )

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากหนังสือนำเที่ยว / แผ่นพับ / เอกสารการท่องเที่ยว

หนังสือนำเที่ยว / แผ่นพับ / เอกสารการท่องเที่ยว				
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ
1. ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.83	.810	มาก	1
2. ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย	3.80	.810	มาก	6
3. ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง	3.81	.791	มาก	4
4. ขนาดตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย สบายตา	3.81	.788	มาก	3
5. ภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นจริง ชัดเจน น่าสนใจ	3.80	.848	มาก	7
6. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.82	.788	มาก	2
7. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.81	.791	มาก	4
รวม	3.81	.648	มาก	

จากตารางที่ 20 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากหนังสือนำเที่ยว แผ่นพับ เอกสารการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเช่นกัน(ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.80 – 3.83) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.83$ ) รองลงมาคือ ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ( $\bar{X} = 3.82$ ) และ ขนาดตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย สบายตา ( $\bar{X} = 3.81$ ) มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นจริง ชัดเจน น่าสนใจ ( $\bar{X} = 3.80$ )

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล (อาทิ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว)

สื่อบุคคล (อาทิเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว)				
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ
1. บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	3.91	.872	มาก	2
2. ได้รับความสะดวก รวดเร็วในกรณีขอข้อมูล	3.77	.847	มาก	6
3. เอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.78	.926	มาก	5
4. ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้อย่างดี	3.81	.873	มาก	4
5. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.91	.824	มาก	1
6. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.88	.769	มาก	3
รวม	3.84	.711	มาก	

จากตารางที่ 21 พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล (อาทิ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.84$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเช่นกัน (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.91 – 3.77) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ในเรื่องข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ( $\bar{X} = 3.91$ ) รองลงมาคือเรื่อง การบริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร ( $\bar{X} = 3.91$ ) และ ข้อมูลตรงตามความต้องการ ( $\bar{X} = 3.88$ ) มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง การได้รับความสะดวก รวดเร็วในกรณีขอข้อมูล ( $\bar{X} = 3.77$ )

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุกระจายเสียง

สื่อวิทยุกระจายเสียง				
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ
1. ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.55	.864	มาก	4
2. ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย	3.51	.790	มาก	7
3. ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง	3.55	.799	มาก	3
4. ข้อมูลที่น่าสนใจ ชักชวนให้นักท่องเที่ยว	3.59	.801	มาก	2
5. ช่วงเวลาออกอากาศมีความเหมาะสม	3.53	.912	มาก	6
6. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.64	.892	มาก	1
7. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.54	.907	มาก	5
รวม	3.56	.734	มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเช่นกัน (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.64 – 3.51) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ในเรื่อง ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ( $\bar{X} = 3.64$ ) รองลงมาคือ ข้อมูลที่น่าสนใจ ชักชวนให้นักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.59$ ) และข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง ( $\bar{X} = 3.55$ ) มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย ( $\bar{X} = 3.51$ )

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจาก  
สื่อวิทยุโทรทัศน์

สื่อวิทยุโทรทัศน์					
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ	
1. ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.97	.775	มาก	2	
2. ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย	3.96	.817	มาก	3	
3. ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง	3.91	.818	มาก	4	
4. ข้อมูลที่น่าสนใจ ชักชวนให้มาท่องเที่ยว	4.01	.809	มาก	1	
5. ช่วงเวลาออกอากาศมีความเหมาะสม	3.71	.970	มาก	7	
6. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.87	.775	มาก	5	
7. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.79	.847	มาก	6	
รวม	3.89	.678	มาก		

จากตารางที่ 23 พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดข้อ เช่นกัน(ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.01 - 3.71) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ในเรื่อง ข้อมูลที่น่าสนใจ ชักชวนให้มาท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.01$ ) รองลงมาคือ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.97$ ) และข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย ( $\bar{X} = 3.96$ ) มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ช่วงเวลาออกอากาศมีความเหมาะสม( $\bar{X} = 3.71$ )

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจาก  
แผนที่ท่องเที่ยว

แผนที่ท่องเที่ยว					
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ	
1. บอกตำแหน่งแหล่งท่องเที่ยวพร้อมพิกัดเพื่อใช้กับ GPS	3.59	.876	มาก	7	
2. เส้นทางในแผนที่ถูกต้องและทันสมัย	3.63	.841	มาก	6	
3. ข้อมูลที่เป็นตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน	3.66	.895	มาก	5	
4. ใช้สัญลักษณ์สากล สะดวกในการค้นหาสถานที่	3.70	.852	มาก	4	
5. ระบุรายละเอียดเส้นทางเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	3.72	.888	มาก	3	
6. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.79	.841	มาก	2	
7. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.80	.863	มาก	1	
รวม	3.70	.723	มาก		

จากตารางที่ 24 พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากแผนที่ท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเช่นกัน (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.80– 3.59) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ในเรื่องข้อมูลตรงตามความต้องการ ( $\bar{X} = 3.80$ ) รองลงมาคือเรื่อง ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ( $\bar{X} = 3.79$ ) และ การระบุรายละเอียดเส้นทางเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.72$ ) มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องการบอกตำแหน่งแหล่งท่องเที่ยวพร้อมพิกัดเพื่อใช้กับ GPS ( $\bar{X} = 3.59$ )

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากวารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์

วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์				
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ
1. ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.75	.871	มาก	5
2. ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย	3.81	.862	มาก	1
3. ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง	3.75	.870	มาก	4
4. ขนาดตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย สบายตา	3.78	.822	มาก	3
5. ภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นจริง ชัดเจน น่าสนใจ	3.81	.881	มาก	2
6. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.72	.845	มาก	6
7. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.70	.845	มาก	7
รวม	3.76	.743	มาก	

จากตารางที่ 25 พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากวารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเช่นกัน (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.81 – 3.70) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ในเรื่องข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย ( $\bar{X} = 3.81$ ) รองลงมาคือ ภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นจริง ชัดเจน น่าสนใจ ( $\bar{X} = 3.81$ ) และเรื่องของขนาดตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย สบายตา ( $\bar{X} = 3.78$ ) มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องข้อมูลตรงตามความต้องการ ( $\bar{X} = 3.70$ )

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการนำข้อมูลการท่องเที่ยวจาก  
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์

การนำข้อมูลการท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์	$\bar{X}$	S.D	ระดับการนำไปใช้	ลำดับ
1. ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยว	3.90	.747	มาก	1
2. ข้อมูลสถานที่ต่าง ๆ เพื่อการติดต่อ/ ขอข้อมูลเพิ่มเติม	3.66	.799	มาก	4
3. ปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยว / เทศกาลงานประเพณี	3.64	.839	มาก	5
4. ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ	3.67	.923	มาก	3
5. ข้อมูลการปฏิบัติตัวในการท่องเที่ยว	3.62	.940	มาก	6
6. ข้อมูลด้านร้านอาหาร	3.42	.970	ปานกลาง	9
7. ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว	3.71	.845	มาก	2
8. ข้อมูลด้านที่พัก โรงแรม	3.49	.930	ปานกลาง	8
9. ข้อมูลของที่ระลึก ของฝาก สินค้าotop พร้อมร้านจำหน่าย	3.41	.925	ปานกลาง	10
10.ค่าใช้จ่ายแหล่งท่องเที่ยว เช่น ค่าเข้าชม เป็นต้น	3.55	.912	มาก	7
รวม	3.61	.693	มาก	

จากตารางที่ 26 พบว่า นักท่องเที่ยว นำข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นำข้อมูลการท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์อยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากและระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.90 - 3.41) ข้อมูลการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนำไปใช้ประโยชน์มากที่สุดคือ ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.90$ ) รองลงมา คือ ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.71$ ) และ ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.67$ ) ข้อมูลที่นำไปใช้ประโยชน์น้อยที่สุด คือ เรื่อง ของที่ระลึก ของฝาก สินค้า otop พร้อมร้านจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.41$ )

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจาก  
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในปัจจุบัน

ข้อมูลที่ได้รับในปัจจุบัน	$\bar{X}$	S.D	ระดับข้อมูลที่ได้รับ	ลำดับ
1. ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว				
1.1 สถานที่ตั้ง	3.52	.800	มาก	1
1.2 ประวัติและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.41	.866	ปานกลาง	3
1.3 เส้นทางและแผนที่การเดินทาง	3.41	.846	ปานกลาง	2
2. ข้อมูลด้านที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น	3.00	.982	ปานกลาง	11
3. ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว เช่น รถไฟ รถยนต์ เรือ	3.11	.879	ปานกลาง	8
4. ข้อมูลด้านร้านอาหาร เครื่องดื่ม	3.12	.964	ปานกลาง	6
5. ค่าใช้จ่ายแหล่งท่องเที่ยว เช่น ค่าเข้าชม เป็นต้น	3.14	.890	ปานกลาง	5
6. ปฏิทิน / กิจกรรมการท่องเที่ยว	3.21	.911	ปานกลาง	4
7. ข้อมูลของที่ระลึก ของฝาก สินค้า otop				
พร้อมร้านจำหน่าย	3.12	1.015	ปานกลาง	7
8. ข้อมูลเพื่อติดต่อขอความช่วยเหลือ/ความปลอดภัย				
8.1 เบอร์โทรศัพท์ของสถานีตำรวจ	3.04	1.068	ปานกลาง	10
8.2 เบอร์โทรศัพท์ของโรงพยาบาล	3.07	.992	ปานกลาง	9
รวม	3.19	.680	ปานกลาง	

จากตารางที่ 27 พบว่า ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.19$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากและระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.52 - 3.00) โดยได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดในเรื่องสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.52$ ) รองลงมา คือ เรื่องเส้นทางและแผนที่การเดินทาง ( $\bar{X} = 3.41$ ) และได้รับข้อมูลในเรื่องประวัติและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.41$ ) ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวน้อยที่สุดในด้านที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท ฯลฯ ( $\bar{X} = 3.00$ )

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในอนาคต

ความต้องการข้อมูลในอนาคต	$\bar{X}$	S.D	ระดับความต้องการ	ลำดับ
1. ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว				
1.1 สถานที่ตั้ง	4.19	.631	มาก	5
1.2 ประวัติและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.22	.662	มาก	3
1.3 เส้นทางและแผนที่การเดินทาง	4.27	.651	มาก	1
2. ข้อมูลด้านที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น	4.03	.828	มาก	10
3. ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว เช่น รถไฟ รถยนต์ เรือ	4.21	.846	มาก	4
4. ข้อมูลด้านร้านอาหาร เครื่องดื่ม	4.13	.749	มาก	6
5. ค่าใช้จ่ายแหล่งท่องเที่ยว เช่น ค่าเข้าชม เป็นต้น	4.08	.806	มาก	8
6. ปฏิทิน / กิจกรรมการท่องเที่ยว	4.26	.763	มาก	2
7. ข้อมูลของที่ระลึก ของฝาก สินค้า otop พร้อมร้านค้า	4.13	.867	มาก	7
8. ข้อมูลเพื่อติดต่อขอความช่วยเหลือ/ความปลอดภัย				
8.1 เบอร์โทรศัพท์ของสถานีตำรวจ	3.97	.832	มาก	11
8.2 เบอร์โทรศัพท์ของโรงพยาบาล	4.04	.819	มาก	9
รวม	4.14	.574	มาก	

จากตารางที่ 28 พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในอนาคต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.19$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความต้องการอยู่ในระดับมากทุกข้อ(ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.27 - 3.97) ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ต้องการมากที่สุดคือ ข้อมูลด้านเส้นทางและแผนที่การเดินทาง ( $\bar{X} = 4.27$ ) รองลงมาต้องการเรื่อง ปฏิทิน กิจกรรมการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.26$ ) ต้องการเรื่องประวัติและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.22$ ) และ ต้องการข้อมูลน้อยที่สุดในเรื่องการขอความช่วยเหลือด้านความปลอดภัย เช่น เบอร์โทรศัพท์ของสถานีตำรวจ ( $\bar{X} = 3.97$ )

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว

1. โดยภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ในระดับปานกลาง
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ควรมีความรู้รับความคิดเห็น

## ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเรื่องความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยว การนำข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์ การได้รับข้อมูลรวมถึงความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว นำมาจำแนกตามระดับความคิดเห็นแต่ละด้าน และนำเสนอในรูปของความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 29 -46

ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละของสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้(ต่อเดือน)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	33	55.0
หญิง	27	45.0
<b>2. อายุ</b>		
ต่ำกว่า 25 ปี	7	11.7
25 - 35 ปี	25	41.7
36 - 45 ปี	17	28.3
46 - 55 ปี	8	13.3
มากกว่า 56 ปี	3	5.0
<b>3. ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	1	1.7
มัธยมศึกษา / ปวช / ปวส	24	40.0
ปริญญาตรี	25	41.7
สูงกว่าปริญญาตรี	10	16.7

ตารางที่ 27 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้(ต่อเดือน)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	7	11.7
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	8.3
พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง	44	73.3
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	2	3.3
อื่น ๆ	2	3.3
5. รายได้(ต่อเดือน)		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	9	15.0
10,001 – 30,000 บาท	17	28.3
30,001 – 50,000 บาท	27	45.0
มากกว่า 50,001 บาท	7	11.7

จากตารางที่ 29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 เป็นเพศหญิง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.3 และผู้ที่มีอายุระหว่าง 46 - 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.3 มีอายุมากกว่า 56 ปี น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.0

นักท่องเที่ยวมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปวช ปวส คิดเป็นร้อยละ 40.0 มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 16.7 และมีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.7

สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่า เป็นพนักงานบริษัท ลูกจ้าง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมา เป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 11.7 เป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 8.3 และมีอาชีพค้าขาย หรือ มีธุรกิจส่วนตัว รวมถึงมีอาชีพอื่น ๆ น้อยที่สุดได้แก่ อาจารย์ ครู คิดเป็นร้อยละ 3.3

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 ถึง 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา มีรายได้ 10,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.3 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.0 และมีรายได้มากกว่า 50,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.7

ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน(จำแนกตามทวีป)

ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
เอเชีย	38	63.33
ยุโรป	14	23.33
อเมริกาเหนือ	5	8.33
ออสเตรเลีย	3	5.00

จากตารางที่ 30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีที่อยู่อาศัยในทวีปเอเชียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.33 โดยเป็นชาวกัมพูชามากที่สุด(Combodia) รองลงมาคือชาวจีน เป็นต้น รองลงมา มีที่อยู่อาศัยในทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 23.33 มีที่อยู่อาศัยในทวีปอเมริกาเหนือ คิดเป็นร้อยละ 8.33 และมีที่อยู่อาศัยในทวีปออสเตรเลียน้อยที่สุด อาทิ ชาวออสเตรเลีย เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละของการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมฯ

การเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมฯ	จำนวน	ร้อยละ
เคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมฯ		
เคย	22	36.7
ไม่เคย	38	63.3
เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีโดย		
รถโดยสาร / รถรับจ้าง	14	23.3
เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว	42	70.0
รถส่วนตัว	4	6.7

จากตารางที่ 31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี คิดเป็นร้อยละ 63.3 เคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี คิดเป็นร้อยละ 36.7 และมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวโดยเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา เดินทางโดยรถโดยสาร รถรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 23.3 และเดินทางโดยรถส่วนตัวน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตารางที่ 32 จำนวนและร้อยละที่กลุ่มตัวอย่างมาท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	2	3.3
แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ หรือ แหล่งเรียนรู้	11	18.3
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เทศกาลประเพณี	15	25.0
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	12	20.0
แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ	20	33.3

จากตารางที่ 32 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ(การกีฬา นันทนาการ หรือ ศูนย์การค้า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา เดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เทศกาลประเพณี คิดเป็นร้อยละ 25.0 เดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 33 จำนวนและร้อยละของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว

สื่อที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุกระจายเสียง	1	1.7
วิทยุโทรทัศน์	8	13.3
อินเทอร์เน็ต	37	61.7
แผนที่ท่องเที่ยว	9	15.0
วารสาร /นิตยสาร / หนังสือพิมพ์	2	3.3
หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว แผ่นพับ เอกสารการท่องเที่ยว	12	20.0
เพื่อน/ญาติ/บุคคลที่รู้จักแนะนำ	18	30.0
อื่น ๆ(ระบุ).....	6	10.0

จากตารางที่ 33 พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมาค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน ญาติ บุคคลที่รู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 30.0 ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว แผ่นพับ เอกสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.0 และค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุกระจายเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 34 จำนวนและร้อยละของปัญหาในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว

ปัญหาในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน	19	31.7
ข้อมูลมีน้อย ไม่เพียงพอกับความต้องการ หาข้อมูลยาก	20	33.3
ต้องการเอกสารการท่องเที่ยวที่แจกฟรีแต่ไม่พบ	11	18.3
ไม่ได้รับความสะดวกจากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	13	21.7
อื่น ๆ (ระบุ).....	4	6.7
	10	16.7

จากตารางที่ 34 พบว่า กลุ่มตัวอย่างพบปัญหาในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดในเรื่องข้อมูลมีน้อย ไม่เพียงพอกับความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ ปัญหาในเรื่อง ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 31.7 ต้องการเอกสารการท่องเที่ยวที่แจกฟรีแต่ไม่พบ คิดเป็นร้อยละ 21.7 และพบปัญหาในเรื่องไม่ได้รับความสะดวกจากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตารางที่ 35 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ประชุม / สัมมนา / ดูงาน	9	15.0
ทัศนศึกษา	25	41.7
พักผ่อน	21	35.0
ร่วมงานศิลปวัฒนธรรม ไหว้พระ	12	20.0
เล่นกีฬา	2	3.3
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	2	3.3
อื่น ๆ (ระบุ)	3	5.0

จากตารางที่ 35 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา เพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 35.0 เพื่อร่วมงานศิลปวัฒนธรรม หรือ ไหว้พระ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีวัตถุประสงค์เพื่อเล่นกีฬาและท่องเที่ยวเชิงเกษตรน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 36 การได้รับหรือไม่ได้รับข้อมูล จำแนกตามสื่อที่เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว

สื่อที่เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว	ไม่ได้รับหรือไม่ได้ใช้		ได้รับหรือได้ใช้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	16	26.7	44	73.3
หนังสือนำเที่ยว แผ่นพับ เอกสารการท่องเที่ยว	34	56.7	26	43.3
สื่อบุคคล (อาทิเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว)	50	83.3	10	16.7
วิทยุ ฯ	53	88.3	7	11.7
โทรทัศน์	49	81.7	11	18.3
แผนที่ท่องเที่ยว	42	70.0	18	30.0
วารสาร / นิตยสาร / หนังสือพิมพ์	48	80.0	12	20.0

จากตารางที่ 36 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับ หรือ ได้ใช้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมา ได้รับหรือได้ใช้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากหนังสือนำเที่ยว แผ่นพับ เอกสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 43.3 ได้รับ หรือ ได้ใช้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากแผนที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 30.0 และได้รับ หรือ ได้ใช้จากวิทยุกระจายเสียงน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.7

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	อินเทอร์เน็ต			
	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ
1. ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.57	.974	มาก	2
2. ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย	3.50	.792	มาก	4
3. ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง	3.41	.693	ปานกลาง	6
4. ข้อมูลที่เป็นตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน	3.66	.861	มาก	1
5. ภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นจริง ชัดเจน น่าสนใจ	3.52	.902	มาก	3
6. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.50	.876	มาก	5
7. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.41	.787	ปานกลาง	7
8. สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว	3.39	.841	ปานกลาง	8
รวม	3.49	.627	ปานกลาง	

จากตารางที่ 37 พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.49$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ 2 ระดับ

คือ ระดับมากและระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.66 - 3.39) มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง ข้อมูลที่เป็นตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน ( $\bar{X} = 3.66$ ) รองลงมาคือ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่ง ท่องเที่ยวต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.57$ ) ภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นจริง ชัดเจน น่าสนใจ ( $\bar{X} = 3.52$ ) และมีความ พึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง การเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.39$ )

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจาก

หนังสือแนะนำเที่ยว / แผ่นพับ / เอกสารการท่องเที่ยว

หนังสือแนะนำเที่ยว / แผ่นพับ / เอกสารการท่องเที่ยว					
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ	
1. ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.48	.935	ปานกลาง	2	
2. ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย	3.59	.844	มาก	1	
3. ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง	3.37	.967	ปานกลาง	6	
4. ขนาดตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย สบายตา	3.41	.694	ปานกลาง	3	
5. ภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นจริง ชัดเจน น่าสนใจ	3.41	.844	ปานกลาง	4	
6. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.41	.844	ปานกลาง	4	
7. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.19	.736	ปานกลาง	7	
รวม	3.41	.663	ปานกลาง		

จากตารางที่ 38 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากหนังสือแนะนำเที่ยว แผ่นพับ เอกสารการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.41$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากและระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.59 - 3.19 โดยมีความพึงพอใจในเรื่องข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย มากที่สุด ( $\bar{X} = 3.59$ ) รองลงมาคือ ให้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.48$ ) ขนาดตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย สบายตา ( $\bar{X} = 3.41$ ) และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ข้อมูลตรงตามความต้องการ ( $\bar{X} = 3.19$ )

ตารางที่ 39 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล (อาทิ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว)

สื่อบุคคล (อาทิเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว)					
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ	
1. บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	3.30	.675	ปานกลาง	1	
2. ได้รับความสะดวก รวดเร็วในกรณีขอข้อมูล	3.30	.675	ปานกลาง	1	
3. เอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.30	.675	ปานกลาง	1	
4. ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้อย่างดี	3.20	.632	ปานกลาง	4	
5. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.10	.738	ปานกลาง	6	
6. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.10	.316	ปานกลาง	5	
รวม	3.22	.509	ปานกลาง		

จากตารางที่ 39 พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล (อาทิ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.22$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.30 – 3.10) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ในเรื่อง การบริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร, การได้รับความสะดวก รวดเร็วในกรณีขอข้อมูล และการเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ ( $\bar{X} = 3.30$ ) และมีความพึงพอใจในเรื่องข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง น้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.10$ )

ตารางที่ 40 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุกระจายเสียง

สื่อวิทยุกระจายเสียง					
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ	
1. ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	2.71	.488	ปานกลาง	6	
2. ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย	2.57	.535	ปานกลาง	7	
3. ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง	2.86	.378	ปานกลาง	2	
4. ข้อมูลที่น่าเสนอน่าสนใจ ชักชวนให้นำท่องเที่ยว	2.86	.378	ปานกลาง	2	
5. ช่วงเวลาออกอากาศมีความเหมาะสม	2.86	.690	ปานกลาง	5	
6. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.00	.577	ปานกลาง	1	
7. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	2.86	.378	ปานกลาง	2	
รวม	2.82	.384	ปานกลาง		

จากตารางที่ 40 พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.82$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.00 - 2.57) โดยมีความพึงพอใจในเรื่อง ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.00$ ) รองลงมาคือ ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง, ข้อมูลที่น่าเสนอน่าสนใจ ชักชวนให้นักท่องเที่ยว และข้อมูลตรงตามความต้องการ ( $\bar{X} = 2.86$ ) และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย ( $\bar{X} = 2.57$ )

ตารางที่ 41 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุโทรทัศน์

สื่อวิทยุโทรทัศน์				
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ
1. ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.36	.809	ปานกลาง	6
2. ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย	3.45	.688	ปานกลาง	3
3. ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง	3.82	.982	มาก	1
4. ข้อมูลที่น่าเสนอน่าสนใจ ชักชวนให้นักท่องเที่ยว	3.36	.809	ปานกลาง	6
5. ช่วงเวลาออกอากาศมีความเหมาะสม	3.73	1.104	มาก	2
6. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.45	.934	ปานกลาง	4
7. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.45	.934	ปานกลาง	4
รวม	3.52	.743	มาก	

จากตารางที่ 41 พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.52$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากและระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.82 - 3.36 มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง ( $\bar{X} = 3.82$ ) รองลงมาคือเรื่อง ช่วงเวลาออกอากาศมีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 3.73$ ) ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย ( $\bar{X} = 3.45$ ) และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และข้อมูลที่น่าเสนอน่าสนใจ ชักชวนให้นักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.36$ )

ตารางที่ 42 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากแผนที่ท่องเที่ยว

แผนที่ท่องเที่ยว				
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ
1. บอกตำแหน่งแหล่งท่องเที่ยวพร้อมพิกัดเพื่อใช้กับ GPS	3.22	.943	ปานกลาง	7
2. เส้นทางในแผนที่ถูกต้องและทันสมัย	3.28	.826	ปานกลาง	6
3. ข้อมูลที่เป็นตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน	3.33	.840	ปานกลาง	4
4. ใช้สัญลักษณ์สากล สะดวกในการค้นหาสถานที่	3.50	.707	มาก	1
5. ระบุรายละเอียดเส้นทางเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	3.44	.784	ปานกลาง	2
6. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.33	.767	ปานกลาง	3
7. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.28	.752	ปานกลาง	5
รวม	3.34	.596	ปานกลาง	

จากตารางที่ 42 พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากแผนที่ท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.34$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากและระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.50 - 3.22 โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องใช้สัญลักษณ์สากล สะดวกในการค้นหาสถานที่ ( $\bar{X} = 3.50$ ) รองลงมาคือเรื่อง การระบุรายละเอียดเส้นทางเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.44$ ) ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ( $\bar{X} = 3.33$ ) และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง การบอกตำแหน่งแหล่งท่องเที่ยวพร้อมพิกัดเพื่อใช้กับ GPS ( $\bar{X} = 3.22$ )

ตารางที่ 43 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจาก  
วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์

วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์					
ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพอใจ	ลำดับ	
1. ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.25	.866	ปานกลาง		6
2. ข้อมูลทันสมัย เข้าใจง่าย	3.25	.452	ปานกลาง		4
3. ข้อมูลถูกต้อง ตามความเป็นจริง	3.25	.622	ปานกลาง		5
4. ขนาดตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย สบายตา	3.67	.778	มาก		1
5. ภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นจริง ชัดเจน น่าสนใจ	3.33	.778	ปานกลาง		3
6. ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	3.50	.674	มาก		2
7. ข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.00	.603	ปานกลาง		7
รวม	3.32	.549	ปานกลาง		

จากตารางที่ 43 พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจาก วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.32$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากและระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.67 - 3.00 โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของขนาดตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย สบายตา ( $\bar{X} = 3.67$ ) รองลงมาคือ ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ( $\bar{X} = 3.50$ ) ภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นจริง ชัดเจน น่าสนใจ ( $\bar{X} = 3.33$ ) และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ข้อมูลตรงตามความต้องการ ( $\bar{X} = 3.00$ )

ตารางที่ 44 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการนำข้อมูลการท่องเที่ยวจาก  
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์

การนำข้อมูลการท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์	$\bar{X}$	S.D	ระดับการนำไปใช้	ลำดับ
1. ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยว	3.87	.747	มาก	1
2. ข้อมูลสถานที่ต่าง ๆ เพื่อการติดต่อ/ ขอข้อมูลเพิ่มเติม	3.47	.747	ปานกลาง	8
3. ปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยว / เทศกาลงานประเพณี	3.48	.770	ปานกลาง	6
4. ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ	3.67	.816	มาก	3
5. ข้อมูลการปฏิบัติตัวในการท่องเที่ยว	3.50	.770	มาก	5
6. ข้อมูลด้านร้านอาหาร	3.47	.623	ปานกลาง	7
7. ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว	3.52	.911	มาก	4
8. ข้อมูลด้านที่พัก โรงแรม	3.67	.655	มาก	2
9. ข้อมูลของที่ระลึก ของฝาก สินค้าotop พร้อมร้านจำหน่าย	3.30	.889	ปานกลาง	10
10.ค่าใช้จ่ายแหล่งท่องเที่ยว เช่น ค่าเข้าชม เป็นต้น	3.38	.761	ปานกลาง	9
รวม	3.53	.579	มาก	

จากตารางที่ 44 พบว่า นักท่องเที่ยวนำข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.53$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นำข้อมูลการท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์อยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากและระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.87-3.30 ข้อมูลการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนำไปใช้ประโยชน์มากที่สุดคือ ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.87$ ) รองลงมา คือ ข้อมูลด้านที่พัก โรงแรม ( $\bar{X} = 3.67$ ) และข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ( $\bar{X} = 3.67$ ) และนำข้อมูลเรื่อง ของที่ระลึกของฝาก สินค้า otop พร้อมร้านจำหน่าย ไปใช้ประโยชน์น้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.30$ )

ตารางที่ 45 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจาก  
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในปัจจุบัน

ข้อมูลที่ได้รับในปัจจุบัน	$\bar{X}$	S.D	ระดับข้อมูลที่ได้รับ	ลำดับ
1. ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว				
1.1 สถานที่ตั้ง	3.07	.778	ปานกลาง	1
1.2 ประวัติและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.07	.880	ปานกลาง	2
1.3 เส้นทางและแผนที่การเดินทาง	2.92	.962	ปานกลาง	4
2. ข้อมูลด้านที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น	2.78	.993	ปานกลาง	6
3. ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว เช่น รถไฟ รถยนต์ เรือ	2.85	.971	ปานกลาง	5
4. ข้อมูลด้านร้านอาหาร เครื่องดื่ม	2.95	.999	ปานกลาง	3
5. ค่าใช้จ่ายแหล่งท่องเที่ยว เช่น ค่าเข้าชม เป็นต้น	2.65	1.022	ปานกลาง	7
6. ปฏิทิน / กิจกรรมการท่องเที่ยว	2.57	.789	ปานกลาง	9
7. ข้อมูลของที่ระลึก ของฝาก สินค้า otop พร้อมร้านจำหน่าย	2.52	.873	ปานกลาง	10
8. ข้อมูลเพื่อติดต่อขอความช่วยเหลือ/ความปลอดภัย				
8.1 เบอร์โทรศัพท์ของสถานีตำรวจ	2.62	.846	ปานกลาง	8
8.2 เบอร์โทรศัพท์ของโรงพยาบาล	2.42	.907	น้อย	11
รวม	2.76	.643	ปานกลาง	

จากตารางที่ 45 พบว่า ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.76$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับปานกลางและระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.07- 2.42) โดยได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดในเรื่องสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.07$ ) รองลงมา ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวในเรื่องประวัติและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.07$ ) ข้อมูลด้านร้านอาหาร เครื่องดื่ม ( $\bar{X} = 2.95$ ) และได้รับข้อมูลน้อยที่สุดในด้านข้อมูลเพื่อการติดต่อขอความช่วยเหลือ เช่น เบอร์โทรศัพท์ของโรงพยาบาล ( $\bar{X} = 2.42$ )

ตารางที่ 46 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในอนาคต

ความต้องการข้อมูลในอนาคต	$\bar{X}$	S.D	ระดับความต้องการ	ลำดับ
1. ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว				
1.1 สถานที่ตั้ง	3.90	.877	มาก	3
1.2 ประวัติและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.00	.864	มาก	1
1.3 เส้นทางและแผนที่การเดินทาง	3.97	.938	มาก	2
2. ข้อมูลด้านที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น	3.85	.971	มาก	5
3. ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว เช่น รถไฟ รถยนต์ เรือ	3.78	1.106	มาก	8
4. ข้อมูลด้านร้านอาหาร เครื่องดื่ม	3.65	1.087	มาก	9
5. ค่าใช้จ่ายแหล่งท่องเที่ยว เช่น ค่าเข้าชม เป็นต้น	3.63	1.057	มาก	10
6. ปฏิทิน / กิจกรรมการท่องเที่ยว	3.83	.960	มาก	6
7. ข้อมูลของที่ระลึก ของฝาก สินค้า otop พร้อมร้านจำหน่าย	3.32	1.000	ปานกลาง	11
8. ข้อมูลเพื่อติดต่อขอความช่วยเหลือ/ความปลอดภัย				
8.1 เบอร์โทรศัพท์ของสถานีตำรวจ	3.78	.825	มาก	7
8.2 เบอร์โทรศัพท์ของโรงพยาบาล	3.88	.885	มาก	4
รวม	3.78	.624	มาก	

จากตารางที่ 46 พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในอนาคต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความต้องการอยู่ 2 ระดับ คือ ระดับมากและระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.00 - 3.32 ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ต้องการมากที่สุดคือเรื่อง ประวัติและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.00$ ) รองลงมา ต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวในเรื่องเส้นทางและแผนที่การเดินทาง ( $\bar{X} = 3.97$ ) สถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.90$ ) และต้องการข้อมูลในเรื่องของที่ระลึก ของฝาก สินค้า otop พร้อมร้านจำหน่าย น้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.32$ )

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว

1. โดยภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ในระดับปานกลาง
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ควรมีความรู้ความเข้าใจ

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

เป็นการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ (In-depth interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยกำหนดข้อมูลเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข้อมูลการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยว

ประเด็นที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

**ประเด็นที่ 1 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข้อมูลการท่องเที่ยว จากการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยว**

เป็นการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

#### สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับและนำไปใช้ประโยชน์

1. สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งตีพิมพ์ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับและนำไปใช้ประโยชน์คือ แผ่นพับ ที่จัดทำโดยแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ และให้ข้อมูลการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นอย่างเดียว มีนักท่องเที่ยวเป็นส่วนน้อยที่เคยได้รับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งตีพิมพ์ที่จัดทำโดยสำนักงานการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมฯ

2. สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ (ออนไลน์) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับและนำไปใช้ประโยชน์มากที่สุด มีทั้งข้อมูลการท่องเที่ยวที่จัดทำโดย สำนักงานจังหวัดปทุมธานี (pathumthani@moi.go.th) และที่จัดทำโดยแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ นอกจากนี้เป็นข้อมูลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่จัดทำโดยบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเรื่องของสถานที่ตั้งประวัติ สิ่งที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ และเส้นทางการเดินทาง

#### การใช้ประโยชน์จากข้อมูลการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวนำข้อมูลการท่องเที่ยวไปใช้ เพื่อประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. ได้ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวก่อนการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เป็นข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ ที่น่าสนใจและมีประโยชน์ ซึ่งช่วยให้เข้าใจ หรือ ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้นก่อนได้ไปเห็นของจริง และทำให้ได้รู้ ได้เห็น ในแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เคยรู้ ไม่เคยเห็น

2. ได้ทราบเส้นทางการเดินทาง ช่วยให้การเดินทางท่องเที่ยวสะดวกยิ่งขึ้น

3. นักท่องเที่ยวบางท่านมาจากต่างจังหวัด และต้องการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในวันเดียวจึงต้องการท่องเที่ยวท่องเที่ยวให้มากที่สุดในเวลาอันจำกัด ข้อมูลการท่องเที่ยวจึงมีประโยชน์นำมาใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวได้เนื่องจากจะทำให้ได้ทราบว่าแหล่งท่องเที่ยวใดบ้าง ควรใช้เส้นทางเดินทางอย่างไร

### ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ที่นำมาใช้ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว โดยมีเหตุผลดังนี้

1. สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ พึงพอใจ และค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจาก

1.1 ค้นหาข้อมูลได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ข้อมูลเยอะ

1.2 สามารถค้นหาข้อมูลได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา ได้ข้อมูลทันทีในเวลาที่ต้องการ

ข้อจำกัด คือ ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบันและมีข้อมูลน้อยเกินไป

2. สื่อวิทยุโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ผู้ฟังคือนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เป็นประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่า รวมถึงนักศึกษาต่างชาติที่มาเรียนในจังหวัดนี้ พึงพอใจเนื่องจาก

2.1 เข้าถึงง่าย

2.2 ได้ฟังเสียงและเห็นภาพบรรยากาศ

ข้อจำกัด คือ เมื่อเวลาที่ชมแหล่งท่องเที่ยวในรายการต่าง ๆ ก็อยากจะไปเที่ยว แต่ขณะนั้นไม่สามารถจะไปได้ หลังจากนั้นก็มี เมื่อมีเวลาจะไปท่องเที่ยวจริง ๆ นี้ก็ไม้ออกว่ามีแหล่งท่องเที่ยวที่ใดบ้างของจังหวัดปทุมฯ

3. เอกสารการท่องเที่ยว แผ่นพับ นักท่องเที่ยวพึงพอใจเนื่องจาก

3.1 ได้ข้อมูลและภาพประกอบที่กระชับ ชัดเจน

3.2 แผ่นพับขนาดกะทัดรัด ใช้ได้สะดวก สามารถพกพาได้ง่าย นำไปอ่านที่ใดก็ได้

3.3 มีเนื้อหาและภาพประกอบที่สวยงาม เข้าใจง่าย เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจทำให้

อยากไปเห็นสถานที่จริง

ข้อจำกัด คือ แผ่นพับส่วนใหญ่เป็นแผ่นพับของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว และเป็นแผ่นพับที่แจกหน้าแหล่งเที่ยวนั้นโดยตรง เพื่อแนะนำการท่องเที่ยวในแหล่งเที่ยวนั้น ๆ ส่วนแผ่นพับแนะนำการท่องเที่ยวโดยรวมไม่ทราบจะขอรับได้ที่ไหน อย่างไร

4. วารสาร/นิตยสาร

นักท่องเที่ยวพึงพอใจเนื่องจาก ได้ทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวอย่างละเอียด สามารถอ่าน

เข้าใจ และได้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ดีขึ้น

ข้อจำกัด คือ อ่านแล้วก็ชอบ อยากไปเที่ยว แต่ยังไม่มีการจะไปเที่ยวในตอนนั้น พอมีเวลาจะไปเที่ยว หรือ วางแผนการท่องเที่ยว ก็หาเอกสารไม่เจอ หรือ เอกสารหายไปแล้ว

### ความพึงพอใจในเรื่อง หรือ สิ่งประทับใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

นักท่องเที่ยว มีความประทับใจในการมาเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ในเรื่อง

1. รถไม่ติด เดินทางสะดวก ใกล้กรุงเทพฯ
2. อาหารไม่แพง
3. ความเป็นธรรมชาติ และวิถีชีวิตที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ
4. ความสงบ และน่าอยู่ อากาศดี
5. แหล่งท่องเที่ยวด้านวิทยาศาสตร์น่าสนใจและมีมาก
6. เป็นถิ่นของดอกบัว

### ปัญหาและอุปสรรคในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลการท่องเที่ยว จากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

1. ด้านสื่อประชาสัมพันธ์
  - 1.1 สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีน้อย ไม่เพียงพอต่อความต้องการ
  - 1.2 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากการค้นหาข้อมูลด้วยสื่ออินเทอร์เน็ตและจากคนรู้จักบอกต่อ ๆ กัน นักท่องเที่ยวบางคนไม่ได้รับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งพิมพ์
  - 1.3 ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ค้นหาจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีไม่มากนัก ข้อมูลส่วนใหญ่ซ้ำ ๆ กัน ข้อมูลบางอย่างไม่ชัดเจน ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวไม่เป็นปัจจุบันและมีน้อย ข้อมูลที่ค้นหาได้เป็นข้อมูลในเรื่องของประวัติและที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลอื่น ๆ ไม่ค่อยมี เช่น การเตรียมตัวก่อนการเดินทาง เป็นต้น
  - 1.4 ข้อมูลการท่องเที่ยวจากตู้อัจฉริยะ นักท่องเที่ยวไม่สามารถค้นหาข้อมูลได้เนื่องจากโปรแกรม หรือ ระบบขัดข้อง
2. ด้านการประชาสัมพันธ์
  - 2.1 การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในวงกว้าง โดยเฉพาะทางสื่อมวลชน เช่น ทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ (ยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวของเอกชน เช่น สวนสนุกดิเอ็มวีลด์ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค เป็นต้น) ทำให้การท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานียังไม่เป็นที่รู้จัก

ของประชาชนทั่วไป

2.2 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว หรือ แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ น้อยเกินไป ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์ งานประเพณีของคนพื้นถิ่น เช่น ประเพณีแข่งเรือ ตักบาตรพระร้อย ฯลฯ หรือ ช่วงรณรงค์การท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบเวลาที่จัดเทศกาล งานประเพณี จึงไม่ได้ไปท่องเที่ยวในช่วงเวลานั้น

### 3. ด้านแหล่งท่องเที่ยว

3.1 ความสับสนในชื่อแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากชื่อแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งคล้ายกัน หรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดียวกัน ทำให้นักท่องเที่ยวสับสน เกิดการเข้าใจผิด เมื่อเดินทางไปถึง แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ แล้วจึงพบว่าไม่ตรงกับแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการจะไป ถึงแม้จะมีป้ายบอกทาง อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการด้านวิทยาศาสตร์เหมือนกัน เช่น ระหว่างศูนย์วิทยาศาสตร์ รังสิต สวทช ม.ธรรมศาสตร์ และพิพิธภัณฑ์ วิทยาศาสตร์(อพวช) หรือ แหล่งท่องเที่ยวในละแวก เดียวกันเช่น ระหว่างหอดูดาวหอดูดาว และหออัครศิลปิน เป็นต้น

3.2 แหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง เมื่อไปเยี่ยมชม ไม่พบข้อมูลอธิบายเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น ณ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นประวัติ สิ่งที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยว เส้นทาง การเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อีกทั้งไม่มีจุดให้สอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว รวมถึงความไม่พร้อมของแหล่งท่องเที่ยว อาทิ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัดต้องบูรณะ ซ่อมแซม และ ความไม่พร้อมในสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนนชำรุด ห้องน้ำไม่เพียงพอ ไม่สะอาด เป็นต้น

### 4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวนำเสนอปัญหา อุปสรรคในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดปทุมฯ ดังนี้

4.1 ร้านอาหาร / แหล่งอาหารมีขนาดเล็ก และมีไม่เพียงพอที่จะรองรับหากนักท่องเที่ยว มาเป็นจำนวนมาก ที่มีขณะนี้คือที่ศรีมเว็ลด์ที่พอจะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ได้

4.2 การเดินทางไม่สะดวก เนื่องจากไม่มีรถประจำทางถึงแหล่งท่องเที่ยว

4.3 ค่าใช้จ่ายสูงในบางแหล่งท่องเที่ยว

4.4 ป้ายบอกทางแหล่งเที่ยวน้อย และไม่ชัดเจน (บางแห่งป้ายบอกทางเล็กเกินไป / บางแห่งไม่มีป้ายบอกทาง)

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นำเสนอปัญหาเพิ่มเติมดังนี้

1. ไม่ทราบว่า จะหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากที่ใด หรือจากใคร

2. สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เป็นภาษาอังกฤษมีน้อยมาก ไม่ว่าจะเป็นแผ่นพับ หรือ อื่น ๆ และไม่เพียงพอต่อความต้องการ

3. ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นภาษาอังกฤษมีน้อย ไม่เพียงพอต่อความต้องการ
4. ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่ตรงกับความต้องการ และควรปรับปรุงให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นปัจจุบัน ถูกต้องและตรงกับความป็นจริง

นอกจากนี้ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มากับบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่ไม่เคยเห็น หรือ ไม่ได้ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

#### 4. ความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ต้องการข้อมูลในเรื่อง

- 4.1 ป้ายบอกทาง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ห่างจากถนนหลัก ป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นอย่างมาก
- 4.2 แผนที่การเดินทางและพิกัด GPS เพราะจะทำให้ง่ายต่อการเดินทาง
- 4.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ประเพณีและวัฒนธรรม รวมถึงวัน เวลาที่จัดกิจกรรมนั้น ๆ
- 4.4 แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น การจัดสวนเกษตร
- 4.5 แหล่งร้านอาหาร ร้านอาหารที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว

สิ่งที่น่าสนใจ หรือ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคิดว่าสามารถนำมาช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี มีดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดเจติยหอย วัดจันทร์กระพ้อ วัดหงส์ปทุมาวาส แต่สถานที่ควรต้องปรับปรุง รวมถึงวัดพระธรรมกาย วัดปัญญาบันฑิตาราม ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวพุทธ เยาวชนและเด็ก ควรได้เรียนรู้และปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้น
2. สามโคกและตุ่มสามโคก
3. ดรีมเวิลด์ เนื่องจากเป็นสวนสนุกขนาดใหญ่ที่มีในเมืองไทย
4. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ ที่มีอยู่มาก น่าสนใจ สถานที่กว้างขวาง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดี
5. ร้านอาหารที่อร่อย และมีชื่อเสียง โดยการแนะนำเป็นแหล่งท่องเที่ยวไปด้วย ได้แก่ ตลาดวัดมะขาม ตลาดร้อยปีระแหง เป็นต้น
6. ประเพณีต่าง ๆ เช่น ตักบาตรพระร้อย การแข่งขันเรือยาว เป็นต้น
7. กว๊านเตี้ยเรือรังสิต แบบดั้งเดิม และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพราะคนจังหวัดอื่น ๆ ต้องการมาทานกัวยเตี้ยเรือรังสิต แต่พอมมาถึงได้ทานแต่กัวยเตี้ยธรรมดา ซึ่งที่ไหนก็มี

## 8. บัวและผลิตภัณฑ์จากบัว

### 6. ประเด็นที่ควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย นำเสนอประเด็นที่ควรปรับปรุง ดังนี้

6.1 ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน โดยเฉพาะป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวควรบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจนและละเอียดมากกว่านี้ เนื่องจากบางแห่งป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวเล็กเกินไป บางแห่งไม่มีป้ายบอกทาง บางแห่งมีป้ายบอกทางแต่ติดป้ายห่างจากแหล่งท่องเที่ยวมากเกินไป

6.2 ควรประชาสัมพันธ์ที่ตั้งของสำนักงานประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก อาจเป็นเบอร์โทรศัพท์ หรือ ที่อยู่ของสำนักงาน หรือ ชื่อเว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์ในสถานที่ที่เห็นได้ชัดเจนเพื่อนักท่องเที่ยวที่ต้องการข้อมูล จะได้ติดต่อได้สะดวก

6.3 อาจฝากสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีไว้ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือ วางไว้ ณ ศูนย์การค้า หรือ ห้างสรรพสินค้า

6.4 สื่อประชาสัมพันธ์น่าจะมีมากกว่านี้ ไม่ว่าจะเป็นทางโทรทัศน์ วารสาร หรือ อินเทอร์เน็ต

6.5 ควรปรับปรุงข้อมูลในสื่ออินเทอร์เน็ตให้เป็นปัจจุบัน และให้สืบค้นได้ง่ายพอ

6.6 ควรทำปฏิทินการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีแจก

6.7 เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นและควรประชาสัมพันธ์ล่วงหน้านาน ๆ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จังหวัดฯ หรือ แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จัดขึ้น

### 7. ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

7.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยว ควรปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมที่จะเป็นสถานที่ที่น่าเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการซ่อมแซมโบสถ์ วิหาร(ให้ใกล้เคียงของเดิม) สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ถนน ป้ายบอกทาง ที่จอดรถ เป็นต้น

7.2 ด้านการประชาสัมพันธ์

7.2.1 ควรทำการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงรุก เพื่อสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

7.2.2 ขาดจุดขายในการกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค ดังนั้น ควรหาจุดเด่นเพื่อนำมาทำเป็นจุดขาย

7.2.3 ควรมีการให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ไปยังสื่อมวลชน ช่วยประชาสัมพันธ์ให้ เช่น TV. เช่น ช่วงมีกิจกรรม งานประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

7.2.4 ควรมีจุดศูนย์กลาง หรือ สถานที่ที่เป็นศูนย์รวมเอกสาร ข้อมูลการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวสามารถขอ หรือ รับเอกสาร ข้อมูลการท่องเที่ยว ได้อย่างสะดวก

7.2.5 ควรประชาสัมพันธ์สิ่งที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากกว่าจะนำเสนอเพียงข้อมูลที่ตั้งและประวัติของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อาทิเช่น ที่วัดเจติยหอยมีภูมิปัญญาชาวบ้านในเรื่องของการอบสมุนไพร การนวดสมุนไพร เป็นต้น จึงน่าจะนำข้อมูลนี้มาเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ

7.2.6 ภาครัฐ ควรมีประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้มากกว่านี้ และมีรายละเอียดมากกว่านี้

7.2.7 ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพิ่มสื่อต่าง ๆ และต้องประชาสัมพันธ์บ่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วงปิดเทอมสำหรับนักเรียน และเด็กจะดีมาก

7.2.8 ควรมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวระหว่างทางเพื่อบอกให้ทุกคนทราบ และเมื่อถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นควรติดป้ายหน้าสถานที่นั้น ๆ ให้สะดุดตาผู้คน

7.2.9 ควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางสื่ออินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยผ่านทาง Face Book , Twitter เป็นต้น

7.2.10 ควรประชาสัมพันธ์เทศกาลงานต่าง ๆ ตามจุดที่ประชาชนเห็นได้ชัด สื่อที่ใช้ อาจเป็นป้ายขนาดใหญ่ เว็บไซต์จังหวัด แผ่นปลิว หรือรถประกาศเชิญชวน

7.2.11 ควรระบุแหล่งท่องเที่ยว หรือ กิจกรรม หรือ งานประเพณีที่ต้องการทำการประชาสัมพันธ์ลงในแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ ททท. ประจำปี

## ประเด็นที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

เป็นการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรประเภทผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี สรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

### 1. การมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

#### 1.1 การมีส่วนร่วมในด้านการบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จะมีการบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานีในลักษณะหน่วยงานใครหน่วยงานมัน โดยแต่ละหน่วยงานจะมีการวางแผนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและการจัดการประชาสัมพันธ์เฉพาะแหล่งท่องเที่ยวของหน่วยงาน

นอกจากนี้ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง มีส่วนร่วมในบริหารจัดการการ ประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมฯ กับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดปทุมธานี ดังนี้

- 1.1.1 ร่วมวางแผนประชาสัมพันธ์ และร่วมวางแผนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 1.1.2 ร่วมสัมมนา แสดงความคิดเห็นและร่วมกิจกรรมสัญจรกับหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมฯ
- 1.1.3 แลกเปลี่ยน เสนอความคิดเห็นในการวางแผนและจัดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

## 1.2 การมีส่วนร่วมในด้านการกำหนดนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี"

สำหรับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดปทุมธานี และสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดปทุมธานี มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี โดยกำหนดนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด โดยพิจารณา จากปัจจัยสภาพแวดล้อม เน้นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เนื่องจากจังหวัด ปทุมธานีมีวัดเป็นจำนวนมาก

## 1.3 การมีส่วนร่วมในด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

- 1.3.1 แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ดังนี้
  - 1.3.1.1 จัดส่งเอกสารประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ ของจังหวัดนำไปเผยแพร่ให้
  - 1.3.1.2 ส่งเสริม สนับสนุนและให้ความร่วมมือในการเป็นเครือข่ายการ ประชาสัมพันธ์
  - 1.3.1.3 จัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และการ ประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีออนไลน์ รวมถึงการส่งหนังสือเชิญและแผ่นพับไปยังกลุ่มเป้าหมาย(สถานศึกษาที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย)ให้มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
- 1.3.2 สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี ดำเนินการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

## 2. ลักษณะการจัดทำและเผยแพร่การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

### 2.1 การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว พบว่าแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เฉพาะของตนเอง เพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน และดำเนินการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของตนเองโดยตรง เป็นลักษณะต่างคนต่างทำ โดยมีจุดมุ่งหมายให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ได้ทราบกิจกรรมหรือสิ่งที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ดังนี้

2.1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ ส่วนใหญ่จะมีสื่อสิ่งพิมพ์ที่สำคัญคือ แผ่นพับแจกให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยตรง และมีบุคลากรของแหล่งท่องเที่ยวนั้น เช่น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นผู้บุคคลที่สำคัญทำหน้าที่ในการนำชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ และประทับใจ นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยวิธีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Facebook เป็นต้น รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ ที่เป็นของหน่วยงาน หรือของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ หากเป็นช่วงเวลาแหล่งท่องเที่ยวจะจัดกิจกรรมในวาระพิเศษ เช่น วันวิทยาศาสตร์ วันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น ก็จะจัดส่งข้อมูลการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เช่น สถานศึกษาต่าง ๆ ซึ่งสถานศึกษาจะนำนักเรียน นักศึกษามาทัศนศึกษา แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้บางแห่ง โดยเฉพาะองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ(อพวช) ที่มีสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ วารสาร ปฏิทินพกพา สื่อมวลชนอื่น ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ด้วยการเป็นเจ้าของรายการวิทยาศาสตร์ และสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ อพวช. ผลิตเองและสื่อวิทยุอื่น ๆ ที่เผยแพร่ข่าว อพวช. รวมถึงทาง FM97 Mhz, AM819 Mhz

2.1.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่ไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ของต่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้จากการบอกเล่าแบบปากต่อปาก เช่น วัดเจดีย์หอย วัดหงส์ปทุมมาวาส

2.1.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของเอกชน จึงสามารถจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณาได้ในสื่อมวลชนที่หลากหลายกว่า เช่น สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2.2 การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำโดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดปทุมธานี เป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจต่าง ๆ ของจังหวัดปทุมธานี เป็นการประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมภายในจังหวัด ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ หนังสือแนะนำเที่ยว ซีดี-รอม และการประชาสัมพันธ์บนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เช่น เว็บไซต์สำนักงานจังหวัดปทุมธานี [http://123.242.173.131/pathumthani\\_integration/pathumthani\\_travel/](http://123.242.173.131/pathumthani_integration/pathumthani_travel/)) ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวในเชิงรุก (เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวล่วงหน้า เพื่อชักจูงใจ / โฆษณานักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว)

นอกจากนี้ยังมีจุดให้บริการท่องเที่ยว(ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว) ที่ศาลากลางจังหวัดหลังเก่า และหลังใหม่ และที่ตลาดน้ำรังสิต รวมถึงมีตู้อัจฉริยะ\* วางในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ

2.3 การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำโดยบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ บนสื่ออิเล็กทรอนิกส์

2.4 การประชาสัมพันธ์โดยสื่อมวลชนทางวิทยุกระจายเสียง โดยเฉพาะวิทยุชุมชน จะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวในรายการต่าง ๆ หรือ ให้ข้อมูลแทรกไปในรายการ ซึ่งนักจัดรายการวิทยุฯ ส่วนใหญ่จะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ แก่ผู้ฟัง ด้วยวิธีการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เช่น ข้อมูลจะนำมาจากเว็บไซต์ หรือ แผ่นพับที่ได้จากการไปรับด้วยตนเองที่แหล่งท่องเที่ยวนั้น

2.5 การประชาสัมพันธ์โดยสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี โดยประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ในรายการที่ไม่มีค่าใช้จ่าย เช่น ที่ผ่านมา มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในรายการตลาดสดสนามเป้า ตีอ้วนชวนทิว ชิงร้อยชิงล้าน เป็นต้น และใช้เว็บไซต์ของจังหวัดฯ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อมวลชนอื่น ๆ ให้ช่วยประชาสัมพันธ์ต่อไป นอกจากนี้ป้ายคัทเอ้าท์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจัดวางไว้ตามถนนต่าง ๆ ในตำแหน่งที่ประชาชนสัญจรไปมาได้เห็น เช่น ตรงข้ามศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค โดยให้อบต.เป็นผู้ดูแล

นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง เช่น หออัครศิลปิน มีความร่วมมือกับวิทยุชุมชน Fm 100.85 Mhz เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

## 2. แผนงาน หรือ โครงการของหน่วยงาน ที่รองรับกับ "การประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี"

2.1 สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี มีแผนงาน หรือ โครงการ ดังนี้

2.1.1 มีโครงการประชาสัมพันธ์สนับสนุนการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

2.1.2 จัดกิจกรรมให้ความรู้เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.1.3 ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของจังหวัดปทุมธานีและแนะนำแหล่งท่องเที่ยวตามแผนงานและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด

2.2 สำหรับประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ปัจจุบันแต่ละหน่วยงานยังทำงานในลักษณะหน่วยงานใครหน่วยงานมัน ไม่ได้บูรณาการร่วมกัน ซึ่งแต่ละหน่วยงานก็มีแผนงาน

---

\* ตู้อัจฉริยะ เป็นตู้อิเล็กทรอนิกส์ที่มีคอมพิวเตอร์แบบอินดัสเตียล (Industrial Kiosk Enclosure) ใช้เพื่อค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว และสอบถามเส้นทางฯ ไปยังแหล่งท่องเที่ยว

โครงการที่แตกต่าง ไม่สอดคล้องกัน โดยที่หน่วยงานหลัก เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวของจังหวัด หรือ ประชาสัมพันธ์จังหวัดไม่ได้สนับสนุน หรือมีส่วนร่วมเท่าที่ควร อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านบุคลากรและงบประมาณ

อย่างไรก็ตาม ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง มีส่วนร่วมวางแผนและโครงการดังนี้

2.2.1 ร่วมวางแผนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในชุมชน

2.2.2 ประสานความร่วมมือกับการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี และเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดียวกัน

2.2.3 มีโครงการและจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและเหมาะสมกับช่วงเวลาที่จัดกิจกรรม รวมถึงจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ อาทิ กิจกรรมในวันสำคัญต่าง ๆ เช่น งานวันเด็ก งานศิลปะกับศิลปินแห่งชาติ สัปดาห์วิทยาศาสตร์ กิจกรรมภาคฤดูร้อน เป็นต้น

2.3 หน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิ โรงแรม บริษัทนำเที่ยว ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ด้านที่พัก โดยนำแผนงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานโรงแรมให้มีความพร้อมในการรองรับนโยบายของจังหวัด เช่น เตรียมห้องพัก อาหาร

### 3. ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบาย แผนงานหรือโครงการต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

3.1 ด้านการบริหารจัดการงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

3.1.1 สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี เนื่องจากไม่มีงบประมาณสนับสนุน จึงดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและช่องทางการสื่อสารที่มีการติดต่อกันอยู่ด้วยความสัมพันธ์แบบส่วนตัว ช่วยเหลือกันโดยไม่เน้นค่าตอบแทน แต่ไม่สามารถเพิ่มศักยภาพ หรือ ช่องทางการสื่อสารให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

3.1.2 แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ขาดงบประมาณสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ทำให้ไม่สามารถแก้ไข หรือดำเนินการได้ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ

3.1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในจังหวัดฯ ขาดความเชื่อมโยงในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

3.2 ด้านแหล่งท่องเที่ยว

3.2.1 จุดขายของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เด่นพอ และสภาพแวดล้อมยังไม่พร้อม

3.2.2 ชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความร่วมมือ ขาดการสนับสนุนในการดูแล รักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีผลให้ขาดความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว

3.2.3 การติดยึดในการถือครองกรรมสิทธิ์ของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้แหล่ง

ท่องเที่ยว ไม่เปิดกว้าง

3.2.4 สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ไม่ถูกสุขลักษณะ มีจำนวนน้อย

3.2.5 นักท่องเที่ยวขาดความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากรถประจำทาง รถโดยสารมีจำนวนจำกัดในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งต่อรถหลายครั้ง เช่น การเดินทางไปยังพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ธรณีวิทยาเฉลิมพระเกียรติฯ ตำบลคลองห้า เป็นต้น

3.3 วิธีการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ วัดที่มีความเก่าแก่ดั้งเดิม อาชีพดั้งเดิมของชาวปทุมฯ รวมถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวปทุมฯ เป็นต้น

#### 4. กิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวควรเป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบไป - กลับได้ โดยไม่ต้องค้างแรม รองลงมา ให้ความเห็นว่าอาจเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน สำหรับคนต่างจังหวัด

ในเรื่องรูปแบบของการนำเที่ยว ส่วนใหญ่เห็นว่าควรจัดในรูปแบบของนำเที่ยวเพื่อการศึกษา รองลงมาเป็นการนำเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นและศิลปะของชาวจังหวัดปทุมฯ

#### 5. สินค้า ของที่ระลึก อาหาร หรือแหล่งท่องเที่ยว

ในความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี นำเสนอสิ่งที่คิดว่าสามารถนำมาช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ดังนี้

- 5.1 สินค้า ของฝาก ของที่ระลึก ได้แก่ ตุ๊กตาหรือชุดจิ๊กซอว์ไดโนเสาร์ แจกันผ้าไหม
- 5.2 อาหาร ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยวเรือ
- 5.3 กิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กาชาดจังหวัด ตลาดน้ำเมืองปทุมฯ การแข่งเรือ
- 5.4 พืชผลทางการเกษตร ได้แก่ ข้าว ดอกบัวและผลไม้ แหล่งไม้ดอกไม้ประดับ
- 5.5 งานเทศกาล งานประเพณี ได้แก่ แข่งเรือยาว ลอยกระทง เปิงสภกราบต์
- 5.6 อื่น ๆ ได้แก่ วิถีชีวิตพื้นบ้าน

#### 6. ความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

6.1 ยังไม่ประสบความสำเร็จ

โดยผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี ที่คิดว่าไม่ประสบความสำเร็จ ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

6.1.1 เนื่องจากยังไม่สามารถบูรณาการการบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์อย่าง

จริงจังเหมาะสมกับงบประมาณที่ได้รับ

6.1.2 หน่วยงานของรัฐให้ความสำคัญน้อย

6.1.3 การอำนวยความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ครอบคลุมไม่ทั่วถึง เช่น ไม่มีรถโดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง

6.1.4 การประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวไม่ต่อเนื่อง

6.1.5 กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวไม่เด่นพอ ไม่มีเสน่ห์ ขาดแรงดึงดูดใจ

นักท่องเที่ยวให้อยากมาเที่ยว

6.1.6 ไม่มีจุดเด่น สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

6.1.7 ขาดการประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนจากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งรัฐบาลและเอกชน  
ตัวชี้วัดการไม่ประสบความสำเร็จ

- แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นักท่องเที่ยวยังมาเที่ยวน้อยกว่าที่คาดการณ์

- คนทั่วไปยังไม่ทราบว่าจังหวัดปทุมธานีมีสัญลักษณ์ หรือจุดเด่นของการท่องเที่ยวในเรื่องใด ดังนั้น ถ้าคิดจะเที่ยวใกล้ ๆ กรุงเทพฯ ก็จะไม่คิดถึงจังหวัดปทุมธานี

6.2 ประสบความสำเร็จ

โดยผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี เห็นว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

6.2.1 การที่จังหวัดปทุมธานีมีอารยธรรมเก่าแก่และมีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวมอญ สามารถนำเสนอแก่ผู้มาเยือนได้

6.2.2 การที่จังหวัดปทุมธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท สามารถทำ  
ความร่วมมือโครงการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เชื่อมโยงกันได้ง่าย เป็นจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยว  
ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น กลุ่มเป้าหมายหลากหลายขึ้น

- การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว และช่วยเผยแพร่ต่อ ๆ กัน

ไปแบบปากต่อปาก

7. สิ่งที่ต้องปรับปรุงในการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

ควรปรับปรุงในด้าน

7.1 การประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและชูประเด็นที่แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยวมีความกระตือรือร้นต้องการมาเที่ยว

7.2 สนับสนุนงบประมาณและจัดทำความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มาก

ขึ้น โดยการจัดตั้งเครือข่าย จัดอบรม ทักษะศึกษาและทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ

7.3 ควรเพิ่มการสร้างเครือข่ายให้ครบวงจรในกระบวนการท่องเที่ยว

7.4 เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่น การติดป้ายขนาดใหญ่เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ในจุดที่คนผ่านไปมาได้เห็น

7.5 ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ให้ตรงกับวัตถุประสงค์

8. สิ่งที่ต้องปรับปรุงในสื่อที่ใช้ในประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

8.1 สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่เห็นว่าควรนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ (เรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด) ดังนี้

8.1.1 สื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยเน้นข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยจุดเด่น จุดขายของจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร สินค้า ฯลฯ

8.1.2 อินเทอร์เน็ต โดยข้อมูลการท่องเที่ยวต้องทันสมัย

8.1.3 เอกสารการท่องเที่ยว แผ่นพับ ข้อมูลการท่องเที่ยวต้องมากพอที่จะดึงดูดใจให้อยากไปเที่ยวสถานที่นั้น ๆ

8.1.4 แผนที่ท่องเที่ยว ข้อมูลการท่องเที่ยวต้องชัดเจนเด่นชัดเพียงพอสำหรับการเดินทาง

8.1.5 วิทยุชุมชน ข้อมูลการท่องเที่ยวฉับไว ข้อมูลท่องเที่ยวมีมากเพียงพอ

8.2 ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ควรนำเสนอในการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว

8.2.1 สถานที่ท่องเที่ยว

8.2.2 การเดินทาง

8.2.3 จุดเด่นของแต่ละสถานที่

8.2.4 แหล่งอาหาร

9. ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี เห็นว่าควรมีความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยว กับ หน่วยงานของรัฐ หรือ หน่วยงานของภาคเอกชน เช่น สื่อมวลชนท้องถิ่น สมาคมการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว จังหวัดปทุมธานี ผู้ประกอบการสินค้าชุมชน หรือ OTOP เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ดังนี้

9.1 ควรมีการร่วมมือกันอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงาน ในการจัดกิจกรรมนิทรรศการ มีจุดเด่นในการนำเสนอที่น่าสนใจ รวมถึงทำเป็นปฏิทินประจำปีร่วมกันแล้วนำเสนอ และ

ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและคุณค่าที่ควรแก่ความภาคภูมิใจในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีอย่างแท้จริง เช่น ระหว่างประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานกับการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดฯ(ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ของจังหวัดปทุมธานี) หรือแหล่งท่องเที่ยวร่วมมือกับสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น

9.2 สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี มีความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนท้องถิ่นและทำงานร่วมกันในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและการสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี แต่การทำงานร่วมกันกับหน่วยงานของภาคเอกชนยังมีค่อนข้างน้อย

9.3 สำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ มีความร่วมมือกันโดยการจัดตั้งเป็นคณะกรรมการเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยว

10. ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

หน่วยงานประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวนำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยวิธี

10.1 การประชุมหารือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ร่วมวางแผนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในชุมชนและเข้าร่วมในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง

10.2 ส่งเสริมให้ชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยว และมีจิตสำนึกอนุรักษ์การท่องเที่ยว รวมถึงการกระตุ้น การสร้างแรงจูงใจให้ชุมชนรัก ห่วงแหนและเห็นคุณค่าของสถานที่แหล่งท่องเที่ยวในบริเวณชุมชน รวมถึงการจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนดูแลแหล่งท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวในชุมชน

10.3 ทำความร่วมมือ และปรึกษาหารือในด้านที่พัก การนำเที่ยว(บริษัททัวร์)กับหน่วยงานราชการ และองค์กรธุรกิจเอกชน โดยนำเสนอข้อมูล เช่น แผนที่ ข้อมูล สถานที่และกิจกรรม เพื่อเวลาที่มีการประชุม สัมมนาหน่วยงานจะสามารถติดต่อได้

11. การรับฟังความคิดเห็นจากชุมชน หรือ นักท่องเที่ยวเพื่อนำมาใช้ หรือ ปรับปรุงการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว รับทราบความคิดเห็นด้วยวิธี

11.1 การเสนอแนะข้อมูลทางจดหมาย ไปรษณีย์ มาทางรายการวิทยุกระจายเสียง

11.2 ทำแบบสอบถามต่าง ๆ

11.3 ทำแบบประชาคมชุมชน แล้วนำมาปรึกษากันในที่ประชุม

11.4 สมุดเยี่ยมชม ให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็น

11.5 จัดประชุมหารือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชน เช่น อบต ในอำเภอที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่

จากนั้นนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มาปรับปรุง

## 12. แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

12.1 สร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการท่องเที่ยว ให้เกิดความเข้มแข็ง เป็นเอกภาพ โดยจัดให้มีหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานที่ประสานและผลักดันให้เกิดการบูรณาการ เกิดความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี เช่น สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดปทุมฯ หรือ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดปทุมธานี เป็นต้น โดยทำหน้าที่

12.1.1 สำรวจและศึกษาถึงจำนวน สภาพและสิ่งที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

12.1.2 เป็นศูนย์กลางในการติดต่อขอข้อมูลการท่องเที่ยว แจกจ่ายและเผยแพร่เอกสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมฯ รวมถึงเอกสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

12.2 เพิ่มช่องทางการสื่อสารให้หลากหลาย เช่น

12.2.1 ป้ายไฟ ป้ายคัดเอาท์

12.2.2 การประชาสัมพันธ์โดยนำชุมชน หรือ สื่อมวลชนเข้าร่วมกิจกรรมที่หน่วยงานจัดขึ้นเพื่อให้นำไปประชาสัมพันธ์ต่อไป

12.2.3 ควรเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และสนับสนุนให้มีการจัดที่พักในรูปแบบของ Homestay เพื่อให้ได้เห็นการดำเนินชีวิตในรูปแบบขามอญที่เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวปทุมธานี ก็จะได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศได้มากยิ่งขึ้น

12.3 เน้นการประชาสัมพันธ์ตามกลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่เด็กเล็ก เยาวชน ประชาชน เพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม

12.4 หาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว หรือ แหล่ง/สถานที่ที่เป็นเอกลักษณ์จังหวัดปทุมธานี ให้พบ เน้นประเด็นหลักให้ชัดว่าคืออะไร แล้วการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว

## ตอนที่ 4 ผลสรุปจากการระดมความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

เป็นการระดมความคิดเห็นจากผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี จำนวน 40 คน ในประเด็นของการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ปัญหา และข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยดำเนินการจัดประชุมทางวิชาการขึ้น ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus

group discussion) และมีการกำหนดหัวข้อการสนทนา สรุปผลการประชุมดังนี้

### ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พบว่าลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว สำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่ม หรือ หมู่คณะที่ทางโรงเรียน หรือสถานศึกษาจัดมาทัศนศึกษา หากเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เช่น วัดเจดีย์หอย วัดหงส์บุษมาวาส ตลาดน้ำวัดมะขาม ตลาดร้อยปีระแหง นักท่องเที่ยวจะท่องเที่ยวแบบเป็นครอบครัว และเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว

### ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

1. ลักษณะดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมฯ ขาดการประสานงาน ขาดความร่วมมือกันของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมฯ หรือ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดปทุมธานี ต่างดำเนินการประชาสัมพันธ์ในลักษณะต่างคนต่างทำ ขาดความร่วมมือ ขาดการวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบองค์รวมทั้งจังหวัด การขับเคลื่อนและการประสานความร่วมมือกันมีน้อย ทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดขาดเอกภาพ ไม่มีทิศทาง และไม่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว

2. ขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยพบว่า

2.1 การบริการข้อมูลท่องเที่ยว พบว่า มีเอกสารการท่องเที่ยวของจังหวัด แต่เอกสารการท่องเที่ยวเหล่านี้ยังไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยว เนื่องจากพบว่า สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดปทุมฯ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปของสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแผ่นพับ เอกสารการท่องเที่ยว คู่มือท่องเที่ยว จุลสารนำเที่ยว ซีดี-รอม เป็นต้น แต่เมื่อสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ พบว่า เขามีความต้องการเอกสารการท่องเที่ยวเหล่านั้น แต่ไม่ทราบว่าขอ หรือ ได้สื่อประชาสัมพันธ์นั้นจากที่ใด ดังนั้น วิธีการที่เขาใช้ส่วนใหญ่จึงเป็นการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต

2.2 ขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ณ จุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยววัน ๆ โดยตรง โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น ไม่มีป้ายนิเทศที่บริเวณทางเข้า ไม่มีแผ่นพับแหล่งท่องเที่ยววัน ๆ แจก ไม่เหมือนกับแหล่งท่องเที่ยวของเอกชน เช่น สวนสนุกดิรีมเวิลด์ หรือ ของหน่วยงานราชการ เช่น ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา รังสิต , องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช) เป็นต้น ที่จะมีการประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยววัน ๆ แจกหรือ วางใน

ตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจนที่นักท่องเที่ยวสามารถหยิบไปใช้ได้สะดวก

### 3. ขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

3.1 ขาดการสร้างแผนประชาสัมพันธ์โดยองค์รวมของจังหวัดฯ ขาดการประสานงาน ขาดการนำไปสู่แผน มีสื่อมวลชนอยู่แล้วแต่ไม่ได้นำสื่อมวลชนเข้าสู่แผนฯ

3.2 ขาดการประชาสัมพันธ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจบางแห่ง ควรจัดหาวิทยากร บรรยายประจำแหล่งท่องเที่ยว และ / หรือ อย่างน้อยควรมีสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งเที่ยวนั้น ๆ แจก เช่น แผ่นพับ ป้ายนิเทศ

3.3 ขาดความเชื่อมโยงในมิติที่หลากหลาย ทำให้เจ้าของพื้นที่เอง(ชุมชน) ก็ยังไม่ตระหนักถึงถึงคุณค่าของทรัพยากรในพื้นที่ที่ตนมีอยู่ ความเป็นตัวตนของจังหวัดปทุมฯ จึงยังไม่เด่นชัด นำเสนอเป็นจุดขายแล้วทำให้เชิญชวนนักท่องเที่ยวได้ไม่เด่นเท่าที่ควร ดังนั้น ควรกระตุ้น สร้างพลังของชุมชนในพื้นที่ที่มีความเข้มแข็งและพร้อมประชาสัมพันธ์พื้นที่ของตนเอง รวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวแก่พื้นที่อย่างจริงจัง จนเห็นผลเชิงประจักษ์

3.4 ขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว

4. การบริหารจัดการงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ใช่หน่วยงานราชการ หรือ เอกชน เช่น วัด ซึ่งมีอยู่มากในจังหวัด ยังต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและต้องการการประชาสัมพันธ์ แต่ขาดงบประมาณและการสนับสนุน ควรวางแผนด้านการใช้งบประมาณร่วมกันของเครือข่ายการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยรวม

### 5. ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังไม่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร อาทิ

5.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกิจกรรม เช่น กิจกรรมล่องเรือไหว้พระแก้ววัด และมีการให้อาหารปลาริมน้ำถือเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ แต่กิจกรรมยังไม่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากพอ ทำให้การท่องเที่ยวในเรื่องของกิจกรรมยังไม่เป็นที่รู้จักและแพร่หลายพอ

#### 5.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านการบริการ

ในด้านที่พัก พบว่า ในจังหวัดปทุมธานีมีโรงแรม รีสอร์ทจำนวนน้อย อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถเดินทางไปกลับได้ โดยไม่ต้องค้างแรม เนื่องจากเป็นจังหวัดที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร

ในด้านการคมนาคม ก็ยังมีปัญหาในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ถนนควรได้รับการปรับปรุงซ่อมแซมเนื่องจากขรุขระและมีหลุมจำนวนมาก ควรมีการปรับปรุง

ถนนและพัฒนาเส้นทางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดให้เชื่อมโยงถึงกัน

### แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

1. ในด้านการบริหารจัดการเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ควรมีหน่วยงานหลัก อาทิ สำนักงานการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ จังหวัดปทุมฯ ซึ่งเป็นหน่วยงานของภาครัฐฯ หรือ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด (หรือ อาจจัดตั้งหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งขึ้นมาใหม่) เพื่อเป็น ศูนย์กลางของข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดฯ โดยให้หน่วยงานนี้ทำหน้าที่

1.1. จัดเก็บข้อมูลการท่องเที่ยว ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว รับทราบปัญหาและ แลกเปลี่ยนข้อมูลการท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในการ ท่องเที่ยว รวมถึงการปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดฯ ให้ทันสมัย เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

1.2. จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานเครือข่ายการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อทำหน้าที่ ประสานงานกับหน่วยงาน หรือ กลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัด ปทุมธานี ทั้งจากภาครัฐ และภาคเอกชน เช่น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จากแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของ จังหวัดฯ สื่อมวลชนท้องถิ่น(จังหวัดปทุมธานี) ผู้ประกอบการจากบริษัทนำเที่ยวจังหวัดปทุมธานี สมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ผู้ประกอบการสินค้าชุมชน เป็นต้น โดยเป็นผู้ดำเนินการดังนี้

1.2.1 สร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว โดยดำเนินการให้ครบ วงจรกระบวนการท่องเที่ยว โดยให้ประชาสัมพันธ์ภาครัฐ เอกชนและประชาชนมีส่วนร่วมในการ พัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว และต้องทำให้เครือข่ายเกิดความร่วมมือทางการท่องเที่ยว ทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็ง จะเป็นการสร้างการยอมรับและการให้ความร่วมมือในการปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

1.2.2 ดำเนินการจัดประชุม ปรึกษาหารือกัน วางแผนงานและการจัดกิจกรรม ร่วมกันของเครือข่ายผู้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวและควรจัดประชุมทุกๆ ปี

จากการประสานความสัมพันธ์ สร้างความร่วมมือ การปรึกษาหารือ และร่วมแสดง ความคิดเห็น จะได้รับทราบข้อมูลที่เป็นต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ได้แนวทางที่นำไป พัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อวางแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยว จัดทำแผนงานการท่องเที่ยวประจำปี ของ จังหวัดฯ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดฯ สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่ เกี่ยวข้อง และจะเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นและตรงกับวัตถุประสงค์

อย่างไรก็ตาม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานีทุก ภาคส่วน ควรดำเนินการอย่างจริงจัง อย่างต่อเนื่อง และเป็นรูปธรรม

2. ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ควรดำเนินการดังนี้

2.1 สื่อที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ควรจัดทำในหลากหลายสื่อ โดยอาจไม่ต้องใช้สื่อที่มีค่าใช้จ่ายสูง แต่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงประชาชนสามารถเข้าถึงได้สะดวก อาจเป็นสื่อที่ใช้วิธีการขอความร่วมมือในการเผยแพร่จากสื่อมวลชนนั้น ๆ เช่น วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หรือ ดำเนินการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เช่น ส่งแผ่นพับไปยังสถานศึกษาที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

2.2 วิธีการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์

2.2.1 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ที่หยิบง่ายและพกพาได้สะดวก เช่น แผ่นพับ เอกสารนำเที่ยว แผนที่เดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น ควรนำไปเผยแพร่และแจกให้ผู้สนใจได้หยิบใช้ได้ง่ายและสะดวกเมื่อต้องการข้อมูลการท่องเที่ยว โดยจัดหาตำแหน่งการจัดวาง หรือ สถานที่ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้สนใจ นักท่องเที่ยว สามารถหยิบ / ติดต่อขอข้อมูลการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก เช่น นำไปจัดวางในตำแหน่งที่เห็นสื่อนี้ได้ง่ายและในสถานที่ที่รู้จักกันดีของจังหวัดฯ เช่น ศูนย์การค้า พิวเจอร์พาร์ค สวนสนุกดิรีมเวิลด์ เป็นต้น

2.2.2 นำสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ของแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่น ๆ ผากประชาสัมพันธ์ไว้ใกล้ ๆ กับสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่ได้จัดวางแจกสื่อประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานตนอยู่แล้ว

2.2.3 จัดส่งสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย หรือ ส่งให้กับศูนย์กลางการท่องเที่ยวของจังหวัด เช่น สำนักงานการประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี สำนักงานกีฬาและนันทนาการ เพื่อเป็นศูนย์กลางประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่อไป

2.3 สำหรับการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวจากตู้อัจฉริยะ ควรจัดหาผู้ดูแลระบบเพื่อให้สามารถทำงานบริการได้ตลอดเวลา

2.4 การเผยแพร่ข้อมูลทางสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (บนอินเทอร์เน็ต) ควรมีการปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดฯ ให้ทันสมัย เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ทั้งในเรื่องของข้อมูล เช่น ประวัติ สิ่งที่น่าสนใจ เส้นทางการเดินทาง ที่อยู่ หรือ เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่ออย่างชัดเจนและภาพประกอบ เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่ทั้งชาวไทยและต่างชาติเข้ามาค้นหาข้อมูลมากที่สุด นอกจากนี้ ควรเพิ่มเนื้อหาสาระด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และจัดทำทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

3. ควรประชาสัมพันธ์เชิงรุก

3.1 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวตามชุมชนต่าง ๆ ภายใน

จังหวัดและจังหวัดอื่น อาจดำเนินการโดย

3.1.1 การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ควรเข้าถึงชุมชนผ่านทางผู้นำชุมชน จะทำให้ชุมชนได้รับข้อมูลข่าวสาร โดยส่งผ่านเสียงตามสาย ชาวบ้านเมื่อได้รับข่าวสารจะได้บอกญาติพี่น้องได้ และสามารถสื่อสารกับเพื่อนฝูงและญาติได้อย่างถูกต้อง เช่น งานกาชาดจังหวัดปทุมธานี หรือ การจัดนิทรรศการ เป็นต้น

3.1.2 นำเสนอให้องค์การบริหารส่วนตำบล และองค์การบริหารส่วนจังหวัด ช่วยสนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวในจังหวัดตนเองก่อน โดยใช้เวลาเพียงวันเดียว หรือ ช่วงวันหยุด

3.1.3 กรณีที่ชุมชนมีแหล่งการเงินสนับสนุนการท่องเที่ยว ดังนั้น ควรมีการแลกเปลี่ยนการท่องเที่ยวในชุมชนต่างๆ เช่น ัญบุรี ไปเที่ยวสามโคก เป็นต้น

3.1.4 จัดปฏิทินการท่องเที่ยวร่วมกับจังหวัดต่างๆ ที่ต้องเดินทางผ่านจังหวัดปทุมธานี โดยเป็นความร่วมมือในการจัดกิจกรรมพานักท่องเที่ยวไปเที่ยวจังหวัดใกล้เคียง

3.2 จัดทำเป็นปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวประจำปี โดยให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่งแผนการจัดกิจกรรม โครงการที่สำคัญเพื่อการท่องเที่ยว นำส่งให้หน่วยงานหลักที่เป็นผู้ประสานงานนำไปจัดทำเป็นปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวประจำปี แจกในช่วงวันขึ้นปีใหม่ หรือในโอกาสที่เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

3.3 ประชาสัมพันธ์ข่าวการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในสื่อมวลชนท้องถิ่น เช่น ข่าวรายสัปดาห์ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หรือ ในวิทยุชุมชน เป็นต้น

3.4 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและที่พัก ด้วยการกระจายสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ส่วนแผ่นพับ แผ่นปลิว จัดส่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว

4. เพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยควรจัดเส้นทางรถประจำทางให้สามารถไปถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว ให้มีจำนวนเพียงพอและเดินทางได้อย่างสะดวก รวดเร็ว เช่น จัดสรรยานพาหนะ รถโดยสาร มีจำนวนเพียงพอ มีกำหนดเวลาการออกรถ และจะดียิ่งหากสามารถเดินทางประจำทางเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ พร้อมอำนวยความสะดวกให้มาจากรถขึ้น ซึ่งอาจประสานความร่วมมือกับบริษัท ทัวร์ อูร์ถ เพื่อช่วยพานำเที่ยว

5. เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อม และพัฒนาคุณภาพการให้บริการทั้งในเรื่องของสถานที่ คนทำงาน บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ห้องอาหาร หรือ ศูนย์อาหาร ป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

3. สร้างความร่วมมือของเครือข่ายการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว

3.1 แหล่งท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ร่วมมือกันจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว จัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี และนำแผนแม่บท ประชาสัมพันธ์ไปยังแหล่งท่องเที่ยว หรือ บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด เพื่อให้แต่ละแหล่งท่องเที่ยวดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หรือ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปในแนวทางเดียวกัน เกิดความร่วมมือ และความเป็นหนึ่งเดียวกัน

3.2 ชุมชนต้องแสดงความเป็นตัวตนของพื้นที่ โดยการแสดงให้เห็นวิถีการดำรงชีวิตที่แท้จริงของชุมชน เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างและน่าสนใจ เพื่อกระตุ้นให้เกิดคุณค่าทางด้านจิตใจ เกิดจิตสำนึกทั้งของคนพื้นที่นั้น รวมถึงนักท่องเที่ยวจากที่อื่น ๆ

3.3 เชื่อมโยงข้อมูลให้เป็นแนวทางเดียวกันในทุกภาคส่วน (เรื่องเดียวกัน รู้เท่ากัน)

3.4 ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนท้องถิ่น ควรมีการประสานงานกับสื่อมวลชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการเสนอข่าว การท่องเที่ยว เมื่อหน่วยงาน หรือ แหล่งท่องเที่ยวใดต้องการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ต้องส่งข่าวประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวล่วงหน้าให้กับสื่อมวลชนท้องถิ่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวใดจะจัดเทศกาล จัดกิจกรรม หรือมีประเพณี สื่อมวลชนท้องถิ่นก็จะนำไปเผยแพร่ได้ อีกทั้งสื่อมวลชนท้องถิ่นยังมีเครือข่าย จึงสามารถที่จะกระจายข่าวไปยังสื่อมวลชนท้องถิ่นอื่น ๆ ได้อีกด้วย

#### 4. ควรนำเสนอจุดขายเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดฯ

4.1 จุดขายที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ควรนำคุณค่าสิ่งที่มีอยู่มาสร้างคุณค่า โดยประชาสัมพันธ์เป็น

4.1.1 ปทุมฯ ดั้งเดิม หรือ เวนิชตะวันตก โดยมีจุดขาย หรือ เน้นจุดเด่นที่วัฒนธรรมประเพณี ภาษามอญ กิจกรรม วิถีชีวิต อาหารพื้นบ้าน ที่เป็นเอกลักษณ์แบบโบราณของชาวมอญที่อาศัยในจ.ปทุมธานี(รูปแบบดั้งเดิม) เช่น ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

4.1.2 ปทุมฯ ใหม่ หรือ เวนิชตะวันออก เน้นจุดเด่นที่แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ ที่มีอยู่หลากหลายความรู้ ทั้งด้านวิทยาศาสตร์ ศิลปะวัฒนธรรม ศาสนา เป็นต้น

4.2 จัดหาจุดขาย 1 ชุมชน 1 การท่องเที่ยว โดยให้แต่ละชุมชนหาจุดเด่น จุดขายของตนเองก่อนว่ามีจุดเด่นอะไร เช่น สามโคกมีความเป็นมอญอย่างไร มีอาหารอะไรบ้าง หรือหนองเสือ ควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือไม่ แล้วนำเอาหลายชุมชน หลายการท่องเที่ยวมาจัดทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะ "วันเดียวเที่ยวปทุม"

จะเห็นได้ว่า ปทุมธานีเป็นหนึ่งในจังหวัดปริณตลที่มีความเจริญในด้านต่างๆ เป็นเมืองศูนย์กลางทางการศึกษา วิจัย และพัฒนาเทคโนโลยี มีมหาวิทยาลัยและสถานศึกษาต่างๆ อยู่เป็นจำนวน

มาก ทั้งยังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยมรดกทางศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์อื่นๆ โดยเฉพาะวัฒนธรรมของชาวมอญ ที่ตกทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาเป็นเวลานาน มีมีทรัพยากรในด้านการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยเฉพาะพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.) หอศิลป์ศิลปิน กิจกรรมท่องเที่ยวที่โดดเด่น เช่น เที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ต่างๆ และเล่นเครื่องเล่นต่างๆ ที่สวนสนุกดิสม์เวิลด์ เป็นต้น และด้วยทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร จังหวัดปทุมธานีจึงเป็นอีกหนึ่งเมืองท่องเที่ยวทางเลือกของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน