



การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10
จังหวัดนครศรีธรรมราช

โดย

นางสาวจุฬาลักษณ์ กำลั้งเกื้อ

วันที่..... 17 S.A. 2553
เลขทะเบียน..... 012299 ๑๐2

ภพ.

915๐9304

๑684 ก

ม.กร. ๖๖๓๗

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
พ.ศ. 2553

**Participation of local people about tourism The Tourist Information culture
festival 10 months Nakhon Si Thammarat**

By

Miss Julaluk Komlungkua

**A Study Report Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Master Degree of Communication Arts
Department of Tourism and Entertainment Communication
Faculty of Communication Arts**

KRIRK UNIVERSITY

2010

มหาวิทยาลัยเกริก
คณะนิเทศศาสตร์
สารนิพนธ์

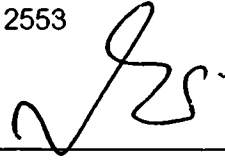
ของ
นางสาวจุฬาลักษณ์ กำลังเกื้อ

เรื่อง

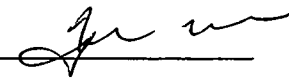
การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับ
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 จังหวัดนครศรีธรรมราช
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

เมื่อวันที่ 30 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2553


ประธานกรรมการสารนิพนธ์


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

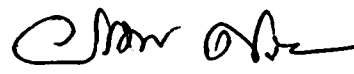
กรรมการสารนิพนธ์


(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น)

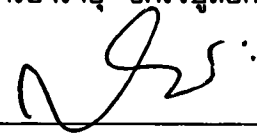
กรรมการสารนิพนธ์


(รองศาสตราจารย์อรรถัย ศรีสันติสุข)

กรรมการสารนิพนธ์


(อาจารย์จิรายุ อัครวิบูลย์กิจ)

หัวหน้าสาขาวิชา


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวจุฬาลักษณ์ กำลิ่งเกื้อ
สาขาวิชา/คณะ	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล (2) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชน (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความสัมพันธ์ คิวค่าไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 30 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานภาคเอกชน มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งอาศัยอยู่ในชุมชน 5 -10 ปี รองลงมาคือ มากกว่า 15 ปี

สำหรับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ รองลงมา ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ตามลำดับ

(2)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วม ในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่มีความสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 2 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 4 ด้าน

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 4 ด้าน ที่ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 อาชีพปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 4 ด้าน

สมมติฐานที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตาม ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ด้านอื่นไม่มีความสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 6 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของ ประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช ทั้ง 4 ด้าน

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราชฉบับนี้ ได้รับการ
สนับสนุนและการให้ความช่วยเหลือด้วยดีจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น อาจารย์ที่
ปรึกษาสารนิพนธ์ จนทำให้สารนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในงานประเพณีสารทเดือน 10
ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ได้สละเวลารอกข้อมูล และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ จน
ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้และให้คำปรึกษาทุกๆ ด้าน ขอกราบ
ขอบพระคุณบิดามารดา ที่คอยให้กำลังใจ เอาใจใส่เลี้ยงดูอย่างดีที่สุด ตลอดจนขอขอบพระคุณ
ผู้ให้ความอนุเคราะห์ทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวนาม

หากสารนิพนธ์เล่มนี้มีคุณค่าหรือเกิดประโยชน์เป็นผลดีด้วยประการใด ๆ ผู้วิจัยขอมอบ
คุณครูบาอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน แต่หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอรับไว้แต่ผู้เดียว

นางสาวจุฬาลักษณ์ กำลังเกื้อ
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
พ.ศ. 2553

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญแผนภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	7
2.2 แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน	24
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	29
2.4 แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช	36
2.5 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช	38
2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย	45
2.8 สมมติฐานการวิจัย	46
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	47
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	47
3.2 เครื่องมือในการวิจัย	49
3.3 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ	50
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	52
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	52

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	54
4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน	54
4.2 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช	57
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน	62
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	97
5.1 สรุปผล	97
5.2 อภิปรายผล	100
5.3 ข้อเสนอแนะ	102
ภาคผนวก	104
แบบสอบถาม	105
บรรณานุกรม	108
ประวัติผู้วิจัย	111

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
4.1	ลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน	54
4.2	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวม	57
4.3	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์	58
4.4	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์	59
4.5	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ	60
4.6	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	61
4.7	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ	63
4.8	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ	64
4.9	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำแนกตามเพศ	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำแนกตามเพศ	66
4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ	67
4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ	68
4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำแนกตามอายุ	69
4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำแนกตามอายุ	70
4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	71
4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	73
4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	75
4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	77
4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	79
4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	83
4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	85
4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89
4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91
4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน	92
4.28 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน	94
4.29 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน	95
4.30 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน	96

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
2.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	45

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเพณีสารทเดือน 10 เป็นงานบุญประเพณีของคนภาคใต้ของประเทศไทย โดยเฉพาะชาวนครศรีธรรมราชที่ได้รับอิทธิพลด้านความเชื่อมาจากทางศาสนาพราหมณ์โดยมีการผสมผสานกับความเชื่อทางพระพุทธศาสนา โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อเป็นการอุทิศส่วนกุศลให้แก่ดวงวิญญาณของบรรพชนและญาติที่ล่วงลับ ซึ่งได้รับการปล่อยตัวมาจากนรกที่ตนต้องจองจำอยู่เนื่องจากผลกรรมที่ตนได้เคยทำไว้ตอนที่ยังมีชีวิตอยู่ โดยจะเริ่มปล่อยตัวจากนรกในทุกวันแรม 1 ค่ำเดือน 10 เพื่อมายังโลกมนุษย์ โดยมีจุดประสงค์ในการมาขอส่วนบุญจากลูกหลานญาติพี่น้องที่ได้เตรียมการอุทิศไว้ให้เป็นการแสดงความกตัญญูแก่ผู้ที่ล่วงลับ หลังจากนั้นก็จะกลับไปขังนรก ในวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10

ช่วงระยะเวลาในการประกอบพิธีกรรมของประเพณีสารทเดือน 10 จะมีขึ้นในวันแรม 1 ค่ำ ถึงแรม 15 ค่ำเดือน 10 ของทุกปี แต่สำหรับวันที่ชาวใต้มักจะนิยมทำบุญกันมากคือ วันแรม 13-15 ค่ำ ประเพณีวันสารทเดือน 10 โดยส่วนใหญ่แล้วจะตรงกับเดือนกันยายน

เมื่อถึงวันแรม 14 ค่ำเดือน 10 ซึ่งเรียกกันว่า “วันหลองหุ้บรับ” แต่ละครอบครัวหรือวงศ์ตระกูลจะร่วมกันนำข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ มาจัดเป็นหุ้บรับ / หะหรับ/ สำหรับการจัดหุ้บรับนั้น ไม่มีรูปแบบที่แน่นอน จะจัดเป็นรูปแบบใดก็ได้ แต่ลำดับการจัดของลงหุ้บรับจะเหมือนๆ กัน คือ เริ่มต้นจะนำกระบุง กระจาด ถาด หรือกะละมัง มาเป็นภาชนะ แล้วรองกันด้วยข้าวสาร ตามด้วยหอม กระเทียม พริก เกลือ กะปิ น้ำตาล และเครื่องปรุงอาหารที่จำเป็นอื่นๆ ค่อไปก็ใส่ของจำพวกอาหารแห้ง เช่น ปลาเค็ม เนื้อเค็ม และผักผลไม้ที่เก็บไว้ได้นานๆ เช่น ฟักเขียว ฟักทอง มะพร้าว ขมิ้น มัน ลางสาด เงาะ ลองกอง กุ้ง อ้อย ข้าวโพด ข้า ตะไคร้ ฯลฯ จากนั้นก็ใส่ของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ไข่ น้ำมันมะพร้าว น้ำมันก๊าด ไม้ขีด หม้อ กระทะ ถ้วยชาม เข็ม ค้าย และเครื่องเขียนหมาก สุดท้ายก็ใส่สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญของการจัดหุ้บรับ คือ ขนม 5 อย่าง (บางท่านบอกว่า 6 อย่าง) ซึ่งขนมแต่ละอย่างล้วนมีความหมายในตัวเอง คือ ขนมพอง เป็นสัญลักษณ์แทนแพสำหรับผู้ล่วงลับใช้ล่องข้ามห้วงมหรณพ ขนมลา แทนเครื่องนุ่งห่มแพพรธ ขนมง หรือ ขนมไข่ปลา แทนเครื่องประดับ ขนมคิซ่า แทนเงินเบี้ยสำหรับใช้สอย ขนมบ้า แทนสบู่ใช้เล่น ในกรณีที่มีขนม

6 อย่าง ก็จะมีขนมลาออยมัน ซึ่งใช้แทนฟูกหมอน เข้าไปด้วย 3 การยกหมุ่รับ ในวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 ซึ่งเป็นวันยกหมุ่รับ ต่างก็จะนำหมุ่รับพร้อมภัตตาหารไปวัด โดยแต่ละคนจะแต่งตัวอย่างสะอาดและสวยงาม เพราะถือเป็นการทำบุญครั้งสำคัญ วัดที่ไปมักจะเป็นวัดใกล้บ้านหรือวัดที่ตนศรัทธา การยกหมุ่รับไปวัดอาจต่างครอบครัวต่างไปหรืออาจจัดเป็นขบวนแห่ ทั้งนี้เพื่อต้องการความสนุกสนานรื่นเริงด้วย วัดบางแห่งอาจจะจัดให้มีการประกวดหมุ่รับในส่วนของจังหวัด นครศรีธรรมราชนั้น ได้จัดให้มีขบวนแห่หมุ่รับอย่างยิ่งใหญ่ตระการตาในงานเดือน 10 ทุก ๆ ปี โดยมีองค์กรทั้งภาครัฐและองค์กรเอกชนต่างส่งหมุ่รับของตนเข้าร่วมขบวนแห่และร่วมการประกวด ซึ่งในช่วงเทศกาลนี้สามารถจูงใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชมากยิ่งขึ้น

เมื่อขบวนแห่หมุ่รับมาถึงวัดแล้ว ก็จะร่วมกันถวายภัตตาหารแก่ภิกษุสงฆ์ เสร็จแล้วจะร่วมกัน “ตั้งเปรต” เพื่อแผ่ส่วนบุญส่วนกุศลให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว ในอดีตมักตั้งเปรตบริเวณโคนต้นไม้หรือบริเวณกำแพงวัด แต่ปัจจุบันนิยมตั้งบน “หลาเปรต” โดยอาหารที่จะตั้งนั้นจะเป็นขนมทั้ง 5 หรือ 6 อย่างดังกล่าวข้างต้น รวมถึงอาหารอื่นๆ ที่บรรพชนชอบ ตั้งเปรตเสร็จแล้ว พระสงฆ์จะสวดบังสุกุล โดยจับสายสิญจน์ที่ผูกไว้กับหลาเปรต เมื่อพิธีสงฆ์เสร็จสิ้น ผู้คนจะร่วมกัน “ชิงเปรต” โดยการแย่งชิงอาหารบนหลาเปรต ทั้งนี้นอกจากเพื่อความสนุกสนานแล้วยังมีความเชื่อว่า หากใครได้กินอาหารบนหลาเปรตจะได้รับกุศลแรง เป็นสิริมงคลแก่ตนเองและครอบครัว เสร็จสิ้นการชิงเปรตต่างก็แยกย้ายกลับบ้านด้วยใจอิมบุญ (<http://th.wikipedia.org>, 12 มกราคม 2553)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่ารูปแบบการจัดงานบุญวันสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จะเปลี่ยนแปลงจากเดิมไปบ้าง ก็คงจะเป็นการเปลี่ยนแปลงแค่รูปลักษณะภายนอกบางส่วน ทั้งนี้ก็เพื่อให้เหมาะสมกับยุคสมัยเท่านั้น แต่ในส่วนสาระสำคัญของงานประเพณีนี้ยังคงรูปแบบเดิมเอาไว้ทั้งหมด ระยะเวลาที่ผ่านมายาวนานสามารถพิสูจน์ได้ว่า “งานบุญวันสารทเดือน 10” เป็นงานประเพณีที่ยิ่งใหญ่เพียงใด และสมควรที่จะอนุรักษ์ไว้เป็นประเพณีคู่บ้านคู่เมืองได้หรือไม่

การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานประเพณีสารทเดือน 10 ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการที่จะทำให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร และเป็นแรงจูงใจในการสร้างความสนใจเดินทางมาเที่ยวงานดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันเป็นยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน จากความเจริญก้าวหน้าทางสังคมและเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้ทุกวันนี้โลกของเรามีขนาดเล็กลงอย่างไม่น่าเชื่อ ด้วยเหตุเพราะความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงทำให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

จากสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์หรืออิเล็กทรอนิกส์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์เรา

การสื่อสารถือได้ว่าเป็นศาสตร์และศิลป์ในการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ประชาชนร่วมมือและสนับสนุนกิจการงานขององค์กรนั้น ๆ การสื่อสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นการนำศาสตร์และศิลป์ของการสื่อสารมาเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดแรงจูงใจท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจนี้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวที่จะต้องซื้อสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง มาเพื่อสนองความต้องการที่มีมากมาย แต่เงินที่จะนำมาซื้อสินค้าและบริการเหล่านั้นมีจำกัด ผู้บริโภคจึงต้องตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ตามกำลังอำนาจซื้อของเขา อันเป็นแรงจูงใจขั้นพื้นฐานที่มีอยู่ในมนุษย์ทั่วไป โดยพิจารณาจากชื่อของผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ คุณภาพ ราคาสมเหตุสมผล คุ่มค่า สะดวกสบาย ความเพลิดเพลิน รวมถึงการโฆษณาและการสื่อสารประชาสัมพันธ์

สื่อ ถือได้ว่าเป็นหนทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการสื่อสารจากผู้ส่ง ไปสู่ผู้รับ ในปัจจุบัน สื่อมีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก จำแนกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สื่อมวลชนและสื่อบุคคล สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน บุคคลในครอบครัว เป็นต้น ซึ่งสื่อจะเข้าถึงนักท่องเที่ยวหรือ ผู้ซื้อสินค้าและบริการ ได้ ต้องขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวด้วย

การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ถือว่ามี ความสำคัญมาก เนื่องจากประชาชนเป็นผู้ที่คุ้นเคยและได้สัมผัสกับประเพณีนี้ตั้งแต่เด็กจนโต และมีความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบของกิจกรรมในพื้นที่ รวมไปถึงประวัติความเป็นมา การที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ถือได้ว่าประสบความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

แนวความคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชนบท ทั้งนี้ ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ที่มุ่งเน้นคนเป็นสำคัญมากกว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจ ได้พยายามเปลี่ยนแปลงแนวทางการพัฒนาจากระดับบนลงล่าง มาเป็นจากระดับล่างขึ้นบน แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Oakley, P. (1984 : 17) ได้กล่าวว่ แนวทาง

จากระดับล่างขึ้นบนนี้เกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเป็นสิ่งที่ขาดหายในกระบวนการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมในแต่ละพื้นที่

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราชว่าเป็นอย่างไร และมุ่งศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของประชาชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างไรหรือไม่ อันจะนำไปสู่การพัฒนาและสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช และในขณะเดียวกันยังเป็นการป้องกันมิให้คุณค่าของงานประเพณีอันดีงามถูกลืมหรือเลือนหายไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อทราบถึงรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ ไปเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ของประชาชนทั่วไป ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของประชาชนที่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2.2 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 และ

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการ
ประชาสัมพันธ์การท้องถิ่นที่วงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.3.2 ด้านพื้นที่ ศึกษาเฉพาะพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.3.3 ด้านประชากร ได้แก่ ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.3.4 ด้านระยะเวลา การเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - มีนาคม พ.ศ.2553

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบถึงลักษณะส่วนบุคคลของประชาชนที่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
การท้องถิ่นที่วงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.4.2 ทราบถึงระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท้องถิ่นที่
งานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.4.3 ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมของประชาชน
เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท้องถิ่นที่วงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.4.4 ผลการศึกษาที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการนำไป
ประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านการท้องถิ่นต่อไป

1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง ความร่วมมือของประชาชนไม่ว่าของปัจเจกชน
บุคคล หรือกลุ่มคนที่เห็นพ้องต้องกันและเข้ามารับผิดชอบเพื่อการดำเนินการพัฒนาและการ
เปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ต้องการ โดยการกระทำผ่านกลุ่ม หรือองค์กรเพื่อให้บรรลุถึงความ
เปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์ ในการศึกษครั้งนี้ หมายถึง การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการ
ประชาสัมพันธ์การท้องถิ่นที่วงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทางด้านการ
มีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการ
ประชาสัมพันธ์ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ และด้านการมีส่วนร่วมใน
การประเมินผล

ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การที่ประชาชน
ได้เข้าร่วมประชาสัมพันธ์เพื่อกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์และร่วมแสดงความคิดเห็นในการ

นำเสนอเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช

ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การที่ประชาชนได้เข้าร่วมวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช เช่น ร่วมวางแผนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ร่วมแก้ไขปัญหา และร่วมตรวจสอบ

ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ หมายถึง การที่ประชาชนได้เข้าร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น ร่วมประชุม ร่วมจัดทำจดหมาย เอกสารแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และร่วมทำข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ

ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล หมายถึง การที่ประชาชนได้เข้าร่วมในการประเมินผลการท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น แสดงความคิดเห็นลงในกล่องความคิดเห็น หรือเข้าร่วมประชุมเพื่อสรุปผลการดำเนินงาน ฯลฯ

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารที่มีการวางแผนและเป็นการสื่อสารที่ชักจูงใจ (Persuasive Communication) โดยการจัดวางรูปแบบขึ้น เพื่อมีอิทธิพลเหนือกลุ่มประชาชนที่มีความสำคัญต่อหน่วยงานนั้น สิ่งสำคัญของคำจำกัดความข้างต้นนี้ คือ การวางแผน การจูงใจ การสื่อสาร และกลุ่มประชาชนที่มีความสำคัญต่อหน่วยงานนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 จังหวัดนครศรีธรรมราช

งานสารทเดือน 10 หมายถึง งานบุญประเพณีของคนภาคใต้ของประเทศไทย โดยเฉพาะประชาชนจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ได้รับอิทธิพลด้านความเชื่อ ซึ่งมาจากทางศาสนาพราหมณ์ โดยมีการผสมผสานกับความเชื่อทางพระพุทธศาสนา โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อเป็นการอุทิศส่วนกุศลให้แก่ดวงวิญญาณของบรรพชนและญาติที่ล่วงลับ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี ตำรา เอกสาร ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
- 2.4 แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2.5 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 2.8 สมมติฐานการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 นิยามและความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) ตามความเข้าใจโดยทั่วไป หมายถึง การที่คนเดินทางไปเยือนสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง เพื่อการไปชมสถานที่ท่องเที่ยว ไปเยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ หรือไปพักผ่อนหย่อนใจ หรืออาจไปใช้เวลาว่างเพื่อกิจกรรมกีฬาประเภทต่างๆ ไปอาบแดด ไปรักษาสุขภาพ ไปปราศรัย ขับขี้นานพาทนะ ชื้อของรับประทานอาหาร ไปเล่นกาสิโน อ่านหนังสือ ท่องเที่ยวไปเรื่อยๆ หรือ ไปรื่นรมย์กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ รวมทั้งคนที่เดินทางไปประชุม ไม่ว่าจะเป็นการประชุมด้านธุรกิจ หรือการร่วมกิจกรรมทางธุรกิจและสาขาอาชีพต่างๆ หรือการไปทัศนศึกษาโดยการนำของมัคคุเทศก์ที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละเรื่องหรือการไปศึกษาวิจัยในสถานที่ต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องบางเรื่อง เป็นต้น

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวจะครอบคลุมองค์ประกอบอย่างน้อย 6 ประเภท คือ

1. ผู้มาเยือน (Visitor) หมายความรวมถึง “นักท่องเที่ยว” (Tourist) ที่เดินทางเข้ามาพักค้างคืน และ “นักท่องเที่ยว” (Excursionist) ที่เดินทางเข้ามาแต่ไม่ได้พักค้างคืน
2. แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และศาสนา ลักษณะสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนกิจกรรมงานประเพณีต่างๆ ที่สร้างสรรค์ขึ้น เป็นต้น ซึ่งเป็นแม่เหล็กดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว
3. โครงสร้างพื้นฐานและโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทาง และติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดเวลาและได้รับความสะดวกในเรื่องอาหารการกิน พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ การรักษาพยาบาล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น
4. องค์กรภาครัฐ ซึ่งมีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ดูแลระมัดระวังไม่ให้การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อหรือทำความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมประเพณี และคุณภาพชีวิตของชุมชน
5. องค์กรภาคเอกชน ที่ดำเนินธุรกิจหลากหลาย เพื่อให้บริการและความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และสนใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก
6. ประชาชนในท้องถิ่น หรือในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือมีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีส่วนสร้างความประทับใจหรือไม่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวและยังมีองค์ประกอบภายนอกประเทศอื่นๆ อีกมากที่มีส่วนช่วยกระตุ้นสนับสนุน ส่งเสริม ให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย เช่น บริษัทนำเที่ยวสายการบิน สายการบินเรือ หน่วยราชการและหน่วยรัฐวิสาหกิจของไทยในต่างประเทศ สมาคม / ชมรม คนไทยในต่างประเทศ ร้านอาหารไทย บริษัทข้ามชาติหรือองค์กรธุรกิจร่วมทุน หน่วยงาน ภาคธุรกิจเอกชนในต่างประเทศและนักธุรกิจชาวต่างชาติที่เคยมาอาศัยและทำงานอยู่ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางกลับไป นักศึกษานักเรียนไทยในต่างประเทศ แรงงานไทยในต่างประเทศ สถาบันกีฬา การบันเทิง และนันทนาการ องค์กรอิสระอื่นๆ ที่มีโครงข่ายเชื่อมโยงกับประเทศไทย

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อหาความสนุกสนาน การประชุมสัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเชื่อมญาติมิตร (นิคม จารุมณี, 2544 : 1)

การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ปรีชา แดงโรจน์ (2544 : 29) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายเครียดจากการทำงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกลและการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่

2.1.2 มุมเหตุจูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

คีย์ ชุมสาย, ม.ล. (2527 : 29-30) ได้แบ่งมุมเหตุจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้วันหยุดงานเพื่อแลกเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ๆ เพื่อชมวิวทิวทัศน์อันสวยงาม เพื่อพบเห็น ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอึกทึกครึกโครม และตีกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่ และเป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว และอื่นๆ ที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิง .

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ได้แก่ พวกที่ต้องใช้วันหยุดงานเพื่อพักผ่อนทำอะไร ทั้งนี้เพื่อเพื่อขจัดความเหน็ดเหนื่อยล้าทั้งปวง ทั้งทางกายและทางจิตที่เกิดขึ้นในคาบเวลาการทำงานให้หมดสิ้น ไปและเรียกพลละกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนก็อาจไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้มักจะไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมักเป็นสถานที่ที่ให้ความมั่นใจได้ว่าสงบจริงๆ เช่น ชายหาด โกลา ผู้คน หรือบนเขาบนคอยห่างไกลจากความจอแจอึกทึกครึกโครม

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ ศิลปวิทยาการ ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่างๆ ในสถาบัน เพื่อสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมที่น่าสนใจของเขา ก็จะท่องเที่ยวไปยังประเทศนั้นๆ เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชม โบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อ

ติดตามความเจริญทางวัตถุ และเทคโนโลยีปัจจุบัน เช่น ในการเปิดโรงละคร โอเปร่าอันสง่างาม พิศดารที่เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย เมื่อ ค.ศ. 1973

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาแบ่งได้เป็น 2 ชนิด

ชนิดที่หนึ่ง ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬาริ่งใหญ่ๆ ของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์ การแข่งขันฟุตบอล มวย กอล์ฟ เทนนิส ฯลฯ การแข่งขันเหล่านี้ นอกจากจะดึงดูดพวกนักกีฬาที่เกี่ยวข้องให้ไปชม บางทีผู้ติดตามและผู้สนใจยังตามไปชมมากกว่า นักกีฬาที่ไปแข่งเสียอีก การแข่งขันประจำปีในประเทศไทย ซึ่งย้ายสถานที่แข่งขันไปตามเมืองใหญ่ๆ นับเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสำคัญ โดยผู้จัดกีฬาเขตอบอาจไม่รู้ตัวหรือไม่ได้ตั้งใจ และไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในประเทศ หรือระหว่างประเทศ มักจะมีการแข่งขันกันเป็นเจ้าภาพ เพราะได้เล็งเห็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้จากการที่คนจำนวนมากไปร่วมเล่นกีฬาและไปชมกีฬา

ชนิดที่สอง ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬานั่นๆ เช่น ในฤดูหนาวซึ่งมีหิมะตกมากก็ไปเล่นสกี พ้นฤดูมรสุมก็เป็นเทศกาลเล่นเรือใบ ในหน้าร้อนก็เป็นฤดูปีนเขาและในฤดูอื่นๆ ที่เหมาะสม

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ ที่จริงการท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจไม่น่าจะนับเข้าเป็นการท่องเที่ยวเพราะขาดปัจจัยที่กล่าวมา การท่องเที่ยวต้องการเป็นการกระทำอย่างเสรีและมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ถ้าถือเคร่งตามทฤษฎีนั้นก็น่าจะเป็นเช่นนั้น แต่ที่เป็นข้อเท็จจริงอยู่นั้น นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนก็ได้เจียดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวแท้ๆ ด้วย ซึ่งอาจเป็นเวลาว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวัน หรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2 - 3 วัน เมื่อสิ้นคาบปฏิบัติธุรกิจแล้ว

6. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ การประชุมมีประโยชน์แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก นอกจากจะเพิ่มปริมาณให้แก่การขนส่งแล้ว โรงแรมต่างๆ ยังได้ผู้มาพักในฤดูกาลที่โรงแรมพร้อมผู้พักอย่างมากด้วย เพราะการประชุมมักจะต้องรอรเวลานัดหมายกันในขณะที่โรงแรมว่างจากนักท่องเที่ยวในฤดูกาล เพื่อที่จะให้มีที่พักสำหรับผู้เข้าประชุม เมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้วมักจะได้รับการเลือกให้เป็นที่พัก และ โรงแรมในเมืองนั้นก็พยายามแข่งขันกันในเรื่องการปรับปรุงและสร้างห้องประชุมให้สะดวกสบายสำหรับการประชุม

2.1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) (นิคม จารุมณี, 2544 : 5-7) ซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) การผลิตสินค้าคือ บริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุนซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน คลายความตึงเครียดพร้อมๆ กับการได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยผ่อนคลายความเสียเปรียบในเรื่องดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้อย่างกว้างขวาง อาจสรุปได้ว่า บทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี 2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้สินค้าอื่นๆ
2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้ มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงิน เช่น ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาท นั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยเป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นๆ ได้เป็นอย่างมาก
3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากร อย่างกว้างขวาง สร้างงาน สร้างอาชีพ มากมายและเป็นการเสริมอาชีพที่ต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหารไปป้อนตามเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เป็นอย่างดี
4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพอย่างมากและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาร่วมรับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปต่างประเทศก็ต้องจ่ายเป็นค่าอาหาร ซื้อผลิตผลพื้นเมืองและหากพักแรมก็ต้องจ่ายเป็น

ค่าที่หัก เงินที่จ่ายไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะกับโรงแรมแต่จะกระจายออกไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่าง ๆ เมื่อหักลดกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ก็จะมีกำไรนำวัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก แม้จะเป็นรายได้เล็กๆ น้อยๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมากๆ ก็เป็นรายได้สำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อ การกระตุ้นการผลิตที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมากเมื่อเทียบกับ การผลิตสินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ

5. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่าเป็น Limitless industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จากสถิติที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อปี พ.ศ.2493 นักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2527 นักวิชาการการท่องเที่ยวยังเชื่อว่าปริมาณการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นการเริ่มต้นเท่านั้น เพราะประชากรโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่วิวัฒนาการด้านการขนส่งที่สามารถขนส่งผู้โดยสารได้จำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้สูงเท่านั้นดังแต่ก่อน การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นเรื่องของความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การสหประชาชาติประกาศว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน”

6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนเกษตรอื่นๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของธรรมชาติ หาดทรายชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น ตลาดน้ำ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืนไม่แปรผันหรือขึ้นอยู่กับสภาพฝนฟ้าอากาศ ดังเช่น การผลิตด้านเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมที่มีอยู่เดิม นับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

7. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรม ระเบียบ ประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

8. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่งไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น

โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งก็จะต้องมีผู้ลงทุนในหลายๆ ด้าน ลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

9. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปที่ไหน จะต้องมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้นแหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

10. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพและความเข้าใจอันดีด้วย เป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคม ได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกันเมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยเดินทางไปมาหาสู่กัน ผลก็คือความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลก ที่จะช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคงเป็นการช่วยบรรเทาสันติภาพแก่โลก

2.1.4 ความหมายของการทรัพยากรการท่องเที่ยว

ราณี อธิชัยกุล (2535 : 22) ได้กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีสะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยือน ทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจจำแนกได้หลายประเภท ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และมีความงดงามตามธรรมชาติ มีความโดดเด่นทางภูมิศาสตร์ ธรณีวิทยาและระบบป่าไม้ที่หลากหลาย เช่น ภูเขา น้ำตก ชายหาด เกาะแก่ง ปะการัง สัตว์ และพรรณพืช เป็นต้น ธรรมชาติที่ใช่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปของภูมิทัศน์ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1.1 ภูมิประเทศ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

- เทือกเขาสูงที่มีหุบเขา สันเขา ยอดเขา ไร่เขา หน้าผา ถ้ำ บ่อน้ำพุร้อนรวมอยู่ด้วย เช่น เทือกเขาถนนธงชัย เทือกเขาหลวงพระบาง เป็นต้น
- ภูเขาสูง หรือ ยอดคอกที่นิยมเรียกกันในภาคเหนือ เช่น คอยอินทนนท์ ภูกระดึง ภูหลวง เป็นต้น
- ภูเขาหินปูนที่ก่อให้เกิดถ้ำและหินงอกหินย้อย เช่น ถ้ำพระยานคร ถ้ำลอด

- ภูเขาหินทรายที่มีหน้าผา เสาหิน เช่น ภูเขาที่มีหน้าผาสามด้าน ป่าหินงามที่จังหวัดชัยภูมิ ที่มีเสาหินเป็นจำนวนมาก
- ภูหินแกรนิตที่เป็นภูเขาสูงมีป่าไม้ปกคลุมทึบ บนภูเขามักมีน้ำตก สัตว์ป่า เช่น เขาสอยดาว เขาสระบาป เขาเขี้ยว เขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น
- ภูเขาที่มีความแคบและความสูงชันของหน้าผาทั้งสองข้างของภูเขาและเบื้องล่าง จะมีร่องน้ำไหลตลอดเวลา ที่ใช้เป็นเส้นทางปีนป่าย เช่น เดินป่าและจุดชมวิว เช่น ภูเขาแม่แจ่ม ภูเขาแม่ฮ่องสอน ภูเขาแม่สะเรียง เป็นต้น
- ที่ราบที่เป็นที่สะสมของแหล่งน้ำ เช่น คลอง แม่น้ำ หนอง บึง หาด เป็นต้น

1.2 ภูมิอากาศ มีผลต่อการท่องเที่ยวในเรื่องของอุณหภูมิและความชื้นของบรรยากาศ เพราะอุณหภูมิที่พอเหมาะและแสงสีของบรรยากาศและแสง สีนบนท้องฟ้าทำให้บรรยากาศการท่องเที่ยวมีชีวิตชีวาสนุกสนานขึ้น เช่น ฤดูหนาวในประเทศไทยช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเย็นสบาย ฤดูฝนจะเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเนื่องจากฝนตก เฉอะแฉะ แต่เหมาะแก่การเที่ยวหน้าตก เป็นต้น

1.3 แหล่งน้ำ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ได้แก่

- ชายหาดและอ่าว เช่น หาดทรายบนแผ่นดิน และในเกาะต่างๆ เช่น หาดแม่รำพึง หาดเพิน เกาะเสม็ด เกาะพัง เกาะสมุย เป็นต้น
- เกาะและหมู่เกาะ เช่น เกาะภูเก็ต เกาะเต่า เกาะสิมิลัน เกาะช้าง เป็นต้น
- ปะการัง เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ทะเล เช่น ที่หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์ หมู่เกาะชุมพร เป็นต้น
- โบราณคดีได้นำ ในท้องทะเลมีซากเรือจมอยู่มากมาย เรือเหล่านี้เป็นเรือพาณิชย์ที่แล่นค้าขายในอดีต ซากเรือโบราณ จึงเป็นทรัพยากรที่มีค่าของชาติและกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับประดาน้ำ

1.4 พืชพรรณและป่าไม้ ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว แบบการเดินป่า ที่ทำให้การพักผ่อนหย่อนใจและทำให้รู้จักชนิดพืชพรรณและสัตว์ป่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เข็ดป่าไม้ เป็นหลัก และมีการจัดการที่เป็นระบบจะอยู่ในรูปของอุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุและศาสนสถาน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและมีความสำคัญในฐานะเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนาที่แสดงถึงอารยธรรมท้องถิ่น มีผลดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยือน ทรัพยากรประเภทนี้สามารถแบ่งย่อยออกเป็น 2 ประเภท

2.1 โบราณสถานและโบราณวัตถุ

โบราณสถาน หมายถึง อสังหาริมทรัพย์ซึ่ง โดยอายุและลักษณะแห่งการก่อสร้าง หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของอสังหาริมทรัพย์นั้นเป็นประโยชน์ทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือ โบราณคดี ทั้งนี้ให้รวมถึงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และอุทยานประวัติศาสตร์ด้วย เช่น เมืองโบราณ พระราชวัง พระตำหนัก อนุสาวรีย์ กำแพงเมือง เป็นต้น

โบราณวัตถุ หมายถึง อสังหาริมทรัพย์ที่เป็นของโบราณไม่ว่าจะเป็นสิ่งประดิษฐ์ หรือสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือเคยเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของโบราณสถาน ซากมนุษย์ หรือซากสัตว์ ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการประดิษฐ์หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของ อสังหาริมทรัพย์นั้นเป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือ โบราณคดี เช่น ซากมนุษย์ ซากสัตว์ ภาพเขียน งานศิลปะ เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องประดับของคนโบราณ ศิลปจารึก เป็นต้น โบราณวัตถุมักพบเห็นอยู่ในโบราณสถาน จึงมักเรียกทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยรวมกันว่าเป็นโบราณวัตถุสถาน

2.2 ศาสนสถาน

ศาสนสถาน หมายถึง สถานที่แสดงลัทธิความเชื่อความศรัทธาของมนุษย์ที่มีต่อศาสนาอันมีหลักสำคัญ เช่น แสดงกำหนดและความสิ้นสุดของโลกหรือแสดงหลักธรรมเกี่ยวกับบุญบาป รวมทั้งสถานที่ประกอบพิธีกรรมตามความเห็นหรือตามคำสั่งสอนในความเชื่อถือนั้น ๆ ศาสนสถานเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและจริยธรรมจึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวมักมีจุดประสงค์เพื่อไปศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับศาสนาเพื่อประกอบ

พิธีกรรมทางศาสนา หรือเพื่อเชื่อมขมสักการะ เพื่อความสงบในจิตใจ เช่น วัด โบสถ์ วิหาร มัสยิด สถานที่จาริกแสวงบุญ สถานที่เพื่อเคารพสักการะเป็นต้น นอกจากนี้ ในศาสนายังมีการค้นพบ โบราณวัตถุสำคัญทางศาสนา เช่น พระพุทธรูป เทวรูป รูปปั้น พระเยซู จิตรกรรมฝาผนัง เป็นต้น ศาสนสถานที่สำคัญทางศาสนาพุทธมีเป็นจำนวนมากในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยเป็น เมืองพุทธศาสนา เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม เป็นต้น

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีเอกลักษณ์ และถ่ายทอดกัน มาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เช่น วิถีความเป็นอยู่ สภาพบ้านเรือน ภาษา การแต่งกาย การละเล่น กวี คนตรี ศิลปะ และขนบธรรมเนียมต่างๆ รวมทั้ง กิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น ประเพณี งานเทศกาล พิธีกรรมเป็นต้น นอกเหนือจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรมที่กล่าวถึงแล้ว ยังมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมที่แสดงออกด้านความคิดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ เช่น ความเชื่อ ค่านิยม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเป็นชนเผ่าเป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม และประเพณี แบ่งย่อยได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1 แหล่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่

แหล่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงลักษณะความ เป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เช่น สภาพบ้านเรือนที่อยู่อาศัยที่นักท่องเที่ยวผู้สนใจสามารถศึกษา ลักษณะความเป็นอยู่และวิถีชีวิตชุมชน โดยตนเองไม่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วม ได้แก่ การเยี่ยมชม หมู่บ้าน ชาวเขา ชุมชนท้องถิ่น เช่น หมู่บ้านแม้ว หมู่บ้านอีโก้ ในภาคเหนือของประเทศไทย หมู่บ้านชาวกองหวัดยะลา เป็นต้น หรือการเข้าไปมีส่วนร่วมอยู่อาศัย เช่น พักค้างในโฮมสเตย์ ใน หมู่บ้านคีรีวงจังหวัดนครศรีธรรมราช หมู่บ้านปลายโพรงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นต้น

3.2 แหล่งศิลปวัฒนธรรมและประเพณี

วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง สิ่งที่ดีงามและมีคุณค่า ซึ่งคนในสังคมประเพณี ปฏิบัติ หรือแสดงออกมาซ้ำนานในลักษณะที่เป็นขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปกรรมอันมีทั้ง เป็นรูปธรรมและนามธรรมที่ควรแก่การอนุรักษ์ วัฒนธรรมเป็นลักษณะที่แสดงถึงความเจริญออก งาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว และศีลธรรมอันดีของประชาชนวัฒนธรรมที่ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ คือ วัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับศาสนาซึ่งเป็นเรื่องราวพุทธประวัติและ นิทาน อธิบายหลักธรรมที่นำมาพัฒนาเป็นการปฏิบัติประจำวันเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม เช่น ประเพณีการแห่เทียน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ประเพณีบวชนาค ประเพณีชัก

พระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี งานสารทเดือน 10จังหวัดจังหวัดนครศรีราช งานดักบาตรเทโว จังหวัดอุทัยธานี เป็นต้น

4. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างกิจกรรมใหม่ หรือ ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อให้สถานที่ที่หลากหลายในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้นแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทย่อย ดังนี้

4.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวไปเพื่อเรียนรู้สิ่งและสภาพต่างๆ รอบตัวเกี่ยวกับสัตว์ พืช หรือ ระบบนิเวศ ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่

4.1.1 แหล่งท่องเที่ยว เพื่อศึกษาสัตววิทยา ได้แก่ สวนสัตว์เปิด เช่น สวนสัตว์ดุสิต เขาคินวนา สวนสัตว์คาม่างจังหวัด และสวนสัตว์เปิด เช่น สวนสัตว์เปิดเขาเขียวที่เป็นหน่วยงานภาครัฐจังหวัดชลบุรี ซาฟารีเวิลด์ สวนเสือศรีราชา โอเอซิส ซีเวิลด์ สวนผีเสื้อที่เป็นของเอกชน เป็นต้น

4.1.2 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤกษศาสตร์ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นของภาครัฐ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวของกรมวิชาการเกษตร เช่น ศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่-ขุนวางสถานีทดลองเกษตรที่สูง ศูนย์บริการท่องเที่ยวเกษตรบ้านร่องกล้า แหล่งท่องเที่ยวของกรมส่งเสริมการเกษตร ศูนย์บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวเกษตรบ้านฉิมพลี จังหวัดน่าน เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวขององค์การสวนพฤกษศาสตร์ กรมป่าไม้ เช่น สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ จังหวัดเชียงใหม่ สวนรวมพันธุ์ไม้ป่า 60 พรรษามหาราชนิ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ เช่น สวนป่าแม่แจ่ม สวนป่าเขากระยาง เป็นต้น ตลอดจนสวนสาธารณะ เช่น สวนหลวง ร. 9 เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤกษศาสตร์ที่เป็นของภาคเอกชน เช่น สวนกล้วยไม้ สวนกุหลาบ สวนสมุนไพรรวม สวนส้ม ไร่กำนันจุล ไร่บีเอ็น เป็นต้น

4.1.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาความรู้ทั่วไป เป็นพิพิธภัณฑ์สถานที่เก็บรวบรวมศิลปะ และวิทยาศาสตร์ ทั้งที่เป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่อยู่ในความดูแลของกรมศิลปากร และพิพิธภัณฑ์สถานของเอกชน พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย เมืองโบราณ พิพิธภัณฑ์สถานชาติพันธุ์วิทยาของสยามสมาคม เป็นต้น

4.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินและความบันเทิง

4.2.1 สวนสนุกและสถานที่ชมทิวทัศน์ เช่น คริมเวिल्ด์ สวนสยาม สถานที่ชมทิวทัศน์ ที่ชั้นบนของโรงแรมไบฮอกสกาย เป็นต้น

4.2.2 สถานบันเทิงและสถานที่ซื้อสินค้า เช่น สถานบันเทิงยามค่ำคีนไนต์ คลับ ดิสโก้เธค โรงละคร โรงภาพยนตร์ ศูนย์หัตถกรรม ตลาดนัด เป็นต้น

สอดคล้องกับ ฉลองศรี พิมลพษ์ (อ้างใน นิคม จารุมณี, 2544 : 63) ได้แบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. น้ำ หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นน้ำ และไกล้ำน้ำ เช่น ทะเล คลอง แม่น้ำ น้ำตกแหลม อ่าว หิมะ เป็นต้น ทรัพยากรประเภทนี้มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างยิ่ง นอกจากประโยชน์โดยตรงแล้ว ยังก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกหลายอย่างเช่น

- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เขื่อนกั้นน้ำ ทำเทียมเรือขนาดใหญ่ แนวหินปะการัง ถ้ำหินงอกหินย้อย น้ำพุร้อน เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เช่น พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ นาเกลือ กังหันลม ทำเรือประมง อุโมงค์ลอดใต้ทะเล

- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพเช่น แหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ

2. พื้นดิน หมายถึงแหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นดิน เช่น ป่าไม้ ไร่ นา สวนป่า สวนสาธารณะ ภูเขา อุทยานแห่งชาติ พื้นที่สีเขียว และพื้นดินทุกประเภทที่ได้รับการเพาะปลูก ปรับปรุงตกแต่งเพื่อผลทางเศรษฐกิจ ตลอดจนฝูงสัตว์ นก พืชพันธุ์ไม้ ดอกไม้ เป็นต้น กิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นประเภทนี้ ให้ทั้งความเพลิดเพลิน และเพื่อการศึกษา

3. อารยธรรม ศิลปกรรม วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน จะเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยือนถิ่นต่างๆ ประเทศที่พัฒนาแล้ว อารยธรรม เทคโนโลยี และความสมัยใหม่ เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่กำลังพัฒนา ส่วนนักท่องเที่ยวจากประเทศที่พัฒนาแล้ว มักจะนิยมเดินทางไปดูอะไรใหม่ๆ ในประเทศที่กำลังหรือค่อยพัฒนาเช่นกัน

2.1.5 ความหมายของนักท่องเที่ยว

ดุษฎี ชุมสาย, ม.ล. (2527) “นักท่องเที่ยว” (Tourist) ได้แก่ผู้เยี่ยมชมเขื่อนชั่วคราวที่มาพักอย่างน้อย 24 ชั่วโมงในประเทศที่เข้ามาเยี่ยมชม และมีเหตุจูงใจในการเยี่ยมชมเป็น 2 ประการ คือ

1. ใช้เวลาว่างเพื่อความเพลิดเพลิน การพักผ่อน สุขภาพ การศึกษา การศาสนาและการกีฬา
2. การจัดดำเนินการธุรกิจ การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัว การปฏิบัติการกิจที่ได้มอบหมาย และการกีฬา

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ให้คำว่า “นักท่องเที่ยว” คือ บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นถิ่นที่อยู่ปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 96 ตอนที่ 22, 2522)

2.1.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้สรุปผลิตผลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547 : 18-19)

ปัจจัยภายใน

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวหมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้น อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาล และงานประเพณีประจำปี ที่มีอยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วยหนอง คลอง บึง)

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนาสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์ วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมืองไร่/ สวนพืช ผักผลไม้ และเหมืองแร่

2. ความปลอดภัย (Security) ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและเข้าถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้วรัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่นหรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประชาชนในท้องถิ่นก็เป็นผู้ที่ได้รับผลประโยชน์อย่างถาวร

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นสถานที่หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปของการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีการของรัฐในบางส่วนด้วย ดังนี้

4.1 การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาหนะต่างๆ ผ่านเข้า-ออก ได้สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานที่ทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

4.2 พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลากระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว มีบริการ ให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น

4.3 ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4.4 ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้วจะต้องถูกสุขลักษณะมีบริการที่ สุภาพ และมีกำหนดราคาที่เหมาะสม

4.5 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัตราค่ามัคคุเทศก์ และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว

5. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

6. การโฆษณาและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation) เป็นปัจจัยสำคัญของการขยายตัวนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศ



7. ภาพลักษณ์ (Image) เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชายนักท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินทั้งการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอากร

ปัจจัยภายนอก

1. สถานะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สถานะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่นเดียวกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคงเป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในระยะเวลานั้น ในทางตรงกันข้าม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมืองจะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2. ความนิยมในการท่องเที่ยว ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในระบบประหยัดทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวจะมีวันตกต่ำลง ควบคู่ที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

3. การขยายเส้นทางคมนาคม โลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเพื่อเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางการเดินทางรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยาน เครื่องบิน และเส้นทางการบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้ด้วยความสะดวกรวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

4. การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง ระบบคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดเล็กลง รัฐบาลของทุกประเทศต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือ ระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและการเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันทั้งในแง่ของการส่งเสริมการตลาด และการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

วันที่..... 17 S.A. 2553
เลขทะเบียน..... 012299 จ.ล

ภาพ.

915.9304

๑ 684 ก

ม.ก.ร. ๖๕๓ก.

2.1.7 องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

เหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล มีความแตกต่างกันในหลายๆ ประการ ดังที่ ฌ็องส์ ฌีมลพงษ์ (อ้างใน นิคม จารุมณี, 2544 : 35) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประกอบไปด้วย

1. เงิน หรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกๆ ที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกล จำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของเป็นต้น

2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลขอมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยวแต่บางคนอาจจะต้องรอให้ถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตการทำงานเพื่อการท่องเที่ยว

3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยข้อนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงิน และมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว ได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไปนักท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่างๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจเสถียรภาพการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยวเป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

การที่ฌ็องส์ ฌีมลพงษ์ ได้กล่าวว่า ความตั้งใจในการท่องเที่ยวมีสิ่งต่างๆ เป็นตัวกระตุ้น ซึ่งมีหลายประการด้วยกัน ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว 4 ประการ คือ

1. ตัวกระตุ้น ทางกายภาพ (Physical Motivators) เป็นตัวกระตุ้น เพื่อผ่อนคลายทางกายภาพหรือเพื่อร่างกาย เช่น การไปพักผ่อนร่างกาย กิจกรรมทางกีฬา การไปตากอากาศชายทะเล การบำบัดรักษาตามคำแนะนำของแพทย์เพื่อรักษาสุขภาพ เป็นต้น

2. ตัวกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนในประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของดูริยางศิลป์ นาฏศิลป์ เป็นต้น

3. ตัวกระตุ้นทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อพบปะกับคนแปลกหน้าใหม่ๆ หรือคนที่มีความคิดใหม่ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำ เป็นต้น

4. ตัวกระตุ้นทางด้านฐานะ และชื่อเสียง (Status and prestige Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ต้องการยกฐานะของคนให้สูงขึ้น เพื่อเกียรติยศ และชื่อเสียง เป็นการเดินทางประกอบธุรกิจในต่างประเทศ การไปประชุม การศึกษา ฯลฯ เพื่อให้เป็นคนที่มีเกียรติยศและความสำเร็จในการทำงานของตน สภาพทางเศรษฐกิจเอื้ออำนวย

และนอกจากนั้น ฉลองศรี ทิมลพงษ์ กล่าวว่า ปัจจัยที่ผลักดันที่ทำให้ทำให้ประชาชนเดินทางมากขึ้น และบ่อยขึ้นอันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลง ได้แก่

1. การเกษียณก่อนกำหนดเวลา
2. การมีชีวิตที่ขยับยาวมากขึ้น
3. ช่วงเวลาทำงานน้อยลง
4. การมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
5. การมีสิทธิได้มีวันหยุด โดยได้รับค่าจ้างเต็ม (Paid Holiday)
6. สะดวกรวดเร็ว ในการเดินทาง การคมนาคม และการติดต่อสื่อสาร
7. ครอบครัวมีขนาดเล็กลง
8. การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพฤติกรรมผู้บริโภค
9. ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน
10. นโยบายของรัฐ กฎหมายและระเบียบของประเทศที่เอื้อต่อการเดินทาง และให้ความปลอดภัย

ทวีศักดิ์ ทิพยหงษ์ (อ้างใน ปรีชา แดงโรจน์, 2544 : 18-19) การท่องเที่ยวชนนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบ ที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทางที่พัก อาหาร บริการต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งสิ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่พักนันทนาการ และปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

3. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย ถนนหนทาง ระบบการจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้าและออกจากเมืองต่างๆ ในการเดินทางจากสนามบินของประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง อาจรวดเร็วแต่ไปเสียเวลาเพราะระบบจราจรที่ติดขัดทำให้เกิดความไม่สะดวกถือว่าเป็นสิ่งที่บกพร่องที่ควรแก้ไข

4. การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าธรรมชาติ ของแหล่งท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน

2.2.1 ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

กรณีกา ชมติ (2524 : 9) ได้สรุปว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง ความร่วมมือของประชาชนไม่ว่าของปัจเจกชน บุคคล หรือกลุ่มคนที่เห็นพ้องต้องกันและเข้ามารับผิดชอบเพื่อการดำเนินการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ต้องการ โดยการกระทำผ่านกลุ่ม หรือองค์กรเพื่อให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์

ยูวัฒน์ วุฒิเมธิ (2526 : 25) ได้อธิบายความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า หมายถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มการพิจารณาตัดสินใจร่วมปฏิบัติและการร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ซึ่งอาจจะมีผลกระทบมาถึงตัวประชาชนเอง และการที่จะทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาและนำมาซึ่งสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแล้ว จำเป็นที่จะต้องยอมรับปรัชญาว่า มนุษย์ทุกคนต่างปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุขได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น และพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อกิจกรรมของกลุ่ม

รัตนา บุญมัธยะ (2546 : 1) ได้เสนอความหมายของการมีส่วนร่วมประชาชนในการพัฒนาว่า การที่ชาวบ้านได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อวางแผนการดำเนินงาน การรับผลประโยชน์จากการพัฒนาและการประเมินผลโครงการพัฒนา อาจกล่าวได้ว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถที่จะกำหนดเป้าหมายและการเปลี่ยนแปลงหรือกระทำการไปสู่เป้าหมายนั้นๆ ด้วยตัวเอง โดยการระดมพลังสร้างสรรค์ในชุมชนทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นความคิดริเริ่ม ความต้องการทักษะ ความรู้ ทุน แรงงาน ทรัพยากร โดยการแก้ปัญหาชุมชนบนพื้นฐานการพึ่งตนเองของชุมชนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

Cohen, J.M. and Uphoff, N.T. (1981 : 6) ได้ให้ความหมาย การมีส่วนร่วมของประชาชนว่า ประชาชนทุกคนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่

1. การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร
2. การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ
3. การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ

โดยสร้าง โอกาสที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือและเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนา รวมถึงได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนานั้นอย่างเสมอภาค

William W. Reeder (1974 : 39) ได้ให้ความหมายเจาะจงถึงการมีส่วนร่วม ว่าการมีส่วนร่วมเป็นการปะทะสังสรรค์ทางสังคม ทั้งในลักษณะการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคล และการมีส่วนร่วมของกลุ่ม

นอกจากนี้ สุชาติ จักรพิสุทธิ์ (2548 : 25) ศึกษาเรื่องชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชน แบ่งได้ออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1. ลักษณะการมีส่วนร่วมจากความเกี่ยวข้องทางด้านเหตุผล โดยการเปิดโอกาสให้สังคมองค์กรต่างๆ ในชุมชน ประชาชนมีบทบาทหลักคามสิทธิ หน้าที่ในการเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ตั้งแต่การคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ วางแผน การร่วมปฏิบัติและการรับผิดชอบในผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมทั้งส่งเสริม ชักนำ สนับสนุนให้การดำเนินงานเกิดผลประโยชน์ต่อชุมชนตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดด้วยความสมัครใจ

2. ลักษณะการมีส่วนร่วมจากความเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ เป็นการมีส่วนร่วมของชุมชน ที่การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ อารมณ์ รวมทั้งค่านิยมของประชาชนเป็นเครื่องชี้นำตนเองให้เข้ามามี ส่วนร่วม แสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การกระทำที่บรรลุดุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทำให้ผู้ที่ เข้ามามีส่วนร่วม เกิดความผูกพัน มีความรู้สึกรับผิดชอบต่อกิจกรรมที่ดำเนินงานด้วยความสมัคร ใจ

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม ใดกิจกรรมหนึ่งของชุมชน ในลักษณะบุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กร ซึ่งเป็นการร่วมคิด ร่วม ตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมติดตามประเมินผล โดย กระบวนการดังกล่าวเป็นการดำเนินการโดยประชาชน องค์กรชุมชนบนพื้นฐานการพึ่งตนเองของ ชุมชนให้มากที่สุด

จากแนวคิดและทัศนะที่ได้กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด สามารถแยกประเด็นสรุปได้ว่า การมี ส่วนร่วมของประชาชนเกิดขึ้นจาก เป้าหมายที่ต้องการ ค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรมประเพณี ความผูกพัน การเสริมแรง โอกาส ความสามารถ การสนับสนุน ความคาดหวังในสิ่งที่ต้องการ โดยมีพื้นฐานของการมีส่วนร่วม ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมบนพื้นฐานของเหตุผล
2. การมีส่วนร่วมบนพื้นฐานของค่านิยม
3. การมีส่วนร่วมบนพื้นฐานของประเพณี
4. การมีส่วนร่วมบนพื้นฐานของความผูกพัน ความสนใจ

โดยสรุป การมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น เกิดจากจิตใจที่ต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมใด กิจกรรมหนึ่ง เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของกลุ่มคนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตทางสังคม ซึ่งการเร้า ให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมนั้น ผู้ดำเนินงานจะต้องมีความเข้าใจในวิถีการดำเนินชีวิต ค่านิยม ประเพณี ทัศนคติของบุคคล เพื่อให้เกิดความสมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม

2.2.2 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม

การที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมนั้น มีปัจจัยที่ส่งผลให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งมีนักวิชาการได้เสนอแนวคิด ดังนี้

Koufman, H.F. (1949 : 7) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนในชนบท พบว่า อายุ เพศ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ รายได้และระยะเวลาการอยู่อาศัยในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน

นอกจากนี้ ประยูร ศรีประสาธน์ (2532 : 5) ได้นำเสนอปัจจัยของการมีส่วนร่วม ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม มีด้วยกัน 3 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ
 2. ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ การศึกษา อาชีพ รายได้ และการเป็นสมาชิกกลุ่ม
 3. ปัจจัยด้านการสื่อสาร ได้แก่ การรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
- จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปปัจจัยต่อการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมได้ ดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ต่างๆ
2. ลักษณะทางเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ รายได้
3. การได้รับข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ความถี่ในการรับรู้ข่าวสาร และแหล่งที่มาของข่าวสาร

2.2.3 ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชน

การเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน เพื่อการกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนนั้น มีนักวิชาการได้เสนอแนวคิดถึงขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชน ดังนี้

Fomaroff, A. (1980 : 104) เสนอว่ากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน มีขั้นตอนการมีส่วนร่วม ดังนี้

1. การวางแผน รวมถึงการตัดสินใจในการกำหนดเป้าหมาย กลวิธี ทรัพยากรที่ต้องใช้ ตลอดจนการติดตามประเมินผล
2. การดำเนินงาน
3. การใช้บริการจากโครงการ
4. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์

นอกจากนี้ อภิญา กังสนารักษ์ (2530 : 14-15) ได้นำเสนอขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชนว่า ชุมชนต้องมีส่วนร่วมใน 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการริเริ่มโครงการ ร่วมค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาภายในชุมชน ร่วมตัดสินใจกำหนดความต้องการและร่วมลำดับความสำคัญของความต้องการ
2. การมีส่วนร่วมในขั้นการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทางการดำเนินงาน รวมถึงทรัพยากรและแหล่งวิทยาการที่จะใช้ในโครงการ
3. การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินโครงการ ทำประ โยชน์ให้แก่โครงการ โดยร่วมช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์ วัสดุอุปกรณ์ และแรงงาน
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ เพื่อให้รู้ว่าผลจากการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยสามารถกำหนดการประเมินผลเป็นระยะต่อเนื่องหรือประเมินผลรวมทั้งโครงการในคราวเดียวกันได้

ส่วน อकिन รพีพัฒน์ (2552 : 49) ได้แบ่งขั้นตอนการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การกำหนดปัญหา สาเหตุของปัญหา ตลอดจนแนวทางแก้ไข
2. การตัดสินใจเลือกแนวทาง และวางแผนพัฒนา แก้ไขปัญหา
3. การปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาดตามแผน
4. การประเมินผลงานกิจกรรมการพัฒนา

จากแนวคิดเกี่ยวกับขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งหมดสรุปได้ว่า ขั้นตอนของการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนนั้นมี 6 ขั้นตอน ได้แก่

1. การค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา และแนวทางแก้ไข
2. ตัดสินใจกำหนดความต้องการ
3. ลำดับความสำคัญ
4. วางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทางการดำเนินงาน ทรัพยากร
5. วางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทางการดำเนินงาน ทรัพยากร
6. ดำเนินงานตามโครงการ และ/หรือ สนับสนุนการดำเนินงาน
7. ประเมินผล

การมีส่วนร่วมของชุมชน เกิดจากจิตใจที่ต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง เพื่อให้เกิดผล ต่อความต้องการของกลุ่มคนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตทางสังคม ทั้งนี้ ในการที่จะให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงนั้น การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมต้องคำนึงถึง วิธีการดำเนินชีวิต ค่านิยม ประเพณี ทัศนคติของบุคคล เพื่อให้เกิดความสมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม เพราะกลุ่มคนในชุมชนมีความแตกต่างกันในลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะทางเศรษฐกิจ และการได้รับข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชน โดยสรุปมีขั้นตอนทั้งสิ้น 5 ขั้นตอนคือ

- 1) การวิเคราะห์ - สังเคราะห์ปัญหาของชุมชน
- 2) การวางแผนที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีชีวิต
- 3) การกำหนดกิจกรรม
- 4) การดำเนินกิจกรรม และ
- 5) การประเมินผลกิจกรรม ซึ่งเป็นขั้นตอนของการเข้ามามีส่วนร่วมที่ให้ความสำคัญโดยใช้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง โดยมีหน่วยงานภาครัฐคอยช่วยเหลือ ให้คำแนะนำหรืออำนวยความสะดวกเท่านั้น

จากแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาด้านตัวแปรตาม ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

2.3.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

คำว่า “ประชาสัมพันธ์” หมายถึง “ความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชน” หรือ “ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานสถาบันกับกลุ่มประชาชน”

นอกจากนี้ นักวิชาการ นักวิชาชีพ และผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งในและต่างประเทศได้ให้ความหมายและคำนิยามของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” ดังนี้

John E. Marston (1979; อ้างใน วิรัช ลภวิรัตนกุล, 2538 : 14) ให้ทัศนะว่า

1. การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารที่มีการวางแผน และเป็นการสื่อสารที่ชักจูงใจ (Persuasive Communication) โดยการจัดวางรูปแบบขึ้น เพื่อมีอิทธิพลเหนือกลุ่มประชาชนที่มี

ความสำคัญต่อหน่วยงานนั้น สิ่งสำคัญของคำจำกัดความข้างต้นนี้ คือ การวางแผน การจูงใจ การสื่อสาร และกลุ่มประชาชนที่มีความสำคัญต่อหน่วยงานนั้น

2. การประชาสัมพันธ์ คือ สถานการณ์ การกระทำ หรือคำพูดใดๆ ที่ทรงอิทธิพลต่อประชาชน

3. การประชาสัมพันธ์ คือ ศิลปะในการทำให้หน่วยงานเป็นที่นิยมชมชอบ และยกย่องนับถือของเจ้าหน้าที่ พนักงานในหน่วยงาน ตลอดจนลูกค้าและประชาชนที่เป็นผู้ซื้อได้รับบริการ

4. การประชาสัมพันธ์ คือการสื่อสารความคิดอย่างมีทักษะ ไปสู่ประชาชนกลุ่มต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมายให้ได้ผลตามที่ตั้งไว้

5. การประชาสัมพันธ์ คือ การค้นหาว่าประชาชนชอบอะไรในตัวเรา และทำสิ่งนั้นให้มากขึ้น ค้นหาว่าประชาชนไม่ชอบอะไรในตัวเราแล้วทำสิ่งนั้นให้น้อยลง

6. การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหาร ในอันที่จะประเมินถึงทัศนคติหรือความคิดเห็นของประชาชน แล้วจัดตั้งนโยบายต่างๆ ขององค์การให้สอดคล้องกับผลประโยชน์และความต้องการของประชาชน รวมทั้งการประเมินการปฏิบัติด้วยการติดต่อสื่อสารเพื่อประชาชนเกิดความเข้าใจและยอมรับเป็นหน่วยงาน

Edward L. Bernays (1952; อ้างใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2538 : 22) แสดงความคิดเห็นว่า การประชาสัมพันธ์มีความหมาย 3 ประการด้วยกัน คือ เพื่อการเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ การชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ และวิธีการดำเนินงานของสถาบันรวมถึงการประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมาย และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

Black (1978; อ้างใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540 : 32) การประชาสัมพันธ์ คือ ศาสตร์ในอันที่จะหาช่องทางให้องค์การ สถาบัน และประชาชนมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และบังเกิดความพึงพอใจร่วมกัน ในอันที่จะทำให้องค์การบรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การนั้น

Cutlip and Center (1964; อ้างใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540 : 12) การประชาสัมพันธ์ คือการติดต่อสื่อสาร และสื่อความหมายนโยบายของหน่วยงานไปยังประชาชนที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันเป็นแนวทางตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้ และความต้องการของประชาชนให้หน่วยงานหรือองค์การทราบ เพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริง ให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย และสามารถปรับหน่วยงานให้สอดคล้องกลมกลืนตามแนวคิดของสังคมได้

Scott M. Cutlip & Allen H. Center (1978; อ้างใน สมควร กวียะ, 2547 : 15) ศาสตราจารย์ทางการประชาสัมพันธ์แห่งมหาวิทยาลัยวิสคอนซิน ประเทศสหรัฐอเมริกา และเป็นผู้แต่งตำราทางการประชาสัมพันธ์ที่มีผู้นิยมใช้กันมาก ได้เขียนหนังสือชื่อ Effective Public Relation ได้ให้ความหมายว่า “การประชาสัมพันธ์ คือการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อประเทศชาติโดยอาศัยวิธีการที่ยอมรับกันในสังคมว่า เป็นวิธีการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดหลักการสื่อสารสองทางคือ โดยการสื่อสารทั้งจากสถาบันไปยังประชาชน จากประชาชนยังสถาบัน เพื่อมุ่งหวังให้เกิดความพอใจทั้งสองฝ่าย

1. เป็นการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ให้ประชาชนทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนให้การสนับสนุน และเห็นชอบด้วยกับกับความมุ่งหมายและภารกิจงานของสถาบัน
3. เพื่อปรับแนวคิดของประชาชนและสถาบันให้มีส่วนประสาน และสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

Edward J. Robinson (1952; อ้างใน พีระ จิระ โสภณ, 2538 : 17) ให้ทัศนะว่าการประชาสัมพันธ์ในแง่พฤติกรรมศาสตร์แล้วมีหน้าที่ดังนี้

1. สำรวจและประเมินทัศนคติของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง
2. ช่วยให้ผู้ฝ่ายบริหาร กำหนดวัตถุประสงค์ในด้านการเพิ่มพูนความเข้าใจประชาชนและเป็นที่ยอมรับของประชาชน กล่าวคือ ยอมรับทั้งนโยบาย แผนงาน และบุคลากรขององค์กร
3. วัตถุประสงค์ ที่องค์การกำหนดขึ้นนั้น จะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ความต้องการ และผลประโยชน์ของประชาชนกลุ่มต่างๆ
4. ปรับปรุงและประเมินผล โครงการประชาสัมพันธ์ที่องค์การกำลังดำเนินการอยู่เพื่อให้เป็นที่เข้าใจและยอมรับ

การประชาสัมพันธ์ คือ การส่งเสริมให้เกิดความราบรื่น และความนิยมนระหว่างบุคคลกับหน่วยงาน หรือสถาบันและบุคคลอื่นๆ รวมทั้งกลุ่มประชาชนพิเศษ (Special Public) หรือ ชุมชนกลุ่มใหญ่ โดยการสื่อความหมายผ่านสื่อที่สามารถตีความหมายได้และมีการพัฒนา เสนอความคิดเห็นกันอย่างฉันทาไมตรี รวมทั้งการประเมินปฏิกริยาทำที่ของประชาชน

วิรัช ลภีรัตนกุล (2538 : 25) ให้ความหมายของประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสาร หรือการสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นและข่าวสารจากหน่วยงานหรือองค์การไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นหรือปรีชาติที่ประชาชนมีต่อหน่วยงานหรือองค์การด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดยมุ่งหวังจะสร้างผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย คือ องค์การและกลุ่มประชาชน อีกทั้งยังเป็นการช่วยให้องค์การสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืนกับสังคมได้ ฉะนั้นวัตถุประสงค์สำคัญของประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างสรรค์ความเข้าใจอันดีกับประชาชน ตลอดจนการเสริมภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน เพื่อให้ประชาชนมีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงานและความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์การนั้น

การประชาสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญในการสื่อสารเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชน ด้วยเหตุนี้เอง ในการดำเนินการรณรงค์ จึงนำการประชาสัมพันธ์มาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความสำคัญและปัญหาที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ประชาชนบังเกิดความรู้และความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของ โครงการ และนำไปสู่การให้ความร่วมมือของประชาชน

2.3.2 ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์

ปรัชญาการประชาสัมพันธ์ (Philosophy of Public Relations) หมายถึงแนวความรู้สึกริคิดของบุคคลที่ต้องการให้เกิดผลในทางปฏิบัติ ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์มีหลักการต่อไปนี้

1. เพื่อเผยแพร่ กล่าวคือ การบอกกล่าวความจริงให้ประชาชนทราบ เพื่อแสดงความรู้สึกพอใจ สร้างความเชื่อถือศรัทธาให้เกิดขึ้นกับประชาชน
2. เพื่อสร้างและธำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีของหน่วยงานกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง
3. สังคมหรือประเทศชาติจะเจริญก้าวหน้าได้ ประชาชนในชาติควรมีความร่วมมือร่วมใจด้วยความเต็มอกเต็มใจ
4. ลดความขัดแย้งและสานผลประโยชน์ของกลุ่มต่างๆ บนหลักการและความถูกต้อง โดยยึดหลักประโยชน์ของสังคมส่วนรวม
5. ในสังคมประชาธิปไตย ซึ่งเป็นที่ยอมรับนับถือเสรีภาพของประชาชนในด้านความคิดเห็นและท่าทีของตน จึงเป็นความจำเป็นที่รัฐบาลจะต้อง “ให้ประชาชนทราบข้อเท็จจริง” เกี่ยวกับการดำเนินงานของหน่วยงานในบ้านเมือง สถานการณ์บ้านเมือง ความปลอดภัย อาชีพ การ

จ่ายเงินงบประมาณแผ่นดิน ฯลฯ โดยการรายงานให้ประชาชนได้ทราบตลอดเวลา และพร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นและท่าทีของประชาชนด้วยการติดต่อสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication)

ดังนั้น หากผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ไม่เข้าใจในงานและปรัชญาด้านการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง ก็อาจเกิดปัญหา ทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

2.3.3 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลและองค์กรหน่วยงาน ตลอดจนการดำเนินงานทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นงานด้านธุรกิจ การศึกษา งานราชการ ทั้งนี้เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ เป็นงานสร้างสรรค์ ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ หรือความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนทุกระดับด้วยการสร้างสัมพันธ์อันดี และการพัฒนาส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน เพื่อให้เกิดความรู้สึกรักใคร่ที่ดี ความกลมเกลียวราบรื่นระหว่างหน่วยงานหรือองค์กร สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

เมื่อกล่าวถึงกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ Scott M. Cutlip and Allen H. Center (อ้างใน สมควร กวียะ, 2547 : 35) ถือว่าเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดของนักวิชาการและนักประชาสัมพันธ์ทั่วไป โดยบุคคลทั้งสอง ได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การวิจัย-การรับฟัง (Research - Listening) เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นการหาข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ ปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่ จากการวิจัยและการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนเพื่อดูปฏิกิริยาท่าทีของประชาชนที่มีต่อสถาบันเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของกาดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2. การวางแผนและการตัดสินใจ (Planning - Decision) เป็นขั้นตอนและกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ใดบ้างในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หรือการแก้ไขปัญหที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่ โดยการวางแผนนั้นต้องวางแผนไม่ให้ขัดแย้งต่อการประชาตติขณะเดียวกันสถาบันก็สามารถดำเนินงานไปตามเป้าหมายได้

3. การสื่อสาร (Communication) เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ในขั้นตอนที่สอง โดยใช้เครื่องมือ เทคนิค สื่อ เพื่อการสื่อสารประเภทต่างๆ และกลยุทธ์ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยมุ่งติดตามงาน งานประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปนั้น ได้ผลดีไม่น้อยเพียงไร โดยครั้งนี้จะเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานทางด้านประชาสัมพันธ์ สืบว่าประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานหรือไม่ ทั้งทราบข้อบกพร่องในการดำเนินงานครั้งนี้ด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนครั้งต่อไป เพื่อความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.3.4 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อเผยแพร่ข่าวสารความรู้ ความเข้าใจเหตุการณ์พิเศษ และสร้างความสัมพันธ์อันดีในการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร
2. เพื่อสร้างและเผยแพร่ชื่อเสียงขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก ได้รับความไว้วางใจ ความนิยมการยกย่อง ความเชื่อถือศรัทธาจากประชาชน โดยแสดงอุดมการณ์ที่แน่วแน่ในการดำเนินงานอย่างถูกต้องตามกฎหมายและบรรทัดฐานของสังคม
3. เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร การประชาสัมพันธ์ในลักษณะนี้เป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อปกป้องและแก้ไขความเข้าใจผิดซึ่งอาจเกิดขึ้นได้

2.3.5 คุณลักษณะของการประชาสัมพันธ์

1. การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารสองทางคือ การสื่อความหมายและความเห็นจากองค์กร ไปสู่ประชาชนและรับฟังปฏิกิริยาจากประชาชน เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินงานเพื่อประสานประโยชน์และความพอใจซึ่งกันและกัน
2. การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสาร โน้มน้าวใจที่ยึดหลักความเป็นจริง การสื่อสาร โน้มน้าวใจคือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสาร มุ่งให้กับผู้รับสารเกิดความเชื่อถือ และทำตามโดยสมัครใจ แต่การประชาสัมพันธ์ ยึดหลักความจริงเต็มที่ ซึ่งต่างจากการ โฆษณาซึ่งอาจเกิดความจริงหรือไม่เป็นความจริงเลย
3. การประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างสม่ำเสมอ ค่อยเนื่องและหวังผลระยะยาว ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์คือ วิธีการของแผนการกระทำต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว คือ ความเข้าใจ ความไว้วางใจ ความนิยม ความเชื่อถือศรัทธา และความประทับใจ รวมทั้งไม่ต้องการลงทุนทุ่มงบประมาณจำนวนมากมหาศาล ในระยะเวลาอันสั้นเหมือนกับการโฆษณา

4. การประชาสัมพันธ์เป็นการวางแผนและประเมินผล เป็นการดำเนินงานอย่างมีระบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีระบบ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถติดตามและแก้ไขเปลี่ยนแปลงในกรณีเกิดปัญหา

5. การประชาสัมพันธ์เป็นงานสร้างสรรค์ต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ ซึ่งต้องอาศัยหลักการในการดำเนินตามทฤษฎี และการสร้างสรรค์ในเชิงปฏิบัติ อาศัยจิตวิทยาสร้างความแปลกใหม่ ความดึงดูดใจ ความประทับใจเช่นเดียวกับการโฆษณา

2.3.6 ส่วนประกอบของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้น โดยมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้

1. สถาบัน การประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการ โดยมีสถาบัน ได้แก่ องค์กร หน่วยงาน สมาคม มูลนิธิ สำนักงาน กรม โรงเรียน ห้างร้าน บริษัท ฯลฯ ที่ก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้แน่นอน มีกฎเกณฑ์ ระเบียบ ข้อบังคับ

2. มีการสื่อสารสองทาง ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น มิใช่เพียงเผยแพร่ประกาศ หรือสื่อสารข้อมูลออกจากสถาบัน ไปยังประชาชนฝ่ายเดียว แต่สถาบันจะต้องรับฟัง สังเกต ความรู้สึก ปฏิกริยาและความต้องการของประชาชนเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขดำเนินงานของสถาบันให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

3. มีแรงจูงใจและโน้มน้าวความรู้สึก การที่ประชาชนจะเชื่อถือ ศรัทธา และให้ความร่วมมือสนับสนุนจะต้องเกิดขึ้นจากการชี้แจงความเข้าใจในเรื่องต่างๆ บนรากฐานของความจริง ความซื่อสัตย์ การประชาสัมพันธ์อาศัยวิธีการจูงใจเพื่อเปลี่ยนทัศนคติความสนใจของประชาชน เพื่อขอให้ความร่วมมือสถาบันในการดำเนินงานต่างๆ

4. มีการวางแผนใคร่ครวญ ใคร่ครวญ การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่เรื่องที่เกิดขึ้นโดยความบังเอิญแต่เกิดขึ้นเพราะความตั้งใจ วัตถุประสงค์ นโยบาย เป้าหมาย และการวางแผนการดำเนินการตลอดจนการจัดองค์กรและจัดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

5. มีการสื่อสารสัมพันธ์กับกลุ่มชน การประชาสัมพันธ์มีลักษณะเป็นการสร้างสัมพันธ์ กับมวลชน ที่เป็นกลุ่ม เป็นหมู่ มากกว่ารายบุคคล และการใช้สื่อ จะเป็นสื่อมวลชน เช่น วิทยุ การกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ มากกว่าการใช้จดหมายส่วนบุคคล หรือโทรทัศน์

6. เป็นการกระทำอย่างต่อเนื่องเนื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง เป็นงานที่เกี่ยวกับบุคคล เหตุการณ์ และการบริหาร ซึ่งมักเกิดปัญหาขึ้นได้ตลอดเวลาและไม่มีวันสิ้นสุด ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จะหยุดนิ่งไม่ได้ ต้องมีการตรวจสอบ

กระแสประชามติ ทศนคติ และเหตุการณ์แวดล้อมอื่นๆ เมื่อเกิดเหตุการณ์ใดที่มีผลกระทบต่อสถาบันจะอยู่ไม่ได้ ต้องดำเนินการเผยแพร่ชื่อเสียง เกียรติคุณ เพื่อสร้างความศรัทธาต่อหน่วยงานไม่ให้ขาดตอน ไม่ใช่ทำเฉพาะเมื่อเกิดปัญหาหรือเวลาที่ต้องการเท่านั้น

7. มีประชามติเป็นบรรทัดฐาน ในการพิจารณาคำเนิการประชาสัมพันธ จะมีสถาบันกลุ่มประชาชนต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นธรรมดาที่กลุ่มคนจำนวนมากย่อมมีพฤติกรรม ความคิดเห็น หรือความรู้สึกนึกคิดแตกต่างออกไป ในการประชาสัมพันธถือเอาความต้องการและความคิดเห็นส่วนใหญ่ของประชาชน ซึ่งมักจะเป็นกระแสที่ถูกต้องและเหมาะสมควรเป็นหลักในการดำเนินงาน

2.4 แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

จังหวัดนครศรีธรรมราชมีนโยบายที่จะรับนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นที่มีการท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน เพื่อเปิดโอกาสให้คนรุ่นต่อไปได้มีทรัพยากรเพียงพอ สนองความต้องการของพวกเขาด้วยเช่นกัน

การจัดการท่องเที่ยวต้องส่งเสริมเศรษฐกิจที่เข้มแข็งแก่พื้นที่ โดยไม่ทำลายทรัพยากรสิ่งแวดล้อมอนุรักษ์วัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่น ตลอดจนปลูกจิตสำนึก ด้านความรักและห่วงใยธรรมชาติและมนุษยชาติให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยใช้หลักการการจัดการการท่องเที่ยว ดังนี้

1. นโยบายการวางแผนและการจัดการด้านการแก้ปัญหาด้านการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์ที่ไม่ถูกต้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. มีการกำหนดขอบเขตของการขยายตัวและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในขอบเขตที่กำหนดไว้
3. มีความคิดด้านการพัฒนาระยะยาว
4. มีความห่วงใยด้านการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน และต้องห่วงใยด้านการจัดการเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการเมืองอย่างยั่งยืน
5. ต้องให้ความสำคัญกับการสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันและมนุษย์ในยุคหน้า โดยจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความเสมอภาคในการกระจายรายได้
6. ต้องให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยให้ทุกฝ่ายร่วมรับรู้เกี่ยวกับเนื้อหาด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน

7. นโยบายและการจัดการทั้งหมดต้องมุ่งเป้าประสงค์ร่วมกัน ไปยังการพัฒนาที่ยั่งยืน นำความคิดสู่การปฏิบัติการในอุตสาหกรรม ถึงแม้ว่าในความเป็นจริงจะมีข้อจำกัดเพื่อเข้าสู่เป้าหมายในระยะสั้น และระยะกลาง

8. ใช้กลไกและวิธีการจัดการของภาคผู้ประกอบการ ภาครัฐ และองค์กรต่างๆ ตลอดจนค่านิยมและทัศนคติของลูกค้า เพื่อปรับแนวคิดเพื่อความยั่งยืนสู่การปฏิบัติการ

9. ปัญหาด้านการแข่งขันกันใช้ทรัพยากร ต้องมีการตกลงร่วมกันและออมชอมกับทุกฝ่าย

10. สร้างสมดุลระหว่างการลงทุนและการรับประโยชน์จากการพัฒนา และควรพิจารณาในรายละเอียดว่าแต่ละกลุ่มจะได้หรือเสียผลประโยชน์อย่างไร

แนวคิดเชิงวิพากษ์ต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

1. สนองเป้าการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวม
2. สนองนโยบายการพัฒนาระดับชาติและระดับท้องถิ่น
3. สนองนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว
4. ให้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจในภาพรวม โดยมีต้นทุนที่เหมาะสม
5. สร้างงานและสร้างรายได้
6. ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ที่เศรษฐกิจตกต่ำ
7. ไม่ก่อให้เกิดปัญหาในพื้นที่ที่มีทรัพยากรสำคัญ
8. ลดผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคมในเชิงลบ
9. สนับสนุนการอนุรักษ์ด้าน โบราณคดีและประวัติศาสตร์
10. ช่วยฟื้นฟูศิลปะและหัตถกรรมดั้งเดิม
11. ไม่รบกวนรูปแบบการตั้งถิ่นฐานและแผนการใช้ที่ดินที่มีอยู่เดิม
12. ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
13. สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาพื้นที่
14. ใช้ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ให้มากที่สุด
15. ใช้ระบบโครงสร้างพื้นฐานใหม่ให้ได้ประโยชน์สูงสุด
16. เปิดโอกาสสำหรับการพัฒนาในอนาคต
17. ประเมินขีดความสามารถที่มีอยู่ด้านกฎหมาย เศรษฐกิจ และกรอบแผนงานเพื่อที่จะพัฒนาสู่ความยั่งยืน
18. ประเมินผลที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม
19. การอบรม การศึกษา และการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์กับประชาชน

20. การวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
21. อำนาจความสะดวกให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ทักษะ และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
22. ให้ทุกฝ่ายในสังคมได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว
23. สร้างรูปแบบใหม่ของสินค้าการท่องเที่ยว โดยกำหนดให้ความยั่งยืนเป็นความคิดหลักในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมด
24. วัดผลความก้าวหน้าในการพัฒนาที่ประสบความสำเร็จในระดับท้องถิ่น
25. สร้างความเป็นหุ้นส่วนในการพัฒนา

2.5 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการและการติดต่อสื่อสารขององค์กร หน่วยงาน ที่มีแผนการในการสร้างหรือรักษาไว้ ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง (ทั้งกลุ่มคนในหน่วยงานและกลุ่มคนหน่วยงาน) ให้มีความรู้ ความเข้าใจ สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และให้ความสนับสนุน ร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานของหน่วยงานดำเนินไปด้วยดี โดยมีประชาคมดีเป็นแนวพื้นฐาน

1. องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

- 1.1 การประชาสัมพันธ์เป็นปรัชญาการจัดการที่เห็นความสำคัญของสังคมที่เน้นประโยชน์ของประชาชนมาก่อนสิ่งอื่นใด
- 1.2 การประชาสัมพันธ์เป็นปรัชญาทางสังคมที่แสดงไว้ในการศึกษาใจเกี่ยวกับนโยบาย ซึ่งสะท้อนปรัชญาที่จะให้ประโยชน์แก่ประชากรเป้าหมาย
- 1.3 การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่มีผลมาจากนโยบายที่ดี หน่วยงานนั้นจะถูกตัดสินโดยสิ่งที่เขาทำ ไม่ใช่สิ่งที่เขาพูด ประชาสัมพันธ์เป็น Line Function ของหัวหน้าฝ่ายทุกฝ่าย
- 1.4 การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารที่จะแสดงอธิบายบรรยาย หรือส่งเสริมนโยบายของหน่วยงานและปฏิบัติต่อประชากรเป้าหมาย เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอันดี และความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน เป็นการสื่อสารปรัชญาดังกล่าวไปสู่ประชากรเป้าหมาย

2. กระบวนการและขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช

- 2.1 การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น (Research-Listening)
- 2.2 การวางแผนและการตัดสินใจ (Planning-Decision making)
- 2.3 การติดต่อสื่อสาร (Communication-Action)
- 2.4 การประเมินผล (Evaluation)

3. การวางแผนการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

3.1 คนและสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินการ
ประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ได้แก่ ภาวะทางเศรษฐกิจ บรรยากาศทางการเมือง สังคม ค่านิยม
วัฒนธรรม ศาสนา ประชาชน ความเชื่อถือ ฯลฯ

3.2 ปัญหาทั้งในหน่วยงานและภายนอกที่เกิดขึ้นต้องได้รับการแก้ไขให้สิ้นไป

3.3 ตรวจสอบเกณฑ์หรือดัชนีของความสำเร็จ ที่ตั้งไว้ว่าเหมาะสมหรือไม่ มากเกินไป
หรือไม่ น้อยเกินไปหรือไม่

3.4 วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ยังมีสภาพหรือได้ผลดีหรือไม่

3.5 การดำเนินการไปถึงประชาชน เป้าหมาย วัตถุประสงค์หรือไม่ อย่างไร

3.6 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ทำอยู่ มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบ้างหรือไม่
หรือมีผลอย่างไรบ้าง

ฉะนั้น แผนหรือการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ จึงมักต้องแก้ไขปรับปรุง
เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ

การประชาสัมพันธ์ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เพราะ
จะช่วยให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามวิธีการ
ประชาสัมพันธ์และการเลือกประเภทของสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องมีความเหมาะสมกับ
นักท่องเที่ยว จึงจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจได้

เพราะฉะนั้น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ การโฆษณาการท่องเที่ยวให้
สาธารณชนได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับจังหวัดนครศรีธรรมราช
และส่งผลถึงการท่องเที่ยวของประเทศอีกด้วย

4. สื่อประชาสัมพันธ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

- 4.1 แผ่นพับ แผ่นพับรูปแบบต่าง ๆ มีทั้งพิมพ์สอดสีอัดอย่างดี
- 4.2 แผ่นป้ายโฆษณา มีทั้งแผ่นใหญ่ติดตามฝาผนังหรือมีขาตั้งข้างถนน จนกระทั่งแผ่นเล็กติดหลังรถยนต์
- 4.3 วิทยุ การโฆษณาทางวิทยุและวิทยุชุมชน
- 4.4 โทรทัศน์
- 4.5 สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์รายวันประจำจังหวัด วารสารรายสัปดาห์ วารสารรายเดือน
- 4.6 การบอกเล่าบุคคลต่อบุคคล
- 4.7 บทความท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการเขียนบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราชลงในหนังสือต่าง ๆ
- 4.8 จุดหมายข่าว สื่อที่ช่วยในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสามารถคัดเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะตัว
- 4.9 สื่อทางอินเทอร์เน็ต
- 4.10 สื่อจากการจัดนิทรรศการ
- 4.11 สื่อการจัดมหกรรมงานเทศกาล และกีฬา

5. หลักและวิธีการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

- 5.1 การประชาสัมพันธ์ต้องมุ่งประ โยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่ ต้องอาศัยเวลาและการให้การศึกษาด้วยการมีศิลปะและชั้นเชิง
- 5.2 การประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักใจของคนกลุ่มต่าง ๆ และเข้าใจในวิธีการศึกษาเรื่อง คน บุคลิกของคนรวมทั้งอุปนิสัยใจคอของบุคคลที่เกี่ยวข้อง ชอบหรือไม่ชอบอะไร ถ้าไม่รู้จักใจก็ไม่สามารถจะปรับความเข้าใจหรือประสานประโยชน์ให้เข้ากันได้
- 5.3 ต้องรู้นโยบายรัฐบาลหรือองค์กรซึ่งคนเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อย่างซาบซึ้ง
- 5.4 ต้องรู้เทคนิคของเครื่องมือสื่อสัมพันธ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เอกสาร วิทยุ กระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ ต้องทราบว่าเครื่องมือสื่อสัมพันธ์เหล่านี้แต่ละอย่างมีประโยชน์อย่างไร เหมาะแก่งานใด
- 5.5 ต้องยึดหลักความจริงและความสุจริตเป็นหลักเพื่อให้คนทั้งหลายไว้วางใจ

5.6 ต้องปฏิบัติงาน โดยติดต่อกันและสม่ำเสมอ การทำงานจึงต้องมีแผนงาน ควรทราบนโยบายเพื่อนำไปจัดโครงการที่ต่อเนื่องและมีความสัมพันธ์กัน

5.7 ต้องเปิดเผย ไม่มีเงื่อนงำ

5.8 งานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งบุคคล อุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ ต้องมีคุณภาพสูง

5.9 การประชาสัมพันธ์ต้องมุ่งให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลในสังคม ผ่านไปถึงประชาชนทั่วไป

6. วิธีการประชาสัมพันธ์ ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

6.1 การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวที่น่าเชื่อถือสูง ได้แก่ บทความ ภาพถ่ายหรือภาพยนตร์ สามารถเผยแพร่ไปได้ไกล กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ประกอบด้วย

6.1.1 เชิญตัวแทนสื่อมวลชน เข้ามาทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวงานประเพณีต่างๆ ที่น่าสนใจที่จังหวัดนครศรีธรรมราช จัดขึ้นในแต่ละปีอย่างต่อเนื่อง เช่น งานวันประเพณีต่างๆ

6.1.2 สร้างสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชน โดยการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ กิจกรรมต่างๆ การสัมมนา การประชุมด้านการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

6.1.3 การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ใน โอกาสพิเศษต่างๆ ที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจัดขึ้นเพื่อกระตุ้นความสนใจเช่น การเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาชุมชนต่างๆ

6.2 การประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชได้มีส่วนร่วมการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม เป็นการกระตุ้นชุมชนให้รู้ถึงคุณค่าของการท่องเที่ยว ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีทัศนคติที่ดีในการต้อนรับและสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว

กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม มีดังนี้

6.2.1 จัดประชุมชี้แจงผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับผู้นำท้องถิ่น

6.2.2 จัดผู้แทนเพื่อพบปะผู้คนในท้องถิ่น หรือกลุ่มชุมชนย่อยในท้องถิ่น

6.2.3 จัดทำจดหมายข่าว เอกสารแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแก่ประชาชนในท้องถิ่น

6.2.4 จัดให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยตรง เช่นการจัดนำเที่ยวในราคาพิเศษ การจัดนำเที่ยวฟรี

6.2.5 จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น สารคดีท่องเที่ยว ปฏิทินท่องเที่ยว

6.3 การประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการรับฝึคชอบและแรงงานเป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวด้านต่างๆ เกิดความรู้สึกรับฝึคชอบ ถ้าผู้ประกอบการและแรงงานขาดจรรยาบรรณหรือความรับฝึคชอบต่อนักท่องเที่ยวและสังคมแล้วจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่กลับเข้ามาท่องเที่ยวอีก

กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการ มีดังนี้

6.3.1 จัดสัมมนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราช

6.3.2 จัดนำเที่ยวเพื่อแนะนำหรือสร้างความคุ้นเคยกับแหล่งท่องเที่ยวใหม่

6.3.3 จัดประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันเชิงบริการ และการบริหารในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสาขาต่างๆ เพื่อประโยชน์ทางด้านธุรกิจ ด้านการอนุรักษ์พัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมให้ยั่งยืน

2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตนา บุญมัธยะ (2534) ได้ศึกษาเรื่อง พิธีมะเนากับตัวคนคนกะฉิ่น อัตลักษณ์ ชาติพันธุ์ และความเป็นชายขอบ ได้เสนอความหมายของการมีส่วนร่วมประชาชนในการพัฒนาว่าการที่ชาวบ้านได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อวางแผนการดำเนินงาน การรับผลประโยชน์จากการพัฒนาและการประเมินผลโครงการพัฒนา อาจกล่าวได้ว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถที่จะกำหนดเป้าหมายและการเปลี่ยนแปลงหรือกระทำการ ไปสู่เป้าหมายนั้นๆ ด้วยตัวเอง โดยการระดมพลังสร้างสรรค์ในชุมชนทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นความคิดริเริ่ม ความต้องการทักษะ ความรู้ ทุน แรงงาน ทรัพยากร โดยการแก้ปัญหาชุมชนบนพื้นฐานการพึ่งตนเองของชุมชนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

รติกา อังกูร และคณะ (2547) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า สถานการณ์และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดต่างๆ พบว่า การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษา หาความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและความงดงามในศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีความวิจิตรอลังการและแตกต่างจากชาติอื่นๆ สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และ โบราณสถาน การเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น และการเที่ยวชมความงดงามของศิลปหัตถกรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อย่างไรก็ตามแม้ว่าการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญด้านบวกต่อเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม แต่การดำเนินการด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมายังพบว่าแต่ละจังหวัดมีปัญหาสำคัญ ซึ่งเป็นผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่ต้องได้รับการแก้ไขโดยความที่คล้ายคลึงกัน หากแต่มีความละเอียดอ่อนที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เพราะแต่ละท้องถิ่นต่างก็มีลักษณะเฉพาะทั้งในวิถีการดำเนินชีวิตและลักษณะทางสังคมที่ต่างกัน ปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดขึ้น ได้แก่ ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ปัญหาการขาดแคลนงบประมาณในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด ปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ปัญหาด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ปัญหาด้านการบริหารจัดการในชุมชนปัญหาการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี และการลดคุณค่าดั้งเดิมของศิลปวัฒนธรรม

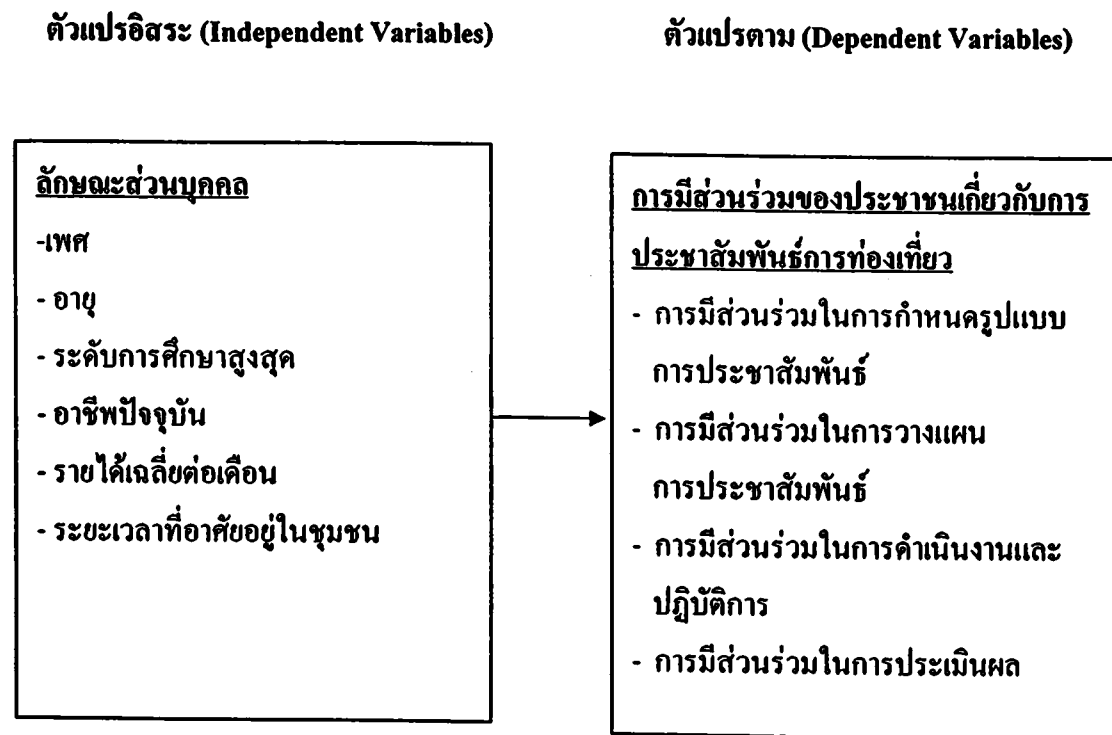
แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่เอื้อกลางในการถ่ายทอดความเป็นชนชาติไทย จากการศึกษาพบว่าแต่ละจังหวัดต่างก็มีศักยภาพและความโดดเด่นในลักษณะที่ใกล้เคียงกันทั้งในเรื่องความเป็นมาและความเก่าแก่ของประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ความมีเอกลักษณ์ในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตและความงดงามในศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นที่สนใจและนิยมมาเที่ยวชมทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย ขณะเดียวกันยังมีความหลากหลายในเรื่องชาติพันธุ์และการรวมกลุ่มของวัฒนธรรมชุมชนที่เข้มแข็งจากศักยภาพดังกล่าว ซึ่งถือเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัด อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาได้เสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยภาพรวมไว้หลายประเด็น ได้แก่ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและความหลากหลายทางวัฒนธรรมมาเป็นแกนหลักในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว การกระจายอำนาจการ

บริหารจัดการแก่ชุมชนและ การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในฐานะเจ้าของ วัฒนธรรมความซัดเจนของนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่นการ ทบพทัศนศึกษาภาพซัด ความสามารถและข้อจำกัดของการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง การกำหนดมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

วิรัช ลภีรัตนกุล (2538) ได้ศึกษาการประชาสัมพันธ์ กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็น กลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญในการสื่อสารเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชน ด้วยเหตุนี้เอง ในการ ดำเนินการรณรงค์ จึงนำการประชาสัมพันธ์มาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความสำคัญ และปัญหาที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ประชาชนบังเกิดความรู้และความเข้าใจใน วัตถุประสงค์ของโครงการ และนำไปสู่การให้ความร่วมมือของประชาชน

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี (2526) ได้ศึกษาหลักการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท กล่าวถึง ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจร่วมปฏิบัติและการร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ซึ่งอาจจะมีผลกระทบมาถึง ตัวประชาชนเอง และการที่จะทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาและนำมา ซึ่งสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแล้วจำเป็นที่จะต้องยอมรับปรัชญาว่า มนุษย์ทุกคนต่างปรารถนาที่จะ อยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุขได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น และพร้อมที่จะ อุทิศตนเพื่อกิจกรรมของกลุ่ม

2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 2.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

2.8 สมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานที่ 2 อายุมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานที่ 4 อาชีพปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานที่ 6 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล และการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือในการวิจัย

3.3 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรครั้งนี้คือ ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 266,613 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2553 : ที่ทำการปกครองจังหวัดนครศรีธรรมราช)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดและเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane ที่ร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อน 0.05 ขนาดประชากร จำนวน 266,613 คน ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N คือ จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา
 e คือ ความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม (sampling error) ในที่นี้จะกำหนดเท่ากับ +/- 0.05 ภายได้ความเชื่อมั่น 95% จึงแทนค่าสูตรได้ดังนี้

แทนค่า

$$n = \frac{266,613}{1 + 266,613 (0.05)^2}$$

$$n = 399.4 \text{ หรือ } 400 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

3.2 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีทั้งชนิดคำถามปลายปิด (Close-ended question) และคำถามปลายเปิด (Open-ended question) โดยเนื้อหาของแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน เป็นคำถามให้เลือกตอบ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำนวน 2 ข้อ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ข้อ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำนวน 3 ข้อ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำนวน 1 ข้อ รวม 9 ข้อ โดยแบ่งระดับของการวัดออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนของคำถามแต่ละข้อ ดังนี้

ระดับการมีส่วนร่วม	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแบบของ Likert การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความสำคัญมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด การให้คะแนนคือ 5, 4, 3, 2, 1 ตามลำดับ

$$\begin{aligned} \text{ช่วงห่างของคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

การแปลความหมาย	1.00 – 1.80	การมีส่วนร่วมระดับน้อยที่สุด
	1.81 – 2.60	การมีส่วนร่วมระดับน้อย
	2.61 – 3.40	การมีส่วนร่วมระดับปานกลาง
	3.41 – 4.20	การมีส่วนร่วมระดับมาก
	4.21 – 5.00	การมีส่วนร่วมระดับมากที่สุด

3.3 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

3.3.1 หาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามโดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาความบกพร่องของคำถาม รวมทั้งปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และการใช้ภาษาที่ถูกต้องชัดเจน

3.3.2 หาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อน (Pre-Test) กับประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 50 คน โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum v_i}{v_t} \right)$$

เมื่อ α = ความเชื่อถือได้

k = จำนวนข้อ

v_i = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

v_t = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

จากการคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) จากแบบสอบถามค่า Alpha-Coefficient ของคำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้เท่ากับ 0.82

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง
- 2) ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามว่ากลุ่มตัวอย่างได้กรอกแบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาจัดหมวดหมู่และทำการลงรหัส (Coding)
- 3) นำแบบสอบถามไปประมวลผลด้วยระบบคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสถิติทางสังคมศาสตร์
- 4) หลังจากได้ข้อมูลจากการประมวลผลแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

- การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ทดสอบสมมติฐานเพื่อหาลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล การวิเคราะห์ดังกล่าวใช้วิธีทางสถิติ Chi-square ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน

4.2 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน

การศึกษาค้นคว้านี้ได้สอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน เพื่อให้ทราบลักษณะเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 ลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน

n = 400

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	191	47.7
หญิง	209	52.3

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

n = 400

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	97	24.3
20 - 30 ปี	143	35.7
31 - 40 ปี	89	22.3
41 ปีขึ้นไป	71	17.7
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา	55	13.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	62	15.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือเทียบเท่า	75	18.7
อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า	86	21.5
ปริญญาตรี	92	23.0
สูงกว่าปริญญาตรี	30	7.5
อาชีพ		
ข้าราชการ	74	18.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	61	15.3
พนักงานภาคเอกชน	99	24.7
ประกอบอาชีพส่วนตัว	90	22.5
เกษตรกร	34	8.5
นักเรียน / นักศึกษา	42	10.5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	88	22.0
5,000 – 10,000 บาท	141	35.2
10,001 – 15,000 บาท	122	30.5
มากกว่า 15,000 บาท	49	12.3

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

n = 400

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน		
ต่ำกว่า 5 ปี	61	15.2
5 - 10 ปี	228	57.0
11- 15 ปี	25	6.3
มากกว่า 15 ปี	86	21.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 52.3) มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี (ร้อยละ 35.7) การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 23.0) มีอาชีพเป็นพนักงานภาคเอกชน (ร้อยละ 24.7) มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 5,000 - 10,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 35.2) และกลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งคือ ร้อยละ 57.0 มีระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชนระหว่าง 5 -10 ปี รองลงมาคือ มากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 21.5)

4.2 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างจากปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวม

n = 400

ปัจจัยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	ระดับการมีส่วนร่วม		การแปลผล
	\bar{X}	SD	
1. ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์	4.11	0.60	มาก
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์	3.78	0.68	มาก
3. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ	3.85	0.70	มาก
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	3.66	0.91	มาก
เฉลี่ยรวม	3.85	0.57	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ ($\bar{X} = 3.85$) ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.78$) และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ($\bar{X} = 3.66$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์

n = 400

ปัจจัยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนด รูปแบบการประชาสัมพันธ์	ระดับการมีส่วนร่วม		การแปลผล
	\bar{X}	SD	
1. ท่านเข้าร่วมประชุมเพื่อกำหนดรูปแบบการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางงานประเพณีสารท เดือน 10 กับหน่วยงาน	4.14	0.78	มาก
2. ท่านได้ร่วมแสดงความคิดเห็น และนำเสนอ เกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว งานประเพณีสารทเดือน 10	4.08	0.72	มาก
เฉลี่ยรวม	4.11	0.60	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$)

เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ การเข้าร่วมประชุมเพื่อกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางงานประเพณีสารทเดือน 10 กับหน่วยงาน ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมา ได้แก่ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและนำเสนอเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางงานประเพณีสารทเดือน 10 ($\bar{X} = 4.08$)

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับ
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด
นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์

n = 400

ปัจจัยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน การประชาสัมพันธ์	ระดับการมีส่วนร่วม		การแปลผล
	\bar{X}	SD	
1. ท่านเข้าร่วมประชุมเพื่อจัดทำแผนการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารท เดือน 10 ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3.92	0.87	มาก
2. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารท เดือน 10 เอง	3.75	0.79	มาก
3. ท่านมีส่วนร่วมในการทบทวนแผนการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารท เดือน 10 เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้มีความ เหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์	3.68	1.01	มาก
เฉลี่ยรวม	3.78	0.68	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
งานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน
แผนการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$)

เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ การเข้า
ร่วมประชุมเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ร่วมกับ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 เอง ($\bar{X} = 3.75$)

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ

n = 400

ปัจจัยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และปฏิบัติการ	ระดับการมีส่วนร่วม		การแปลผล
	\bar{X}	SD	
1. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์งานประเพณีสารทเดือน 10	3.75	0.94	มาก
2. ท่านมีส่วนร่วมในการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 แก่ประชาชนหรือองค์กรต่างๆ ในท้องถิ่น	4.05	0.89	มาก
3. ท่านสนับสนุนด้านงบประมาณในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10	3.75	0.85	มาก
เฉลี่ยรวม	3.85	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$)

เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ มีส่วนร่วมในการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 แก่ประชาชนหรือองค์กรต่างๆ ในท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมา ได้แก่ เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์งานประเพณีสารทเดือน 10 และสนับสนุนด้านงบประมาณในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ($\bar{X} = 3.75$)

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

n = 400

ปัจจัยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	ระดับการมีส่วนร่วม		การแปลผล
	\bar{X}	SD	
ท่านมีการติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารท เดือน 10	3.66	0.91	มาก
เฉลี่ยรวม	3.66	0.91	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$)

เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ($\bar{X} = 3.66$)

4.5 การทดสอบสมมติฐาน

การศึกษานี้ทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานที่ 2 อายุมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานที่ 4 อาชีพปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานที่ 6 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

การวิเคราะห์ดังกล่าว ใช้วิธีทางสถิติ Chi-square ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมี
ส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การกำหนดรูปแบบการ ประชาสัมพันธ์			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	12 (6.3)	83 (43.5)	96 (50.3)	191 (100.0)
หญิง	22 (10.5)	106 (50.7)	81 (38.8)	209 (100.0)
รวม	34 (8.5)	189 (47.3)	177 (44.3)	400 (100.0)

Chi-Square = 6.214* Sig. = 0.045

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการ
 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตาม
 ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.7)
 รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 38.8)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชน
 เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช
 จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
 ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ	ระดับการมีส่วนร่วม			รวม
	จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การวางแผนการประชาสัมพันธ์			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	31 (16.2)	93 (48.7)	67 (35.1)	191 (100.0)
หญิง	45 (21.5)	111 (53.1)	53 (25.4)	209 (100.0)
รวม	76 (19.0)	204 (51.0)	120 (30.0)	400 (100.0)

Chi-Square = 5.001 Sig. = 0.082

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 53.1) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 25.4)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำแนกตามเพศ

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การดำเนินงานและปฏิบัติการ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	30 (15.7)	83 (43.5)	78 (40.8)	191 (100.0)
หญิง	41 (19.6)	101 (48.3)	67 (32.1)	209 (100.0)
รวม	71 (17.8)	184 (46.0)	145 (36.3)	400 (100.0)

Chi-Square = 3.497 Sig. = 0.174

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการในระดับปานกลาง (ร้อยละ 48.3) รองลงมาได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 32.1)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำแนกตามเพศ

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การประเมินผล			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	66 (34.6)	89 (46.6)	36 (18.8)	191 (100.0)
หญิง	96 (45.9)	77 (36.8)	36 (17.2)	209 (100.0)
รวม	162 (40.5)	166 (41.5)	72 (18.0)	400 (100.0)

Chi-Square = 5.624 Sig. = 0.060

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลในระดับน้อย (ร้อยละ 45.9) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง (ร้อยละ 36.8)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

สมมติฐานที่ 2 อายุมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมี
ส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การกำหนดรูปแบบการ ประชาสัมพันธ์			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 20 ปี	7 (7.2)	36 (37.1)	54 (55.7)	97 (100.0)
20 - 30 ปี	16 (11.2)	69 (48.3)	58 (40.6)	143 (100.0)
31 - 40 ปี	6 (6.7)	47 (52.8)	36 (40.4)	89 (100.0)
41 ปีขึ้นไป	5 (7.0)	37 (52.1)	29 (40.8)	71 (100.0)
รวม	34 (8.5)	189 (47.3)	177 (44.3)	400 (100.0)

Chi-Square = 8.758* Sig. = 0.188

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีส่วนร่วม
 เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช
 จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ
 48.3) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 40.6)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชน
 เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช
 จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ	ระดับการมีส่วนร่วม			รวม
	จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การวางแผนการประชาสัมพันธ์	น้อย	ปานกลาง	
ต่ำกว่า 20 ปี	10 (10.3)	50 (51.5)	37 (38.1)	97 (100.0)
20 - 30 ปี	31 (21.7)	70 (49.0)	42 (29.4)	143 (100.0)
31 - 40 ปี	19 (21.3)	47 (52.8)	23 (25.8)	89 (100.0)
41 ปีขึ้นไป	16 (22.5)	37 (52.1)	18 (25.4)	71 (100.0)
รวม	76 (19.0)	204 (51.0)	120 (30.0)	400 (100.0)

Chi-Square = 8.506 Sig. = 0.203

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 49.0) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 29.4)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำแนกตามอายุ

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ	ระดับการมีส่วนร่วม			รวม
	จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การดำเนินงานและปฏิบัติการ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 20 ปี	19 (19.6)	39 (40.2)	39 (40.2)	97 (100.0)
20 - 30 ปี	27 (18.9)	59 (41.3)	57 (39.9)	143 (100.0)
31 - 40 ปี	13 (14.6)	48 (53.9)	28 (31.5)	89 (100.0)
41 ปีขึ้นไป	12 (16.9)	38 (53.5)	21 (29.6)	71 (100.0)
รวม	71 (17.8)	184 (46.0)	145 (36.3)	400 (100.0)

Chi-Square = 6.677 Sig. = 0.352

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการในระดับปานกลาง (ร้อยละ 41.3) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 39.9)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำแนกตามอายุ

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การประเมินผล			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 20 ปี	30 (30.9)	42 (43.3)	25 (25.8)	97 (100.0)
20 - 30 ปี	59 (41.3)	57 (39.9)	27 (18.9)	143 (100.0)
31 - 40 ปี	40 (44.9)	39 (43.8)	10 (11.2)	89 (100.0)
41 ปีขึ้นไป	33 (46.5)	28 (39.4)	10 (14.1)	71 (100.0)
รวม	162 (40.5)	166 (41.5)	72 (18.0)	400 (100.0)

Chi-Square = 9.817 Sig. = 0.133

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลในระดับน้อย (ร้อยละ 41.3) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง (ร้อยละ 39.9)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชน
เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด
นครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมี
ส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การกำหนดรูปแบบการ ประชาสัมพันธ์			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ประถมศึกษา	10 (18.2)	28 (50.9)	17 (30.9)	55 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนต้น	3 (4.8)	28 (45.2)	31 (50.0)	62 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือเทียบเท่า	4 (5.3)	26 (34.7)	45 (60.0)	75 (100.0)
อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า	10 (11.6)	27 (31.4)	49 (57.0)	86 (100.0)
ปริญญาตรี	4 (4.3)	62 (67.4)	26 (28.3)	92 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	3 (10.0)	18 (60.0)	9 (30.0)	30 (100.0)
รวม	34 (8.5)	189 (47.3)	177 (44.3)	400 (100.0)

Chi-Square = 43.816* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 67.4) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 28.3)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	ระดับการมีส่วนร่วม			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ประถมศึกษา	17 (30.9)	25 (45.5)	13 (23.6)	55 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนต้น	6 (9.7)	33 (53.2)	23 (37.1)	62 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือเทียบเท่า	7 (9.3)	51 (68.0)	17 (22.7)	75 (100.0)
อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า	13 (15.1)	35 (40.7)	38 (44.2)	86 (100.0)
ปริญญาตรี	24 (26.1)	46 (50.0)	22 (23.9)	92 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	9 (30.0)	14 (46.7)	7 (23.3)	30 (100.0)
รวม	76 (19.0)	204 (51.0)	120 (30.0)	400 (100.0)

Chi-Square = 32.693* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.0) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับน้อย (ร้อยละ 26.1)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	ระดับการมีส่วนร่วม			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ประถมศึกษา	9 (16.4)	28 (50.9)	18 (32.7)	55 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนต้น	9 (14.5)	27 (43.5)	26 (41.9)	62 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือเทียบเท่า	15 (20.0)	31 (41.3)	29 (38.7)	75 (100.0)
อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า	19 (22.1)	23 (26.7)	44 (51.2)	86 (100.0)
ปริญญาตรี	17 (18.5)	54 (58.7)	21 (22.8)	92 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	2 (6.7)	21 (70.0)	7 (23.3)	30 (100.0)
รวม	71 (17.8)	184 (46.0)	145 (36.3)	400 (100.0)

Chi-Square = 30.385* Sig. = 0.001

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการในระดับปานกลาง (ร้อยละ 58.7) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 22.8)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การประเมินผล			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ประถมศึกษา	24 (43.6)	25 (45.5)	6 (10.9)	55 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนต้น	24 (38.7)	24 (38.7)	14 (22.6)	62 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือเทียบเท่า	27 (36.0)	32 (42.7)	16 (21.3)	75 (100.0)
อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า	26 (30.2)	34 (39.5)	26 (30.2)	86 (100.0)
ปริญญาตรี	52 (56.5)	34 (37.0)	6 (6.5)	92 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	9 (30.0)	17 (56.7)	4 (13.3)	30 (100.0)
รวม	162 (40.5)	166 (41.5)	72 (18.0)	400 (100.0)

Chi-Square = 28.961* Sig. = 0.001

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลในระดับน้อย (ร้อยละ 56.5) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง (ร้อยละ 37.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 อาชีพปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การกำหนดรูปแบบการ ประชาสัมพันธ์			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ข้าราชการ	6 (8.1)	33 (44.6)	35 (47.3)	74 (100.0)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4 (6.6)	38 (62.3)	19 (31.1)	61 (100.0)
พนักงานภาคเอกชน	11 (11.1)	39 (39.4)	49 (49.5)	99 (100.0)
ประกอบอาชีพส่วนตัว	6 (6.7)	49 (54.4)	35 (38.9)	90 (100.0)
เกษตรกร	2 (5.9)	13 (38.2)	19 (55.9)	34 (100.0)
นักเรียน / นักศึกษา	5 (11.9)	17 (40.5)	20 (47.6)	42 (100.0)
รวม	34 (8.5)	189 (47.3)	177 (44.3)	400 (100.0)

Chi-Square = 13.455 Sig. = 0.199

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานภาคเอกชน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในระดับ มาก (ร้อยละ 49.5) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง (ร้อยละ 39.4)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อาชีพปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของ ประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การวางแผนการประชาสัมพันธ์			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ข้าราชการ	9 (12.2)	43 (58.1)	22 (29.7)	74 (100.0)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15 (24.6)	27 (44.3)	19 (31.1)	61 (100.0)
พนักงานภาคเอกชน	19 (19.2)	43 (43.4)	37 (37.4)	99 (100.0)
ประกอบอาชีพส่วนตัว	23 (25.6)	47 (52.2)	20 (22.2)	90 (100.0)
เกษตรกร	4 (11.8)	18 (52.9)	12 (35.3)	34 (100.0)
นักเรียน / นักศึกษา	6 (14.3)	26 (61.9)	10 (23.8)	42 (100.0)
รวม	76 (19.0)	204 (51.0)	120 (30.0)	400 (100.0)

Chi-Square = 14.200 Sig. = 0.164

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานภาคเอกชน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 43.4) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 37.4)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อาชีพปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	ระดับการมีส่วนร่วม			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ข้าราชการ	16 (21.6)	31 (41.9)	27 (36.5)	74 (100.0)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10 (16.4)	31 (50.8)	20 (32.8)	61 (100.0)
พนักงานภาคเอกชน	13 (13.1)	47 (47.5)	39 (39.4)	99 (100.0)
ประกอบอาชีพส่วนตัว	21 (23.3)	42 (46.7)	27 (30.0)	90 (100.0)
เกษตรกร	5 (14.7)	14 (41.2)	15 (44.1)	34 (100.0)
นักเรียน / นักศึกษา	6 (14.3)	19 (45.2)	17 (40.5)	42 (100.0)
รวม	71 (17.8)	184 (46.0)	145 (36.3)	400 (100.0)

Chi-Square = 6.963 Sig. = 0.729

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานภาคเอกชน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการในระดับปานกลาง (ร้อยละ 47.5) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 39.4)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อาชีพปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การประเมินผล			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ข้าราชการ	26 (35.1)	35 (47.3)	13 (17.6)	74 (100.0)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	32 (52.5)	24 (39.3)	5 (8.2)	61 (100.0)
พนักงานภาคเอกชน	36 (36.4)	39 (39.4)	24 (24.2)	99 (100.0)
ประกอบอาชีพส่วนตัว	42 (46.7)	33 (36.7)	15 (16.7)	90 (100.0)
เกษตรกร	10 (29.4)	15 (44.1)	9 (26.5)	34 (100.0)
นักเรียน / นักศึกษา	16 (38.1)	20 (47.6)	6 (14.3)	42 (100.0)
รวม	162 (40.5)	166 (41.5)	72 (18.0)	400 (100.0)

Chi-Square = 13.924 Sig. = 0.176

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานภาคเอกชน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลในระดับปานกลาง (ร้อยละ 39.4) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับน้อย (ร้อยละ 36.4)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อาชีพปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

สมมติฐานที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชน
เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด
นครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมี
ส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การกำหนดรูปแบบการ ประชาสัมพันธ์			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	7 (8.0)	39 (44.3)	42 (47.7)	88 (100.0)
5,000 – 10,000 บาท	13 (9.2)	73 (51.8)	55 (39.0)	141 (100.0)
10,001 – 15,000 บาท	8 (6.6)	56 (45.9)	58 (47.5)	122 (100.0)
มากกว่า 15,000 บาท	6 (12.2)	21 (42.9)	22 (44.9)	49 (100.0)
รวม	34 (8.5)	189 (47.3)	177 (44.3)	400 (100.0)

Chi-Square = 3.904 Sig. = 0.690

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 51.8) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 39.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การวางแผนการประชาสัมพันธ์			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	12 (13.6)	45 (51.1)	31 (35.2)	88 (100.0)
5,000 – 10,000 บาท	24 (17.0)	89 (63.1)	28 (19.9)	141 (100.0)
10,001 – 15,000 บาท	30 (24.6)	47 (38.5)	45 (36.9)	122 (100.0)
มากกว่า 15,000 บาท	10 (20.4)	23 (46.9)	16 (32.7)	49 (100.0)
รวม	76 (19.0)	204 (51.0)	120 (30.0)	400 (100.0)

Chi-Square = 19.303* Sig. = 0.004

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 63.1) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 19.9)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับการมีส่วนร่วม			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	16 (18.2)	39 (44.3)	33 (37.5)	88 (100.0)
5,000 – 10,000 บาท	32 (22.7)	65 (46.1)	44 (31.2)	141 (100.0)
10,001 – 15,000 บาท	14 (11.5)	56 (45.9)	52 (42.6)	122 (100.0)
มากกว่า 15,000 บาท	9 (18.4)	24 (49.0)	16 (32.7)	49 (100.0)
รวม	71 (17.8)	184 (46.0)	145 (36.3)	400 (100.0)

Chi-Square = 7.387 Sig. = 0.284

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการในระดับปานกลาง (ร้อยละ 46.1) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 31.2)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัด นครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การประเมินผล			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	30 (34.1)	45 (51.1)	13 (14.8)	88 (100.0)
5,000 – 10,000 บาท	65 (46.1)	55 (39.0)	21 (14.9)	141 (100.0)
10,001 – 15,000 บาท	48 (39.3)	47 (38.5)	27 (22.1)	122 (100.0)
มากกว่า 15,000 บาท	19 (38.8)	19 (38.8)	11 (22.4)	49 (100.0)
รวม	162 (40.5)	166 (41.5)	72 (18.0)	400 (100.0)

Chi-Square = 7.549 Sig. = 0.273

จากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลในระดับน้อย (ร้อยละ 46.1) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง (ร้อยละ 39.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

สมมติฐานที่ 6 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การกำหนดรูปแบบการ ประชาสัมพันธ์			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 5 ปี	3 (4.9)	33 (54.1)	25 (41.0)	61 (100.0)
5 - 10 ปี	24 (10.5)	103 (45.2)	101 (44.3)	228 (100.0)
11- 15 ปี	2 (8.0)	12 (48.0)	11 (44.0)	25 (100.0)
มากกว่า 15 ปี	5 (5.8)	41 (47.7)	40 (46.5)	86 (100.0)
รวม	34 (8.5)	189 (47.3)	177 (44.3)	400 (100.0)

Chi-Square = 3.826 Sig. = 0.700

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชุมชน 5-10 ปี มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 45.2) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 44.3)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การวางแผนการประชาสัมพันธ์			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 5 ปี	11 (18.0)	31 (50.8)	19 (31.1)	61 (100.0)
5 - 10 ปี	45 (19.7)	118 (51.8)	65 (28.5)	228 (100.0)
11- 15 ปี	4 (16.0)	12 (48.0)	9 (36.0)	25 (100.0)
มากกว่า 15 ปี	16 (18.6)	43 (50.0)	27 (31.4)	86 (100.0)
รวม	76 (19.0)	204 (51.0)	120 (30.0)	400 (100.0)

Chi-Square = 0.859 Sig. = 0.990

จากตารางที่ 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชุมชน 5-10 ปี มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 51.8) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 28.5)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน	ระดับการมีส่วนร่วม			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 5 ปี	8 (13.1)	27 (44.3)	26 (42.6)	61 (100.0)
5 - 10 ปี	44 (19.3)	104 (45.6)	80 (35.1)	228 (100.0)
11- 15 ปี	2 (8.0)	11 (44.0)	12 (48.0)	25 (100.0)
มากกว่า 15 ปี	17 (19.8)	42 (48.8)	27 (31.4)	86 (100.0)
รวม	71 (17.8)	184 (46.0)	145 (36.3)	400 (100.0)

Chi-Square = 5.082 Sig. = 0.533

จากตารางที่ 4.29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชุมชน 5-10 ปี มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการในระดับปานกลาง (ร้อยละ 45.6) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับมาก (ร้อยละ 35.1)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน

ลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน	ระดับการมีส่วนร่วม จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมใน การประเมินผล			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 5 ปี	20 (32.8)	29 (47.5)	12 (19.7)	61 (100.0)
5 - 10 ปี	86 (37.7)	100 (43.9)	42 (18.4)	228 (100.0)
11- 15 ปี	10 (40.0)	12 (48.0)	3 (12.0)	25 (100.0)
มากกว่า 15 ปี	46 (53.5)	25 (29.1)	15 (17.4)	86 (100.0)
รวม	162 (40.5)	166 (41.5)	72 (18.0)	400 (100.0)

Chi-Square = 9.846 Sig. = 0.131

จากตารางที่ 4.30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชุมชน 5-10 ปี มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลในระดับปานกลาง (ร้อยละ 43.9) รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในระดับน้อย (ร้อยละ 37.7)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของประชาชนที่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช (2) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช และ (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และหาค่าความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Chi-square และข้อมูลนำเสนอในรูปแบบการพรรณนา ในบทนี้จะเป็นการสรุปผลการศึกษา โดยแบ่งเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

5.1 สรุปผล

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

5.1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน

ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 30 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานภาคเอกชน มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งอาศัยอยู่ในชุมชน 5-10 ปี รองลงมาคือ มากกว่า 15 ปี

5.1.2 การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ประชาชนมีส่วนร่วมต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ได้แก่

- ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การเข้าร่วมประชุมเพื่อกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 กับหน่วยงานรองลงมา ได้แก่ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและนำเสนอเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10

- ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ ได้แก่ มีส่วนร่วมในการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 แก่ประชาชนหรือองค์กรต่างๆ ในท้องถิ่น รองลงมา ได้แก่ เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์งานประเพณีสารทเดือน 10 และสนับสนุนด้านงบประมาณในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10

- ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การเข้าร่วมประชุมเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รองลงมา ได้แก่ มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 เชิงรุก

- ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ได้แก่ มีการติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10

5.1.3 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 2 อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 4 ด้าน

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 4 ด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 อาชีพปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 4 ด้าน

สมมติฐานที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 6 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้ง 4 ด้าน

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ศึกษามีประเด็นสำหรับการอภิปรายผลดังนี้

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ประชาชนในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 จังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม ประชาชนในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประเด็นที่ประชาชนมีส่วนร่วมมากเป็นอันดับแรก คือ การมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมประชุมเพื่อกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 กับหน่วยงาน อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะประชาชนในพื้นที่ที่มีความต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมของชุมชนที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนของตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดของสุชาติ จักรพิสูทธิ์ (2547) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเกิดจากจิตใจหรือจากความรู้สึกที่ต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งเพื่อให้เกิดผลต่อความต้องการของกลุ่มคนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตทางสังคม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนา บุญมัทยะ (2534) ได้เสนอความหมายของการมีส่วนร่วมประชาชนในการพัฒนาว่าการที่ชาวบ้านได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อวางแผนการดำเนินงาน การรับผลประโยชน์จากการพัฒนาและการประเมินผล โครงการพัฒนา อาจกล่าวได้ว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถที่จะกำหนดเป้าหมายและการเปลี่ยนแปลงหรือกระทำการไปสู่เป้าหมายนั้นๆ ด้วยตัวเอง โดยการระดมพลังสร้างสรรค์ในชุมชนทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นความคิดริเริ่ม ความต้องการทักษะ ความรู้ ทุน แรงงาน ทรัพยากร โดยการแก้ปัญหาชุมชนบนพื้นฐานการพึ่งตนเองของชุมชนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม ประชาชนในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประเด็นที่ประชาชนมีส่วนร่วมมากเป็นอันดับแรก คือ การเข้าร่วมประชุมเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะประชาชนในพื้นที่ที่มีความต้องการที่จะสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วิธีการดำเนินชีวิต รวมไปถึงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เพื่อให้เกิดความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในพื้นที่อีกด้วย สอดคล้องกับแนวคิดการประชาสัมพันธ์ของ วิรัช ลภีรัตนกุล (2538) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญในการสื่อสารเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชน ด้วยเหตุนี้เอง ในการดำเนินการรณรงค์ จึงนำการประชาสัมพันธ์มาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความสำคัญและปัญหาที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ประชาชนบังเกิดความรู้อุและเข้าใจในวัตถุประสงค์ของ โครงการ และนำไปสู่การให้ความร่วมมือของประชาชน

ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการในภาพรวม ประชาชนในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประเด็นที่ประชาชนมีส่วนร่วมมากเป็นอันดับแรก คือ มีส่วนร่วมในการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 แก่ประชาชนหรือองค์กรต่างๆ ในท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะประชาชนในพื้นที่ที่ต้องการส่งเสริมเกิดการพัฒนาและมีแนวโน้มของการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยภาพรวมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ที่ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุวัฒน์ วุฒิเมธี (2526) ได้อธิบายความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า หมายถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มการพิจารณาตัดสินใจร่วมปฏิบัติและการร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ซึ่งอาจจะมีผลกระทบมาถึงตัวประชาชนเอง และการที่จะทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาและนำมาซึ่งสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแล้ว จำเป็นที่จะต้องยอมรับปรัชญาว่า มนุษย์ทุกคนต่างปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุขได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น และพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อกิจกรรมของกลุ่ม

ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลในภาพรวม ประชาชนในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก พบว่า ประเด็นที่ประชาชนมีส่วนร่วมคือ มีการติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ทั้งนี้เป็นเพราะประชาชนในพื้นที่ต้องการติดตามผลว่ากิจกรรมการประชาสัมพันธ์ว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เพียงใด สอดคล้องกับแนวคิดของ อภิญา กังสนารักษ์ (2530) ได้นำเสนอขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชนว่า ชุมชนต้องมีส่วนร่วมใน 4 ขั้นตอน และขั้นตอนที่ 4 กล่าวว่า การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ เพื่อให้รู้ว่าผลจากการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยสามารถกำหนดการประเมินผลเป็นระยะต่อเนื่องหรือประเมินผลรวมทั้งโครงการในคราวเดียวก็ได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า

1) ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและนำเสนอเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ในระดับมาก ดังนั้นเทศบาลเมือง จันทนครศรีธรรมราช ควรประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในพื้นที่ได้ทราบถึงกำหนดการจัดงานประเพณีสารทเดือน 10 โดยส่งจดหมายประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุกระจายเสียง หรือประชาชนในพื้นที่ช่วยกันบอกต่อ เพื่อจะได้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง

2) ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการทบทวนแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้มีความเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ ในระดับมาก ดังนั้นเทศบาลเมือง จันทนครศรีธรรมราช ควรประชุมตัวแทนประชาชนในพื้นที่ให้ร่วมกันวางแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อตามการเปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์และสภาพแวดล้อมนำมากำหนดเป็นแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของงานประเพณีสารทเดือน 10 ต่อไป

3) ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์งานประเพณีสารทเดือน 10 และสนับสนุนด้าน

งบประมาณในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ในระดับมากเท่ากัน ดังนั้น เทศบาลเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ควรประสานงานให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนได้รับทราบถึงวิธีการดำเนินงานและการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม และจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยพิจารณาถึงความจำเป็นอย่างทั่วถึง

4) ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ในระดับมาก ดังนั้น เทศบาลเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ควรมีประเมินผลกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ทุกครั้งอย่างต่อเนื่อง

5) ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนั้นเทศบาลเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้นำประชาชนหรือตัวแทนประชาชนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ได้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราชทุกด้าน

5.3.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดของการท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

2) ควรศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่องานท่องเที่ยวอนุรักษ์คอนเจ็คย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

3) ควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่องานสถาปัตยกรรมข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี

4) ควรศึกษาเรื่องความร่วมมือของประชาชนในพื้นที่กับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเพณีตักบาตรดอกไม้ จังหวัดสระบุรี

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
การท่องเที่ยวประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของประชาชน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () ให้ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ต่ำกว่า 20 ปี () 2. 20 – 30 ปี
() 3. 31 – 40 ปี () 4. 41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- () 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
() 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือเทียบเท่า
() 4. อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า
() 5. ปริญญาตรี () 6. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพปัจจุบัน

- () 1. ข้าราชการ () 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
() 3. พนักงานภาคเอกชน () 4. ประกอบอาชีพส่วนตัว
() 5. เกษตรกร () 6. นักเรียน / นักศึกษา
() 7. อื่น ๆ (ระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท () 2. 5,000 – 10,000 บาท
() 3. 10,001 – 15,000 บาท () 4. มากกว่า 15,000 บาท

6. ท่านอาศัยอยู่ในชุมชนนี้นานกี่ปี

- () 1. ต่ำกว่า 5 ปี () 2. 5 – 10 ปี
() 3. 11 – 15 ปี () 4. มากกว่า 15 ปี

ตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงาน

ประเพณีสารทเดือน 10 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องว่างหน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยสามารถเลือกตอบเฉพาะรายการที่ท่านเห็นว่าต้องการไปเที่ยว

รายการ	ระดับการมีส่วนร่วม				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์					
1. ท่านเข้าร่วมประชุมเพื่อกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 กับหน่วยงาน					
2. ท่านได้ร่วมแสดงความคิดเห็น และนำเสนอเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10					
ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนการประชาสัมพันธ์					
3. ท่านเข้าร่วมประชุมเพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					
4. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 จริงๆ					
5. ท่านมีส่วนร่วมในการทบทวนแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้มีความเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์					

รายการ	ระดับการมีส่วนร่วม				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ					
6. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์งานประเพณีสารทเดือน 10					
7. ท่านมีส่วนร่วมในการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10 แก่ประชาชนหรือองค์กรต่างๆ ในท้องถิ่น					
8. ท่านสนับสนุนด้านงบประมาณในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10					
ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล					
9. ท่านมีการติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานประเพณีสารทเดือน 10					

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. รายงานประจำปี 2547.

คู่ช ชุมสาย, ม.ล. จิตวิทยาแห่งการจัดตลาด : เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร :
ไทยวัฒนาพานิช, 2527.

ที่ทำการปกครองจังหวัดนครศรีธรรมราช. ข้อมูลทะเบียนราษฎร, 31 มีนาคม 2553

นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. ภาคพัฒนาคำราและเอกสาร
วิชาการ หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู กรุงเทพมหานคร, 2544.

ปรีชา แดงโรจน์. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ดวงกลม จำกัด,
2544.

พีระ จิร โสภณ. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์. พิมพ์ครั้งที่ 10. นนทบุรี : มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2538.

บุวัฒน์ วุฒิเมธี. หลักการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท. กรุงเทพมหานคร :
ห.ส.น.ไทย - อนุเคราะห์ไทย, 2526.

รลิกา อังกูร และคณะ. การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น. นนทบุรี : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2547.

ราณี อิติชัยกุล. องค์การและการจัดงานบุคคล. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
,2535.

รัตนา บุญมัยยะ. พิธีมະเนาถ်ตัวตนคนกะฉิ่น อัดลัถษณ์ ชาติพันธุ์ และความเป็นชายขอบ.
กรุงเทพมหานคร : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2546.

วิรัช ฤทธิรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2538.

สมควร กวียะ. การประชาสัมพันธ์ใหม่ : การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ. กรุงเทพมหานคร :
ไอ.เอส.พริ้นติ้งเฮ้าส์, 2547.

อดิน รพีพัฒน์. ชาวบ้าน ชาวเมืองเรื่องความยุติธรรมในสังคมไทย. ขอนแก่น : กองทุน 60 ปี
อดิน รพีพัฒน์, 2552.

เอกสารอื่นๆ

กรรณิกา ชมคี. “การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ: ศึกษาเฉพาะกรณี
โครงการสารภีตำบลท่าช้าง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี.” วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2524.

ประยูร ศรีประสาธน์ และคณะ. “ผลกระทบของการศึกษาเอกชนต่อสังคมไทย ในรายงาน
การวิจัยเรื่องประสิทธิภาพในการจัดการศึกษาของเอกชน.” กรุงเทพมหานคร :
สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2532.

สุชาดา จักรพิสูทธิ. “บทความปฏิรูปการศึกษาในสังคมไทย เรื่อง ชุมชนกับการมีส่วนร่วมจัด
การศึกษา: เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน.” 4 กันยายน 2548.

อภิญา กังสนารักษ์. “การศึกษาพัฒนาการทางภาษาด้านจำนวนถ้อยคำและการใช้ประโยคในการ
สื่อความหมายของเด็กก่อนวัยเรียนที่อยู่ในสถานสงเคราะห์ของกรมประชาสงเคราะห์
และในครอบครัวปกติ.” ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย). กรุงเทพมหานคร :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2530.

Books

Cohen, J.M., & Uphoff , N.T. Rural Development Participation : Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation. Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University, 1981.

Fornaroff, A. Community Involvement in Health System for Primary Health Care. Geneva : World Health Organization, 1980.

Koufman, H.F. Participation in Organized Activities in Selected Kentucky Localities. Agricultures Experiment Station Bulletin, 1949.

Oakley, P. Approaches to Participation in Rural Development. Geneva: International Office, 1984.

United Nations. Economic and Social Commission for Asia and the Pacific. (Bangkok, Thailand). ECDC-TCDC : Economic and technical co-operation among developing countries; Renewable sources of energy V. II, Biogas. Bangkok: ESCAP, 1981.

William W. Reeder. Some Aspects of the Informal Social Participation of Farm Families in New York State. Cornell University, 1974.

Website

<http://th.wikipedia.org>, 12 มกราคม 2553.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวจุฬาลักษณ์ กำลังเกื้อ
วัน เดือน ปีเกิด	24 กันยายน 2523
ภูมิลำเนาเดิม	อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2546	ปริญญาตรี สาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ประวัติการทำงาน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว