


มันทนา ช่องสวนอ้อย : กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโรงแรมที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. (PUBLIC RELATIONS STRATEGIES OF HOTEL WITH CULTURAL TOURISM MANAGEMENT) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ. กรรณิการ์ อัครดรเดชา, 186 หน้า.

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ และกลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดการภาพลักษณ์ของโรงแรมที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังศึกษารับรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์ของสวนสามพราน สวนนงนุชพัทยา และหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยในสายตานักท่องเที่ยว โดยแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก คือ ศึกษาภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ และกลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดการภาพลักษณ์ โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ส่วนที่สอง คือ ศึกษาการรับรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์ในสายตานักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า โรงแรมที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 3 แห่งมีการกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ขององค์กรคล้ายคลึงกัน คือ ภาพลักษณ์วัฒนธรรมไทย และภาพลักษณ์ธรรมชาติ โดยมีกลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดการภาพลักษณ์ ดังนี้ 1. ให้เอกลักษณ์ 2. ใช้สื่อมวลชนสัมพันธ์ ซึ่งประกอบไปด้วย โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ 3. ใช้สื่อบุคคล 4. ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต 5. ใช้สื่อกิจกรรม และเหตุการณ์พิเศษ และมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีสำรวจเป็นหลัก รองลงมาคือการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวแบบเจาะลึก ในส่วนของการรับรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์ของทั้ง 3 แห่ง กลุ่มตัวอย่างของโรงแรมที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 3 แห่ง มีทัศนคติเชิงบวกต่อสวนสามพราน สวนนงนุชพัทยา และหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....  
สาขาวิชา.....การประชาสัมพันธ์.....  
ปีการศึกษา.....2552.....

ลายมือชื่อนิสิต มันทนา ช่องสวนอ้อย  
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก 

## 084730728 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS : PUBLIC RELATIONS STRATEGIES / HOTEL / CULTURAL TOURISM MANAGEMENT

MANTANA CHONGSUAN-OI : PUBLIC RELATIONS STRATEGIES OF HOTEL WITH CULTURAL TOURISM MANAGEMENT. ADVISOR : ASSOC. PROF. KANNIGAH ASAVADORNDEJA, 186 pp.

The objectives of this research were to study wished image and image management strategies of hotel with cultural tourism management by studying involved document, in-depth interview, and survey of the consumers' perception and attitude of Sampran Park, Nongnooch Park and Thai Buffalo Village. Questionnaires were used to collect data from 400 samples by surveys and analyzing data. SPSS Program was used for data processing.

The findings were as follows : three hotels with cultural tourism management created wished image as Thai cultural and natural tourism centre. The image management strategies consisted of 1. unity 2. media relations 3. personal media 4. internet 5. activities and special events. As for research's results, it was found that the target groups of the three hotels with cultural tourism management had positive attitudes toward Sampran Park , Nongnooch Park and Thai Buffalo Village.



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Department : Public Relations  
Field of Study : Public Relations  
Academic Year : 2009

Student's Signature Mantana Chongsuan-oi  
Advisor's Signature K. Asavadorndejai