

หัวข้อวิจัย : การพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต. : กรณีศึกษา อบต.มะเกลือใหม่ ต.มะเกลือใหม่ อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา

ชื่อผู้วิจัย : รองศาสตราจารย์นันทพร อดิเรกโชติกุล
อาจารย์เกศรินทร์ โชคเพิ่มพูน

หน่วยงาน : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ปีที่ทำวิจัยเสร็จ : 2560

บทคัดย่อ

การศึกษารังนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต.มะเกลือใหม่ เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต.มะเกลือใหม่ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ อบต.มะเกลือใหม่ การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง 411 คน ประกอบด้วยบุคลากรทั้งผู้บริหารของ อบต. และแกนนำด้านการท่องเที่ยว จำนวน 11 คน และ นักท่องเที่ยวในพื้นที่ อบต.มะเกลือใหม่ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามและการสนทนากลุ่ม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบพรรณนา และสถิติ เชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D.$) ซึ่งประมวลผลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และเดินทางมาจากจังหวัด นครราชสีมา

2. ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถาม รับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากคนในครอบครัวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สำหรับความพึงพอใจผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่พบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่แนะนำเรื่องการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต โดยมี ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

3. ด้านความต้องการ นักท่องเที่ยวมีความต้องการเนื้อหาด้านเส้นทางการเดินทางมีค่าเฉลี่ย สูงสุด โดยมีความต้องการให้เผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

4. ด้านสภาพปัจจุบันของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า ผู้บริหารของ อบต. มะเกลือใหม่มีเพียงแนวคิดที่จะพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แต่ยังไม่ได้ดำเนินการ ปัจจุบัน อบต. มีการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ แต่มีจำนวนน้อยมาก และขาดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งขาดข้อมูลในเรื่องของที่ระลึกล สำหรับแนวทางการ พัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนต้องการให้ อบต. เพิ่มสื่อและข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งให้มากขึ้นและทันสมัยมากกว่านี้ นอกจากนี้ต้องการให้จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ ที่นำเสนอสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ และสามารถให้ข้อมูลเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่อยู่ใกล้เคียงกัน รวมทั้งให้ข้อมูลเรื่องของที่ระลึกของชุมชนด้วย อบต. ควรเน้นสื่อประชาสัมพันธ์ หลากหลายภาษาทางเว็บไซต์ และเห็นว่า อบต. ต้องมีความพร้อมในด้านบุคลากรที่มีความชำนาญ และมีความสามารถในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อถ่ายทอดข้อมูลที่รวดเร็วและทันเหตุการณ์ให้กับ นักท่องเที่ยว อีกทั้งเห็นว่าวิถีชีวิตของคนในชุมชนสามารถเป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่ช่วยประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวได้ ประการสำคัญ อบต. ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำ สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว , พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ , ความพึงพอใจ,
ความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์ อบต., นักท่องเที่ยว

Title : Tourism public relations development for Tambol
Administrative Organization : A case study of Tambol
Administrative Organization Makluea Mai, Tambol Makluea
Mai, Sungnoen District, Nakhon Ratchasima

Researcher : Nantaporn Adirekchotikul
Ketsarin Chokpermpon

Institute : Communication Arts, Faculty of Management Sciences,
Nakhon Ratchasima Rajabhat University

Year : 2017

ABSTRACT

This research aimed to study the tourism media exposure behavior and tourists satisfaction of public relations of Tambol Administrative Organization (TAO) in Makluea Mai, to study the tourists needs of public relations, to study the present condition and the guideline to develop tourism public relations of TAO. Makluea Mai. This study used qualitative and quantitative research from a sample of 411 people; 11 were administrator officers in TAO, tourism leader and 400 were the tourists , using questionnaires and focus group were used to collect data . Data analyzed descriptively and statistically by using frequency distribution, percentage, mean and standard deviation. Computer application was used in data processing .The study found that

1. Most of the questionnaire respondents were female whose ages are between 20-30 years old graduated in bachelor degree and under graduated monthly income lower than 5000 bahts the questionnaire respondents live in Nakhon Ratchasima province.

2. Most of media exposure behaviors are in the medium level. Questionnaire respondents acknowledge the information from their family has highest average. Questionnaire respondents satisfaction, most of them perceive the tourist public relation through internet which was website public relation highest average.

3. In the case of tourists needs, the mapping information was in high average follows by perception of public relation internet acknowledge.

4. The current state of tourism public relations found that, the management team of Administrative Organization (TAO) in Makluea Mai only has the idea to develop tourism public relations but have not yet issued. Nowadays, Administrative Organization (TAO) in Makluea Mai publish a few tourism press released via variety of media. Also lack of connection of tourist area information and information on souvenirs. Administrative Organization (TAO) in Makluea Mai should add more and modernize media and information of the tourist areas. The way to develop tourism public relation found that village community needs Administrative Organization (TAO) in Makluea Mai give opportunity to be involve to develop the tourism public relation media, needs Administrative Organization (TAO) in Makluea Mai provides billboard to be able to publish tourism information which can connected to different places by presents the tourist area symbol , emphasize public relation media website in Thai, English and other languages. And community saw that Administrative Organization (TAO) in Makluea Mai must be ready in human resource to be able to work with Information technology to publish information fast and up to date to the tourists. Beside that community lifestyle could be cultural media so it could help promote the tourist area.

Key word : tourism public relations; media exposure behavior; satisfaction; information needs of tourism public relations of Tambol Administrative Organization(TAO); tourists