บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าการประชาสัมพันธ์เข้ามามีบทบาทที่สำคัญในทุกหน่วยงาน และนับวันการประชาสัมพันธ์จะมีความสำคัญและมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานในภาครัฐ ภาคธุรกิจอุตสาหกรรม และสถาบันต่าง ๆ ต่างให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ เพราะหน่วยงานเหล่านี้จำเป็นต้องทำการติดต่อสื่อสารกับประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งของการบริหารงาน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชนผู้รับบริการ ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือและสนับสนุนภารกิจของหน่วยงานกับประชาชน ทำให้หน่วยงานดำเนินงานไปด้วยความราบรื่นและบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายขององค์การที่ได้วางไว้ การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่งใน การอำนวยประโยชน์ต่อการบริหารงานขององค์กรต่าง ๆ เพราะการบริหารมิได้อาศัยแต่เพียงทรัพยากรทางการบริหาร เช่น คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์และการบริหารการจัดการเท่านั้น ยังต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กร สถาบัน กับกลุ่มประชาชนเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร ในการสร้างภาพลักษณ์ ความเข้าใจและได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากทุกภาคส่วน ประกอบกับการประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานในระบบการสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication) เพื่อสื่อสารติดต่อไปมาซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นกลไกในการสะท้อนความคิดเห็นย้อนกลับ (Feedback) เพื่อให้การบริหารงานขององค์การเกิดการพัฒนานำไปสู่ความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (ลักษณา สตะเวทิน, 2554 : หน้า 191)

จากที่ได้กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์ ได้เข้ามามีส่วนช่วยผลักดันให้งานและกิจการต่าง ๆ ขององค์กรประสบความสำเร็จ ด้านการท่องเที่ยวก็ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เข้ามาสนับสนุนเช่นกัน ซึ่งรูปแบบการประชาสัมพันธ์มีหลายรูปแบบ ถ้าเลือกรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ดีและเหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของประเทศดังกล่าวจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผสานกลมกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่าง ๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดีทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพด้วยแล้ว จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้น ๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคง (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550 : หน้า 25)

ดังนั้นในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญสำหรับการสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์ องค์การจะต้องใช้สื่อประชาสัมพันธ์นั้น ๆ อย่างมีความมุ่งหมายหรือมีวัตถุประสงค์ นับว่าเป็นเสมือนหัวใจของการประชาสัมพันธ์เลยทีเดียว และด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันช่วยให้มีสื่อใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย เป็นการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัยให้แก่การสื่อสารประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันได้ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระดับโลกทัศน์ในการสื่อสาร (วรัชญ์ ครุจิต, 2555 : หน้า 25) นอกจากนี้ สื่อออนไลน์ยังช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลา ข้อมูลข่าวสารที่เป็นสาระความรู้ต่าง ๆ จากทั่วทุกมุมโลกอยู่ใกล้แค่เพียงปลายนิ้วสัมผัส จึงนับได้ว่าปัจจุบันนี้เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารอย่างแท้จริง กลายเป็นโลกที่ไร้พรมแดน เปิดโอกาสให้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขึ้นในพื้นที่ใหม่ ๆ อย่างน่าสนใจ รวมทั้งการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมของชาติอื่น ๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น (วิรัช ลภิรัตนกุล, 2552 : หน้า 30-31)

สำหรับวังสวนบ้านแก้ว และพิพิธภัณฑ์วังสวนบ้านแก้ว อีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่เลขที่ 41 หมู่ 5 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในสมัยก่อนเป็นที่ประทับของสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 7 ซึ่งประกอบไปด้วยตำหนักและอาคารหลายหลัง ปัจจุบันวังสวนบ้านแก้วอยู่ในความดูแลของมหาวิทยาลัยราภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี และไม่เสียค่าธรรมเนียมในการเข้าเยี่ยมชม ความเป็นมาของวังสวนบ้านแก้วย้อนกลับไปเมื่อ ปีพ.ศ. 2492 สมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณีฯ ได้อัญเชิญพรบรมอัฐิของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวจากประเทศอังกฤษกลับสู่ประเทศไทย หลังจากนั้นสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณีฯ ทรงมีพระราชประสงค์ที่จะมีที่ประทับสำหรับพักผ่อนพระราชอิริยาบถ จึงได้ทรงสร้างวังบ้านสวนแก้ว ขึ้นในจังหวัดจันทบุรี สมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณีฯ ทรงกู้เงินจากธนาคารเพื่อซื้อที่ดินสองฝั่งคลองบ้านแก้ว รวมเนื้อที่ทั้งหมด 687 ไร่ และพระราชทานนามสถานที่แห่งนี้ตามชื่อคลองว่า “สวนบ้านแก้ว” ในระยะแรกนั้น สวนบ้านแก้วยังมีสภาพเป็นป่า จึงโปรดเกล้าฯ ให้ทำการปรับที่ดิน พร้อมกับสร้างที่ประทับชั่วคราวทำด้วยไม้ไผ่ หลังคามุงจาก และได้เสด็จพระราชดำเนินไปประทับแรมครั้งแรก เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พุทธศักราช 2493 ซึ่งในขณะนั้นยังไม่มีไฟฟ้าและน้ำประปาใช้ ต่อมาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างเรือนไม้หลังเล็กขึ้น 2 หลัง คือ เรือนเทา ซึ่งเป็นที่ประทับของสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณีฯ ส่วนเรือนแดงเป็นที่พักของข้าหลวงผู้ติดตาม และมีเรือนอีกหลังหนึ่งสร้างแบบบังกะโลเรียกว่าเรือนเขียว เป็นที่พักของราชเลขานุการ เรือนทั้งสามหลังนี้นับเป็นอาคารถาวรชุดแรกของสวนบ้านแก้วต่อมาในปี พุทธศักราช 2515 พระองค์ทรงมีพระชมมายุสูงขึ้น และพระพลานามัยไม่สมบูรณ์นัก ดังนั้น เมื่อรัฐบาลได้กราบบังคมทูลพระกรุณาขอรับพระราชทานที่ดินสวนบ้านแก้ว เพื่อจัดตั้งวิทยาลัยครูจันทบุรี พระองค์จึงได้พระราชทานสวนบ้านแก้วแก่กระทรวงศึกษาธิการเพื่อเป็นการพระราชทานโอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชนในจังหวัดจันทบุรี และได้ย้ายไปประทับ ณ วังศุโขทัย จวบจนวาระสุดท้ายของพระองค์นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาตามทางหลวงหมายเลข 36 เป็นเส้นทางสายหลักในปัจจุบัน เริ่มต้นที่กิโลเมตร 140 ของถนนสุขุมวิท บริเวณอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี เลี้ยวซ้ายตรงสามแยกกระทิงลายผ่านสนามแข่งรถพีระเซอร์กิต จนไปสิ้นสุดที่ตำบลเชิงเนิน อำเภอเมืองฯ จังหวัดระยอง ระยะทาง

60 กิโลเมตร จากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 3 ระยะทาง 108 กิโลเมตร จนถึงจังหวัดจันทบุรี รวมระยะทางประมาณ 308 กิโลเมตร (มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, 2560)

ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในวังสวนบ้านแก้ว จึงจำเป็นจะต้องอาศัยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างและผลักดันให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจในข่าวสารกับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ได้ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ภายในองค์การเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย แต่อย่างไรก็ตามวังสวนบ้านยังประสบกับปัญหาในด้านที่สื่อประชาสัมพันธ์ไม่สามารถสร้างความสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายได้ ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของวังสวนบ้านแก้ว เป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และประสบผลสำเร็จ คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาค้นคว้าในเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว ทั้งนี้เพื่อศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ และศึกษาการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของวังสวนบ้านแก้ว ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด อันจะส่งผลตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยววังสวนบ้านแก้ว ให้มาสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ รวมถึงศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ รวมไปถึงเป็นแนวทางในการตัดสินใจให้มาเที่ยวงานวันสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี ซึ่งจะมีการจัดขึ้นทุกปีในช่วงเดือนธันวาคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววังสวนบ้านแก้ว
2. เพื่อศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว
3. เพื่อศึกษาการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงวิชาการได้ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว เพื่อนำไปสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์

2. ประโยชน์เชิงนโยบายได้ข้อมูลนำไปวางแผนพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว

ขอบเขตของการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ รูปแบบและการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว

2. ขอบเขตพื้นที่ในการวิจัย ผู้วิจัยกำหนดทำการเลือกเก็บข้อมูลที่วังสวนบ้านแก้ว มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี

3. ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มี 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เจ้าหน้าที่ ผู้อำนวยการสำนักศิลปวัฒนธรรมและพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี นักวิชาการวัฒนธรรมปฏิบัติการ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี

และมัคคุเทศก์ท้องถิ่น รวมจำนวน 4 คน ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววันสวนบ้านแก้ว คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของคอแครน (Cochran, 1977 : หน้า 38) ได้จำนวน 384 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling

นิยามศัพท์เฉพาะ

วังสวนบ้านแก้ว หมายถึง พระตำหนักสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 7 ที่เคยประทับนานถึง 18 ปี ปัจจุบันได้จัดแสดงเป็นพิพิธภัณฑ์ เพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างวังสวนบ้านแก้วกับกลุ่มบุคคล นักท่องเที่ยว ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ภารกิจหลักเป็นไปอย่างราบรื่น ลดทอนปัญหาอุปสรรคลงให้น้อยที่สุดเท่าที่จะน้อยได้

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การที่วังสวนบ้านแก้ว มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์มีกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ และมีการสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ในด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์ วิธีและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ โดยอาศัยความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เที่ยววังสวนบ้านแก้ว ได้แก่ วัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทาง สิ่งที่ดึงดูดใจ และกิจกรรมที่ท่านสนใจในวังสวนบ้านแก้ว

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร หมายถึง พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับวังสวนบ้านแก้ว ได้แก่ ประเภทสื่อที่เปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับ ระยะเวลาในการเปิดรับ เหตุผลในการเปิดรับสื่อ

ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพอใจ ความรู้สึกที่ดีมีความสุข เกี่ยวกับกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทางวังสวนบ้านแก้วได้จัดทำและเผยแพร่ไปยังสื่อต่างๆ คือ สื่ออินเตอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่อมวลชน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี