

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพพิธภัณฑสถานภาพยนตร์ไทย

ศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: Susaraporn.n1982@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพพิธภัณฑสถานภาพยนตร์ไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพพิธภัณฑสถานภาพยนตร์ไทย เครื่องมือกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพพิธภัณฑสถานภาพยนตร์ไทย จำนวน 400 คน และแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการเก็บแบบสอบถามจากการใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ภายในบริเวณพพิธภัณฑสถานภาพยนตร์ไทย จำนวน 400 คน การรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัย ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพพิธภัณฑสถานภาพยนตร์ไทย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 16-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา/เทียบเท่า มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีภูมิลำเนาที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลและเคยเที่ยวชมเพียงครั้งเดียว นิยมเดินทางมากับคณะทัวร์และจุดมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อทัศนศึกษาหาความรู้ นิยมเดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์ และได้รับข้อมูลทาง internet ด้านโฆษณาพบว่านักท่องเที่ยวมีแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.92$) เช่น การระบุหมายเลขโทรศัพท์ เว็บไซต์ ช่องทางการติดต่ออย่าง ($\bar{X} = 3.96$) ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย พบว่านักท่องเที่ยวมีแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.94$) เช่น เจ้าหน้าที่แสดงความยินดีให้ข้อมูลและให้บริการ ($\bar{X} = 3.98$) ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่านักท่องเที่ยวมีแนวทางการส่งเสริม การท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X} = 4.09$) เช่น สามารถสร้างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.92$) และด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.97$) พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ข้อมูลข่าวสารถูกต้องและมีประโยชน์ต่อผู้เข้าชม ($\bar{X} = 4.10$) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 อย่างไรก็ตาม ควรเพิ่มช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากขึ้น เช่น โทรทัศน์ เว็บไซต์อื่นๆ ควรเพิ่มช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากขึ้น เช่น โทรทัศน์ เว็บไซต์อื่นๆ เป็นต้น ควรเพิ่มรายละเอียดของเอกสารแผ่นพับให้ข้อมูลชัดเจนมากขึ้น จัดกิจกรรมพิเศษเพิ่มขึ้นเพื่อช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพิ่มความน่าสนใจของป้ายประกาศ สื่อโฆษณาเพื่อสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ควรเพิ่มจำนวนของเจ้าหน้าที่ บุคลากร วิทยากร ที่ให้ความรู้ เพื่อความ

เพียงพอต่อการให้บริการ ควรเพิ่มทักษะความรู้ความเข้าใจของบุคลากรในด้านข้อมูลรายละเอียดในการให้ข้อมูล ควรเพิ่มกิจกรรมปลูกจิตสำนึกบุคลากร เจ้าหน้าที่ ให้มีการให้บริการและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีขึ้น

คำสำคัญ : ส่งเสริม, พิพิธภัณฑ, ภาพยนตร์ไทย

Promoting Tourism of The Thai Film Museum

Susaraporn Tangtenglam

Kasetsart University

E-mail: Susaraporn.n1982@gmail.com

Abstract

A study on promoting tourism of the Thai film museum was aim to study The way to promoting tourism of the Thai film museum .The objective of this descriptive research correlational studies, the instrument of this study via a set of questionnaires were use corrected data from 400 samples, consisting of domestic travelling at The way to promote Thai museum The data were analyzed by using descriptive statistic value include percentage, mean and standard deviation. The level of statistical significance was 0.05.

The result of this Most are women aged 16-30 years with a degree in secondary education / equivalent. Professional students Domiciled at Metropolitan and never visit only once. Ratings travel with a tour group and aim in view, the trip to learn. Ratings travel on Saturday. And get information on internet advertising that has guided the tourists to promote tourism in the overall level of importance ($\bar{X} = 3.92$), as the phone number of contact sites ($\bar{X} = 3.96$). Sales by sales staff found that tourists are ways to promote tourism in the overall level of significance ($\bar{X} = 3.94$) as official congratulations to all information and services ($\bar{X} = 3.98$) for the promotion found. that tourists are guidelines for the promotion of tourism in the overall level of significance ($\bar{X} = 4.09$), as can motivate tourists to travel well ($\bar{X} = 3.92$) and the provision of news and public relations ($\bar{X} = 3.97$) was found to have the tourists to promote tourism in the overall level is very important. Accurate and useful information to visitors ($\bar{X} = 4.10$) was 0.05. Should additional channels, such as television advertising, the more other sites. Should add more channels, such as television advertising, website, etc. should raise the profile of the leaflet provides information more clearly. Special events increase to help promote tourism. Increase the attractiveness of the banner. Advertising to create an incentive to travel. Should increase the number of guest speakers to educate personnel officer. To provide adequate services. Should increase the cognitive skills of personnel in the field to

provide detailed information. Activity should increase awareness of services and personnel to better relations

Keywords : Promote, museum, Thai film

บทนำ

การพัฒนาที่ผ่านมา ประเทศไทยได้ดำเนินการตามแนวคิดการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย (modernization) ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากมายในสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการจัดกาทรพยากร วัฒนธรรม โดยเห็นได้ชัดเจน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา ที่ประเทศไทยเริ่มใช้นโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ เพื่อพัฒนาประเทศให้เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นกว่าเดิม เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างรวดเร็ว มีผลทำให้เกิด การรวมศูนย์อำนาจด้านการจัดการพยากรทางโบราณคดี เห็นได้จากการตราพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ.2504 ขึ้นมาบังคับใช้ และเมื่อพ.ศ.2544 สำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ กำหนดให้มีแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

พิพิธภัณฑที่มีกำเนิดมาจากคลังเก็บสมบัติและวัตถุสิ่งของที่มีค่าหรือแปลกประหลาดเพื่อสนองตอบ ความสุข และความกระหายใคร่ครอบครองของชนชั้นผู้มีความมั่งคั่งในยุคที่ประเทศมหาอำนาจยุโรปมีอาณานิคม ในดินแดนต่างๆ ของโลก พิพิธภัณฑเป็นที่รวมของสมบัติล้ำค่าและวัตถุสิ่งของแปลกๆ เพื่อเป็นเครื่องมือ ทางวัฒนธรรมที่จะแสดงอำนาจอันเกรียงไกรของประเทศผู้ปกครอง และเป็นแหล่งสะสมวัตถุเพื่อการค้นคว้าและ ความก้าวหน้าทางความรู้ ในเวลาต่อมาพิพิธภัณฑได้เปลี่ยนแปลงบทบาททางสังคมไปจากเดิม เมื่อมีการพัฒนา วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเกิดการเปลี่ยนแปลงของระบบสังคม การเมืองและการขยายตัวของ การศึกษาของประชากรจำนวนมาก พิพิธภัณฑเริ่มทำหน้าที่สนับสนุนการศึกษาของสังคม โดยการเผยแพร่ความรู้ ไปยังสาธารณชน กระบวนการเหล่านี้ทำให้เกิดการตื่นตัวในการสร้างกระบวนการจัดระบบวัตถุสิ่งของอย่างเป็นระเบียบและเน้นการศึกษาค้นคว้าวิจัย รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้และสร้างสรรค์ของประชาชนที่มาชม แนวคิด เรื่องหน้าที่ของพิพิธภัณฑทางการให้การศึกษแก่สาธารณชนยังคงมีความสำคัญมาจนถึงปัจจุบัน

ในปัจจุบันกระแสพิพิธภัณฑมีการตื่นตัวอย่างมาก มีหน่วยงานต่างๆ ทั้ง วัด โรงเรียน ชุมชน มีความ ประสงค์ที่จะจัดตั้งพิพิธภัณฑของตัวเอง ในขณะที่เดียวกันนโยบายของรัฐ และความต้องการของสังคมได้สร้าง ความคาดหวังว่า พิพิธภัณฑเหล่านี้จะเป็นองค์กรใหม่ที่มีบทบาทสำคัญทางสังคม วัฒนธรรมหลายด้าน เช่น เป็นทั้ง แหล่งการเรียนรู้ของท้องถิ่น เป็นกลไก ที่ทำให้ชุมชนท้องถิ่น

สร้างอัตลักษณ์ของตนเอง ตระหนักในคุณค่าและ เกิดความภูมิใจในถิ่นกำเนิดและประวัติศาสตร์ เรื่องราวชีวิตของตนเอง นอกจากนี้ก็อาจมีความคาดหวังว่า พิพิธภัณฑสถานอาจจะสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นจากการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เป็นต้น

หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) หรือ พิพิธภัณฑสถานภาพยนตร์ไทย ตั้งอยู่ที่ ถนนพุทธมณฑลสาย 5 จังหวัดนครปฐม ใกล้มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยแห่งเดียวในประเทศไทยที่รวบรวมข้อมูลและข่าวของเครื่องใช้ต่างๆ ของวงการภาพยนตร์ไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อให้ผู้เข้าชมได้ศึกษาและเพลิดเพลินไปกับเรื่องราวอันน่าตื่นตาตื่นใจของ ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ในประเทศไทย หอภาพยนตร์ เป็นหน่วยงานของรัฐ ที่เก็บภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ตลอดจนอะไรก็ตาม ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เพื่ออนุรักษ์ไว้เป็นทรัพย์สินทางปัญญา และมรดกทางศิลปวัฒนธรรมของชาติไทย จัดตั้งขึ้น ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งหอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2552 เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2552 เป็นการโอนกิจการ ในส่วนของงานหอภาพยนตร์แห่งชาติ สำนักหอสมุดแห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม มาจัดตั้งเป็นองค์การมหาชน และในปี พ.ศ. 2540 หอภาพยนตร์แห่งชาติได้ย้ายสถานที่ตั้งจากอาคารเก่าในบริเวณพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เขตพระนคร กรุงเทพฯ มาอยู่ที่ศาลายา นครปฐม

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าจะทำไมพิพิธภัณฑสถานที่เกิดขึ้นใหม่ จึงมี ผู้เยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก น่าสนใจว่า มีอะไร ที่โดดเด่นและแตกต่างกว่าพิพิธภัณฑสถานของกรมศิลปากรหรือพิพิธภัณฑสถานอื่นๆ ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษา เรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานภาพยนตร์ไทย และงานวิจัยในครั้งนี้ มุ่งหาข้อเท็จจริงว่าแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตและแหล่งท่องเที่ยวอย่างพิพิธภัณฑสถานในความต้องการ ของประชาชนควรเป็นเช่นไรและเป็นแนวทางในการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานภาพยนตร์ไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

- 1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน ไม่ทราบจำนวน
- 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานห้องฟ้าจำลอง เลือกการสุ่มแบบบังเอิญ การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตร ของ Taro Yamane (1976) โดยกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้จะใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ตามสูตรคำนวณดังต่อไปนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนขนาดตัวอย่าง

e คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (กำหนดให้เท่ากับ 0.05 หรือ 5%)

N คือ จำนวนทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าโดย } n &= \frac{561,083}{1 + 561,083 (0.05)^2} \\ n &= 399.72 \approx 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้น จากการคำนวณด้วยสูตรดังกล่าวแล้วจะพบว่า จะต้องทำการสำรวจตัวอย่างในการวิจัยเท่ากับ 399.72 คน เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจแบบสอบถามผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาวิจัยทำแบบสอบถามขึ้นมา (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล โดยใช้กรอบแนวคิดของวิจัยทั้ง 4 ด้านมาทำแบบสอบถามเพื่อค้นหาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีลักษณะคำถามปลายปิด (Close End Question) ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบข้อมูลที่ถูกต้องที่สุด และมีคำถามแบบปลายเปิด (Opened End Question) เป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอความคิดเห็นข้อเสนอแนะได้อย่างอิสระ โดยเนื้อหาจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถาน ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ใน 2 ด้าน คือ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเป็นปรนัย (Objectivity) ของแบบสอบถาม โดยดำเนินการดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้ศึกษาวิจัย นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้รู้ ผู้มีประสบการณ์พิจารณาตรวจสอบเนื้อหา โครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงสำนวน ภาษาที่ใช้ ให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย เหมาะสมและสมบูรณ์

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้ศึกษาวิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ทดลองแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างในสถานที่จริง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น ในการวัดคุณภาพของเครื่องมือ

3. ความเป็นปรนัย (Objectivity) ผู้ศึกษาวิจัย นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้รู้ ผู้มีประสบการณ์พิจารณาตรวจสอบเนื้อหา โครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงสำนวน ภาษาที่ใช้ ให้มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย เหมาะสมและสมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ดำเนินการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวภายในบริเวณของพิพิธภัณฑสถาน จำนวน 400 ชุด โดยการสุ่มแบบบังเอิญ ด้วยตนเอง

2. เก็บรวบรวมแบบสอบถาม ทั้งหมด 400 ชุดที่สมบูรณ์ คิดเป็น 100% เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลต่อไป

3. นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากโปรแกรม SPSS แปรผลเพื่ออธิบายให้เห็นถึงตัวชี้วัดมาตรฐานในแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพืชรักษ์ภาคพายัพของไทย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล นำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้และทำการบันทึก ข้อมูลแล้ว จึงนำคะแนนที่ได้ไปคำนวณ เพื่อวิเคราะห์ผลการศึกษาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS : Statistical Package for the Social Science) ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยจะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบตรวจรายการ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และคำนวณหาค่าร้อยละ ของแบบสอบถาม

2. ข้อมูลที่ได้จากแบบมาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วสรุปผลในรูปแบบข้อความประกอบตารางสำหรับเกณฑ์การตัดสินผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเกณฑ์แปลความหมาย (Likert scale) (ที่มา : ชัชวาลย์ เรื่อง ประพันธ์ 2539)

ผลการวิจัย

ด้านโฆษณา แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพหิทธิภัณฑ์ภาพยนตร์ไทย ด้านการโฆษณาโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า การระบุหมายเลขโทรศัพท์ เว็บไซต์ ช่องทางการติดต่ออย่างชัดเจน เพื่อการติดต่อสอบถามกับเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 3.96$) ข้อมูลข่าวสารถูกต้องและมีประโยชน์ต่อผู้เข้าชม ($\bar{X} = 3.96$) สื่อที่ใช้ในการโฆษณามีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.94$) ความน่าสนใจของการโฆษณา ดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.92$) การโฆษณาผ่านเว็บไซต์อื่นๆ สามารถเข้าถึงผู้ชมได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.80$)

ด้านการขายโดยใช้พนักงาน แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพหิทธิภัณฑ์ภาพยนตร์ไทย ด้านการขายโดยใช้พนักงานโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า เจ้าหน้าที่แสดงความยินดีให้ข้อมูลและให้บริการ ($\bar{X} = 3.98$) มีหลากหลายช่องทางการติดต่อเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 3.96$) ช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูลกับเจ้าหน้าที่มีประสิทธิภาพ ไม่ขัดข้อง สะดวก ($\bar{X} = 3.93$) ข้อมูลข่าวสารถูกต้องและมีประโยชน์ต่อผู้เข้าชม ($\bar{X} = 3.93$) เจ้าหน้าที่มีความรู้ และสามารถอธิบายได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.88$)

ด้านการส่งเสริมการขาย แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพหิทธิภัณฑ์ภาพยนตร์ไทย ด้านการส่งเสริมการขายโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า สามารถสร้างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.09$) การมีส่วนลดราคาสำหรับเด็ก นักเรียน นักศึกษา และผู้สูงอายุเกิน 60 ปี ($\bar{X} = 3.92$) สามารถสร้างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.89$) ข้อมูลข่าวสารถูกต้องและมีประโยชน์ต่อผู้เข้าชม ($\bar{X} = 3.89$) การส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น เข้าชมฟรีในเทศกาลวันเด็ก ($\bar{X} = 3.82$)

ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพหิทธิภัณฑ์ภาพยนตร์ไทย ด้านการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า ข้อมูลข่าวสารถูกต้อง และมีประโยชน์ต่อผู้เข้าชม ($\bar{X} = 4.10$) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.99$) การประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลข่าวสารผ่านป้ายประกาศต่างๆ ชัดเจน ไม่คลุมเครือ ($\bar{X} = 3.93$) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ แพร่หลาย สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ ($\bar{X} = 3.02$) เอกสารแผ่นพับให้ข้อมูลต่างๆอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.91$)

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพหิทธิภัณฑ์ภาพยนตร์ไทย โดยรวม แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพหิทธิภัณฑ์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$ และ S.D. = 0.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่าด้านการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.95$ และ S.D. = 0.82) ด้านการขายโดยใช้พนักงาน ($\bar{X} = 3.94$ และ S.D. = 0.85) ด้านการโฆษณา ($\bar{X} = 3.92$ และ S.D. = 0.84) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 3.91$ และ S.D. = 0.82)

การอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัย เรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพืชรภัณฑ์ภาพยนตร์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านโฆษณา ผลวิเคราะห์พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$ และ $S.D. = 0.83$) ซึ่งสอดคล้องกับ สุดชีวัน นันทวัน ณ อยุธยา (2555) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี ทราบดีว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำรายได้หลักให้จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้และมีความคิดเห็นว่ามีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ควรอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิมไว้เพราะมีความเห็นว่าการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีแบบดั้งเดิมไว้จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเดินทาง อีกทั้งวัฒนธรรมงานประเพณีเทศกาล ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชน พบว่ายังมีปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบางประการ เช่น พืชรภัณฑ์ดนตรีพื้นบ้าน และวรรณกรรมท้องถิ่น ที่เป็นปัจจัยดึงดูดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ผลวิเคราะห์พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$ และ $S.D. = 0.85$) ซึ่งสอดคล้องกับ รัชฎวณ ทองรอด (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในสหัฐศวรรษใหม่จะเป็นอย่างไร ผลการวิจัยพบว่า จากการพยากรณ์ของ WTO คาดว่าการท่องเที่ยวของไทยยังจะขยายตัวต่อไปในอัตราประมาณ ร้อยละ 7 จนถึงปี พ.ศ. 2563 ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีจำนวนนักท่องเที่ยวถึง 37 ล้านคน หรือ 5 เท่าของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน การขยายตัวในระดับนี้ หมายถึง จะต้องมีการวางแผนรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวตั้งแต่แรกเริ่ม และวางเป้าหมายที่การเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ผู้แทน WTO ได้ย้ำการพัฒนาการท่องเที่ยวในสหัฐศวรรษใหม่จะต้องมีกลยุทธ์การพัฒนาที่ชัดเจนขยายตลาดให้กว้างสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน และทุกประเทศต้องร่วมกันขจัดอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในสหัฐศวรรษใหม่ จะต้องอาศัยความรู้ความชำนาญของเจ้าหน้าที่หรือหน่วยการที่รับผิดชอบ เพื่อให้มีความชัดเจนและความถูกต้องในเรื่องของการให้ข้อมูลข่าวสาร และจะต้องอาศัยประสบการณ์ความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เพื่อที่จะสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในสหัฐศวรรษใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการส่งเสริมการขาย ผลวิเคราะห์พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$ และ $S.D. = 0.82$) ซึ่งสอดคล้องกับ พงษ์สันต์ ต้นหยง (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ตัวแบบการพัฒนาธุรกิจข้าวหอมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาธุรกิจข้าวหอมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ได้รับอิทธิพลมาจาก ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อนำค่าน้ำหนักปัจจัยจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมาเปรียบเทียบกันแล้วพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจข้าวหอม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ในสามลำดับแรกได้แก่ การส่งเสริมการขาย ด้านการตลาด โดยมีการให้รายละเอียดข้อมูลที่ถูกต้องของกับกระบวนการทำข้าวหอม เพื่อ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม และใช้การกำหนดราคาทางการตลาดเป็นตัวกำหนดหรือดึงดูดให้นักท่องเที่ยว เกิดความสนใจในข้าวหลามเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ผลวิเคราะห์พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$ และ $S.D = 0.82$) ซึ่งสอดคล้องกับ ชีโนรส ถิ่นวิไลสกุล (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่องการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร การศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การสุ่มตัวอย่างเป็นไปตามความสะดวก โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้นำชุมชน ชาวบ้านในชุมชน และเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเขตดุสิต ระยะเวลาในการวิจัยระหว่าง 1 ตุลาคม 2556–31 สิงหาคม 2557 เมื่อได้ข้อมูลภาคสนามเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา จากผลการศึกษาพบว่า เครื่องมือสื่อสารการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ที่ชุมชนในเขตดุสิตใช้ ได้แก่ 1. การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร 2. การจัดกิจกรรมพิเศษ 3. การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ 4. การสื่อสารการตลาดผ่านหนังสือคู่มือ โดยการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสารเป็นเครื่องมือที่นิยมใช้มากที่สุด รองลงมาคือการจัดกิจกรรมพิเศษ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการบริษัททัวร์ สามารถนำผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริม การท่องเที่ยว พิชิตภัณฑ์ ภาพยนตร์ไทย ไปใช้ในการวางแผนการจัดโปรแกรมทัวร์เพื่อใช้เป็นสิ่งกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวสนใจและอยากที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวพิชิตภัณฑ์ภาพยนตร์ไทย

2. ผู้ประกอบการพิชิตภัณฑ์ภาพยนตร์ไทย สามารถนำงานวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริม พัฒนา ด้านการตลาด เช่น ด้านการโฆษณา ด้านการขายโดยพนักงานขาย ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการให้ ข่าวและการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวที่ภาพยนตร์ไทย เพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวของพิชิตภัณฑ์ภาพยนตร์ไทย เพื่อจะจะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยว พิชิตภัณฑ์ภาพยนตร์ไทยซ้ำ

3. ควรศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่ส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวพิชิตภัณฑ์ภาพยนตร์ไทย

เอกสารอ้างอิง

จุฑาภรณ์ หินชูย. (2556). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ กรณีศึกษา วัดประชาคมวนาราม อำเภอสรีสมเด็จ จันทบุรี*. กรุงเทพฯ.

ชีโนรส ถิ่นวิไลสกุล. (2557). *การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร*.

- มัชฌิมา อุดมศิลป์. (2556). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนคลองโคกจันทรมุทสรสงคราม. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดวงสมร พิกสังข์. (2556). การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม.
- ประหยัด ตะคอนรัมย์. (2555). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน :กรณีศึกษาตลาดริมน้ำดอนหวาย
- พงษ์สันต์ ต้นหยง. (2557). ตัวแบบการพัฒนาธุรกิจข้าวหลามเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม. จังหวัดนครปฐม.
- พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. (2555). การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี.
- พีรณัฐ โชวีสูงเนิน. (2557). แผนพัฒนาและแนวทางการดำเนินงานโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว.
- พิงพิศ ลักขณาลิขิตกุล. (2555). ความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวบริเวณชายหาดบางแสน.
- รัฐจวน ทองรอด. (2555). การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในสหัสวรรษใหม่จะเป็นอย่างไร.
- วงศ์กังวาน อรุณรุ่ง. (2555). การพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตกรุงเทพมหานครในกลุ่มนักท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วัชณพันธ์ วณิชชาภิวงศ์. (2555). แนวทางการส่งเสริมและการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาในอุทยานแห่งชาติภูกระดึง.
- สุดชีวัน นันทวัน ณ ออยุธยา. (2555). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง.
- สุวัฒนา ธานีนิติ. (2558). การส่งเสริมวัฒนธรรมการท่องเที่ยวริมชายฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยากรณีศึกษา เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี : การค้นคว้าอิสระ. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
- เสาวลักษณ์ นวเจริญกุล. (2555). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี.
- เสาวลี ทองเจิม. (2555). สภาพปัจจุบันของการจัดการสภาพสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวสถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์ สัตว์ป่าเขาพระแทว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต.
- อิทธิพล โกมล. (2555). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา บ้านวังน้ำมอก จังหวัดหนองคาย.
- อิทธิพล ไทยกมล. (2555). ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาชุมชน ตำบลบางหญ้าแพรก จังหวัดสมุทรสาคร.