

หัวข้อ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองนางรอง
นักวิจัย นางภักดิษา อภิศุภกรกุล
โปรแกรมวิชา นิเทศศาสตร์ (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบใดที่เป็นที่ต้องการและสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเมืองนางรองได้เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเมืองนางรองเพื่อศึกษาคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเมืองนางรองว่าสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด โดยสำรวจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย 300 คนและ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 100 คนโดยแบ่งออกเป็นสองช่วงดังนี้ช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว และ ช่วงที่สองคือช่วงฤดูการท่องเที่ยวประจำปีขึ้นเขาพนมรุ้ง เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงสถิติและได้ค่าเป็นตัวเลขของช่วงที่หนึ่งคือนอกฤดูการท่องเที่ยวได้ผลการวิจัยสำรวจชาวต่างชาติจำนวน 50 คนดังนี้ 1.ด้านคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองนางรองค่ามากที่สุดคือการท่องเที่ยวจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 3.62 และค่าน้อยสุด 3.30 เป็นค่าที่ส่วนร่วมในการเสนอแนะต่างๆกลับไปยังองค์กร 2.ผลด้านประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์เมืองนางรองค่ามากที่สุดคือการประชาสัมพันธ์จุดแผนที่ 3.56 และค่าที่น้อยที่สุด 3.42 ด้านความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ตัวเมืองนางรองเอง 3.ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเมืองนางรอง ค่ามากที่สุดคือผลิตภัณฑ์ด้านของที่ระลึกที่วางจำหน่าย 3.78 และค่าที่น้อยที่สุด 3.16 การประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในเมืองนางรอง 4.ด้านปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว ค่ามากที่สุดคือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว 4.22 และ ค่าน้อยที่สุด 3.48 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอยู่เรื่อยๆผลสำรวจชาวไทยจำนวน 150 คนได้ผล 1. ด้านคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองนางรอง ค่ามากที่สุดคือการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 3.37 และค่าน้อยสุด 3.03 ความทันสมัยของการออกแบบป้ายประกาศหรือแผ่นพับประชาสัมพันธ์ 2. ด้านประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์เมืองนางรอง ค่ามากที่สุดคือความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์จุดแผนที่ 3.37 และค่าน้อยสุด3.04 นักท่องเที่ยวอยากมาท่องเที่ยวเมืองนางรองทุกครั้งที่ได้รับข้อมูล 3.ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเมืองนางรอง ค่ามากที่สุดคือ มีผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึก 3.79 และค่าน้อยสุด 3.05 แหล่งท่องเที่ยวแนวสปา 4. ด้านปัจจัยสถานที่ท่องเที่ยว ค่ามากที่สุดคือ สถานที่ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว 3.92 และค่าน้อยสุด 3.29 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอยู่เรื่อยๆส่วนของการวิจัยในฤดูเทศกาลงานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งชาวต่างชาติจำนวน 50 คนได้ผลดังต่อไปนี้ 1. ด้านคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองนางรอง ค่ามากที่สุดคือจำนวนป้ายประกาศหรือแผ่นที่การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 4.04 และ ค่าที่น้อยที่สุด 3.60 คือรูปภาพประกอบการประชาสัมพันธ์แหล่ง

ท่องเที่ยว 2.ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์เมืองนางรอง ค่ามากที่สุดคือการประชาสัมพันธ์เมืองนางรองตามจุดต่างๆ 4.14 และค่าน้อยที่สุด 3.94 คือความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ 3.สถานที่ท่องเที่ยวเมืองนางรอง ค่ามากที่สุดคือ 3.86 กิจกรรมที่ทางจังหวัดนั้นๆจัดเพื่อประชาสัมพันธ์ และ ค่าน้อยที่สุด 3.40 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ 4.ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว ค่ามากที่สุดคือเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้านสถานที่ท่องเที่ยว 4.46 และค่าน้อยที่สุด 3.32 มีจำนวนเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาและแนะนำ ส่วนผลสำรวจชาวไทยจำนวน 150 ดังนี้ 1.คุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองนางรอง ค่ามากที่สุดคือการท่องเที่ยวจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 4.00 และค่าน้อยที่สุด 3.41 ความทันสมัยในการออกแบบป้ายประกาศหรือแผ่นพับในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 2.ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์เมืองนางรอง ค่ามากที่สุด พึงพอใจการประชาสัมพันธ์เมืองนางรอง 4.23 และค่าน้อยที่สุด 3.44 ท่านอยากมาเที่ยวเมืองนางรองทุกครั้งที่ได้รับข้อมูล 3.สถานที่ท่องเที่ยวเมืองนางรอง ค่ามากที่สุดคือมีของฝากและของที่ระลึกจำหน่าย 4.23 และค่าน้อยที่สุด 3.81 เป็นแหล่งท่องเที่ยวแนวสปา 4.ด้านปัจจัยสถานที่ท่องเที่ยว ค่ามากที่สุดคือมีอาหารและร้านค้าบริการแก่นักท่องเที่ยว 4.14 และค่าน้อยที่สุด 3.73 มีเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาและแนะนำ

บรรณานุกรม

- กิติมา สุรสนธิ. 2541. **ความรู้ทางการสื่อสาร**. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. **การวางแผนการพัฒนากองท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.เชียงใหม่
- ปดิวันดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. **การวิจัยนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 1 โรงพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ. กรุงเทพมหานคร.
- วิรัช ลภรัตน์กุล. 2542. **นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ**. พิมพ์ครั้งที่ 3 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- วิรัช ลภรัตน์กุล. 2540. **การประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 8 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สุรัส ตรีสุกุล. 2546. **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 1 ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพมหานคร.
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2002). Determinants of youth travel markets' perceptions of tourism destinations. *Tourism Analysis*, 7(1), 55–66.
- Pigram, J. (1993) planning for tourism in rural areas : bridging the policy implantation gap. In D. Pearce and R. Butle (eds) *Tourism Research : Critques and Challenges*. London : Routledge PP. 156 - 74
- สืบค้นจาก WWW.NANGRONGMUNI.GO.TH (15 พฤษภาคม 2554)
- WWW.NANGRONGMUNI.CO (20 ธันวาคม 2554)