

## บทคัดย่อ

**รหัสโครงการ** : RDG4950060  
**โครงการวิจัย** : คุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้  
**ชื่อนักวิจัย** : จุรีพร จันทรพาณิชย์ หัวหน้านักวิจัย  
อาลัย จันทรพาณิชย์ ผู้ร่วมวิจัย  
วริษฐ กิตติธนาภรณ์ ผู้ร่วมวิจัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
**E-mail Address** : Chureeporn2002@hotmail.com  
**ระยะเวลาของโครงการ** : 1 มิถุนายน 2549 – 31 พฤษภาคม 2550

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ เนื้อหาสาระ ของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ คุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ และเพื่อศึกษาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดอุบลราชธานี ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และประเภทธรรมชาติทุกแห่ง ผลการวิจัยพบว่าแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะปราสาทหิน ซึ่งตั้งกระจายตามพื้นที่และได้รับความนิยม ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์ปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ประเภทวัด ได้แก่ วัดหนองป่าพง จังหวัดอุบลราชธานี แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม และเขื่อนสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี ส่วนแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่ค่อยได้รับความสนใจ การเข้าถึงลำบาก ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ค่อยปลอดภัย นักท่องเที่ยวแวะชมเพราะเป็นทางผ่าน บางแห่งที่ค่อนข้างสะดวกจะเป็นจุดพักรับประทานอาหารและพักผ่อน

สถานการณ์สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันสื่อส่วนใหญ่เป็นสื่อที่ผลิตโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 และเขต 2 นอกจากนี้ยังมีสื่อที่ผลิตโดยสำนักงานจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยว การกีฬาและนันทนาการ สำนักงานอุทยานแห่งชาติบางแห่งองค์การบริหารส่วนตำบล สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เน้นการให้ข้อมูลด้านเนื้อหาค่อนข้างมาก มีภาพของแหล่งท่องเที่ยวประกอบ ประเภทโทรทัศน์ เน้น

การใช้ข้อมูลการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสำคัญของแต่ละจังหวัด เวลาออกอากาศค่อนข้างน้อย สื่อประเภทวิทยุของจังหวัดจะนิยมนำเสนอเป็นตอนๆ ในลักษณะการบรรยาย สื่อประเภทีวีที่ดีส่วนใหญ่จะนำเสนอในทุกแหล่งท่องเที่ยว ในรูปแบบสารคดีจึงใช้ระยะเวลาในการนำเสนอ และจากการทดสอบสมมุติฐานพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทุกประเภทมีคุณภาพอยู่ในระดับต่ำ สื่อที่นักท่องเที่ยวสนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์และคู่มือท่องเที่ยว สำหรับแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ในด้านข้อมูลการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศกัมพูชา ควรทำข้อตกลงร่วมมือกัน ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทุกรูปแบบร่วมกัน เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยวในสามประเทศ และนำเสนอโดยใช้ภาษาที่หลากหลาย และควรได้มีการเชื่อมโยงข้อมูลในศูนย์บริการการท่องเที่ยวแต่ละประเทศให้ทันสมัยโดยระบบอินเทอร์เน็ต ในด้านการจัดการ ปัจจุบันได้มีการเชื่อมโยงการออกอากาศผ่านโครงการโทรทัศน์ลุ่มน้ำโขง (MCTV) ระหว่างประเทศ โดยสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศกัมพูชา รวมทั้งประเทศจีน จึงเป็นโอกาสที่จะนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวแต่ละประเทศได้ และควรได้จัดตั้งศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ เพื่อการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและดำเนินการจัดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน

ปัญหาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ คือ กรณีสื่อโทรทัศน์จะให้ข้อมูลน้อยเกินไป ขาดการต่อเนื่องของการให้ข้อมูล ภาพประกอบไม่น่าสนใจ แผนที่บอกเส้นทางไม่มีระยะทางปรากฏ และข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะบางประการ คือ สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวควรเป็นสื่อที่สร้างความเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวได้เมื่อไปเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ การผลิตสื่อควรผลิตเน้นตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีความชอบการท่องเที่ยวแตกต่างกันและควรได้มีการประชุมร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่างๆที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อได้กำหนดแนวคิดด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอและจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดร่วมกัน

**คำหลัก :** คุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์

## ABSTRACT

**Project Code** : RDG4950060  
**Project Title** : Tourism Information Quality in South E-sarn  
**Investigators** : Chureeporn Chantarapanich  
Alai Chantarapanich  
Varit Kitthanarut  
Buriram Rajabhat University  
**E-mail Address** : Chureeporn2002@hotmail.com  
**Project Duration** : 1 June 2006 – 31 May 2007

The purposes this study were to study the forms, contents, and quality of tourism information media for supporting tourism in the south of the northeastern part of Thailand, and to study the connection of tourism in the neighboring countries. The samples of the study were tourist visiting all historical and natural tourist attractions in Buriram, Surin, and Ubonratchatani. The study found that most of the tourist attractions in the south of the northeastern part were historical attractions, especially stone castles which were located straggly across the area and were popular. Those attractions were Panomrung and Muangtam Stone Castles in Buriram, and Sikhorapoom Castle in Surin. The temple historical attraction was Nongpapong Temple in Ubonratchatani. The natural attractions were Phataem National Park and Sirindhorn Dam in Ubonratchatani. The other tourist attractions informed in Thailand Tourism Authority's information media did not get much attention because they were difficult to access, lacked convenience and safety. The tourists stopped to visit some of them because those places were on the tourists ways to their destinations. Some places looking convenient would be the tourists rest area.

The majority of current tourism information media were produced by Thailand Tourism Authority and The Northeastern Tourism office Area 1 and Area 2. The others were minority of media and were produced by the provincial offices, tourism offices,

sports and recreational offices, national park offices, and sub-district administrative organizations. The printed media emphasized providing a lot of details and illustrating pictures of tourist attractions. For televisions, the details focused on providing festival seasons of each province but the time broadcasted was short. The information through radios of each province was presented in series and described by the local speakers. For most of the tourism VCDs, they were available at each tourist attractions. The details were descriptive document so they took time to watch. The results of the hypotheses testing revealed that all kinds of the tourism media were low standard. The media that was most interested in and attracted most of the tourists was television and the second attraction were newspaper and tourism handbook. For the means to develop tourism information media, traveling information, to connect tourism with the neighboring countries, the governmental working units relating to tourism of Thailand, Laos and Cambodia should make an agreement in making all forms of tourism information media together to offer useful information for tourism in the three countries and present in a variety of languages. Moreover, for the sake of information updating there should be linking of information from the tourism centers of each country through internet system. For tourism management, at the present time, there was the linkage of broadcasting through Mekhong Community Television Project among Laos, Cambodia, and China. Therefore, there was a good opportunity to present the tourism of each country and should construct the tourism cooperation center of each country to connect the tourism and execute the tourism attractions together.

Problems of the tourists towards the tourism media were getting inadequate information from TV media, providing the information was not continuously, the picture illustrations were not interesting, the length of each road on the map was not specified, and the information was not updated.

Some suggestions were the tourism information media should be reliable and ensured the tourists the impression after they had visited here. Producing the media should be congruent with the needs of the target groups who different styles of tourism. There should be meetings of different people from various workplaces who had the

responsibility in producing the media to specify the ideas about contents, forms, presentations, and outstanding points of the tourist attractions of each province.

**Keywords** : Tourism Information Quality