

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววังสวนบ้านแก้ว ศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว และศึกษาการพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงบูรณาการ ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เจ้าหน้าที่ ผู้อำนวยการสำนักศิลปวัฒนธรรมและพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี นักวิชาการวัฒนธรรมปฏิบัติการ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี และมัคคุเทศก์ท้องถิ่น รวมจำนวน 4 คน ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา และกลุ่มที่ 2 ได้แก่ นักท่องเที่ยว จำนวน 384 คน ใช้แบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมประมวลผลวิเคราะห์ สถิติที่ใช้คือ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้ศึกษาขอเสนอผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 54.90 ส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี มีจำนวน 163 คน มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10 รองลงมา

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาวังสวนบ้านแก้ว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่จะมาพักผ่อน จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 ส่วนใหญ่มีบุคคลที่ร่วมเดินทางกรุ๊ปทัวร์ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 สิ่งที่ตั้งใจดูใจคือ พระตำหนักน้อยใหญ่ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 ส่วนกิจกรรมที่สนใจคือ ชมพระตำหนักสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.40

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามประเภทสื่อ สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.40 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร 2-3 ครั้ง ต่อเดือน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 มีระยะเวลาในการเปิดรับต่ำกว่า 15 นาที จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.30 ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเปิดรับสื่อ เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.40

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววังสวนบ้านแก้ว

ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววังสวนบ้านแก้ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 4 ลำดับ คือ ด้านอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.55$) และด้านสื่อมวลชน ($\bar{X} = 3.52$) อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสื่อบุคคล ($\bar{X} = 3.49$) และด้านสื่อสิ่งพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านดังนี้

ด้านอินเทอร์เน็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 ลำดับ คือ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 3.57$) ความทันสมัยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.56$) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.55$) ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.55$) และความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.53$)

ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 ลำดับ คือ ความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.51$) ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 3.48$) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.48$) ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.47$) และความทันสมัยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.44$)

ด้านสื่อบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 ลำดับ คือ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 3.56$) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.54$) ความทันสมัยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.50$) ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.47$) และความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.39$)

ด้านสื่อมวลชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 ลำดับ คือ ความทันสมัยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.77$) ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.66$) ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 3.65$) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.62$) และความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 2.90$)

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของวังสวนบ้านแก้ว โดยผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้อำนวยการ เจ้าหน้าที่ สำนักศิลปวัฒนธรรมและพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี นักวิชาการวัฒนธรรมปฏิบัติการ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี และบริษัททัวร์หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น สามารถสรุปผลได้ตามประเด็นดังต่อไปนี้

รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว

การดำเนินงานของการประชาสัมพันธ์

ในส่วนของการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของวังสวนบ้านแก้ว ทุกคนมีส่วนทำหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบในส่วนของการประชาสัมพันธ์ เช่นกัน กล่าวคือ การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของวังสวนบ้านแก้วนั้น เจ้าหน้าที่ทุกคนมีความจำเป็นที่จะต้องรับผิดชอบหน้าที่นี้

เนื่องจากทุกคนจึงต้องช่วยกันทำงานด้านประชาสัมพันธ์เพื่อที่จะได้ครอบคลุมและเข้าถึงพื้นที่ที่รับผิดชอบ

สื่อประชาสัมพันธ์

วังสวนบ้านแก้ว ให้ความสำคัญของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในทุกประเภท และให้ความสำคัญเป็นอย่างมากเนื่องจาก เป็นปัจจัยในสร้างความร่วมมือ ในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิถีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่าต้องการให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับอะไร อย่างไร ซึ่งในส่วนของวังสวนบ้านแก้วได้ เห็นถึงความสำคัญกันในการใช้กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก โดยพยายามออกสื่อให้ทุกรูปแบบเพื่อได้ตอบผลรับได้มากที่สุด กล่าวคือ ทั้งผู้อำนวยการและเจ้าหน้าที่ได้ให้ความเห็นตรงกันในเรื่องของการให้ความสำคัญรวมถึงความจำเป็นของกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ในฐานะที่เป็นเครื่องมือหลักให้กับองค์กร เนื่องจากองค์กรไม่มีหน้าที่ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแต่องค์กรมีหน้าที่หลักก็คือการประชาสัมพันธ์ เพราะฉะนั้นองค์กรจึงให้ความสำคัญกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในทุกประเภท และให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์วังสวนบ้านแก้ว ในปัจจุบันและแนวทางในอนาคต ที่มาจาก ผู้บริหาร นักวิชาการ และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับทุกฝ่าย จากการศึกษาข้อมูล พบว่างานวิจัยครั้งนี้ มีกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องแบ่งเป็นสามส่วนหลัก คือ หน่วยงานสำนักศิลปวัฒนธรรมและพัฒนาชุมชนมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับวังสวนบ้านแก้ว สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี เป็นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยตรง และองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องเช่น บริษัททัวร์หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ดังนี้

ด้านการวางแผน การประชาสัมพันธ์

กล่าวคือ วังสวนบ้านแก้วจะมีการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวไว้ในแผนงานประจำปี โดยมีการวางแผนนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ชัดเจน โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ประเภท และรูปแบบการท่องเที่ยว โดยเน้นให้การท่องเที่ยวสถานที่เชิงประวัติศาสตร์ และมีการจัดตั้งองค์กรความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนของธุรกิจท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบและเกิดรูปธรรมได้

วิธีและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์

กล่าวคือ กลยุทธ์ด้านการสื่อสาร เป็นอีกด้านหนึ่งที่มีความจำเป็นและสำคัญกับวังสวนบ้านแก้ว ให้ความสำคัญกับทุกสื่อ ไม่ว่าจะเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวีดิทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล สื่อกิจกรรมพิเศษ และทั้งนี้ยังต้องคำนึงถึงการศึกษานวัตกรรมของผู้บริโภคเพื่อให้สื่อที่เราจะส่งไปยังผู้บริโภคได้ตรงตามเป้าหมายและเข้าถึงมากที่สุดจะเน้นเรื่องความสะดวกในการเข้าถึงสื่อของนักท่องเที่ยว โดยจะผลิตสื่อที่หลากหลายรูปแบบและทุกช่องทางการสื่อสาร

แผนพัฒนาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

กล่าวคือ วังสวนบ้านแก้ว มีการปรับกลยุทธ์ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทุกปี เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างแท้จริง ทำให้ผู้บริโภคตระหนักและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งในแต่ละกิจกรรมที่สื่อสารออกไปก็จะมีการปรับเปลี่ยนให้เข้าฤดูกาลนั้นๆ โดยวังสวนบ้านแก้ว ยังมีการพัฒนาแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งปรับเปลี่ยนและปรับปรุงในข้อที่ผิดพลาดตามความเหมาะสม โดยศึกษาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นหลักว่าความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางใดแล้วนำมาพัฒนาสื่อให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย

การอภิปรายผล

การอภิปรายผล

จากการศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว พบว่า ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววังสวนบ้านแก้ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าวังสวนบ้านแก้วมีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและมีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเอกชัย แสงโสภา (2556 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีพุทธในเขตเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็นต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองเพชรบูรณ์ ที่โดยภาพรวมความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก

รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว พบว่า การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ เป็นหน้าที่ของทุกคนในวังสวนบ้านแก้วที่จะต้องรับผิดชอบ ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์วังสวนบ้านแก้วให้ความสำคัญของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในทุกประเภท ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าวังสวนบ้านแก้วถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ของชาวจันทบุรี ดังนั้น ทั้งเจ้าหน้าที่และผู้อำนวยการของสำนักศิลปวัฒนธรรมและพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จึงให้ความสำคัญในเรื่องของรูปแบบการประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภท โดยการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์ทุกประเภท เพื่อให้วังสวนบ้านแก้วเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อเป็นแหล่งศึกษาประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรม อันรุ่งเรืองคู่กับจังหวัดจันทบุรีต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญยง สุขทาพจน์ (2556 : บทคัดย่อ) การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวไทยสู่สากล ผลการวิจัยพบว่า ได้พัฒนารูปแบบสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับ และโปสเตอร์ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวไทยสู่สากล

การพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้ว มีการพัฒนา 3 ด้านคือ ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์ วิธีและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ และแผนพัฒนาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าวังสวนบ้านแก้วมีการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวังสวนบ้านแก้วอย่างต่อเนื่อง โดยมีการปรับกลยุทธ์ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทุกปี เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างแท้จริง ทำให้ผู้บริโภคตระหนักและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมี

ประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งในแต่ละกิจกรรมที่สื่อสารออกไปก็จะมีการปรับเปลี่ยนให้เข้าฤดูกาลนั้นๆ เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย โดยศึกษาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นหลักกว่าความคิดเห็น เป็นไปในทิศทางใดแล้วนำมาพัฒนาสื่อให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอดิศักดิ์ จำปาทอง (2556 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการสร้างสรรคงานประชาสัมพันธ์เพื่อประสิทธิผลด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การสร้างภาคีเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งข้อมูลมากที่สุด แนวทางการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล ได้แก่การสร้างภาคีเครือข่ายประชาชนให้สามารถใช้สื่อออนไลน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจะได้ผลที่ยั่งยืนมากกว่าการใช้สื่อมวลชนประเภทอื่น ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ คือ เกิดการรวมตัวกันของสร้างเครือข่ายประชาชนเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง โดยมีกิจกรรมต่างๆ ประกอบด้วยการโพสต์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในพื้นที่ของสมาชิก และการรณรงค์เชิญชวนเพื่อนของสมาชิกให้เข้ามาในกลุ่มเพื่อขยายสมาชิกให้ได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. จากการวิจัยพบว่าสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด คือ สื่อบุคคลและสื่ออินเทอร์เน็ต ดังนั้นจึงควรใช้สื่อทั้ง 2 ประเภทนี้เป็นหลักในการประชาสัมพันธ์และการกระจายข่าวสารต่าง ๆ
2. เพื่อให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาวังสวนบ้านแก้ว เพิ่มขึ้นควรเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องทั้งกิจกรรมและงานประเพณีต่างๆ ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เนื่องจากอาจมีบางข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป ควรกระตุ้นความสนใจและทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ด้านการท่องเที่ยววังสวนบ้านแก้วให้มากขึ้น เพื่อจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลวังสวนบ้านแก้วอย่างละเอียดโดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน
4. ควรนำเสนอการประชาสัมพันธ์ให้ดึงดูดใจ โดยควรทำป้ายโฆษณาภายนอกสถานที่ให้มากกว่าเดิม เช่น ทำป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามถนนเส้นหลักภายในจังหวัดและในจังหวัดรอบข้างด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่อง การรับรู้และการแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยววังสวนบ้านแก้ว
2. ควรศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจด้านคุณภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในวังสวนบ้านแก้ว
3. ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของวังสวนบ้านแก้ว