



การประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทยาการจัดการวิชาการ 2015" วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน

คณะวิทยาการจัดการ
เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

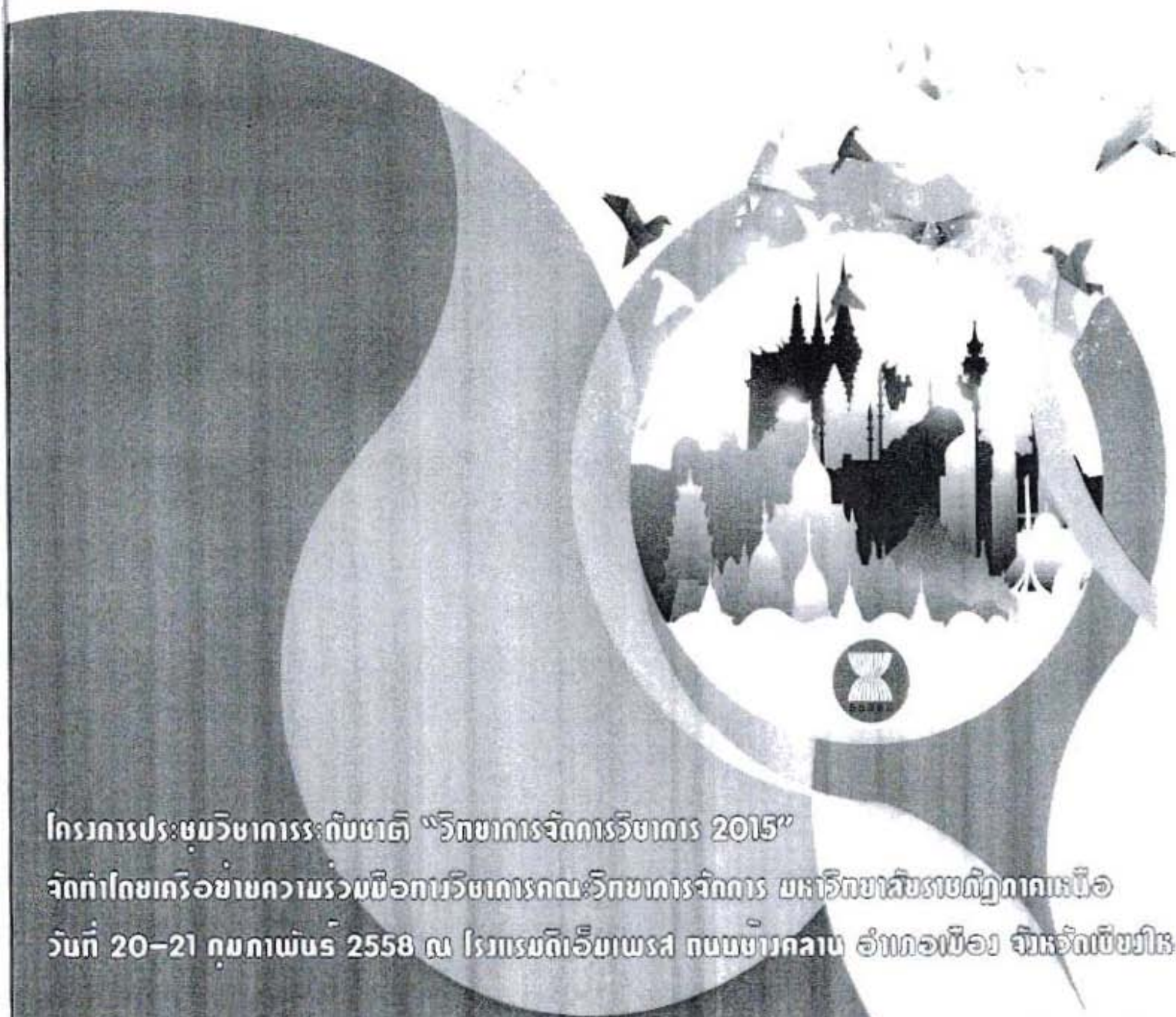


โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทยาการจัดการวิชาการ 2015"
จัดทำโดยเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ
วันที่ 20-21 กุมภาพันธ์ 2558 ณ โรงแรมทิพย์เพชร ถนนข้าวกลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่



การประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทยาการจัดการวิชาการ 2015" วิจัยเพื่อสร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์



โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ "วิทยาการจัดการวิชาการ 2015"

จัดทำโดยเครือข่ายความร่วมมือการวิชาการคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

วันที่ 20-21 กุมภาพันธ์ 2558 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส ถนนพหลโยธิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ร่วมกับ เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย จัดการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 : วิจัยเพื่อ สร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน ในระหว่างวันที่ 20-21 กุมภาพันธ์ 2558 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีมุ่งเป็นเวทีนำเสนอผลงานวิชาการ งานวิจัย งานวิจัย ในชั้นเรียน การเผยแพร่ผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และ ประสบการณ์ทางด้านงานวิจัย สาธารณชนและวงวิชาการของนักวิจัย อาจารย์และนักศึกษาระดับ บัณฑิตศึกษา

เอกสารประกอบการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติฉบับนี้ประกอบด้วย บทความย่อผลงานวิจัย 6 ด้าน คือ ด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารธุรกิจ ด้านการบัญชีและการเงิน ด้านการวิจัยในชั้นเรียน ด้านคอมพิวเตอร์ธุรกิจ และด้านนิเทศศาสตร์

สำหรับการจัดทำเอกสารประกอบการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจากความร่วมมือของหลายฝ่าย ขอขอบคุณนักวิจัย คณะทำงาน ตลอดจน ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารฉบับนี้คงอำนวย ประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องตามสมควร

คณะกรรมการดำเนินการจัดการประชุมวิชาการ

20 กุมภาพันธ์ 2558

เอกสารบทความที่สมบูรณ์ สามารถดาวน์โหลดได้จาก

<http://www.management.cmru.ac.th/conferences2015>

ตั้งแต่วันที่ 5 มีนาคม 2558 เป็นต้นไป

เรื่อง	หน้า
ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรใน มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์ Factors Affecting Information Technology Acceptance of Personnel in Nakhon Sawan Rajabhat University อภิญญา แพนสุวรรณ	153
การสร้างกฎข้อบังคับของฐานข้อมูลโดยการจำแนกประเภทข้อมูล DATABASE TRIGGER CREATION WITH DATA CLASSIFICATION ศิริกาญจนา พิลาบุตร	155
เฟซบุ๊กแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวไทย Facebook Application for Thailand's Tourism สุปราณี หัทธมมงคล	156
การพัฒนาระบบฐานข้อมูลการบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ The Development of Academic Services Office Database System Nakhonsawan Rajabhat University วันชัย คู่จันทพร	157
ด้านนิเทศศาสตร์	
การพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีพุทธในเขตเทศบาลเมือง เพชรบูรณ์ Development of Public Relations Strategy for Promoting Buddhist Tourism in Petchabun Municipality เอกชัย แสงโสภา	159
กิจกรรมการตลาดด้านอาเซียนกับความพึงพอใจของผู้เข้าใช้บริการของสวนสัตว์เชียงใหม่ The Marketing Activities Of ASEAN And The Satisfaction Of Visiting In Chiang Mai Zoo. จอห์นณพดล วทินสุนทร	161

การนำเสนอแบบ Poster

ด้านนิเทศศาสตร์

**การพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีพุทธในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์**

**Development of Public Relations Strategy
for Promoting Buddhist Tourism in Petchabun Municipality**

อาจารย์เอกชัย แสงโสภา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
arika_7007@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีพุทธ ของเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา สำนวณความเห็นและสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า เทศบาลเมืองเพชรบูรณ์มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทุกด้านที่ต้องทำทุกปีและครอบคลุมสามปีอย่างต่อเนื่อง โดยปรากฏยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววิถีพุทธ และวัฒนธรรม ในยุทธศาสตร์ย่อยที่ 1.3 การพัฒนาด้านวัฒนธรรมประเพณี โบราณสถาน โบราณวัตถุ กีฬา และนันทนาการ และยุทธศาสตร์ย่อยที่ 1.5 การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว มีการกำหนดโครงการ 36 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 8.57 และงบประมาณ 47,915,000 คิดเป็นร้อยละ 17.36 แต่ไม่ปรากฏแผนการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวที่สามารถวัดผลความสำเร็จได้ ในขณะที่ข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และความสำคัญของพุทธสถาน ในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ นั้นมีความน่าสนใจ แต่กลับสวนทางกับปัจจัยความพร้อมที่พบว่า กว่า 6 สถานที่ จาก 10 สถานที่ ไม่มีความพร้อมด้านปัจจัยการท่องเที่ยว อันประกอบด้วย ปัจจัยด้านสถานที่ ที่พัก การเข้าถึง ร้านอาหาร ภูมิทัศน์ และ กิจกรรมที่น่าสนใจ ขณะที่สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์มีน้อย และไม่น่าสนใจเท่าที่ควร แต่กลับสวนทางกับผลการสำรวจทัศนคติจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มาเยือนจังหวัดเพชรบูรณ์ในช่วงเดือนมกราคม ถึง กันยายน 2556 จำนวน 400 คน ที่มีความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ที่โดยภาพรวมความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก แยกเป็นด้านความสามารถในการเข้าถึง และ ด้านองค์ประกอบ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่า ควรเน้นใช้สื่อที่เข้าถึงพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยทำงาน โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย และจากผลการศึกษาความต้องการท่องเที่ยววิถีพุทธ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการเที่ยวในสถานที่ที่สวยงาม มีสินค้า อาหาร ที่พักสะดวกสบาย และ ต้องการมาอยู่กับกลุ่มเพื่อน ในช่วงเวลาว่าง หรือ สะดวก

จากผลการวิจัยที่กล่าวมา นำมาสู่การวางแผนพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีพุทธ โดยกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ได้ ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาความพร้อม

ของสถานที่ท่องเที่ยววิถีพุทธและวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมการ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีพุทธและวัฒนธรรม

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์, การพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์, การท่องเที่ยววิถีพุทธ

ABSTRACT

This research aimed to study developing public relations strategy to promote Buddhist tourism in Petchabun Municipality by Content analysis, Surveys and interviews.

The results showed that Petchabun Municipality had a strategic plan for development of all aspects needed to be done every year and covered all three years continuously as seen in the strategy related to Buddhist tourism and culture, in sub-strategy 1.3: developing culture, traditions, antiques, sports and recreation and in sub-strategy 1.5: developing tourism by doing 36 projects which makes 8.57percent and spending 47,915,000 baht of budget which makes 17.36 percent. However, there were not any tourism action plan that could be evaluated the achievement while historical data, faiths and importance of Buddhist places in Muang Petchabun were interesting. - On the contrary, according to facility factors, it was found that more than six from 10 places lacked facility factors, namely factors concerning tourist attractions, accommodation, access, shops, public utilities and interesting activities. There were only a few media used to promote tourism in Muang Petchabun and uninteresting as it should be. On the other hand, the results of surveying attitude towards public relations media of 400 tourist samples' visiting Phetchabun Province from January to September 2013, it revealed that overall satisfaction was at high level classified by aspects of access and components. The samples suggested that media which could access behavior of target group at working age, especially social media should be used. The results of studying needs concerning Buddhist tourism showed that tourists wanted to visit beautiful places where they could and do some shopping, eat food and stay at convenient accommodation. Moreover, they wanted to come with a group of friends at leisure or convenient time.

According to the findings above, it led to set a plan for developing a public relations strategy to promote Buddhist tourism by determining strategies as follows as: strategy 1) developing readiness for Buddhist tourist attractions, culture, historical places, and antiques; strategy 2) promoting public relations concerning Buddhist tourism and culture.

Keywords : public relations, public relations strategy development, Buddhist tourism