

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและเก็บข้อมูลในเรื่องประเภทและองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การได้รับข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี โดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผลการศึกษา พบว่า

1. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ซึ่งมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี มีความพร้อมในการให้บริการการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ขาดการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวที่ดี สำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวน้อยเนื่องจากไม่มีสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวยังไม่โดดเด่น ไม่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร

2. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับและนำไปใช้ประโยชน์ประเภทสิ่งตีพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี ในระดับปานกลาง และพึงพอใจในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุด ข้อมูลการท่องเที่ยวที่นำไปใช้ประโยชน์มากที่สุดคือ ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการท่องเที่ยว

3. ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อมูลที่ได้รับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ในอนาคต นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวโดยรวมในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการข้อมูลด้าน เส้นทางและแผนที่เดินทาง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการข้อมูลเรื่องประวัติและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวเสนอแนะให้สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ควรมีผู้รับความคิดเห็น

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ รวมถึงเรื่องของการบริหารจัดการงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

5. แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับกับกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาคุณภาพการให้บริการ ทั้งในเรื่องของสถานที่ บริการ บุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการมีหน่วยงานหลักทำหน้าที่ในการบริหารจัดการเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และเป็นผู้ประสานงานเครือข่ายการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว ในด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ควรเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลาย ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ รวมทั้งนำสื่อมวลชนท้องถิ่นและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ประเด็นที่สำคัญยิ่งคือ การหาจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดปทุมธานี อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือ สิ่งดึงดูดความสนใจ ควรแปลกใหม่ นำมาเป็นจุดขายแล้วประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีความกระตือรือร้นต้องการมาเที่ยว

Abstract

The objectives of this research is to survey and collection information in types and elements of tourism resources, benefits and satisfaction of tourism public relations, receptions and needs for tourism information, factors effecting tourism public relations' operations, and a roadmap for the public relations development for Tourism in Pratumthani province. This research used questionnaire, personal interviews, and group discussion as the means and found that

1. Tourists are attractive to arts and sciences educational attractions and recreational attractions due to their good tourism management and good preparation for tourism services. On the other hand, historical attraction still lacks of good tourism management. There are few tourists for cultural attractions because of no genuine and outstanding historical attractions to draw the tourists to.

2. For benefits and satisfaction of tourism public relations, the major sources are pamphlets in a paper form and the internet in an electronic form. Tourists are satisfied in average with Pratumthani's tourism public relations. The main tourism information search source is the internet. The most useful information is tourism locations and directions. Major problems for tourism information are public relations, public media, locations, and facilities.

3. Presently, tourists receive tourism information in aggregate in an average level. The main information they get is the tourism location. The tourists expect to receive tourism information at a high level in the future. For Thai tourists, information they look for the most is directions and maps. On the other hand, foreign tourists expect historical data and knowledge of tourism attractions. Both also suggest that there should be an opinion box located in each popular tourism places.

4. Factors effecting tourism public relations' operations are operation characteristics of organizations involved in tourism public relations, disorganized tourism public relations, and its budget management.

5. A roadmap for the public relations development for Tourism in Prathumthani province is a preparation to support tourism activities by developing tourism attraction and tourism services, including locations, services, personnel, and facilities, and having a main organization responsible for tourism public relation's management. This organization will coordinate in tourism public relation network, a proactive one, add varieties to, penetrate the target group and objectives, and join with local and community public media. The most important topic would be to find the distinctive point proven to be Prathumthani identity, any tourism places or attractions, which should be new and can be used as a selling point. Then, we can advertise in order to draw attention and eagerness from tourists.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ต้องขอบพระคุณที่ปรึกษาโครงการวิจัย ท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์สุมานีการ์ จันทร์บรรเจิด ผู้ช่วยอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และคุณไพรวลัย ศรีเทพ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปทุมธานี ที่กรุณาให้คำแนะนำ คำชี้แนะและข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ซึ่งล้วนแต่เป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์รุ่งฤดี อภิวัฒน์ศรี และผู้ช่วยศาสตราจารย์สายฝนบุชา ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของเครื่องมือในการวิจัย และขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ที่สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการวิจัย

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์สยาม คำปรีดา คณบดีคณะศิลปศาสตร์ อาจารย์คมสัน ตฤณชาติวิณิชย์ คณะบริหารธุรกิจ และผู้ร่วมงานในสาขามนุษยศาสตร์ คณบดีคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่กรุณาสละเวลาและให้ช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ด้วยดีเสมอมา

นพรัตน์ พิเภกและคณะผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสื่อในการประชาสัมพันธ์.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับสาร.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	18
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	27
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32

สารบัญ

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	34
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
ตอนที่ 1 ผลการสำรวจพื้นที่วิจัยและตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว.....	35
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	53
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์.....	81
ตอนที่ 4 ผลสรุปจากการระดมความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม.....	96
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	104
สรุปผลการวิจัย.....	104
ตอนที่ 1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว และองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี.....	105
ตอนที่ 2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	107
ตอนที่ 3 การได้รับข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว.....	113
ตอนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและ แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว.....	114
อภิปรายผลการวิจัย.....	120
ข้อเสนอแนะ.....	121
บรรณานุกรม.....	123
ภาคผนวก	126
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	127
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์.....	137
ภาคผนวก ค ภาพกิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	145
ภาคผนวก ง รายชื่อผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม.....	151
ประวัติผู้วิจัย.....	154

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1	จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในจังหวัดปทุมธานี	28
2	จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว.....	29
3	ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอเมือง	38
4	ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอสามโคก.....	40
5	ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอลำลูกกา.....	42
6	ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอลาดหลุมแก้ว.....	43
7	ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอลองหลวง.....	44
8	ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอธัญบุรี.....	46
9	ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อำเภอหนองเสือ.....	47
10	เทศกาล งานประเพณี และ วัฒนธรรม.....	52
11	จำนวนและร้อยละของสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้(ต่อเดือน).....	54
12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน.....	55
13	จำนวนและร้อยละของการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมฯ.....	56
14	จำนวนและร้อยละที่กลุ่มตัวอย่างมาท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว.....	56
15	จำนวนและร้อยละของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว.....	57
16	จำนวนและร้อยละของปัญหาในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว.....	57
17	จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว.....	58
18	การได้รับหรือไม่ได้รับข้อมูล จำแนกตามสื่อที่เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว.....	58
19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต.....	59
20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากหนังสือนำเที่ยว / แผ่นพับ / เอกสารการท่องเที่ยว.....	60

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล (อาทิ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว).....	60
22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุกระจายเสียง.....	61
23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุโทรทัศน์.....	62
24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากแผนที่ท่องเที่ยว.....	62
25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากวารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์.....	63
26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการนำข้อมูลการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์.....	64
27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในปัจจุบัน.....	65
28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในอนาคต	66
29 จำนวนและร้อยละของสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้(ต่อเดือน).....	67
30 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน.....	69
31 จำนวนและร้อยละของการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมฯ.....	69
32 จำนวนและร้อยละที่กลุ่มตัวอย่างมาท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว.....	70
33 จำนวนและร้อยละของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว.....	70
34 จำนวนและร้อยละของปัญหาในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว.....	71
35 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว.....	71
36 การได้รับหรือไม่ได้รับข้อมูล จำแนกตามสื่อที่เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว.....	72

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
37	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจาก สื่ออินเทอร์เน็ต.....	72
38	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจาก หนังสือนำเที่ยว / แผ่นพับ / เอกสารการท่องเที่ยว.....	73
39	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล (อาทิ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว).....	74
40	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจาก สื่อวิทยุกระจายเสียง.....	74
41	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจาก สื่อวิทยุโทรทัศน์.....	75
42	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจาก แผนที่ท่องเที่ยว.....	76
43	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจาก วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์.....	77
44	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการนำข้อมูลการท่องเที่ยวจาก การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์.....	78
45	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจาก การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในปัจจุบัน.....	79
46	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวจาก การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในอนาคต	80
47	ความพึงพอใจในข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว.....	110