

## ความคิดเห็นต่อการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์

### กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

## Opinion to Perceive Public Relations News Releases on the Tourist's Activity in the Municipality of NakhonNayok

วันที่ได้รับบทความ 6 มีนาคม 2564

อุไรวรรณ ชาญชลยุทธ\*

วันที่แก้ไขบทความ 12 กรกฎาคม 2564

Uraiwan Chanchonyut

วันที่ตอบรับบทความ 20 กรกฎาคม 2564

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นต่อการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก” มีการกำหนดวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว 2) เพื่อการรับรู้ข่าวสารของประชากรเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ และอาชีพ 3) เพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและนำมาพัฒนาสื่อข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว

---

\* อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่จักรพงษ์วานารถ 58 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 เบอร์โทร 097-2420235 Lecturer of the Department of Advertising and Public Relations Technology Faculty of Business Administration and Information Technology Rajamangala University of Technology Tawan-ok, Eastern Chakkaphong Phuwanart Area, 58 Vibhavadi Rangsit Road Ratchadaphisek Subdistrict, Din Daeng District, Bangkok 10400 Tel 097-2420235

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในจังหวัดนครนายก ได้จากการสุ่มโดยบังเอิญ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) ด้วยการนำเสนอในรูปแบบของตารางและบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล แต่การรับข่าวสารนั้นมีความชัดเจนเฉพาะบางเรื่อง ส่วนความคิดเห็นหลังจากการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก โดยรวมทั้งหมดกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ สมมติฐานการวิจัย คือ ประชากรจังหวัดนครนายกที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เดียวกัน มีชีวิตความเป็นอยู่คล้ายกัน ทำให้มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันด้วย โดยเฉพาะในเรื่องของการสื่อสารหรือการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ

**คำสำคัญ:** การรับข่าวสาร / การประชาสัมพันธ์ / กิจกรรมและการท่องเที่ยว

## Abstract

The research is to study was the opinion to perceive public relations news releases on the tourist's activity in the municipality of NakhonNayok. as follow 1) To study the opinion to perceive news releases on the activity and tourism. 2) To perceive news releases on the activity and tourism. 3) To study the method to solve

problems and develop the efficient news releases on the activity and tourism.

The sample covered 400 people in Nakhon Nayok. The instrument used was questionnaires to measure the focus. Statistic used included frequency, percentage, mean, standard deviation, and One-way ANOVA. The study is presented in a table and also as a written description.

The results of analysis were found that : the sample are male have 46 – 59 years olds, occupation of a private employee/company employee, undergraduate education, and get married. The sample get information from people , but the information about something not clear for people, the comments after to receive news releases on the activity and tourism in the Municipality of Nakhon Nayok is good.

**Keywords:** News / public relations / events and tourism

## บทนำ

จังหวัดนครนายกยังถือได้ว่าเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่บ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์ทั้งด้านป่าเขา และแหล่งต้นน้ำ เห็นได้จากสภาพพื้นที่โดยทั่วไปที่เป็นที่ราบอยู่ในหุบเขาตอนเหนือและตะวันออก เป็นเนินสูงป่าเขาติดต่อกับเขาคงพญาเย็นส่วนทางตอนกลางและต้นใต้เป็นที่ราบลุ่ม ภูเขาที่สำคัญ คือ เขาใหญ่ เขาเขียว เขาชะงอก และเขานางรองซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารและเกิดน้ำตกที่สวยงามหลายแห่ง จังหวัด

นครนายกมีพื้นที่ประมาณ 2,122 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอบ้านนา อำเภอองครักษ์ และอำเภอปากพลี มีประชากรทั้งหมด 260,751 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครนายก, 2563) อาณาเขต ทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดสระบุรีและนครราชสีมา ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดปราจีนบุรี ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีลักษณะภูมิอากาศที่มีสภาพอากาศแห้งแล้ง และชุ่มชื้นสลับกันอย่างเห็นได้ชัด มีฤดูกาลที่แตกต่างกัน 3 ฤดู คือ ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือน มิถุนายน - เดือนตุลาคม เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน - เดือนกุมภาพันธ์ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม - เดือนพฤษภาคม อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 27-28 องศาเซลเซียส

กล่าวถึงเรื่องการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก ในส่วนของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน/วัน ในช่วงปี 2558-2561 ที่ผ่านมา พบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี 2561 โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินประมาณ 2,147.60 บาท/คน/วัน แต่เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กับนักท่องเที่ยวชาวไทยแล้วจะเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันสูงกว่าชาวไทย โดยใช้จ่ายวันละ 2,520.93 บาท/คน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายวันละ 1,774.27 บาท/คน จะเห็นว่าที่ผ่านมการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจังหวัดนครนายกจึงควรส่งเสริม หรือกระตุ้นการท่องเที่ยวโดยเน้นไปที่การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งจะสร้างรายได้ให้กับจังหวัดได้มากกว่าแม้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีน้อยกว่าชาวไทยก็ตาม โดยอาจจะต้องเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในตลาดต่างประเทศ และศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้มากขึ้น การประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกนั้นถือว่าเป็น

กิจกรรมสำคัญที่ช่วยในการส่งเสริม และกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้เข้าเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในการประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนใหญ่จะเน้นเป็นการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและการสื่อสารของจังหวัดนครนายกให้กับประชากรยังไม่ได้ทั่วถึงมากนัก จากโครงสร้างพื้นฐาน ดังนี้

1. จำนวนโทรศัพท์ส่วนบุคคลในพื้นที่ 5,500 หมายเลข
2. จำนวนชุมสายโทรศัพท์ในเขตพื้นที่ จำนวน 1 ชุมสาย
3. ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข/ที่ให้บริการด้านไปรษณีย์ในพื้นที่ จำนวน 1 แห่ง คือ ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขนครนายก
4. สถานีวิทยุกระจายเสียง/สถานีวิทยุโทรทัศน์ในพื้นที่ ไม่มี
5. สื่อมวลชนในพื้นที่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มีจำนวน 2 ฉบับ และผู้ให้บริการเคเบิลทีวี 2 ราย
6. ระบบเสียงตามสาย/หอกระจายข่าวในพื้นที่ให้บริการได้ครอบคลุมร้อยละ 70 ของพื้นที่
7. หน่วยงานที่มีข่าววิทยุสื่อสารในพื้นที่ ได้แก่ จังหวัดนครนายก สถานีตำรวจภูธรอำเภอเมืองนครนายกเทศบาลเมืองนครนายก

แต่อย่างไรแล้วยังไม่มีหลักฐานหรือข้อมูลใดมายืนยันอย่างแน่ชัด ว่านักท่องเที่ยวมีการเปิดรับรับรู้และมีความคิดเห็นกับสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจถึงความคิดเห็นการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก ว่าประชากรได้รับข้อมูลการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวจากช่องทางใดบ้าง นอกเหนือจากคำกล่าวข้างต้น และเมื่อได้รับข้อมูลแล้วมีความคิดเห็นต่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวอย่างไร

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว
2. เพื่อการรับรู้ข่าวสารของประชากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวต่อปัจจัยการตัดสินใจในการบริหารจัดการ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ และอาชีพ
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและนำมาพัฒนาสื่อข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว

## สมมติฐานการวิจัย

ประชากรจังหวัดนครนายกที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

## ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งศึกษาถึงความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวของประชาชนในจังหวัดนครนายก ทั้งชายและหญิง ในช่วงเดือนกันยายน ถึง เดือน ธันวาคม ปี 2563

## นิยามศัพท์

ประชากร หมายถึง กลุ่มคนในที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครนายกทั้งเพศชาย และเพศหญิง ซึ่งประกอบอาชีพแตกต่างกันไป

การรับรู้ว่าข่าวสารประชาสัมพันธ์ หมายถึง รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมและการท่องเที่ยวของประชาชนในจังหวัดนครนายก ซึ่งข่าวสารนั้นก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้รับสารเพื่อใช้ในการเผยแพร่ และถ่ายทอดต่อไป

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อในรูปแบบต่างๆ ที่เป็นเหมือนช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับสื่อ ทั้งสื่อที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อที่เป็นภาพเคลื่อนไหว

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงช่องทางในการรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ของประชาชนในจังหวัดนครนายก
2. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรม และการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

### ทบทวนวรรณกรรม

#### 1. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

ผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสาร ตามแบบเฉพาะของแต่ละคนแตกต่างกันไป แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งได้มีการเลือกรับสื่อ นั้น เกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการดังนี้ (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527, น. 87)

- ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่าปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพังเนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสนวิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวบรวม กลุ่มเพื่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

- ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการ

เสนอข่าว ปกติมนุษยอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุด ไปจนถึง สิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้มีใช้เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้นรวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

- ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-Grandizement) โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบายรวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ศึกษา คือ ทำให้ทราบเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกัน รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการรับรู้ข่าวสารนั้น เพื่อนำไป ข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่เหมาะสมได้

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

สมยศ นาวิการ (2527 น. 103) กล่าวว่า ความพึงพอใจการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับสิ่งที่ บุคคลได้มาเปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ความพึงพอใจไม่ควรจะผูกอยู่กับความมีประสิทธิภาพ ของข่าวสารใด ๆ (การแสดงออกหรือการแปลความหมาย) ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตาม ความต้องการ ความพึงพอใจการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้น เราอาจจะรู้สึกต้องการข่าวสาร บางอย่างหรือ การเสนอข่าวสารตามแนวทางบางอย่างต่อเรา เมื่อข่าวสารถูก สื่อสารตามแนวทางที่สอดคล้องกับ ความรู้สึกของเรา เราจะมี ความพึงพอใจ การติดต่อสื่อสาร ปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจการติดต่อสื่อสาร ในองค์กร มีอยู่หลายอย่าง ดังนี้



1. ความพึงพอใจงานของบุคคล ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย เงินเดือน สวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่ง และตัวงาน ความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของงานจะมีส่วนช่วยสร้างความพึงพอใจการติดต่อสื่อสาร

2. ความพึงพอใจความเพียงพอของข่าวสาร ปัจจัยดังกล่าวนี้ประกอบด้วยระดับความพึงพอใจของข่าวสาร ปัจจัยดังกล่าวนี้ประกอบด้วยระดับของความพึงพอใจข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย เทคนิคใหม่ การเปลี่ยนแปลงทางการบริหาร แผนงานในอนาคต ผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล ความพึงพอใจข่าวสารเกี่ยวกับองค์การที่ได้รับมีความสำคัญต่อแนวคิดของความพึงพอใจการติดต่อสื่อสารขององค์กร

3. ความพึงพอใจความสามารถเสนอและปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล ปัจจัยดังกล่าวนี้ ประกอบด้วยรายการ เช่น สถานที่ที่ทำการติดต่อสื่อสารควรจะ ถูกปรับปรุงให้ดีขึ้นการบอกกล่าวการ เปลี่ยนเปลี่ยนแปลงเพื่อมุ่งความหมายของการปรับปรุงให้ดีขึ้น และกลยุทธ์ที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลง ความพึงพอใจประเภทของการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงถูกดำเนินการอย่างไรและการได้รับบอกกล่าวการเปลี่ยนแปลงมีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจการติดต่อสื่อสารขององค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ศึกษา คือทำให้ทราบถึงการนำเสนอข่าวสารที่ถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับข่าวสารได้อย่างถูกต้องกับทุกเพศทุกวัย สามารถนำไปเผยแพร่หรือถ่ายทอดได้

## วิธีการศึกษา

### ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative

Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในจังหวัดนครนายก จำนวนรวมทั้งหมด 255,568 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครนายก, 2555) การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้คำนวณโดยสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จากการค้นคว้า และดัดแปลงจากแนวคิดและงานวิจัยที่ใกล้เคียงที่เคยมีผู้วิจัยมาก่อนหน้านี้ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมและเที่ยงตรงมากที่สุด ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรม และการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นหลังจากการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

### **สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

1. การวิเคราะห์เบื้องต้น โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยนำเสนอในรูปตารางประกอบการแปลความเชิงบรรยายเพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ความคิดเห็นการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกและข้อเสนอแนะและความคิดเห็นทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามสมมติฐาน โดยใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independence t-test) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One - way ANOVA) สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบความแตกต่างของประชากรศาสตร์ของจังหวัดนครนายกที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

## ผลการศึกษา

### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนมากเป็นเพศชายมีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.30 อยู่ในช่วงอายุ 46 - 59 ปี มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31 - 45 ปี มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 ถัดมาคือ ช่วงอายุ 13 - 18 ปี และ 60 ปี ขึ้นไป มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และช่วงอายุ 19 - 30 ปี มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท และ 15,001-30,000 บาท มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคือ 10,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80

อาชีพลูกจ้างเอกชน/ พนักงานบริษัท มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 รองลงมาคือข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 และค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/ นักศึกษา มีจำนวน 97 คน

คิดเป็นร้อยละ 24.30

การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมาคือ ปริญญาตรีและปริญญาโท มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 และปริญญาเอกมีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00

และสถานภาพส่วนมากสถานภาพสมรส มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 รองลงมาคือ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 และ โสด มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.04 โดยจำแนกตามประเภทสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการรับรู้ข่าวสารกิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก มีรายละเอียดดังนี้

สื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 สื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 สื่อใหม่ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 สื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

สรุปกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 รองลงมาคือสื่อใหม่ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ถัด

มาคือสื่อมวลชน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 และสุดท้ายคือระดับปานกลาง คือ สื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

และจากการรับข้อมูลข่าวสารนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนมากคิดว่าการรับข่าวสาร มีความชัดเจนเฉพาะบางเรื่อง มีจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาคือ ไม่มีความชัดเจน มีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 และมีความชัดเจนมากที่สุด มีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 การรับข้อมูลนั้นส่วนมากได้รับข้อมูลทุกพื้นที่ มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลเฉพาะบางพื้นที่ มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 และไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเลย มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 และคิดว่าการได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์มีประโยชน์ที่ได้รับคือ สถานภาพมีประโยชน์ทุกเรื่องที่ได้รับ มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาคือ มีประโยชน์เฉพาะบางเรื่อง มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และ โสด ไม่มีประโยชน์ 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00

### **ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นหลังจากการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก**

พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เมื่อพิจารณาจำนวนจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความคิดเห็นความคิดเห็นหลังจากการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.92 พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทราบว่าข่าวสารการจัดงานช่วงเวลาการจัดกิจกรรม ของดีเมืองนครนายก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลง

มาคือ ทราบว่าข่าวการจัดกิจกรรม ของดีแลผลไม้เมืองนครนายกและทราบว่า ชาวสารและประชาสัมพันธ์ของเมืองนครนายก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ทราบว่าข่าวสารเวลาการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและทราบว่าประชาสัมพันธ์ และข่าวสถานที่การจัดงานกิจกรรมการท่องเที่ยว คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ทราบว่าการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติของจังหวัด นครนายก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ทราบว่าการประชาสัมพันธ์เส้นทาง การขี่จักรยานท่องเที่ยวจังหวัดนครนายกและทราบว่า การประชาสัมพันธ์ เส้นทางขี่จักรยานท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ทราบว่าข่าวสารเวลาการจัดกิจกรรมงานประเพณี เมืองนครนายก คิดเป็น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ทราบว่าข่าวสารและการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของจังหวัดนครนายก เช่น ข่าวเกษตร ข่าวความรู้ด้านสาธารณสุข คิดเป็นค่า เฉลี่ยเท่ากับ 3.81

#### **ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย**

จากการศึกษาในเรื่อง การวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นการรับข่าวสารการ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก มีสมมติฐาน การวิจัยที่กำหนดไว้ คือ

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของจังหวัดนครนายกที่มี ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยแสดงให้เห็นรายละเอียดตามตารางด้านล่าง

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามเพศ ด้วยสถิติ t-test โดยวิธี Independent Sample t-test

ความคิดเห็นของการรับข่าวสาร	เพศ	N	( $\bar{X}$ )	(S.D.)	t	Sig.
	ชาย		207	3.92	0.31	1.540
หญิง		193	3.86	0.49		

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามเพศ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติ t-test โดยวิธี Independent Sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณา พบว่าค่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือ เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน คือ ค่า Sig = 0.124 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ 1.1

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอายุด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova

ความคิดเห็นของการรับข่าวสาร	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	.540	4	.135	.805	0.522
	ภายในกลุ่ม	66.181	395	.168		
	รวม	66.721	399			

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมและการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอายุ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณา พบว่าค่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน คือ ค่า Sig = 0.522 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ 1.2

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova

ความคิดเห็นของ การรับข่าวสาร	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	.469	3	.156	.935	0.424
ภายในกลุ่ม	66.252	396	.167			
รวม	66.721	399				

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมและการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณา พบว่าค่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับข่าวสาร



การประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน คือ ค่า Sig = 0.424  
ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ 1.3

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทาง  
ประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการ  
ท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอาชีพ ด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova

ความคิดเห็นของ การรับข่าวสาร	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	.593	3	.198	1.183	0.316
	ภายในกลุ่ม	66.128	396	.167		
	รวม	66.721	399			

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะ  
ทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์  
กิจกรรมและการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอาชีพ ผลการทดสอบสมมติฐาน  
การวิจัยด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  
0.05 เมื่อพิจารณา พบว่าค่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าว  
คือ อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์  
กิจกรรมและการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน คือ ค่า Sig = 0.692 ดังนั้น จึงไม่  
ยอมรับสมมติฐานที่ 1.4

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova

ความคิดเห็นของ การรับข่าวสาร	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	.262	2	.131	0.784	0.457
	ภายในกลุ่ม	66.459	397	.167		
	รวม	66.721	399			

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณา พบว่าค่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือ ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน คือ ค่า Sig = 0.316 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ 1.5

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส ด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova

ความคิดเห็นของ การรับข่าวสาร	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	.262	2	.131	0.784	0.457
	ภายในกลุ่ม	66.459	397	.167		
	รวม	66.721	399			

หมายเหตุ. \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติ F-test โดยวิธี One Way Anova ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณา พบว่าค่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือ สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน คือ ค่า Sig = 0.457 ดังนั้น จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ 1.6

### สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นต่อการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก ได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.80 ส่วนใหญ่มีอายุ 46 - 59 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 23.80 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท และ 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.00

ประกอบอาชีพลูกจ้างเอกชน/ พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 26.30 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.50 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 34.50 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าประชากรส่วนใหญ่ในจังหวัดนครนายกเป็นเพศชาย ซึ่งเป็นคนที่มีครอบครัวและทำงานแล้ว โดยส่วนมากทุกคนจะประกอบอาชีพเพื่อหาเลี้ยงครอบครัว เนื่องจากกลุ่มคนส่วนใหญ่สถานภาพสมรสแล้ว

2. กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ซึ่งได้แก่เพื่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมาคือสื่อใหม่ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ซึ่งได้แก่เครือข่ายสังคมออนไลน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ถัดมาคือสื่อมวลชน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ซึ่งได้แก่โทรทัศน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และสุดท้ายคือระดับปานกลาง คือสื่อเฉพาะกิจ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ซึ่งได้แก่ป้ายประกาศ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 กลุ่มตัวอย่างมีการรับข่าวสารซึ่งมีความชัดเจนเฉพาะบางเรื่อง คิดเป็นร้อยละ 39.00 โดยได้รับข้อมูลเฉพาะบางพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 35.00 ซึ่งข้อมูลที่ได้รับนั้นกลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีประโยชน์ทุกเรื่องที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 35.50

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าประชากรส่วนใหญ่อาจจะได้รับข่าวสารจากเพื่อนๆ จากการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ จากโทรทัศน์ และจากป้ายประกาศต่างๆ เนื่องจากช่องทางในการรับสื่อของแต่ละคนอาจแตกต่างกัน แต่หลายคนมักเลือกช่องทางที่สามารถรับข่าวสารข้อมูลได้เร็วที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปัทมาพร สัมไทย (2558) ศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อ ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรประเภทป้ายประกาศ/บอร์ดประชาสัมพันธ์มากที่สุด ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรประเภทจดหมายข่าวแพทย์โดมมีการเปิดรับน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีความคาด

หวังจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรในระดับมาก โดยมีความคาดหวังด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ความคาดหวังด้าน ปฏิสัมพันธ์กับสังคม และมีความคาดหวังด้านการสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ บุคคล ด้านความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสารจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กร กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมาก

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นหลังจากการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความคิดเห็นความคิดเห็นหลังจากการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เนื่องจากอาจเป็นเพราะว่า ผู้รับข่าวสารมีความต้องการรับรู้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ น่าเชื่อถือ และสามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อเป็นการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2539, น. 292) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของผู้รับสารที่มีต่อข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วย ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ฟังเพลงเพื่อความบันเทิง ฟังหรืออ่านข่าวกีฬาที่ตนเล่น หรืออ่านข่าวที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยมความเชื่อ และทัศนคติของผู้รับสาร ผู้รับสารมักจะเปิดข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติของตน ข่าวสารที่ไม่สอดคล้องมักจะไม่ได้รับความสนใจ หรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร และความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับ ข่าวสาร ถึงแม้ข่าวสารจะเป็นข้อมูลที่ให้ประโยชน์และสอดคล้องกับตนเอง แต่ถ้าข่าวสารดังกล่าวได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็อาจไม่เปิดรับข่าวสารนั้นก็ได้ ดังนั้น พฤติกรรมหนึ่งของผู้รับสาร คือ ความสะดวกในการได้รับข่าวสาร

4. ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ลักษณะประชากรศาสตร์ของจังหวัดนครนายกที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความคิดเห็นของการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทั้งทางด้านเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส เนื่องจากผู้รับข่าวสารแต่ละคนมีความสนใจในการรับรู้ข่าวสารที่ไม่เหมือนกัน อาจมาจากอิทธิพลของสังคมรอบด้านหรือครอบครัวรวมไปถึงชีวิตความเป็นอยู่ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของดิว์กันคือ (DeFleur, 1970, pp. 119-121) ที่กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual differences Theory) ซึ่งพัฒนามาจากหลักการเชิงกลไกของสิ่งเร้า และการตอบสนอง โดยเห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ค่านิยม ทักษะคิด และความเชื่อที่ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร หรือการตีความหมายข่าวสารจากสื่อที่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นต่อการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จังหวัดนครนายกเท่านั้น ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หรือจังหวัดใกล้เคียงทำการเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น เพื่อให้เห็นความแตกต่างของงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละจังหวัด สามารถนำมาพัฒนาแนวทางตามความต้องการของประชาชนได้ต่อไป

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกและรายละเอียดที่ชัดเจนเพิ่มมากขึ้น

## บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). *สื่อบัณฑิต: อำนาจแห่งความไร้สาระ*. ออล อแบ้ท์พริ้นท์.
- กาญจนา แก้วเทพ, และนิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. ภาพพิมพ์.
- กิตติยา เด่นชัย. (2558). *พฤติกรรมการใช้และการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. <http://library.bu.ac.th/index.php/th/>
- เกษรา เกิดมวงคง. (2553). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <https://www.car.chula.ac.th/>
- เกษราศิณี อินไชย. (2554). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวภายในประเทศของวัยทำงานตอนต้น: กรณีศึกษาวัยทำงานตอนต้นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก* [การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- จารุณี พืชพิมานสกุล. (2542). *การศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิต* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <https://www.car.chula.ac.th/>
- จิตติมา จารุวรรณ. (2554). *พฤติกรรมและปัจจัยสำคัญที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคจากการสื่อสารการตลาด ในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. [http://aric.nsruc.ac.th/index\\_library.php](http://aric.nsruc.ac.th/index_library.php)

- จิราภรณ์ กมลวาทีน. (2556). การรับรู้โฆษณาในอินเทอร์เน็ตต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. <https://www.lib.ru.ac.th/index.php>
- จิรายุทธ์ สندا. (2559). ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว และการรับรู้ การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดจันทบุรี [การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. <http://library.bu.ac.th/index.php/th/>
- ชูศักดิ์ เพรศคอกท์, และสินี กิตติชนมวรกุล. (2557). การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และอิทธิพลของสื่อต่อแนวความคิดทางการเมืองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดสงขลา. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ณพอร เตี้ยสุด. (2555). ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรกรมอนามัย [รายงานโครงการ เฉพาะบุคคลปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. <https://library.tu.ac.th/th>
- ฉันทพัฒน์ วงศ์รัตน์. (2555). การประยุกต์ใช้โปรแกรม SPSS 17.0 วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ. สวิสตีไอที.
- ปิยฉัตร ทับทิมเจือ. (2556). ความพึงพอใจการสื่อสารภายในองค์กร ความพึงพอใจในการทำงานและสมดุลชีวิตการทำงานของบุคลากรกรมสุขภาพจิต [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. <https://library.tu.ac.th/th>



ฤดี หลิมไพโรจน์, และไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2558). *อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัด พระนครศรีอยุธยา*. สืบค้นจาก <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/5-02/article/download/269/203>.

ละอองทราย โกลมลาลย์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการสปาในเขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. <http://library.bu.ac.th/index.php/th/>

วัลคุณิการ์ ภิรมณ์รัตน์. (2556). *ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ของบุคลากรโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์* [รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. <https://library.tu.ac.th/th>

วิภารัตน์ เพ็ชรราช. (2556). *ความคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของข้าราชการสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา* [รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. <https://library.tu.ac.th/th>