

การพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี Public Relations Development for Tourism In Pathumthani Province

นพรัตน์ พิเภา*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยทั่วไปของจังหวัดปทุมธานี, ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยว แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ และผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีทั้งภาครัฐและเอกชน ผลการวิจัยพบว่า ๑) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้) และแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่น มีผู้นิยมท่องเที่ยวมากที่สุด มีความพร้อมให้บริการการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างดี ๒) นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง [ชาวไทย ($\bar{X} = 3.19$) ชาวต่างประเทศ ($\bar{X} = 2.76$)] ๓) ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ การประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน การวางแผนการประชาสัมพันธ์แบบองค์รวม งบประมาณ และความร่วมมือจากชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ ๔) ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงการจัดทำแผนการท่องเที่ยวและการดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว, การพัฒนาการประชาสัมพันธ์

ABSTRACT

The objectives of this research were to investigate Pathumthani province's general tourism resources, to study factors affecting tourism public relation, and to guide tourism public relation development. The research collected data from tourism resources' survey, questionnaire, interview, and group discussion. The representative samples are Thai and foreign tourists, and public and private

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์ประจำสาขามนุษยศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

operation personnel relating to Pathumtani's public relation. The research found that 1) art tourism attractions (tourism attractions for learning) and recreational tourism attractions are tourism attractions with distinctive tourism resources, most popular for tourism, most prepared for tourism service, and good tourism public relation. 2) Tourists' overall satisfaction in tourism public relation is at the average level [Thais ($\bar{X} = 3.19$) foreigners ($\bar{X} = 2.76$)]. 3) Factors affecting tourism public relation are a coordination among organizations, an overall public relation planning, a budget, and a lack of cooperation from local community in tourism areas. 4) Suggestion in guiding tourism public relation development are tourism public relation's network integration, development of tourism attractions and support for tourism activities, creation for tourism plan, and managing of tourism public relation in which all relating parties taking part.

Keyword: tourism public relation, public relation development.

๑. บทนำ

ปทุมธานีเป็นหนึ่งในจังหวัดปริมณฑล ที่มีความโดดเด่นในด้านการเป็นเมืองศูนย์กลางทางการศึกษา วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี เห็นได้จากปทุมธานีมีมหาวิทยาลัย สถาบันวิจัยและสถานศึกษาต่างๆ อยู่เป็นจำนวนมาก มีทรัพยากรในด้านการท่องเที่ยวหลากหลายโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการศึกษาเรียนรู้ เช่น องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.), หอศิลป์ศิลป์ หอศิลป์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติฯ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่น เช่น เที่ยวชมพิพิธภัณฑ์บัว และเล่นเครื่องเล่นต่างๆ ที่สวนสนุกดรีมเวิลด์ เป็นต้น และด้วยทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร จังหวัดปทุมธานีจึงเป็นอีกหนึ่งเมืองท่องเที่ยวทางเลือกของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจากสถิติที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต ๖^๑ พบว่า ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนกันยายน พ.ศ. ๒๕๕๐ จังหวัดปทุมธานีมีรายได้จากการท่องเที่ยว ๘๐๐.๔ ล้านบาท จึงเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเช่นเดียวกับจังหวัดอื่นๆ ของไทย

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จต้องอาศัยปัจจัยหลายด้าน ซึ่งการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างก็นำมาใช้ในการ

^๑ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป), สถิตินักท่องเที่ยว, (ออนไลน์), แหล่งที่มา: http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/702/Report_Phathumthani2007.doc. (๒๑ กันยายน ๒๕๕๓).

บริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว และเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

๒. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยทั่วไปของจังหวัดปทุมธานี
๒. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

๓. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

๑. ประชากรประเภทนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในจังหวัดปทุมธานี ๖ อันดับแรก ในปี พ.ศ. ๒๕๕๓ ได้แก่ สวนสนุกดรีมเวิลด์, องค์การพิพิธภัณฑสถานศาสตร์ (อพวช.), ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา รังสิต, วัดหงส์ปทุมवास, วัดเจติยหอยและหออัครศิลป์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น ๔,๓๓๔,๐๘๔ คน นำมากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ ๙๕% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ๔๐๐ คน เมื่อพิจารณาจำแนกกลุ่มตัวอย่างชาวไทยและชาวต่างประเทศพบว่าแหล่งท่องเที่ยวไม่มีการเก็บสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกเป็นชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ จึงใช้วิธีการสอบถามจากผู้ปฏิบัติงานในแหล่งท่องเที่ยว หรือจากประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประมาณการนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีประมาณ ๑๕ % ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด จึงนำมาจำแนกได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย (๘๕ %) จำนวน ๓๔๐ คน และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (๑๕ %) จำนวน ๖๐ คน

๒. ประชากรประเภทผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมาจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน ๓๐ คน ดังนี้

๒.๑ หน่วยงานภาครัฐ เลือกกลุ่มตัวอย่างจากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี, ประชาสัมพันธ์จากสำนักงานการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ จังหวัดปทุมธานีและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จากแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

๒.๒ หน่วยงานภาคเอกชน เลือกกลุ่มตัวอย่างจากสื่อมวลชนท้องถิ่นจังหวัดปทุมธานี ทั้งจากผู้จัดรายการวิทยุชุมชน ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ประจำจังหวัดปทุมธานี จากตัวแทนจากบริษัทนำเที่ยว จังหวัดปทุมธานี รวมถึงผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดปทุมธานี เป็นต้น

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

๑. การสำรวจพื้นที่และตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี เป็นการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นในเรื่องความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการให้บริการ



ท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สวัสดิภาพและความสามารถในการเข้าถึง เก็บข้อมูลบันทึกในแบบสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยว

๒. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ดังนี้

๒.๑ สำนวความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน ๓๔๐ คน และชาวต่างประเทศ จำนวน ๖๐ คน ที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในจังหวัดปทุมธานี และใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ๔๕ คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ๑๕ คน

๒.๒ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจำนวน ๒๐ คน ซึ่งปฏิบัติงานในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จำนวน ๒๐ แห่ง โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

๓. แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี เป็นการรวบรวมข้อเสนอแนะต่าง ๆ ใช้วิธีการจัดสนทนากลุ่มจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกแบบเจาะจงจากประชากรประเภทผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี จำนวน ๔๐ คน ซึ่งมาจากหน่วยงานทั้งภาครัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี, ประชาสัมพันธ์จากสำนักงานการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ จังหวัดปทุมธานีและเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จากแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และจากหน่วยงานเอกชน ได้แก่ สื่อมวลชนท้องถิ่น จังหวัดปทุมธานี ทั้งจากผู้จัดการรายการวิทยุชุมชน ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ประจำจังหวัดปทุมธานี เป็นต้น จากตัวแทนจากบริษัทนำเที่ยว จังหวัดปทุมธานี รวมถึงตัวแทนชุมชน หรือ ผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดปทุมธานี เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

๑. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

๒. ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ รวมถึงแบบสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยว นำมาวิเคราะห์เนื้อหา จัดลำดับความสำคัญของข้อมูล และสรุปผลการวิจัยเป็นความเรียง

๔. ผลการวิจัย

ตอนที่ ๑ ทรัพยากรการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

จากการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงความสามารถในการเข้าถึง สรุปได้ดังนี้

๑. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัดปทุมธานี นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและมาเยือนมากที่สุด อาทิ องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ (อพวช), ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษารังสิต, หออัครศิลปิน





พิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติฯ เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวโดดเด่น มีความพร้อมให้บริการการท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างดี อาทิ มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ มีสื่อประชาสัมพันธ์ ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยตรง มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี โดยมีการวางแผนการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวของตน และประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อมวลชน ป้ายโฆษณาริมถนน และส่งแผ่นพับไปยังสถานศึกษาซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบการจัดกิจกรรม

๒. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของเอกชนที่นักท่องเที่ยวนิยม ไม่ว่าจะเป็นตลาดไท สวนสนุกดรีมเวิลด์ เป็นต้น มีความพร้อมให้บริการการท่องเที่ยว มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี

๓. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดในจังหวัดปทุมธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเยือน ทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คือ การทำบุญไหว้พระร่วมกับการทำกิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทำด้วยตนเอง เช่น การทำบุญไหว้พระพร้อมกับการให้ทาน เช่น การให้อาหารปลาที่วัดหงส์ปทุมवास (อุทยานมัจฉา หรือวังปลา) หรือการทำบุญไหว้พระพร้อมกับทานอาหารที่แหล่งอาหารที่มีชื่อเสียงใกล้ ๆ วัด เช่น วัดศาลเจ้าและตลาดวัดมะขาม หรือ ทำบุญไหว้พระพร้อมกับชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ เช่น วัดเจติยหอย เป็นต้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เช่น ไม่มีป้ายบอกทาง แผ่นพับ หรือแผ่นป้ายให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภายในวัด ทั้งนี้เนื่องจากวัดไม่เน้นการท่องเที่ยวแต่เน้นคุณค่าทางจิตใจที่ต้องการความสงบและเพื่อรักษาขนบธรรมเนียมนิยมของสงฆ์

๔. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เดิมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในเรื่องการดูนกและเรียนรู้เกี่ยวกับนกปากห่างซึ่งเป็นสัตว์ป่าสงวน แต่ปัจจุบันไม่มีนกมาอาศัยแล้ว เหลือแต่บึงน้ำบริเวณเดินชมนกและหอดูนกให้เที่ยวชมได้ จึงมีนักท่องเที่ยวน้อย เช่น วัดไผ่ล้อม วัดลำหาเมฆ เป็นต้น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่ค่อยสะดวกและไม่มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทางท่องเที่ยว แผ่นพับ แต่ยังคงมีเจ้าหน้าที่จากกองอนุรักษ์สัตว์ป่า กรมป่าไม้เป็นผู้ดูแลบริเวณชมนก เป็นต้น

๕. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เนื่องจากชุมชนดั้งเดิมเป็นชาวมอญ จึงมีเทศกาล งาน ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนชาวมอญ เป็นจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น การตักบาตรน้ำผึ้ง การแข่งขันเรือยาว การตักบาตรพระร้อย เป็นต้น แม้จะมีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง แต่ยังไม่โดดเด่นมากพอที่จะดึงดูดใจการท่องเที่ยวเหมือนกับชุมชนมอญในจังหวัดอื่น ๆ นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีกิจกรรม หรือสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวน้อย ทำให้ปัจจุบันกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องยกเลิกไป เช่น ตลาดน้ำคลองสาม เป็นต้น สำหรับกิจกรรมล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำเพื่อดูวิถีชีวิตของชาวมอญบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาพร้อมกับการแวะชมวัดเก่าแก่ริมแม่น้ำหลายแห่ง เช่น วัดจันทน์กะพ้อ วัดสองพี่น้อง วัดศาลาแดง และวัดไผ่ล้อม ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต้องว่าจ้างเรือโดยสารเพื่อท่องเที่ยวกันเอง ไม่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน





๖. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีการปลูกข้าวแบบลุ่มตอซัง และสวนกล้วยไม้ โดยเป็นกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ความรู้แก่ผู้สนใจ ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาดูงานเฉพาะกลุ่มคนผ่านทางสำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี หรือ สำนักงานเกษตรอำเภอลาดหลุมแก้ว

๗. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กิจกรรมการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชนและศึกษาธรรมชาติ บ้านคลองพระอุดม ดำเนินงานโดยชุมชน และได้รับการรับรองและขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า ๑ ตำบล ๑ ผลิตภัณฑ์ ของอำเภอลาดหลุมแก้ว แต่มีนักท่องเที่ยวน้อย ในการท่องเที่ยวต้องติดต่อล่วงหน้ากับชุมชนโดยตรงและจัดให้บริการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ

สภาพและปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

๑. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการท่องเที่ยว

๑.๑ ระบบสาธารณูปโภคมีไม่เพียงพอและไม่ได้มาตรฐาน ร้านอาหารมีไม่เพียงพอที่จะรองรับหากนักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมาก ราคาที่พักและอาหารไม่ได้มาตรฐาน ห้องน้ำไม่เพียงพอ ไม่สะอาด เป็นต้น

๑.๒ ขาดความสะดวกด้านการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากระบบการขนส่งนักท่องเที่ยวสู่แหล่งท่องเที่ยวขาดการบริหารจัดการ พบว่า ถนนชำรุด รถโดยสารมีน้อย แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งต่อรถหลายครั้ง บางแหล่งท่องเที่ยวไม่มีรถประจำทางเข้าถึง ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องนำรถยนต์มายังแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง

๑.๓ ป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวน้อย ไม่ชัดเจน และไม่ต่อเนื่อง พบว่าบางแห่งป้ายบอกทางเล็กเกินไป บางแห่งไม่มีป้ายบอกทาง บางแห่งมีป้ายบอกทางแต่ติดป้ายห่างจากแหล่งท่องเที่ยวมากเกินไป รวมทั้งไม่มีแผนที่การเดินทางและพิกัด GPS

๒. ด้านแหล่งท่องเที่ยว

๒.๑ ความสับสนในชื่อแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดียวกัน ชื่อคล้าย ๆ กัน ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจสับสนจึงไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวไม่ตรงกับความต้องการ ต้องเสียเวลาเดินทางใหม่ เช่น ความสับสนระหว่างศูนย์วิทยาศาสตร์รังสิต สวทช. ม.ธรรมศาสตร์ และพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ (อพวช) เป็นต้น

๒.๒ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง เมื่อไปเยี่ยมชมไม่พบข้อมูลอธิบายเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น เช่น ไม่มีแผ่นพับ ไม่มีแผ่นป้ายให้ข้อมูลการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีจุดบริการสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว

๒.๓ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่พร้อมให้บริการ ขาดการดูแลและจัดการ ขาดการบำรุงรักษา

๒.๔ ชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยว ขาดความร่วมมือ ขาดการสนับสนุนในการดูแล รักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังมีการถือครองกรรมสิทธิ์ในแหล่งท่องเที่ยว มีผลให้ขาดความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว



ตอนที่ ๒ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัด ปทุมธานี

ตารางที่ ๑. ข้อมูลทั่วไปของการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

ประเด็นคำถาม	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	
	คำตอบ	ร้อยละ	คำตอบ	ร้อยละ
๑. แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมมาท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ วิทยาการ(แหล่งเรียนรู้)	๔๐.๖	แหล่งท่องเที่ยวเพื่อ นันทนาการ	๓๓.๓
๒. เดินทางมาท่องเที่ยวโดย	รถส่วนตัว	๔๑.๒	บริษัทนำเที่ยว	๗๐.๐
๓. วัตถุประสงค์ใน การท่องเที่ยว	ทัศนศึกษา	๕๑.๒	ทัศนศึกษา	๔๑.๗
๔. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว	อินเทอร์เน็ต	๕๖.๘	อินเทอร์เน็ต	๖๑.๗
๕. การค้นหาข้อมูล การท่องเที่ยว	ข้อมูลมีน้อย ไม่เพียงพอ กับความต้องการ	๔๕.๖	ข้อมูลมีน้อย ไม่เพียงพอ กับความต้องการ	๓๓.๓

๑. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = ๓.๑๙$) ให้เหตุผลว่า

๑.๑ การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในวงกว้าง โดยเฉพาะทางสื่อมวลชน เช่น ทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ (ยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวของเอกชน เช่น สวนสนุกดิเอ็มวีลด์ ศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค เป็นต้น) ทำให้การท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ยังไม่เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป

๑.๒ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวมีน้อยเกินไป ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบช่วงเวลาที่มีเทศกาล งานประเพณี จึงไม่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเวลานั้น

๑.๓ ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ไม่เป็นปัจจุบัน เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีกิจกรรม หรือ ไม่มีทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวแล้ว แต่ยังมีประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวนั้นอยู่ นักท่องเที่ยวจึงยังคงไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวแล้วต้องพบกับความผิดหวัง

๑.๔ สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีน้อย ไม่เพียงพอต่อความต้องการ

๑.๕ ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ค้นหาจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีไม่มากนัก ข้อมูลส่วนใหญ่ซ้ำๆ กัน ข้อมูลบางอย่างไม่ชัดเจน ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวไม่เป็นปัจจุบัน

๑.๖ สิ่งประทับใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

๑) รถไม่ติด เดินทางสะดวก ใกล้กรุงเทพฯ

๒) อาหารไม่แพง

๓) ความเป็นธรรมชาติ และวิถีชีวิตที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ

๔) ความสงบ และน่าอยู่ อากาศดี

๕) แหล่งท่องเที่ยวด้านวิทยาศาสตร์น่าสนใจและมีมาก

๒. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ($\bar{X} = ๒.๗๖$) ให้เหตุผลว่า

๒.๑ ไม่ทราบจะหา หรือ ขอสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ได้จากที่ใด

๒.๒ สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เป็นภาษาอังกฤษมีน้อยมาก แม้ว่าจะเป็นสื่อบนอินเทอร์เน็ต และไม่เพียงพอต่อความต้องการ

๒.๓ ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่ตรงกับความต้องการ

๒.๔ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มากับบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่ไม่ได้ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

๓. ความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ชาวไทย $\bar{X} = ๔.๑๔$ และชาวต่างประเทศ $\bar{X} = ๓.๗๘$) นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการข้อมูลมากที่สุดในเรื่องเส้นทางและแผนที่การเดินทาง ($\bar{X} = ๔.๒๗$) รองลงมาต้องการปฏิทิน / กิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = ๔.๒๖$) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการข้อมูลมากที่สุดในเรื่องประวัติและความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = ๔.๐๐$) รองลงมาต้องการเส้นทางและแผนที่การเดินทาง ($\bar{X} = ๓.๙๗$)

๔. ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

๔.๑ ควรปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวให้เป็นปัจจุบัน ถูกต้องและตรงกับความ เป็นจริง

๔.๒ ควรนำข้อดีของการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีมาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ รถไม่ติด ใกล้เคียงเทพฯ สงบและน่าอยู่ อากาศดี วิถีชีวิตที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ

๔.๓ ควรเน้นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดี ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ ที่มีอยู่มาก น่าสนใจ สถานที่กว้างขวาง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดี และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ วัดที่มีการสอนการปฏิบัติธรรม ซึ่งชาวพุทธ เยาวชนและเด็กควรได้เรียนรู้ เช่น วัดปัญญาบันฑิตาราม วัดพระธรรมกาย เป็นต้น

๔.๔ ควรประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว วัน เวลาที่จัดกิจกรรม ล่วงหน้านาน ๆ ในสถานที่ที่คนเห็นได้จำนวนมาก เช่น ในสื่ออินเทอร์เน็ต ป้ายประชาสัมพันธ์หน้าห้างสรรพสินค้าและริมถนนก่อนเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น พร้อมกับแนะนำกิจกรรมอื่น ๆ ไปด้วย อาทิ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมเที่ยวชมงานเทศกาล งานประเพณีของชาวมอญ เช่น เปิงสภะกรานต์ ตักบาตรพระร้อย พร้อมกับแนะนำร้านอาหารที่อร่อยใกล้แหล่งท่องเที่ยว หรือ ชมของฝาก ของที่ระลึกซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น

ตอนที่ ๓ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ลักษณะการจัดทำและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

๑. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่าแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของตนเอง เป็นลักษณะต่างคนต่างทำ และดำเนินการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของตนเองโดยตรง โดยมีจุดมุ่งหมายให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ได้ทราบกิจกรรมหรือสิ่งที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ดังนี้

๑.๑ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างดี สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ที่สำคัญคือ แผ่นพับแจกให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจ ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยตรง และมีบุคลากรของแหล่งท่องเที่ยวนั้น เช่น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญทำหน้าที่ในการนำชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ และประทับใจ นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยวิธีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Facebook เป็นต้น รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ที่เป็นของหน่วยงาน หรือของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ หากเป็นช่วงเวลาแหล่งท่องเที่ยวจะจัดกิจกรรมในวาระพิเศษ เช่น วันวิทยาศาสตร์ วันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น ก็จะจัดส่งข้อมูลการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เช่น สถานศึกษาต่าง ๆ ซึ่งสถานศึกษาจะนำนักเรียน นักศึกษามาทัศนศึกษา แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้บางแห่ง โดยเฉพาะองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช) ที่มีสื่อประชาสัมพันธ์หลากหลายทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ วารสาร ปฏิทินพกพา สื่อมวลชนอื่น ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ด้วยการเป็นเจ้าของรายการวิทยาศาสตร์ และสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ อพวช. ผลิตเองและสื่อวิทยุอื่น ๆ ที่เผยแพร่ข่าว อพวช. รวมถึงทาง วิทยุกระจายเสียง FM ๙๗ Mhz, AM ๘๑๙ Mhz

๑.๒ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของเอกชน สามารถจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณาได้ในสื่อมวลชนที่หลากหลายกว่า และยังประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสื่อมวลชนที่มีค่าใช้จ่ายสูงได้ เช่น ทางสื่อโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

๑.๓ แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนใหญ่ไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ของตน นักท่องเที่ยวมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้จากการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและการบอกเล่าแบบปากต่อปาก

๒. การประชาสัมพันธ์โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดปทุมธานี เป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจโดยภาพรวมผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ หนังสือแนะนำเที่ยว ซีดี-รอม และการประชาสัมพันธ์บนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และมีจุดประชาสัมพันธ์

การท่องเที่ยวที่ศาลากลางจังหวัดหลังเก่า และหลังใหม่ และที่ตลาดน้ำรังสิต รวมถึงมีตู้อัจฉริยะ^๒ วางในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ

๓. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ บนสื่ออิเล็กทรอนิกส์

๔. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยสื่อมวลชนทางวิทยุกระจายเสียง โดยเฉพาะวิทยุชุมชน จะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวในรายการต่าง ๆ หรือ ให้ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวแทรกในรายการต่าง ๆ ซึ่งนักจัดรายการวิทยุฯ ส่วนใหญ่จะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ แก่ผู้ฟัง ด้วยวิธีการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เช่น ข้อมูลจะนำมาจากเว็บไซต์ หรือ แผ่นพับที่ได้จากการไปรับด้วยตนเองที่แหล่งท่องเที่ยว นั้น นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง เช่น หอศิลป์ศิลปิน มีความร่วมมือกับวิทยุชุมชน FM ๑๐๐.๘๕ Mhz เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

๕. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี จะประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ในรายการที่ไม่มีค่าใช้จ่าย และใช้เว็บไซต์ของจังหวัดฯ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อมวลชนอื่น ๆ ให้ช่วยประชาสัมพันธ์ต่อไป นอกจากนี้ มีป้ายคัดเอาท์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจัดวางไว้ตามถนนต่าง ๆ ในตำแหน่งที่ประชาชนสัญจรไปมาให้เห็น เช่น ตรงข้ามศูนย์การค้าฟิวเจอร์พาร์ค โดยให้ อบต. เป็นผู้ดูแล

สภาพและปัญหาของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

การสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานีจากแหล่งท่องเที่ยว จำนวน ๒๐ แห่ง สรุปผลได้ดังต่อไปนี้

๑. ลักษณะการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ขาดการประสานงาน ขาดความร่วมมือในด้านการบริหารจัดการ การกำหนดนโยบายและการดำเนินงานจากองค์กรต่าง ๆ เป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำ ไม่ได้บูรณาการร่วมกัน ซึ่งแต่ละหน่วยงานก็มีแผนงาน โครงการที่แตกต่างกัน โดยที่หน่วยงานหลัก เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวของจังหวัด หรือประชาสัมพันธ์จังหวัดไม่ได้สนับสนุน หรือมีส่วนร่วมเท่าที่ควร อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านบุคลากรและงบประมาณ ซึ่งหากมีการประสานงาน กำหนดกิจกรรมในเวลาที่เหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้) ก็จะทำให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างจังหวัดสามารถวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น เช่น องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ (อพวช), ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา รังสิต, หอศิลป์ศิลปินและพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ธรณีวิทยาเฉลิมพระเกียรติฯ ฯลฯ เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งไม่ไกลกันนัก(คลองห้าและคลองหก) หากจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในวัน เวลาใกล้ ๆ

^๒ ตู้อัจฉริยะ เป็นตู้อิเล็กทรอนิกส์ที่มีคอมพิวเตอร์แบบอินดัสเตียล (Industrial Kiosk Enclosure) ใช้เพื่อค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว และสอบถามเส้นทางฯ ไปยังแหล่งท่องเที่ยว

กัน ทำให้สถานศึกษาต่าง ๆ ได้วางแผนการท่องเที่ยวและพานักเรียน นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักมาเยี่ยมชมได้อย่างสะดวก

๒. ขาดการวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบองค์รวมทั้งจังหวัด ทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดขาดเอกภาพ ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๓. ขาดงบประมาณสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ขาดงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ไม่สามารถแก้ไข หรือดำเนินการได้ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ

๔. ชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ตระหนักถึงถึงคุณค่าของทรัพยากรในพื้นที่ที่ตนมีอยู่ ขาดความร่วมมือ ขาดการสนับสนุนในการดูแล รักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีผลให้ขาดความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว

๕. การจัดทำและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำ ต่างคนต่างเผยแพร่ ขาดความร่วมมือในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์และการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยว

๖. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีน้อย และขาดประสิทธิภาพ ขาดความเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในมิติที่หลากหลาย ขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ

๗. ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังไม่เด่นพอ และสภาพแหล่งท่องเที่ยวยังไม่พร้อม เมื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จึงไม่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร^๓

ตอนที่ ๔ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

การระดมความคิดจากการสนทนากลุ่มจากผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี สรุปผลได้ดังต่อไปนี้

๑. สร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ โดยจัดตั้งหน่วยงานหลักเป็นศูนย์กลางของเครือข่าย โดยทำงานร่วมกันแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงาน ทั้งจากแหล่งท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี, สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี, สื่อมวลชนท้องถิ่น ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดปทุมธานี เป็นต้น ให้หน่วยงานหลักนี้ทำหน้าที่

๑.๑ เป็นศูนย์กลางของข้อมูลการท่องเที่ยวและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยทำหน้าที่จัดเก็บข้อมูลการท่องเที่ยว ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว รับทราบปัญหาและแลกเปลี่ยนข้อมูล

^๓ พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล, “การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี”, ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๓).

การท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว รวมถึงการปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดฯ ให้ทันสมัย เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อการติดต่อขอข้อมูล และเผยแพร่เอกสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ข้อมูลน่าเชื่อถือและเป็นปัจจุบัน การเชื่อมโยงข้อมูลก็จะเป็นไปในแนวทางเดียวกันในทุกภาคส่วน

๑.๒ เป็นศูนย์กลางในการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยการวางแผนการประชาสัมพันธ์ร่วมกัน เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยรวม

๑.๓ จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานเครือข่ายการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อทำหน้าที่ประสานงานและผลักดันให้เกิดความร่วมมือของทุกภาคส่วนทั้งการประชุม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้ความร่วมมือในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยว จัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว จัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี แผนงานการท่องเที่ยวประจำปีของจังหวัดฯ เพื่อให้แต่ละแหล่งท่องเที่ยวดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หรือ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปในแนวทางเดียวกัน เกิดความร่วมมือ และความเป็นหนึ่งเดียวกัน

ทั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานีทุกภาคส่วน ควรดำเนินการอย่างจริงจัง อย่างต่อเนื่อง และเป็นรูปธรรม

๒. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสม โดย

๒.๑ พัฒนาคุณภาพการให้บริการ ทั้งในเรื่องของบุคลากร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้มีความพร้อมที่จะเป็นสถานที่ที่น่าเที่ยว รวมถึงปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมที่จะเป็นสถานที่ที่น่าเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการซ่อมแซมโบสถ์ วิหารสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ถนน ป้ายบอกทาง ที่จอดรถ เป็นต้น

๒.๒ นำจุดเด่นที่มีอยู่มาสร้างมูลค่าในการท่องเที่ยว ในรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบไป – กลับ (ไม่ต้องค้างแรม) และ กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบค้างคืนอย่างน้อย ๑ คืนสำหรับคนต่างจังหวัด อาทิ

๑) กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบปทุมฯ ดั้งเดิม และปทุมฯ ใหม่ การท่องเที่ยวแบบปทุมฯ ดั้งเดิม (หรือ เวนิชตะวันตก) เน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี ภาษามอญ กิจกรรม วิถีชีวิต อาหารพื้นบ้าน ที่เป็นเอกลักษณ์แบบโบราณของชาวมอญ และการท่องเที่ยวปทุมฯ ใหม่ (หรือ เวนิชตะวันออก) เน้นการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการทั้งด้านวิทยาศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ศาสนา เป็นต้น

๒) กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบ ๑ ชุมชน ๑ การท่องเที่ยว เช่น ท่องเที่ยวสามโคก ศึกษาวัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ และผลิตภัณฑ์ของชุมชนมอญ หรือ ท่องเที่ยวหนองเสือ ด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือ นำหลายชุมชน หลายแหล่งเที่ยวและนำมารวมกันจัดทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว

๓. การจัดทำแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ดังนี้

๓.๑ จัดทำแผนการท่องเที่ยว โดยเป็นแผนปฏิบัติการร่วมกันของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และเครือข่ายชุมชนท้องถิ่น เป็นแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงรุก เพื่อสร้าง แรงจูงใจในการท่องเที่ยว และให้ทุกภาคส่วนนำไปปฏิบัติและประชาสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

๓.๒ จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงร่วมมือ ทำปฏิทินการท่องเที่ยวร่วมกับจังหวัดต่างๆ ที่ต้องเดินทางผ่านจังหวัดปทุมธานี

๓.๓ เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ดังนี้

๑) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสื่อที่หลากหลายยิ่งขึ้น เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และตามจุดที่ประชาชนเห็นได้ชัดเจน เช่น ป้ายขนาดใหญ่ แผ่นปลิว เป็นต้น หรือรถ ประภาศเชิญชวน และควรประชาสัมพันธ์ล่วงหน้านาน ๆ

๒) ปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจน

๓) มีจุดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ที่เป็นสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมเอกสาร ข้อมูล การท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย สามารถรับเอกสาร ข้อมูลการท่องเที่ยว ได้อย่าง สะดวก อาจเป็นพื้นที่ตั้งจุดประชาสัมพันธ์ในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเห็นได้ชัดเจน เช่น ห้างสรรพสินค้า มีเจ้าหน้าที่ประจำ เพื่อให้บริการติดต่อสอบถามและเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว รวมทั้งมีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแจกให้กับผู้สนใจ พร้อมก็มีเบอร์โทรศัพท์ ชื่อเว็บไซต์ของ สำนักงานประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว หรือ อาจฝากสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำการท่องเที่ยว ของจังหวัดปทุมธานีไว้ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือ วางไว้ ณ ศูนย์การค้า หรือ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

๔) ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว หรือ งานประเพณีจังหวัดปทุมฯ ที่ ต้องการทำการประชาสัมพันธ์ ลงในแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประจำปีของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย

๕) ประชาสัมพันธ์ที่ตั้งของสำนักงานประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวให้เป็นที่ รู้จัก อาจเป็นเบอร์โทรศัพท์ / ที่อยู่ของสำนักงาน / ชื่อเว็บไซต์ และประชาสัมพันธ์ในสถานที่ที่เห็น ได้ชัดเจนเพื่อนักท่องเที่ยวที่ต้องการข้อมูลสามารถติดต่อได้สะดวก

๓.๔ ปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่ เห็นว่าควรนำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เรียงตามลำดับความ คิดเห็นจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ดังนี้

๑) สื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยเน้นข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยจุดเด่น จุดขายของจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร สินค้า ฯลฯ

๒) อินเทอร์เน็ต โดยข้อมูลการท่องเที่ยวต้องทันสมัย

๓) เอกสารการท่องเที่ยว แผ่นพับ ข้อมูลการท่องเที่ยวต้องมากพอที่จะดึงดูดใจให้ อยากไปเที่ยวสถานที่นั้น ๆ

๔) แผนที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวต้องชัดเจนสำหรับการเดินทาง

๕) วิชชุมนชน ข้อมูลการท่องเที่ยวฉบับไว มีมากเพียงพอ

๓.๕ ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ควรนำเสนอในสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว เรียงตามลำดับความคิดเห็นจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดตามลำดับ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเดินทาง จุดเด่นของแต่ละสถานที่ แหล่งอาหาร

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย

(๑) หนังสือ:

กุลวดี ละม้ายเงิน. หน่วยที่ ๑ องค์ประกอบของการท่องเที่ยวในเอกสารประกอบการสอนรายวิชา วัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ๙๐๓๒๑๐๔. ๑-๔๓. อุบลราชธานี: สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, ๒๕๕๒.

(๒) วิทยานิพนธ์/รายงานการวิจัย:

พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. “การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี”. ปรินญาวิทยาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๓.

(๓) เว็บไซต์:

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป). สถิตินักท่องเที่ยว. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: http://www.tat.or.th/stat/download/tst/702/Report_Phathumthani2007.doc. (๒๑ กันยายน ๒๕๕๗).

_____. (ม.ป.ป). ประเภทการท่องเที่ยว. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://sites.google.com/site/tourism>. (๑๕ กรกฎาคม ๒๕๕๗)

ประคอง กรรณสูตร. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒.

ประเภทของการท่องเที่ยว. (ออนไลน์). (ม.ป.ป). แหล่งที่มา: http://www.thaigoodview.com/library/teachershow/samutprakan/benjamin_u/html. (๒๑ กันยายน ๒๕๕๗)