

คารามาส มณฑลวิทย์ : การใช้เทศกาลดนตรีพัทยาในฐานะกิจกรรมเชิงกลยุทธ์ เพื่อการ
สร้างภาพลักษณ์เมืองพัทยา ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (THE USE OF
PATTAYA MUSIC FESTIVAL BY THE TOURISM AUTHORITY OF THAILAND
AS STRATEGIC ACTIVITY FOR THE PROMOTION OF PATTAYA CITY'S
IMAGE) อ. ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญถือ, 257 หน้า. ISBN 974-14-
2707-7.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างภาพลักษณ์เมืองพัทยาโดยการใช้เทศกาลดนตรีพัทยาเป็น
กิจกรรมเชิงกลยุทธ์ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โครงการเทศกาลดนตรีพัทยา
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ ทิศนคติที่มีต่อโครงการฯ และ
ภาพลักษณ์ของพัทยาในสายตาของประชาชน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่แบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนที่เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธี
การศึกษาจากแผนงาน เอกสาร และสื่อต่างๆที่เกี่ยวข้องกับ การประชาสัมพันธ์ โครงการเทศกาลดนตรีพัทยา
ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการ
เทศกาลดนตรีพัทยา จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และส่วนที่เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยผู้วิจัยได้ทำการ
เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18-50 ปี และมีภูมิลำเนา
อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

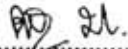
ผลการวิจัยพบว่า การสร้างภาพลักษณ์เมืองพัทยาโดยการใช้เทศกาลดนตรีพัทยาเป็นกิจกรรมเชิง
กลยุทธ์ แบ่งออกเป็นภาพลักษณ์ด้านต่างๆ คือ ภาพลักษณ์เมืองแห่งเสียงเพลง ไร้พรมแดน ภาพลักษณ์เมือง
ท่องเที่ยวแบบครอบครัว เหมาะกับคนทุกเพศ ทุกวัย และทุกอาชีพ ภาพลักษณ์เมืองที่มีศักยภาพทางการ
ท่องเที่ยวในทุกๆด้าน และภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวที่ปลอดภัย ในส่วนของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์นั้น
พบว่า มีการใช้กลยุทธ์ดังนี้ คือ กลยุทธ์การใช้สื่อแบบผสมผสาน กลยุทธ์การกำหนดสื่อหลักและสื่อรอง กลยุทธ์
การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง กลยุทธ์การใช้สื่อสร้างกระแส กลยุทธ์การใช้สื่อของหน่วยงานพันธมิตร กลยุทธ์การ
นำสื่อสมัยใหม่เข้ามาใช้ และกลยุทธ์การสร้างการจดจำโครงการเทศกาลดนตรีพัทยา

สำหรับผลการวิจัยในส่วนของการวิจัยเชิงสำรวจ พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีการ
เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการเทศกาลดนตรีพัทยาจากสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับต่ำ โดยมีการเปิดรับข่าวสาร
เกี่ยวกับ โครงการฯจากสื่อมวลชนในระดับปานกลาง จากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจในระดับต่ำ มีการรับรู้
ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯในระดับสูง มีทัศนคติต่อโครงการฯในระดับปานกลางหรือทัศนคติที่เป็นกลาง และ
ภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง
หรือภาพลักษณ์ที่เป็นกลาง

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา.....การประชาสัมพันธ์.....

ปีการศึกษา.....2549.....

ลายมือชื่อนิติ..... .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... .....