บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG4950099

ชื่อโครงการ : การพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต. ในกลุ่มอีสานใต้

ชื่อนักวิจัย : นันทพร อดิเรกโชติกุล

ธนวัฒน์ โกวิทวณิชภัณฑ์

ณัฐวุทธ อินทร์สวรรค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

E-mail Address : nantaporn378@yahoo.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 มิถุนายน 2549 – 31 พฤษภาคม 2550

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต. ในกลุ่มอีสานใต้ ตลอดจนศึกษาประสิทธิภาพในการดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต. ในกลุ่มอีสานใต้ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต. ในกลุ่มอีสานใต้ การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 444 คน ประกอบด้วยบุคลากรของ อบต.จำนวน 24 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 420 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบพรรณนา และสถิติเชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าถ่วงน้ำหนัก ซึ่งประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

ผลการศึกษา พบว่า

1. ปัจจัยด้านการจัดการการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต. ยังขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทั้งด้านบุคลากรและสื่อ โดย อบต. เกือบทุกแห่งไม่มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง และเจ้าหน้าที่ยังขาดทักษะด้านการสื่อสาร

2. ปัจจัยด้านนโยบาย อบต. ไม่มีการกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ชัดเจน ขาดการจัดสรรงบประมาณในการดำเนินงานและขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนและภาคีท่องเที่ยว

3. ปัจจัยด้านการดำเนินงาน อบต. มีบทบาทน้อยมากในการดำเนินงานการ

ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะเจ้าหน้าที่ขาดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะและความสามารถในการผลิตสื่อ

4. ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร เครื่องมือที่ อบต.ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยสื่อที่ใช้มีลักษณะที่ไม่ดึงดูดใจ และ อบต. ยังขาดการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้อง

5. ปัจจัยภายนอกทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมือง พบว่า ไม่ส่งผลกระทบมากนักต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต.

6. เอกสารการท่องเที่ยวเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อบุคคลและอินเทอร์เน็ต โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเอกสารการท่องเที่ยวด้านรูปภาพที่สร้างความเข้าใจ/น่าสนใจมากที่สุด รองลงมาคือข้อมูลสามารถใช้ประโยชน์ได้จริง

7. นักท่องเที่ยวต้องการให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในเอกสารการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ตและป้ายประชาสัมพันธ์

8. นักท่องเที่ยวนำข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์มากที่สุด รองลงมาคือการเพิ่มพูนความรู้ด้านวัฒนธรรมประเพณี

9. ข้อมูลการเดินทางเป็นเนื้อหาที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบมากที่สุด รองลงคือ ข้อมูลด้านที่พัก/โรงแรม

ดังนั้น อบต. ควรมีแผนพัฒนาบุคลากร สื่อและนโยบายการประชาสัมพันธ์ โดยร่วมมือกับส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในแต่ละแห่งได้อย่างเหมาะสม

คำหลัก : การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ; ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต.; ประสิทธิภาพการดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต. ; อบต.; อีสานใต้; นักท่องเที่ยว

ABSTRACT

Project Code : RDG4950099

Project Title : Tourism Public Relations Development for Tambol Administrative Organization in the South – Northeastern Region

Investigators : Adirekchotikul N., Kowitwanitphan T., Insawan N.

Nakhon Ratchasima Rajabhat University

E-mail address : nantaporn378@yahoo.com

Project Duration : 1 July 2006 – 31 May 2007

The aim of this research is to study factors affecting the operation of tourism public relations of Tambol Administrative Organization (TAO) in the South-Northeastern region including the effectiveness of its operation in order to find ways to enhance tourism public relations in the region.

Semi-structured interview and questionnaires were employed in collecting data from 444 people; 24 were administrators and officers of TAO in the major tourist attractions in the region and 420 were tourists. Both qualitative and quantitative analyses were used in this research. The data was analyzed descriptively and statistically by using frequency distribution, percentage, mean and standard deviation. SPSS computer application was used in data processing.

The research findings showed that:

1. There was a lack of efficiency in administering human resources and media in TAO. Almost all the TAO offices in the South-Northeastern region did not have officers particularly for tourism promotion. Besides, they also lacked communicative skills.

2. Tourism promotion plans were not clearly stated in the TOA policies. There was also lack of budget and collaboration in both communities and tourism parties.

3. TAO rarely took parts in operating tourism public relations because

the officers lacked knowledge and comprehension in promoting tourism as well as ability to create public relations media.

4. TAO spread tourism information out mainly for tourists via unattractive medium. Opinions from stakeholders were not surveyed.

5. The social, economic and politic factors did not have significant affect to tourism public relations of TAO.

6. Tourism documents were the most effective media for promotion. Tourists were satisfied with comprehensive and interesting illustrations and useful information, respectively. The second most effective media was people and the internet.

7. The mediums that the tourists wanted most to find tourism information in were tourism documents and the internet and public relations posters, respectively.

8. The information that the tourists found useful most was about tourist attractions and additional knowledge about traditions and cultures, respectively.

9. The information that the tourists wanted to know most was about traveling and accommodations, respectively.

The research results lead to the conclusion that TAO should have plans for improving its human resources, making use of media, and public relations. TAO could cooperate with government organizations and other related organizations to enhance effectiveness in tourism public relations in each area appropriately.

Key word: tourism public relations; factors affecting the operation of tourism public relations of Tambol Administrative Organization(TAO); the effectiveness of tourism public relations; TAO; South-northeastern; tourists