

ผลของการเปิดรับสื่อกับการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี

สุกัญญา บุญน้อม ศรัณยา สีนสมรส ศรัณยู รอดเรือง นิพนธ์ ดุษณีย์
พงษ์พันธ์ สุนทรลิต และ เมธี อัครอุดมชัย
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสุพรรณบุรี

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาผลของการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี และการรับรู้ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 3 ตอน ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากร ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ตอนที่ 3 เกี่ยวกับการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นแบบสอบถามมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ มีค่าความเที่ยงตรง 0.8704 และค่าความเชื่อมั่น ได้เท่ากับ 0.9012 กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย 20 ตำบล จำนวน 499 คน ด้วยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Selection) และใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบไปด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง (ร้อยละ 53.71) เพศชาย (ร้อยละ 46.29) ส่วนใหญ่ อายุ 15 - 25 ปี อาชีพนักศึกษา และรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท
2. การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่จากสื่อบุคคลที่เป็นเพื่อนบ้าน สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นแผ่นพับ โปสเตอร์ โบรชัวร์ของแหล่งท่องเที่ยว สื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็น Facebook และสื่อกลางแจ้งที่เป็นป้ายบิลบอร์ดตามทางแยกทั่วไป
3. การรับรู้ของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การรับรู้ของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถานดีที่สุด ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมาได้แก่ ด้านการท่องเที่ยวด้านนันทนาการ ($\bar{X} = 3.89$) ด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.84$) และด้านการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อ; การรับรู้; การประชาสัมพันธ์; การท่องเที่ยว

THE RESULT OF MEDIA EXPOSURE IN TOURISM AND PERCEPTION OF PEOPLE ON THE TOURISM PUBLIC RELATION IN SUPHAN BURI PROVINCE

Sukanya Boonnom, Saranya Sinsomros, Saranyoo Rodruang, Nipon Dussanee,
Phongpan Soonthorakit, and Matee Akaraundomchai
Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sport University Suphan Buri Campus

Abstract

The purpose of this research was to investigate the media exposure in tourism and perception of people in Amphoe Mueang, Suphan Buri Province towards Suphan Buri tourism public relations. The questionnaire was applied as a tool for this research, divided into 3 parts. The first part is demographic data, the second part is the exposure in tourism in Suphan Buri, and the third part is the perception of people in Amphoe Meang, Suphan Buri Province toward Suphan Buri tourism public relations. The questionnaire applied 5-level rating scales, the validity = 0.8704 and the reliability = 0.9012. A constructed questionnaire was used as a tool of this research. The samples used in this research comprised 499 people in Amphoe Mueang, Suphan Buri Province including 20 Sub-districts by accidental selection. The data analysis was conducted by percentage, mean and standard deviation.

The findings revealed as the following:

1. The respondents were females (53.71%) and males (46.29%). Most of them were students aged between 15 - 25 years old with the income below 15,000 Thai baht.
2. The media exposure in Suphan Buri tourism was mostly found in personal media from neighbors, print media from pamphlets, posters and brochures of tourist attractions, Internet from Facebook, and outdoor media from billboards put at junctions or intersections.
3. The perception of people towards Suphan Buri tourism public relations was found most in architecture and archeological site tourism ($\bar{x} = 3.92$) (Next were), recreational tourism ($\bar{x} = 3.89$), natural resource tourism ($\bar{x} = 3.84$) and arts and culture tourism ($\bar{x} = 3.82$) respectively.

Keywords: Media Exposure, Perception, Public Relations, Tourism

บทนำ

การบริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเป็นการบริการการท่องเที่ยว (Tourist Services) ที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นสะพานเชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวได้พบและสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรารถนา เพื่อนำเสนอให้ทราบเกี่ยวกับปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ถ้ำ ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก เกาะแก่ง หาดทราย ชายทะเล และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น เช่น แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน กิจกรรมงานเทศกาล ขนบธรรมเนียมประเพณี กีฬา สวนสัตว์ สวนสนุก วัฒนธรรม ประเพณีหรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน เพื่อสร้างความสนใจหรือความต้องการทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ พิธีการเข้า - ออกประเทศ สภาพดินฟ้าอากาศ หน่วยเงินตรา ระบบกระแสไฟฟ้า การนับถือศาสนาของประชาชน ข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ที่สนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ได้รับทราบและเตรียมความพร้อมได้อย่างสะดวก (Suwanchai Ritthirak, 2015, p. 350) การจัดให้มีการบริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นก็ยิ่งเป็นประโยชน์ต่อการกระตุ้นให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น หรือกระจายไปยังแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากการให้บริการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมีน้อย หรือมีระบบการบริการที่ไม่มีประสิทธิภาพจะทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ หรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไม่สะดวก ย่อมทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวไม่สามารถขยายตัวหรือพัฒนาไปได้มากเท่าที่ควร

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหัวใจของความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะไม่มีความหมาย หากนักท่องเที่ยวไม่รู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์การบริหารแหล่งท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ แม้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ รัฐบาล และเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยแหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศ รัฐบาลเป็นผู้รับผิดชอบโดยมักก่อตั้งองค์การบริหารท่องเที่ยวแห่งชาติขึ้น ซึ่งอาจอยู่ในรูปส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ในภาคเอกชนจะมีสมาคมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นผู้ส่งเสริมบริการการท่องเที่ยวที่ตนจัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญในการแนะนำนักท่องเที่ยวถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่และที่เกิดขึ้นใหม่ เตือนนักท่องเที่ยวเดิมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เคยประทับใจเพื่อจะได้กลับมาท่องเที่ยวอีก และโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่สนใจ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความพิเศษเฉพาะตัว โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ คือ การโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย (Ranee Isichaiikul, 2005a, p. 232)

การประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารการตลาดที่สามารถใช้ต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เพื่อทำให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และกิจกรรมให้มีประสิทธิภาพได้ดีกว่าการโฆษณา นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ยังมีประโยชน์ในการส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันระหว่างเจ้าของกิจการ บุคคล และกลุ่มเป้าหมาย ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในด้านการสร้างความเชื่อถือ ไว้วางใจ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างค่านิยมในกิจการและผลิตภัณฑ์ มีผลให้กิจการสามารถรักษาหรือขยายส่วนครองตลาด มีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวก่อนที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจซื้อหรือมาท่องเที่ยวจำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลล่วงหน้าเสมอ ทั้งข้อมูลที่เกิดจากการเผยแพร่โดยตรง และข้อมูลที่ผ่านการแนะนำและผ่านการรับรองจากบุคคลที่สามที่มีความน่าเชื่อถือหรือมีประสบการณ์ เพื่อช่วยสร้างความมั่นใจ ดังนั้น กิจการจึงต้องใช้วิธีการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยเครื่องมือที่หลากหลาย เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค และประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจการและผลิตภัณฑ์ การสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก ให้เกิดความนิยมและเชื่อถือไว้วางใจจนนำไปสู่การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนเพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกิจการในการแข่งขันทางการตลาด (Nongnuch Srithana - anan, 2005, pp. 309 - 310)

จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ภาคกลาง เป็นเมืองอู่ข้าวอู่น้ำของประเทศไทย เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย เป็นเมืองที่พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ถนนหนทางสะดวกสบาย สามารถเดินทางไปตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดได้อย่างสะดวกสบาย สุพรรณบุรีโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติ ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีจึงมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและค้นหา ภาพประวัติศาสตร์ เรื่องราวในอดีตที่น่าสนใจ สิ่งก่อสร้างทางพุทธศาสนาทั้งดงามและทรงคุณค่าต่อการกราบไหว้บูชา หรือแม้แต่สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่สร้างขึ้นมานักท่องเที่ยวได้ชม เพลิดเพลินกับความอลังการ ตื่นตา ตื่นใจ และเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ของเยาวชนคนรุ่นใหม่ นอกจากที่กล่าวมาแล้ว สุพรรณบุรี ยังเป็นดินแดนที่มีธรรมชาติ ทะเลสาบ น้ำตก ป่าเขา ทะเลหมอกทั้งดงาม และวิถีชีวิตกว่า 10 ชนเผ่า ที่ดำเนินอยู่ ณ ดินแดนแห่งนี้ จังหวัดสุพรรณบุรีควรส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปทั้งภายในจังหวัดและนอกพื้นที่ ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ซึ่งการประชาสัมพันธ์ที่ดีอย่างหนึ่ง คือ ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ดังนั้น ประชาชนและผู้ที่อยู่ในเขตพื้นที่จำเป็นต้องรับรู้และสามารถประชาสัมพันธ์ถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในจังหวัดของตนเองได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงสนใจเกี่ยวกับการรับรู้ของประชาชนภายในจังหวัดที่มีต่อการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวในจังหวัด เพื่อไปใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแก่ผู้ที่สนใจและนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในจังหวัดของตนเองมากยิ่งขึ้น ซึ่งการเปิดรับสื่อและการรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกัน และอาจทำให้มีการรับรู้ที่นำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาในเรื่องของการเปิดรับกับการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อที่จะได้นำข้อค้นพบไปใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีรายละเอียดของประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 107,717 คน (Suphan Buri Provincial Statistics, 2019)

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย 20 ตำบล คือ 1.ตำบลท่าพี่เลี้ยง 2.ตำบลรั้วใหญ่ 3.ตำบลทับใต้เหล็ก 4.ตำบลท่าระหัด 5.ตำบลไผ่ขวาง 6.ตำบลโคกโคเตา 7.ตำบลดอนตาล 8.ตำบลดอนมะสังข์ 9.ตำบลพิหารแดง 10.ตำบลดอนกำยาน 11.ตำบลดอนโพธิ์ทอง 12.ตำบลบ้านโพธิ์ 13.ตำบลสระแก้ว 14.ตำบลตลิ่งชัน 15.ตำบลบางกุ้ง 16.ตำบลศาลาขาว 17.ตำบลสวนแดง 18.ตำบลสนามชัย 19.ตำบลโพธิ์พระยา 20.ตำบลสนามคลี รวมจำนวน 499 คน ด้วยการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Selection) โดยหาได้จากการคำนวณโดยใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Wichian Ketsing, 1998) มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนให้เป็น 0.05

เครื่องมือในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรีจำนวน

ตอนที่ 3 การรับรู้ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน และการท่องเที่ยวด้านนันทนาการ จำนวนรวม 20 ข้อ เป็นคำถามแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) คือ เลือกตอบได้ 5 ระดับ คือ

5	หมายถึง	รับรู้ระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	รับรู้ระดับมาก
3	หมายถึง	รับรู้ระดับปานกลาง
2	หมายถึง	รับรู้ระดับน้อย
1	หมายถึง	รับรู้ระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การวัดระดับการรับรู้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับการรับรู้</u>
4.21 – 5.00	มีการรับรู้ระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีการรับรู้ระดับมาก
2.61 – 3.40	มีการรับรู้ระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีการรับรู้ระดับน้อย
1.00 – 1.80	มีการรับรู้ระดับน้อยที่สุด

การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างแบบสอบถาม เพื่อสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถาม ตามหลักเกณฑ์ให้ครอบคลุมเนื้อหาและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
4. นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพและให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ
5. ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
6. นำเครื่องมือที่ผ่านการหาคุณภาพแล้วไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

ต่อไป

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ข้อเสนอแนะและปรับปรุงแก้ไขครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ ตรวจสอบคุณภาพ และความชัดเจนของประเด็นคำถามให้สามารถสื่อความหมายชัดเจน แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม เช่น การใช้ภาษา ความตรงของเนื้อหา ความสอดคล้องและความเหมาะสม โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) (Boontham Kitpreedaborisut, 2010, p. 75) โดยผู้เชี่ยวชาญประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ ได้แก่

- +1 เหมาะสม หมายความว่า แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความตรงด้านเนื้อหา
- 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความตรงด้านเนื้อหา
- 1 ไม่เหมาะสม หมายความว่า แน่ใจว่าข้อคำถามนั้น ไม่มีความตรงด้านเนื้อหา

โดยใช้สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC คือ ดัชนีความสอดคล้อง

R คือ คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไข สำนวนภาษาให้ถูกต้อง ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ไปใช้ ซึ่งผลค่า IOC ของแบบสอบถามนี้มีค่าเท่ากับ 0.8704

2. หาความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อน (Pre - test) กับประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach, 1990, pp. 202 - 204) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

เมื่อ α = ความเชื่อถือได้
 k = จำนวนข้อ

V_i = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V_t = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

จากการคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) จากแบบสอบถาม ค่า Alpha Coefficient ของคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ได้เท่ากับ 0.9012

การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ ประกอบด้วย

1. การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และบทความการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี โดยอาศัยการค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การสำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยทั้งหมด พร้อมทั้งนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสังคมศาสตร์ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร และการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี และการรับรู้ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ใช้การวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อกับการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	231	46.29
	หญิง	282	53.71

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
1. 15 – 25 ปี	213	42.68
2. 26 – 35 ปี	134	26.85
3. 36 – 45 ปี	104	20.84
4. 46 – 55 ปี	35	7.01
5. 56 – 65 ปี	13	2.60
6. 66 ปีขึ้นไป		
อาชีพ		
1. นักเรียน/นักศึกษา	213	42.68
2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	105	21.04
3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	37	7.41
4. พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	104	20.84
5. รับราชการ	40	8.02
6. อื่น ๆ		
รายได้		
1. ต่ำกว่า 15,000 บาท	254	50.90
2. 15,001 – 20,000 บาท	123	24.65
3. 20,001 – 25,000 บาท	65	13.03
4. 25,001 – 30,000 บาท	43	8.62
5. 30,001 – 35,000 บาท	14	2.80
6. 35,001 – 40,000 บาท		
7. 40,001 – 45,000 บาท		
8. 45,001 – บาทขึ้นไป		
รวม	499	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 53.71) อายุ 15 - 25 ปี (ร้อยละ 42.68) อาชีพนักศึกษา (ร้อยละ 42.68) รายได้ (ร้อยละ 50.90)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีจากสื่อบุคคล		
เพื่อนบ้าน	60	12.02
เพื่อนนักศึกษาด้วยกัน	237	47.49
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี	89	17.83
ญาติที่บ้าน	113	22.64

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีจากสื่อสิ่งพิมพ์		
แผ่นพับโปสเตอร์โบรชัวร์ของแหล่งท่องเที่ยว	186	37.27
นิตยสารการท่องเที่ยว	58	11.62
คอลัมน์ท่องเที่ยวในหน้าหนังสือพิมพ์	134	26.85
คู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี	121	24.25
การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีจากสื่ออินเทอร์เน็ต		
เว็บไซต์การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี	77	15.43
เว็บไซต์การท่องเที่ยวอื่น ๆ ทั่วไป	100	20.04
Facebook	260	52.10
YouTube	45	9.02
อื่น ๆ	17	3.40
การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีจากสื่อกลางแจ้ง		
บ้านไวนิลตามตัวอาคารร้านค้า	147	29.46
ป้ายแบนเนอร์บริเวณหน้าแหล่งท่องเที่ยว	70	14.03
ป้ายสติ๊กเกอร์ติดที่พาหนะรถยนต์โดยสาร	89	17.83
ป้ายบิลบอร์ดตามทางแยกทั่วไป	193	38.68
รวม	499	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี จากสื่อบุคคลที่เป็นเพื่อนนักศึกษาด้วยกัน (ร้อยละ 47.49) จากสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นแผ่นพับ โปสเตอร์ โบรชัวร์ ของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 37.27) จากสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็น Facebook (ร้อยละ 52.10) และจากสื่อกลางแจ้งที่เป็นป้ายบิลบอร์ดตามทางแยกทั่วไป (ร้อยละ 38.68)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของประชาชนที่ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ของประชาชนที่ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวม

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	3.54	0.81	มาก
การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม	3.82	0.76	มาก
การท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน	3.87	0.74	มาก
การท่องเที่ยวด้านนันทนาการ	3.74	0.78	มาก
รวมเฉลี่ย	3.74	0.77	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ประชาชนที่มีการรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า การรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ระดับมาก ได้แก่ ด้านการท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมา

ได้แก่ ด้านการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.82$) ด้านการท่องเที่ยวด้านนันทนาการ ($\bar{X} = 3.74$) และด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.54$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
อุทยานแห่งชาติพุเตย อ.ด่านช้าง มีป่าสนสองใบที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและมีทะเลหมอกให้ดูได้ที่ยอดเขา มีน้ำตกตะเพินคี่ที่มีน้ำไหลตลอดปี จากบ่อน้ำผุดตามธรรมชาติ	3.58	0.777	มาก
อ่างเก็บน้ำหุบหาวง อ.ด่านช้าง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแนวธรรมชาติ ป่าเขา ผืนน้ำ ท้องฟ้า นอนนับดาว เหมาะกับการแคมป์ปิ้งกางเต็นท์ หรือจะนอนบนแพ ก็มีให้บริการ เป็นสถานที่สวยงามตามธรรมชาติ จนนักท่องเที่ยวเรียกกันว่า ปางอู่สุพรรณ	3.49	0.815	มาก
บึงระหาร อ.สามชุก เป็นบึงขนาดใหญ่ มีถนนรอบบึงมีร้านอาหารและศาลสำหรับเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน	3.48	0.841	มาก
เขื่อนกระเสียว อ.ด่านช้าง เป็นสถานที่นันทนาการแบบธรรมชาติและตกปลา บรรยากาศเย็นสบาย และใกล้กันมีหาดทรายห้วยกระเสียว ที่สามารถลงเล่นน้ำได้โดยไม่มีอันตราย	3.79	0.807	มาก
ถ้ำเวฬุวนี อ.ด่านช้าง สภาพในถ้ำ ซึ่งมีหินงอกและหินย้อยสวยงาม และมีรอยพระพุทธรูปจำลองปางป่าเลไลยก์ให้นักท่องเที่ยวได้สักการบูชา นอกจากนี้ในบริเวณวัด ทางอำเภอได้จัดทำเป็นสวนไม้ตัดพระเกียรดี มีพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ปลูกไว้ประมาณ 10 กว่าชนิด	4.43	0.82	มาก
บึงฉวาก อ.เดิมบางนางบวช เป็นบึงที่มีบรรยากาศร่มรื่น ลมพัดเย็นสบายตลอดในบริเวณบึงเต็มไปด้วยดอกบัวสีแดงและชมพู ในช่วงตอนเช้าบัวจะบานสวยงาม นักเปิดแดงฝูงใหญ่จับกลุ่มอยู่ตามกอบัวในช่วงฤดูหนาว ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมีนาคมและนกจะทยอยกลับในช่วงเดือนเมษายน มีศาลาสำหรับเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน มีบริการขี่จักรยานน้ำ นักท่องเที่ยวสามารถขออนุญาตกางเต็นท์พักผ่อนริมบึง	3.48	0.83	มาก
รวมเฉลี่ย	54	.81	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ประชาชนที่มีการรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรีด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ เขื่อนกระเสียว อ.ด่านช้าง เป็นสถานที่นันทนาการแบบธรรมชาติและตกปลา บรรยากาศเย็นสบาย และใกล้กันมีหาดทรายห้วยกระเสียว ที่สามารถลงเล่นน้ำได้โดยไม่มีอันตราย ($\bar{X} = 3.79$) รองลงมาได้แก่ อุทยานแห่งชาติพุเตย อ.ด่านช้าง มีป่าสนสองใบที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและมีทะเลหมอกให้ดูได้ที่ยอดเขา มีน้ำตกตะเพินคี่ที่มีน้ำไหลตลอดปี จากบ่อน้ำผุดตามธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.58$)

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีด้านการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
วัดแคคุ้มขุนแผนและต้นมะขามยักษ์ เป็นส่วนหนึ่งของวรรณคดีขุนช้างขุนแผน ที่ขุนแผนเคยมาบวชและร่ำเรียนวิชาคาถา อาคมกับอาจารย์คง เสกใบมะขามเป็นตัวแทน ขบไล่ข้าศึก ที่ต้นมะขามยังมีอยู่จริง ณ ที่แห่งนี้	4.10	0.736	มาก
หลวงพ่อดำ วัดป่าเลไลยก์ เป็นพระพุทธรูปในสมัยอุทอง ได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์ในสมัยรัชกาลที่ 4 โดยมีตราพระมงกุฎ ประดิษฐานอยู่ที่หน้าบันพระวิหารและมีภาพจิตรกรรม บอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ของวรรณคดีขุนช้างขุนแผน	4.18	0.731	มาก
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สุพรรณบุรี นำเสนอเรื่องราว วิถีชีวิตของชาวสุพรรณบุรี ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ทวารวดี ลพบุรี อยุธยา รัตนโกสินทร์ และบุคคลสำคัญในอดีต รวมทั้งวรรณกรรมเพลงพื้นบ้านเพลงลูกทุ่ง ที่น่าสนใจ	3.91	0.757	มาก
วัดเขานางบวช พระอาจารย์ธรรมโชติ อ.เดิมบางนางบวชเป็นที่จำพรรษาจนถึงมรณภาพของพระอาจารย์ธรรมโชติ แห่งศึกบางระจัน เมื่อมีอายุ 82 พรรษา ที่เข้าใจว่าหายสาบสูญไป หลังค่ายบางระจันแตกรวม 16 ปี	3.50	0.796	มาก
เสาใหญ่บ้านก้านดิน อ.ด่านช้าง เป็นบ้านหลังใหญ่ที่สร้างด้วยเสาไม้ขนาดใหญ่จำนวน 204 ต้น แต่ละต้นมีขนาด 2-3 คนโอบ นับเป็นงานก่อสร้างที่มหัศจรรย์แห่งหนึ่งของ อ.ด่านช้าง ที่สะท้อนถึงความอุดมสมบูรณ์ในอดีตของสุพรรณบุรี	3.43	0.827	มาก
รวมเฉลี่ย			มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ประชาชนที่มีการรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ หลวงพ่อดำ วัดป่าเลไลยก์ เป็นพระพุทธรูปในสมัยอุทอง ได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์ในสมัยรัชกาลที่ 4 โดยมีตราพระมงกุฎ ประดิษฐานอยู่ที่หน้าบันพระวิหารและมีภาพจิตรกรรม บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ของวรรณคดีขุนช้างขุนแผน ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมา ได้แก่ วัดแคคุ้มขุนแผนและต้นมะขามยักษ์ เป็นส่วนหนึ่งของวรรณคดีขุนช้างขุนแผน ที่ขุนแผนเคยมาบวชและร่ำเรียนวิชาคาถาอาคมกับอาจารย์คง เสกใบมะขามเป็นตัวแทน ขบไล่ข้าศึก ที่ต้นมะขามยังมีอยู่จริง ณ ที่แห่งนี้ ($\bar{X} = 4.10$)

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรีด้านการท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
วัดไผ่โรงวัว อ.สองพี่น้อง มีพระพุทธรูปปูนปั้นที่มองเห็นแต่ไกลที่น่าสนใจมาก คือ มีรูปปูนปั้นเปรตตัวสูงยาว และการถูกลงทัณฑ์ในรกให้เกิดความตระหนักในบาปบุญ	3.74	0.810	มาก
ศาลหลักเมืองสุพรรณบุรีและหมู่บ้านมังกรสวรรค์ เป็นสถานที่รวบรวมเรื่องราวมากคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 และทุก 15 คำเดือน 7 จีนของทุกปีจะมีประเพณีทั้งจาด มีผู้คนมาร่วมงานบุญนี้จำนวนมาก	3.92	0.59	มาก
พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ อ.ดอนเจดีย์ นอกจากมีพระบรมราชานุสาวรีย์ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงออกศึกแล้ว ภายในยังมีการแสดงภาพแสงสีเสียง และหุ่นจำลองการยกทัพของพม่า - ไทยให้ชมอีกด้วย	4.09	0.752	มาก
หอคอยบรรหาร - แจ่มใส เป็นสวนพักผ่อนหย่อนใจกลางเมือง ที่มีพรรณไม้ ลานน้ำพุ สวนน้ำ และอาคารหอคอยที่มีความสูง 124 เมตร ข้างบนมีนิทรรศการประวัติศาสตร์เมืองสุพรรณบุรีที่น่าสนใจ	4.09	0.748	มาก
พระพุทธรูปศิลาสุวรรณภูมิ มีพระแกะสลักหิน องค์ใหญ่กลางหน้าผาหิน ปัจจุบันกำลังก่อสร้างปรับปรุงภูมิทัศน์ ตั้งอยู่ในอุทยานสวนหินพุทธสถานทวารวดีอุทงเชิงนิเวศ เป็นสวนหินธรรมชาติตั้งอยู่ในบริเวณสำนักปฏิบัติธรรมพุทธทางนาค อ.อุทง มีเนื้อประมาณ 50 ไร่	3.58	0.69	มาก
รอยพระพุทธรูปเขาดีสลัก อ.อุทง เป็นวัดที่อยู่บนเทือกเขาที่มีเรื่องราวที่น่าสนใจมากด้วยคุณค่า มีรอยพระพุทธรูปหินทราย ในสมัยทวารวดี ที่ต่างจากรอยพระพุทธรูปในที่อื่น ๆ	3.76	0.811	มาก
วัดเขาพระศรีสรรเพชญาราม เป็นวัดเก่าแก่ สันนิษฐานว่าตั้งแต่สมัยทวารวดี เพราะมีโบราณวัตถุหลาย บนยอดเขาพบซากเจดีย์อยู่รอบ 1 องค์ และยังมีรอยพระพุทธรูปจำลองแกะสลักด้วยหินเขียวธรรมชาติประดิษฐ์ไว้ในมณฑปบนยอดเขาอีกด้วย	3.96	0.819	มาก
รวมเฉลี่ย			มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ประชาชนที่มีการรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรีด้านการท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ พระบรมราชานุสรณ์ อ.ดอนเจดีย์ นอกจากมีพระบรมราชานุสาวรีย์ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงออกศึกแล้ว ภายในยังมีการแสดงภาพแสงสีเสียง และหุ่นจำลองการยกทัพของพม่า - ไทยให้ชมอีกด้วย และหอคอยบรรหาร - แจ่มใส เป็นสวนพักผ่อนหย่อนใจกลางเมืองที่มีพรรณไม้ ลานน้ำพุ สวนน้ำ และอาคารหอคอยที่มีความสูง 124 เมตร ข้างบนมีนิทรรศการประวัติศาสตร์เมืองสุพรรณบุรีที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.09$) เท่ากัน รองลงมา วัดเขาพระศรีสรรเพชญาราม เป็นวัดเก่าแก่ สันนิษฐานว่าตั้งแต่สมัยทวารวดี เพราะมีโบราณวัตถุหลาย บนยอดเขาพบซากเจดีย์อยู่รอบ 1 องค์ และยังมีรอยพระพุทธรูปจำลองแกะสลักด้วยหินเขียวธรรมชาติประดิษฐ์ไว้ในมณฑปบนยอดเขาอีกด้วย ($\bar{X} = 3.96$)

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการท่องเที่ยว ด้านนันทนาการ

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการท่องเที่ยวด้านนันทนาการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
นาเฮียใช้ สุพรรณบุรี หรือศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทยสุพรรณบุรี เป็นที่ที่รวบรวมความรู้วิถีของเกษตรกร และเครื่องมือในการดำรงชีวิตของผู้คนในการทำเกษตรกรรม ภายในศูนย์เรียนรู้ ๆ เมื่อมาถึงสิ่งแรกที่เห็นและสะดุดตาก็คือ แปลงนาสาธิต สำหรับสาธิตลักษณะพันธุ์ข้าวนาปี 12 ชนิด พันธุ์ที่นิยมปลูกในปัจจุบันของ 4 ช่วงอายุข้าว เพื่อให้ชาวนาและผู้สนใจได้มีความรู้ในการตัดสินใจเลือกชนิดพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมโดยปักดำด้วยกล้าเพียงต้นเดียว รวมถึงมีกิจกรรมลงแขกเกี่ยวข้าวให้กับผู้ที่สนใจอีกด้วย	3.96	0.819	มาก
สามชุกตลาดร้อยปี อ.สามชุก เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้รับรางวัลมรดกโลกประเภทอนุรักษ์วัฒนธรรมแห่งเอเชียแปซิฟิก จากองค์การยูเนสโก ปี 2552	3.89	0.805	มาก
ศูนย์พันธุ์พืชเพาะเลี้ยง อ.อุทุมพร มีการจัดเทศกาลดอกไม้ที่สวยงามตลอดปีบนเนื้อที่หลายร้อยไร่ เช่น ดอกทิวลิป เตือนม.ค. ดอกกุหลาบเตือน ก.พ. ดอกกระเจียวเตือน ส.ค. ดอกทานตะวันและไม้ดอกเมืองหนาวเดือน ธ.ค. เป็นต้น	3.63	0.815	มาก
ตลาดเก่าห้องร้อยปี อ.บางปลาม้า นอกจากจะเป็นตลาดเก่าโบราณแล้ว ยังมีหอคูโจร ที่ได้ถูกสร้างขึ้นโดยชาวบ้าน เมื่อ ปี 2477 เพื่อขึ้นไปสังเกตการณ์ต่อสู้กับโจรที่เข้ามาปล้นสะดม	3.60	0.816	มาก
วัดทับกระดาน อ.สองพี่น้อง เป็นสถานที่เผาศพของอดีตราชินีลูกทุ่งชื่อดัง พุ่มพวง ดวงจันทร์ ที่เกิดที่นี่ และทุกวันที่ 13 มิถุนายนของทุกปี จะมีนักร้องลูกทุ่งมากมายที่มาร่วมแสดงในงานรำลึกถึงวันครบรอบการจากไปของเธอ	3.62	0.887	มาก
หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ที่ อ.ศรีประจันต์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการแสดงเกี่ยวกับวิถีชีวิตของผู้คนกับควายที่ใช้ในการทำนาปลูกข้าว มีทั้งโปรแกรมเที่ยว 1 วัน จนถึง 5 วัน 4 คืน	3.73	0.64	มาก
รวมเฉลี่ย			มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ประชาชนที่มีการรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการท่องเที่ยวด้านนันทนาการ ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า การรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ นาเฮียใช้ สุพรรณบุรี หรือ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชาวนาไทยสุพรรณบุรี เป็นที่ที่รวบรวมความรู้วิถีของเกษตรกร และเครื่องมือในการดำรงชีวิตของผู้คนในการทำเกษตรกรรม ภายในศูนย์เรียนรู้ ๆ เมื่อมาถึงสิ่งแรกที่เห็นและสะดุดตาก็คือ แปลงนาสาธิต สำหรับสาธิตลักษณะพันธุ์ข้าว นาปี 12 ชนิด พันธุ์ที่นิยมปลูกในปัจจุบันของ 4 ช่วงอายุข้าว เพื่อให้ชาวนาและผู้สนใจได้มีความรู้ในการตัดสินใจเลือกชนิดพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมโดยปักดำด้วยกล้าเพียงต้นเดียว รวมถึงมีกิจกรรมลงแขกเกี่ยวข้าวให้กับผู้ที่สนใจอีกด้วย ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมา ได้แก่ ตลาดร้อยปี อ.สามชุก เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้รับรางวัลมรดกโลกประเภทอนุรักษ์วัฒนธรรมแห่งเอเชียแปซิฟิก จากองค์การยูเนสโก ปี 2552 ($\bar{X} = 3.89$)

อภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรีพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีจากสื่อบุคคลที่เป็นเพื่อนนักศึกษาด้วยกัน ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของฐิตินาถ สุตจิตโต (Thitinat Sudjitto, 2012) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีและความรู้ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลที่เป็นเพื่อนสนิทหรือเพื่อนบ้าน เหตุผลดังกล่าวอาจอธิบายได้ว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคลเป็นผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกันการที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น เพราะการติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความ เข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง รวมทั้งการติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) จะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีคามสนใจในทางนั้นด้วย (Rogers, & Shoemaker, 1971 as cited in Duangruethai Phongphaitoon, 2001, pp. 13 - 14)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรีพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็น Facebook ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุรสิทธิ์ ตรีทอง (Surasit Treethong, 2013) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อการท่องเที่ยว กับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวบางอู่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวบางอู่ที่เป็นสื่ออินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์เมืองแม่ฮ่องสอน cat.com ซึ่งเป็นสื่อจากอินเทอร์เน็ต ในโลกโซเชียลเช่นเดียวกัน

ด้านการท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถานพบว่า การรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ พระบรมราชานุสรณ์ อ.ดอนเจดีย์ นอกจากมีพระบรมราชานุสาวรีย์ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงออกศึกแล้ว ภายในยังมีการแสดงภาพแสงสีเสียง และหุ่นจำลองการยกทัพของพม่า - ไทยให้ชมอีกด้วย และหอคอยบรรหาร-แจ่มใส เป็นสวนพักผ่อนหย่อนใจกลางเมืองที่มีพรรณไม้ ลานน้ำพุ สวนน้ำ และอาคารหอคอยที่มีความสูง 124 เมตร ข้างบนมีนิทรรศการประวัติศาสตร์เมืองสุพรรณบุรีที่น่าสนใจ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของวรชนันท์ สิริพัชรังกูร (Worachanan Siriphatcharongkul, 2012) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อข้อมูลแหล่งท่องเที่ยววัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อข้อมูลแหล่งท่องเที่ยววัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยววัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร จังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ ได้แก่ การจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยว เหตุผลดังกล่าวอาจอธิบายได้ว่า การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากทีบุคคลเลือกรับ เลือกความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปไว้เป็นประสบการณ์เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับคามสนใจหรือไม่เห็นด้วย (Peera Chirasophon, 1999, pp. 636 - 638) อีกทั้ง โบราณสถานที่มียายุและลักษณะแห่ง

การก่อสร้างหรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของโบราณสถานนั้นเป็นประโยชน์ทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี รวมทั้งโบราณวัตถุ ที่เป็นสิ่งประดิษฐ์หรือสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือเคยเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของโบราณสถาน ชากมนุษย์ หรือซากสัตว์ ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการประดิษฐ์หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของสิ่งหาปริมาตรนั้นเป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี เช่น ชากมนุษย์ ซากสัตว์ ภาพเขียน งานศิลปะ เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องประดับของคนโบราณ ศิลาจารึก เป็นต้น โบราณวัตถุมักพบเห็นอยู่ในโบราณสถาน จึงมักเรียกทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โดยรวมกันว่า เป็นโบราณวัตถุสถาน แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีสะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยือน (Ranee Isichaikul, 2005a, pp. 165 - 169) ดังนั้นผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า นักศึกษามากวิทยาลัยสุพรรณบุรี มีการรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรมและโบราณสถาน จึงเป็นสิ่งที่นักศึกษามีความสนใจเพราะโบราณสถานของจังหวัดสุพรรณบุรีมีปรากฏให้เห็นอยู่ทั่วไป จึงเป็นข้อค้นพบที่เชื่อถือได้

ด้านการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมพบว่า การรับรู้ในระดับมาก ได้แก่ หลวงพ่อโต วัดป่าเลไลยก์ เป็นพระพุทธรูปในสมัยอู่ทอง ได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์ในสมัยรัชกาลที่ 4 โดยมีตราพระมงกุฎ ประดิษฐานอยู่ที่หน้าบันพระวิหารและมีภาพจิตรกรรม บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ของวรรณคดีขุนช้างขุนแผน ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของอรณี มาไพศาลสิน (Oranee Mapaisarnsin, 2011) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นระดับมากที่สุด ได้แก่ ความศักดิ์สิทธิ์ของพระพุทธรูปชินราช ($\bar{X} = 4.72$) รองลงมา ได้แก่ เป็นวัดหลวงที่สำคัญของพิษณุโลก ($\bar{X} = 4.61$) เหตุผลดังกล่าวอาจอธิบายได้ว่า ศาสนสถานเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและจริยธรรมจึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวมักมีจุดประสงค์เพื่อไปศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับศาสนา เพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนา หรือเพื่อเยี่ยมชมสักการะ เพื่อความสงบในจิตใจ เช่น โบสถ์ วัด วิหาร สถานที่จารึกแสงบุญ สถานที่เพื่อเคารพสักการะ เป็นต้น อีกทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีเอกลักษณ์ และถ่ายทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เช่น วิถีความเป็นอยู่ สภาพบ้านเรือน ภาษา การแต่งกาย การละเล่น กีฬา ดนตรี ศิลปะ และขนบธรรมเนียมต่าง ๆ รวมทั้งกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น ประเพณี งานเทศกาล พิธีกรรม เป็นต้น (Ranee Isichaikul, 2005b, pp. 165 - 169) ดังนั้น ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ประชาชนจังหวัดสุพรรณบุรี มีการรับรู้ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ หลวงพ่อโต วัดป่าเลไลยก์ เป็นพระพุทธรูปในสมัยอู่ทอง ได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์ในสมัยรัชกาลที่ 4 โดยมีตราพระมงกุฎ ประดิษฐานอยู่ที่หน้าบันพระวิหารและมีภาพจิตรกรรม บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ของวรรณคดีขุนช้างขุนแผน จึงเป็นสิ่งที่นักศึกษาให้ความสนใจรับรู้ที่สมเหตุสมผล

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรศึกษาเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางแจ้งกับความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่นในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

2. ควบคู่การศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จังหวัดสุพรรณบุรี
3. ควบคู่การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนในท้องถิ่นกับการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสุพรรณบุรีและความคิดเห็นของประชาชนต่อการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านนันทนาการ จังหวัดสุพรรณบุรี
4. ควบคู่ศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ เรื่อง การรับรู้ของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

References

- Boontham Kitpreedaborisut. (2010). *Techniques of Data Collection Tools for Research* (7th ed.). Bangkok: Sri - anan Printing.
- Cronbach. L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.) New York: Harper & Row.
- Duangruechai Phongphaitoon. (2001). *Teenagers' exposure of information, knowledge and attitude on sex education in Bangkok Metropolitan* (Master's thesis), Chulalongkorn University.
- Nongnuch Srithana-anan. (2005). *Marketing Promotion*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Oranee Mapaisarnsin. (2011). *A study on Thai tourists' behavior and opinions on marketing mix factors of Wat Phra Sri Rattana MAHA That, Phitsanulok Province* (Master's thesis), Krirk University.
- Peera Chirasophon. (1999). *Data selection and collection*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University Printing.
- Ranee Isichaikul. (2005a). *Tourism management and promotion*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- _____. (2005b). *Introduction to tourism resources*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Rogers, M. Everett, & Shoemaker, F. Floyd. (1971). *Communication of innovations*. New York: The Free Press.
- Suphan Buri Provincial Statistics. (2019). *Suphan Buri populations*. Retrieved from <http://suphan.nso.go.th>
- Surasit Treethong. (2013). *Tourism exposure and people's opinions on Pang Ung, Mae Hong Son Province* (Master's thesis), Krirk University.
- Suwanchai Ritthirak. (2015). *Factors affecting tourism industry*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University Printing.
- Thitinat Sudjitto. (2012). *Tourism information exposure of students at Rampaipanee Rajabhat University and knowledge on tourist attractions in Chanthaburi Province* (Master's thesis), Krirk University.

- Wichian Ketsing. (1998). *Statistics analysis for research* (4th ed.). Bangkok: Thaiwatthanapanich.
- Worachanan Siriphatcharongkul. (2012). *Media exposure and perception of Thai tourists towards tourist information of Wat Phra That Doi Suthep, Chiang Mai Province* (Master's thesis), Krirk University.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.

Received: Sep 16, 2020

Revised: Jan 11, 2021

Accepted: Jan 11, 2021

Academic Journal

of

Thailand National Sports University