

พิศมัย ฉาวรวงษ์ : กลยุทธ์และประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดภาคใต้
ตอนบน (PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND EFFECTIVENESS OF
TOURISM PROMOTION IN THE UPPER SOUTHERN PROVINCES) อ.ที่ปรึกษา :
รศ.ดร.ธนวดี บุญถิ้อ, 347 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษากลยุทธ์และประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดภาคใต้ตอนบน
โดยใช้การศึกษา 2 วิธีการ คือ ศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
สำนักงานภาคใต้เขต 2 ประชาสัมพันธ์จังหวัดนครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง สื่อมวลชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการ
รวมทั้งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 408 คน โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่า
ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของจังหวัดภาคใต้ตอนบน ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ใดเป็นพิเศษ เป็นการ
รับนโยบายจากส่วนกลาง คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสำนักงานจังหวัดในพื้นที่มาดำเนินงาน ซึ่งเน้น
กลยุทธ์เชิงรุกและเชิงรับ โดยการกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ และการนำเสนอสารประชาสัมพันธ์
2. จังหวัดทางภาคใต้ตอนบนเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่แตกต่างจากจังหวัดท่องเที่ยวอื่น คือ เป็นจังหวัด
ท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรครบถ้วน แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง มักจะจะไม่ได้รับความ
สนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ส่งมามุ่งเน้นไปเฉพาะบางแหล่งใน
จังหวัดภาคใต้ตอนบนเท่านั้น ยังไม่มีข้อมูลที่เป็นประ โยชน์กับนักท่องเที่ยว ที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจมา
ท่องเที่ยวได้
3. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับต่ำ และสื่อบุคคลสื่อเฉพาะกิจ
ในระดับต่ำมาก
4. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนจังหวัดกรุงเทพมหานครและจังหวัดนครศรีธรรมราช สื่อบุคคลจังหวัด
เชียงใหม่และจังหวัดนครศรีธรรมราช สื่ออินเทอร์เน็ตทุกจังหวัด สื่อเฉพาะกิจจังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัด
เชียงใหม่และจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว
5. การเปิดรับข่าวสารส่วนมากจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับ
ทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวไทย
6. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล จังหวัดกรุงเทพมหานครและจังหวัดนครศรีธรรมราช สื่ออิน
เทอร์เน็ตยกเว้นจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนการ
เปิดรับข่าวสารส่วนมากจากสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย
7. การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....

ลายมือชื่อนิสิต.....พิศมัย ฉาวรวงษ์.....

สาขาวิชา.....การประชาสัมพันธ์.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..........

ปีการศึกษา.....2549.....