

ชื่อวิทยานิพนธ์	การมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษาวัดหงษ์ทอง ตำบลสองคลอง อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
ผู้วิจัย	นางสาวนารี เทพสุภรณ์กุล
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา
ปีการศึกษา	2550
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	ผศ.ดร.ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษ์
กรรมการที่ปรึกษา	ผศ.ดร.กวดดี โรจน์ไพศาลกิจ

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว พัฒนาแนวทางการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และเพื่อทดลองใช้ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามี 2 กลุ่มคือ กลุ่มศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ประชาชนที่เป็นหัวหน้าครอบครัวที่อยู่ในพื้นที่หมู่ที่ 8 และหมู่ที่ 9 จำนวน 250 คน กลุ่มศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจำนวน 9 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามการมีส่วนร่วมของประชาชน และแนวทางการสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพทำโดยการวิเคราะห์เนื้อหาการสนทนากลุ่ม โดยแยกประเด็นต่าง ๆ ตามความคิดเห็นของแต่ละคน และนำเสนอผลในลักษณะของการบรรยายความ

ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยประชาชนมีส่วนร่วมในการช่วยออกแบบการประชาสัมพันธ์ และมีส่วนร่วมในการแจกแผ่นพับประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดฉะเชิงเทรา แผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ที่ได้พัฒนาขึ้นคือ การสร้างการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์โดยมีกิจกรรมในการดำเนินการ ได้แก่ 1) การจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ 2) การจัดทำแผ่นพับ และ 3) การจัดทำการประชาสัมพันธ์ลงในวารสารการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยหลังการใช้ยุทธศาสตร์และกิจกรรมต่าง ๆ พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยววัดหงษ์ทองเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 40

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วม การประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว

**Thesis Title : PARTICIPATION OF PUBLIC RELATION IN TOURISM RESOURCES :  
A CASE STUDY OF WAT HONG TONG, TAMBON SONGKHLONG,  
AMPHUR BANG-PAKONG, CHACHOENGSAO PROVINCE**

**Researcher : Miss. Naree Tepsupornkul**

**Degree : Master of Arts Major : Development Strategy**

**Year : 2007**

**Thesis adviser : Asst. Prof. Dr. Thaweesak Tipayamahing**

**Thesis Co-adviser : Asst. Prof. Dr. Kunwadee Rojpaisarnkit**

### **ABSTRACT**

This research was a Participatory action research approaching to quantitative and qualitative technique. The objectives were to study the problems of community participation in promoting local tourist attractions, to develop methodology of community participation in promoting local tourist attractions, and to implement the strategy of community participation in promoting local tourist attractions. The population was divided into two groups; First, the sampling of 250 family leaders who lived in Moo 8 and Moo 9. Second, the sampling of 9 peoples who involved in promoting local tourist attractions. The instruments were questionnaire regarding to community contribution and focus group guidelines. The quantitative data were analyzed by percentage, mean, and standard deviation. The qualitative data was analyzed by content analysis, the content of focus group interview was divided by each individual commentary and present the result in essay format.

The finding suggests that the level of people participating in public relation was in medium range which the community had participated in designing public relation instrument and participated of brochures distribution in the area of tourist attractions in Chachoengsao province. The promotion strategy was to generate community participation in public relations as follow:- 1) produce advertising bill board, 2) provide brochures and leaflets, and 3) promote tourist attractions in "Chachoengsao Community Administrative Organization Tourism Magazines." After implementing the promotion strategy, the number of tourists who visit Wat Hong Tong was increased by 40%

**Key Word : Participation, Public relation, Tourism resources**