

การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547

วรพัตร์ วรรณิกษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาประวัติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2548

ISBN 974-9745-82-5

Public Relations Plan for the “2004 Donchedi Memorial Festival”

WORAPAK WORARAK

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Communication Arts

Graduate school Dhurakij Pundit University

2005

ISBN 974-9745-82-5

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547
ชื่อนักศึกษา	วรพัทธ์ วรรัชย์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รศ. ดร.บุญเลิศ ศุภคิลก
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ (นิเทศศาสตร์ธุรกิจ)
ปีการศึกษา	2547

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547” งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีในการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 โดยใช้วิธีการศึกษา 2 วิธีการคือ ศึกษาการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์และสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้บริหารจังหวัดสุพรรณบุรี เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี สื่อมวลชนจังหวัดสุพรรณบุรี และผู้ประกอบการจังหวัดสุพรรณบุรี รวมทั้งศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าร้อยละ และศึกษากลุ่มพ่อค้า/แม่ค้า จำนวน 20 คน โดยการสัมภาษณ์

ผลการวิจัยพบว่า

1. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นแผนการประชาสัมพันธ์ระยะสั้น โดยมีระยะเวลา 6 เดือน เพื่อให้เหมาะสมกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ในแต่ละปี
2. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ยังขาดความสม่ำเสมอและความต่อเนื่องของเนื้อหา
3. แผนการประชาสัมพันธ์ ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อหลัก โดยมีสื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล เป็นสื่อรอง
4. ผลจากการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีอุปสรรคด้านงบประมาณ บุคลากรและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายในการเลือกเปิดรับสื่อ
5. กลุ่มนักท่องเที่ยวมีการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 จากสื่อมวลชนมาก ได้รับข่าวสารข้อมูลจากสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคลในระดับปานกลาง
6. กลุ่มพ่อค้า/แม่ค้าได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 จากสื่อเฉพาะกิจมาก ได้รับข่าวสารข้อมูลจากสื่อบุคคลและสื่อมวลชนในระดับปานกลาง

Thesis Title	Public Relations Plan for the “2004 Annual Don-Chedi Memorial” Festival”
Name	Worapak Worarak
Thesis advisor	Dr. Boonlert Supadhilok
Department	Mass Communication (Business)
Academic year	2005

ABSTRACT

Thesis Title : Public Relations Plan for the “2004 Annual Don-Chedi Memorial Festival”

The purpose of this research is to study the public relations planning and the effectiveness of the plan as executed by the Office of Public Relations, Suphanburi province in the event organization of “ 2004 Annual Don-Chedi Memorial Festival”. The research was conducted by 2 methods: studying the process in execution of the plan by conducting intensive interview of the target population, i.e. the management of Suphanburi province, the public relations staff of Suphanburi province, the local media including the entrepreneurs of the province, and analyzing, in percentage, the information from questionnaire responses gathered from 100 tourists as well as the interview of 20 local vendors.

The outcome shows the following :

1. The public relations plan of the Office of Public Relations of Suphanburi province is a short-term plan of 6 months period, appropriate for event organizing plan year by year.
2. The execution of the plan still lacks of consistency and continuation.
3. The key media used in the plan is mass media, and the secondary medium used are ad hoc media and personalization.
4. The execution of the plan has encountered problems on budget allocation, human resources and population attitude against media approach.
5. The tourists received information on the event from mass media at high level while receiving information from ad hoc media and personalization at moderate level.
6. The vendors group received the information on the event from ad hoc media at high level while receiving information from personalization and mass media at moderate level.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๗
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๗
สารบัญภาพ.....	๗
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	22
ปัญหาคำถามวิจัย.....	22
ขอบเขตของการวิจัย.....	22
นิยามศัพท์.....	23
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	23
2 แนวความคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว(Tourism Industry).....	24
แนวคิดด้านประชาสัมพันธ์ (Public Relations).....	27
แนวคิดการสื่อสารการตลาด (MarketingPublic Relations).....	32
แนวคิดที่ว่าด้วย “สื่อ” (Media).....	39
แนวคิดสื่อประเพณี (Traditional Media).....	42
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3 ระเบียบวิธีวิจัย	46
ขอบเขตของการวิจัย	47
ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง	48
การสังเกตการณ์	48
การสัมภาษณ์เชิงลึก	49
กลุ่มตัวอย่างที่เลือกสัมภาษณ์	50
ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	52
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	54
การวิเคราะห์ข้อมูล	54
การนำเสนอข้อมูล	55
4 ผลการวิจัย	56
ส่วนที่ 1 การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์ ประจำปี 2547 สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี	56
ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การจัดงาน อนุรักษ์คอนเจดีย์ประจำปี 2547	81
5 สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	103
สรุป อภิปรายผลการวิจัย	103
ข้อเสนอแนะ	114
แนวทางการศึกษาในอนาคต	115
บรรณานุกรม	116
ภาคผนวก	120
ประวัติผู้เขียน	185

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

1	แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่ม นักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศเท่านั้น.....	79
2	แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่ม นักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ.....	80
3	แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่ม นักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิลำเนา.....	80
4	แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่ม นักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา.....	81
5	แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่ม นักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ.....	82
6	แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่ม นักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	83
7	แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่ม นักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ.....	83
8	แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนก ตามจุดมุ่งหมายหลักของการเดินทางมาจังหวัดสุพรรณบุรี.....	84
9	แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนก ตามประสบการณ์การเคยมาเที่ยวงานอนุรักษ์คอนเจดีย์.....	84
10	แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนก ตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์.....	85
11	แสดงจำนวน(ร้อยละ)จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับ ระยะเวลาในการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์.....	86
12	แสดงจำนวน(ร้อยละ)จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความเหมาะสมของการเก็บค่าผ่านประตู.....	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
13	แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับความพึงพอใจการจัดการด้านสถานที่ต่างๆภายในงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์.....87
14	แสดงจำนวน(ร้อยละ)จำแนกตามลักษณะการเดินทางมาเที่ยวงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์.....89
15	แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มที่นักท่องเที่ยวเดินทางมากับ.....90
16	แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว.....90
17	แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่พัก.....91
18	แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามความคิดเห็นในด้านภาพรวมของการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์.....91

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่

1	ที่ตั้งของจังหวัดสุพรรณบุรี.....	2
2	ตราประจำจังหวัดสุพรรณบุรี.....	4
3	ที่ตั้งของอำเภอคอนเจดีย์.....	10
4	พระบรมราชานุสรณ์คอนเจดีย์.....	
	13	
5	แผนผังบริเวณงานอนุสรณ์คอนเจดีย์ประจำปี 2547.....	18
6	สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงกระทำยุทธหัตถี กับพระมหาอุปราชา.....	20
7	นายทรงพล ทิมาศาสตร์ ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี.....	130
8	นายกมล จิตรระวัง รองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี.....	130
9	นายทวีชัย พลายหุหมพล นายอำเภอคอนเจดีย์.....	131
10	นายไมตรี ศรีเทพ เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบาย และแผน 6 จังหวัดสุพรรณบุรี.....	131
11	นายวิชัย เปี่ยมปรีชา เจ้าหน้าที่อาสาสมัครและดูแล รักษามรดกและวัฒนธรรมของชาติ.....	132
12	นายวุฒิชชาติ เกลิมนาม ผู้อำนวยการสถานีวิทยุ กระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุพรรณบุรี.....	132
13	นายนที รุ่งเรืองศรี บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ คนสุพรรณ.....	133
14	นายเด่นชัย เด่นชัยประดิษฐ์ หัวหน้าศูนย์ข่าว หนังสือพิมพ์ไทยรัฐจังหวัดสุพรรณบุรี.....	133
15	นายญานันท ปรารักษ์สุนทร ผู้จัดการ บริษัทบุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด สาขาสุพรรณบุรี.....	134

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
16 ผู้แทนบริษัทเบียร์ไทย 1991 จำกัด (มหาชน) สาขาสุพรรณบุรี.....	134
17 แอลงข่าวการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547.....	136
18 บันทึกการขายการด้วยลำแข่งที่วังช่อง 7.....	136
19 บันทึกการขายการด้วยลำแข่งที่วังช่อง 7.....	137
20 โชว์ตัวนักแสดงการแสดงยุทธหัตถี.....	137
21 ดินแดนยุทธหัตถี.....	139
22 ฝึกซ้อมการแสดงสถานที่จริง.....	139
23 พิธีบวงสรวงใหญ่ก่อนการแสดงยุทธหัตถี.....	141
24 พิธีบวงสรวงใหญ่ก่อนการแสดงยุทธหัตถี.....	141
25 พิธีบวงสรวงใหญ่ก่อนการแสดงยุทธหัตถี.....	142
26 นักแสดงโชว์การแสดงยุทธหัตถี.....	142
27 นักแสดงโชว์การแสดงยุทธหัตถี.....	143
28 โทรทัศน์ช่อง 11 เข้าร่วมพิธีบวงสรวงใหญ่.....	143
29 พิธีบวงสรวงก่อนการแสดง.....	145
30 นักแสดงเข้าร่วมพิธีบวงสรวงก่อนการแสดง.....	145
31 นายทรงพล ทิมาศาสตร์ กล่าวเปิดงาน ก่อนการแสดงยุทธหัตถี วันที่ 23 มกราคม 2547.....	146
32 ราววยพระพรเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ.....	146
33 ความเจริญรุ่งเรืองของกรุงศรีอยุธยา.....	147
34 อัญเชิญพระพินางไปหงสาวดี.....	147
35 องค์ดำทรงดีไ้กับมังสามเกียด.....	148
36 องค์ดำทรงฟันดาบกับมังสามเกียด.....	148
37 สมเด็จพระนเรศวรทรงประกาศอิสรภาพ.....	149

38 สมเด็จพระนเรศวรทรงพระแสงดาบค่าย.....149

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
39 สมเด็จพระนเรศวรทรงชนะศึก.....	150
40 การต่อสู้ระหว่างทหารไทยกับทหารพม่า.....	150
41 การต่อสู้ระหว่างทหารไทยกับทหารพม่า.....	151
42 สมเด็จพระมหาอุปราชาดำเนินทัพมุ่งหน้า สู่การกระทำยุทธหัตถี.....	151
43 สมเด็จพระนเรศวรทรงเดินทัพมุ่งหน้า สู่การกระทำยุทธหัตถี.....	152
44 วีรกรรมยุทธหัตถีระหว่าง สมเด็จพระนเรศวรกับพระมหาอุปราชา.....	152
45 บรรยากาศภายในงานดอนๆ ตอนเย็น.....	154
46 บรรยากาศภายในงานดอนๆ ตอนกลางคืน.....	154

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่ พ.ศ. 2522 เป็นต้นมานโยบายด้านการท่องเที่ยว ได้รับการบรรจุเข้าไปในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นปีแรก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการรณรงค์ให้มีการเที่ยวเมืองไทยกันอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดเป็นที่ทราบกันว่า สิ่งหนึ่งที่มนุษย์ต้องการได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว ก็คือ ความสุนันทน นอกจากการท่องเที่ยวจะมีประโยชน์กับแต่ละบุคคลแล้ว หากมองในภาพรวมการท่องเที่ยวก็เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของไทย

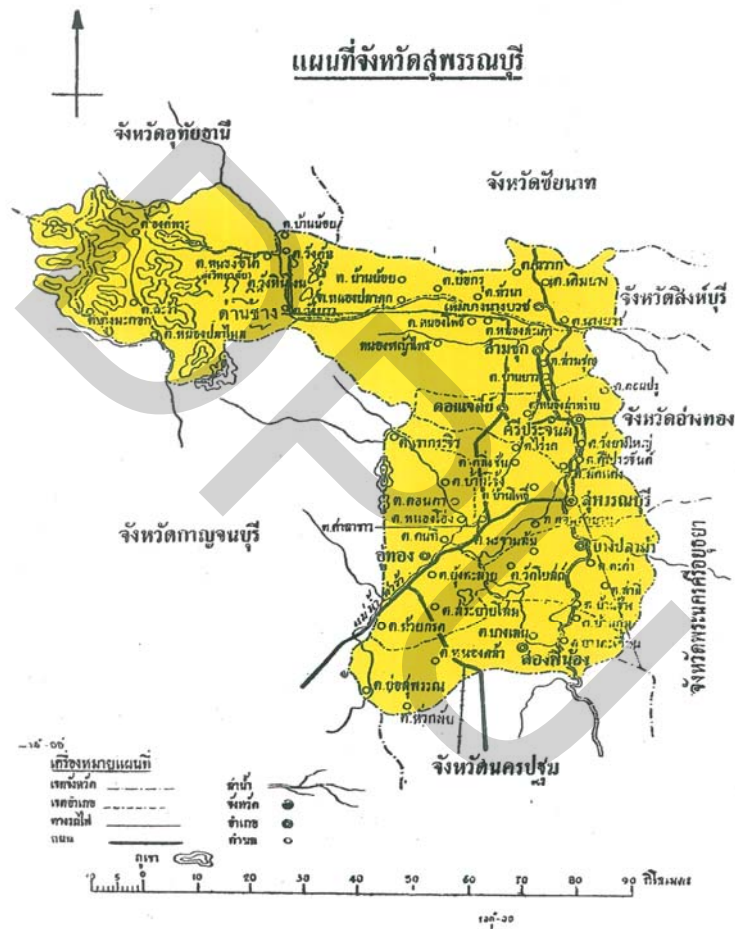
ปัจจุบันจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดทำโครงการรณรงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีสีสันกันมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อต้องการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งที่มีค่าให้มีอยู่คู่บ้านคู่เมือง นอกจากนี้ยังเปลี่ยนทัศนคติของนักท่องเที่ยวให้เที่ยวเมืองไทยกันมากขึ้น โดยมีการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของเมืองไทยในทุก 76 จังหวัด โดยมีนโยบายในการประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับนโยบายของรัฐที่ว่า “เที่ยวเมืองไทยไปได้ทุกเดือน”

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่สนองนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐเป็นประจำตลอดมา โดยเฉพาะในเดือนมกราคมของทุกปี ทางจังหวัดสุพรรณบุรีได้จัดให้มีงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ขึ้น เพื่อรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชผู้มีพระคุณยิ่งใหญ่ที่มีต่อชาติไทยและคนไทยมาเป็นเวลาหลายร้อยปีพระบารมีของพระองค์ยิ่งใหญ่ไพศาล ที่ทำให้ประเทศไทยดำรงรักษาเอกราชมาจนถึงทุกวันนี้

ทางจังหวัดดำเนินในพระมหากรุณาธิคุณของพระองค์เป็นล้นพ้น จึงได้มีการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์เป็นประจำทุกปีเพื่อรำลึกถึงพระองค์ ซึ่งภายในงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ได้จัดนิทรรศการและจำลองการกระทำยุทธหัตถีมานำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวได้ชม รวมถึงการแสดงการเล่นพื้นบ้านที่หาดูได้ยากในปัจจุบัน ได้นำมาแสดงในงานนี้ด้วย ทำให้งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์มีความแปลกใหม่และน่าสนใจในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และการศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีมาแต่อดีตให้นักท่องเที่ยวและอนุชนรุ่นหลังได้รับทราบ

ด้วยเหตุนี้การประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ในงานนี้เป็นอย่างมาก โดยทางจังหวัดได้จัดการวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมงานอนุรักษ์คอนเจดีย์กันมากขึ้น แม้ว่าจะเกิดวิกฤติการณ์บางอย่างเกิดขึ้นในบ้านเมืองก็ตาม

ภาพที่ 1 ที่ตั้งของจังหวัดสุพรรณบุรี



ที่มา : สำนักงานโยธาธิการ จังหวัดสุพรรณบุรี, 2547 : 9.

ประวัติความเป็นมาของจังหวัดสุพรรณบุรี

มีหลักฐานเป็นที่ยืนยันได้ว่าเมืองสุพรรณบุรีเป็นเมืองที่มีมาสมัยก่อนประวัติศาสตร์ มีอยู่บริเวณเมืองโบราณอู่ทอง อำเภออู่ทอง (เดิมชื่ออำเภอจรเข้สามพัน) จากการขุดค้นของกรมศิลปากร และศาสตราจารย์ ช็อง บัวเชอเลียเออร์ (Prof . Jean Boisselier) นักโบราณคดีชาวฝรั่งเศส เมื่อพ.ศ. 2506 – 2509 พบหลักฐานต่างๆ ทางด้านโบราณคดีมากมาย มีอายุเก่าแก่ถึง 3,500 – 3,800 ปี ซึ่งอยู่ในยุคหินใหม่ (Neolithic Period) ได้แก่ ขวานหินขัด ภาชนะเครื่องปั้นดินเผา

จากหลักฐานประวัติศาสตร์ที่ค้นคว้าได้จากเอกสารต่างประเทศ พงศาวดารและตำนาน เช่น ชินกาลมาลีปกรณ์ ตำนานพระธาตุลำปางหลวง ฯลฯ ระบุถึงดินแดนที่เรียกว่า “สุวรรณภูมิ” และ “สุวรรณประเทศ” ซึ่งเมื่อนำหลักฐานทางโบราณคดี เช่น เงินเหรียญอูเปะ จานพระทีปดินเผา มาพิจารณาประกอบแล้วจึงทำให้ทราบว่าเมืองอู่ทองมีพัฒนาการต่อมาจากยุคโลหะและมีความสำคัญในฐานะเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรสุวรรณภูมิ

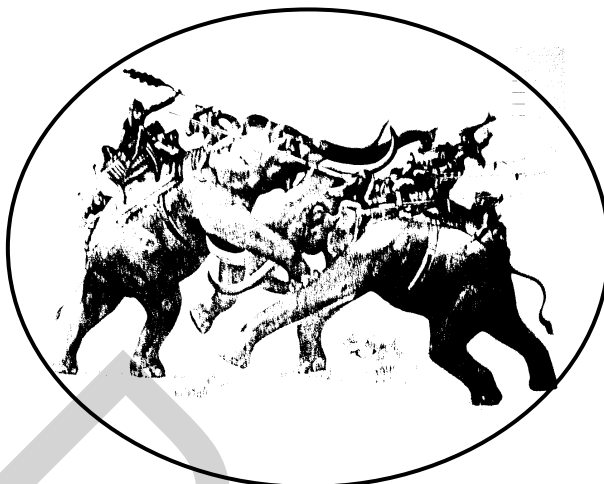
นอกจากที่อำเภออู่ทองแล้วยังพบโบราณวัตถุศิลปะสมัยทวารวดี ที่ตำบลรั้วใหญ่ และตำบลพิหารแดง อำเภอเมือง โดยสันนิษฐานว่าสถานที่ดังกล่าวอาจเป็นเมืองที่ตั้งของเมืองพันธุมบุรี ซึ่งเป็นชื่อของเมืองสุพรรณบุรีในระยะแรกสร้าง

ครั้นถึง พ.ศ.2310 กรุงศรีอยุธยาต้องเสียเมืองให้แก่พม่า บ้านเมืองถูกเผาทำลาย ซึ่งสุพรรณบุรีก็ถูกพม่าเผาทำลายบ้านเมืองจนเสียหายเช่นเดียวกัน และเมื่อสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงย้ายเมืองหลวงมาอยู่ที่กรุงธนบุรีแล้ว ก็ยังมีสงครามกับพม่าอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่ง พ.ศ.2319 พม่าได้ยกกองทัพมาตีเมืองไทย สมเด็จพระเจ้าตากสินได้ยกกองทัพขับไล่กองทัพพม่ามาที่ทุ่งเดิมบางนางบวช เมืองสุพรรณบุรี

ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ความเสื่อมโทรมของเมืองสุพรรณบุรียังคงสภาพอยู่เช่นเดิม ต่อมาจึงได้ย้ายเมืองใหม่มาตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำท่าจีน แต่จะเป็นสมัยใดไม่ปรากฏ และเป็นเพียงแก่การย้ายการเมืองเท่านั้นมิได้มีการฟื้นฟูสภาพของเมืองแต่อย่างใด

จนกระทั่งสมัยรัชกาลที่ 5 ที่จัดให้มีการปกครองแบบมณฑลเทศาภิบาล เมืองสุพรรณบุรี จึงถูกจัดให้อยู่ภายใต้เขตการปกครองของมณฑลนครชัยศรี ในปี พ.ศ. 2438 จนกระทั่งในปี 2476 เมื่อพระราชบัญญัติระเบียบบริหารแห่งราชอาณาจักรสยาม ได้จัดระเบียบการบริหารราชการส่วนภูมิภาคออกเป็นจังหวัดและอำเภอ เมืองสุพรรณบุรีจึงได้เปลี่ยนฐานะไปเป็นจังหวัดสุพรรณบุรี นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน

ภาพที่ 2 ตราประจำจังหวัดสุพรรณบุรี



ที่มา : เอกสารทางราชการจังหวัดสุพรรณบุรี, 2547 : 5.

“สงครามยุทธหัตถี” ระหว่างสมเด็จพระนเรศวรมหาราชกับพระมหาอุปราชาแม่ทัพพม่าบริเวณหนองสาหร่ายหรืออำเภอดอนเจดีย์ในปัจจุบัน เป็นสงครามที่มีความสำคัญมากที่สุดในประวัติศาสตร์ไทย เพราะชัยชนะในครั้งนั้นนำมาซึ่งความเป็นเอกราชของกรุงศรีอยุธยา หลังจากตกเป็นเมืองขึ้นของพม่ามากกว่า 15 ปี และเพื่อเป็นการประกาศเกียรติภูมิในการศึกยุทธหัตถี ทางราชการจึงได้สร้างอนุสรณ์ดอนเจดีย์พร้อมทั้งนำภาพการกระทำยุทธหัตถีของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชมาเป็นตราประจำจังหวัดด้วย

สภาพทางกายภาพ

จังหวัดสุพรรณบุรีตั้งอยู่ในเขตภาคกลางด้านตะวันตกของประเทศไทย ระหว่างเส้นละติจูดที่ 14 องศา 05 ลิปดาเหนือ ถึง 15 องศาเหนือ และระหว่างเส้นลองจิจูดที่ 99 องศา 15 ลิปดาตะวันออก ถึง 100 องศา 15 ลิปดาตะวันออก มีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานครโดยทางรถยนต์เป็นระยะทางประมาณ 107 กิโลเมตร สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ยประมาณ 3 – 10 เมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 5,358.008 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 3,348,755 ไร่

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดชัยนาทและจังหวัดอุทัยธานี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดอ่างทอง พระนครศรีอยุธยาและสิงห์บุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดนครปฐม
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดกาญจนบุรี

สภาพภูมิประเทศ

แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะใหญ่ คือ เทือกเขา ที่ราบสูง และที่ราบลุ่ม มีดังนี้

1. **เทือกเขา** เป็นเทือกเขาในแนวเดียวกับเทือกเขาตะนาวศรี มียอดเขาสูง 1,002 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ส่วนใหญ่อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของจังหวัด
2. **ที่ราบสูง** ลักษณะพื้นที่เป็นลูกคลื่นสลับกับเนินเขา แล้วค่อยๆ ลาดเทลงมาทางตะวันออกจนถึงแม่น้ำท่าจีน อยู่บริเวณทิศตะวันออกของอำเภอด่านช้าง และทิศตะวันตกของอำเภอเดิมบางนางบวช
3. **ที่ราบลุ่ม** แบ่งได้ 3 ลักษณะ
 - ที่ลุ่มแบบเพี้ยคมอนท์ เกิดจากการทับถมของตะกอนเนื้อหยาบที่ถูกกระแสน้ำเซ็ยพัดมาจากภูเขา
 - ที่ราบตะกอนลำน้ำ เกิดจากลำห้วยกระเสียวและลำน้ำเล็กๆ ทั่วไป
 - ที่ราบน้ำทะเลเคยท่วมถึง เกิดจากการทับถมของตะกอนทะเลเก่า

สภาพภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศของจังหวัดสุพรรณบุรีมี 3 ฤดู คือ

ฤดูร้อน เริ่มประมาณเดือนกุมภาพันธ์ อากาศจะร้อนอบอ้าว และจะร้อนที่สุดในเดือนเมษายน

ฤดูฝน ประมาณกลางเดือนพฤษภาคม ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ จะนำความชุ่มชื้นและเม็ดฝนมาให้ ทำให้มีฝนตกและจะตกชุกในช่วงเดือนกันยายนถึงเดือนตุลาคม

ฤดูหนาว เริ่มปลายเดือนตุลาคมหรือต้นเดือนพฤศจิกายน และจะหนาวเย็นมากที่สุดประมาณเดือนมกราคม (จรัล พุ่มแสง, 2537 : 23-24)

ทรัพยากรธรรมชาติ

จังหวัดสุพรรณบุรีได้ชื่อว่าเป็น “เมืองอู่ข้าวอู่น้ำ” ที่สำคัญของไทยมาแต่อดีต เนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เอื้อต่อการเกษตรกรรมเป็นอย่างดีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของจังหวัด ได้แก่ ทรัพยากรดินและทรัพยากรน้ำ และเนื่องจากลักษณะภูมิประเทศด้านทิศเหนือและด้านตะวันตกของจังหวัดเป็นภูเขาสูงจึงมีทรัพยากรป่าไม้และทรัพยากรแร่ธาตุอีกด้วย แต่มีปริมาณไม่มากนัก (วิฑูรย์ เลี่ยนจำรูญ, 2535 : 32)

อำเภอต่างๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรี

จังหวัดสุพรรณบุรีมี 9 อำเภอ ดังนี้

- | | | |
|-----------------------|---------------------|-------------------|
| 1. อำเภอบางปลาม้า | 2. อำเภอศรีประจันต์ | 3. อำเภอดอนเจดีย์ |
| 4. อำเภอเดิมบางนางบวช | 5. อำเภออู่ทอง | 6. อำเภอสามชุก |
| 7. อำเภอหนองหญ้าไซ | 8. อำเภอสองพี่น้อง | 9. อำเภอด่านช้าง |

ประชากร

จากข้อมูลการสำรวจประชากรจังหวัดสุพรรณบุรีปี พ.ศ. 2538 พบว่ามีจำนวนประชากรทั้งหมด 842,052 คน เป็นชายประมาณ 413,941 คน และเป็นหญิงประมาณ 428,111 คน ความหนาแน่นของประชากรโดยเฉลี่ย 157.2 คน ต่อตารางกิโลเมตร อำเภอที่มีประชากรอาศัยอยู่มากที่สุด คือ อำเภอเมือง โดยเฉพาะในเขตเทศบาล ส่วนอำเภอดอนเจดีย์เป็นอำเภอที่มีประชากรอาศัยอยู่น้อยที่สุด อำเภอที่มีความหนาแน่นของประชากรมากที่สุด คือ อำเภอศรีประจันต์ ส่วนอำเภอด่านช้างเป็นอำเภอที่มีประชากรหนาแน่นน้อยที่สุด เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของอำเภอเป็นเขตป่าสงวนฯ มีภูมิประเทศเป็นภูเขา ไม่เหมาะสำหรับตั้งบ้านเรือนและทำการเกษตร ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรีมีคนไทยเชื้อสายต่างๆ เช่น ไทยจีนอาศัยอยู่ในจังหวัด โดยเฉพาะย่านการค้า, ไทยเวียงมีมากในเขตอำเภอเมืองฯ, ไทยพวน อยู่ในเขตหมู่บ้านเก่าห้องอำเภอเมืองฯ, ไทยโซ่งอาศัยมากในเขตอำเภออู่ทอง, ไทยกะเหรี่ยงอาศัยอยู่มากในเขตอำเภอด่านช้าง, ไทยเขมรอาศัยอยู่มากในเขตอำเภอเมืองฯ, ไทยญวนอาศัยอยู่ในอำเภอสองพี่น้อง (เอกสารราชการจังหวัดสุพรรณบุรี, 2538 : 25)

การประกอบอาชีพ

เศรษฐกิจหลักของสุพรรณบุรีนั้นคือภาคเกษตรกรรม เพราะเกษตรกรรมเป็นอาชีพดั้งเดิมของชาวสุพรรณบุรีมาช้านานแล้ว ปัจจุบันสุพรรณบุรีสามารถผลิตข้าวได้มากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ ซึ่งเขตที่มีการทำนามากที่สุดคือ อำเภอบางปลาม้า (ประพิน ออกเวหา , 2535 : 26)

คำขวัญประจำจังหวัด

เมืองยุทธหัตถี

วรรณคดีขึ้นชื่อ

รุ่งเรืองเกษตรกรรม

แหล่งปราชญ์ศิลปิน

เลื่องลือพระเครื่อง

สูงล้ำประวัติศาสตร์

ภาษาถิ่นชวนฟัง

ที่มา : เอกสารราชการจังหวัดสุพรรณบุรี, 2545 : 6.

จากคำขวัญของจังหวัดสุพรรณบุรีดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่าจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดที่มีความยิ่งใหญ่ทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ สมัยทราวดี สมัยอุททอง สมัยสุโขทัย สมัยอยุธยา จนถึงปัจจุบัน มีขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของตนเอง เป็นมรดกสืบทอดมาถึงชนรุ่นหลัง อาทิ งานรัฐพิธีถวายราชสักการะพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ งานนมัสการหลวงพ่อโตวัดป่าเลไลยก์ งานทำบุญก่าฟ้า งานบุญข้าวจี งานประเพณีตักบาตรเทโว ประเพณีไหว้พระแห่ ประเพณีแต่งงานของไทยโซ่ง และประเพณีบายศรีสู่ขวัญของชาวละว้า เพลงพื้นเมืองชาวสุพรรณ เพลงอีแซว เพลงเรือ เพลงเกี่ยวข้าว เป็นต้น และมีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุอยู่เป็นจำนวนมาก อาทิ พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ซึ่งจัดให้มีงานเทิดพระเกียรติในวันที่ 23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ ของทุกปี พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุททอง กลุ่มขุนแผนและต้นมะขามยักษ์วัดแค กลุ่มขุนช้างวัดป่าเลไลยก์ สระศักดิ์สิทธิ์ทั้ง 4 ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง กำแพงเมืองสุพรรณบุรี วัดสนามไชย วัดเขารัตนของพระอาจารย์ธรรมโชติผู้สร้างขวัญกำลังใจให้กับชาวบ้านบางระจัน อุทยานมัจฉา สวนนกท่าเสาดีจ วัดไร่โรงวัว อ่างเก็บน้ำกระเสียว รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ อย่างบึงฉวาก อันจะทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนสุพรรณได้รับความรู้และเพลิดเพลินใจเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ยังมีขนมขึ้นชื่อ เช่น สาลี่สุพรรณ หัวกระป๋อง ตลอดจนปลาช่อนแห้งที่เป็นสินค้ามีชื่อ ในด้านศักยภาพจังหวัดสุพรรณบุรีมีมีโครงสร้างพื้นฐานที่สมบูรณ์

แบบมีการคมนาคมที่สะดวกสามารถเดินทางเข้าสู่จังหวัดสุพรรณบุรีและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

การเดินทาง

รถยนต์ สามารถใช้เส้นทางในการเดินทางได้หลายเส้นทาง ใช้เวลาเดินทางจาก กรุงเทพฯ ประมาณ 1 – 2 ชั่วโมง ดังนี้

1. จากกรุงเทพฯ ผ่านอำเภอบางบัวทอง ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทาง ประมาณ 107 กิโลเมตร
2. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดปทุมธานี อำเภอลาดหลุมแก้วไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทาง 115 กิโลเมตร
3. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทางประมาณ 132 กิโลเมตร
4. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดสิงห์บุรี อำเภอดมชานนางบัว ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทางประมาณ 228 กิโลเมตร
5. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดอ่างทอง ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทาง ประมาณ 150 กิโลเมตร
6. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดนครปฐม อำเภอกำแพงแสน ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทางประมาณ 164 กิโลเมตร

รถโดยสารประจำทาง บริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการรถโดยสารประจำทางออกจาก สถานีขนส่งหมอชิต ถนนกำแพงเพชร 2 ไปจังหวัดสุพรรณบุรีทุกวัน ทั้งรถธรรมดา และรถปรับอากาศ ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 02-5378055 และมีรถออกจากสถานีขนส่งสายใต้ถนนบรมราชชนนี ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 20 นาที ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม รถธรรมดาโทร. 02-4345557-8 และรถปรับอากาศ โทร.02-435-200 หรือเว็บไซต์ www.transprt.co.th/

รถไฟ การรถไฟแห่งประเทศไทยมีขบวนรถไฟออกจากสถานีรถไฟหัวลำโพงไปสถานีรถไฟจังหวัดสุพรรณบุรีทุกวัน วันละ 1 เที่ยว จากกรุงเทพฯ 16.40 น. ถึงสุพรรณบุรี 19.32 น. และเที่ยวกลับจากสุพรรณบุรี 05.00 น. ถึง กรุงเทพฯ 08.10 น. ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน่วยบริการเดินทางโทร 02-2237010, 02-2237020-1690 หรือเว็บไซต์ www.srt.or.th/

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการท่องเที่ยว

กล่าวได้ว่าการประชาสัมพันธ์เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากที่จะทำให้เกิดความสนใจในหมู่นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันถ้าเกิดวิกฤติการณ์ในบ้านเมืองท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวได้ เนื่องจากการท่องเที่ยวไม่ใช่สิ่งจำเป็นพื้นฐานหรือปัจจัย 4 ของการดำเนินชีวิต แต่เป็นเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันเท่านั้น

ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งเป็นองค์กรของรัฐจึงทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ โดยมีนโยบายการประชาสัมพันธ์ 4 ประการ สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ

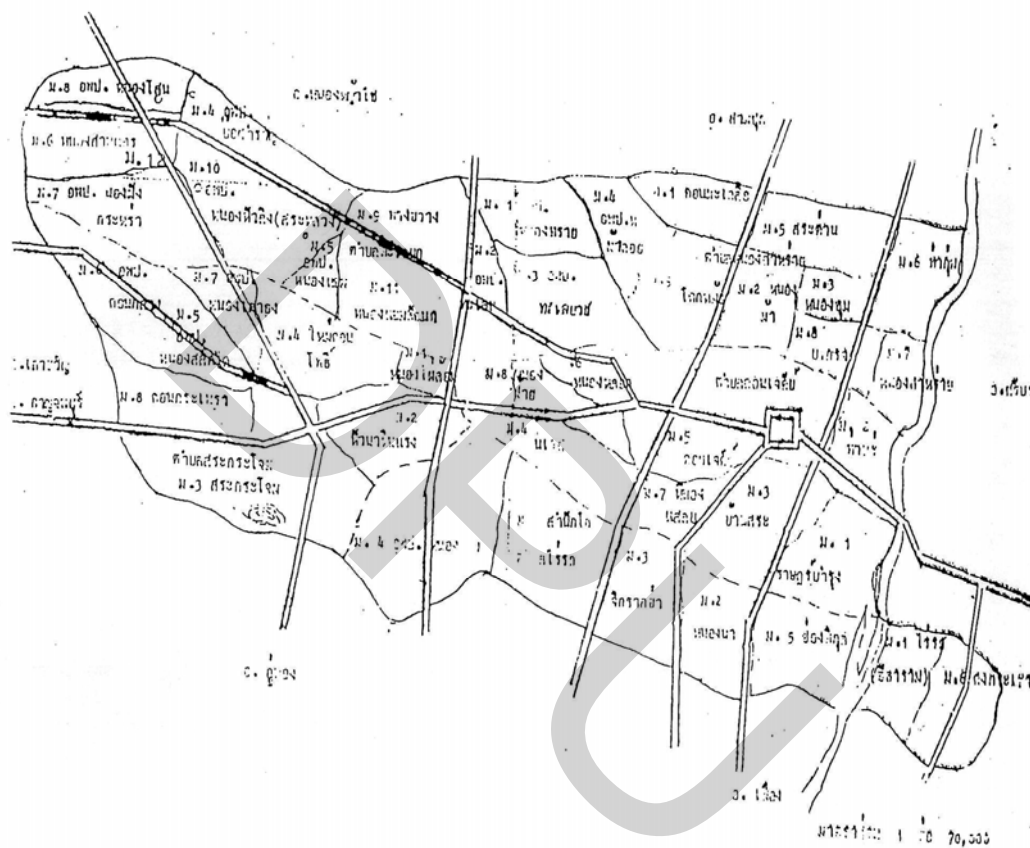
1. เพื่อส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทย อันจะนำมาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวมของประเทศ
2. เพื่อส่งเสริมชักจูงให้คนไทยนิยมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ อันจะเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นต่างๆ รวมทั้งส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวให้แก่คนไทย ก่อให้เกิดความรักและความภาคภูมิใจในชาติบ้านเมือง
3. เพื่อส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม ที่มีมาแต่ดั้งเดิมรวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้อย่างดีที่สุด
4. เพื่อส่งเสริมให้มีการขยายแหล่งท่องเที่ยวกระจายไปในท้องถิ่นต่างๆ เป็นการชักจูงให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นนั้นๆ

จังหวัดสุพรรณบุรี ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากจึงได้จัดให้สุพรรณบุรีเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวร่วมกับโครงการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยได้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองสุพรรณ เช่น วัดแค วัดป่าเลไลย์ ศาลหลักเมือง บึงฉวาก สวนนกท่าเสด็จ วัดพระนอน วัดมัจฉา หอคอยบรรหาร – แจ่มใส วัดพระนอน วัดมัจฉา นอกจากนี้ยังมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์คืออนุสรณ์ดอนเจดีย์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ไปชมและตระหนักถึงพระคุณของพระนเรศวรมหาราช พระมหากษัตริย์ผู้ยิ่งใหญ่ ที่รักษาเอกราชไว้จนถึงปัจจุบัน

สำหรับจังหวัดสุพรรณบุรี จะเห็นได้ว่านอกจากสถานที่สำคัญอยู่หลายแห่งดังที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น แต่สถานที่สำคัญเหล่านั้นยังได้มีการบันทึกไว้ในประวัติศาสตร์ชาติไทยตลอดจนถูกกล่าวขานกันมาตลอดตั้งแต่สมัยโบราณจวบจนถึงปัจจุบันนี้

ในการวิจัยเล่มนี้ผู้วิจัยจะกล่าวเฉพาะสถานที่ที่มีชื่อเสียงที่สุดในจังหวัดสุพรรณบุรี คือ พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ ตำบลดอนเจดีย์ อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

ภาพที่ 3 ที่ตั้งของอำเภอดอนเจดีย์



ที่มา : เทศบาลอำเภอดอนเจดีย์, 2547 : 12.

ความเป็นมาของอำเภอดอนเจดีย์

อำเภอดอนเจดีย์เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี แต่ก่อนเป็นเมืองที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในประวัติศาสตร์ชาติไทย เพราะเป็นพื้นที่ที่สมเด็จพระนเรศวรมหาราช กษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยาได้ทรงกระทำยุทธหัตถีและมีชัยชนะ พระมหาอุปราชแห่งกรุงหงสาวดี เมื่อปี พ.ศ. 2135 ทำให้ชาติไทยหลุดพ้นจากการเป็นเมืองขึ้นของประเทศพม่า และหลังจากที่พระองค์ทรงได้รับชัยชนะแล้วได้โปรดเกล้าฯ ให้จัดสร้างสถูปเจดีย์เพื่อเป็นอนุสรณ์แห่งชัยชนะครั้งนี้ขึ้นที่ตำบลหนองสาหร่าย

ก่อนที่จะได้รับการจัดตั้งให้เป็นอำเภอนั้น คอนเจดีย์มีฐานะเป็นเพียงตำบลหนึ่งในเขตการปกครองของอำเภอศรีประจันต์ หลังจากปี พ.ศ. 2502 ซึ่งเป็นที่ที่องค์พระศกูปเจดีย์ได้รับการบูรณะ เมื่อบูรณะเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้วชุมชนคอนเจดีย์ แห่งนี้ก็ขยายตัวขึ้นเป็นลำดับจนกระทั่งปี พ.ศ. 2505 กระทรวงมหาดไทยจึงได้ยกฐานะตำบลคอนเจดีย์ ตำบลหนองสาหร่าย ตำบลสระกระโจมและตำบลไร่รด ขึ้นเป็น “กิ่งอำเภอคอนเจดีย์” และในที่สุดก็ได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอคอนเจดีย์ ในปี พ.ศ. 2508

สถานที่ตั้ง ปัจจุบันที่ว่าการอำเภอคอนเจดีย์ ตั้งอยู่ที่อำเภอคอนเจดีย์ ห่างจากตัวจังหวัดไปทางทิศเหนือประมาณ 31 กิโลเมตร มีพื้นที่ปกครองทั้งหมด 252.081 ตารางกิโลเมตร

ลักษณะภูมิประเทศ เป็นที่ราบลุ่ม

อาณาเขต	ทิศเหนือ	อำเภอสามชุก
	ทิศใต้	อำเภอเมือง
	ทิศตะวันออก	อำเภอศรีประจันต์
	ทิศตะวันตก	อำเภอด่านช้าง

จำนวนประชากร	40,769 คน
	เพศชาย 19,905 คน
	เพศหญิง 20,864 คน

การปกครองแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

การปกครองส่วนภูมิภาค มีตำบลที่อยู่ในอำเภอ 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลไร่รด ตำบลสระกระโจม ตำบลทะเลบก ตำบลหนองสาหร่าย และตำบลคอนเจดีย์ และหมู่บ้าน 43 หมู่บ้าน

การปกครองส่วนท้องถิ่น มีสุขาภิบาล 2 แห่ง คือ สุขาภิบาลคอนเจดีย์ และสุขาภิบาลสระกระโจม และมีองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ครบทุกตำบล

ระยะทางจากกรุงเทพฯ - สุพรรณบุรีไปยังอำเภอคอนเจดีย์

รถยนต์ สามารถใช้เส้นทางในการเดินทางได้หลายเส้นทาง ใช้เวลาเดินทางจากกรุงเทพฯ ประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง - 2 ชั่วโมงครึ่ง ดังนี้

1. จากกรุงเทพฯ ผ่านอำเภอบางบัวทอง ไปถึงจังหวัดสุพรรณบุรีและเดินทางต่อไปจนถึงอำเภอคอนเจดีย์ ระยะทางประมาณ 138 กิโลเมตร

2. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดปทุมธานี อำเภอลาดหลุมแก้ว ผ่านจังหวัดสุพรรณบุรีและเดินทางต่อไปถึงอำเภอคอนเจดีย์ ระยะทาง 145 กิโลเมตร

3. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผ่านจังหวัดสุพรรณบุรีและเดินทางต่อไปถึงอำเภอคอนเจดีย์ ระยะทางประมาณ 163 กิโลเมตร

4. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดสิงห์บุรี อำเภอเดิมบางนางบวช ผ่านจังหวัดสุพรรณบุรีและเดินทางต่อไปถึงอำเภอคอนเจดีย์ ระยะทางประมาณ 259 กิโลเมตร

5. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดอ่างทอง ผ่านจังหวัดสุพรรณบุรีและเดินทางต่อไปถึงอำเภอคอนเจดีย์ ระยะทางประมาณ 181 กิโลเมตร

6. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดนครปฐม อำเภอกำแพงแสน ผ่านจังหวัดสุพรรณบุรีและเดินทางต่อไปถึงอำเภอคอนเจดีย์ ระยะทางประมาณ 195 กิโลเมตร

รถโดยสารประจำทาง บริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการรถโดยสารประจำทางออกจากสถานีขนส่งหมอชิต ถนนกำแพงเพชร 2 ไปจังหวัดสุพรรณบุรีทุกวัน ทั้งรถธรรมดา และรถปรับอากาศ และมีรถออกจากสถานีส่งสายใต้ถนนบรมราชชนนี ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 20 นาที จากนั้นต่อรถประจำทางในอำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรีไปยังอำเภอคอนเจดีย์ได้ที่แยกแขวงจังหวัด หรือท่ารถแม่ลิ้นแตลาสี่แยกนางพิม

รถไฟ การรถไฟแห่งประเทศไทยมีขบวนรถไฟออกจากสถานีรถไฟหัวลำโพงไปสถานีรถไฟจังหวัดสุพรรณบุรีทุกวัน จากนั้นต่อรถประจำทางในอำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรีไปยังอำเภอคอนเจดีย์ที่หน้าโรงเรียนกรรณสูตศึกษาลัย

ระยะทางจากอำเภอเมืองสุพรรณบุรีไปยังอำเภอคอนเจดีย์

การเดินทางจากอำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี ไปยังอำเภอคอนเจดีย์เป็นระยะทาง 31 กิโลเมตร สามารถเดินทางได้ดังนี้

1. โดยรถยนต์ใช้เวลาประมาณ 20 นาที
2. โดยรถประจำทางสาย 69 ใช้เวลาประมาณ 30 นาที ค่าโดยสาร 15 บาท
3. โดยรถสองแถวคอนเจดีย์ – สระกระโจม ใช้เวลาประมาณ 40 นาที ค่าโดยสาร 15 บาท

15 บาท

ถึงแม้ว่าคนไทยจะมีความภาคภูมิใจในการกระทำยุทธหัตถีของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช พระมหากษัตริย์ผู้ยิ่งใหญ่แล้ว แต่กาลเวลาที่ผ่านไป คนไทยทุกคนยังรำลึกถึงพระคุณของพระองค์ท่านมิรู้ลืม ซึ่งผู้วิจัยในฐานะที่เป็นอนุชนรุ่นหลังและเป็นคนไทยคนหนึ่ง จึงมีความตั้งใจที่จะเสริมสร้างอนุรักษ์ ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่พระเกียรติยศของพระองค์ท่านให้ระบือไกลและให้ซึมซับถึงคุณงามความดีของพระองค์ท่านให้มียุ่ตลอดไป

ภาพที่ 4 พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์



ที่มา : ๔00 ปี ยุทธหัตถ์, 2535 : 1.

ประวัติการค้นพบเจดีย์ยุทธหัตถี

คอนเจดีย์หรือพระเจดีย์ยุทธหัตถี ตั้งอยู่ที่ อำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี จากพระนิพนธ์ของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาเทวัญวิมลอินทนนท์ บอราณคดีเรื่องพระเจดีย์ยุทธหัตถี ทรงกล่าวไว้ในตอนหนึ่งว่า “...เหตุที่จะพบพระเจดีย์ยุทธหัตถินั้น ก็อยู่ข้างแปลกประหลาด ดูเหมือนจะเป็นในปีแรกรัชกาลที่ 6 พระยาปริยัติธรรมดา (แพ ตาละลักษณ) เมื่อยังเป็นทีหลวง ประเสริฐอักษรนิติ ช่วยเที่ยวหาหนังสือไทยฉบับเก่า อันกระจัดกระจายอยู่ในพื้นเมือง ให้หอพระสมุดสำหรับพระนคร

วันหนึ่งไปเห็นยายแก่ที่บ้านแห่งหนึ่งกำลังรวบรวมเอาสมุดไทยลงในกระชูดถามว่าเอาไปไหน แกบอกว่าจะเอาไปเผาไฟทำสมุดสำหรับลวงรัก พระยาปริยัติฯ ขออ่านดูหนังสือในสมุดเหล่านั้น เห็นเป็นหนังสือเรื่องพงศาวดารอยู่เล่มหนึ่ง จึงขอยายแก่เอามาส่งให้ฉันที่หอพระสมุดฯ ฉันเห็นเป็นสมุดเก่าเขียนตัวบรรจงด้วยเส้นรง (มิใช่หรดานที่ชอบใช้กันในชั้นหลัง) พอเปิดออกอ่านก็ประหลาดใจด้วยขึ้นต้นมีบานแผ่นว่า สมเด็จพระนารายณ์มหาราชตรัสสั่งให้รวบรวมจดหมายเหตุต่างๆ แต่งหนังสือพระราชพงศาวดารฉบับนั้น เมื่อ ณ วันพุธ เดือน 5 ขึ้น 12 ค่ำ ปีออกจุลศักราช 1042 (พ.ศ. 2223) แปลกกับหนังสือพระราชพงศาวดารฉบับอื่นๆ ที่มีในหอพระสมุดฯ ฉันจึงให้เรียกว่า “พระราชพงศาวดารฉบับหลวงประเสริฐ” เพื่อเป็นเกียรติยศแก่ผู้ได้มา ... เมื่อฉันอ่านไปถึงตอนสมเด็จพระนเรศวรชนช้าง เห็นในฉบับหลวงประเสริฐว่า พระมหาอุปราชามาตั้งประชุมทัพอยู่ตำบลตระพังกู แล้วมาชนช้างกับสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ที่ตำบลหนองสาหร่าย เมื่อวันจันทร์ เดือนยี่ แรม 2 ค่ำ ปีมะโรง จุลศักราช 954 (พ.ศ.2135) พอเห็นอย่างนั้น ฉันก็นึกขึ้นว่าได้เค้าจะค้นพระเจดีย์ยุทธหัตถีอีกแล้ว รอพอพระยาสุนทรฯ (อี วรรณสูตร ซึ่งภายหลังได้เป็นพระยาสุนทรบุรีฯ สมุหเทศาภิบาลมณฑลนครชัยศรี) เข้ามากรุงเทพฯ

ฉันเล่าเรื่องพระเจดีย์ยุทธหัตถีให้ฟัง แล้วสั่งให้ไปสืบดูว่าตำบลหนองสาหร่ายในแขวงเมืองสุพรรณฯ ยังมีหรือไม่ ถ้ามีให้พระยาสุพรรณฯ ออกไปเองถึงตำบลนั้น สืบถามดูว่า มีพระเจดีย์โบราณอยู่ ณ ที่แห่งหนึ่งแห่งใดบ้าง พระยาสุพรรณฯ ออกไปสืบอยู่ไม่ถึงเดือน ก็มีรายงานบอกมาว่า ตำบลหนองสาหร่ายนั้นยังมีอยู่ ใกล้กับลำน้ำท่าคอย ทางทิศตะวันตกเมืองสุพรรณฯ (คือลำน้ำเดียวกันกับลำน้ำจรเข้สามพัน ที่ตั้งเมืองอุทงตนเอง แต่อยู่เหนือขึ้นไปไกล)

พระยาสุพรรณฯ ได้ออกไปสืบไปที่ตำบลนั้น สืบถามถึงพระเจดีย์โบราณ พวกชาวบ้านบอกว่า มีอยู่ในป่าตรงที่เรียกกันว่า คอนเจดีย์องค์หนึ่ง พระยาสุพรรณฯ ถามต่อไปว่า เป็นพระเจดีย์ของใครสร้างไว้ พวกชาวบ้านตอบว่าไม่รู้ใครสร้าง เป็นแต่ผู้หลักผู้ใหญ่บอกเล่าสืบมาว่าพระนเรศวรฯ กับพระมหาอุปราชชนช้างกันที่ตรงนั้น ก็เป็นอันได้เรื่องที่สั่งให้สืบไป

พระยาสุพรรณฯ จึงให้พวกชาวบ้านพาไปยังดอนเจดีย์ เมื่อแรกไปถึงไม่เห็นพระเจดีย์ อยู่ที่ไหน เพราะต้นไม้ขึ้นปกคลุมพระเจดีย์มิดหมดทั้งองค์ จนผู้นำทางเข้าไปกางเป็นช่องให้มองดู จึงแลเห็นอิฐที่ก่อฐาน รู้ว่าพระเจดีย์อยู่ตรงนั้น ถ้าไม่รู้จากชาวบ้านไปก่อน ถึงใครจะเดินผ่านไปไกลๆ ก็เห็นจะไม่รู้ว่ามีพระเจดีย์อยู่ตรงนั้น

พระยาสุพรรณฯ ระดมคนให้ช่วยกันตัดต้นไม้ที่ปกคลุมพระเจดีย์ออกหมด แล้วให้ช่างฉายรูปพระเจดีย์ส่งมาให้ฉันด้วยกันกับรายงาน สังเกตดู เป็นพระเจดีย์มีฐานทักษิณเป็น 4 เหลี่ยม 3 ชั้น ขนาดทักษิณชั้นล่าง กว้างราว 8 วา แต่องค์พระเจดีย์เหนือฐานทักษิณชั้นที่ 3 ขึ้นไป ปรี๊ดหักพังเสียหมดแล้ว รูปสัณฐานจะเป็นอย่างไร รู้ไม่ได้ ประมาณขนาดสูงของพระเจดีย์เห็นจะราวเท่าๆ กับพระปรางค์ ที่วัดราชบูรณะในกรุงเทพฯ พอฉันเห็นรายงานกับรูปฉายที่พระยาสุพรรณฯ ส่งมา ก็สิ้นสงสัย รู้ว่าพบพระเจดีย์ยุทธหัตถีเป็นแน่แล้ว มีความยินดีแทบเนื้อเต้น รีบนำความกราบบังคมทูลพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ก็ทรงพระปิติโสมนัสตรัสว่า พระเจดีย์ยุทธหัตถีเป็นอนุสาวรีย์ เฉลิมเกียรติของเมืองไทยสำคัญอย่างยิ่งแห่งหนึ่ง ถึงอยู่ไกลไปลำบาก ก็จงเสด็จไปสักการบูชา จึงทรงพรอุดสาหะเสด็จไป เมื่อ พ.ศ. 2456 ด้วยประการฉะนี้” (สมัย สุทธิธรรม, 2539 : 12)

จากข้อความดังกล่าวที่ทรงพระนิพนธ์ไว้นี้ได้แสดงถึงพระปรีชาสามารถที่สมเด็จพระบรมราชาธิบดีฯ พระบิดาแห่งประวัติศาสตร์และโบราณคดีของไทย ได้ทรงมีพระอุดสาหะ สืบเสาะ ศึกษาและค้นคว้า ให้โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ของไทยพระเจดีย์ยุทธหัตถีแห่งนี้ ได้ปรากฏแก่สายตาของอนุชนรุ่นหลังมาจนทุกวันนี้

ความเป็นมาของพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์และการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

เมื่อสมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงมีชัยในการทำยุทธหัตถีแล้ว ได้โปรดฯ ให้สร้างสถูปขึ้นองค์หนึ่ง ณ บริเวณที่ทรงทำยุทธหัตถี เพื่อเป็นอนุสาวรีย์แห่งชัยชนะ และได้ถูกทิ้งร้างมาเป็นร้อยๆ ปี และได้ถูกค้นพบขึ้นมาใหม่อีกครั้งโดยสมเด็จพระบรมราชาธิบดีฯ

จากการค้นพบองค์พระเจดีย์ยุทธหัตถีในครั้งนั้น พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงอุดสาหะเสด็จพระราชดำเนินไปตามป่าดงจากเมืองนครปฐม พร้อมด้วยกองเสือป่า รอนแรมถึง 6 วัน กว่าจะถึงพระเจดีย์ยุทธหัตถี ดอนเจดีย์ เมืองสุพรรณบุรี และได้ทรงพระราชนิพนธ์บทเพลงสรรเสริญพระบารมีขึ้นให้กองเสือป่า ในระหว่างเสด็จไปสุพรรณบุรี เพื่อทรงสักการบูชาองค์พระสถูปยุทธหัตถี และได้ใช้มาจนถึงทุกวันนี้

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชประสงค์ให้บูรณะพระเจดีย์ ยุทธหัตถิ์ขึ้นใหม่ โดยทรงโปรดฯ ให้นายช่างออกแบบเพื่อสร้างเป็นเจดีย์ครอบสถูปองค์เดิม แต่ก็ยังติดด้วยงบประมาณค่าก่อสร้าง จนกระทั่งสิ้นรัชสมัยของพระองค์ เจดีย์ยุทธหัตถิ์จึงถูกทิ้งร้าง ตลอดมา ความหวังที่ประชาชนจะได้เห็นสิ่งที่เป็นศรีสง่าของประวัติศาสตร์ไทยได้รับการบูรณะ ก็เป็นอันว่าค่อยๆ จางหายไป

ต่อมาในปี พ.ศ. 2495 ทางกองทัพบกได้มีการประชุมปรึกษาหารือกันที่จะบูรณะเจดีย์ ยุทธหัตถิ์ จึงได้ตั้งคณะกรรมการดำเนินการบูรณะเจดีย์ยุทธหัตถิ์ขึ้น โดยได้รับความร่วมมือและ สนับสนุนจากข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ตลอดจนประชาชน โดยทั่วไปอย่างน่าปลาบปลื้ม รัฐบาลได้มีมติ ให้ดำเนินการบูรณะอนุสรณ์ดอนเจดีย์ในวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2495 ซึ่งเป็นเวลาที่ห่างจาก พระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวถึง 39 ปี ในการบูรณะครั้งนี้ได้ตกลงจะ สร้างสถูปเจดีย์ครอบซากเจดีย์องค์เดิมและสร้างอนุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราชด้วย

แบบเจดีย์ที่จะสร้างนั้นได้มอบให้คณะกรรมการชุดหนึ่งพิจารณาจากเดิมและจาก ลักษณะสถาปัตยกรรมในสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ได้พร้อมกันลงความเห็นสร้างเป็นเจดีย์ แบบลังกาทรงกลม กว้าง 36 เมตร สูง 66 เมตร ส่วนอนุสาวรีย์นั้นตกลงสร้างเป็นพระรูปสมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงพระคชาธารออกศึก หล่อด้วยทองสัมฤทธิ์ประดิษฐานอยู่บนแท่น ส่วนฐานข้างล่างทั้งสองข้างทำเป็นภาพประวัติศาสตร์ตอนทรงทำยุทธหัตถิ์ และตอนประกาศ อิศรภาพ มีฐานกว้าง 15.30 เมตร ยาว 25.55 เมตร สูง 9 เมตร ตัวอนุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวร มหาราชหล่อด้วยทองสัมฤทธิ์ มีขนาดกว้าง 2.90 เมตร ยาว 5.45 เมตร สูง 7 เมตร กรมศิลปากร ได้เริ่มงานเมื่อวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2498 และได้ประกอบพิธีวางศิลาฤกษ์ สร้างอนุสาวรีย์และ ทำการสร้างแท่นฐานอนุสาวรีย์ เมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2499 นอกจากนี้ยังได้สร้างรั้วล้อม ยุทธหัตถิ์องค์เจดีย์ องค์พระสถูปเจดีย์ และอนุสาวรีย์ สร้างศาลาพักร้อน สร้างภาพพระราชประวัติ ของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเป็นภาพสีน้ำมัน เพื่อให้ประชาชนผู้เข้าไปชมซากองค์เจดีย์องค์เดิม ได้ชื่นชมภาพพระราชประวัติ ซึ่งแขวนอยู่กับผนังองค์เจดีย์องค์ใหม่ซึ่งสร้างครอบองค์เดิมอยู่ การบูรณะในครั้งนี้ได้ใช้จ่ายไปทั้งสิ้น 6,941,764.18 บาท (หกล้านเก้าแสนสี่หมื่นหนึ่งพันเจ็ดร้อย หกสิบสี่บาทแปดสิบสตางค์)

เมื่อทำการบูรณะเสร็จเรียบร้อย ทางราชการจึงได้ประกอบพิธีเปิดและฉลองพระบรม ราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช โดยกราบบังคมทูลเชิญพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภูมิพลอดุลยเดชมหาราชและสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ เป็นองค์ประธานเสด็จ พระราชดำเนินมาวางสรวงและทรงประกอบพิธีเปิดพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวร

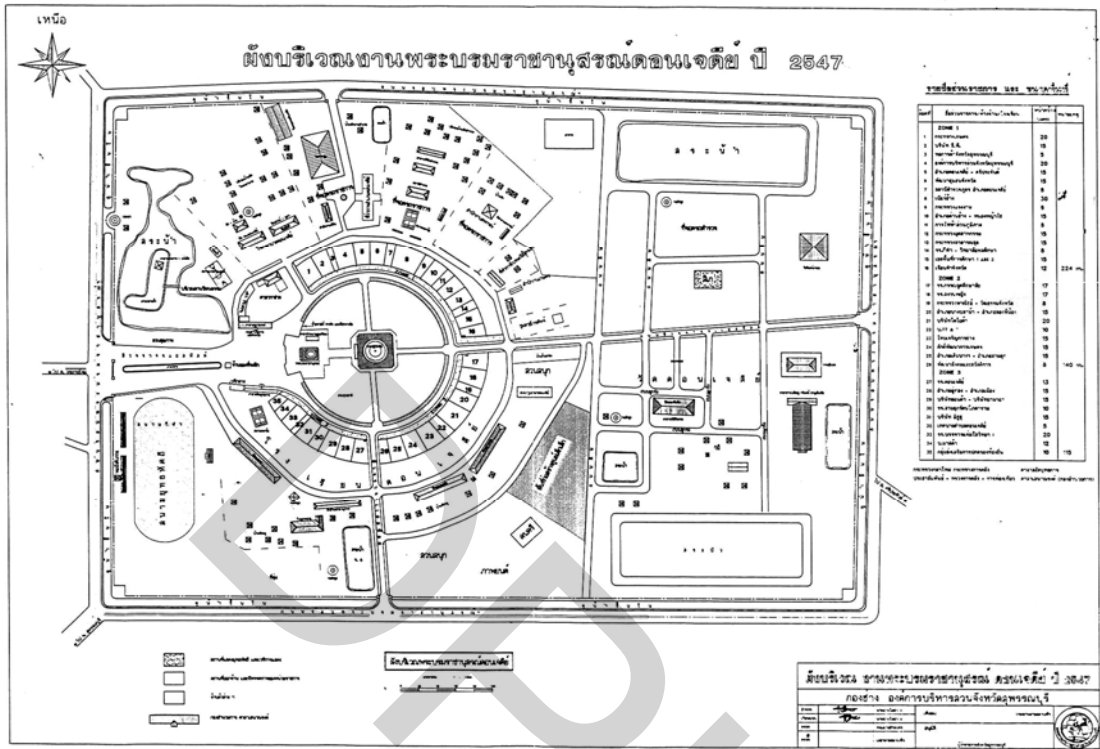
มหาราชเมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2502 นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาทางราชการได้กำหนดวันที่ 25 มกราคมของทุกปีเป็นวันรัฐพิธีถวายสักการะพระบรมราชานุสาวรีย์ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช และเป็นวันกองทัพไทย พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ หรือผู้แทนพระองค์ จะเสด็จพระราชดำเนิน มาถวายราชสักการะพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราชเป็นประจำทุกปี

สมัยผู้ว่าราชการจังหวัด นายสนิท วิไลจิตร นายบุรี พรหมจักรโน ได้จัดตั้งคณะกรรมการ 7 อำเภอ เพื่อจัดงานเฉลิมฉลองสมโภชอนุสรณ์ดอนเจดีย์เป็นเวลา 7 วัน 7 คืน ครั้งแรกเมื่อวันที่ 28 มกราคม 2487 ในสมัยนั้นการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ครั้งแรกถือเป็นการเริ่มต้นเป็นปฐมฤกษ์ ให้มีการจัดงานประเพณี อนุสรณ์ดอนเจดีย์โดยจัดให้มีการแข่งขันกีฬาต่างๆ และมีมหรสพ เพื่อเป็นการรื่นเริงและสมโภชน์พระเจดีย์ยุทธหัตถี เวลาจัดให้มีการจุดดอกไม้เพลิง

ต่อมาได้มีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ใน พ.ศ. 2524 โดยนายจรินทร์ กาญจโนมัย ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรีในสมัยนั้นได้เสนอแนวความคิดที่จะให้ทางจังหวัดสุพรรณบุรีมีการจัดการแสดงยุทธหัตถีประกอบแสงเสียง เพื่อน้อมรำลึกถึงการกระทำยุทธหัตถีของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ซึ่งเป็นเหตุการณ์ครั้งสำคัญในประวัติศาสตร์ชาติไทย โดยเริ่มจากการแสดงละครประวัติศาสตร์ตอนสงครามยุทธหัตถี มีช่างจริงร่วมขบวนศึกด้วย กระทั่งปี พ.ศ. 2529 ได้มีการปรับปรุงการแสดงครั้งยิ่งใหญ่ คือเป็นการแสดงยุทธหัตถีประกอบแสงเสียงที่สมบูรณ์แบบจนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 91 ปี แล้ว

ปัจจุบันกำหนดการเฉลิมฉลองงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์จัดขึ้นระหว่างวันที่ 23 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ เป็นประจำทุกปี เพื่อเทิดพระเกียรติในวีรกรรมอันยิ่งใหญ่ของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ที่ได้ทรงกอบกู้เอกราชของชาติไทยไว้ตราบนานเท่านาน

ภาพที่ 5 แผนผังบริเวณงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547



ที่มา : องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี, 2547 : 5.

งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

ดังที่ ได้กล่าวมาแล้วว่า พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ ในตำบลดอนเจดีย์ อำเภอ ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นสถานที่สำคัญแห่งหนึ่งทางประวัติศาสตร์ ที่ได้มีการกล่าวขาน กันมากที่สุดตั้งแต่โบราณกาลมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน จึงนับว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดสนใจ ของประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรีและที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับจังหวัดสุพรรณบุรี ตลอดจนประชาชนที่อยู่ห่างไกลออกไปได้มาสักการะพระองค์ท่าน ด้วยเหตุนี้จังหวัดสุพรรณบุรี จึงได้จัดให้มีงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ขึ้นมาเป็นงานประจำปีที่จัดขึ้นในวันที่ 23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ ของทุกปีเพื่อเป็นการเฉลิมฉลองและเทิดพระเกียรติวีรกรรมแด่สมเด็จพระนเรศวร มหาราช ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์มีการตกแต่งประดับประดาด้วยไฟสว่างไสวสวยงาม ผู้คนจากทั่วทุกสารทิศพากันเดินทางมาสักการะอนุสรณ์ดอนเจดีย์กันอย่างมากมาย นอกจากนี้ ภายในงานยังจัดให้มีการแสดง การประกวดธิดาดอนฯ การออกร้านซึ่งมีทั้งของหน่วยงานราชการ

และเอกชน ตลอดจนการจัดนิทรรศการของหน่วยงานราชการต่างๆ มากมาย สิ่งสำคัญที่สุดที่เป็นจุดเด่นของงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ คือ การแสดง แสง สี เสียงจำลองประวัติศาสตร์ในสงครามยุทธหัตถี ตอนสมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงกระทำยุทธหัตถีกับสมเด็จพระมหาอุปราชา โดยมีการแสดงชนช้างและสู้รบอย่างเหมือนจริง เพื่อสร้างความเข้าใจให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกสนุกสนาน ตื่นเต้น ฯลฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ทราบถึงประวัติ ความเป็นมาและเหตุการณ์ครั้งสำคัญของชาติไทยในอดีตได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และเพื่อเป็นการส่งเสริมงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ให้รู้จักและแพร่หลายมากขึ้น ทางจังหวัดสุพรรณบุรี ได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นในการนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ควรรได้เข้ามาช่วยในการเผยแพร่การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ในครั้งนี้ด้วย

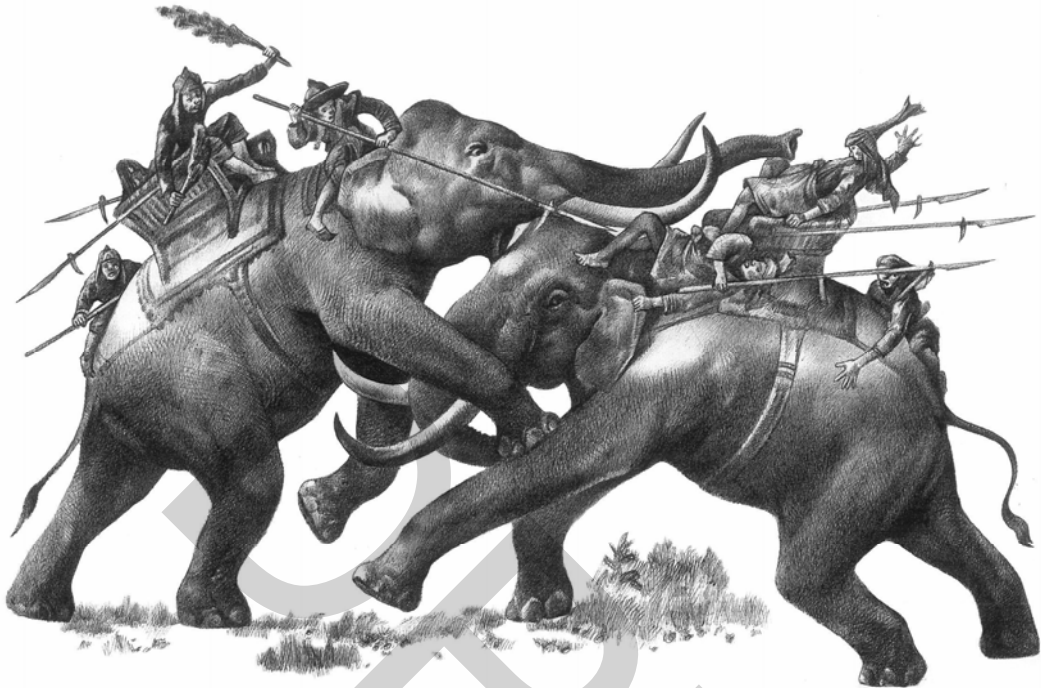
รูปแบบการประชาสัมพันธ์งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

ฝ่ายประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีได้ทำหน้าที่ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์โดยจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านรูปแบบกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

ก่อนจัดงาน ได้กำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ เชิญชวนให้ประชาชนทั่วไปทราบและมาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ให้มากขึ้น โดยจัดทัศนศึกษาให้แก่เยาวชน ร่วมกิจกรรมกับท้องถิ่น พิมพ์เอกสารข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ เช่น เอกสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของจังหวัดสุพรรณบุรี จัดทำป้ายโปสเตอร์โฆษณาทุกชนิด แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ป้ายคัทเอาท์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ นอกจากนี้ยังได้มีการให้บริการข่าวสารในวันหยุดแก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอนุสรณ์ดอนเจดีย์ มีการร่วมประชุมกับหน่วยงานราชการต่างๆ เชิญสื่อมวลชนส่วนกลางมาเยือนพื้นที่ๆรับผิดชอบ ตลอดจนจัดแถลงข่าวการจัดงานเพื่อให้สื่อมวลชนทุกประเภทสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์การจัดงานได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ ฯลฯ ก่อนถึงวันงาน

วันงาน จัดให้มีการประชาสัมพันธ์แก่ผู้มาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ได้ทราบถึงกิจกรรมต่างๆ นอกจากนี้ยังได้จัดนิทรรศการ และการบรรยายให้ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว มีการจัดพิธีกรประจำกองอำนาจการ พิธีกรบนเวทีกลาง และพิธีกรประชาสัมพันธ์ บริเวณที่ขายบัตรชมงานการแสดงยุทธหัตถี ตลอดจนประชาสัมพันธ์สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มาเที่ยวชมงาน รวมทั้งจัดทำป้ายติดตั้งภายในบริเวณงานและจัดทำเอกสารคู่มือประชาสัมพันธ์การจัดงานแจกจ่ายให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

ภาพที่ 6 สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทรงกระทำยุทธหัตถีกับพระมหาอุปราชา



“แดนยุทธหัตถี ลีลาชยุทธ วันนั้นของบรรพบุรุษ คือวันนี้ของเรา”

ที่มา : ๔00 ปี ยุทธหัตถี, 2535 : 2.

เหตุผลที่ศึกษาเรื่องนี้

ปัจจุบันมีคนไทยจำนวนไม่น้อยที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องความเป็นมาของชนชาติไทยทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี มานุษยวิทยา และวิทยาศาสตร์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เราเกิดความเข้าใจในความเป็นมาของตัวเองดีขึ้น

ตามที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชปรารภว่าสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเป็นวีรมหाराชผู้ทรงพระคุณแก่ประเทศไทยอย่างใหญ่หลวง จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้มีการบำเพ็ญพระราชกุศล และบวงสรวงอุทิศถวาย ณ สถานที่สำคัญอันเนื่องด้วยพระราชประวัติเพื่อประกาศเกียรติคุณ โดยกตัญญูกตเวทิตาธรรม เป็นประจำมาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๐๕

คำประกาศพระเกียรติคุณที่อ่านในการทรงบำเพ็ญพระราชกุศลดังกล่าวนี้ มีเนื้อความแสดงพระราชประวัติและพระราชวีรกรรม อันประกอบด้วยสารัตถประโยชน์ และน้อมนำใจให้ผู้ได้อ่านได้ฟังระลึกถึงเกียรติประวัติของชาติไทยในอดีตสมัยครั้งนั้น ทำให้เกิดความภาคภูมิใจและมีความรักชาติ ซึ่งพระราชวีรกรรมอันยิ่งใหญ่ของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช คือ สงครามยุทธหัตถี พุทธศักราช ๒๑๓๕ ซึ่งมีความสำคัญต่อพระองค์และต่อประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง เพราะประเทศทางภาคตะวันออกเฉียงใต้เป็นคติมาแต่โบราณกาลมาว่า การชนช้างเป็นวีรกรรมสุดยอดของกษัตริย์ ด้วยการต่อสู้กันระหว่างกษัตริย์เพียงสองพระองค์ การชนะหรือแพ้ขึ้นอยู่กับความชำนาญในการจับบังคับช้างอย่างหนึ่งและฝีมือในการใช้อาวุธอีกอย่างหนึ่ง ดังนั้นฝ่ายที่กระทำยุทธหัตถีได้ชัยชนะจึงถือว่าเป็นพระเกียรติยศอย่างสูงสุด แม้ฝ่ายแพ้ก็นับยังได้รับการสรรเสริญว่าเป็นนักรบมิได้ด้อยเลย ดังนั้นสมเด็จพระนเรศวรมหาราชจึงทรงได้รับพระเกียรติ เป็น “วีรกษัตริย์” จากชัยชนะในยุทธหัตถีครั้งนี้อย่างสมบูรณ์ นอกจากนั้นยังเป็นคุณประโยชน์แก่ประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากทำให้กษัตริย์ประเทศต่างๆ ที่เป็นศัตรูกับกรุงศรีอยุธยา ต่างเกรงขามในพระบารมีสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ไม่กล้ายกกองทัพมารุกรานกรุงศรีอยุธยาเป็นเวลานานถึง ๑๕๐ ปี และกองทัพไทยก็ยกออกไปทำสงครามภายนอกประเทศ เผ่าราชอาณาเขตออกไปกว้างขวางมากที่สุด ในประวัติศาสตร์ชาติไทย

ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญของประวัติศาสตร์ไทยเกี่ยวกับสงครามยุทธหัตถีของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเป็นอย่างยิ่ง ที่ควรนำมาศึกษาด้านการจัดงานเพื่อระลึกถึงพระองค์ท่าน โดยมีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจแก่บุคคล โดยเฉพาะกับคนไทยเอง เพื่อเป็นการกระตุ้นและย้ำเตือนให้คนไทยเห็นถึงคุณค่าของความเป็นไทยและช่วยกันอนุรักษ์ไว้ซึ่งโบราณสถานโบราณวัตถุต่างๆ เพื่อเป็นมรดกสืบทอดไปถึงรุ่นลูกและรุ่นหลานต่อไป ให้สมกับคำที่กล่าวว่า “แดนยุทธหัตถี ลีลาชยุทธ วันนั้นของบรรพบุรุษ คือวันนี้ของเรา”

ดังจะเห็นได้ว่างานประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยสื่อเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ประสบผลสำเร็จโดยประชาชนจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องชัดเจนและตรงกับความต้องการ โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ ที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ได้ทำการประชาสัมพันธ์ออกไป ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากแก่นักท่องเที่ยว เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและเป็นสื่อที่สามารถจูงใจในการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

ดังนั้นในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547” ผู้วิจัยต้องการทราบถึงการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ ที่มีส่วนช่วยให้เกิด ประสิทธิภาพการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เป็นตัวกลาง โน้มน้าวใจและเป็นตัวกระตุ้นในการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 และชมโบราณสถาน โบราณวัตถุ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547

ปัญหาวิจัย

1. การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 เป็นอย่างไร
2. ประสิทธิภาพของการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 เป็นอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547” มุ่งศึกษาเฉพาะการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ณ ตำบลดอนเจดีย์ อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี
2. การศึกษามุ่งเฉพาะกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ทั้งหน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชน ทั้งส่วนกลาง ส่วนท้องถิ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวตลอดจนพ่อค้า/แม่ค้า
3. ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาประมาณ 9 เดือน

นิยามศัพท์

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การวางแผน / แนวทาง / วิธีการ ที่ได้มีการกำหนดไว้ อย่างเป็นระเบียบและมีแบบแผนที่ชัดเจนของหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ของภาครัฐ หรือ ภาคเอกชน

ประสิทธิผล หมายถึง ผลจากการเปิดรับข่าวสารของประชาชนทั่วไปผ่านสื่อ ประชาสัมพันธ์ของจังหวัดสุพรรณบุรีและสื่อระดับชาติ และทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความ นิยมชมชอบ ซึ่งก่อให้เกิดการตัดสินใจเข้ามาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547

การท่องเที่ยว หมายถึง การที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวภายในสถานที่ต่างๆ ใน ประเทศและในจังหวัดต่างๆ

อนุสรณ์ หมายถึง ที่ระลึก

งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ หมายถึง งานที่จัดขึ้นเพื่อรำลึกถึงพระมหากษัตริย์คุณของ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ที่มีพระคุณต่อแผ่นดิน ทำให้คนไทยดำรงอยู่ได้จนถึงปัจจุบันนี้ งานนี้ ได้จัดขึ้นระหว่างวันที่ 23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ ของทุกปี

การส่งเสริม หมายถึง การผลักดัน / กระตุ้น ความรู้สึกให้เกิดกับประชาชนทั่วไปมา ท่องเที่ยวโดยเฉพาะงานท่องเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ และงานสำคัญๆ ที่จัดให้มีขึ้นใน จังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้จัดงาน หมายถึง บุคคลและหน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการจัด งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาปรับปรุงและเลือกที่จะใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับจังหวัดให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อนำความรู้ที่ได้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์จังหวัด สุพรรณบุรีไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ทางจังหวัดสุพรรณบุรีต่อไป
3. เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานต่างๆ ได้ศึกษาและนำไปใช้ในการวางแผนการ ประชาสัมพันธ์ให้เกิดประโยชน์ต่อไป
4. ผลการวิจัยจะทำให้ได้ทราบถึงการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ให้มีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น

DRU

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547” ผู้วิจัยได้กำหนดแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ในแนวคิดหลัก เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งในแต่ละทฤษฎีและแนวคิด มีรายละเอียดที่เป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)
2. แนวคิดการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)
3. แนวคิดการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)
4. แนวคิดที่ว่าด้วย “สื่อ” (Media)
5. แนวคิดสื่อประเพณี (Traditional Media)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)

การท่องเที่ยว หมายถึง การพักผ่อนอย่างหนึ่งที่ช่วยลดความตึงเครียดพร้อมๆ กับช่วยเพิ่มความรู้ (วรรณฯ ศิลปอาชา, 2544 : 25)

การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ (ปรีชา แดงโรจน์, 2544 : 29)

คำว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) ได้มีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมาย โดยเฉพาะในความหมายที่แท้จริงของการท่องเที่ยวที่เป็นสากล ซึ่งองค์การท่องเที่ยวโลกได้บัญญัติขึ้น (องค์การท่องเที่ยวโลก เป็นเครื่องมือหนึ่งขององค์การสหประชาชาติ เรียกว่า World Tourism Organization หรือ WTO) หมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการ คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งรกรากอยู่ประจำ (Temporary)

2. การเดินทางนั้น เป็นไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเองไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ (Voluntary)

3. เป็นการเดินทางที่ไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้ามาหารายได้ แต่มาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเข้ามาเพื่อศึกษาและเรียนรู้ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมหรือมาเพื่อประชุมสัมมนาติดต่อธุรกิจ ตลอดจนเยี่ยมชมอุทยานที่นื่อง (นิคม จารุมณี, 2544 : 1)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงได้แก่ ธุรกิจด้านการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจด้านที่พัก และร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจการค้าของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้จะขายและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงและยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรม การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น ซึ่งธุรกิจต่างๆ เหล่านี้ก็จะนำมาซึ่งรายได้เข้าสู่ประเทศ และเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ส่วนภูมิภาค ช่วยให้ประชาชนมีอาชีพมีรายได้เป็นของตนเองด้วย

นอกจากจะประกอบด้วยธุรกิจประเภทต่างๆ ข้างต้นแล้วส่วนประกอบอย่างหนึ่งที่สำคัญ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) หรือแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนาน และเพิ่มพูนความรู้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกตามลักษณะและ ความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึง สภาพทางกายภาพของธรรมชาติที่มีความสวยงามหรือน่าสนใจ เช่น ภูเขา ป่าไม้ แม่น้ำ ลำธาร ทะเลสาบ อุทยานแห่งชาติ ถ้ำ หาดทราย ทะเล เกาะแก่ง ฯลฯ

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา หมายถึงสิ่งต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้นตามวัตถุประสงค์ และเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกของอดีตและที่ได้สร้างขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะเป็นวัตถุ พื้นที่ หรือสิ่งก่อสร้าง แต่มีผลดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น อนุสรณ์สถาน เมืองโบราณ ศาสนสถาน พระราชวัง โบราณวัตถุสถานพิพิธภัณฑสถานกำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ อุทยานประวัติศาสตร์ ฯลฯ

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภท ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และการประพฤติปฏิบัติที่ยึดถือสืบทอดกันต่อมา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อาทิ สภาพชีวิตที่อยู่ ริมแม่น้ำลำคลอง ความเป็นอยู่ ตลาดน้ำ เรือนแพ หมู่บ้านชาวเขา ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก งานเทศกาล

ประเพณีต่างๆ การฟ้อนรำ ศิลปการแสดง สินค้าพื้นเมือง ฯลฯ (ศูนย์วัฒนธรรม สุโขทัย, 2537 : 155)

จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภทข้างต้นนี้ จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวครบทั้ง 3 ประเภทไม่ว่าจะเป็น อนุสรณ์คองเจดีย์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอู่ทอง เขื่อนกระเสียว สวนนกท่าเสาดี ศิลปการแสดงเพลงอีแซวที่มีกำเนิดจากที่นี่ นอกจากนี้ บรรดาศิลปินนักร้องที่มีชื่อเสียงทั้งในอดีตและปัจจุบันหลายคน ล้วนเป็นคนสุพรรณบุรีเป็นส่วนมาก เช่น ไหวพจน์ เพชรสุพรรณ พุ่มพวง ดวงจันทร์ ฯลฯ

แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทใดก็ตาม จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวได้มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. **ความสามารถในการดึงดูดใจ** ความสามารถในการดึงดูดใจของทรัพยากร การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวไปเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวนั้น แตกต่างกันไปแต่ละคนหรือกลุ่มคน หรือแต่ละชนชาติ ฯลฯ สิ่งดึงดูดใจอาจจะเป็นศิลปวัฒนธรรม โบราณวัตถุสถาน งานแสดงสินค้า เป็นต้น

2. **สิ่งอำนวยความสะดวก** สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งสำคัญหรือปัจจัยที่จะบันดาลให้สถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง อยู่ในความนิยมของนักท่องเที่ยวปัจจัยต่างๆ เหล่านี้คือ โรงแรมที่พัก ราคาห้องพัก การกระจายตัวของที่พัก สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ จำนวนร้านค้า สถานบริการ ฯลฯ ร้านอาหาร คอฟฟี่ช็อป สถานเริงรมย์ สถานที่แลกเปลี่ยนเงินตราระบบไฟฟ้า

3. **การเข้าถึงจุดท่องเที่ยว** หรือศูนย์กลางของการท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทาง หรือโครงข่ายการคมนาคม ซึ่งจะต้องมีอย่างพร้อมเพียงในแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์กลางของการท่องเที่ยว จุดท่องเที่ยวต่างๆ ฯลฯ ตลอดทั้งจะต้องสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างพื้นที่ หรือบริเวณใกล้เคียง หรือเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทุกรูปแบบ (วินิจ วีระยางกูร, 2533 : 71)

จากปัจจัยต่างๆ ข้างต้นเหล่านี้ มีส่วนในการสนับสนุน ผลักดัน ให้บุคคลเกิดความ ต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง นอกจากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวแล้ว การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอาจจะเกิดจากการมุ่งหวัง 4 ประการนี้

1. มุ่งหวังทางกาย คือ มุ่งเดินทางเพื่อพักผ่อนทางร่างกาย การแสดงกีฬาตลอดจนรักษาสุขภาพ

2. มุ่งหวังทางด้านศิลปวัฒนธรรม คือ ความต้องการหาความรู้เกี่ยวกับ คนตรี ศาสนา ตลอดจนถึงกิจกรรมวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ

3. มุ่งหวังในมิตรภาพ คือ การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อนหรือเพื่อคบเพื่อนใหม่ๆ
4. มุ่งหวังทางฐานะและชื่อเสียงเกียรติยศ คือ ต้องการพัฒนากุศลส่วนตัว เช่น การไปประชุม ไปทำธุรกิจ ไปศึกษาและไปทำอะไรต่างๆ ในยามว่าง เป็นต้น

การท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวที่มีจุดหมายปลายทางแน่นอน (Destination Tourism) การท่องเที่ยวที่มีจุดหมายปลายทางแน่นอน หมายถึง นักเดินทางที่มีแผนการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางโดยตรงจากบ้านหรือที่พักของผู้เดินทาง พักค้างคืนหลายคืนหรือหลายสัปดาห์ แล้วเดินทางกลับบ้าน โดยตรงทันทีไม่แวะไปที่อื่นๆ

2. การท่องเที่ยวแบบผ่านทาง (Transit Tourism) การท่องเที่ยวแบบผ่านทางเป็นการท่องเที่ยวหลักประเภทหนึ่ง ซึ่งนักท่องเที่ยวมักเดินทางโดยยานพาหนะ เช่น รถยนต์ รถโดยสาร และรถไฟ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยี่ยมเพื่อนหรือญาติเป็นจุดหมายหลัก ความต้องการส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็คือ โรงแรมที่พัก ภัตตาคาร ฯลฯ นักเดินทางท่องเที่ยวเหล่านี้จะมีการปรับเปลี่ยน และยืดหยุ่นรายการท่องเที่ยวเพื่อการขึ้นชมกับธรรมชาติ บางครั้งอาจออกเส้นทางหลักเพื่อแวะชมอุทยานประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม ศูนย์วัฒนธรรมท้องถิ่น ความงดงามของธรรมชาติหรือแม้แต่แหล่งบันเทิงต่างๆ ที่มนุษย์จัดสร้างขึ้น (ปรีชา แดงโรจน์, 2544 : 32)

จะเห็นได้ว่าบุคคลย่อมไปท่องเที่ยวได้ทุกโอกาสถ้ามีเหตุจูงใจอันสมควรและสำหรับงานวิจัยนี้ บุคคลหรือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี อาจมีการเดินทางมาโดยมุ่งหวังต้องการชมและศึกษาเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชาติไทย โดยมีเหตุจูงใจในเชิงวัฒนธรรม คือเดินทางมาเพื่อชมอนุสรณ์สถาน ที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ของชาติไทยหรืออาจมีเหตุจูงใจเพื่อการศึกษาหาความรู้ หรือเพื่อความสนุกสนานก็เป็นได้ แต่ไม่ว่าการเดินทางมานั้นจะด้วยความมุ่งหวังหรือเหตุจูงใจอะไรก็ตาม การเดินทางนั้นก็เป็นการช่วยในเรื่องของการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมตลอดจนรายได้ของประเทศชาติได้เช่นเดียวกัน

แนวคิดด้านประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

คำว่า “การประชาสัมพันธ์” หมายถึง การสื่อสารที่โน้มน้าวใจโดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ หรืออาจกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อ

เผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็นขององค์กรไปยังสาธารณชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น เพื่อเป็นการสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริงให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย (ลักษณะ สตะเวทิน, 2540 : 5)

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารขององค์กรเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน โดยการเสนอข่าวสาร การสร้างกิจกรรมให้เป็นข่าวสาร การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หรือการแสดงความปรารถนาดีต่อประชาชน ในฐานะที่เป็นผู้มีส่วนร่วมกันอย่างสันติสุข และเกื้อกูลผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้จะนำไปสู่ทัศนคติในเชิงบวกหรือภาพพจน์ที่น่านิยมนขององค์กรและไปสู่พฤติกรรมร่วมที่มีคุณค่าต่อสังคม (สมควร กวียะ, 2540 : 212)

จากความหมายที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ไว้ พอสรุปได้ว่า

การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เป็นการดำเนินงานอย่างมีแผนงานของสถาบันหรือองค์กร เพื่อถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนข่าวสารข้อมูลไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ในลักษณะของการชักชวน หรือโน้มน้าวใจให้บุคคลเชื่อหรือกระทำในสิ่งที่สถาบันหรือองค์กรต้องการ อันจะนำมาซึ่งความเข้าใจอันดี และก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จะเป็นไปในลักษณะการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์ ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจตลอดจนการสนับสนุนจากประชาชน และการที่ประชาชนจะให้ความร่วมมือสนับสนุนเพียงใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับความสามารถในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของสถาบัน หรือองค์กรที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้น

หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีหลักใหญ่ ๆ ที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ คือ การบอกกล่าวให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงานหรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่ง ดังกล่าว ซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวองค์กรสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก เข้าใจและเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์กร การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีจุดมุ่งหมายไปในด้านการแจ้งให้ทราบ และในด้านการให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชน

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การป้องกันการเข้าใจผิดถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขภายหลัง ฉะนั้นการป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้

3. การสำรวจประชามติ หลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่ง คือ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่าประชามติ จะต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งใด ตลอดจนทำที่ต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์กร ซึ่งจะได้ทราบจากการสำรวจประชามติเพื่อองค์การสถาบันจะสามารถตอบสนองสิ่งต่างๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน (ลักษณะเวที, 2540 : 9)

วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์มีดังนี้

1. เพื่อสร้างค่านิยม (Goodwill) คือสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน สร้างความนิยมชมชอบโดยการเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจ อันจะเป็นหนทางให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสศรัทธา

2. เพื่อป้องกันชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย (Reputation) คือการพัฒนาปรับปรุง แก้ไขพฤติกรรม ระเบียบและวิธีการปฏิบัติต่างๆ ที่จะก่อให้เกิดความไม่พอใจหรือความไม่สะดวกใจแก่ประชาชน หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดี ให้ประชาชนเกิดความนิยมชมชอบนั่นเอง

3. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องบนพื้นฐานของความจริงและความชอบธรรม และความร่วมมือสนับสนุนที่เกิดจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะเกิดขึ้นด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง มีเหตุผลไม่ใช่เกิดขึ้นเพราะการจูงใจด้วยกลลวง

อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์ของสถาบันนั้นจะประสบผลสำเร็จตามความมุ่งหมายอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลได้ก็ต่อเมื่อได้มีการวางแผนการดำเนินการประชาสัมพันธ์และเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินประชาสัมพันธ์ (Scott M.Cutlip and Allen H.Center)

กระบวนการประชาสัมพันธ์นั้น ประกอบด้วยการดำเนินงาน 4 ขั้นตอน คือ

1. **การวิจัย – รับฟัง (Research – Listening)** เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นการตรวจสอบประชมติ ทักษะคติ ตลอดจนปฏิกิริยาของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ต่อนโยบายของสถาบัน

2. **การวางแผนการตัดสินใจ (Planning – Decision Marking)** เป็นขั้นตอนที่จะนำเอาข้อมูลเกี่ยวกับ ประชมติ ทักษะคติ ฯลฯ ของประชาชนมาวิเคราะห์แล้วตัดสินใจว่า อะไรเป็นสิ่งที่ควรแก้ไข อะไรเป็นสิ่งที่ควรทำต่อไป

3. **การติดต่อสื่อสาร – การปฏิบัติ (Communication – Action)** เป็นขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารกับประชาชน โดยใช้เครื่องมือหรือเพื่อการสื่อสาร ตลอดจนวิธีการสื่อสารต่างๆ เข้ามาช่วยในการดำเนินงานเพื่อให้ได้ประสิทธิผลมากที่สุด เป็นการกำหนดประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนขึ้นและในการติดต่อสื่อสารนี้จะยังก่อให้เกิด การสร้างหรือเปลี่ยนความคิดเห็นของกลุ่ม ประชาชนให้เป็นไปได้ในทางที่เป็นผลดีต่อองค์กร

4. **การประเมินผล (Evaluation)** เป็นขั้นตอนสุดท้ายเพื่อตรวจสอบหรือวัดผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ว่าที่ได้กระทำลงไปแล้วนั้น ได้ผลมากน้อยแค่ไหนเพียงใด คุ่มค่ากับค่าใช้จ่าย และเวลาที่เสียไปหรือไม่ เป็นการหาข้อบกพร่องและนำไปสู่การวางแผนเพื่อการดำเนินงานในครั้งต่อไป

กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาแล้วนับว่ามีความสำคัญเท่าเทียมกันและจะเกี่ยวพันกันเป็นลูกโซ่ ดังเช่นงานวิจัยนี้ที่ศึกษาการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 โดยจังหวัดสุพรรณบุรีได้จัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์สู่ประชาชนในกระบวนการประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนของกรวิจัยและรับฟัง ซึ่งได้แก่การมีนักท่องเที่ยวยาวไทยให้ความสนใจที่จะเข้ามาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรีมากขึ้น ซึ่งดูได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ว่ามีมากน้อยเพียงใด ซึ่งถ้านักท่องเที่ยวเดินทางมาน้อย ก็อาจเกิดจากสื่อการประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นโดยจังหวัดสุพรรณบุรี ส่งมายังประชาชนนั้นประชาชนไม่ได้รับหรือได้รับแต่เป็นสิ่งที่น้อยมาก ทำให้ไม่เกิดการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรีได้ หรือการประชาสัมพันธ์นั้นๆ ไม่เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ฯลฯ เป็นต้น ในกรณีที่ทราบว่าการประชาสัมพันธ์ที่ส่งไปยังประชาชน ไม่ค่อยสัมฤทธิ์ผลอันเนื่องมาจากการสื่อสารไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ก็จำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ใหม่ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นต้น และเมื่อมีการวางแผนการตัดสินใจแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือ การติดต่อสื่อสารและการปฏิบัติ ขั้นตอนนี้จะต้องใช้เครื่องมือ หรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ หรือส่งข่าวสารข้อมูลนั้นไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ประชาชนได้ทราบถึงกิจกรรมที่ทาง

จังหวัดจัดขึ้นและเกิดความต้องการที่จะมาเที่ยวในที่สุด โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อนี้จะต้องคำนึงถึงช่วงเวลา ฯลฯ เป็นสำคัญด้วย และสุดท้ายเมื่อการประชาสัมพันธ์นั้นถูกส่งไปยังประชาชน ก็ต้องมีการประเมินผลหรือตรวจสอบว่า ข่าวสารข้อมูลที่ประชาชนได้รับจากสื่อการประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นโดยจังหวัดสุพรรณบุรี นั้น สัมฤทธิ์ผลมากหรือน้อยแค่ไหน เพียงใด ซึ่งในงานวิจัยนี้ ก็จะได้ทำการประเมินผลในส่วนนี้ ในเรื่องของ การได้รับข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ โดยผ่านสื่อการประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นโดยจังหวัดสุพรรณบุรี ว่าสื่อ นั้น เข้าถึงและมีประสิทธิภาพเพียงใดต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเมื่องานวิจัยสำเร็จเสร็จสิ้นลง ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ก็สามารถนำสิ่งที่ได้จากการประเมินผลในส่วนของงานวิจัยนี้ นำไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไข กระตุ้นข้อบกพร่อง เพื่อนำไปสู่การวิจัยวางแผนการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ได้ต่อไป และเพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเข้ามาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรีมากยิ่งขึ้นด้วย

เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การสถาบันหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง สิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกระทำ คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจหน่วยงานหรือองค์การสถาบันอย่างถูกต้อง

ดังนั้นในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนกลุ่มต่างๆ จึงอาจกระทำได้ในหลายวิธี วิธีหนึ่ง คือ การใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ มาช่วยเสริมให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การมีประสิทธิภาพมากขึ้น พร้อมทั้งแพร่กระจายข่าวสารไปประชาชนจำนวนมากมาย ทั้งในชุมชน ท้องถิ่นต่างๆ และประชาชนทั่วประเทศ ทำให้้องค์การสามารถดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามความต้องการได้สะดวก ประหยัดและรวดเร็ว

ประเภทของเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีดังนี้ เช่น

วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร แผ่นปลิวและใบแทรก ไปสเตอร์และแผ่นประกาศ จุลสาร แผ่นพับ อนุสาร คัทเอ๊าท์ อินเตอร์เน็ต ฯลฯ

จึงกล่าวได้ว่าการดำเนินการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องอาศัยการเผยแพร่ติดต่อสื่อสาร และองค์ประกอบของการสื่อสารได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร การประชาสัมพันธ์จะได้รับความสำเร็จหรือมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่าง

โดยปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่งก็คือ “สื่อ” เพราะสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นมีจุดมุ่งหมายให้วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์บรรลุผล คือ

1. ใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการเผยแพร่ (Publicity) ด้วยการเสนอข่าว (News) ประกาศ (Declaration) แจ้งข่าวคราว (To inform) ให้ความรู้ (Knowledge) ให้ความเข้าใจ (Understanding) ฯลฯ ที่ดีและถูกต้องแก่ประชาชน เพื่อจูงใจให้เกิดการร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันฯ มากยิ่งขึ้น
2. ใช้สื่อเพื่อการสื่อสาร การฟังหรือหาข่าวการสะท้อนกลับ (Feedback) ของประชาชนในรูปของประชามติ เกี่ยวกับการดำเนินงานของสถาบันฯ และในเรื่องอื่นๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขดำเนินการ
3. ใช้สื่อเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ สร้างเสริมความรู้ความเข้าใจให้เกิดมีขึ้น
4. ใช้การพูด การเขียน ก็เพื่อกระตุ้นให้เกิดความเชื่อถือ และมุ่งหวังที่จะให้มีหรือเกิดการกระทำ (เสรี วงษ์มณฑา, 2544 : 28 – 30)

การประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ในการบริหารอย่างหนึ่ง ที่ต้องเกี่ยวข้องและติดต่อสื่อสารกับประชาชน ซึ่งช่วยให้การสนับสนุนการผลิต การขาย การตลาด การโฆษณา หรือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ยังช่วยให้บรรลุปรัชญา วัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ตลอดจนช่วยกำหนดวิธีการต่อสู้กับคู่แข่งกันด้วย เพราะการประชาสัมพันธ์จะช่วยติดตามความคิดเห็นและความสนใจของสาธารณชน ช่วยพยากรณ์การมีปฏิกริยาโต้ตอบจากสาธารณชนอื่น จะช่วยสื่อสารการตัดสินใจขององค์กรไปยังสาธารณชนได้

แนวคิดการสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)

การสื่อสารการตลาด หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่นักการตลาดกระทำขึ้น เพื่อใช้ในการสื่อความหมายถ่ายทอดความคิดไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ หรือสิ่งอื่นใดให้เกิดการยอมรับ แสดงพฤติกรรมตอบสนองตามวัตถุประสงค์ที่มุ่งหวังไว้ (พิบูล ติปะปาล, 2537 : 22)

การสื่อสารการตลาด หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดในอันที่จะสื่อความหมายสร้างความเข้าใจ สร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจนั้นๆ (สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์, 2530 : 55)

การสื่อสารการตลาด หมายถึง กระบวนการที่ก่อการหรือธุรกิจที่เป็นองค์ประกอบทั้งหมดของส่วนประสมทางการตลาด เพื่อก่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภคและต่อธุรกิจ (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ,2537 : 171)

จากคำจำกัดความทั้งหมด สรุปได้ว่าการสื่อสารการตลาดเป็นกระบวนการนำเสนอข่าวสาร และการกำหนดช่องทางการสื่อสารในรูปแบบของการกระตุ้นไปยังกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเพื่อให้ได้รวบรวมข้อมูลข่าวสารจากผู้บริโภคมาตีความประกอบในการดำเนินงานหาช่องทางหรือโอกาสใหม่ๆ ในการสื่อสารคราวต่อไปให้ดีกว่าเดิม โดยมุ่งหวังที่จะก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองจากผู้บริโภคเป้าหมาย ในลักษณะที่คาดหมาย หรือกำหนดเอาไว้ล่วงหน้าแล้ว

ในฐานะที่การสื่อสารการตลาดเป็นเสมือนส่วนเชื่อมโยงธุรกิจกับลูกค้าของเขาที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายทั่วไปในตลาดส่วนต่าง ๆ เพื่อให้ทั้ง 2 ฝ่ายมีความเข้าใจซึ่งกันและกันและรู้ถึงการเคลื่อนไหวของแต่ละฝ่ายได้ตามต้องการ เป็นกระบวนการของการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งมีองค์ประกอบ ได้แก่ สินค้าและบริการ ผู้ผลิตรู้ว่าควรผลิตสินค้าและบริการให้มีลักษณะและคุณสมบัติอย่างไร จึงจะตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ราคา ในราคาจำหน่ายเท่าไร สถานที่ สินค้าและบริการนั้น ๆ ถ้าเป็นที่พอใจจะสามารถหาซื้อได้จากที่ไหน และการส่งเสริมการตลาด ถ้าซื้อแล้วจะได้รับสินค้าและบริการใดตอบแทนจากร้านค้านั้นบ้าง เป็นต้น เพราะฉะนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดมากเป็นพิเศษ

บทบาทของการสื่อสารการตลาดในด้านต่าง ๆ ของส่วนผสมทางการตลาด

ในกระบวนการทางการตลาด องค์ประกอบทุกประการของส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขาย ต่างก็มีบทบาทในการทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ เพื่อที่ถ่ายทอดความคิดจากผู้ผลิตไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

(สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์, 2530 : 76)

นักศึกษาวិชาการตลาดมักจะคุ้นเคยกับคำว่าส่วนผสมการตลาดที่มีอยู่ 4p ตลอดเวลาคือ Product Price Place Promotion ซึ่งหมายความว่าสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของ

ผู้บริโภคนายในราคาที่ผู้บริโภคมองรับ ด้วยระบบการจัดจำหน่ายที่เอื้อต่อความสะดวกในการซื้อหาของผู้บริโภคตามลักษณะของพฤติกรรม ด้วยความพยายามที่ถูกต้องและมีทิศทางที่นำไปสู่สัมฤทธิ์ผลของการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (เสรี วงษ์มณฑา, 2538 : 30)

จากแนวคิดของนักการตลาดข้างต้น จะเห็นได้ว่าส่วนผสมทางการตลาดก็คือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่สามารถควบคุมได้ เพื่อบรรลุเป้าหมายการตลาดในตลาดเป้าหมาย องค์ประกอบหลักได้แก่ ผลิตภัณฑ์ราคา การกระจายสินค้า และการส่งเสริมการตลาด หรือเรียกว่า 4 p นั่นเอง ซึ่งแต่ละ p มีบทบาทดังนี้

บทบาทด้านสินค้าและบริการ

ผู้ประกอบการจะทำธุรกิจได้หลังจากเลือกตลาดเป้าหมายแล้ว จะต้องจัดหาผลิตภัณฑ์มาเสนอขาย ผลิตภัณฑ์อาจเป็นสิ่งที่มีความหมายเรียกว่าสินค้า หรือสิ่งที่ไม่มีความหมายเรียกว่าการบริการ แต่สามารถทำให้ลูกค้าเป้าหมายพึงพอใจได้ ผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบหนึ่งของส่วนผสมทางการตลาด เป็นองค์ประกอบที่กิจการสามารถควบคุมเปลี่ยนแปลงได้ แต่กิจการจะเปลี่ยนแปลงให้เป็นที่ถูกใจตลาดเป้าหมาย และทำให้กิจการบรรลุวัตถุประสงค์ จะต้องทำความรู้จักกับส่วนประกอบต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี เพื่อสามารถเลือกกลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับแรงจูงใจ และพฤติกรรมของการซื้อของตลาดเป้าหมายได้

สินค้าและบริการ (Product and service) จะต้องสามารถทำหน้าที่แจ้งให้ผู้บริโภคที่ได้อบรมสินค้านั้น ได้ทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ เช่น ตราสินค้า รูปแบบของหีบห่อ ตัวสินค้า เครื่องหมายการค้า เหล่านี้จะสื่อความหมายและความเข้าใจให้ผู้รับข่าวสารได้ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้านคุณสมบัติเฉพาะตัวของสินค้าแต่ละชนิด เพื่อยังประโยชน์ใช้สอยและอำนวยความสะดวกในกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนสร้างความพึงพอใจอันเนื่องมาจากสินค้าและบริการนั้น ๆ

ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานของสินค้า ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้จะทำหน้าที่ในการสื่อสารการตลาด โดยสื่อความหมายให้ลูกค้าได้รับรู้ ได้สัมผัสและได้ทดลองใช้สินค้านั้น ๆ

ซึ่งสัญลักษณ์ของสินค้าจะทำหน้าที่ในการสื่อความหมายได้แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้รับข่าวสารและอิทธิพลของวัฒนธรรมในสังคมกลุ่มนั้น ๆ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปแล้ว บทบาทด้านสินค้าและบริการต่อการสื่อสารการตลาดนั้น สามารถพิจารณาจากองค์ประกอบได้หลายประเด็นด้วยกัน ตั้งแต่หน้าที่ สีสัน ขนาด ลักษณะ โดยทั่วไป ตลอดจนตราและยี่ห้อของสินค้า

บทบาทด้านราคา

ราคา (Price) ทำหน้าที่ในการสื่อสาร โดยแจ้งให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงอัตราแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการนั้น ๆ ผู้จำหน่ายเลือกใช้ราคาเป็นเครื่องบ่งบอกให้ผู้บริโภคสามารถประเมินคุณภาพ และคุณค่าของสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับ นอกจากนี้ราคายังเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการของผู้บริโภคบางจำพวก ที่ซื้อสินค้าเพราะต้องการความภูมิใจในการเลือกซื้อสินค้า และการใช้สินค้านี้ราคาแพงอีกด้วย

ราคาเป็นเครื่องกำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการต่าง ๆ การซื้อขายจะสำเร็จเมื่อผู้ซื้อเต็มใจที่จ่ายในราคาหนึ่ง และผู้ขายพอใจที่จะขายในราคาเดียวกันนั้น ปัญหาการตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสม จึงจะต้องพิจารณาจากปัจจัยประกอบหลายด้าน มูลเหตุจูงใจในการซื้อ พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้ซื้อ สภาพเศรษฐกิจ วัฒนธรรมของรัฐบาล ต้นทุนค่าใช้จ่ายของสินค้าและบริการ จริยธรรมของผู้ขาย เป็นต้น ผู้ขายจะต้องวิเคราะห์จากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ตัดสินใจเลือกราคา สินค้าที่เหมาะสมภายใต้เงื่อนไขของวัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ

บทบาทด้านสถานที่

สถานที่ (Place) หมายถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคจะสามารถได้พบเห็นสินค้าและบริการที่วางจำหน่าย หรือสถานที่ที่ผู้บริโภคสามารถเข้ามาใช้บริการในด้านต่าง ๆ ที่ตนต้องการได้ หรือสถานที่ที่ทำการซื้อขายสินค้า คุณสมบัติของสถานที่จำหน่ายนี้สามารถสื่อความหมายให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมายตามที่ผู้จำหน่ายต้องการจะให้เป็นอย่างนั้นได้ ร้านค้าหรือสถานบริการ 2 แห่ง

จำหน่ายสินค้าและบริการประเภทเดียวกัน จะสามารถสื่อความหมายหรือสร้างความรู้สึกร่วมกันที่ได้รับข่าวสารในลักษณะที่แตกต่างกันก็ได้ โดยเฉพาะในกรณีที่เป็นสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคกลุ่มนั้น ยังไม่มีความคุ้นเคย ไม่รู้จักมาก่อน เช่น การตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายในและภายนอก พนักงานขาย

บทบาทด้านการส่งเสริมการตลาด

ในกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการของสินค้านั้น เราให้ความสำคัญกับปัจจัยแรกที่เราเห็นได้ชัดที่สุดคือ กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดเป็นการทำให้กลุ่มผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้าและบริการ นักการตลาดจึงพยายามหาวิธีการ การติดต่อสื่อสารที่ทำให้เกิดความสนใจให้ได้

เสรี วงษ์มณฑา (2540) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง ความพยายามทั้งสิ้นที่จะส่งเสริมให้การตลาดบรรลุเป้าหมายให้ได้ ทำให้ลูกค้ามาซื้อสินค้า สนใจสินค้าของเรา ลูกค้าเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับสินค้า และรักษาไว้ไม่ให้เปลี่ยนแปลง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. การแจ้งข่าวสารข้อมูล (Informing)
2. การโน้มน้าวชักจูง (Persuading)
3. การเตือนความจำ (Reminder promotion)

ตามทัศนคติของนักการตลาดแล้ว Promotion หมายถึง กิจกรรมการสื่อสารทั้งหมด ที่เกี่ยวกับโฆษณา (Advertising) การจำหน่ายสินค้าโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) และงานการเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity)

การโฆษณา การโฆษณารูปแบบของการส่งข่าวสารไปสู่คนหมู่มากที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายได้ ในระยะเวลาที่รวดเร็ว โดยผ่านทางสื่อมวลชนต่าง ๆ ได้พร้อม ๆ กัน ผู้ที่ทำโฆษณาจะต้องมีการระบุชื่อสินค้าที่ตนการจะโฆษณาไว้อย่างชัดเจน และจะเป็นผู้จ่ายค่าตอบแทนในการโฆษณานั้นด้วย เป็นการจูงใจกลุ่มลูกค้าให้เกิดความต้องการและบริการ หรือแนวความคิด

อื่น ๆ ไม่ว่าจะในปัจจุบันหรือในอนาคต การโฆษณาอาจจะทำขึ้นเพื่อเป็นการสนับสนุนการเสนอขายของพนักงานขายเพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกให้เกิดขึ้นก่อนเสนอขายจริง

วีรุธ มามะศิริรานนท์ (2542) กล่าวว่า เราจะต้องพิจารณาเลือกสื่อโฆษณาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เรามีวัตถุประสงค์ที่จะส่งสารโฆษณาไปถึง โดยจะต้องคำนึงถึงศักยภาพของสื่อ นั้น ๆ ในด้านความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสาร ความถี่ในการใช้สื่อ นั้น ๆ และผลที่เกิดจากการโฆษณา

รังสรรค์ เลิศในสัจย์ (2544) กล่าวว่า ยังมีนักบริหารจำนวนมากที่ยังคิดว่าการตลาดคือการโฆษณา จึงทำให้บริษัทจำนวนมากไม่น้อยทุ่มค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ทางการตลาดไปในโฆษณา

นักการตลาดต้องคำนึงถึงว่าจะเลือกการโฆษณาผ่านสื่อประเภทใดที่จะให้ข้อมูลต่าง ๆ ส่งถึงผู้บริโภคเป้าหมายที่ต้องการมากที่สุด โดยคำนึงถึงเวลาและต้นทุนด้วย สื่อโฆษณามีหลายประเภท ดังต่อไปนี้ (ปิยะมาศ แก้วนนท์, 2544 : 18)

1. **โทรทัศน์** เป็นสื่อโฆษณาที่มีความทันสมัยมากที่สุด และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ดีที่สุด เพราะจะต้องใช้ประสาทตาและหูในการรับรู้ไปพร้อม ๆ กัน สามารถเข้าถึงผู้ชมได้จำนวนมาก ข้อเสียคือ เสียค่าใช้จ่ายสูง อายุของสื่อสั้นและเสียเวลามาก

2. **วิทยุ** เป็นสื่อโฆษณาที่ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคได้ในวงกว้าง ต้นทุนต่ำ สามารถติดตามกลุ่มผู้บริโภคได้ทุกที่ทุกเวลา เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ อีกทั้งยังสามารถใช้ภาษาท้องถิ่นได้ ข้อเสีย คือ การฟังเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ที่ดีมากนัก และความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อข่าวสารจะลดลง เพราะส่วนมากผู้บริโภคจะทำงานอย่างอื่นในขณะที่ฟังวิทยุด้วย

3. **หนังสือพิมพ์** เป็นสื่อประเภทหนึ่งที่มีผู้นิยมใช้กันมาก เพราะสามารถครอบคลุมพื้นที่และจำนวนผู้รับได้กว้างขวาง และถ้าหากต้องการส่งสื่อในท้องถิ่น ก็สามารถใช้นิตยสารที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ สามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้ตามอายุ เพศ การศึกษา ที่ต้องการได้ ข้อเสีย คืออายุของสื่อสั้น เพียงวันเดียวเท่านั้น หลังจากนั้นผู้อ่านก็จะไม่สนใจสื่อที่ได้รับรู้แล้ว

4. **นิตยสาร** เป็นสื่อโฆษณาที่มีชีวิตนานกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ สามารถใช้ภาพที่สวยงาม ชักจูงความสนใจจากผู้อ่านได้ สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะได้ เช่น นิตยสารผู้หญิง นิตยสารกีฬา

นิตยสารเกษตร เป็นต้น รูปเล่มสวยงาม มีความน่าสนใจ ข้อเสีย คืออัตราค่าโฆษณาสูง ใช้เวลานานกว่าหนังสือจะออกสักเล่ม จึงทำให้ความถี่ของข้อความโฆษณาที่จะเข้าถึงผู้บริโภคช้า

5. **สื่อกลางแข็ง** เป็นสื่อโฆษณาที่ทำด้วยไม้ หรือวัสดุอื่น ๆ ไม่เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย มุ่งเตือนความทรงจำของผู้บริโภคที่ผ่านไปมาบริเวณที่ติดสื่อไว้ จะต้องเลือกทำเลที่ตั้ง ใช้ข้อความสั้นกระชับ ชัดเจนและได้ใจความ สีสันจะต้องสวยสะดุดตา สามารถดึงดูดใจผู้ที่พบเห็นได้

6. **Direct Mail** ได้แก่ แผ่นพับ ใบปลิว สื่อที่ส่งผ่านทางไปรษณีย์ หรือเพื่อแจกฟรีตามสถานที่ขายสินค้าและบริการ

7. **โปสเตอร์** การทำโปสเตอร์ติดหน้าร้านรวมถึงการจัดตกแต่งภายในและภายนอกร้าน เพื่อชักจูงให้ลูกค้าเกิดความสนใจ และกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการทดลองใช้ หรือต้องการใช้สินค้าและบริการของเราได้ทันที เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีสื่ออื่น ๆ อีกมากมาย เช่น การติดป้ายโฆษณาตามที่สาธารณะต่าง ๆ เช่น สถานีรถไฟ สนามบิน เป็นต้น หรือการสนับสนุนรายการต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ หรืองานกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น

การจำหน่ายสินค้าโดยใช้พนักงานขาย เป็นรูปแบบหนึ่งในการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ดีที่สุด โดยฝ่ายผู้ขายมีจุดมุ่งหมายที่จะชักจูงใจให้ลูกค้าซึ่งเป็นเป้าหมายของเขาให้ยินยอมซื้อสินค้าของเราในที่สุด เพราะเป็นการสื่อสาร 2 ทาง หรือ Two-way Communication มีการพบหน้ากันระหว่างผู้ขาย และผู้ซื้อ ทำให้สามารถสังเกต เรียนรู้ และเข้าใจความรู้สึกของผู้ที่เราไปเสนอขายได้ว่าสนใจสินค้าของเราหรือไม่ ผู้ขายสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อได้ ทำให้สามารถขายสินค้าได้มากกว่าเดิม ข้อเสีย คือค่าใช้จ่ายสูง ไม่สามารถกระจายการตลาดได้อย่างทั่วถึง

การส่งเสริมการขาย ได้แก่ การแจกสลากชิงโชค คุปอง ชิ้นส่วนเล็กของแถม การแจกตัวอย่างสินค้า การใช้ส่วนลดพิเศษ การแจกของที่ระลึก เป็นต้น เป็นกิจกรรมที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น เป็นรูปแบบที่องค์กรเสนอผลประโยชน์พิเศษแก่ลูกค้าเป็นครั้งคราว เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการในช่วงนั้น จึงเป็นกิจกรรมที่ช่วยเหลือการส่งเสริมการตลาด โดยใช้ร่วมกับการโฆษณา และการขายโดยบุคคล

การส่งเสริมการขายมีเทคนิคหลายวิธี และต้องการส่งเสริมการขายที่มุ่งถึงผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย และผู้ขาย ดังนี้

1. **การจัดแสดงสินค้า** เป็นการจัดตกแต่งร้านค้า อาคารสถานที่ให้สวยงาม หรือจัดโชว์สินค้าให้ผู้สนใจเข้าชม และผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าต่อไปเกิดความสนใจ

2. **การสาธิต** เป็นการกระตุ้นความต้องการแก่ผู้ซื้อ การสาธิตเป็นการแสดงคุณสมบัติและวิธีการใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ ก็จะสามารถนำไปสู่การซื้อได้ในที่สุด ถ้าสินค้ามีขนาดเล็กสามารถนำสินค้าไปแสดงสาธิตต่อผู้บริโภคได้ แต่ถ้าสินค้ามีขนาดใหญ่ ก็จะใช้วิธีเชิญลูกค้าเข้าชมองค์ประกอบของสินค้าและบริการแทน

นอกจากนี้ยังมีอีกหลายวิธี เช่น การแจกของตัวอย่าง การแจกคู่มือ การให้ของแถม การลดราคา เป็นต้น แล้วแต่ว่าทางองค์กรจะใช้วิธีใดที่เหมาะสมในการส่งเสริมการขายต่อไป

การแพร่ข่าวสาร มีลักษณะคล้ายการโฆษณา แตกต่างกันว่า เป็นการสื่อสารเข้าถึงคนหมู่มาก อยู่ในรูปของบทความ สารคดี และอื่น ๆ เพื่อกระตุ้นความสนใจจากผู้ที่ได้รับสาร

การสนับสนุนกิจกรรมพิเศษ ได้เกิดรูปแบบการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนมากขึ้น คือการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ จะต้องมีการมีป้ายชื่อผลิตภัณฑ์หรือองค์การที่ทำการสนับสนุนกิจกรรมพิเศษเหล่านั้นปรากฏอยู่ในบริเวณที่จัดงาน เป็นการแลกเปลี่ยนให้ผู้สนับสนุนได้มีโอกาสเผยแพร่สินค้าและบริการของตน และได้ชื่อเสียงที่เกี่ยวข้องจากการสนับสนุนกิจกรรมพิเศษนั้น

ดังเช่นในงานวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 นี้ได้มีการนำการสื่อสารการตลาดเข้ามาใช้ด้วยเพื่อให้การจัดงานนี้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีได้มีการวางแผนและนำการสื่อสารการตลาดในด้านต่างๆ มาใช้ อย่างเช่น บทบาทด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ สื่อกลางแจ้ง ฯลฯ เพื่อก่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ และเกิดประสิทธิผลมากที่สุด

แนวคิดที่ว่าด้วย “สื่อ” (Media)

ในกระบวนการสื่อสารที่ประกอบไปด้วยผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Media) และผู้รับสาร (Receiver) นั้นสื่อ (Media) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติและมีพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งปรารถนา (Everett M.Rogers, 1969 : 32)

ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell, 1948 : 37-51) ได้กล่าวไว้ว่าสื่อเป็นตัวนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ เช่น การพูด ท่าทาง การใช้สายตากการสัมผัส การเขียนหรืออาจจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) และสื่อที่ใช้ไฟฟ้า (Electronic Media) กล่าวโดยสรุปก็คือเป็นสื่อประเภทต่างๆ ที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายตามที่ผู้ส่งสารกำหนดไว้

สื่อ (Media) หมายถึง พาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร (เสถียร ไชยประทีป, 2528 : 32) สื่อแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. **สื่อมวลชน (Mass Media)** หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสาร ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลสามารถส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากและอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร เป็นต้น

สื่อมวลชนอาจกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนเป็นผลที่เกิดจากความพยายามของมนุษย์ในอันที่จะรวบรวม และแลกเปลี่ยนข่าวสารต่างๆ ระหว่างกันอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด ซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปที่แตกต่างไปจากการสื่อสารในรูปแบบอื่น 2 ประการ คือ

1. กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปไม่จำเป็นต้องเคยรู้จักหรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

2. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชนจะเป็นประเภทสื่อสัมผัสหรือรับได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) สื่อสัมผัสหรือรับได้ด้วยการฟัง (Audio Transmitter หรือ Audio Media) และสื่อที่สัมผัสหรือรับได้ด้วยการฟังและมองเห็น (Audio- Visual Transmitter หรือ Audio - Visual Media)

- **สื่อที่สัมผัสหรือรับได้ด้วยการมองเห็น (Visual Media)** ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หนังสือรวมเล่มต่างๆ ภาพถ่ายและภาพวาด เป็นต้น สื่อเหล่านี้ผู้รับสารรับได้ด้วยการอ่าน การมองเห็น เช่น หนังสือพิมพ์เป็นสื่อสำหรับผู้ที่มีการศึกษาที่อย่างน้อยต้องอ่านหนังสือออกในสังคมเมืองและในประเทศพัฒนาแล้ว หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมาก เพราะเป็นสื่อที่ให้ข้อมูลได้ละเอียดถี่ถ้วนและหลากหลายกว่าสื่ออื่น ซึ่งรายการวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ทำได้น้อยกว่า ส่วนหนังสือและนิตยสารเป็นแหล่งความรู้ สารบันเทิงและการบริการทางการศึกษา โดยมี

คุณสมบัติที่สำคัญ 2 ประการ คือ ความคงทนถาวรและความหลากหลายของเนื้อหา บทบาทและหน้าที่สามารถครอบคลุมไปทุกวงการอาชีพ เป็นต้น

- **สื่อที่สัมผัสหรือได้รับการฟัง (Audio Media)** ได้แก่ วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ไม่มีภาพหรือการมองเห็นใดๆ การสื่อสารจึงต้องใช้การพูดอธิบายเพื่อเกิดภาพในสมองของผู้รับฟัง ซึ่งนับว่าเป็นข้อได้เปรียบ คือทำให้มีความสดและมีชีวิตชีวา ผู้รับสารสามารถจินตนาการได้กว้างไกลตามแต่ประสบการณ์ของตน

ในแง่ของการหมุนเวียนของข่าวสารพบว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด เนื่องจากปัจจุบันเครื่องรับวิทยุมีราคาถูก และกลายเป็นสื่อประจำบ้าน นอกจากนี้ยังมีความรวดเร็วในการเสนอข่าวสาร แต่มีข้อเสียเปรียบ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อสิ่งพิมพ์ คือรายการวิทยุนี้จะมีกำหนดเวลาการออกอากาศ

- **สื่อที่สัมผัส หรือรับได้ด้วยการฟังและการมองเห็น (Audio – Visual Media)** ได้แก่ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ผู้รับสารสามารถรับสารได้โดยการมองเห็นและได้ยินเสียงไปพร้อมๆ กัน ซึ่งจะได้เปรียบในแง่ของความเข้าใจสารง่ายกว่าสื่อที่สัมผัสหรือได้รับการฟังหรือมองเห็นเพียงอย่างเดียวอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่โทรทัศน์ก็เป็นสื่อประเภทที่มีกำหนดเวลา เช่นเดียวกับวิทยุกระจายเสียง ผู้รับต้องดูตามเวลาที่เสนอ ไม่มีโอกาสเปรียบเทียบและไม่มีโอกาสกลับมาดูข่าวสารที่เสนอไปแล้วได้ใหม่ ยกเว้นจะมีการบันทึกเทปไว้ สื่อชนิดนี้จึงต้องการความสนใจจากผู้รับสารมาก

2. **สื่อบุคคล (Personal Media)** หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คน ขึ้นไป สื่อบุคคลในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึงญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน (Relative & Colleagues) เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง (Tourism Authority staff of Thailand or other Government Agencies) และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Private Enterprise Agencies Concerning Tourism) เกี่ยวกับสื่อบุคคลนี้ โรเจอร์ (Evertt M.Rogers, 1973 : 295) กล่าวว่า สื่อบุคคลจะเป็นตัวสำคัญในการโน้มน้าวใจ และมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่าสื่อมวลชนทั้งนี้ เพราะสื่อมวลชนนั้นจะเป็นเพียงตัวเสริมความรู้เบื้องต้น แก่ผู้รับสารเท่านั้นและสื่อบุคคลยังมีความสามารถในการเลือกผู้รับสารและยังจะทำให้เกิดการยอมรับที่จะร่วมมือปฏิบัติมากที่สุด (Rogers and Svenning, 1969 : 125)

แนวคิดเรื่องสื่อประเพณี (Traditional Media)

สื่อประเพณี (Traditional Media) เป็นสื่อที่ใช้ในการสื่อสารมาตั้งแต่โบราณ เป็นวัฒนธรรมที่บันทึกวัฒนธรรมและถ่ายทอดถึงประชาชนยุคหลังๆ สืบเนื่องกันมาจนถึงปัจจุบัน อาทิ การเล่านิทาน การแสดงพื้นบ้านพื้นเมือง การร้องเพลงและเล่นดนตรีประจำชาติอาจหมายถึง สิ่งของ เครื่องเล่นหรือเครื่องใช้สมัยก่อน วิจิตรศิลป์ยุคเก่า ประเพณี หรือพิธีการที่นำมาใช้ในการสื่อสารทางวัฒนธรรมเพื่อศิลปะหรือการโฆษณาในยุคปัจจุบัน (สมควร กวียะ , 2539 : 207)

สื่อมวลชนและสื่อประเพณีสามารถส่งเสริมซึ่งกันและกันได้ ดังตัวอย่างจาก ประสบการณ์จริงว่า สื่อพื้นบ้านชนิดใดที่สามารถจะปรับตัวและสามารถจะประสานใช้สื่อมวลชน ได้ ก็จะสามารถมีอนาคตต่อไป ในทำนองเดียวกันจากจุดยืนของสื่อมวลชน ก็ได้มีความพยายามที่จะนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้ประโยชน์ให้เป็นสื่อเพื่อการพัฒนา ทั้งนี้สื่อพื้นบ้านมีหน้าที่และคุณูปการบางอย่างแก่สื่อมวลชน กล่าวคือ สื่อพื้นบ้านจะเป็นกระบอกเสียงต่อให้สื่อมวลชนได้มองเห็นทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของตัวเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2539 : 54)

ตัวอย่าง เช่น งานวิจัยในการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์ ซึ่งมีสื่อประเพณีเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เนื่องจากว่าการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์นี้ได้มีการสืบสานประเพณีในการจัดงานจากบรรพบุรุษมาช้านาน นับระยะเวลาเป็น 91 ปีแล้ว ซึ่งการนำสื่อประเพณีเข้ามาใช้เพื่อเป็นการถ่ายทอดให้อนุชนรุ่นหลังได้รับรู้ถึงประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับอนุรักษ์คอนเจดีย์แห่งนี้ว่ามีความสำคัญเพียงไร จนทำให้เกิดประเพณีการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์ขึ้นมา แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นการที่อนุชนรุ่นหลังจะรับรู้รับทราบถึงประเพณีการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์นี้ได้ นั้น เนื่องจากได้รับความร่วมมือและการส่งเสริมซึ่งกันและกันเป็นอย่างดีระหว่างสื่อมวลชนและสื่อประเพณี เพราะถึงแม้ว่าจังหวัดสุพรรณบุรีนั้นจะมีสถานที่สำคัญๆ และประเพณีอันดีงามอย่างการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์มากเพียงใดก็ตาม แต่กาลเวลาที่ล่วงเลยไปอาจทำให้ถูกลบเลือนจากคนไทยไปได้ ดังนั้นการที่สื่อมวลชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเผยแพร่ นั้น ก็ทำให้ประเพณีการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์นั้นคงอยู่ได้ยาวนานเท่านั้น

อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์ในส่วนองงานวิจัยนี้จะเป็นการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์ประจำปี 2547 ที่ทางประชาสัมพันธ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี จะทำการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับความสำคัญองประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและ

ความร่วมมือสนับสนุนของประชาชนที่จะมาที่ยวงานอนุรักษ์คอนกรีตประจำปี 2547 จังหวัดสุพรรณบุรี ในที่สุดซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้จะเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นและมีประสิทธิภาพประสิทธิผลเพียงใดผู้วิจัยก็จะทำการศึกษาวิจัยและจะกล่าวถึงในบทที่ 4 และบทที่ 5 ต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้นำการวิจัยที่มีผู้ทำไว้แล้วมาเป็นแนวทางในการทำวิจัย ดังนี้

นางสาวนริณี ชวนกริกกุล (2537) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวจังหวัดสุโขทัย” พบว่า

1. พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจังหวัดสุโขทัยจากสื่อมวลชน อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และนิตยสารหรือวารสารนั้น สื่อโทรทัศน์ จะมีความสัมพันธ์กับการมาเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสารหรือวารสารจะไม่มีความสัมพันธ์กับการมาเที่ยวจังหวัดสุโขทัยมากนัก

2. พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจังหวัดสุโขทัยจากสื่อเฉพาะกิจ อันได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ หรือใบปลิว ประกาศผ่านตู้เอทีเอ็ม วีดิทัศน์ สไลด์ และป้ายโฆษณา การจัดแสดงนิทรรศการนั้น สื่อประเภทโปสเตอร์และวีดิทัศน์จะมีความสัมพันธ์กับการมาเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ส่วนสื่อประเภทแผ่นพับ ประกาศผ่านตู้ เอทีเอ็ม สไลด์ และป้ายโฆษณา การจัดนิทรรศการ จะไม่มีความสัมพันธ์กับการมาเที่ยว จังหวัดสุโขทัยแต่อย่างใด

3. พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจังหวัดสุโขทัยจากสื่อบุคคล อันได้แก่ พ่อแม่ สามีหรือภรรยาญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน และเจ้าหน้าที่หน่วยงาน จะไม่มีความสัมพันธ์กับการมาเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ยกเว้นสื่อที่ได้รับจากบริษัททัวร์จะมีความสัมพันธ์กับการมาเที่ยว

4. ลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา จะมีความสัมพันธ์ และไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อบางสื่อที่แตกต่างกัน คือเพศจะมีความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน (ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง นิตยสาร) และสื่อเฉพาะกิจ (ได้แก่ ป้ายโฆษณา และการจัดแสดงนิทรรศการ) อายุจะมีความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน (ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง นิตยสาร) สื่อเฉพาะกิจ (ได้แก่ แผ่นพับ วีดิทัศน์ สไลด์) และสื่อบุคคล (ได้แก่ สามีหรือภรรยา เจ้าหน้าที่จากหน่วยงาน ททท.) อาชีพจะมีความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน (ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์) สื่อเฉพาะกิจทั้งหมดและสื่อบุคคล (ได้แก่ พ่อแม่ สามีหรือภรรยา ญาติพี่น้อง) ซึ่งพอสรุปได้ว่า การศึกษาจะมีความสัมพันธ์กับสื่อบุคคล รายได้จะมีความสัมพันธ์กับ

สื่อมวลชนและสื่อบุคคล ภูมิลำเนาจะมีความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน และสื่อบุคคล นอกเหนือจากที่กล่าวลักษณะทางประชากรจะไม่มีความสัมพันธ์กับชนิดของสื่อแต่ละประเภท

นายสมชาติ สุภุตยานันท์ (2533) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย” พบว่า

สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่สถานภาพการสมรส และขนาดครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในส่วนของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรสและการศึกษานั้นจะไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อเพื่อตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวในขณะที่ขนาดของครอบครัว อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ ซึ่งในการใช้สื่อของนักท่องเที่ยวที่พบว่ามีสื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์ให้ข่าวสารอยู่ในระดับน้อย สื่อโทรทัศน์บริษัททัวร์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสื่อบุคคลให้ข่าวสารในระดับปานกลางในขณะที่นิตยสารเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าให้ข่าวสารอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว และการแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งสื่อที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจมากที่สุดก็คือ สื่อบุคคล โดยการแสวงหาข่าวสารของนักท่องเที่ยวจะไม่มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งนี้เพราะแหล่งข่าวสารที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญก็คือ ประสบการณ์ของแหล่งข่าวสาร

นางสาวศิริสา สอนศรี (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า

1. แผนการประชาสัมพันธ์ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อหลัก โดยมีสื่อเฉพาะกิจและสื่อมวลชนเป็นสื่อรอง
2. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความสม่ำเสมอและความต่อเนื่องของเนื้อหา
3. กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับสูงมาก เปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคลในระดับปานกลาง

4. กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
5. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้
6. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว
7. การรับรู้เรื่องของปีท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว
8. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และการรับรู้ของปีท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว

DRU

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพนี้เก็บข้อมูลด้วยการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง โดยมีการศึกษาวิจัยภายใต้กรอบของการประชาสัมพันธ์ที่ทางจังหวัดสุพรรณบุรีได้จัดทำขึ้น ซึ่งวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยครั้งนี้ เพื่อต้องการทราบถึงการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดสุพรรณบุรีและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีการประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาใช้เป็นแบบแผนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและประเมินผลว่าประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร โดยมีการนำแนวคิดด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์มาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวการจัดงานในครั้งนี้บ้าง ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลต่างๆ ในการนำมาใช้ตอบปัญหานำวิจัยได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

1. การศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. การสังเกตการณ์
3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview)
4. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยแบบสำรวจ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวงาน เพื่อเป็นการเสริมสร้างให้มีความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ที่มาเที่ยวมากขึ้น ของความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวอนุสรณ์ดอนเจดีย์

ขอบเขตของการวิจัย

ในการทำวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยต้องการทราบว่าอนุสาวรีย์แห่งนี้มีความสำคัญกับคนในพื้นที่ ทำให้และประชาชนทั่วทุกสารทิศที่ต่างเดินทางมาเคารพสักการะพระองค์ท่านอยู่เสมอมิได้ขาด นอกเหนือจากงานประจำปีที่จัดขึ้นเป็นประจำ นอกจากนั้นแล้วยังได้รับความร่วมมือร่วมใจจากประชาชน ในท้องถิ่นในการช่วยกันประชาสัมพันธ์สถานที่แห่งนี้ เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของชาวไทยทั่วประเทศและเพื่อรับรู้ประวัติความเป็นมาของอนุสรณ์ดอนเจดีย์แห่งนี้ด้วย

อนึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากผู้นำและนักบริหารหลายท่าน ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด รองผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอดอนเจดีย์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จังหวัด เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อำเภอดอนเจดีย์ ผู้สื่อข่าว ผู้อุปถัมภ์ต่างๆ ตลอดจนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ โดยผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถาม ที่ใช้เป็นแนวทางการศึกษาข้อมูลจากคนในพื้นที่และศึกษาก่อนลงพื้นที่ โดยคำถามที่สร้างขึ้นนั้นได้นำมาใช้ในการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการสัมภาษณ์แบบเชิงปริมาณ โดยเป็นคำถามที่ยึดกรอบความคิดในการวิจัยเป็นหลัก โดยประเด็นคำถาม ได้ครอบคลุมถึงเรื่องการประชาสัมพันธ์งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ และผลที่ได้จากการประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้นั้นว่าประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลว โดยแนวคำถามเหล่านี้สามารถสื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เข้าใจ นอกจากนั้นคำถามยังมีลักษณะที่ยืดหยุ่นเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเป็นข้อมูลที่สมบูรณ์แบบตามจุดประสงค์ของผู้วิจัยดังกล่าวข้างต้น

ในการลงพื้นที่ ผู้วิจัยได้รับความสะดวกและความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ภายในงานฯ ตลอดจนผู้คนที่เข้ามาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นอย่างดี ทำให้ผู้วิจัยได้สัมผัสถึง ความมีน้ำใจ มีอัธยาศัยไมตรีของเจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวประชาชนในพื้นที่ ที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลในครั้งนี้ได้เป็นอย่างดี

ในการไปสัมภาษณ์ทุกๆ ครั้ง ผู้วิจัยได้นำเทปวิทยุ สมุดบันทึกข้อความเพื่อบันทึกเสียง และคำพูดที่มีการสัมภาษณ์ ของผู้วิจัยกับผู้ให้ข้อมูล มีการบันทึกการสัมภาษณ์ เหตุการณ์ในแต่ละสถานการณ์ต่างๆ ภายในงาน มีการบันทึกภาพด้วยกล้องและเครื่องวิดีโอ เพื่อบันทึกภาพกิจกรรมต่างๆ และสถานที่สำคัญๆ โดยนำภาพเหล่านั้นมาประกอบในการทำวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และคู่มือประโยชน์ มีคุณค่ามากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้นำแสดงไว้ในภาคผนวก

ในการทำวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยคิดว่า การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นวิธีที่สามารถเจาะข้อมูลในเชิงลึกได้อย่างละเอียดสมบูรณ์ เทียบตรง และน่าเชื่อถือ โดยผู้วิจัยได้แสดงให้เห็นจุดประสงค์ในการสัมภาษณ์ เพื่อเก็บข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์แต่ละครั้งตั้งอยู่บนพื้นฐานความพอใจในการตอบคำถาม ข้อมูลที่ได้มาเป็นการเผยแพร่

เพื่อสื่อสารให้สังคมภายนอกได้รับรู้ ซึ่งตรงกับความคิดของผู้วิจัยที่ว่า การทำวิจัยควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของข้อมูลเป็นหลัก

ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องมาประกอบด้วย โดยได้จำแนกเอกสารได้ดังนี้

ข้อมูลที่ได้จากเอกสารที่นำมาอ้างอิงในการวิจัยของผู้วิจัยมีดังนี้

1. เอกสารในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอนุสรณ์ดอนเจดีย์
2. เอกสาร,บทความ,จดหมายที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์อนุสรณ์ดอนเจดีย์
3. เอกสารพระราชประวัติสมเด็จพระนเรศวรมหาราช
4. ประวัติความเป็นมาในการสร้างพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์
5. ประวัติความเป็นมาอำเภอดอนเจดีย์
6. ประวัติความเป็นมาในการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

ข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำมาวิเคราะห์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปตอบปัญหาการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ในตอนต้น

การสังเกตการณ์

ผู้วิจัยได้สังเกตการณ์จากสิ่งที่เกิดขึ้นในขณะที่มีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างนักท่องเที่ยวและพ่อค้าแม่ค้า ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ โดยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participatory observation) หรือบางครั้ง เรียกว่า การสังเกตการณ์ภาคสนาม (Field observation) หรือการสังเกตเชิงคุณภาพ (Qualitative observation) โดยผู้วิจัยมีบทบาทเป็นผู้ร่วมในฐานะนักสังเกตการณ์ มีการจดบันทึกข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการสังเกตการณ์ในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

เวลาที่เข้าไปทำการสังเกตการณ์

1. การสังเกตข้อมูลเบื้องต้น โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ทำการสังเกตการณ์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมรอบๆ อนุสรณ์ดอนเจดีย์ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน ซึ่งระยะเวลาในการสังเกตการณ์คือ เดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2546 โดยเดินทางไปสังเกตการณ์ทั้งในวันหยุดและวันธรรมดา ในวันหยุดผู้วิจัยมีโอกาสพบปะกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ เนื่องจากเป็นวันหยุดพักผ่อนประจำสัปดาห์ และในวันธรรมดาที่ทางโรงเรียนของจังหวัดต่างๆพา

นักเรียนมาทัศนศึกษา เพื่อศึกษาเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับพระราชประวัติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ผู้วิจัยได้กำหนดการลงพื้นที่เพื่อทำการเก็บข้อมูลแบบเจาะลึก ในช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ เป็นเวลา 2 เดือน

2. การสังเกตการณ์เกี่ยวกับการหาข้อมูลเบื้องต้นก่อนการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 ในวันที่ 1 มกราคม – 22 มกราคม 2547 โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ทำการศึกษา สังเกตการณ์สภาพแวดล้อมอนุสรณ์ดอนเจดีย์ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานก่อนการจัดงาน อนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ที่จะจัดให้มีขึ้นในวันที่ 23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2547 นี้ โดยผู้วิจัยได้เดินทางไปสังเกตการณ์ ทั้งในวันหยุดและวันธรรมดาก่อนงานจะเริ่มขึ้น

3. การสังเกตข้อมูลครั้งสุดท้ายเพื่อทำการสรุปถึงผลในการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด สุพรรณบุรีที่ทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ว่าได้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว มากน้อยเพียงใด ผู้เขียนจะทำการสำรวจและสังเกตการณ์ในช่วงงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ในวันที่ 23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2547 ที่มีการเป็นประจำปี ในวันงานจะมีการจัดนิทรรศการ เกี่ยวกับพระองค์ท่าน มีการแสดงยุทธหัตถี แสง สี เสียง และภายในงานจะมีการออกร้าน การแสดง การละเล่นต่างๆ จะมีนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดอื่นๆ และนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวจังหวัด สุพรรณบุรีที่มาร่วมงานๆ กันอย่างมากมาย ผู้วิจัยได้เดินทางไปสังเกตการณ์ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ของงานคือวันที่ 23 มกราคม และเดินทางไปสังเกตการณ์ตลอดทุกวันจนเสร็จสิ้นงาน คือวันที่ 1 กุมภาพันธ์

การสัมภาษณ์เชิงลึก

ในการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ผู้วิจัยได้ทำการเลือก กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ (Key information interview) เนื่องจากผู้ถูกสัมภาษณ์เหล่านี้เป็นผู้ให้ข้อมูลที่ดี กว้างขวางและเป็นบุคคลร่วมสมัย ซึ่งเรียกบุคคล ประเภทนี้ว่าผู้นำทางความคิดในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้นำทางความคิดเหล่านี้ ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด สุพรรณบุรี รองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 6 จังหวัดสุพรรณบุรี เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี นายอำเภอดอนเจดีย์ ผู้ให้การอุปถัมภ์ในด้านต่างๆ ในขั้นแรกผู้วิจัยได้แนะนำตัวเองกับผู้ถูกสัมภาษณ์และบอกให้ทราบ ถึงวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้แก่ผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน ต่อจากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีอิสระ

ในการนำเสนอความคิดเห็น ดังนั้นกรอบแนวคำถามจึงเป็นเครื่องมือในการตีกรอบงานวิจัยเท่านั้น โดยจะไม่เน้นว่าคำถามจะต้องถูกต้องตามแบบ หรือเป็นทางการทุกข้อ ทั้งนี้ผลของการสัมภาษณ์ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และเหตุการณ์ที่เป็นตัวนำพาให้เกิดการพูดแบบเปิดเผย โดยผู้วิจัย จะขออนุญาตผู้ถูกสัมภาษณ์ทำการบันทึกเสียง จดบันทึกเนื้อหาจากการสัมภาษณ์ สิ่งที่ได้สัมภาษณ์ ซึ่งคำสัมภาษณ์ที่ได้มาเหล่านี้จะนำมาวิเคราะห์ เพื่อต้องการทราบถึงการประชาสัมพันธ์ ที่ทางจังหวัดสุพรรณบุรีได้จัดทำขึ้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอนุรักษ์ดอนเจดีย์

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำในการวางแผนการประชาสัมพันธ์การจัดงาน อนุรักษ์ดอนเจดีย์ มีประเด็นหลัก ดังนี้

1. การวางแผนการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์
2. ความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ
3. สื่อต่างๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์
4. ผลตอบรับหลังจากการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกสัมภาษณ์ ได้แก่

ผู้บริหารจังหวัด และเจ้าหน้าที่ บริษัทห้างร้าน สื่อมวลชน และบุคคลต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงาน

1. นายทรงพล ทิมาศาสตร์ ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอข้อมูลความรู้ เกี่ยวกับการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์และการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด ทั้งในด้านการสัมภาษณ์ และเอกสารต่างๆ จากทางจังหวัด อันเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยในการทำวิจัยเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์

2. นายกมล จิตรระวัง รองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอข้อมูลความรู้ เกี่ยวกับการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์และการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม ทั้งในด้านการสัมภาษณ์ และ เอกสารต่างๆ มาประกอบการวิจัย อันเป็นแนวทางแก่ผู้วิจัยในการทำวิจัยเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์ การจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ ให้มากยิ่งขึ้น

3. นายทวีชัย พลายชุมพล นายอำเภอคอนเจดีย์ เพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมาของอนุรักษ์ดอนเจดีย์ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการจัดเตรียมสถานที่ภายในงานอนุรักษ์ ดอนเจดีย์ เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัย

4. นายไมตรี ศรีเทพ เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 6 จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์ เพื่อประโยชน์ในการทำวิจัย

5. นายวิชัย เปี่ยมปรีชา เจ้าหน้าที่อาสาสมัครดูแลรักษามรดกและวัฒนธรรมของชาติ อำเภอดอนเจดีย์ เพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับการค้นพบอนุสรณ์ดอนเจดีย์ และการสร้างอนุสรณ์ดอนเจดีย์ทั้งในด้านการสัมภาษณ์ และจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัยครั้งนี้ด้วย

6. นางนุชริน กลิ่นละออ หัวหน้าผู้สื่อข่าวสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมกับทางจังหวัดสุพรรณบุรี มีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ให้ประชาชนทั่วประเทศ ได้ทราบอย่างไร

7. นายเด่นชัย เเด่นชัยประดิษฐ์ หัวหน้าศูนย์ข่าวหนังสือพิมพ์ไทยรัฐจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอข้อมูลในการช่วยทางจังหวัดสุพรรณบุรี ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ให้ประชาชนทั่วประเทศได้ทราบ

8. นายนที รุ่งเรืองศรี บรรณาธิการ นสพ. คนสุพรรณ เพื่อขอข้อมูลในการช่วยทางจังหวัดสุพรรณบุรี ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ให้ประชาชนทั่วประเทศได้ทราบ

9. นายฉันท ประสงค์สุนทร ผู้จัดการบริษัทบุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด สาขาสุพรรณบุรี เพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับการช่วยเหลือในเรื่องงบประมาณให้แก่ทางจังหวัด ตลอดจนข้อมูลต่างๆ ในการช่วยงานของจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ให้ประชาชนทั่วประเทศได้ทราบ

10. (ชาวสุพรรณบุรีท่านหนึ่ง) ผู้แทนบริษัทเบียร์ไทย 1991 จำกัด (มหาชน) ท่านหนึ่ง ที่ขอไม่เปิดเผยชื่อ ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการช่วยเหลือในเรื่องงบประมาณให้แก่ทางจังหวัด ประชาสัมพันธ์ ในการช่วยเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ให้ประชาชนทั่วประเทศได้รับทราบและเดินทางมาร่วมงานในครั้งนี้ด้วย

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้นำแนวทางในการสัมภาษณ์อิงโครงสร้างมาใช้ คือ โดยผู้วิจัยได้มีคำถามต่างๆ ที่เตรียมไว้เรียบร้อยแล้วและดำเนินการถามไปตามประเด็นต่างๆ เหล่านั้น นอกจากนั้นในบางครั้งผู้วิจัยยังได้เตรียมคำตอบไว้ให้ผู้ให้สัมภาษณ์เลือกตอบด้วย

โดยทั่วไปการใช้แบบสัมภาษณ์อิงโครงสร้าง คือ การนำเอาแบบสอบถามมาอ่าน หรือ มาถามผู้ให้สัมภาษณ์ แทนการให้ผู้สัมภาษณ์กรอกข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งแบบสัมภาษณ์ดังกล่าว เหมาะกับกลุ่มบุคคลที่อ่านหรือเขียนหนังสือไม่คล่องหรือเหมาะกับคำตอบที่ต้องการความรวดเร็ว และความมั่นใจว่าได้คำตอบตามประเด็นที่ต้องการ

แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายไว้จำนวน 120 คน โดยแบ่งรายละเอียดดังนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยว 100 คน

กลุ่มพ่อค้า / แม่ค้า 20 คน

1. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ซึ่ง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ทั้งเพศชายและเพศหญิงจำนวน 100 คน ได้แก่ เพศชาย 50 คน และ เพศหญิง 50 คน

ในขั้นแรกผู้วิจัยได้แนะนำตัวเองให้กับผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ทราบและบอกถึงวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ในครั้งนี้

2. กลุ่มพ่อค้า / แม่ค้า ที่เข้ามาขายของภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ซึ่ง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาขายของภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ทั้งเพศชายและเพศหญิงจำนวน 20 คน ได้แก่ เพศชาย 10 คน และ เพศหญิง 10 คน ในขั้นแรกผู้วิจัยจะทำการแนะนำตัวเองก่อนกับผู้ถูกสัมภาษณ์บอกวัตถุประสงค์ ว่าเพื่อนำไปประกอบการวิจัย แล้วจึงทำการสัมภาษณ์

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการทำวิจัย ผู้วิจัยได้เดินทางไปงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ในวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันธรรมดาเป็นเวลาหลายวัน โดยมีขั้นตอนในการค้นหาและเก็บข้อมูลดังนี้

1. เดินทางไปเพื่อสืบค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น หอสมุดจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อค้นหาเอกสารเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของอนุสรณ์ดอนเจดีย์ การเดินทางไปครั้งนี้ใช้เวลา 1 วัน

2. เดินทางไปสำนักประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ การเดินทางไปครั้งนี้ใช้เวลา 1 วัน

3. เดินทางไปยังที่ว่าการอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของอำเภอดอนเจดีย์ การเดินทางไปครั้งนี้ใช้เวลา 1 วัน

4. เดินทางไปยังเทศบาลอำเภอดอนเจดีย์ เพื่อขอเอกสารต่างๆ เกี่ยวกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ และสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เทศบาล เกี่ยวกับประวัติอนุสรณ์ดอนเจดีย์เพื่อนำมาประกอบการทำวิจัยครั้งนี้ การเดินทางไปครั้งนี้ใช้เวลา 1 วัน

5. เดินทางไปยังพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อไปสังเกตการณ์สภาพต่างๆ ไปในบริเวณอนุสรณ์ดอนเจดีย์และพบปะพูดคุยกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานฯ ซึ่งได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดี โดยผู้วิจัยได้แนะนำตัวและบอกจุดประสงค์ในการเดินทางมาในวันนี้และในครั้งต่อไปให้ทราบ ผู้วิจัยได้ใช้เวลาในการพูดคุย และทำความรู้จักกับเจ้าหน้าที่ ที่อยู่ในอนุสรณ์ดอนเจดีย์ เป็นเวลา 1 วัน

สำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ผู้วิจัยได้ดำเนินงาน ดังนี้

1. ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาระหว่างเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2546 เดินทางไปยังอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อไปดูสภาพแวดล้อมและเพื่อทำความรู้จักกับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อำเภอดอนเจดีย์ที่ทำการดูแลอนุสรณ์ดอนเจดีย์ เบื้องต้นและรวมไปถึงการพูดคุยสอบถามข้อมูลต่างๆ

นอกจากนั้นแล้วผู้วิจัยได้ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลอย่างมีระบบเพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ทำการศึกษาลักษณะสภาพแวดล้อมอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ในวันที่ 1 มกราคม – 22 มกราคม 2547 เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานก่อนการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ที่มีขึ้นในวันที่ 23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2547

2. ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตการณ์ เพื่อทำการสรุปถึงผลการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดสุพรรณบุรีที่ทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ว่าได้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด โดยผู้วิจัยจะทำการสำรวจและสังเกตการณ์ในช่วงการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์วันที่ 23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2547 มีการเดินทางไปสังเกตทั้งในวันหยุดและวันธรรมดา ตั้งแต่เริ่มงานในตอนเช้าและอยู่ดูงานในภาคค่ำด้วย เพื่อใช้เวลาสังเกตการณ์และสำรวจกลุ่มนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการนัดหมายและสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในการทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ในวันต่อไป เพื่อรับทราบข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – เดือนมีนาคม 2547

3. ผู้วิจัยได้เดินทางไปยังพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ และสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีอีกครั้งหนึ่ง ในเดือนเมษายน – เดือนมิถุนายน 2547 โดยมีจุดประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในครั้งสุดท้าย ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เวลาเป็นเวลาหลายวัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำมาประกอบเนื้อหาให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ประกอบในการเก็บข้อมูล มีดังนี้

1. เทปและวิทยุ ในการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้ง ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือประกอบการสัมภาษณ์ คือ เทปและวิทยุเพื่ออัดเสียงการสัมภาษณ์ของผู้วิจัยกับผู้สัมภาษณ์ เป็นการช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนมากขึ้น
2. การจดบันทึก ในการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ผู้วิจัยได้จดบันทึกการสัมภาษณ์ที่นอกเหนือจากเทปและวิทยุมาประกอบกับการสังเกตการณ์ที่ได้ไปพบเห็นมา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
3. ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำกล้องถ่ายรูปเพื่อบันทึกภาพสำคัญๆ เพื่อนำภาพมาประกอบการสัมภาษณ์ให้มีความชัดเจนขึ้น
4. ผู้วิจัยได้นำกล้องถ่ายวิดีโอไปบันทึกภาพที่สำคัญๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้น
5. นอกเหนือจากนั้น ผู้วิจัยได้นำภาพจากเอกสารมาประกอบในการทำวิจัย ภาพบางภาพเป็นภาพที่หายาก เพื่อนำมาประกอบการวิจัยให้กว้างขวางขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ปฏิบัติตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. อ่านและศึกษาข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสื่อสารด้วยการบันทึกด้วยการเขียนและจากเทปวิทยุ จากการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์และภาพถ่าย เพื่อให้ได้ข้อมูลในการนำมาวิเคราะห์ที่ถูกต้อง
2. ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้
 - ส่วนที่ 1 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี
 - ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547

การนำเสนอข้อมูล

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยเลือกใช้การนำเสนอข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพโดยการเขียนพรรณนาสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแยกออกเป็นข้อๆ ตามขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปผลการวิเคราะห์วิจัยเชิงปริมาณออกมาในรูปแบบต่างๆ ทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

D
P
U

DRU

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้เขียนได้ทำการศึกษาเก็บข้อมูลโดย การศึกษาเนื้อหาสาระจากเอกสารและบทความ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการประชาสัมพันธ์การจัดงานฯและกลุ่มตัวอย่าง โดยได้แสดงผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนา และการนำเสนอรูปแบบตารางการสรุปการวิจัยในการอภิปรายผลแบบคำร้อยตะ เพื่อที่จะให้การอภิปรายผลการวิจัยเข้าใจได้ง่ายขึ้น สามารถนำเสนอผลการศึกษาวิจัยได้โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี
2. ประสิทธิภาพผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547

ส่วนที่ 1 การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

แผนการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้รับผิดชอบในการกำหนดแผนงาน คือ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดซึ่งจะเป็นผู้เขียนแผนงานประชาสัมพันธ์นำเสนอต่อผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อผ่านความเห็นชอบและให้การอนุมัติ ซึ่งแผนงานประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์นี้เป็นแผนระยะสั้น คือ มีระยะเวลา 6 เดือน สาเหตุที่เลือกวางแผนระยะสั้นก็เพื่อให้เหมาะสมกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ในแต่ละปี

กลุ่มเป้าหมาย

แผนการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องโดยตรง มีความสำคัญและมีผลกระทบโดยตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ของจังหวัด ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องการที่จะทราบถึงความเข้าใจของบุคคลกลุ่มนี้ต่อการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ อันจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยกลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่

- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
- นักท่องเที่ยวชาวไทย
- องค์กรภาครัฐ
- องค์กรภาคเอกชน
- สื่อมวลชน

2. กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อมคือบุคคลในท้องถิ่น (ภายในจังหวัดสุพรรณบุรี) ซึ่งการประชาสัมพันธ์ที่มีไปยังกลุ่มดังกล่าวจะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ในการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์อย่างกว้างขวางขึ้น และยังเป็นผลให้การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้ คือ

- ครู อาจารย์
- นักเรียน , นักศึกษา
- ประชาชนทั่วไป

วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

1. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวและบุคคลในท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ให้มีความถูกต้องชัดเจน
2. เพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
3. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นทั้งสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดสุพรรณบุรี
4. เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีประสบผลสำเร็จและบรรลุผลตามเป้าหมายตามที่ได้วางไว้

สื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547

เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปตามแผน และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้สื่อที่มีความหลากหลาย เนื่องจากสื่อแต่ละสื่อมีคุณสมบัติแตกต่างกันออกไป ซึ่งในการประชาสัมพันธ์จึงต้องใช้สื่อที่เหมาะสมกับงานฯ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ จำแนกออกได้ดังนี้

1. หนังสือพิมพ์ ในส่วนกลางและท้องถิ่น
2. แผ่นป้ายประกาศ ที่ติดตามสี่แยกถนนสายสำคัญ และบริเวณสถานที่จัดงานฯ
3. โปสเตอร์ ที่จัดทำขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์งานฯ นี้โดยเฉพาะ เพื่อแจกจ่ายตามสถานที่ราชการ สถานศึกษา ศูนย์การค้า โรงแรม ร้านขายของฝาก ร้านขายของที่ระลึก ฯลฯ
4. โทรทัศน์ โดยทำ News Letter เชิญสื่อมวลชนส่วนกลางมาเที่ยวชมงานในขณะเดียวกันมีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ของงานด้วย
5. ทางด้านวิทยุ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีได้รับความร่วมมือจาก สวท. สุพรรณบุรี คลื่น F.M. 102.25 MHz ช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ นอกจากนี้แล้วสถานีวิทยุยังช่วยส่งข่าวสารไปยังสถานีวิทยุที่อยู่ในเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ทุกจังหวัดทั้งระบบ AM. และ FM. ทั่วประเทศ
6. คัดเอาท์ ที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ ภายในจังหวัดที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
7. ทางจังหวัดได้มีการจัดทำ ส.ค.ส. ปีใหม่ และสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ลงไป ซึ่ง ส.ค.ส. นี้จะมีเลขรางวัลอยู่ด้านหลังของแผ่นส.ค.ส. ด้วย
8. รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ ที่จัดขึ้นควบคู่ไปกับกิจกรรมในการจัดงานคอนเสิร์ตครั้งนี้ด้วย
9. อินเทอร์เน็ต มีการประชาสัมพันธ์การจัดงานคอนเสิร์ต ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เผยแพร่ข่าวสารในวงกว้างได้เป็นอย่างดี

สรุปได้ว่าสื่อที่ใช้เป็นสื่อหลัก คือ สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มาก และรวดเร็ว โดยเฉพาะวิทยุซึ่งเป็นที่ใช้มากที่สุด เพราะใช้เวลาในการผลิตสั้นและสามารถออกอากาศได้ทันที อีกทั้งยังมีต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าสื่อโทรทัศน์และสื่ออื่นๆ นอกจากนั้นยังได้รับความร่วมมือจากสถานีวิทยุที่อยู่ในเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ด้วย สำหรับสื่อรองได้แก่ แผ่นป้ายประกาศ คัดเอาท์ โปสเตอร์ ส.ค.ส.

แผ่นปลิว รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เพื่อเสริมประสิทธิภาพของสื่อหลักให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

งบประมาณในการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์คอนกรีตของสำนักงาน ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

งบประมาณที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีได้รับการสนับสนุนมี ดังนี้

1. งบประมาณที่ได้รับจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานอื่นๆ ฯลฯ
2. งบประมาณจากจังหวัดสุพรรณบุรี สำหรับใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
การจัดงานอนุรักษ์คอนกรีต โดยทำแผนเสนอเพื่อขออนุมัติจากผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี
3. งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชน ในรูปแบบต่าง ๆ
4. นอกจากนี้รูปแบบการหาเงินมีทั้ง การจำหน่าย ส.ค.ส. การจำหน่ายบัตรเข้าชมงาน
ล่วงหน้า รวมถึงเงินที่ได้จากการจัดงานในครั้งก่อน

ในปัจจุบันสภาพปัญหาทางเศรษฐกิจทำให้งบประมาณถูกลดลงกว่าเดิมซึ่งมีผล
ต่อการดำเนินการจัดงานมาก ทำให้เกิดความไม่คล่องตัว โดยเฉพาะด้านการใช้สื่อ ซึ่งจะต้องมี
การลดคุณภาพและปริมาณของสื่อลง ด้วยการจัดสรรงบประมาณซึ่งพิจารณาจากความสำคัญของ
งาน กล่าวคือ งานแต่ละงานมีระดับความสำคัญของงานต่างกัน เช่น ระหว่างงานที่เป็นงาน
ระดับประเทศอย่างงานอนุรักษ์คอนกรีต กับงานประจำปีเทศกาลที่กระจาย ซึ่งเป็นงานระดับ
จังหวัดเช่นเดียวกัน สำหรับการจัดสรรงบประมาณที่ให้กับงานอนุรักษ์คอนกรีตมากกว่างานอื่นๆ
เพราะการใช้สื่อในงานๆ มีความจำเป็นและมีค่าใช้จ่ายสูงทั้งนี้เพื่อเผยแพร่ให้คนในชุมชนและนอก
ชุมชนในจังหวัดต่างๆ ได้รับทราบ และดึงดูดจิตใจให้มีผู้คนมาเที่ยวงานมากขึ้น

การติดตามและประเมินผล

แผนแม่บทได้กำหนดว่า สำนักงานประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการดังนี้

1. สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด จะต้องจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานสำหรับ
ทุกโครงการที่จัดทำขึ้น ไปยังกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวและติดตามผล
การดำเนินงาน
2. เมื่อถึงเวลาสิ้นปี มีการรายงานการปฏิบัติงานเพื่อรวบรวมผลการดำเนินงานที่ผ่านมา
ตลอดปีอีกครั้งหนึ่ง โดยจะนำไปเป็นข้อมูลในการประเมิน ผลการปฏิบัติงานต่อไป
3. จะต้องทำรายงานเสนอต่อผู้ว่าราชการจังหวัดหลังเสร็จสิ้นงานแล้ว

การติดตามและประเมินผล ในทางปฏิบัติยังไม่มี การติดตามและประเมินผลอย่างเป็นทางการ จะกระทำได้เมื่องานดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว ซึ่งในการประเมินผลจะดำเนินการ ดังนี้

1. ประเมินจากจำนวนผู้เข้าร่วมงาน
2. ประเมินจากจำนวนผู้ซื้อ ส.ค.ส.
3. วิเคราะห์จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่กล่าวถึง การจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์

จากการศึกษาและค้นพบแล้วจะเห็นว่าวิธีการติดตามและประเมินผลดังกล่าว ยังมีข้อบกพร่อง และมีความคลาดเคลื่อนอยู่บ้าง โดยมีสาเหตุมาจากการประเมินผลที่ไม่ได้ทำตามระเบียบวิธีอย่างถูกต้อง อย่างไรก็ตาม จากการประเมินผลความสำเร็จในการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์ประจำปี 2547 พบว่า การจัดงานครั้งนี้ประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวงานกันจำนวนมากทั้งในเวลากลางวันและกลางคืน ขณะเดียวกันงานประสบความสำเร็จครั้งนี้ได้เพราะได้รับความอนุเคราะห์และความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชนอย่างดียิ่ง

ผลการศึกษาการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์คอนเจดีย์มีดังนี้

1. การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชนต่างๆ ในการให้ข้อมูลและเสนอความคิดเห็นในการวางแผนประชาสัมพันธ์ทำให้แผนงานประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ ในการนำไปปฏิบัติจริงขึ้น
2. แผนการประชาสัมพันธ์ในแต่ละปี จะเกิดจากการนำเอาปัญหา หรือข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นมาเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนทำให้แผนงานประชาสัมพันธ์มีความสมบูรณ์ และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. วัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ เสริมสร้างทัศนคติ และภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว อันจะนำมาซึ่งการสนับสนุน และได้รับความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น
4. การให้ความสำคัญต่อความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ทำให้สามารถทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังนำมาประกอบการใช้ตรวจสอบการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข การดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้นและสมบูรณ์มากขึ้น

6. การดำเนินงานจากการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นๆ มีผลทำให้งานฯ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และนอกจากนี้ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายของสำนักงาน ประชาสัมพันธ์จังหวัดอีกด้วย

7. แผนการประชาสัมพันธ์นอกจากจะมีการเขียนแผนงานใหญ่ หรือแผนงานหลัก ยังมี การเขียนแผนปฏิบัติการ หรือแผนย่อยด้วย ทำให้เกิดความละเอียดและชัดเจนยิ่งขึ้น และมีผลให้ การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีระบบ ระเบียบ อีกทั้งยังสามารถตรวจสอบผลงานได้ชัดเจนได้ด้วย

8. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนทำให้การปฏิบัติงานเป็นไป ตามที่กำหนดไว้

9. การเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์โดย มีการเลือกสื่อที่หลากหลายร่วมกัน การนำสื่อมวลชนในด้านต่างๆ เข้ามาใช้ อัน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อหลัก ซึ่งทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วและกว้างขวางขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพในการ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้นกว่าเดิม

นอกจากผลดีที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้ว แผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ยังมีข้อจำกัดทำให้การดำเนินงานไม่ได้รับความสะดวก เท่าที่ควร ซึ่งข้อจำกัดดังกล่าวมี ดังนี้

1. ข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณซึ่งมีไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
2. มีเวลาจำกัดในการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์คอนเจ็คต์ ทั้งนี้มีผลต่อเนื่องมาจาก งบประมาณ ที่ได้รับมีไม่เพียงพอในการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดที่มีมาก และอีกประการหนึ่งคือ ความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานฯ มีไม่เพียงพอ
3. ด้านบุคลากรที่ไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน
4. ค่านิยมของนักท่องเที่ยวในการเลือกเปิดรับสื่อ มีน้อยมาก จึงมีผลทำให้การ ประชาสัมพันธ์งานฯ เผยแพร่ไปได้ไม่มากเท่าที่ควร

การสัมภาษณ์

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่

- | | |
|------------------------|-------------------------------------|
| 1. นายทรงพล ทิมาศาสตร์ | ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี |
| 2. นายกมล จิตระวัง | รองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี |
| 3. นายทวีชัย พลายนุผล | นายอำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี |

กลุ่มที่ 2 ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งได้แก่

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. นายไมตรี ศรีเทพ | เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผนระดับ 6
จังหวัดสุพรรณบุรี |
| 2. นายวิชัย เปี่ยมปรีชา | เจ้าหน้าที่อาสาสมัครดูแลรักษามรดกและวัฒนธรรม
ของชาติ อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี |

กลุ่มที่ 3 สื่อมวลชนจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งได้แก่

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. นางนุชริน กลิ่นละออ | ผู้สื่อข่าววิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
จังหวัดสุพรรณบุรี |
| 2. นายเด่นชัย เด่นชัยประดิษฐ์ | ผู้สื่อข่าว นสพ.ไทยรัฐ ศูนย์จังหวัดสุพรรณบุรี |
| 3. นายนที รุ่งเรืองศรี | นสพ.คนสุพรรณ จังหวัดสุพรรณบุรี |

กลุ่มที่ 4 ผู้ประกอบการจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งได้แก่

- | | |
|---|---|
| 1. นายฉันท ปรารักษ์สุนทร | ผู้จัดการบริษัทบุญรอดเทรค จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี |
| 2. ผู้แทนบริษัทเบียร์ไทย 1991 (จำกัด) มหาชน | จังหวัดสุพรรณบุรี |

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ให้สัมภาษณ์ถึงการจัดงาน ดังนี้

นายทรงพล ทิมาศาสตร์ ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี อายุ 58 ปี ได้ให้สัมภาษณ์ที่ศาลากลางจังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2547 ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายหลักในการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์ประจำปี 2547 ว่า

“การจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเทิดพระเกียรติและน้อมรำลึก ในพระมหากรุณาธิคุณ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช และยังเป็นส่งเสริมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ดนตรี นาฏศิลป์ การละเล่นพื้นเมือง รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี และเป็นการเผยแพร่ผลงาน ผลผลิต สินค้า และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของจังหวัดสุพรรณบุรี ตามนโยบายรัฐบาล รวมถึง เป็นการหารายได้เพื่อทำนุบำรุงพระบรมราชานุสรณ์คอนเจดีย์และกิจกรรมการกุศลสาธารณประโยชน์ของเหล่ากาชาดจังหวัดสุพรรณบุรีอีกด้วย

นอกจากนี้ในส่วนของระยะเวลาการเตรียมงานฯ ทางจังหวัดก็ได้มีการกำหนดแผนงานในการเตรียมการจัดงานในแต่ละปี มีการเตรียมการด้านธุรการและการแต่งตั้งคณะกรรมการจัดงานระหว่างสิงหาคม – กันยายน 2546 และจัดการดำเนินงานและการจัดประชุมคณะกรรมการจัดงานแต่ละคณะ ระหว่างเดือนกันยายน 2546 – มกราคม 2547 โดยได้ทำการสรุปผลความคืบหน้าในการเตรียมการจัดงาน เพื่อตรวจสอบความพร้อม ภายในเดือนมกราคม 2547 และมีการกำหนดวัน เวลาแถลงข่าวการจัดงานคอนฯ ด้วย และในช่วงระหว่างการจัดงาน 23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ ของทุกปี จะมีการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการจัดงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย เมื่อเสร็จสิ้นหลังการจัดงานจะมีการสรุปผลและการประเมินผลการจัดงาน ซึ่งจะนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการจัดงานในปีต่อไปด้วย”

นายกมล จิตระวัง รองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี อายุ 59 ปี ได้ให้สัมภาษณ์ที่ศาลากลางจังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2547 ได้กล่าวถึง นโยบายและแผนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 ว่า

“ตามนโยบายและแนวทางการประชาสัมพันธ์การจัดงานฯ นั้นได้มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยผ่านสื่อทุกประเภท เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ ในการให้ข้อมูลและต่อยอดให้คนจดจำข่าวสารมากยิ่งขึ้น ซึ่งคณะกรรมการฯ ได้กำหนดแผนการดำเนินงานไว้ 2 ระยะ คือ ในระยะแรกก็จะให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกประเภทก่อนการจัดงานล่วงหน้า 3 เดือน คือ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2546 – มกราคม 2547 และสุดท้ายก็ให้มีการจัดแถลงข่าว ณ บริเวณพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ ก่อนการจัดการไม่น้อยกว่า 1 สัปดาห์ และนโยบายเกี่ยวกับการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์งานฯ ทางคณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ได้มีการกำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เป็นพิเศษ คือ ในเวลาของการแถลงข่าวซึ่งได้จัดให้มีการโชว์ตัวนักแสดง ตลอดจนการแสดงของช่างและม้าที่ร่วม กระบวนการศึก แสดงการทำยุทธหัตถี มีการแสดง แสง สี ประกอบเพื่อเทิดพระเกียรติ มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ของจังหวัด ณ บริเวณพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ และในส่วนของการจัดสรรงบประมาณในการจัดงานฯ จังหวัดมีรายได้จากการจัดงานฯ จากภาครัฐ และภาคเอกชน รวมไปถึงจากการหารายได้จากการจำหน่ายบัตรเข้าชมงานล่วงหน้า ฯลฯ รวมถึงเงินที่ได้จากการจัดงานในครั้งก่อนๆ ด้วย ซึ่งจากการดำเนินการตามกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 ที่วางไว้นั้นผมคิดว่าประสบความสำเร็จในระดับที่น่าพอใจ เพราะมีผู้สื่อข่าวและสื่อมวลชน ทุกแขนงให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์การจัดงานฯเป็นอย่างยิ่ง”

นายทวีชัย พลายชุมพล นายอำเภอดอนเจดีย์ อายุ 53 ปี ได้ให้สัมภาษณ์ที่ว่า การอำเภอ ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2547 ได้ให้ความคิดเห็นในด้านการจัดงานแถลงข่าวเกี่ยวกับงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 ว่า

“เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2547 เวลา 10.00 น. ณ บริเวณลานโพธิ์ พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ ทางจังหวัดฯ ได้เชิญสื่อมวลชนทุกสาขาพร้อมรับฟังการแถลงข่าวการจัดงานฯ ตลอดจนให้มีการแสดงยุทธหัตถีบางตอน ประกอบการแถลงข่าว เพื่อนำไปเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับทราบและ เพื่อเป็นการกระตุ้นและเชิญชวนให้ผู้คนได้มาเที่ยวชมงานมากขึ้น ซึ่งทางจังหวัด

เองก็ได้จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกรูปแบบ รวมไปถึงการอำนวยความสะดวกในเรื่องของการเดินทางซึ่ง จะมีรถบัสปรับอากาศจากกรุงเทพ – สุพรรณบุรี เดินทางถึงดอนเจดีย์ทุกวันระหว่างงาน โดยเที่ยวสุดท้ายรถจะออกจากดอนเจดีย์ เวลา 24.00 น. ในส่วนของทางอำเภอเองก็ได้มี การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อเชิญชวนประชาชนทั่วไปให้ทราบและเที่ยวชมงานรวมทั้งคณะกรรมการในการอำนวยความสะดวกในการเที่ยวชมงาน ซึ่งได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการส่วนท้องถิ่น เทศบาล ข้าราชการครู รวมทั้งข้าราชการครู ในหน่วยงานที่มีส่วน เกี่ยวข้อง ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีและสิ่งที่ดีที่ขาดไม่ได้สำหรับงานฯ นี้คือ สื่อมวลชนประเภทต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ ,โทรทัศน์ ฯลฯ ส่วนในด้านของการกำหนดวัน เวลา ค่าเข้าชมงาน อนุสรณ์ดอนเจดีย์ ทางจังหวัดได้กำหนดวันจัดงานระหว่าง 23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2547 เป็นเวลา 10 วัน 10 คืน กำหนดเวลาปิดประตูเก็บบัตรเข้าบริเวณงาน 17.00 น. 23.00 น. ขยายบัตรผู้ใหญ่ 10 บาท เด็ก 5 บาท กำหนดการแสดงยุทธหัตถีฯ 8 รอบ ระหว่างเวลา 20.00 น. – 21.15 น. บัตรราคา 200, 100 และ 50 บาท นักเรียนนักศึกษา ชมเป็นหมู่คณะ 20 บาท ซึ่งคิดว่าราคาก็เหมาะสมดี”

กลุ่มที่ 2 ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องการจัดงาน
อนุสรณ์ดอนเจดีย์ ดังนี้

นายวิชัย เปี่ยมปรีชา เจ้าหน้าที่อาสาสมัครดูแลรักษามรดกและวัฒนธรรมของชาติ
อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี อายุ 72 ปี ได้ให้สัมภาษณ์ ณ บริเวณลานโพธิ์
พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2547 ซึ่งได้เล่าถึงประวัติความเป็นมา
ของการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ดังนี้

“เรื่องราวการค้นพบเจดีย์ยุทธหัตถีก็ได้รับคำบอกเล่ามาจากผู้หลักผู้ใหญ่บ้างอ่านจาก
หนังสือบ้าง ก็สืบเนื่องจากสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ เสนาบดี
กระทรวงมหาดไทยสั่งให้เจ้าเมืองสุพรรณบุรี (อิ วรรณสูต) ค้นหาพระเจดีย์ยุทธหัตถี ณ ตำบล
หนองสาหร่าย อำเภอศรีประจันต์ ใกล้ลำน้ำท่าคอย ทางทิศตะวันตก ของเมืองสุพรรณบุรี
เมื่อพบแล้วได้ให้ช่างฉายรูปพระเจดีย์ส่งไปให้สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ เมื่อรู้ว่าเป็นเจดีย์
ยุทธหัตถีเป็นแน่แล้ว จึงริบนำความขึ้นกราบบังคมทูลพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว
พระองค์ที่ทรงพระปิติโสมนัสยิ่งศรีว่า พระเจดีย์ยุทธหัตถีเป็นอนุสาวรีย์เฉลิมพระเกียรติ
ของเมืองไทยสำคัญยิ่งแห่งหนึ่ง ถึงจะอยู่ไกลไปลำบากก็จะเสด็จไปสักการบูชา พระองค์จึงเสด็จฯ
ไปกระทำพิธีบวงสรวงถวายสักการะเจดีย์ยุทธหัตถี หลังจากนั้นก็ได้จัดให้มีมหรศพสมโภชน์เจดีย์
ยุทธหัตถี ครั้งแรกเมื่อวันที่ 28 มกราคม 2487 สมัยผู้ว่าราชการจังหวัด นายสนิท วิไลจิตร
นายบุรี พรหมถักโร ได้จัดตั้งคณะกรรมการ 7 อำเภอ เพื่อจัดงานเฉลิมฉลองสมโภช
อนุสรณ์ดอนเจดีย์เป็นเวลา 7 วัน 7 คืน ต่อมาได้มีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการจัดงาน
ในทุกๆ ปี จนถึงปัจจุบันที่ได้มีการกำหนดให้เริ่มงานวันที่ 23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์
เป็นประจำทุกปี ในสมัยก่อนนั้นการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ครั้งแรกถือเป็นการเริ่มต้น
เป็นปฐมฤกษ์ให้มีการจัดงานประเพณี อนุสรณ์ดอนเจดีย์โดยจัดให้มีการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ
และมีมหรศพ เพื่อเป็นการรื่นเริงและสมโภชน์พระเจดีย์ยุทธหัตถี เวลาจัดให้มีการ
จุดดอกไม้เพลิง หลังจากนั้นจังหวัดสุพรรณบุรี จึงจัดงานประเพณีเฉลิมฉลองเจดีย์ยุทธหัตถีเป็น
ประจำทุกปี จนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 91 ปี แล้ว”

นายไมตรี ศรีเทพ เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 6 จังหวัดสุพรรณบุรี อายุ 44 ปี ได้ให้สัมภาษณ์ที่ศาลากลางจังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2547 ได้กล่าวถึงการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ดังนี้

“ทางจังหวัดสุพรรณบุรี ได้มีการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ ให้มีการประชาสัมพันธ์การจัดงานอย่างกว้างขวาง ทุกรูปแบบผ่านสื่อทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ การจัดแถลงข่าว และสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ฯลฯ ซึ่งทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ ให้หลากหลายเพื่อไม่ให้ซ้ำ ๆ กับการวางแผนเดิม มีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัย ทันสมัยอยู่เสมอ และในส่วนเรื่องของงบประมาณที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ได้รับและการนำงบประมาณไปใช้สำหรับในการจัดงานครั้งนี้ฝ่ายประชาสัมพันธ์มีส่วนได้รับงบประมาณ ค่าวัสดุ ค่าก่อสร้าง ค่าทำแผ่นพับ โปสเตอร์ รวมไปถึงการนำไปใช้ในสื่อต่างๆ เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ นสพ.ท้องถิ่น นสพ.ส่วนกลาง อินเทอร์เน็ต การจัดทำสปอต ทิวทัศน์, การจัดแถลงข่าว วัสดุ, จัดพิมพ์โปสเตอร์, แผ่นพับซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชน สำหรับนโยบายในการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 นั้นได้ผลดีมาก เพราะว่ามีประชาชนมาเที่ยวชมงานกันอย่างมากมาย”

กลุ่มที่ 3 สื่อมวลชน

นายไฉ เต๋นชัย อายุ 47 ปี หัวหน้าศูนย์ข่าวหนังสือพิมพ์ไทยรัฐสุพรรณบุรี ได้ให้สัมภาษณ์ที่ศูนย์ข่าวหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2547 ได้กล่าวว่าสื่อมวลชนมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 ดังนี้

“ในฐานะที่ผมเป็นสื่อมวลชนนั้นก็ได้มีการวางแผนปฏิบัติโดยการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ให้ประชาชนทราบ ในหลายๆ ด้านด้วยกันจะพูดไปก็คือ สื่อมวลชนนั้นเป็นหลักในการประชาสัมพันธ์ทุกแขนงอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ทั้งในส่วนกลางและท้องถิ่น อินเทอร์เน็ต ฯลฯ เป็นหลักในการประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว เพราะว่าถ้ารอทางจังหวัดจะช้ามาก ดังนั้นทุกหน่วยงานต้องร่วมมือกัน มีส่วนร่วมที่เข้าไปช่วยกันเป็นส่วนใหญ่ การประชาสัมพันธ์และการดำเนินการที่เข้าไปทำให้ก็ โดยการนำเอาข้อมูลจุดเด่นที่เป็นจุดขายและเป็นจุดสำคัญนำออกมาเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับทราบโดยเฉพาะอนุรักษ์ดอนเจดีย์ ที่สื่อจะเน้น ไปยังสิ่งที่จะทำให้อาจมีความเป็นไทยมากขึ้น โดยองค์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช เป็นบุคคลที่สื่อเน้นให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการรักษาชาติและอนุรักษ์สิ่งที่สำคัญๆ ไว้เพื่อให้คนรุ่นหลังได้ศึกษาค้นคว้าและทราบประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชาติไทย นอกจากนี้แล้วในส่วนนโยบายของรัฐที่ว่า “เที่ยวเมืองไทยไปได้ทุกเดือน” นั้นส่งผลต่อการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 เป็นอย่างดีโดยนโยบายของรัฐบาลส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ เพราะปัจจุบันได้บรรจุแผนการดำเนินงานจัดงานฯ ลงใน ททท. ไปแล้วว่าเป็นวันที่ 23 ม.ค. – 1 ก.พ. ของทุกปี จะมีการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ซึ่งก็สอดคล้องกับนโยบายของรัฐเป็นอย่างดีโดยสื่อมวลชนได้เข้ามาช่วยในการกระตุ้นให้ประชาชนเห็นความสำคัญของงานมากขึ้นในขณะเดียวกันการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ กับนโยบายภาครัฐมีความเกี่ยวข้องและช่วยส่งเสริมกัน เนื่องจากจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ของจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นการสนองงานนโยบายของรัฐฯ โดยเฉพาะคนที่มาเที่ยวไม่ใช่เพียงแต่คนจังหวัดสุพรรณบุรีเท่านั้น แต่ยังมีคนจังหวัดอื่นๆ มาเที่ยวงานฯ ด้วย”

นางนุชริน กลิ่นสะอาด อายุ 39 ปี หัวหน้าผู้สื่อข่าวสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ให้สัมภาษณ์ที่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2547 ได้กล่าวว่า

“ทางด้านสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุพรรณบุรี ก็ได้มีการดำเนินการในขั้นแรกโดยทางจังหวัดส่งจดหมายเชิญไปเป็นคณะกรรมการในการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ หลังจากนั้นทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุพรรณบุรี จะเป็นผู้มาสืบหาข้อมูลเกี่ยวกับงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์เพื่อที่จะนำมาเผยแพร่ให้ประชาชนได้ทราบ ซึ่งจะนำมาเสนอเผยแพร่ออกมาในรูปแบบข่าว ซึ่งข่าวที่เผยแพร่ นั้นเป็นลักษณะข่าวผ่าน เป็นข่าวประกอบเสียงข่าวคั่นในงานเพื่อเผยแพร่โดยการสอดแทรกเข้าไปในรายการต่าง ๆ ทั้งของผู้เช่าเวลาเองหรือของที่ทางสถานีเป็นผู้ผลิตเอง รวมไปถึงรายการจากพันธมิตรทั้งในส่วนของการราชการและเอกชน ที่ได้เข้ามาร่วมจัดกับเรามีจำนวนมาก โดยให้ช่วยกันประชาสัมพันธ์งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ให้ด้วย มีการประชาสัมพันธ์ก่อนที่จะจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประมาณ 2 – 3 อาทิตย์ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับผู้จัดงานด้วยว่าจะส่งข้อมูลมาให้ทางเราเร็วหรือช้า ถ้าทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดส่งข้อมูลมาให้เราเร็วทางเราก็สามารถที่จะประชาสัมพันธ์ได้เลย ซึ่งก็ต้องมีการประสานงานกันกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอถูกต้อง ส่วนในเรื่องของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของทางสำนักงานฯ ในปัจจุบันมีการเตรียมการวางแผนไว้ล่วงหน้าเป็นอย่างดี แต่ก็ยังมีข้อบกพร่องที่ต้องปรับปรุงแก้ไข โดยเฉพาะในด้านงบประมาณซึ่งต้องขอให้มากขึ้น เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีความก้าวหน้า มีสีสันและมีความหลากหลายมากขึ้นกว่านี้”

นายนิธิ รุ่งเรืองศรี อายุ 33 ปี บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์คนสุพรรณ ได้ให้สัมภาษณ์ที่ศูนย์ข่าวหนังสือพิมพ์คนสุพรรณ เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2547 ได้กล่าวถึงข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากประชาสัมพันธ์งานฯ ว่า

“สื่อมวลชนได้รับข้อมูลเป็นอย่างดีสม่ำเสมอซึ่งข้อมูลที่ได้อ่อนข้างที่จะละเอียดและชัดเจนเป็นอย่างดีทำให้สะดวกและเป็นประโยชน์กับเรามาก ในการจะเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ให้ประชาชนได้ทราบ แต่ก็มีช่วงที่ติดขัดที่ระบบจึงทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งข่าวสาร แต่ก็ไม่ได้อมองว่าจุดนี้เป็นปัญหาหลัก เพราะระบบราชการบางครั้งก็ต้องดำเนินการตามสายงาน ในฐานะของสื่อก็ช่วยประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์อย่างเต็มที่ มีการนำเสนอข่าวออกมาเป็นระยะ ๆ ทั้งช่วงก่อนการจัดงาน ช่วงการจัดงาน

และหลังการจัดงาน จะมีตารางจากสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดส่งมาให้แล้ว ทางเราก็เสนอข่าวไปตามตารางของเวลาที่ทางจังหวัดกำหนดไว้ นอกจากนี้ยังได้มีการเข้าไปร่วมประชุมในวันแถลงข่าวก่อนการจัดงานร่วมกับทางจังหวัดด้วย”

D
P
U

กลุ่มที่ 4 ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ

ผู้แทนบริษัทเบียร์ไทย 1991 จำกัด (มหาชน) สาขาสุพรรณบุรี อายุ 62 ปี
 สัมภาษณ์ที่สำนักงานบริษัทเบียร์ไทย 1991 จำกัด (มหาชน) จังหวัดสุพรรณบุรี
 เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2547 ได้กล่าวว่า

“มองโดยภาพรวมแล้วผมคิดว่าการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 อยู่ในขั้นดีเนื่องจากว่าทางจังหวัดมีการทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และเจาะจงในสื่อทุกแขนง นอกจากนี้ยังมีการวางแผนก่อนจัดงานฯ อย่างน้อย 6 เดือน และภายหลังจากงานฯ เสร็จสิ้นลงแล้วทางจังหวัดยังมีการประเมินผลงานถึงข้อดี – ข้อบกพร่อง ของงาน ทำให้ทราบข้อมูลอันเป็นแนวทางในการนำมาปรับปรุงแก้ไขในการจัดงาน ในปีต่อไปด้วย ซึ่งผมก็เห็นด้วยในตรงจุดนี้ นอกจากป้ายประชาสัมพันธ์งานฯ แล้ว ควรจะมีป้ายบอกทางไปงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ให้มากกว่านี้ เพราะผู้ที่มาเที่ยวงานฯ ที่มาจากจังหวัดต่างๆ บางคนยังไม่รู้เส้นทางไปงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์กัน”

นายญาติ ปรารงค์สุนทร อายุ 37 ปี ผู้จัดการบริษัททูลุอรอดเทรตติ้ง จำกัด
 สาขาสุพรรณบุรี สัมภาษณ์ที่บริษัทมิตรสุพรรณ เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2547
 ได้กล่าวถึงการให้ความร่วมมือแก่ทางจังหวัดว่า

“ทางเบียร์สิงห์เองก็ได้มอบเงินเพื่อสมทบงบประมาณให้ทางจังหวัดนำไปใช้ในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ อย่างเหมาะสม นอกเหนือจากเงินที่บริษัทเบียร์สิงห์ช่วยเหลือแล้วทางบริษัทฯ ยังได้ให้วัสดุอุปกรณ์ เช่น ป้ายผ้าขนาด 10 เมตร เพื่อนำไปเขียนรายละเอียดเกี่ยวกับงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ และประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปได้ทราบ โดยนำป้ายผ้าติดตามริมถนนในตัวจังหวัดและตัวอำเภอทุกอำเภอ และติดที่ตัวรถที่บรรทุกสินค้าไปส่งตามที่ต่างๆ และเนื่องจากว่าทางบริษัทสนิทกับทางกันตนาจึงได้ให้ความร่วมมือในการทำสปอตโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในการเผยแพร่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้คนมาชมงานมากขึ้น ขณะเดียวกันทางบริษัทฯ เองก็มีความยินดีที่ได้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ เป็นอย่างมาก เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนมาเที่ยวชมและได้รู้จักจังหวัดสุพรรณบุรีมากขึ้น ส่วนผลที่ได้รับกลับมาก็คือภาพลักษณ์ที่ดีที่บริษัทมอบให้อันเป็น

ประโยชน์แก่สาธารณชน และเป็นลักษณะพึ่งพาซึ่งกันและกันมากกว่าโดยไม่ได้หวังอะไร โดยส่วนตัวผมคิดว่าเหมือนเป็นการช่วยเหลือในความเป็นคนไทยด้วยกัน”

ข้อเสนอแนะทั่วไปของบุคคลจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

บุคคลจากหน่วยงานต่างๆที่ได้กล่าวถึงในข้างต้น ได้มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆเพื่อเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในทิศทางที่ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่และจะเป็นแนวทาง ในการพัฒนาปรับปรุง ในสิ่งที่บุคคลคิดว่ายังไม่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และนำในสิ่งนั้นๆไปเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต่อไปซึ่งความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆจากบุคคล ในหน่วยงานต่าง ๆ นั้น มีดังนี้ คือ

ในการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่างๆที่เป็นอยู่ทุกวันนี้คืออยู่แล้ว จะครอบคลุมสื่อทุกชนิดแต่หากว่าจะให้ดียิ่งขึ้นจะต้องจ้างบริษัททำซึ่งก็ไม่มีงบประมาณในส่วนนี้สำหรับสิ่งที่เห็นว่าจะควรที่จะแก้ไข ก็คือ 1.คุณภาพของตัวสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยวภายในงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์คือต้องสะอาด มีต้นไม้เขียวปกคลุม มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีเจ้าหน้าที่อธิบาย มีป้ายหรือมีแผนที่บอกทาง 2.คุณภาพของสินค้าที่ระลึกต้องราคาถูกไม่แพงจนเกินไป ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขึ้นราคาในช่วงเทศกาล นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่ควรแก้ไขอีกโดยเฉพาะปัญหาในเรื่องของถนนหนทาง ที่จอดรถ โทรศัพท์ สุขา ซึ่งมีอยู่ไม่เพียงพอในการที่จะให้บริการนักท่องเที่ยว และเหล่านี้ถือเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไขทั้งสิ้น (ทรงพล ทิมาศาสตร์, 20 พฤษภาคม 2547)

การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดควรที่จะมีให้มากขึ้น เพราะจังหวัดสุพรรณบุรีมีของดีอยู่มากไม่ใช่เพียงแต่งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์เท่านั้นที่น่าสนใจ แต่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัดยังน้อย ไม่ค่อยมากเท่าที่ควร (วิชัย เปี่ยมปรีชา, 29 เมษายน 2547)

การประชาสัมพันธ์ควรจะเน้นด้านสิ่งแวดล้อมให้มาก เป็นต้นว่า การทิ้งขยะให้ถูกที่ ฯลฯ อันจะทำให้กระทบกระเทือนอนุรักษ์ดอนเจดีย์ โบราณสถานที่มีอายุเก่าแก่เป็นร้อยๆปี สื่อต่างๆ ก็ควรที่จะเผยแพร่อย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกปี โดยเฉพาะสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง และสื่อประเภทโทรทัศน์ เพราะสามารถเข้าถึง ชาวชนได้มากเพื่อปลูกฝังในเรื่องของการอนุรักษ์ ส่วนสื่อประเภทหนังสือพิมพ์นั้นชาวชนจะไม่ค่อยอ่าน (ทวีชัย พลายุชมพล, 11 พฤษภาคม 2547)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรจะเป็นหลักในเรื่องของประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ ส่วนในประเทศก็ควรมีการขยายสื่อ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ ข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานอนุรักษ์คอนเจ็คท์ จังหวัดสุพรรณบุรี ก็ควรจะมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง อย่างเช่น เมื่อมีงานเทศกาลประเพณีของจังหวัด อย่างงานอนุรักษ์คอนเจ็คท์ ก็ไม่ควรโหมประชาสัมพันธ์ช่วงใกล้งานทีเดียวครั้งเดียว แผ่นพับ Brochure เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัด ก็ควรที่จะเปลี่ยนปีต่อปีและปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ก็คืองบประมาณ เพราะในการเสนอข่าวหรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนนั้นทางจังหวัดจะไม่มีสื่อซื้อสื่อ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงมีข้อจำกัด (ไมตรี ศรีเทพ, 21 พฤษภาคม 2547)

การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันสื่อยังน้อยเกินไป ทำให้การเติบโตของตัวเลขนักท่องเที่ยวไม่ค่อยเพิ่มมากเท่าที่ควร อย่างสื่อประเภทหนังสือหรือเอกสารจะทำได้เป็น ลักษณะของหนังสือ ประจำปี ควรที่จะมีการปรับเอกสารพวกแผ่นพับทุก 3-6 เดือน เพื่อแจกจ่ายตามสถานีชุมทาง หรือสถานที่สำคัญ โดยเฉพาะแผ่นพับที่เป็นของจังหวัดควรที่จะได้มีการปรับปรุงเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวงานอนุรักษ์คอนเจ็คท์มากขึ้น ดังนั้นในการประชาสัมพันธ์ที่ดี นอกจากที่จะต้องมีการปรับเอกสาร จำพวกแผ่นพับ ทุก 3-6 เดือนแล้ว หน่วยงานราชการเองก็ควรที่จะมีการปรับปรุงด้านการดำเนินงาน คือ ถ้าหากบุคคลหรือผู้บริหารของประชาสัมพันธ์จังหวัดมีความกระตือรือร้นงานก็จะออกมาดี เพราะงานของรัฐนั้นขึ้นอยู่กับตัวบุคคลเป็นสำคัญ นอกจากนี้ในส่วนของนักท่องเที่ยวเองที่ได้มาเที่ยวแล้ว ก็จะมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ได้มากในลักษณะของการให้ข้อมูลสาร ตลอดจนแนะนำให้ผู้คนที่รู้จักได้เข้ามาท่องเที่ยวงานอนุรักษ์คอนเจ็คท์ในจังหวัดสุพรรณบุรีมากขึ้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ นอกจากจะประสบปัญหาในเรื่องของงบประมาณแล้วปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ เรื่องของกำลังคนที่มีไม่เพียงพอต่อการทำงาน

(กมล จิตรระวัง, 18 พฤษภาคม 2547)

การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากก็สำคัญ โดยเฉพาะในส่วนท้องถิ่น ในช่วงแรก การจัดงานอนุรักษ์คอนเจ็คท์ นั้น ผู้ใหญ่บ้าน และกำนันในจังหวัดควรมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ทำให้บุคคลทั่วไปหรือชาวบ้านทราบข่าวสารนั้นอย่างทั่วถึง เช่น มีการซื้อขายบัตร ส.ค.ส. ที่สามารถชิงโชคได้ มีการเขียนป้ายประกาศตามสถานที่ต่างๆ อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์ควรจะทำอย่างต่อเนื่อง บุคคลจะได้ติด เช่น ก่อนที่จะมีงานประมาณ 1 เดือนก็ทำการออกสื่อ โดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจายเสียงทุกวัน ในช่วงเวลาเดียวกันโดยอาจจะมีการนิยมนาย มาเล่าทุกวัน วันละนิดและต่อเนื่อง แล้วสอดแทรก การประชาสัมพันธ์กิจกรรม

งานอนุสรณ์คอนเจ็คต์ลงไป เป็นต้น ซึ่งในส่วนนี้สื่อวิทยุกระจายเสียงสามารถทำได้ เพราะมีงบประมาณ เป็นการทำเพื่อการศึกษา ทำเพื่อพัฒนาจังหวัด ทางสถานีวิทยุก็ใช้เวลาได้อยู่แล้ว (วุฒิสภา เติมนาม, 9 มิถุนายน 2547)

การประชาสัมพันธ์สามารถทำได้อย่างต่อเนื่องหากมีงบในโฆษณา ซึ่งงบนี้สามารถขอได้จากผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัด อาทิ เจ้าของ โรงแรมภัตตาคาร ร้านอาหาร บริษัททัวร์ ฯลฯ นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆข้างต้นยังสามารถช่วยในการประชาสัมพันธ์ได้ดีอีกด้วย (ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม, 2 มิถุนายน 2547)

การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันได้ผลปานกลางไม่มากไม่น้อย ยังต้องแก้ไขอีกมาก สื่อวิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ ไม่ค่อยตื่นตัวด้านการท่องเที่ยวเท่าที่ควรและนักข่าวเองก็เป็นอิสระไม่สามารถที่จะคุมกันได้ ค่านิยมของคนก็เช่นกันนิยมแบบรวมอำนาจไม่ชอบแบบกระจายอำนาจคือคนในท้องถิ่นเองไม่ชอบที่จะอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น แต่ไปนิยมอ่านหนังสือพิมพ์จากส่วนกลางต่างๆที่ข่าวต่างๆเหล่านั้น นักข่าวท้องถิ่นเป็นผู้เขียนและส่งไปเอง (นที รุ่งเรืองศรี, 8 มิถุนายน 2547)

จุดขายของงานอนุสรณ์คอนเจ็คต์จังหวัดสุพรรณบุรี คือการเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่มีเรื่องเล่าและประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจมาช้านาน แต่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาก็ยังมิมีมากนัก ทั้งนี้เพราะไม่มีองค์กรใดที่จะร่วมกันสร้างสรรค์หรือคิดหาแนวทางที่จะแก้ไข ไม่มีการจัดระบบในการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวงานอนุสรณ์คอนเจ็คต์ในจังหวัดสุพรรณบุรี มาเพียงแค่ชมการแสดงยุทธหัตถีใช้เวลาประมาณ 2- 3 ชั่วโมงก็กลับ ซึ่งจริงๆแล้วสุพรรณบุรียังมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกมากมายที่น่าสนใจ การมาสุพรรณบุรีควรจะต้องมาอย่างน้อย 5 วัน ถึงจะเที่ยวหมดไม่ว่าจะเป็นสิ่งต่างๆที่สร้างขึ้นมามีวัดต่างๆที่อยู่กระจัดกระจายในแต่ละอำเภอ วัดป่าเลไลยก์ บึงฉวาก บ้านควาย ฯลฯ

ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงควรที่จะแก้ที่ต้นเหตุไม่ใช่แก้ที่ปลายเหตุ ควรที่จะมีการปรึกษาหารือกันระหว่างทางจังหวัดเอง สื่อมวลชน ฯลฯ ส่วนข่าวสารที่เผยแพร่ขึ้นหากรอความช่วยเหลือจากรัฐบาลจากส่วนกลางหรือจากการท่องเที่ยว ก็จะไปไม่ทั่วถึง ฉะนั้นทางจังหวัดต้องพยายามช่วยเหลือตัวเองก่อน พยายามค้นหาในสิ่งต่างๆที่ดีของงานอนุสรณ์คอนเจ็คต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีอยู่แล้วหาคนในจังหวัด ก่อนที่จะหาคนอื่น เพื่อมาช่วยและร่วมมือกันในการพัฒนาประชาสัมพันธ์จังหวัดทั้งในส่วนราชการและเอกชนให้ดียิ่งขึ้น

(เด่นชัย เด่นชัยประดิษฐ์, 5 มิถุนายน 2547)

ทางด้านของการบริการอื่นๆ ก็ยังควรที่จะต้องปรับปรุงอีกมาก ทั้งในด้านของร้านอาหารและโรงแรมตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในเรื่องของกิจกรรมหรือประเพณีต่างๆที่จังหวัดทำขึ้นนั้น อย่างเช่นงานอนุรักษ์คอนเจดีย์ ควรที่จะได้มีการเผยแพร่ปีละบ่อยๆครั้งไม่ควรเผยแพร่เพียงแค่ปีละครั้งเดียว หากได้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปมากๆนักท่องเที่ยวก็จะสนใจมาเที่ยวและรู้สึกคุ้มค่าในการมาเที่ยวที่สุด (ญานัท ปรารงค์สุนทร, 2 มิถุนายน 2547)

การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดยังน้อยไปควรที่จะประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์บ้าง อย่างงานอนุรักษ์คอนเจดีย์ โทรทัศน์ก็ไม่ค่อยได้เผยแพร่ แต่กับจังหวัดอื่นที่ไม่ใช่ต้นกำเนิดในการจัดการแสดงยุทหัตถ์จะมีการเผยแพร่ให้มากกว่าของจังหวัดสุพรรณบุรีส่วนทางวิทยุนั้นก็ช่วยกันอยู่แล้วเพราะส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่เป็นคนในพื้นที่แต่ก็ได้เฉพาะในกลุ่มที่รัศมีไปถึงเท่านั้น คนที่อยู่ในภาคอื่นจะไม่รู้ ซึ่งสื่อโทรทัศน์จะสามารถช่วยในด้านนี้ได้ดี สื่อประเภทโปสเตอร์และหนังสือพิมพ์ก็ควรที่จะเผยแพร่ให้มากขึ้น

อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์คอนเจดีย์นั้นนักจัดรายการวิทยุจะมีส่วนช่วยได้อย่างมากโดยเฉพาะในช่วงของการจัดรายการซึ่งนักจัดรายการวิทยุบางคนจัดรายการเป็น 10 รายการ เพียงแค่พูดประโยค 2 ประโยคในรายการก็สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารนั้นไปได้มาก ยิ่งถ้าหากว่านักจัดรายการวิทยุที่จัดรายการวิทยุทั้งในระบบ A.M และ F.M ก็ยังสามารถกระจายกลุ่มคนฟังได้มากทั้งกลุ่มชาวบ้าน นักธุรกิจ ฯลฯ เพราะหากเป็นช่วงของข่าวจริงๆแล้วคนจะไม่ค่อยฟัง แต่หากแทรกอยู่ระหว่างรายการคนจะสนใจฟัง เพราะนอกจากจะพูดเพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดแล้วยังจะเป็นการพูดเพื่อรายการด้วยทำให้รายการมีคุณค่าขึ้นดีกว่าการที่จะโฆษณาแต่สินค้าเพียงอย่างเดียว (นุชริน กลิ่นละออ, 9 มิถุนายน 2547)

บทบาทหน้าที่และการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์คอนกรีตประจำปี 2547 ของหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

ในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานอนุรักษ์คอนกรีตประจำปี 2547 จังหวัดสุพรรณบุรี มีบุคคลและหน่วยงานต่างๆ ที่มีบทบาทภาระหน้าที่ในการรับผิดชอบโดยตรงต่อการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์คอนกรีต จังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปี 2547 มีดังนี้

1.การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ศูนย์จังหวัดสุพรรณบุรี)

บทบาทภาระหน้าที่ในการรับผิดชอบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ศูนย์จังหวัดสุพรรณบุรี) คือ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดงานอนุรักษ์คอนกรีตประจำปี 2547 ให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ โดยผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ตลอดจนการพิมพ์เอกสาร ทำ News Letter เชิญสื่อมวลชนจากส่วนกลางมาเยี่ยมชมเพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปเสนอข่าวต่อสาธารณชนต่อไป เช่น ในส่วนของโทรทัศน์มีการเชิญผู้สื่อข่าวจากสถานีต่างๆ มาเยี่ยมชมสถานที่จัดงานอนุรักษ์คอนกรีต เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้อินไปเห็นไปเผยแพร่สู่ประชาชนทั่วไปได้ทราบ

ในส่วนของหนังสือพิมพ์และนิตยสารนั้น มีการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนโดยใช้ลักษณะคล้ายกับโทรทัศน์นั้นคือ การเชิญสื่อมวลชนมาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆภายในจังหวัด โดยเฉพาะสื่อจากหนังสือพิมพ์ เช่น จากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ จะเชิญสื่อมาเยี่ยมชม สถานที่ท่องเที่ยวก่อนการจัดงานประมาณ 2 เดือน แต่ถ้าเป็นนิตยสาร เช่น เพื่อนเดินทางจะต้องใช้เวลาในการจัดทำและตีพิมพ์ประมาณ 1 เดือน ซึ่งในการเผยแพร่ข่าวสารสู่ประชาชนนั้น ขึ้นอยู่กับรูปแบบและวิธีการนำเสนอของสื่อมวลชนจากนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์นั้นๆ และสิ่งที่ไม่ได้คือการลงข่าวที่เกี่ยวกับวัน เวลา และกิจกรรมของงานเทศกาล ประเพณีที่กำลังจะมีขึ้นสอดแทรกเข้าไปด้วย นอกจากนี้มีป้ายคัดเอาต์คิดตามริมถนน เพื่อบอกกล่าวข่าวสาร โดยขอความร่วมมือและสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชน เช่น เบียร์สิงห์ เบียร์ช้าง ฯลฯ ในการออกค่าใช้จ่าย

นอกจากนี้ยังมีการเผยแพร่ข่าวสาร ไปยังบริษัททัวร์ด้วย โดยเชิญเจ้าของบริษัททัวร์ต่างๆที่จัดทัวร์ในประเทศ มาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆภายในจังหวัด คู่มือทางการเดินทาง โรงแรมและร้านอาหาร เพื่อให้เจ้าของบริษัททัวร์นั้นเป็นผู้ตัดสินใจในการจัดทัวร์มาเที่ยวชมงาน

2. ประชาสัมพันธ์จังหวัด

ประชาสัมพันธ์จังหวัดนั้นเป็นหน่วยงานของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งขึ้นอยู่กับสำนักนายกรัฐมนตรี มีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ในทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับจังหวัด ไม่เพียงแต่จะประชาสัมพันธ์เฉพาะในเรื่องของการท่องเที่ยวเท่านั้น ประชาสัมพันธ์จังหวัดยังมีส่วนในการให้ข้อมูล ข่าวสารแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายทั่วไป ทั้งในจังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงประชาชนในประเทศ และนอกประเทศด้วย โดยมุ่งให้กลุ่มเป้าหมายทั่วไปได้รู้จักงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรีและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆของจังหวัดไม่ว่าจะเป็น โบราณสถานเก่าแก่หรือสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ตลอดจนการมีอุตสาหกรรมพื้นบ้านต่างๆ เช่น เครื่องเบญจรงค์ แจกันดินเผาแนวจิตรกรรมไทย ฯลฯ และ กิจกรรมงานประเพณีต่างๆ เช่น งานทึงกระจาด เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่างๆดังกล่าว เป็นสิ่งที่ประชาสัมพันธ์จังหวัดมีหน้าที่ในการเผยแพร่ให้กลุ่มเป้าหมายทั่วไปได้รู้จัก และต้องการที่จะมาเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงระบบ F.M. และ A.M. ทั้งในส่วนกลางและท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ ทั้งในส่วนกลางและท้องถิ่น มีแผ่นพับ ป้ายคัดเอาท์ เสียงตามสาย ฯลฯ ประชาสัมพันธ์จังหวัดจะเน้นสื่อวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่น ทั้งระบบ F.M. และ A.M. และสื่ออื่นๆ เพื่อบอกกล่าวข่าวสารแก่กลุ่มเป้าหมายในจังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดใกล้เคียงได้ทราบ ซึ่งในส่วนของการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ นี้เป็นงานระดับประเทศ ดังนั้นจึงได้มีการเพิ่มสื่อโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงในส่วนกลาง หนังสือพิมพ์และแผ่นพับ ซึ่งกิจกรรมในระดับประเทศนี้ ประชาสัมพันธ์จังหวัดจะต้องร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมีรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันออกไป โดยประชาสัมพันธ์จังหวัดจะเป็นฝ่ายนำเสนอในเรื่องรายละเอียดของงาน เช่น การแสดงและการจัดกิจกรรมต่างๆ

ประชาสัมพันธ์จังหวัดและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะมีการแยกการประชาสัมพันธ์ออกจากกันตามเครือข่ายที่มี ของทั้ง 2 หน่วยงาน โดยใช้สื่อชนิดเดียว ผู้สื่อข่าวคนเดียวกัน นอกจากนี้ประชาสัมพันธ์จังหวัดมีหน้าที่ส่งข่าวสารไปยังหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ช่วยเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายอีกทางหนึ่งด้วย เช่น ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยว สำนักส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆของเอกชน ฯลฯ โดยมีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 จังหวัดสุพรรณบุรี แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นข้อมูลข่าวสาร ที่ส่งไปจะถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่นั้นก็ขึ้นอยู่กับพิจารณาของสื่อมวลชนต่างๆว่าจะใช้เทคนิคในประชาสัมพันธ์อย่างไร ประกอบกับไม่มีงบประมาณในการจัดซื้อสื่ออุปกรณ์ในการจัดทำ จึงไม่สามารถกำหนดวัน หรือช่วงเวลา

ในการประชาสัมพันธ์ได้ แต่หากว่าเป็นสื่อท้องถิ่นพอจะหามาได้ เช่น วิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะสามารถกำหนดได้ โดยจะใช้ลักษณะของการขอเรื่อง ให้ช่วยประชาสัมพันธ์ ข่าวสารนั้นๆ

3. สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทในการประสานงานในเรื่องต่างๆ เช่น การอำนวยความสะดวกของผู้ว่าราชการจังหวัด และการประสานงานในเรื่องแผนพัฒนาจังหวัดทั้งหมด สำนักงานจังหวัดเป็นส่วนหนึ่งในเรื่องของการประชาสัมพันธ์เรื่องแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมต่างๆของจังหวัด เช่น งานสงกรานต์ งานเทศกาลที่กระจาย ฯลฯ สำนักงานจังหวัดจะมีส่วนช่วยในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หากประชาสัมพันธ์จังหวัดร้องขอให้เข้าไปมีส่วนช่วยส่วนในเรื่องของงบประมาณนั้น สำนักงานจังหวัดได้งบประมาณจากองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยมีสภาจังหวัดเป็นผู้อนุมัติในเรื่องข้อบัญญัติ นอกจากนี้ยังได้งบประมาณการขอรับบริจาคจากภาคเอกชน ตลอดจนหน่วยงานต่างๆที่ให้การสนับสนุนงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยช่วยทำโปสเตอร์ให้บริษัทบุญรอดและบริษัทเบียร์ไทย 1991 (จำกัด) ช่วยสนับสนุนเรื่องการทำป้ายคัดเอาท์และป้ายฝ่านอกจากนี้ภาคเอกชนในจังหวัดมีส่วนช่วยในกิจกรรมการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 เป็นอย่างมาก

4. ศึกษาธิการจังหวัด

ถึงแม้ศึกษาธิการจังหวัดมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในเรื่องของการศึกษา แต่ก็ได้เข้ามามีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดด้วย เมื่อศึกษาธิการรับโครงการหรือนโยบายอะไรจากจังหวัดมา ก็จะช่วยประชาสัมพันธ์โครงการนั้นๆ เช่น ในการจัดงานครั้งนี้ศึกษาธิการมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์ด้านการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 มา ก็จะช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ให้ประชาชนและบุคคลทั่วไปได้รับทราบ การประชาสัมพันธ์ที่ผ่านสื่อในบางครั้งศึกษาธิการจะส่งข่าวเอง จะไม่ผ่านทางประชาสัมพันธ์จังหวัดโดยตรง เพราะการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังประชาสัมพันธ์จังหวัดนั้น จะต้องทำหนังสือแจ้งให้ทางประชาสัมพันธ์ได้ทราบก่อน ซึ่งจะทำให้ศึกษาธิการจังหวัดไม่สะดวกที่จะส่งข่าวไปยังหน่วยงานต่างๆ ได้โดยตรง ศึกษาธิการจึงดำเนินการส่งข่าวสารไปยัง ศึกษาธิการอำเภอเพื่อส่งต่อไปยังโรงเรียนต่างๆ ในตำบล ในหมู่บ้าน โดยผ่านกำนันและผู้ใหญ่บ้าน

นอกจากการมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อแล้ว ศึกษาศึกษา จังหวัดยังมีส่วนในการส่งเสริมพัฒนาทางการท่องเที่ยว ซึ่งในส่วนนี้ แม้ว่าจะไม่ใช่ การประชาสัมพันธ์โดยตรง แต่ก็เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหรือ กลุ่มเป้าหมายทั่วไปเดินทางเข้ามาเที่ยวงาน ขณะเดียวกันศึกษาศึกษา ยังได้ช่วยทำกิจกรรมต่างๆ อีกด้วย เช่น

1. การรักษาความสะอาดสถานที่ต่างๆ ซึ่งอยู่ในบริเวณเดียวกับการจัดงานอนุรักษ์ คอนเจ็คต์ เช่น บริเวณวัด โรงเรียน โรงพัก โรงพยาบาล ตลอดจนสถานที่ราชการต่างๆ เพื่อต้อนรับ นักท่องเที่ยว

2. การให้ความรู้แก่นักเรียน เกี่ยวกับงานอนุรักษ์คอนเจ็คต์ เพื่อเป็นตัวแทนในการ ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

5. ผู้ประกอบการทางธุรกิจต่างๆ

นอกเหนือจากความช่วยเหลือในการจัดงานฯ ที่ได้จากหน่วยงานต่างๆ แล้ว ผู้ประกอบการทั้งหลายยัง มีส่วนในการช่วยงานฯ นี้เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายด้วยการบริจาคเงิน และสิ่งของของบริษัท ห้างร้าน บุคคลในหลายๆ อาชีพที่เข้ามามีส่วนช่วยงานฯ เช่น โรงแรม , รีสอร์ท, ร้านอาหาร, , ร้านขายของที่ระลึก, ร้านขายขนม, ผู้ขับขีสามล้อ, ผู้ขับขีสองแถว, รถเมล์, รถทัวร์ ฯลฯ ดังนั้น หากมีข่าวสารอะไร โดยเฉพาะข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ทางผู้ประกอบการ ทางธุรกิจต่างๆ จะต้องทราบก่อนและช่วยประชาสัมพันธ์บางเรื่องที่ไม่ใช่งานใหญ่ ด้วยการเผยแพร่ ข่าวสารหรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารนั้นๆ โดยไม่ผ่านสื่อมวลชน ผู้ประกอบการทางธุรกิจจะเน้นที่ บริษัททัวร์ช่วยให้ข้อมูลกับบริษัททัวร์มากที่สุด และจะเน้นไปที่ โรงแรม ห้องอาหารใหญ่ๆ เพื่อช่วยโฆษณาทำแผ่นพับ แผ่นป้าย เป็นต้น

6. สื่อมวลชน

สื่อมวลชนแขนงต่างๆ มีส่วนสำคัญอย่างมากในการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ คอนเจ็คต์ประจำปี 2547 ด้วย เช่น สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์คนสุพรรณซึ่งวางจำหน่ายทุกวันที่ 16 ของเดือน ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์กึ่งการเมือง กึ่งเศรษฐกิจฯ และบรรจุข่าวสาร ด้านการจัดงานอนุรักษ์คอนเจ็คต์เข้าไปด้วย เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์อีกแรงหนึ่ง โดยใช้เทคนิค ในการเขียนข่าวให้น่าสนใจ ซึ่งสื่อแต่ละคนมีอยู่ในตัวเองอยู่แล้ว เช่น เอาประเด็นสำคัญมาขึ้นเป็น หัวข่าว หรือมีการปรับปรุงเนื้อหาข่าวให้เป็นที่ดึงดูดจิตใจของผู้อ่าน สื่อมวลชนได้นำเสนอข่าวการ จัดงานฯ ในช่วงปลายเดือนธันวาคม 2546 ไปจนถึงวันเริ่มงานวันแรกไปจนถึงวันสุดท้ายของงาน

ในส่วนของผู้ประเภทวิทยุกระจายเสียงก็มีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ด้วยเช่นกัน โดยนักจัดรายการวิทยุ ที่มีส่วนช่วยประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี เพราะในการจัดรายการนั้น นักจัดรายการวิทยุ สามารถที่จะพูดสอดแทรกในเรื่องเกี่ยวกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์เข้าไปในรายการได้ โดยไม่ให้ผู้ฟังรู้ตัว และจะได้ผลดีกว่าการพูดในเนื้อหาวิชาการตลอดรายการเพราะคนจะไม่ค่อยสนใจฟัง ดังนั้นการเผยแพร่ข่าวสาร จึงใช้วิธีให้คนฟังได้ฟังรายการไปสักครั้งรายการแล้วจึงพูดแทรกโดยใช้เวลาสั้นๆ สลับกับการเปิดเพลง เป็นต้น

สำหรับรูปแบบของการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์นั้น ปัจจุบันกำลังพยายามที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบ คือ พยายามที่จะประชาสัมพันธ์ในด้านข่าวสารให้มากขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์เกิดความสนใจและซึมซับในด้านการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์และมีการเผยแพร่ข่าวสารให้นักท่องเที่ยว ได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดให้มากขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถไปพักผ่อนหรือหาซื้อของได้ในแต่ละอำเภอของจังหวัด เช่น หากนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่อำเภอเดิมบางนางบวช ก็สามารถไปเที่ยวชมธรรมชาติที่บึงฉวากได้ที่อำเภอศรีประจันต์มีจำหน่ายสมหวัง(แห้ว) นอกจากนี้แล้วยังเที่ยวชมหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยได้อีกด้วย ที่อำเภอเมืองมีสินค้าพื้นเมืองจำหน่าย เช่น ขนมสาลี ปลาสดหรืออาหารที่มีชื่อต่างๆ ได้ เป็นต้น โดยเฉพาะในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์นั้นทางสถานีวิทยุก็จะทำการถ่ายทอดเสียงในช่วงที่มีพิธีเปิดการแสดงยุทธหัตถี ประกอบแสง สี เสียง ภายในงานให้ฟังด้วย

สรุปได้ว่าบทบาทภาระหน้าที่ และการมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์จังหวัดสุพรรณบุรีของหน่วยงานราชการต่างๆ ทั้งที่มีหน้าที่ และไม่มีหน้าที่โดยตรงในการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนหน่วยงานภาคเอกชนและสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลือในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ ซึ่งถือว่าเป็นการกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และจังหวัดมากขึ้น

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 ในการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่นที่เข้ามาเที่ยวตลอดจนพ่อค้า / แม่ค้าที่เข้ามาขายของภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 100 ชุด และได้นำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์ โดยจำแนกความถี่และค่าร้อยละและผลของการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. ผลการแจกแจงลักษณะทางประชากรของกลุ่มนักท่องเที่ยว
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อปรับปรุงการประชาสัมพันธ์งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

1. ผลการแจกแจงลักษณะทางประชากรของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศเท่ากัน

เพศ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ชาย	50	50
หญิง	50	50
รวม	100	100

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน เป็นเพศชายและเพศหญิงคิดเป็นสัดส่วนที่เท่ากัน คือร้อยละ 50

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

อายุ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
22 ปีหรือต่ำกว่า	24	24
23 – 35 ปี	35	35
36 - 55 ปี	19	19
56 ปีขึ้นไป	22	22
รวม	100	100

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 23 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 22 ปีหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 24 ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 56 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 22 และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 36 – 55 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 22

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มนักท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ภาคกลาง	89	89
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4	4
ภาคใต้	4	4
ภาคตะวันออก	3	3
รวม	100	100

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89 รองลงมาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้มีสัดส่วนเท่า ๆ กันคิดเป็นร้อยละ 4 และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 3

เมื่อจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ขออกเป็นจังหวัดต่าง ๆ ในแต่ละภูมิภาค โดยเริ่มจากภาคกลางพบว่านักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพมหานครมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมาคือจังหวัดนนทบุรี 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 จังหวัดสมุทรปราการ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14 จังหวัดอ่างทองมีจำนวนมากที่ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 จังหวัดอยุธยา 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 จังหวัดกาญจนบุรี 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 จังหวัดสิงห์บุรี 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 จังหวัดชัยนาท 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 คน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดอุทัยธานี จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดสระบุรี จังหวัดละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

เมื่อจำแนกนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีกลุ่มตัวอย่าง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดขอนแก่น จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนเท่า ๆ กัน คือ จังหวัดละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

เมื่อจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดในภาคใต้ที่มีกลุ่มตัวอย่าง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 นั้น พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดชุมพร จังหวัดภูเก็ต มีจำนวนเท่า ๆ กันคือ จังหวัดละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2

เมื่อจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดในภาคตะวันออกมีกลุ่มตัวอย่าง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 นั้น พบว่า มีนักท่องเที่ยวมาจากจังหวัดเดียวกันคือ จังหวัดเพชรบุรี 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	9	9
มัธยมศึกษา	24	24
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3	3
ปริญญาตรี	60	60
สูงกว่าปริญญาตรี	4	4
รวม	100	100

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา

มัธยมศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่าจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่าจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	16	16
นักธุรกิจ	2	2
พ่อค้า/แม่ค้า	16	16
ครู/อาจารย์	7	7
พนักงานบริษัท	8	8
ข้าราชการ	25	25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	11
เกษตรกร	10	10
ธุรกิจส่วนตัว	2	2
อื่น ๆ (รับจ้าง,แม่บ้าน,ตงงาน)	3	3
รวม	100	100

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมาคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา และกลุ่มอาชีพที่มีอาชีพพ่อค้า/แม่ค้า คิดเป็นสัดส่วนเท่า ๆ กัน คือร้อยละ 16 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 11 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพเกษตรกรคิดเป็นร้อยละ 10 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 8 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นครู/อาจารย์คิดเป็นร้อยละ 7 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ เช่น รับจ้าง แม่บ้าน ตงงาน คิดเป็นร้อยละ 3 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มนักธุรกิจและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีเท่า ๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนความถี่ และค่าร้อยละของกลุ่มนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
5,000 บาทหรือต่ำกว่า	19	19
5,001 – 10,000 บาท	21	21
10,001 – 15,000 บาท	33	33
15,001 – 20,000 บาท	15	15
20,001 บาทขึ้นไป	12	12
รวม	100	100

จากตารางที่ 6 เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 บาทหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 19 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15 และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
โสด	40	40
สมรส	58	58
หย่าร้าง	2	2
รวม	100	100

จากตารางที่ 7 เมื่อจำแนกตามสถานภาพพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่โสด คิดเป็นร้อยละ 40 และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 2

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อปรับปรุงการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์คอนกรีต

ตารางที่ 8 จำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามจุดมุ่งหมายหลักของการเดินทางมาจังหวัดสุพรรณบุรี

จุดมุ่งหมายหลัก	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ท่องเที่ยวงานอนุรักษ์คอนกรีต	93	93
เยี่ยมญาติ/เพื่อนฝูง	3	3
ปฏิบัติราชการ/ธุรกิจ	3	3
อื่น ๆ (ผ่านมาจิงเวะ)	1	1
รวม	100	100

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายหลักของการเดินทางมาสุพรรณบุรีเพื่อท่องเที่ยวงานอนุรักษ์คอนกรีตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93 รองลงมาคือกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายหลักของการเดินทางมาสุพรรณบุรีเพื่อเยี่ยมญาติ/และเพื่อนฝูงเป็นสัดส่วนเท่า ๆ กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาปฏิบัติราชการและธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 3

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามประสบการณ์การเคยมาเที่ยวงานอนุรักษ์คอนกรีต

ประสบการณ์	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
เคยมา	93	93
ไม่เคยมา	7	7
รวม	100	100

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเคยมาเที่ยวงานอนุรักษ์คอนกรีต คิดเป็นร้อยละ 93 ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมาเที่ยวงานอนุรักษ์คอนกรีต คิดเป็นร้อยละ 7

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์

ประเภทของสื่อ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	35	35
เพื่อน / ญาติ	20	20
โทรทัศน์	16	16
วิทยุกระจายเสียง	14	14
โปสเตอร์ / คัทเอาท์	8	8
อินเทอร์เน็ต	4	4
อื่น ๆ เช่นประกาศของทางราชการ โรงแรม บริษัททัวร์	3	3
รวม	100	100

จากตารางที่ 10 พบว่านักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับงานอนุรักษ์คอนเจดีย์ เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อพบว่าทราบจากหนังสือพิมพ์เป็นลำดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 35 ลำดับที่สอง คือ จากเพื่อนและญาติ คิดเป็นร้อยละ 20 สำหรับลำดับที่สามได้แก่สื่อประเภทโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 16 ลำดับที่สี่ คือ สื่อวิทยุกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 14 ลำดับที่ห้า สื่อประเภทโปสเตอร์และคัทเอาท์ คิดเป็นร้อยละ 8 ลำดับที่หก คือ สื่อประเภทอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 4 ส่วนสื่อประเภทประกาศของทางราชการและโรงแรมนั้นเป็นลำดับที่เจ็ด คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน (ร้อยละ) จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาในการจัดงาน
อนุสรณ์ดอนเจดีย์

ความคิดเห็น	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ควรจัด 3 วัน	33	33
ควรจัด 5-7 วัน	45	45
ควรจัด 12-15 วัน	22	22
รวม	100	100

จากตารางที่ 11 พบว่านักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาในการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งระยะเวลาในการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ควรจัด 5-7 วัน คิดเป็นร้อยละ 45 ลำดับที่สอง คือ ควรจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 33 ลำดับที่สาม ควรมีการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ 12-15 วัน คิดเป็นร้อยละ 22

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน (ร้อยละ) จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของการเก็บ
เก็บค่าผ่านประตู

ความคิดเห็น	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
เหมาะสม (ควรเก็บค่าผ่านประตู)	42	42
ไม่เหมาะสม (ไม่ควรเก็บค่าผ่านประตู)	58	58
รวม	100	100

จากตารางที่ 12 นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมในเรื่องของการเก็บค่าผ่านประตู พบว่า ลำดับที่หนึ่ง ไม่ควรเก็บค่าผ่านประตู คิดเป็นร้อยละ 58 ลำดับที่สอง คือ ควรเก็บค่าผ่านประตู คิดเป็นร้อยละ 42

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับความพึงพอใจ การจัดการด้านสถานที่ต่าง ๆ ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

การจัดการด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ				รวม
	ดีมาก (ร้อยละ)	ดี (ร้อยละ)	พอใช้ (ร้อยละ)	ควรปรับปรุง (ร้อยละ)	
ด้านการจัดนิทรรศการต่าง ๆ ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์	82 (82)	16 (16)	2 (2)	0 (0)	100 (100)
ด้านการจัดระเบียบร้านค้า ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์	4 (4)	76 (76)	18 (18)	2 (2)	100 (100)
ด้านสถานที่จอดรถภายใน บริเวณงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์	56 (56)	19 (19)	24 (24)	1 (1)	100 (100)
ด้านการจัดร้านอาหาร	45 (45)	24 (24)	20 (20)	11 (11)	100 (100)
ด้านการจัดแสดงยุทธหัตถี ประกอบ แสง เสียง	74 (74)	15 (15)	9 (9)	2 (2)	100 (100)
ด้านการจัดแสดงสถาน วัฒนธรรม	69 (69)	19 (19)	9 (9)	3 (3)	100 (100)
ด้านการประกวดนักร้องลูกทุ่ง ดาวรุ่งเมืองสุพรรณ	35 (35)	24 (24)	18 (18)	23 (23)	100 (100)
ด้านการจัดแสดงมหรสพ	47 (47)	21 (21)	18 (18)	14 (14)	100 (100)
ด้านการดูแลรักษาความ ปลอดภัยในบริเวณงาน	39 (39)	23 (23)	17 (17)	21 (21)	100 (100)
ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านสุขา	34 (34)	22 (22)	39 (39)	5 (5)	100 (100)

จากตารางที่ 13 พบว่าเมื่อจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามระดับความพึงพอใจในการจัดการด้านสถานที่ในด้านการจัดนิทรรศการต่าง ๆ ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์นั้น ร้อยละ 82 คิดว่าดีมาก ร้อยละ 16 คิดว่าอยู่ในเกณฑ์ดี และร้อยละ 2 คิดว่าพอใช้

เมื่อจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามระดับความพอใจในการจัดการด้านสถานที่ในด้านการจัดระเบียบร้านค้าภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์พบว่า ร้อยละ 4 คิดว่าดีมาก ร้อยละ 76 คิดว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 18 คิดว่าพอใช้ ส่วนร้อยละ 2 คิดว่าควรปรับปรุงรูปแบบการจัดระเบียบร้านค้าภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

เมื่อจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามระดับความพอใจในการจัดการด้านสถานที่ในด้านการจัดรถภายในบริเวณงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ พบว่า ร้อยละ 56 คิดว่าดีมาก ร้อยละ 19 คิดว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 24 คิดว่าพอใช้ ส่วนร้อยละ 1 คิดว่าควรปรับปรุงแบบการจัดการด้านสถานที่จัดรถภายในบริเวณงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

เมื่อจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามระดับความพอใจในการจัดการด้านการจัดร้านอาหารภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์พบว่า ร้อยละ 45 คิดว่าดีมาก ร้อยละ 24 คิดว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 20 คิดว่าพอใช้ ส่วนร้อยละ 11 คิดว่าควรปรับปรุงรูปแบบการจัดร้านอาหารภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

เมื่อจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามระดับความพอใจในการจัดการด้านการจัดการแสดงยุทธหัตถิ ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์พบว่า ร้อยละ 74 คิดว่าดีมาก ร้อยละ 15 คิดว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 9 คิดว่าพอใช้ ส่วนร้อยละ 2 คิดว่าควรปรับปรุงรูปแบบการแสดงยุทธหัตถิ ประกอบ แสงเสียง ให้น่าตื่นตื่นกว่าเดิม ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

เมื่อจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามระดับความพอใจในการจัดการด้านการจัดลานแสดงวัฒนธรรม ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์พบว่า ร้อยละ 69 คิดว่าดีมาก ร้อยละ 19 คิดว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 9 คิดว่าพอใช้ ส่วนร้อยละ 3 คิดว่าควรปรับปรุงลานการแสดงวัฒนธรรม ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ให้มีหลากหลาย

เมื่อจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามระดับความพอใจในการจัดประกวดนักร้องลูกทุ่งดาวรุ่งเมืองสุพรรณบุรี ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์พบว่า ร้อยละ 35 คิดว่าดีมาก ร้อยละ 24 คิดว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 18 คิดว่าพอใช้ ส่วนร้อยละ 23 คิดว่าควรปรับปรุงเวทีในการจัดการประกวดนักร้องลูกทุ่ง ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

เมื่อจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามระดับความพอใจในการจัดแสดงมหรสพ ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์พบว่า ร้อยละ 47 คิดว่าดีมาก ร้อยละ 21 คิดว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 18

คิดว่าพอใช้ ส่วนร้อยละ 14 คิดว่าควรปรับปรุงให้มีนักร้องวงสตริงมาให้มากขึ้นหลายคา มีภาพยนตร์ใหม่มาฉายภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

เมื่อจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามระดับความพอใจในการรักษาความปลอดภัย ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์พบว่า ร้อยละ 39 คิดว่าดีมาก ร้อยละ 23 คิดว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 17 คิดว่าพอใช้ ส่วนร้อยละ 21 คิดว่าควรปรับปรุงให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้มากขึ้นกว่าเดิมภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

เมื่อจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามระดับความพอใจในการอำนวยความสะดวกด้านสุขา ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์พบว่า ร้อยละ 34 คิดว่าดีมาก ร้อยละ 22 คิดว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 39 คิดว่าพอใช้ ส่วนร้อยละ 5 คิดว่าควรปรับปรุงให้มีห้องสุขาไว้คอยบริการให้มากขึ้นกว่าเดิมภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน (ร้อยละ) จำแนกตามลักษณะการเดินทางมาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

ลักษณะของการเดินทาง	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	83	83
รถโดยสารธรรมดา	6	6
จักรยานยนต์	6	6
รถโดยสารปรับอากาศ	5	5
รวม	100	100

จากตารางที่ 14 พบว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ โดยรถยนต์ส่วนตัว มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 83 รองลงมาคือรถโดยสารธรรมดาและรถจักรยานยนต์คิดเป็นสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน คือร้อยละ 6 สำหรับการเดินทางมาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์โดยรถโดยสารปรับอากาศนั้นคิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มที่นักท่องเที่ยวเดินทางมากับ

กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางมากับ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ครอบครัว / ญาติ	69	69
เพื่อน / แฟน	31	31
รวม	100	100

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาพร้อมครอบครัวและญาติในปริมาณสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาคือเดินทางมาพร้อมกับเพื่อนและแฟน คิดเป็นร้อยละ 31

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มนักท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนวันที่มาท่องเที่ยว

จำนวนวันที่มาเที่ยว	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
มาท่องเที่ยว 1 วัน	90	90
มาท่องเที่ยว 2 วัน	6	6
มาท่องเที่ยว 3 วัน	2	2
มาท่องเที่ยว 5 วัน	1	1
มาท่องเที่ยว 10 วัน	1	1
รวม	100	100

จากตารางที่ 16 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว 1 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90 รองลงมาคือ 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 6 ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 2 สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว 5 และ 10 วัน คิดเป็นร้อยละ 1

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่พัก

จำนวนสถานที่ที่นักท่องเที่ยวมาพัก	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
พักโรงแรม	21	21
พักกับญาติ	26	26
ไม่ค้างคืน	53	53
รวม	100	100

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมาคือพักกับญาติคิดเป็นร้อยละ 26 และพักที่โรงแรมคิดเป็นร้อยละ 21 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มนักท่องเที่ยว จำแนกตามความคิดเห็นในด้านภาพรวมของการจัดงานฯ

ความคิดเห็นในด้านภาพรวมของการจัดงานฯ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ดีอยู่แล้วในทุกๆด้าน	81	81
ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น	19	19
รวม	100	100

จากตารางที่ 18 พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดงานฯในครั้งนี้ว่าดีอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 81 รองลงมาคือควรปรับปรุงให้ดีขึ้นคิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะทั่วไป (ด้านประชาสัมพันธ์) ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547

กลุ่มนักท่องเที่ยว 35 คน เห็นว่าควรที่จะเพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ โดยอาจจะออกมาในรูปแบบของสารคดีเป็นชุดเป็นตอนสั้นๆ เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

กลุ่มนักท่องเที่ยว 25 คน เห็นว่าควรที่จะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยเฉพาะวิทยุในระบบ F.M. โดยเผยแพร่สวดแทรกในรายการเพลงหรือรายการที่มีประชาชนนิยมฟังกันมาก หรืออาจจะออกมาในรูปแบบของละครเป็นชุดเป็นตอน คล้ายกับละครโทรทัศน์ โดยเครือข่ายวิทยุควรที่จะครอบคลุมทั่วประเทศด้วย

กลุ่มนักท่องเที่ยว 14 คน เห็นว่าควรที่จะประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ให้มากขึ้น โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวันโดยประชาสัมพันธ์เผยแพร่ในใบแทรกหนังสือพิมพ์ ในรูปของบทละครโทรทัศน์ หรือทางจังหวัดจัดทำหนังสือเกี่ยวกับอนุสรณ์ดอนเจดีย์โดยเฉพาะแบบบิงจวากแล้วส่งไปยังหน่วยงานประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ

กลุ่มนักท่องเที่ยว 12 คน เห็นว่าควรที่จะเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อประเภทโปสเตอร์ โดยที่โปสเตอร์นั้นควรมีสีสรรที่สวยงามและเผยแพร่ไปยังจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ นอกจากจะเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อเฉพาะกิจทางด้านโปสเตอร์แล้ว ควรที่จะเผยแพร่ตามที่สถานที่สำคัญๆ ตามจังหวัดต่างๆ เช่น สถานีขนส่ง ป้ายรถเมล์ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

กลุ่มนักท่องเที่ยว 9 คน เห็นว่าควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภท แผ่นพับ หรือใบปลิว โดยแผ่นพบบดงกล่าวเมื่อจัดทำขึ้นแล้วแจกจ่ายไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อให้บุคคลในสถานที่ทำงานเหล่านั้นเกิดความสนใจและตัดสินใจมาเที่ยวชมงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ในรูปแบบกลุ่มทัวร์

กลุ่มนักท่องเที่ยว 5 คน เห็นว่าการประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้นควรจะเผยแพร่ผ่านสื่อทุกชนิดควบคู่กันไป

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

นอกเหนือไปจากความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เห็นว่าควรจะประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆดังกล่าวข้างต้นแล้ว กลุ่มนักท่องเที่ยวยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมซึ่งแม้ว่าจะไม่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โดยตรงก็ตาม แต่ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนี้ก็อาจเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงและแก้ไข ในสิ่งต่างๆที่เกี่ยวข้องกับจังหวัด อันจะนำมาซึ่งการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต่อไป ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังกล่าวของนักท่องเที่ยว มีดังนี้

หมายเหตุ (n) ในที่นี้แทนจำนวนนักท่องเที่ยวจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน

ด้านเส้นทางคมนาคม

1. มีแผนที่หรือป้ายบอกทางที่เด่นชัดในการไปงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ (n = 3)
2. มีผู้เจ้าหน้าที่ตำรวจคอยให้บริการในการรักษาความปลอดภัยและบอกทางให้มากขึ้น (n = 3)
3. มีการจัดจราจรที่เป็นระบบ (n = 4)
4. เพิ่มรถประจำทางให้มากขึ้น (n = 5)

ด้านบริเวณงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

1. ในด้านของร้านค้าที่จำหน่ายอาหารในบริเวณงานก็มีไม่หลากหลาย มีอาหารให้เลือกน้อยการให้บริการก็ไม่ค่อยดีต้องนั่งเบียดเสียดกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการให้มีร้านค้าและร้านอาหารมากกว่านี้ (n = 8)
2. ในด้านความสะอาดของห้องน้ำ นักท่องเที่ยวบอกว่าห้องน้ำไม่ค่อยสะอาด และไม่เพียงพออยากให้ดูแลด้านอนามัยห้องสุขาให้มากขึ้น (n = 6)
3. สำหรับนักท่องเที่ยวที่ขับรถมาเป็นหมู่คณะไม่สามารถหาที่จอดรถได้เพราะที่จอดรถมีจำกัด ควรเพิ่มที่จอดรถภายในบริเวณงานให้มากขึ้น (n = 4)
4. ร้านขายของที่ระลึกควรมีให้มากขึ้นและราคาไม่แพงเกินไป ซึ่งอยากให้ผู้ประกอบการที่ขายของต่าง ๆ ภายในบริเวณงานขายสินค้าในราคาถูกลง (n = 2)
5. จัดเจ้าหน้าที่นำชมภายในบริเวณงาน อาจจะเป็นนักเรียนเพื่อเป็นการหารายได้เสริมในระหว่างการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ (n = 4)
6. ผู้จัดงานต้องคำนึงถึงความสะอาดของสถานที่ของการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ที่นักท่องเที่ยวจากทั่วประเทศจะมาเยี่ยมชมซึ่งถือเป็นหน้าตาของจังหวัด (n = 11)
7. จัดทำเอกสาร หนังสือ คู่มือหรือแผนที่เกี่ยวกับภายในบริเวณงานให้แก่นักท่องเที่ยว (n = 5)

8. ส่วนด้านการจัดระเบียบร้านค้าที่ขายของบริเวณงานก็มีความสำคัญต้องเป็นระเบียบและสมควรอย่างยิ่งที่จะจัดโซน เสื้อผ้า ของฝากของที่ระลึก อาหาร สินค้าจากโรงงานให้อยู่ในบริเวณเดียวกัน (n = 9)
9. ด้านบรรยากาศของงานมีขุมเยอะควรมีการกำจัดขุมเพราะเป็นการสร้างความรำคาญแก่นักท่องเที่ยวในขณะที่เดินเที่ยวชมงาน (n = 9)
10. ในด้านการรักษาความปลอดภัย ทางผู้จัดต้องให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน เพราะเมื่อคนมารวมตัวกันโดยต่างคนต่างมาไม่รู้ว่าเป็นใครเป็นใคร ความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง (n = 5)

ด้านอื่นๆ

1. ไม่ควรเก็บค่าบัตรผ่านประตูเข้าในบริเวณงาน (n = 10)
 2. การจัดงานไม่ควรมุ่งเอากำไรจนเกินไป (n = 4)
 3. ผู้เกี่ยวข้องทุกคนในจังหวัดควรสามัคคีและร่วมมือกันในการที่จะช่วยในเรื่องของประชาสัมพันธ์ของการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์ (n = 4)
 4. การเผยแพร่ข่าวสารไม่ควรมองข้ามสถานที่ท่องเที่ยวที่เห็นว่าไม่สำคัญอื่นๆ ด้วย เพราะจะทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น (n = 2)
- *** นอกเหนือจากนี้มีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มให้ความคิดเห็นว่าการจัดงานในครั้งนี้อาจจะเป็นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ การแสดงยุทธหัตถี การจัดบริเวณต่างๆ ภายในงาน ทุกอย่างนั้นดีแล้ว (n = 2)

ผลสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มพ่อค้า/แม่ค้า จำนวน 20 คน

1. นายเริงชัย แก้วสุวรรณ อายุ 42 ปี พ่อค้าขายปลาหมึกย่าง ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“ผมเป็นคน จ.สุพรรณบุรี เข้ามาขายปลาหมึกย่างในงานคอนฯ เป็นระยะเวลา 15 ปีแล้ว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากป้ายคัดเอาท์ ซึ่งก็ขายดีทุกปี เวลานำปลาหมึกย่างมาขายก็มาโดยรถจักรยานยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่ไม่ต้องเสียเพราะขายปลาหมึกย่างในส่วนพื้นที่ของทางราชการ”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุรักษ์คอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2547)

2. นางอภิญญา งามเหมาะ อายุ 53 ปี แม่ค้าน้ำอ้อยสด ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.อ่างทอง เข้ามาขายน้ำอ้อยสดในงานคอนฯ ปีนี้เป็นปีที่ 2 แล้ว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเพื่อน ซึ่งก็ขายดีเหมือนกันทั้ง 2 ปี เวลานำน้ำอ้อยสดมาขายก็มาโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 3,000 บาท ตลอดทั้งงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุรักษ์คอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2547)

3. นายประธาน มากสืบมี อายุ 50 ปี พ่อค้าขายขนมหม้อแกง ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.เพชรบุรี เข้ามาขายขนมหม้อแกง ในงานคอนฯ ปีนี้เป็นปีที่ 5 แล้ว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเอกสารทางราชการ ซึ่งก็ขายดีเหมือนกัน เวลานำขนมหม้อแกง มาขายก็มาโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 9,000 บาท ตลอดทั้งงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุรักษ์คอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2547)

4. นายอนันต์ รามกุล อายุ 45 ปี พ่อค้าขายแคบหมู ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.เชียงใหม่ เข้ามาขายแคบหมู ในงานคอนฯ ปีนี้เป็นปีแรก ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเพื่อน ขายไม่ค่อยดีมากเท่าไรหรอก พออยู่ได้ โดยขนแคบหมูมาขายโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 9,000 บาท ตลอดทั้งงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุรักษ์คอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2547)

5. นางโชติกา อมรธรรมวุฒิ อายุ 32 ปี แม่ค้าขายเสื้อผ้าผู้หญิง ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.กาญจนบุรี เข้ามาขายเสื้อผ้าผู้หญิงภายในงานคอนฯ เป็นปีแรก ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเพื่อน เสื้อผ้าที่นำมาขายนั้นขายดี ซึ่งเวลาที่นำเสื้อผ้ามายังก็มาโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่นั้นเสีย 9,000 บาท ตลอดทั้งงาน”
(สัมภาษณ์ที่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2547)

6. นางสาวอวยวสันต์ ท้วมทวยหาญ อายุ 55 ปี แม่ค้าขายเครื่องประดับหิน ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.อยุธยา เข้ามาขายเครื่องประดับหิน ในงานคอนฯ เป็นระยะเวลา 4 ปีแล้ว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเอกสารทางราชการ ซึ่งก็ขายดีเหมือนกันทุกปี แต่ปีนี้ขายดีกว่างานปี 46 อีก เวลามาเครื่องประดับหินมาขายก็มาโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 3,000 บาท ตลอดงาน”
(สัมภาษณ์ที่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2547)

7. นางสาวพลับพลึง รัตนปัญญา อายุ 25 ปี แม่ค้าขายกีฬอพ ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคนกรุงเทพฯ เข้ามาขายกีฬอพในงานคอนฯ เป็นระยะเวลา 2 ปีแล้ว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเอกสารราชการ ปีนี้คนมาเที่ยวกันมากทำให้ขายกีฬอพดีกว่างานปี 46 เวลามากีฬอพมาขายก็มาโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 9,000 บาท ตลอดงาน”
(สัมภาษณ์ที่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2547)

8. นายวรพงษ์ แซ่ตั้ง อายุ 29 ปี พ่อค้าขายของที่ระลึกจากเซรามิก ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.สุพรรณบุรี เข้ามาขายของที่ระลึกจากเซรามิกในงานคอนฯ ปีนี้เป็นปีที่ 2 แล้ว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากป้ายคัดเอาท์ ปีนี้ขายของที่ระลึกดีกว่าปี 46 เวลามาของที่ระลึกมาขายก็มาโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 6,000 บาท ตลอดทั้งงาน”
(สัมภาษณ์ที่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2547)

9. นายวสันต์ ยิ้มพราย อายุ 40 ปี พ่อค้าขายต้นไม้ ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.นนทบุรี เข้ามาขายต้นไม้ ในงานคอนฯ ปีนี้เป็นปีที่ 3 แล้ว ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเพื่อน ซึ่งก็ขายดีเหมือนกัน เวลามาต้นไม้มาขายมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 6,000 บาท ตลอดทั้งงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2547)

10. นางโชติกา อมรธรรมวุฒิ อายุ 38 ปี แม่ค้าขายข้าวโพดคั่ว ได้กล่าวถึงการ เข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.สุพรรณบุรี เข้ามาขายข้าวโพดคั่วในงานคอนฯ เป็นระยะเวลา 8 ปีแล้ว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากป้ายคัดเอาท์ ซึ่งก็ขายดีเป็นประจำเกือบทุกปี เวลามาข้าวโพด คั่วมาขายก็มาโดยรถจักรยานยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่ไม่ต้องเสียเพราะขายข้าวโพดคั่วใน ส่วนพื้นที่ของทางราชการ”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2547)

11. นางวีระนา หอมจันทร์ อายุ 44 ปี แม่ค้าขายก๋วยเตี๋ยวเรือ ได้กล่าวถึงการเข้ามา ขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.อยุธยา เข้ามาขายก๋วยเตี๋ยวเรือ ในงานคอนฯ เป็นระยะเวลา 5 ปีแล้ว ได้รับ ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเอกสารราชการ ปีนี้ก๋วยเตี๋ยวเรือขายดีกว่างานปี 46 ขนอุปกรณ์ต่างๆ เข้ามาโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 12,000 บาท ตลอดงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2547)

12. นางกณิกา อินทร์จันทร์ อายุ 40 ปี แม่ค้าขายผลไม้แห้ง ได้กล่าวถึงการเข้า มาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.สระบุรี เข้ามาขายผลไม้แห้งในงานคอนฯ เป็นระยะเวลา 4 ปีแล้ว ได้รับ ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเอกสารทางราชการ ตลอดระยะเวลาที่ได้มาขายก็ขายดีเป็นประจำ เกือบทุกปี เวลามาผลไม้แห้งเข้ามาขายก็มาโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 9,000 บาท ตลอดงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2547)

13. นายสมมาตร ปั้นโอ้ อายุ 42 ปี พ่อค้าขายผ้าขนหนู ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.นนทบุรี เข้ามาขายผ้าขนหนูในงานคอนฯ ปีนี้เป็นปีที่ 3 แล้ว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเอกสารทางราชการ ปีนี้ขายไม่ค่อยดีนัก เวล่านำผ้าขนหนูมาขายมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 9,000 บาท ตลอดงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2547)

14. นางธนิยา วังกุ่ม อายุ 42 ปี แม่ค้าขายเครื่องเบญจรงค์ ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.อยุธยา เข้ามาขายเครื่องเบญจรงค์ในงานคอนฯ เป็นระยะเวลา 2 ปีแล้ว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเอกสารทางราชการ ซึ่งก็ขายดีเหมือนกันทุกปีโดยชนเครื่องเบญจรงค์ มาขายโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 6,000 บาท ตลอดทั้งงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2547)

15. นายปรีชา แก้วประเสริฐ อายุ 28 ปี พ่อค้าขายของฝากแม่ศรีประจันต์ ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.สุพรรณบุรี เข้ามาขายของฝากแม่ศรีประจันต์ ในงานคอนฯ ปีนี้เป็นปีแรก ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเอกสารทางราชการ ถึงแม้เป็นปีแรกแต่ก็ขายดีจนส่งสินค้าโดยรถยนต์ส่วนตัวซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่ไม่ต้องเสียเพราะขายของฝากแม่ศรีประจันต์ในส่วนพื้นที่ของทางราชการ”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2547)

16. นางสาวเบญจา อัจจงหาญ อายุ 19 ปี แม่ค้าขายกระเป๋า ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.ลพบุรี เข้ามาขายกระเป๋าในงานคอนฯ เป็นปีที่ 2 แล้ว โดยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเพื่อน ซึ่งก็ขายดีเหมือนกันทั้ง 2 ปี นำกระเป๋ามาขายโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 9,000 บาท ตลอดงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2547)

17. นางรุ่งทิพย์ ปานแสง อายุ 38 ปี แม่ค้าขายมะขามหวาน ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.เพชรบูรณ์ เข้ามาขายมะขามหวานในงานคอนฯ เป็นระยะเวลา 8 ปีแล้ว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเอกสารทางราชการ ซึ่งก็ขายดีเหมือนกันทุกปี แต่ปีนี้ขายไม่ค่อยดีเพราะมีร้านมะขามหวานมาขายเยอะมากในปี นี้ ซึ่งเวลานำมะขามหวานมาขายมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 9,000 บาท ตลอดงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุรักษ์คอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2547)

18. นายปริญญา กรุดเพชร อายุ 27 ปี พ่อค้าร้านปลาอุกโป่ง ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.นครปฐม เข้ามาเปิดร้านปลาอุกโป่งในงานคอนฯ เป็นระยะเวลา 4 ปีแล้ว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเพื่อน ซึ่งมีคนเข้ามาเล่นปลาอุกโป่งเป็นจำนวนมากเหมือนกันทุกๆ ปี อยู่แล้ว ซึ่งคนของต่างๆ มาโดยรถยนต์ส่วนตัว ในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 9,000 บาท ตลอดงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุรักษ์คอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2547)

19. นายธรรมรัตน์ แก้วหอมคำ อายุ 55 ปี พ่อค้าขายเฟอร์นิเจอร์ ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคน จ.ชัยนาท เข้ามาขายเฟอร์นิเจอร์ในงานคอนฯ มา 3 ปีแล้ว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากเพื่อน ปีนี้ขายไม่ค่อยดี ปี 46 ขายดีกว่า นำเฟอร์นิเจอร์มาขายโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 12,000 บาท ตลอดงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุรักษ์คอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547)

20. นายธีรเวทย์ ศรีอินทร์งาม อายุ 30 ปี พ่อค้าขายของเล่น ได้กล่าวถึงการเข้ามาขายของ ภายในงานฯ ว่า

“เป็นคนกรุงเทพฯ เข้ามาขายของเล่นในงานคอนฯ เป็นปีที่ 3 ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานฯ จากญาติ ซึ่งก็ขายดีเหมือนกันทุกๆ ปี นำของเล่นมาขายโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งในส่วนค่าเช่าพื้นที่เสีย 9,000 บาท ตลอดงาน”

(สัมภาษณ์ที่งานอนุรักษ์คอนเจดีย์ จ.สุพรรณบุรี วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547)

ข้อเสนอแนะทั่วไปของพ่อค้า – แม่ค้า

ในกลุ่มพ่อค้า - แม่ค้ามีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์เพื่อนำสิ่งที่คิดว่ายังเป็นปัญหาไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

หมายเหตุ (n) ในที่นี้แทนจำนวนนักท่องเที่ยวจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน

กลุ่มพ่อค้า - แม่ค้า

1. กลุ่มพ่อค้า - แม่ค้าจากท้องถิ่นอื่น ต้องการให้ปรับลดอัตราค่าเช่าพื้นที่บริเวณการจัดงานโดยคิดว่าอัตราที่เป็นอยู่นี้แพงเกินไป (n = 8)
2. ทางผู้จัดงานต้องกำจัดขยะในตอนกลางคืน เพราะเสี่ยงต่อการเป็นโรค เพราะขยะสะสมสร้างความรำคาญแก่คนที่อยู่ในงาน (n = 5)
3. ส่วนด้านการอำนวยความสะดวกห้องน้ำไม่ค่อยสะอาด ห้องน้ำมีน้อย (n = 2)
4. อย่างไรก็ตามยังมีกลุ่มผู้ค้าขายกลุ่มนี้คิดว่าการจัดงานทุกอย่างคืออยู่แล้ว (n = 5)

และทั้งหมดนี้ ก็คือข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาโดยสรุป ซึ่งข้อเสนอแนะดังกล่าวสามารถจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการที่จะนำข้อเสนอแนะนั้นมาไตร่ตรองพิจารณาถึงความเป็นไปได้ ตลอดจนการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาในสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าบกพร่องให้ดีขึ้น เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพได้ในอนาคต

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุป อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษา วิจัย เรื่อง “การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547” เป็นงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 และ เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ฯ จังหวัดสุพรรณบุรี

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพใช้การแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์จากบุคคลหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ในขณะที่เดียวกันข้อมูลบางอย่างจะใช้การศึกษาจากหนังสือ และเอกสารต่างๆ มาเป็นส่วนประกอบในการวิจัยด้วย เพื่อให้การวิจัยมีเนื้อหาและความถูกต้องมากขึ้น ผู้วิจัยได้นำจำนวนผู้ที่มาเที่ยวงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ จำนวน 100 คน และกลุ่มพ่อค้า/แม่ค้า จำนวน 20 คน มาเป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม – มิถุนายน 2547

การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์นับได้ว่าเป็นเรื่องที่มีความละเอียดและซับซ้อนต้ององค์ประกอบทางสังคมที่มีผลต่อรูปแบบของการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์หลายประการ ประกอบกับข้อมูลปัจจุบันการที่จะสามารถจัดงานใดๆ ให้ประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องอาศัยจากปัจจัยหลายๆ ด้าน เพื่อเชิญชวนให้คนมาเที่ยวชมงานกันมากขึ้น เช่น จากผู้บริหารในการกำหนดนโยบายในการดำเนินงานฯ ให้ทุกฝ่าย ทุกหน่วยงาน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ยึดถือปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน เพื่อป้องกันความขัดแย้ง หรืออุปสรรคในการจัดงาน นอกจากนั้นยังมีการกำหนดผู้ปฏิบัติงาน ในรูปคณะกรรมการเพื่อประสานความร่วมมือที่แต่ละหน่วยงานควรจะมีต่อกัน รวมถึงภาคเอกชนที่เข้ามามีส่วนร่วมงานเป็นอย่างมาก นอกเหนือจากงบประมาณที่ได้รับจากรัฐหรือจังหวัดยังไม่เพียงพอ ภาคเอกชน เช่น บริษัท ห้างร้าน ได้มีส่วนในการช่วยงานฯ ในด้าน เงินบริจาค อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ รวมทั้งเครื่องดื่ม เช่น บริจาคผ้าสำหรับเขียนโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานฯ บริจาคเครื่องดื่มไว้บริการประชาชนและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

รวมไปถึงการนำอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ที่ประกอบไปด้วยธุรกิจหลายประเภท เข้ามามีส่วนสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านคมนาคม ธุรกิจด้านที่พัก-ร้านอาหาร ธุรกิจการขายของที่ระลึก ฯลฯ ซึ่งธุรกิจเหล่านี้จะมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป พร้อมทั้งมีส่วนช่วยในการให้ประชาชนภายในจังหวัดมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการทำธุรกิจต่างๆ ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังรวมไปถึงพ่อค้า-แม่ค้า ที่นำสิ่งของมาขาย มีทั้งของที่ระลึก สินค้าเครื่องอุปโภค-บริโภค ที่ผลิตขึ้นในจังหวัด เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนมาเที่ยวชมงาน ได้รู้จักและซื้อไปอุปโภค-บริโภคกันมากขึ้น นับว่าเป็นสิ่งที่ทุกคนได้มีส่วนช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ ประสบความสำเร็จและส่งผลให้จังหวัดสุพรรณบุรีกลายเป็นที่รู้จักกันในจังหวัดใกล้เคียงจังหวัดอื่นๆ ทั่วประเทศและชาวต่างชาติมากขึ้น อันมีผลทำให้เศรษฐกิจของจังหวัดเติบโตมากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 1 การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ได้เป็นผู้รับผิดชอบในการเขียนแผนงาน การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 และนำเสนอต่อผู้ว่าราชการจังหวัด สุพรรณบุรี เพื่อผ่านความเห็นชอบและให้การอนุมัติ แผนงานได้มีการกำหนดระยะเวลา และขั้นตอนในการดำเนินงานไว้โดยละเอียด แผนงานประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 เป็นแผนระยะสั้น มีระยะเวลา 6 เดือน เหตุผลที่มีการเลือกวางแผนระยะสั้น ก็เพื่อให้แผนงานมีความเหมาะสมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละปี นอกจากนี้ยังเป็นการนำ ข้อบกพร่องจากแผนงานประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2546 มาปรับปรุง แผนงาน ประชาสัมพันธ์ทำให้การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 เป็นไปด้วยความ เรียบร้อยและประสบความสำเร็จในการดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ได้ให้ความสนใจมาเที่ยวและชมงานจนทำให้มีคนมาเที่ยวงาน เป็นจำนวนมากซึ่งส่งผลให้มีผู้รู้จักจังหวัดสุพรรณบุรีมากขึ้น จากการมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวยังได้เที่ยวชมโบราณสถาน ซึ่ือสินค้าพื้นเมือง และรู้จักสถานที่สำคัญๆ ของจังหวัด อีกด้วย รวมทั้งได้รู้จักชีวิตความเป็นอยู่ ของชาวสุพรรณบุรีและสนใจที่จะมาเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรีมากขึ้น อันเป็นผลพลอยได้ที่ทำให้จังหวัดสุพรรณบุรีมีความเจริญ ทั้งทางด้านวัฒนธรรมทางด้านเศรษฐกิจและในด้านอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง ในที่นี้ทางสำนักงาน ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีได้มีการกำหนดเป้าหมายของแผนการดำเนินงานดังกล่าว ออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มเป้าหมายหลัก และ กลุ่มเป้าหมายรอง

จากการวิจัยพบว่าแผนการประชาสัมพันธ์มีส่วนช่วยในการดำเนินงาน ให้ประสบความสำเร็จด้วยการแบ่งกลุ่มคนที่ทำการวิจัยออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง จากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม จะมีส่วนสำคัญอย่างมาก ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมและทั่วถึง โดยที่กลุ่มเป้าหมายหลัก มีความสำคัญโดยตรงต่อความสำเร็จในการจัดงานฯ และเพื่อให้ กลุ่มเป้าหมายรอง มีความรู้ ความเข้าใจที่ดีเพื่อปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมเช่นกัน ในฐานะเจ้าของบ้านที่ดี เกิดความประทับใจและมีทัศนคติที่ดีต่องานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ อันเป็นผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เกิดความสำเร็จตามที่มุ่งหวังไว้ทุกประการ และการที่จะสามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จได้จะต้องมีการนำสื่อ (Media) เข้ามามีส่วนช่วยในการเผยแพร่งานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด

สุพรรณบุรี อาจกล่าวได้ว่า ในการเลือกใช้สื่อ ซึ่งเป็นการกำหนดกลยุทธ์ของการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะเข้าถึงประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ ในครั้งนี้ การจัดงานฯ จะต้องคำนึงถึงการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้วจะต้องมีการพิจารณาด้วยว่าจะใช้สื่อตัวใด เนื่องจากสื่อชนิดเดียวกัน อาจ会有ความหลากหลายในรูปแบบการใช้ เช่น สื่อมวลชน ทางด้านสื่อวิทยุ ได้มีการจัดทำสปอตออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นสถานีวิทยุสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ และทางสื่อโทรทัศน์ได้มีการจัดทำสปอตเพื่อขอความร่วมมือในการเผยแพร่จากสถานีโทรทัศน์ ช่อง 11 และขอความร่วมมือจัดทำอักษรวิ่งช่อง 5,7 ด้วย ส่วนทางสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ ได้มีการส่งข่าวแจก เขียนบทความท่องเที่ยวงานอนุสรณ์ ดอนเจดีย์ ฯลฯ เป็นการล่วงหน้า นอกจากนี้ยังมีการนำเอาสื่อประเพณีมาใช้ในการจัดงานคอนเสิร์ต เพื่อสืบสานประเพณีของบรรพบุรุษที่มีมาเนานทางด้านประวัติศาสตร์ ณ สถานที่แห่งนี้ อาจกล่าวได้ว่า สื่อมวลชนและสื่อประเพณีมีส่วนส่งเสริมซึ่งกันและกันได้โดยที่สื่อประเพณีสามารถปรับตัวและประยุกต์ให้เข้ากับสื่อมวลชนได้ เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี และในการจัดงานคอนเสิร์ต ยังได้มีการจัดการแสดงยุทหัตถ์ ประโคม แสง สี เสียง อีกด้วย เพื่อให้ประชาชนทั่วไปหรือนักท่องเที่ยวเกิดการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ขึ้น ในรูปแบบของการตีความหมายที่สามารถถ่ายทอดสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม คือ การแสดงยุทหัตถ์ดังกล่าว จะทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองได้เกิดความเข้าใจแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักของนักกลุ่มนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยที่สื่อมวลชนทุกแขนงได้ให้ความร่วมมือซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของท่านผู้เชี่ยวชาญที่ว่า “สื่อต่างๆ อาจ会有ความแตกต่างในด้านกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ฟัง ผู้ชมและผู้อ่าน อันมีผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในการจัดรูปแบบของการนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ การที่จะเผยแพร่งานประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ สิ่งจำเป็นที่จะต้องคอยกำหนดในการเลือกใช้สื่อจึงต้องมีความพิถีพิถันพอสมควร เพื่อให้การใช้สื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นให้ได้ผลมากที่สุดหรือมีประสิทธิภาพตามความต้องการ” (อังกาโร จิตราภรณ์ สุทธิ เศรษฐ์, 2541 : 124)

ในการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ครั้งนี้ยังได้มีการนำสื่อเฉพาะกิจเข้ามาใช้ ซึ่งสื่อเฉพาะกิจถือเป็นสื่อที่มีความสำคัญรองลงมาจากสื่อมวลชนที่ได้กล่าวมาแล้ว การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ จะมีการนำสื่อเฉพาะกิจเข้ามามีส่วนช่วยในการเผยแพร่ความรู้ต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์นี้ เช่น การนำไปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ

รวมไปถึงการนำสื่อทางอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ จะเห็นได้ว่าปัจจุบันโลกของเราได้เข้าสู่ยุคของการสื่อสารที่ไร้พรมแดน การที่มีวิสัยทัศน์ก้าวไกล สามารถนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ **Don E.Schultz** และ **Betn E.Barnes** ได้กล่าวเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตไว้ว่า “อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีคุณสมบัติและเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับนักประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารสามารถทำได้ง่ายทางอินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ไม่จำเป็นต้องมีผู้พิจารณาคัดเลือกในสื่อของตนได้” (อ้างในทวีศักดิ์ กอนันตกุล และคณะ, 2543 :)

นอกจากนี้แล้วสื่อบุคคล ยังได้เข้ามามีส่วนสำคัญมากต่อการโน้มน้าวทัศนคติของบุคคลไปจนถึงการยอมรับความคิดใหม่ๆ สื่อบุคคลที่มีความสำคัญ คือ ผู้นำความคิด เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า ผู้นำความคิดมีโอกาสได้ติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นและสังคมภายนอกมากกว่าผู้อื่น สอดคล้องกับแนวคิดของ **Evertt M.Rogers** ที่ว่า “สื่อบุคคลจะเป็นตัวการสำคัญในการโน้มน้าวใจและมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่าสื่อมวลชน เพราะสื่อมวลชนนั้นจะเป็นเพียงตัวเสริมความรู้เบื้องต้นแก่ผู้รับสารเท่านั้นและสื่อบุคคลยังมีความสามารถในการเลือกผู้รับสารได้ด้วย” ในที่นี้นอกจากจะหมายถึงกลุ่มเป้าหมายของการจัดงานฯ ในครั้งนี้แล้ว ยังจะมีส่วนทำให้เกิดการยอมรับที่จะร่วมมือปฏิบัติมากกว่าสื่ออื่นๆ จึงเป็นโอกาสดีที่ผู้นำความคิดจะได้มีส่วนในการถ่ายทอดความคิด ทัศนคติให้ผู้อื่นได้รับทราบ เช่น ผู้บริหารระดับจังหวัดสุพรรณบุรี บริษัท ห้างร้าน และผู้มีส่วนร่วมงานฯ นี้ ได้ใช้สื่อบุคคลร่วมกับสื่ออื่นๆ ของสื่อมวลชน ในขณะที่เดียวกันในด้านการเลือกใช้สื่อต่างๆ ควรจะต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และได้ครอบคลุมไปถึงการดำเนินการตามแผนงานประชาสัมพันธ์ที่ได้กำหนดไว้

ในด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ บทบาทและหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ ได้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์คอนเจ็ค์ประจำปี 2547 ของหน่วยงานต่างๆ ถือเป็นตัวกลางที่สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานของภาครัฐกับประชาชน รวมทั้งยังเป็นกลไกในการเสริมสร้างให้คนในจังหวัดและในประเทศเกิดความรู้สึกร่วมกัน เกิดพลังอันเดียวกัน เกาะกลุ่มรวมตัวกันเป็นสังคมชาติได้ นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดในการประชาสัมพันธ์โดยอธิบายให้ทราบถึงประเภทของสื่อการใช้สื่อในแต่ละประเภทที่มีรูปแบบหลากหลายตลอดจนผลของการรับสื่อที่มีเกิดขึ้นไปด้วย

ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดี และเกิดความศรัทธาต่อหน่วยงานต่างๆ หากหน่วยงานใดมีภาพลักษณ์ที่ดี จะทำให้ประชาชนมีความรู้สึกเป็นมิตรและได้รับความไว้วางใจมากยิ่งขึ้นด้วย

ดังนั้นบทบาทและหน้าที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานไปในทางที่ดี ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจเกิดขึ้น จากการวิจัยพบว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่อยู่ในศูนย์จังหวัดสุพรรณบุรีได้มีการจัดทำเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวได้ทราบทั่วกัน โดยสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดได้มีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ในทุกๆ เรื่องไม่ว่าในเรื่องของการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมทางด้านข่าวสารแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายทั่วไป เช่น เผยแพร่ให้รู้ถึงงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ เป็นต้น แต่การมีส่วนร่วมจากภาครัฐยังไม่เพียงพอ ยังต้องอาศัยสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด ศึกษาธิการจังหวัด หน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดแล้ว ผู้ประกอบการและสื่อมวลชนทุกแขนงก็มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่บุคคลภายนอกด้วย การสร้างความเข้าใจอันดีที่เกิดขึ้นจากบทบาทและหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำหลากหลายรูปแบบ ซึ่งผลของการดำเนินงานฯ นอกจากส่งผลถึงเป้าหมายแล้วยังได้รับผลที่ดีเกินคาดอีกด้วย อันนำมาซึ่งแนวทางของการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในอนาคตต่อไป

ในด้านงบประมาณในการจัดงานนั้น ก่อนที่จะเริ่มวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ นั้นทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีจะต้องทราบหรือคาดคะเนได้ว่างบประมาณที่จะใช้ในแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีจำนวนมากน้อยเพียงไร เพื่อที่จะได้จัดแบ่งเป็นหมวดต่างๆ ได้ เช่น ค่าวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เป็นต้น จะเห็นได้ว่างบประมาณมีส่วนสำคัญมากในการกำหนดการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่าแต่ละกิจกรรมต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานฯ ควรจะมีรูปแบบของแผนการดำเนินงานเป็นอย่างไร และการจัดงบประมาณในครั้งนี้ ทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีได้รับงบประมาณสนับสนุนในการดำเนินงานจากหน่วยงานราชการและภาคเอกชนมาช่วยกันดำเนินงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

และเมื่อการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ ได้สำเร็จลงแล้วทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดจะต้องทำรายงานผลการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์งานดังกล่าวที่ได้จัดขึ้น โดยนำเสนอกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานใหญ่ที่อยู่ในกรุงเทพฯ ได้รับทราบเพื่อที่จะได้ทราบถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีที่ได้ทำไปแล้วและจะต้องทำรายงาน

เสนอต่อผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรีด้วยเพื่อให้ทราบถึงผลการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ในรอบ 1 ปี ซึ่งจากการปฏิบัติงานนั้น ได้ตอบสนองนโยบายและการดำเนินการไปตามที่ภาครัฐกำหนดไว้ตามวัตถุประสงค์และได้มีการดำเนินงานตามขั้นตอนของแผนการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง

นอกจากนี้สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรียังรับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่มาร่วมงานและหน่วยงานอื่นๆ ที่มีต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี ทำให้ทราบถึงความต้องการของประชาชนที่แท้จริง อีกทั้งยังสามารถตรวจสอบผลการดำเนินงานแล้วนำมาเอาปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นมาเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนให้มีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้นและนำไปใช้ในการดำเนินงานฯ ในปีต่อไป เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดค่าใช้จ่ายในการจัดงานอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินงานทุกอย่าง ย่อมมีข้อจำกัดในการจัดงานฯ ทั้งในด้านงบประมาณ ค่าใช้จ่าย รวมทั้งวัน เวลา และรวมไปถึงสื่อต่างๆ ฯลฯ จึงทำให้การทำงานย่อมมีอุปสรรคและปัญหาเกิดขึ้นบ้าง ซึ่งปัญหาและอุปสรรคเหล่านี้สามารถแก้ไขได้ในการจัดงานในครั้งต่อไป

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547

ประสิทธิผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ถือเป็นการติดตามและประเมินผลงานที่เป็นขั้นตอนของกระบวนการวางแผนประชาสัมพันธ์ในการดำเนินการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ประจำปี 2547 ครั้งนี้ ข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการติดตามผลของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถนำมาเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานที่จัดขึ้น การที่มีความจำเป็นที่จะต้องมีการวัดผลสำเร็จของผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็เพื่อที่จะให้ข้อมูลแก่ ผู้วางแผน ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติ ได้ทราบถึงผลการดำเนินงานที่ทำไปแล้วว่าได้ส่งผลอย่างไรต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญมากและช่วยให้ทราบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ ได้บรรลุตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ การติดตามและประเมินผลจะมีส่วนช่วยชี้ให้เห็นถึงเหตุผลและความบกพร่อง อันอาจจะช่วยชี้แนะหรือเป็นแนวทางในการหาวิถีทางที่จะแก้ปัญหาได้ในโอกาสต่อไป

การที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ ให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไปและสามารถปฏิบัติงานให้ไปสู่ประสิทธิผลได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการวางแผนงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ที่เข้ามามีส่วนร่วมให้การจัดงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ และเพื่อแสดงให้เห็นว่าความร่วมมือของภาครัฐและภาคเอกชนต่างๆ ที่ช่วยเผยแพร่การประชาสัมพันธ์การจัดงานให้เป็นที่รู้จักทั่วไป สำหรับแผนงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการจัดงานฯครั้งนี้ซึ่งได้มีการกำหนดแผนงานดังกล่าวขึ้น โดยอาศัยข้อมูลในด้านต่างๆ ความเป็นไปได้และศักยภาพของจังหวัดสุพรรณบุรีในปีที่ผ่านมา การกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นการกำหนดวิธีปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และเพื่อให้การดำเนินงานนั้นๆ มีความสอดคล้องต่อเนื่องกันเพื่อดำเนินการสู่บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยแผนการประชาสัมพันธ์ควรมีความเหมาะสมยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามสภาพการณ์ ทั้งนี้เนื่องจากการวางแผนที่ดีควรจะเป็นการวางแผนแบบระยะสั้น เพื่อให้แผนงานการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีความเหมาะสมกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ที่ได้จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี พร้อมกันนี้ยังมีความสอดคล้องในด้านอื่นๆ แล้วยังสอดคล้องกับแนวคิดของผู้เชี่ยวชาญที่กล่าวไว้ว่า “การประชาสัมพันธ์จะ

ประสบผลสำเร็จตามความมุ่งหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลได้ก็ต่อเมื่อมีการวางแผนการดำเนินการประชาสัมพันธ์เกิดขึ้น” (อ้างในลักษณะ สตะเวทิน, 2540 : 9)

สำหรับการตอบสนองของรัฐบาลในแนวทางการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินงานได้ตามแผนการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้ โดยทางหน่วยงานต่างๆ ภายในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้มีการนำนโยบายและแนวทางการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์วางไว้อย่างชัดเจน โดยให้มีการประชาสัมพันธ์การจัดงานฯ ในครั้งนี้อย่างกว้างขวางผ่านสื่อต่างๆ ทุกประเภท โดยคณะกรรมการฯ ได้กำหนดแผนการดำเนินงานไว้ 2 ช่วงด้วยกัน คือ ช่วงแรกจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกประเภทก่อนการจัดงานล่วงหน้า 3 เดือน และช่วงสุดท้ายได้มีการจัดแถลงข่าว ณ บริเวณพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ ก่อนการจัดงานฯ ไม่น้อยกว่า 1 สัปดาห์ ซึ่งในการจัดงานฯ เป็น 2 ช่วงนี้สอดคล้องกับแนวคิดของผู้เชี่ยวชาญที่ว่า “ในการติดต่อสื่อสารการดำเนินงานประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายอาจจะทำได้ในหลายวิธีวิธีหนึ่งคือการใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ มาช่วยเสริมให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น พร้อมทั้งแพร่กระจายข่าวสารไปสู่ประชาชนได้จำนวนมากทั้งในชุมชนท้องถิ่นต่างๆ และประชาชนทั่วประเทศ เพื่อให้การจัดงานฯ ครั้งนี้สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ตามความต้องการได้สะดวกประหยัดและรวดเร็วยิ่งขึ้น” (อ้างในเสรี วงษ์มณฑา, 2544 : 28)

นอกจากนี้ยังได้ให้การสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล”ที่เยี่ยมเมืองไทยไปได้ทุกเดือน” โดยได้นำนโยบายมาประกอบการวางแผนการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ ที่จะต้องอาศัยความร่วมมือกันจากทุกๆ หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของงานเพื่อเพิ่มการมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลกว่าเดิม และเพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามกระแสยุคของโลก โลกาภิวัตน์ ซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้มีความหลากหลายรูปแบบอันเป็นการส่งผลที่ดีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดอื่นๆ ภายในประเทศต่อไป จากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้มีการบอกกล่าวให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบถึงการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน โดยมีกิจกรรมต่างๆ มากมาย ตลอดจนความเคลื่อนไหวให้ประชาชนทุกคนได้ทราบและรู้เห็นถึงการดำเนินงานซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในหน่วยงานต่างๆ

ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ครั้งนี้ ทำให้เป็นที่รู้จักตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เห็นจังหวัดสุพรรณบุรีเจริญก้าวหน้าทัดเทียมจังหวัดอื่นๆ ได้

ผลของการประชาสัมพันธ์ดังที่ได้กล่าวมาแล้วทางหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้นำการสื่อสารการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้องในการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ในครั้งนี้ด้วย โดยเน้นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด เพื่อให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานของภาครัฐภาคเอกชนและผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานฯ ตลอดจนเพื่อให้หน่วยงานของภาครัฐ ฯลฯ ได้รับความสนับสนุนและความร่วมมือจากประชาชนในระยะต่อไป ซึ่งถือได้ว่าการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ ได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนทุกแขนงไม่ว่าจะเป็น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ รวมทั้งสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งได้แก่ แผ่นพับ คัดเอาท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้นแล้วแต่มีคุณสมบัติที่ดีหลายประการเหมาะสมแก่การนำมาใช้เป็นสื่อกลางในแง่ของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเกี่ยวข้องกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ โดยที่สื่อมวลชนเหล่านี้สามารถเข้าไปยังกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองได้อย่างเหมาะสมและสะดวก รวดเร็ว การที่นำสื่อต่างๆ ที่มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ได้มีการนำมาเลือกใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะงานที่แตกต่างกันไป รวมถึงการใช้งบประมาณที่มีอยู่ให้เพียงพอ แต่สิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้ก็คือ ความร่วมมือจากทางด้านผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วมช่วยเหลืออนุเคราะห์ในด้านการเงินและสิ่งของต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานการจัดงานฯ จากความร่วมมือดังกล่าวสามารถทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ เข้ารวมกันได้ สิ่งที่ได้รับก็คือมีประสิทธิผลที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Scott M.Cutlip and Allen H.Center ที่ว่า “การประชาสัมพันธ์จะเป็นไปในลักษณะของการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจตลอดจนการสนับสนุนจากประชาชนและการที่ประชาชนจะให้ความร่วมมือสนับสนุนเพียงใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับความสามารถในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของสถาบัน หน่วยงานหรือองค์การใดๆ ที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้น (อ้างใน สมควร กวียะ, 2540 : 215)

อาจกล่าวได้ว่า ผลของการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ได้ถูกถ่ายทอดออกมาทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการวิจัยจำนวน 100 คน จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง โดยมีจำนวนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 50 ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 23 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 35 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 60

และมีอาชีพรับราชการเป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 25 กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,0001 – 15,000 คิดเป็นร้อยละ 33 นอกจากนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง เป็นส่วนมากคิดเป็นร้อยละ 89 โดยมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมางานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ เพราะต้องการมาท่องเที่ยวพักผ่อนและชมโบราณสถานคิดเป็นร้อยละ 93 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมชาติ สุกฤตยานันท์ ในเรื่องความสัมพันธ์การแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทยที่พบว่าความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยมีสาเหตุภายใน ได้แก่ความต้องการพักผ่อน ความต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ๆ และสาเหตุภายนอกได้แก่ การได้เห็น รับรู้ รับฟัง เกี่ยวกับความสวยงามและความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว 2 สาเหตุประกอบกันซึ่งได้รับข้อมูลความรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงานฯ ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35 นอกจากนี้ในส่วนของความคิดเห็นในด้านภาพรวมต่างๆ เกี่ยวกับการจัดงานฯ ในครั้งนี้เห็นว่าดีอยู่แล้วคิดเป็นร้อยละ 81

นอกจากนี้ในส่วนของกลุ่มพ่อค้าและแม่ค้า อาจกล่าวได้ว่าได้ถูกถ่ายทอดออกมาทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ กล่าวคือ จากผลของการสำรวจจำนวน 20 คน จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง โดยมีจำนวนเท่ากันคือเพศชาย 10 คน เพศหญิง 10 คน ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 36-45 ปี มีจำนวน 9 คน มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 8 คน กลุ่มพ่อค้า/แม่ค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาขายภายในงานฯ ตลอดระยะเวลา 10 วัน มีรายได้ประมาณ 20,0001 – 30,000 มีจำนวน 12 คน นอกจากนี้กลุ่มพ่อค้า/แม่ค้าส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลางมีจำนวน 14 คน โดยมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมางานอนุสรณ์ดอนเจดีย์เพราะต้องการเข้ามาขายของซึ่งได้รับข้อมูลความรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงานฯ ผ่านทางเอกสารทางราชการมากที่สุดเป็นจำนวน 8 คน นอกจากนี้ในส่วนของความคิดเห็นในด้านต่างๆ เกี่ยวกับการจัดงานฯ ในครั้งนี้คิดว่าต้องปรับปรุงและลดอัตราในส่วนของคุณค่าเช่าที่, การกำจัดขยะ, สุขอนามัยในเรื่องของห้องน้ำจำนวน 15 คน และกลุ่มพ่อค้า/แม่ค้าที่เห็นว่ามีความเหมาะสมดีทุกอย่างแล้วจำนวน 2 คน

ข้อเสนอแนะ

1. นำการสื่อสารเข้ามามีส่วนร่วมในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด ให้มากขึ้น โดยเฉพาะในด้านประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์คอนเจดีย์ที่ทางจังหวัดจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี รวมถึงงานประเพณีสำคัญๆ ของจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรีด้วย

2. สนับสนุนและส่งเสริมให้สื่อมวลชนได้มีส่วนร่วมในการถ่ายทอดการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดที่ทำเป็นประจำทุกปี โดยเฉพาะงานอนุรักษ์คอนเจดีย์ที่สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เพื่อให้ผู้คนในท้องถิ่นต่างๆ ในจังหวัดใกล้เคียงรวมทั้งชาวไทยที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ และชาวต่างประเทศได้รู้จัก ชิมซับ ปลูกฝังและสำนึกในพระคุณของพระมหากษัตริย์ไทยที่มีมาแต่โบราณ ให้สืบสานและจรรโลงให้แก่ลูกหลานและอยู่บนความเป็นไทยตลอดไป

3. การนำสื่อมาใช้ในการเป็นเครื่องมือเสริมสร้างมรดกทางวัฒนธรรมให้มีเกิดขึ้นตลอดไป เพื่อให้อนุชนรุ่นหลังได้รู้จักถึงความกล้าหาญ ความเสียสละ ของบรรพบุรุษไทยที่มีต่อประเทศชาติมาโดยตลอดที่สามารถกอบกู้เอกราชของไทยไว้ได้ สืบสานต่อจนถึงลูกหลานซึ่งลูกหลานควรจะได้สืบสานสิ่งที่ตั้งมาให้คงอยู่ตลอดไป

แนวทางการศึกษาในอนาคต

จากการศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547” ผู้วิจัยพบว่า ยังมีแนวทางที่จะศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับจังหวัดสุพรรณบุรี ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. การศึกษากระบวนการสื่อสาร วิถีชีวิตและการประกอบอาชีพในด้านต่างๆ ของชาวสุพรรณบุรี ในด้านธุรกิจ ที่มีอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านเกษตรกรรม รวมถึงการทำอาชีพค้าขายอาหารที่มีชื่อทั้ง กาวและหวาน อันนำไปสู่ตลาดและการพัฒนาเศรษฐกิจ ของจังหวัดที่มั่นคงและยั่งยืน

2. แนวทาง “การสื่อสารเพื่อฟื้นฟูทางด้านเศรษฐกิจในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดฯ” ให้มีมากขึ้น อันส่งผลไปถึงอุตสาหกรรม เช่น การท่องเที่ยวสภาพที่สำคัญๆ ต่างๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรี การนำผลิตผลจากภูมิปัญญาชาวบ้านออกมาเป็น สินค้า “โอท็อป” ให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและนอกประเทศ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กรมวิชาการกระทรวงศึกษาธิการ. **อนุสาวรีย์วีรชนไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
 ครูสภาลาดพร้าว, 2521
- ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระยา. **นิทานโบราณคดี**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
 คลังวิทยา, 2517
- ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระยา. **ไทยรบพม่า**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
 คลังวิทยา, 2514
- ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระยา. **พระราชพงศาวดาร ฉบับพระราชหัตถเลขา 1**. พิมพ์ครั้งที่ 1.
 กรุงเทพฯ: อมรรการพิมพ์, 2516
- ตรี อำนวยกุล. **เรื่องเมืองสุพรรณบุรี**. พิมพ์ครั้งที่ 1. ชนบุรี : เจริญรัตนการพิมพ์, 2513
- ชาติ เอี่ยมกระสุนธุ์. **เมืองไทยในอดีต**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประพันธ์สาส์น, 2520
- เจริญ ไชยชนะ. **ประวัติศาสตร์ไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไชยชนะ, 2497
- เจริญ ไชยชนะ. **มหาราชไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เสริมวิทย์บรรณาการ, 2522
- เจือ สตะเวทิน. **“ประวัติวรรณคดี”**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ครูสภาลาดพร้าว, 2517
- บุญมี หมั่นราม. **พระราชประวัติสมเด็จพระนเรศวรมหาราชและเจดีย์ยุทธหัตถี**. พิมพ์ครั้งที่ 2.
 สุพรรณบุรี: บุญมีการพิมพ์, 2536
- บุญครอง คันธฐากูร. **สุพรรณบุรี 400 ปี ยุทธหัตถี**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณ
 กิจเทรดดิ้ง, 2535
- บุปผา พงษ์ไพบูลย์. **“พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์” หนังสือชีวิตไทย ชุด บรรพบุรุษของเรา**.
 พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ครูสภา, 2537
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. **ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัทด้านสุทธา
 การพิมพ์ จำกัด , 2545
- ประพิณ ออกเวหา. **หนังสืออ่านประกอบ ชุด บ้านเมืองของเรา “สุพรรณบุรี”**. พิมพ์ครั้งที่ 1 .
 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บรรณกิจเทรดดิ้ง , 2539

- ประพิน ออกละหวา.นายสุพรรณบุรี. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บรรณกิจเทรดดิ้ง, 2535
- นิคม จารุมณี . การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2 .กรุงเทพฯ :
โอ.เอส พรินติ้ง เฮ้าส์ ,2542
- มนัส โอภาส. ประวัติศาสตร์และโบราณคดีเมืองสุพรรณบุรี. พิมพ์ครั้งที่ 1 .กรุงเทพฯ :
จินดาสาส์นการพิมพ์, 2527
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ
อักษรเจริญทัศน์, 2538
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ .พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย , 2546
- ศิริวรรณ กลุ่มไ้ .ประเทศไทย 76 จังหวัด .พิมพ์ครั้งที่ 1 .กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์เดอะบุคส์,2546
- ศรีศักร วัลลิโภด. รศ. ค้นหาอดีตของเมืองโบราณ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : เมืองโบราณ, 2538
- สมัย สุทธิธรรม .สารคดีชุดถิ่นทองของไทย สุพรรณบุรี. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์
โอ เอส พรินติ้ง เฮ้าส์ , 2539
- เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ .พิมพ์ครั้งที่ 1 .กรุงเทพฯ:
ธีระฟิล์มและไซเทกซ์ ,2542

วารสาร

- นิภาพร สีนสถาพรพงษ์. “สุพรรณบุรี เมืองยุทธหัตถี” นิตยสารศิลปากร. ปีที่ 1 ,ฉบับที่ 1.
1 มกราคม 2530
- นิภาพร สีนสถาพรพงษ์. “สุพรรณบุรี เมืองยุทธหัตถี” นิตยสารศิลปากร. ปีที่ 1 ,ฉบับที่ 2.
1 กุมภาพันธ์ 2530
- ภาคภูมิ ภูมิรัตน์ . “เที่ยวสุพรรณเมืองยุทธหัตถี” ศิลปวัฒนธรรม. ปีที่ 4 , ฉบับที่ 1.
ฉบับสถาบันพระมหากษัตริย์ 2525
- วรรัตน์ ทิพย์จินดาชัยกุล. “ท่องเที่ยวดินแดนประวัติศาสตร์เมืองสุพรรณ” อนุสาร อ.ส.ท. .
ปีที่ 12, ฉบับที่ 4 .2514
- ศิริสวัสดิ์ วาทาธิยาภรณ์ . “เที่ยวเมืองสุพรรณบุรี” วารสารเข้าใจถิ่น เข้าใจเที่ยวสุพรรณบุรี.
ปีที่ 9 , ฉบับที่ 1. 2547
- สุภาภรณ์ จงขานสิท โธ. “ท่องเที่ยวเมืองสุพรรณ” จุลสารการท่องเที่ยว. ปีที่ 21, ฉบับที่ 1.
มกราคม –มีนาคม 2546

เอกสารอื่นๆ

สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสุพรรณบุรี. ข้อมูลการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม พ.ศ.2538.

(เอกสารราชการ)

สำนักงานสถิติจังหวัด. ข้อมูลประชากรจังหวัดสุพรรณบุรี พ.ศ.2538. (เอกสารราชการ)

เอกสารเผยแพร่ 4/2539 ผลิตภัณฑ์จังหวัดสุพรรณบุรี พ.ศ.2537. (เอกสารราชการ)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ.แผนที่แสดงเขตอำเภอ ตำบล เทศบาล ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัด

พ.ศ.2538.(เอกสารราชการ)

รายงานผลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ.2537. (เอกสารราชการ)

เอกสารการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปี 2547

เอกสารแต่งตั้งคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่จัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์จังหวัดสุพรรณบุรี

ประจำปี 2547

เอกสารพระราชดำรัสและประกาศบวงสรวงสังเวชสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ณ

อนุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี 2530

เอกสารพระราชประวัติสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเทศบาลอำเภอดอนเจดีย์

เอกสารพระราชประวัติสมเด็จพระนเรศวรมหาราชและประวัติการค้นพบและการบูรณะ

พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์

หนังสือพิมพ์

นที รุ่งเรืองศรี . “งานดอนฯ ปี 47 จัดยิ่งใหญ่แสง สี เสียง ตระการตา” คนสุพรรณ.

ฉบับวันที่ 30 ธันวาคม 2546

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารจังหวัดสุพรรณบุรี

1. การจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 มีจุดมุ่งหมายอย่างไร
2. มีนโยบายและแผนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์อย่างไร
3. ในส่วนของนโยบายเกี่ยวกับการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์เน้นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ใดเป็นพิเศษหรือไม่
4. เมื่อดำเนินการตามกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ที่วางไว้แล้วประสบความสำเร็จหรือไม่
5. มองปัจจัยใดบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อการประชาสัมพันธ์และถ้ามีอุปสรรคมีวิธีแก้ไขปัญหานั้นอย่างไรในการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์
6. งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 มีการจัดประชุมแถลงข่าวหรือไม่อย่างไร
7. จังหวัดฯมีงบประมาณในการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์อย่างไร มีรายได้จากทางใดเพื่อสมทบในการจัดงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์
8. จังหวัดมีการกำหนด วัน เวลา ค่าเข้าชม อย่างไร
9. มีระยะเวลาในการเตรียมงาน อย่างไร
10. จังหวัด อำเภอ มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนประชาชนทั่วไปให้ทราบและเที่ยวชมงาน รวมทั้งให้ความสะดวกในการเที่ยวชมงาน อย่างไร
11. พอใจกับผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันหรือไม่ อย่างไร
12. มีการวางแผนและแนวทางในการประชาสัมพันธ์ในอนาคตไว้บ้างหรือไม่ อย่างไร

แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

1. ประวัติความเป็นมาของการจัดงานอนุรักษ์คอนเจคีย์
2. นโยบายของการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์คอนเจคีย์ประจำปี 2547 เป็นอย่างไร
3. เมื่อมีนโยบายของรัฐเข้ามาเกี่ยวข้องคือ “เที่ยวเมืองไทยไปได้ทุกเดือน” ทางสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดฯ ต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือวางแผนเพิ่มเติมเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐฯ หรือไม่ อย่างไร
4. มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างไร
5. มีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร
6. ในการจัดงานฯครั้งนี้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ได้รับงบประมาณจากทางใดบ้าง
7. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีสื่อใดบ้าง
8. มีการเลือกสื่อใดไปต่อช่วงใดบ้าง
9. ประชาสัมพันธ์จังหวัดฯ มีการจัดทำเอกสาร คู่มือฯ ให้แก่ผู้ที่เข้ามาเที่ยวชมงานอย่างไร

แบบสัมภาษณ์สื่อมวลชน

1. สื่อมวลชนมีส่วนในการเผยแพร่ด้านประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ อย่างไรบ้าง
2. นโยบายของรัฐฯ “เที่ยวเมืองไทยไปได้ทุกเดือน” ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 หรือไม่
3. การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีเกี่ยวกับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547 ได้รับข่าวสารสม่ำเสมอหรือไม่ อย่างไร
4. การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นอย่างไร ประสพผลสำเร็จหรือไม่ มีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

1. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์คอนกรีตประจำปี 2547 อย่างไร
2. การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุรักษ์คอนกรีตของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นอย่างไร ประสบผลสำเร็จหรือไม่ มีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง
3. ทางจังหวัดได้ขอความร่วมมือการจัดงานอนุรักษ์คอนกรีตประจำปี 2547 อย่างไร
4. ความร่วมมือที่ท่านได้ให้แก่ทางจังหวัดฯมีอะไรบ้าง
5. เมื่อท่านประมวลการจัดงานฯครั้งนี้ได้ ท่านจะได้รับผลประโยชน์เต็มที่หรือแบ่งส่วนหนึ่งให้แก่ทางจังหวัด

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้สอบถามพ่อค้า/แม่ค้าที่เข้ามาขายของภายในงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์

1. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่จังหวัดใด
2. ท่านเคยเข้ามาขายของภายในงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์หรือไม่
3. ถ้าท่านเคยมาขายของภายในงานฯ เปรียบเทียบกับปีที่แล้ว ปีไหนขายดีกว่ากัน
4. สินค้าที่ท่านนำมาขายภายในงานฯ คือ อะไร
5. ท่านเสียค่าเช่าพื้นที่ในการขายของของภายในงานฯ เท่าใด
6. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ในครั้งนี้จากที่ไหน
7. ท่านมีวิธีการจัดส่งสินค้าด้วยวิธีใด
8. ท่านคิดว่ามีโอกาสดึงกลับมาขายของภายในงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์อีกหรือไม่
9. ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้างที่อยากให้ทางจังหวัดปรับปรุง

แบบสอบถามโดยอิงโครงสร้างที่ใช้ในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ (โปรดทำเครื่องหมาย/หน้าข้อความที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านและกรอกข้อความลงในช่องว่าง)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่จังหวัดใด (ระบุ) -----
2. เพศ
----- 1. หญิง ----- 2. ชาย
3. อายุ
..... 1. 22 ปีหรือต่ำกว่า ----- 2. 23-35 ปี
----- 3. 36-55 ปี ----- 4. 56 ปีขึ้นไป
4. การศึกษา
----- 1. ระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ----- 4. ระดับปริญญาตรี
----- 2. ระดับมัธยมศึกษา ----- 5. สูงกว่าระดับปริญญาตรี
----- 3. ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า
5. อาชีพ
----- 1. นักเรียน นักศึกษา ----- 6. ข้าราชการ
----- 2. นักธุรกิจ ----- 7. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
----- 3. พ่อค้า แม่ค้า ----- 8. เกษตรกร
----- 4. ครู อาจารย์ ----- 9. ธุรกิจส่วนตัว
----- 5. พนักงานบริษัทเอกชน ----- 10. อื่นๆ (โปรดระบุ) -----
6. รายได้ต่อเดือน
----- 1. 5,000 บาทหรือต่ำกว่า ----- 4. 15,001 – 20,000 บาท
----- 2. 5,001 – 10,000 บาท ----- 5. 20,001 บาท ขึ้นไป
----- 3. 10,001 – 15,000 บาท
7. สถานภาพ
----- 1. โสด ----- 4. หย่าร้าง
----- 2. สมรส ----- 5. อื่นๆ (โปรดระบุ) -----
----- 3. แยกกันอยู่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเพื่อปรับปรุงการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์

8. จุดมุ่งหมายหลักของการเดินทางมาสุพรรณบุรีในครั้งนี้คืออะไร

- | | |
|--|------------------------------|
| -----1. ท่องเที่ยวงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ | -----2. เยี่ยมญาติ/เพื่อนฝูง |
| -----3. ปฏิบัติราชการ /ธุรกิจ | -----4. อื่นๆ |

9. ท่านเคยมางานอนุรักษ์ดอนเจดีย์บ้างหรือไม่

- | | |
|----------------|-------------------|
| ----- 1. เคยมา | ----- 2. ไม่เคยมา |
|----------------|-------------------|

10. ท่านได้ข้อมูลเกี่ยวกับงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ก่อนที่ท่านจะมาเที่ยวครั้งนี้จากสื่อประเภทใด

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| ----- 1. วิทยุ | ----- 6. โทรทัศน์ |
| ----- 2. บริษัทท่องเที่ยว | ----- 7. หนังสือพิมพ์ |
| ----- 3. โรงแรม | ----- 8. วารสาร |
| ----- 4. เพื่อน/ญาติ | ----- 9. โปสเตอร์/ คัทเอ๊าท์ |
| ----- 5. อินเทอร์เน็ต | ----- 10. อื่นๆ ----- |

11. ความเหมาะสมของระยะเวลาในการจัดงานฯ

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. ควรจัด 3 วัน | 2. ควรจัด 5 – 7 วัน |
| 3. ควรจัด 12-15 วัน | 4. 15 วัน ขึ้นไป |

12. ความเหมาะสมของการเก็บค่าผ่านประตู

- | |
|--|
| 1. เหมาะสม (ควรเก็บค่าผ่านประตู) |
| 2. ไม่เหมาะสม (ไม่ควรเก็บค่าผ่านประตู) |

13. การจัดนิทรรศการต่างๆ ภายในงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์

- | | |
|----------------|---------------------------------|
| ----- 1. ดีมาก | ----- 2. ดี |
| ----- 3. พอใช้ | ----- 4. ควรปรับปรุง (ระบุ)---- |

14. การจัดระเบียบร้านค้าภายในงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์

- | | |
|----------------|---------------------------------|
| ----- 1. ดีมาก | ----- 2. ดี |
| ----- 3. พอใช้ | ----- 4. ควรปรับปรุง (ระบุ)---- |

15. สถานที่จอดรถภายในบริเวณงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์

- | | |
|----------------|---------------------------------|
| ----- 1. ดีมาก | ----- 2. ดี |
| ----- 3. พอใช้ | ----- 4. ควรปรับปรุง (ระบุ)---- |

16. การจัดระเบียบร้านค้าราคาขายภายในงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์

- | | |
|----------------|---------------------------------|
| ----- 1. ดีมาก | ----- 2. ดี |
| ----- 3. พอใช้ | ----- 4. ควรปรับปรุง (ระบุ)---- |

17. การจัดการแสดงยูทหัตถ์ภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
 ----- 1. ดีมาก ----- 2. ดี
 ----- 3. พอใช้ ----- 4. ควรปรับปรุง (ระบุ)----
18. การจัดการแสดงลานวัฒนธรรมภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
 ----- 1. ดีมาก ----- 2. ดี
 ----- 3. พอใช้ ----- 4. ควรปรับปรุง (ระบุ)----
19. การจัดการประกวดนักร้องลูกทุ่งภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
 ----- 1. ดีมาก ----- 2. ดี
 ----- 3. พอใช้ ----- 4. ควรปรับปรุง (ระบุ)----
20. การจัดการแสดงมหรสพภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
 ----- 1. ดีมาก ----- 2. ดี
 ----- 3. พอใช้ ----- 4. ควรปรับปรุง (ระบุ)----
21. ด้านการดูแลรักษาความปลอดภัยภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
 ----- 1. ดีมาก ----- 2. ดี
 ----- 3. พอใช้ ----- 4. ควรปรับปรุง (ระบุ)----
22. ด้านการอำนวยความสะดวกด้านสุขภายในงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
 ----- 1. ดีมาก ----- 2. ดี
 ----- 3. พอใช้ ----- 4. ควรปรับปรุง (ระบุ)----
23. ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ ท่านเดินทางมาโดย
 ----- 1. รถยนต์ส่วนตัว ----- 5. มากับบริษัทนำเที่ยว
 ----- 2. รถโดยสารปรับอากาศ ----- 6. จักรยานยนต์
 ----- 3. รถโดยสารธรรมดา
 ----- 4. รถทัวร์ / รถเช่าที่จัดนำเที่ยวเอง
24. ท่านเดินทางมางานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ครั้งนี้กับใคร
 ----- 1. มาคนเดียว ----- 4. กลุ่มนักท่องเที่ยว
 ----- 2. ครอบครัว /ญาติ ----- 5. อื่นๆ -----
 ----- 3. เพื่อน / แฟน
25. มาท่องเที่ยวกี่วัน-----

26. การเดินทางมาท่องเที่ยวงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ในครั้งนี้พักที่ได้

----- 1. พักโรงแรม

----- 2. พักกับญาติ

----- 3. ไม่ค้างคืน

27. ท่านคิดว่ามีโอกาสที่จะกลับมาเที่ยวงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์อีกหรือไม่

----- 1. มา

----- 2. ไม่มา

28. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรบ้างเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์

--

29. ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้างภายในบริเวณงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์

-

-

ผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์
ในการสัมภาษณ์

ผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์

1. นายทรงพล ทิมศาสตร์ ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี
สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2547
2. นายกมล จิตระวัง รองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี
สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2547
3. นายนายทวีชัย พลายชุมพล นายอำเภอดอนเจดีย์
สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2547
4. นายไมตรี ศรีเทพ เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 6
สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ. 2547
5. นายวิชัย เปี่ยมปรีชา อดีตเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เทศบาลอำเภอดอนเจดีย์
สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2547
6. นางนุชริน กลิ่นละออ หัวหน้าผู้สื่อข่าวสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2547
7. นายไฉ เต๋นชัย หัวหน้าศูนย์ข่าวหนังสือพิมพ์ไทยรัฐจังหวัดสุพรรณบุรี
สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2547
8. นายนที รุ่งเรืองศรี บรรณาธิการ นสพ. คนสุพรรณ
สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2547
5. นายญาณัท ปรารักษ์สุนทร ผู้จัดการบริษัทบุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด สาขาสุพรรณบุรี
สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2547
10. (ชาวสุพรรณบุรีท่านหนึ่ง) ผู้แทนบริษัทเบียร์ไทย 1991 จำกัด (มหาชน)
สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2547

ภาพที่ 7 นายทรงพล ทิมศาสตร์ ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี
ประธานกรรมการการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547



ภาพที่ 8 นายกมล จิตระวัง รองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี
ประธานกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547



ภาพที่ 9 นายทวีชัย พลายชุมพล นายอำเภอคอนเจดีย์
คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์คอนเจดีย์ประจำปี 2547



ภาพที่ 10 นายไมตรี ศรีเทพ เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 6 จังหวัดสุพรรณบุรี
คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์คอนเจดีย์ประจำปี 2547



ภาพที่ 11 นายวิชัย เปี่ยมปรีชา เจ้าหน้าที่อาสาสมัครดูแลรักษามรดกและวัฒนธรรมของชาติ
คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547

ภาพที่ 12 นายวุฒิชัย เกลิมนาม ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
จังหวัดสุพรรณบุรี คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547



ภาพที่ 13 นายนที รุ่งเรืองศรี บรรณาธิการ นสพ. คนสุพรรณ
คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547



ภาพที่ 14 นายเด่นชัย เด่นชัยประดิษฐ์ หัวหน้าศูนย์ข่าวหนังสือพิมพ์ไทยรัฐจังหวัดสุพรรณบุรี
คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547



ภาพที่ 15 นายฉันท ปรางค์สุนทร ผู้จัดการบริษัทบุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด สาขาสุพรรณบุรี
คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547



ภาพที่ 16 (ชาวสุพรรณบุรีท่านหนึ่ง) ผู้แทนบริษัทเบียร์ไทย 1991 จำกัด (มหาชน)
คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547



**ภาพบรรยากาศวันแถลงข่าว
การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
ประจำปี 2547**

ภาพที่ 17 วันที่ 15 มค. 47 แลงข่าวการจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์



ภาพที่ 18 บันทึกการรำด้วยลำแข้งที่วีช่อง 7



ภาพที่ 19 บันทึกรายการด้วยลำแข่งที่วีช่อง 7



ภาพที่ 20 โชว์ตัวนักแสดงการแสดงยุทธหัตถี



ภาพบรรยากาศ
ฝึกซ้อมการแสดงยูทธรหัตถ์
ประกอบแสง สี เสียง

ภาพที่ 21 ดินแดนยุทธหัตถี



ภาพที่ 22 ฝึกซ้อมการแสดงสถานที่จริง



ภาพบรรยากาศ
ฝึกซ้อมการแสดงยูทธรหัตถ์
ประกอบแสง สี เสียง

ภาพที่ 21 ดินแดนยุทธหัตถี



ภาพที่ 22 ฝึกซ้อมการแสดงสถานที่จริง



ภาพบรรยากาศภายในงาน
อนุสรณ์คอนกรีต

ภาพที่ 45 บรรยากาศภายในงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ตอนเย็น



ภาพที่ 46 บรรยากาศภายในงานอนุรักษ์ดอนเจดีย์ตอนกลางวัน

ตัวอย่างบทความที่ตีพิมพ์
ลงในเอกสาร สุจิตร์
และกำหนดการต่างๆ ของการจัดงาน
อนุสรณ์คอนเจ็คต์ประจำปี 2547

กำหนดการแถลงข่าว

การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปี 2547

วันที่ 15 มกราคม 2547 เวลา 10.30 – 12.00 น.

ณ ลานโพธิ์ด้านข้างพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี

- เวลา 10.00 น. - ต้อนรับแขกและผู้มีเกียรติลงทะเบียน
- เวลา 10.30 น. - พิธีกร (อาจารย์ราชันย์ ทิพนนคร) นำเข้าสู่การแถลงข่าว ด้วยการแสดงของวิทยาลัยนาฏศิลป์ และฟืนคาบจากวิทยาลัยพลศึกษา / การโชว์ ช้างศึก – ม้าศึก
- พิธีกรเชิญประธานและคณะร่วมแถลงข่าว
- นายทรงพล ทิมาศาสตร์ ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นประธานในการแถลงเรื่องการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรีประจำปี 2547
- ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แถลงเรื่องการสนับสนุนการจัดงานและการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว
- นางนันทวัล ทิมาศาสตร์ นายกเหล่ากาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี แถลงเรื่องการออกร้านธรรกาชาด ของเหล่ากาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี
- นายกวีรัตน์ อรุณทัต รองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี แถลงเรื่องการจัดแสดงอุทธรณ์คดีประกอบแสง – สี – เสียง
- ผู้แทนบริษัทเบียร์ไทย 1991 จำกัด แถลงเรื่องการให้การสนับสนุนการจัดงาน
- ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี สรุปการแถลงข่าวและมอบของที่ระลึกให้สื่อมวลชนทุกคน
- เวลา 12.00 น. - ร่วมรับประทานอาหารกลางวัน
- เวลา 13.00 น. - เยี่ยมชมนิทรรศการพระราชประวัติสมเด็จพระนเรศวรมหาราชพิพิธภัณฑ์และพระตำหนักพระนเรศวรมหาราช ภายในบริเวณพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์

สื่อมวลชนคือหัวใจการประชาสัมพันธ์
ขอขอบคุณสื่อมวลชนทุกท่าน

ขอเชิญเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
และงานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปี 2547

23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2547

ณ บริเวณพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ อำเภออู่ตะเภา จังหวัดสุพรรณบุรี

1. การแสดง แสง สี เสียง และสื่อผสม “มหาวีรกรรมยุทธหัตถี สมเด็จพระนเรศวรมหาราช”
 2. สนุกสนานกับการคัดธรรกาชาด ของเหล่ากาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี
 3. การแสดงดนตรี ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน
 4. การแสดงนิทรรศการของส่วนราชการ และการแสดงอาวุธยุทโธปกรณ์ ของกองทัพบก
 5. การออกร้านของส่วนราชการและภาคเอกชน
 6. การแสดงนิทรรศการ พระราชประวัติสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ในมหาวีรกรรมยุทธหัตถี
 7. การแสดงมหรสพ และความบันเทิงหลากหลายให้ชมอย่างสนุกสนานตลอดงาน
- สำหรับการแสดงดนตรี ภายในบริเวณงานจะมีวงดนตรีชื่อดังมาแสดงให้ชม ฟรี ยกเว้นวันสุดท้าย ดังนี้

ลำดับที่	วันที่	รายการ	หมายเหตุ
1.	23 มกราคม 2547	วงดนตรีลูกทุ่ง เสรี รุ่งสว่าง	
2.	24 มกราคม 2547	วงดนตรีสตริง ทอฟฟี่มิวสิก	
3.	25 มกราคม 2547	วงดนตรีลูกทุ่ง เพ็ญนภา มุกดามาศ	
4.	26 มกราคม 2547	วงดนตรีสตริง เคอะบอยมิวสิก	
5.	27 มกราคม 2547	วงดนตรีลูกทุ่ง สุনারี ราชสีมา	
6.	28 มกราคม 2547	วงดนตรีสตริง ช่อมาลี มิวสิก	
7.	29 มกราคม 2547	วงดนตรีลูกทุ่ง เด่นชัย สายสุพรรณบุรี	
8.	30 มกราคม 2547	วงดนตรีสตริง สกุนา มิวสิก	
9.	31 มกราคม 2547	วงดนตรีลูกทุ่ง แมงปอ ชลธิชา	
10.	1 กุมภาพันธ์ 2547	วงดนตรีเพื่อชีวิต แอ๊ด คาราบาว	(เก็บค่าผ่านประตู)

เที่ยวสุพรรณบุรี

เที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดประจำปี 2547

“มหาวีรกรรมยุทธหัตถี สมเด็จพระนเรศวรมหาราช”

สวัสดีปีใหม่ 2547 (ปีลิง) ขอให้ทุกท่าน สุขโสมสร โชคดีมีเงินใช้ หลุดพ้นจากหนี้สินกันทั่วหน้า ช่วงเทศกาลงานประจำปีของพี่น้องเราชาวจังหวัดสุพรรณบุรีมาถึงแล้ว นั่นก็คือ “งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดประจำปี 2547” ซึ่งกำหนดวันเวลาการ จัดงานก็เหมือนกับทุกๆ ปีที่ผ่านมา นั่นก็คือ ตั้งแต่วันที่ 23 มกราคม ถึง 1 กุมภาพันธ์ 2547 รวม 10 วัน 10 คืน แต่ก่อนที่เราจะทราบถึงเรื่องของการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ เรามาพูดถึงประวัติความเป็นมาของอนุสรณ์สถานแห่งนี้ พอสังเขปกันก่อนนะละ สุพรรณบุรีเป็นเมืองเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ในสมัยกรุงศรีอยุธยา สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ได้ทรงสร้างวีรกรรมทรงกระทำยุทธหัตถีกับพระมหาอุปราชา เมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2135 หรือเมื่อ 411 ปีที่แล้ว ณ หุ่นหงอนสาหร่าย ตำบลดอนเจดีย์ อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี จนได้รับชัชชนะกองทัพเอกราชของชาติไทยไว้ได้

โดยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ได้ทรงโปรดให้สร้างอนุสรณ์สถานหรือเจดีย์ยุทธหัตถีไว้เป็นอนุสรณ์ ณ สนามรบหุ่นหงอนสาหร่ายแห่งนี้ และในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 พระองค์ทรงโปรดให้มีการจัดงานประเพณีบวงสรวงและสมโภชน์เจดีย์ยุทธหัตถีขึ้น เป็นครั้งแรกและเป็นปฐมฤกษ์ในการจัดงานอนุสรณ์ ดอนเจดีย์มาจนถึงปัจจุบันนี้ 91 ปีแล้ว

ในส่วนของการ จัดสร้างสถูปเจดีย์ครอบเจดีย์ยุทธหัตถีเดิม และจัดสร้างพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์นั้น สร้างเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2501 แล้วเสร็จประกอบพิธีเปิดเฉลิมฉลองสักการะดวงพระวิญญาณอันศักดิ์สิทธิ์ ของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช เมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2502 จนถึงปัจจุบันนี้ก็คือประวัติความเป็นมาพอสังเขป เรามาคุยกันต่อละนะว่า รอบๆ บริเวณมีสิ่งใดให้ชมกันบ้าง

เมื่อเข้าภายในบริเวณ จะได้พบพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทรงช้างศึกสูงตระหง่านเด่นเป็นสง่า อยู่ด้านหน้าองค์พระเจดีย์ ซึ่งภายในได้จัดนิทรรศการภาพวีรกรรมที่สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทรงกระทำยุทธหัตถีกับพระมหาอุปราชา โดยทำเป็นระบบวิดิทัศน์ที่ทันสมัย ภาพจำลองการแสดงยุทธหัตถี รวมทั้งพระราชประวัติให้ชมและศึกษา

บริเวณพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ ยังมีศาลาพระมหาเถรคันฉ่อง และตำหนักจันทร์เกษมเป็นที่ประดิษฐานพระบรมรูปของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช พระเอกาทศรถ และพระสุพรรณกัลยา เพื่อให้อนุชนรุ่นหลังและนักท่องเที่ยวได้ศึกษาพระราชประวัติทั้ง 3 พระองค์ พร้อมทั้งจัดสร้างวัดดอนเจดีย์ถวายเป็น

-2-

สำหรับการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดประจำปี 2547 นี้ จะจัดแสดงประกอบแสง สี เสียง และสื่อผสมเรื่อง “มหาวีรกรรมยุทธหัตถี สมเด็จพระนเรศวรมหาราช”

โดยจะเรียงร้อยเรื่องราวทั้งหมดให้สอดคล้องกลมกลืน ต่อเนื่อง เชื่อมโยงกันเป็นหนึ่งเดียวอันจะทำให้ผู้ชมตระหนัก รัก และภาคภูมิใจในคุณค่าของ “เมืองสุพรรณบุรี” และเฉลิมพระเกียรติองค์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ในมหาวีรกรรมกู้ชาติยุทธหัตถี อันประจักษ์คู่ปฐพี ผืนแผ่นดินไทยตราบนันต์ โดยจัดแสดงทั้งข้างศึกและม้าศึก ประกอบด้วยฉากใหญ่ ๆ ได้แก่ ฉากกรุงศรีอยุธยา กรุงหงสาวดี และฉากยุทธหัตถีอันยิ่งใหญ่สมจริง

นี่คือหัวใจของงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ฯ ซึ่งนอกจากการแสดงยุทธหัตถีประกอบแสง สี เสียง และผู้แสดงกว่า 500 คน สำนักงานเหล่ากาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ออกร้านธารกาชาดพาโชค ให้ผู้ไปเที่ยวงานได้สนุกสนานและร่วมทำบุญตักธรรกาชาด ซึ่งมีรางวัลมอบให้ผู้โชคติมากมาย มีทั้ง รถมอเตอร์ไซด์ ที่วี วิทยุ ตู้เย็น พัดลม เป็นต้น ท่านนายกเหล่ากาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี คุณนิ่มนวล ทิมาศาสตร์ ผักเจริญชวนทุกท่านไปเที่ยวชมงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาด ประจำปี 2547 อย่าลืมแวะร้านเหล่ากาชาด ร่วมสนุกพร้อมบุญกุศลด้วยค่ะ

นอกจากนี้ จังหวัดสุพรรณบุรียังจัดให้มีกิจกรรมการแสดงศิลปวัฒนธรรม แสดงอาวุธยุทธโปกรณ์ การแสดงดนตรีลูกทุ่งและสตริงค์ชื่อดังทุกคืน ดังนี้ 23 ม.ค. ชม เสรี รุ่งสว่าง 24 ม.ค. ชม ทอฟ้ามีวีสถิต 25 ม.ค. ชม เพ็ญภา มุกดามาตร 26 ม.ค. ชม เคอะบอยมีวีสถิต 27 ม.ค. ชม สุณารี ราชสีมา 28 ม.ค. ชม ช่อมาลี มีวีสถิต 29 ม.ค. ชม เค่นชัย สายสุพรรณ 30 ม.ค. ชม สกุนามีสถิต 31 ม.ค. ชม แมงปอ ชลธิชา และ วันสุดท้าย 1 ก.พ. 47 ชม แอ็คคาร่าบาว

พร้อมตึกและภาพยนตร์ การจำหน่ายสินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ การรวานสินค้าราคาประหยัด และการออกร้านของส่วนราชการต่าง ๆ

อย่าลืมนะคะ เทียวปีใหม่แล้วด้วยพาลูก ๆ เทียววันเด็ก จากนั้น 23 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2547 ไปเที่ยวงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดประจำปี 2547 ประเพณีบวงสรวงและสมโภชน์เจดีย์ยุทธหัตถี 10 วัน 10 คืน แล้วท่านจะมีความภาคภูมิใจในความเป็นเอกราชของชาติไทยตลอดไป แล้วพบกันในงานนะค่ะ

พรฤดี สวัสดิ์นพรัตน์
สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี



พร้อมแล้ว

งานอนุรักษ์คอนกรีตและงานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี

ประจำปี 2547

พร้อมแล้วทุกส่วน งานประจำปีของพี่น้องชาวสุพรรณบุรีงานอนุรักษ์คอนกรีตและงานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี ปี 2547

นายทรงพล ทิมาศาสตร์ ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เปิดเผยว่า งานประจำปีของพี่น้องชาวสุพรรณบุรี ในปีนี้ จัดขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีน โดยเริ่มในวันเที่ยวพอดิ คือ 23 มกราคม ไปจนถึง 1 กุมภาพันธ์ 2547 รวม 10 วัน 10 คืน ณ บริเวณพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจังหวัดสุพรรณบุรี ดำเนินการเองทั้งหมด ด้วยการบูรณาการร่วมจากทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน ประชาชน สถานศึกษา สนับสนุนกันอย่างดียิ่ง

ในส่วนของกิจกรรมที่เป็นหลัก ๆ คือ การจัดแสดงยุทธหัตถีจำลองเหตุการณ์ ประกอบแสดง สี เสียง ที่แสดงโดย นักเรียน นักศึกษาอาจารย์ ประชาชนชาวสุพรรณบุรี กว่า 1,000 คน มีนายทรงพล ทิมาศาสตร์ อำนวยการแสดง นายชาญชัย ทิพนนคร ผู้อำนวยการโรงเรียนกรรณสูตศึกษาลัย กำกับการแสดง โดยจัดให้มีการแสดงทั้งหมด 8 รอบ วันละ 1 รอบ ยกเว้นวันที่ 26 และ 29 มกราคม เพื่อให้นักแสดงรวมทั้งช่างม้าได้พัก เริ่มแสดง 20.00 น. กิจกรรมอื่นที่น่าสนใจ ได้แก่ การประกวดคนกึ่งร้องลูกทุ่งดาวรุ่งลูกทุ่งเมืองสุพรรณ การแสดงศิลปวัฒนธรรมบนเวทีกลาง คนตรีกองทัพบก คนตรีสตรี / ลูกทุ่งชื่อดังทุกคืน การจำหน่ายสินค้าหัตถอุตสาหกรรม หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ลิเก ภาพยนตร์ ให้ชมฟรีทุกคืน

การจัดแสดงยุทธหัตถี เพื่อรำลึกถึงมหาวีรกรรมอันยิ่งใหญ่ที่องค์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มีชัยชนะต่อพระมหาอุปราชา แห่งกรุงหงสาวดี ซึ่งถือเป็นเกียรติยศอันยิ่งใหญ่ที่จารึกไว้ในประวัติศาสตร์ชาติไทย ปีนี้ได้จัดฉากการแสดงไว้ถึง 7 ตอน มีทั้งหมด 15 ฉาก คือ **ตอนที่ 1** เชิญสมเด็จพระนเรศวรมหาราช กรุงศรีอยุธยารุ่งเรือง / เสียกรุงวิปโยค / แสนโศกอาลัย / ชนไก่ประลองดาบ **ตอนที่ 2** ประกาศอิสรภาพ **ตอนที่ 3** พระแสงดาบคาบค่าย รานรบค่าย / ราวีค่ายใหญ่ / พิชิตถักไวทามู ซึ่งเป็นฉากแสดงบนหลังม้า ไม่เคยจัดแสดงมาก่อนให้ท่านได้ชมแปลกใหม่ขึ้น **ตอนที่ 4** ท้องพระโรงกรุงหงสาวดี สั่งให้ไปรบ / ซ้อมรบของกรุงศรีอยุธยา **ตอนที่ 5** ขบวนทัพพระมหาอุปราชา ระดมขบวนทัพ **ตอนที่ 6** ขบวนทัพพระนเรศวร ขบวนทัพโขนทวารเส / อาเพทพระสุบิน / ลาดตระเวนถื่นที่ และ **ตอนที่ 7** ยุทธหัตถีทัพบตีเผชิญหน้า / ทำตะเลงรบ / ยุทธหัตถีประสบชัยชนะ ซึ่งผู้เข้าชมจะได้พบกับความยิ่งใหญ่ตระการตาตลอดการแสดง รับรองไม่ผิดหวัง ชมแล้วท่านจะมีความภาคภูมิใจในความเป็นเอกราชของชาติไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จองบัตรเข้าชมได้ที่ สำนักงานสรรพกร จังหวัดสุพรรณบุรี โทรศัพท์ 0-3553-5093 และที่สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี โทรศัพท์ 0-3540-8200 และ 0-3553-5376 ในราคา 200, 100, 50 และเด็ก 30 บาท

-2-

สำหรับในส่วนองงานกาชาด นางนิ่มนวล ทิมาศาสตร์ นายกเหล่ากาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี เปิดเผยว่า จัดให้มีกิจกรรมการกุศลมากมาย ร่วมทำบุญกับธรรมาคาชาคนำโชค รางวัลใหญ่ๆ เช่น มอเตอร์ไซด์ จักรยาน เครื่องใช้ไฟฟ้าหลายรายการ ในราคาบัตรเพียง 20 บาท เท่านั้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการกุศลที่น่าสนใจในปี นี้ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ร่วมสนับสนุนจัดบิงโกการกุศลให้ท่านผู้โชคดี ได้ร่วมทำบุญ สนุกสนานกับการโยนห่วงแลกของรางวัล ทุกคืนและยังมีการจำหน่ายสลาก ส.ค.ส. กาชาด ปี 2547 การกุศล โดยออกรางวัลในคืนวันสุดท้ายของงาน 1 กุมภาพันธ์ 2547 ณ เวทีกลาง อีกด้วย

ในด้านการจัดแสดงมหรสพ คนตรีลูกทุ่ง และสตริงชื่อดังมีให้ชมทุกคืน 23 มกราคม ชม เสรี รุ่งสว่าง 24 มกราคม ท็อปพี มิวสิค 25 มกราคม เพ็ญภา นุกดามาตร 26 มกราคม เลอะบอย มิวสิค 27 มกราคม สุณารี ราชตีมา 28 มกราคม ซ่อมาลี มิวสิค 29 มกราคม เค่นชัย สายสุพรรณ 30 มกราคม สกุนามิวสิค 31 มกราคม แมงปอ ชลธิชา และคืนสุดท้าย ชม แอ๊ดคาราบาว

จังหวัดสุพรรณบุรี จึงขอเชิญนักท่องเที่ยว พี่น้องประชาชนทุกท่าน เทียวชมงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปี 2547 เริ่ม 23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2547 โดยทั่วกัน

บททางตอน

การแสดงประกอบแสงเสียงเทิดพระเกียรติมหาวีรกรรมยุทธหัตถี

ณ พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์

ศรีสวัสดิ์เคหะ	ชนะราชอรินทร์	ยินพระยศเกริกเกรียง	เพียงพกแผ่นฟากฟ้า
หล้าลมเลื่องชัยเขวง	เกรงพระเกรียงระย้อย	ฝ่อใจห้าวบมิหาญลาญใจแก้วบมิกล้า	บคำอาดม้อกรงค์
บคงอาดม้อออกฤทธิ์	ท้าวท้าวทิศทั่วเทศ	ไท้ทุกเขตทุกด้าว	น้ำวมภูมมานบ
มอบบัวบาทวิบูล	อคุณยานุภาพ	ปราบคัสกรเกล่นกล้ว	คาวเต็มทุ่งเต็มดอน
พม่ามอญพ่ายหนี	ศรีอโยธยารมเยศ	พิเศษฐขบ่าเทิง	สำเร็จราชสถาน
พิพัฒน์โกศสมบุรณ์	พูนพิภพค้ำเข็ญ	เย็นพิภพค้ำยุค	ต่าเสนานอบเกล้า
ต่าพลไกรเกริกหาญ	ต่าพลสารสินธพ	ตบศาศตราครเพลงิงพระเกียรติฟุ้งฟ้า	ตี่อครลบทแห่งหล้า
โลกถ้วนสคูตี			

ผืนแผ่นดินนี้ ช่างคงอยู่ให้ลูกหลานได้อาศัยอย่างลุ่มเย็น เป็นสุข เปรียบประคองแผ่นดินทองของผองชน เปี่ยมด้วยศักดิ์ศรีแห่งความเป็นไทย ความภาคภูมิใจนี้ จะมีเสียมิได้เลย หากไร้ซึ่งวีรกรรมที่ได้เสียสละเลือดเนื้อ และชีวิต อุทิศวิญญาณแห่งความรัก ความศรัทธา สร้างบ้านแปงเมืองเพื่อเป็นมรดกแก่อนุชนรุ่นหลัง สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พระผู้ทรงเป็น ยอดมหากษัตริย์ นักรบไทยผู้หาญกล้า ทรงคุณธรรมอันประเสริฐ ปราบอริราชศัตรู กอบกู้ชาติ ให้เป็นไท นำอิสรภาพสู่มาตุภูมิ นำตาแห่งความโศกเศร้า ดวงใจที่บอบช้ำ กลับคืนสู่ ความหยิ่ง ทรงง คงความเป็นไทย วิถีชีวิตอันสงบสุข ร่วมเย็นได้กลับมาเยือน ไพร่ฟ้าหน้าใส ประสบศานติสุข ทุกถ้วนทั่ว

สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทรงเป็นพระราชโอรสในสมเด็จพระมหาธรรมราชา และพระวิสุทธิกษัตริย์ ทรงพระราชสมภพ เมื่อปีเถาะ ตรงกับวันพฤหัสบดี ปีพุทธศักราช 2098 ณ พระราชวังจันทร์ เมืองพิษณุโลก เมื่อทรงพระเยาว์พระนามสามัญว่า "พระองค์ดำ" มีพระพี่นางพระองค์หนึ่ง พระนามว่า "พระสุพรรณกัลยา" กับพระอนุชา พระเอกาทศรถ ซึ่งเรียกพระนามว่า "พระองค์ขาว"

ณ บัดนี้ ดวงใจทุกดวง ขอน้อมนำสักการะ เทิดทูนสคูตีมหาวีรบุรุษ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช บรมกษัตริย์แห่งปวงชนชาวไทยขอ เทพไท้ซึ่งสถิต ณ สรวงสวรรค์ จงเป็นสักขีพยาน จงประทานเปลวไฟ จับไล่ความหนาวเหน็บ จงประทานเปลวไฟแห่งแสงสว่างนำทางไปสู่ อดีตกาลอันยาวไกล จงประทานเปลวไฟเป็นกำลังแห่งศรัทธา แสดงการสักการะบูชาของพองข้าพระพุทธเจ้า ซึ่งจะได้จำลองประวัติศาสตร์แห่งมหาราชผู้ทรงง ด้วยประสงค์ปลุกทุกวิญญาณให้ภาคภูมิใจในสายเลือด พร้อมผนึกรักปกปักผืนแผ่นดินนี้ไว้ ชั่วลูกชั่วหลาน ชั่ววันรันครกาลแห่งความเป็นไทย

จากก็มีพสกนิกรชาติใดในโลก โชคดีเช่นประชาชนชาวไทย ที่มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข
แม่พระบุญญาบารมีเป็นฉัตรทองป้องพิบัติภัยอันตรายทั้งปวงให้ปลอดภัย นับเนื่องรุ่งเรืองมาโดยลำดับตั้งแต่
สมัยสุโขทัยราชธานีทองดงถึงกรุงศรีอยุธยาศรีอยุธยา ผ่านผ่านถึงกรุงธนบุรียุคแห่งการฟื้นฟู เพื่อฟื้นฟูผู้
ยุคกรุงอารยะรัตน โกสินทร์

จากวันวานสู่ปัจจุบันเป็นเวลา 221 ปี กรุงอารยะรัตน โกสินทร์ได้รับบารมีนทร์มหากษัตริย์
ราชวงศ์จักรี บ้านเมืองไทยดำรงสุขพัฒนาสวัสดิมาโดยตลอดด้วย พระมหากษัตริย์ราชจักรีวงศ์ ทุกพระองค์
ทรงไว้ซึ่งพระวิริยะอุตสาหะ กอปรราชกิจ พิธิฐประเสริฐ บังเกิดสุขแก่ทวยราษฎร์ผ่าน ทุกข์เข็ญร่วมเย็นมา
เป็นนिरันตร์



กรมประชาสัมพันธ์

ข่าว สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

ศาลากลางจังหวัด TEL 035 408 220 โทรสาร 12361

งานอนุรักษ์คอนเจดีย์และงานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี ปี 47 การแสดงยุทหัตถ์ดี ประกอบแสงเสียง เต็มรูปแบบฝีมือพี่น้องลูกหลานชาวสุพรรณล้วน ๆ

เตรียมงานแล้ว งานประจำปีของชาวสุพรรณบุรี งานอนุรักษ์คอนเจดีย์และงานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปี 2547 เริ่ม 23 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2547 รวม 10 วัน 10 คืน

นายทรงพล ทิมศาสตร์ ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เปิดเผยว่า การจัดงานอนุรักษ์คอนเจดีย์และงานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปี 2547 กำหนดจัดขึ้นระหว่างวันศุกร์ที่ 23 มกราคม - วันอาทิตย์ที่ 1 กุมภาพันธ์ 2547 รวม 10 วัน 10 คืน ณ บริเวณพระบรมราชานุสรณ์คอนเจดีย์ อำเภอคอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี การจัดงานครั้งนี้ จังหวัดสุพรรณบุรี ดำเนินการเองทั้งหมด โดยใช้หลัก CEO บูรณาการร่วมกัน จากทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรบริหารส่วนจังหวัด รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน ประชาชน สนับสนุนกันอย่างดียิ่ง

สำหรับหัวใจของงาน คือ การจัดแสดงยุทหัตถ์ดีจำลองเหตุการณ์ ประกอบแสงสีเสียง ที่แสดงโดยนักศึกษา พี่น้อง ลูกหลานชาวสุพรรณบุรีทั้งหมด จัดแสดงวันละ 1 รอบ รวม 8 รอบ เว้นวันที่ 26 และ 29 มกราคม 2547 เพื่อให้ช่างที่ร่วมแสดงได้พัก เริ่มการแสดง 2 ทุ่มตรง นอกจากนี้ยังจัดให้มีการแสดงดนตรี ศิลปวัฒนธรรม ประกวดนักร้องลูกทุ่ง การจำหน่ายสินค้า OTOP สินค้าอุตสาหกรรม มหรสพ ลิเก ภาพยนตร์ ใช้ชมทุกคืนตลอดงาน

ในส่วนของกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี นางนันทนวล ทิมศาสตร์ นายกเหล่ากาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี กล่าวว่า จะจัดให้ทุกท่านได้ร่วมกุศลกับธาราชาด มีของรางวัลมากมาย และจำหน่ายสลากกาชาด ออกรางวัลคืนวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2547 ซึ่งรางวัลใหญ่ รถยนต์ มูลค่า หลายแสนบาท และรางวัลอื่น ๆ อีกจำนวนมาก เช่น ทองคำ เครื่องใช้ไฟฟ้า นานาชนิด จึงขอเชิญชวนทุกท่านที่เข้าร่วมงานอนุรักษ์คอนเจดีย์และงานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปี 2547 ระหว่างวันที่ 23 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2547 โดยทั่วกัน

กำหนดการแสดงยุทธหัตถีประกอบแสงและเสียง
งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดจังหวัด ประจำปี 2547
วันที่ 23 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2547
ณ บริเวณพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ อำเภอดอนเจดีย์

ลำดับที่	รายการแสดงแสงและเสียงยุทธหัตถี		
	วัน เดือน ปี	จำนวนรอบ	เวลาแสดง
	วันพฤหัสบดีที่ 22 มกราคม 2547	รอบซ้อมใหญ่	20.00 – 21.15 น.
1.	วันศุกร์ที่ 23 มกราคม 2547	รอบปกติ 1 รอบ	20.30 – 21.45 น.
2.	วันเสาร์ที่ 24 มกราคม 2547	รอบปกติ 1 รอบ	20.00 – 21.15 น.
3.	วันอาทิตย์ที่ 25 มกราคม 2547	รอบปกติ 1 รอบ	20.00 – 21.15 น.
4.	วันอังคารที่ 27 มกราคม 2547	รอบปกติ 1 รอบ	20.00 – 21.15 น.
5.	วันพุธที่ 28 มกราคม 2547	รอบปกติ 1 รอบ	20.00 – 21.15 น.
6.	วันศุกร์ที่ 30 มกราคม 2547	รอบปกติ 1 รอบ	20.00 – 21.15 น.
7.	วันเสาร์ที่ 31 มกราคม 2547	รอบปกติ 1 รอบ	20.00 – 21.15 น.
8.	วันอาทิตย์ที่ 1 กุมภาพันธ์ 2547	รอบปกติ 1 รอบ	20.00 – 21.15 น.
	รวม	รอบปกติ 8 รอบ	

รายละเอียดประกอบเกี่ยวกับบัตรเข้าชมการแสดงยุทธหัตถีประกอบแสงและเสียงประจำปี 2547

1. บัตรเข้าชมการแสดงมี 6 ประเภท ได้แก่ บัตรราคา 200 บาท บัตรราคา 100 บาท บัตรราคา 50 บาท (ผู้ใหญ่) บัตรราคา 30 บาท (เด็ก) และบัตรชมเป็นหมู่คณะสำหรับนักเรียน ราคา 20 บาท (วันซ้อมใหญ่ไม่เปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าชมการแสดง)

- บัตรราคา 200 บาท และ 100 บาท แต่ละแผ่นจะระบุเลขที่นั่งในบริเวณอัฒจันทร์คอนกรีต และวันที่เข้าชมในแต่ละวัน ทำให้มีที่นั่งชมแน่นอน และที่นั่งชมอยู่ในบริเวณกึ่งกลางสามารถชมการแสดงยุทธหัตถีประกอบแสงและเสียงได้ชัดเจนตลอดตามอัตราค่าบัตรดังกล่าว กรณีเด็กต้องการชมในที่นั่ง 200 และ 100 บาท จะต้องซื้อบัตรเต็มราคา

- บัตรราคา 50 บาท และ 30 บาท จะไม่ระบุวันที่เข้าชมในแต่ละวัน ทำให้สามารถเลือกวันเข้าชมได้ตามสะดวก ทั้งนี้บัตรจะไม่ระบุเลขที่นั่ง โดยนั่งชมอยู่ในบริเวณมุมเฉียงทั้งสองด้านของอัฒจันทร์คอนกรีต

2. ผู้สนใจสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี 0-3553-5376, 0-3540-8200 หรือจองบัตรชมการแสดงยุทธหัตถีประกอบแสงเสียงได้ที่สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี 0-3540-8200, 0-3553-5376 ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2546 เป็นต้นไป

DRU

DRU

DRU

DRU

DRU

DRU

DRU

DRU

DRU

**ตัวอย่างแผ่นพับเชิญชวนท่องเที่ยว
งานอนุรักษ์คอนกรีตประจำปี 2547**



จังหวัดสุพรรณบุรีขอเชิญเที่ยวงาน
สุขุสนธ์น้ดขบเจดีย์ และงานกาชาด
ประจำปี 2547
23 มกราคม ถึง 1 กุมภาพันธ์ 2547

ชมการแสดงยุทธหัตถีประลองแสงเสียงในวันที่
23, 24, 25, 26, 28, 30, 31 ม.ค. และ 1 ก.พ.
สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี



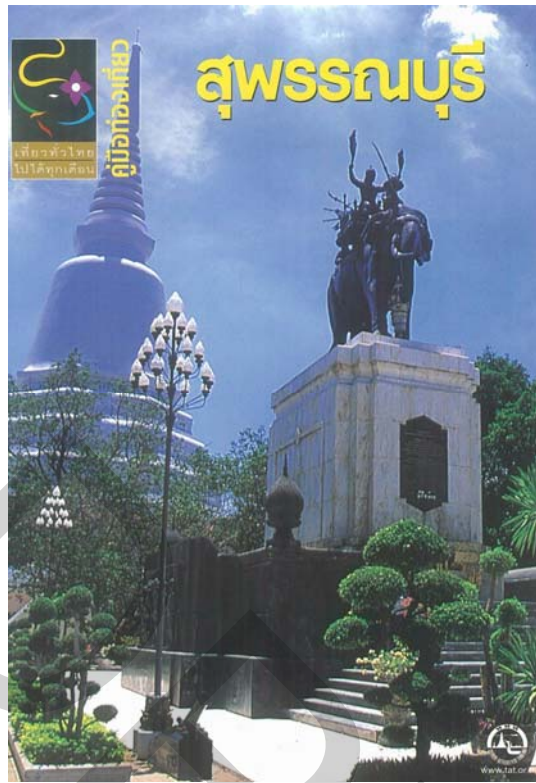
ส.ศ.ส. ๒๕๔๗

พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์

+ **สลากสมนาคุณ** No 70072

งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ และงานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปี 2547
รายได้ไปอุดหนุนการกุศล ความดีก่อนความดี กิจกรรมอื่นๆ ขอสงวนไว้
ออกรางวัล 1 กุมภาพันธ์ 2547

30.-



**บัตรเข้าชมการแสดง
แสง-เสียง มหัทธภูมิ**

งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
และงานกาชาด
จังหวัดสุพรรณบุรี
ปี 2547

(นายทรงพล ทิมาศาสตร์)
ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี
ประธานกรรมการจัดงาน

บัตรนี้ใช้ผ่านเข้างานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ **200.-**

DRU

**แผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์
ประจำปี 2547**

ที่ สพ 0001/772

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

ศาลากลาง ถนนสุพรรณ-ชัยนาท 7200

25 ธันวาคม 2546

เรื่อง ประมาณการงบประมาณ

เรียน ผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี

ตามที่จังหวัดสุพรรณบุรีและเหล่ากาชาดสุพรรณบุรี ได้ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดประจำปี 2546 ในระหว่างวันที่ 23 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2547 ณ บริเวณพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ อำเภอดอนเจดีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงกระทำยุทธหัตถีมีชัยชนะต่อพระมหาอุปราชา รวมทั้งเพื่อเป็นหารหารายได้สมทบทุนมูลนิธิพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์และเหล่ากาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี นั้น

ฝ่ายประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี ประจำปี 2547 ขอแจ้งประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตามรายละเอียดที่แนบพร้อมนี้ จำนวนเงินทั้งสิ้น 142,500.- บาท (หนึ่งแสนสี่หมื่นสองพันห้าร้อยบาทถ้วน)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นายไมตรี ศรีเทพ)

ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุพรรณบุรี

โทร/โทรสาร 0-3553-5423

มหาฉไทย 12361

DRU



DRU

แผนการประชาสัมพันธ์การจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์ประจำปี 2547

1. หลักการและเหตุผล

หลักสำคัญในการจัดงานครั้งนี้เพื่อเทิดพระเกียรติและน้อมรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณสมเด็จพระนเรศวรมหาราช และยังเป็น การส่งเสริมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมนิยมประเพณี ดนตรี นาฏศิลป์ การละเล่นพื้นเมือง รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี และเป็นการเผยแพร่ผลงาน ผลผลิต สินค้า และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของจังหวัดสุพรรณบุรี ตามนโยบายรัฐบาล รวมถึง เป็นการหารายได้เพื่อทำนุบำรุงพระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์และกิจกรรมการกุศล สาธารณประโยชน์ของเหล่ากาชาดจังหวัดสุพรรณบุรี

2. วัตถุประสงค์

- เพื่อเชิญชวนให้ชาวต่างประเทศและชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีมากขึ้น
- เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย และส่งเสริมนโยบายของรัฐที่ว่า “เที่ยวเมืองไทยไปได้ทุกเดือน”
- เพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับบุคคลในจังหวัดสุพรรณบุรี
- เพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของจังหวัดสุพรรณบุรี สู่นักท่องเที่ยวต่างชาติและในประเทศ
- เพื่อให้ประชาชนจังหวัดสุพรรณบุรีได้มีส่วนร่วมและไม่ตรีจิตกับนักท่องเที่ยว

3. เป้าหมาย

- นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางสู่จังหวัดสุพรรณบุรี
- นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางสู่จังหวัดสุพรรณบุรี
- นำรายได้สู่จังหวัดสุพรรณบุรี
- สร้างภาพลักษณ์ให้จังหวัดสุพรรณบุรี สู่นักท่องเที่ยวทั่วโลกและชาวไทยในประเทศ

4. การดำเนินงาน

ก่อนการจัดงาน

ให้กำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ เชิญชวนให้ประชาชนทั่วไปทราบและเที่ยวชมงาน จัดทำติดตั้งและแจกจ่ายข้อความประชาสัมพันธ์ ทั้งในรูปแบบของเสียงตามสาย หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ โปสเตอร์ โฆษณาทุกชนิด แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ตลอดจนจัดแถลงข่าวการจัดงาน เพื่อให้สื่อมวลชนทุกประเภทสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์การจัดงานได้อย่างกว้างขวาง และมีประสิทธิภาพ โดยดำเนินการ ดังนี้

- แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์
- วางแผนการใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์
- ประสานงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ศูนย์จังหวัดสุพรรณบุรี) จัดทำสื่อ โปสเตอร์
- ประสานหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนช่วยจัดทำป้ายผ้า คัดเอาท์
- จัดแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน 1 ครั้ง
- วางแผนประสานงานกับกรมทางหลวงจังหวัด เพื่อขอติดตั้งคัดเอาท์ ป้ายผ้า ติดตั้งตามสถานที่สำคัญๆ ในจังหวัด

ระหว่างงาน

จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ชมงานได้ทราบถึงกิจกรรมต่างๆ อำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่มาเที่ยวชมงาน จัดพิธีกรประจำกองอำนวยการ และพิธีกรบนเวทีกลางและพิธีกรประชาสัมพันธ์ บริเวณที่ขายบัตรชมการแสดงยุทธหัตถี ตลอดจนประชาสัมพันธ์สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มาเที่ยวชมงาน รวมทั้งจัดทำป้ายติดตั้งภายในบริเวณงาน จัดทำเอกสารคู่มือบัตรประชาสัมพันธ์การจัดงาน แจกจ่ายนักท่องเที่ยว

หลังการจัดงาน

เมื่อการจัดงานสิ้นสุดลง คณะกรรมการฝ่ายเลขานุการประสานงานจะต้องติดตามผลการดำเนินงานของคณะกรรมการทุกฝ่าย โดยจะต้องทำหนังสือแจ้งให้ฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการทุกฝ่าย ดำเนินการส่งเอกสารหลักฐานค่าใช้จ่ายต่างๆ ในแต่ละปี ส่งให้ฝ่ายจัดหารายได้และผลประโยชน์เพื่อรวบรวมสรุปผลรายรับ – รายจ่าย เสนอประธานกรรมการอำนวยการจัดงานทราบ นอกจากนี้ จะต้องดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการดำเนินงานฝ่ายต่างๆ เพื่อนำสรุปผลการประเมินเป็นแนวทางในการปรับปรุงการจัดงานในปีต่อไป ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

5. กลยุทธ์การใช้สื่อ

สื่อโทรทัศน์

- จัดทำสโปดโทรทัศน์เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์
- เชิญชวนรายการด้วยลำแข้งเผยแพร่ทางช่อง 7 สี
- เชิญชวนสถานีโทรทัศน์จัดแถลงข่าว
- เชิญชวนสถานีโทรทัศน์ทุกช่องทำข่าว
- ขอความร่วมมือจัดทำอักษรเลื่อนตามสถานีโทรทัศน์ทุกช่องทำข่าวพิธีเปิดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์

สื่อวิทยุ

- จัดทำสโปดวิทยุเผยแพร่ในเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ทุกจังหวัด ทั้งระบบ A.M. และ F.M.
- เผยแพร่สโปดวิทยุในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง
- แถลงข่าวให้สื่อมวลชน ให้นักจัดรายการ ได้สัมภาษณ์เผยแพร่ทางสถานีวิทยุ

สื่อหนังสือพิมพ์

- เผยแพร่ข่าวหนังสือพิมพ์ทั้งในระดับท้องถิ่นและสวนกลางอย่างสม่ำเสมอ
- เขียนสารคดีให้หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
- เขียนสารคดีให้หนังสือพิมพ์เดลินิวส์
- รายงานข่าวให้สถานีวิทยุท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง
- แถลงข่าวให้หนังสือพิมพ์ นำไปลงข่าว

สื่อแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์

- ติดต่อ บริษัท ห้างร้าน เช่น เบียร์ไทย มหาชน จำกัด เบียร์สิงห์ และบริษัทอื่นๆ

สื่อโฆษณาหน่วยเคลื่อนที่

- จัดรถเคลื่อนที่โฆษณา ไปตามอำเภอต่างๆ
- ติดโปสเตอร์ตามอำเภอต่างๆ

6. ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาดำเนินงานประมาณ 6 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม – มกราคม ของทุกปี

7. งบประมาณ

- งบประมาณดำเนินการ เป็นจำนวนเงิน 120,000 บาท

8. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการสร้างภาพลักษณ์และตอบสนองนโยบายของรัฐ “เที่ยวเมืองไทยไปได้ทุกเดือน”
- ชาวจังหวัดสุพรรณบุรีมีรายได้จากการท่องเที่ยวงานอนุรักษ์คอนเจดีย์มากขึ้น
- ชาวจังหวัดสุพรรณบุรีมีส่วนร่วมสร้างภาพลักษณ์ให้กับจังหวัดสุพรรณบุรี

แผนการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดประจำปี 2547

23 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2547

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วิธีดำเนินการ	การใช้สื่อ	ระยะเวลาดำเนินการ				งบประมาณ		ผู้รับผิดชอบ
				พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	เป้าหมาย	จำนวนเงิน	
1	ทำคัทเอาท์ -ป้ายผ้า -วงแหวน	-ประสานผู้สนับสนุน -ป้ายผ้าขนาด 7 เมตร 10 ผืน ขนาด 5 เมตร 20 ผืน	-คัทเอาท์ -ชุมชน		-	-	-	10 ป้าย 30.ป้าย	ผู้สนับสนุน เบียร์ช้าง เบียร์สิงห์และ บริษัทเสริมสุข	-ประชาสัมพันธ์จังหวัด -เทศบาล -อำเภอ
2	จัดทำโปสเตอร์	-ประสานผู้สนับสนุน	-โปสเตอร์ -ชุมชน -ร้านค้า -สถานศึกษา		-	-	-	3,000 แผ่น	ททท.สนับสนุน	- ศูนย์ประสาน ททท. -ประชาสัมพันธ์จังหวัด
3	จัดทำสโปดวิทยุ	-ออกแบบข้อความ -จัดทำต้นฉบับ -จัดทำสำเนา -ประสานการแจกจ่าย -ติดตามผล	-วิทยุกระจายเสียง -หอกระจายข่าว -รถเคลื่อนที่		-	-	-	-ค่าทำมาสเตอร์ -ค่าเทปและค่าตีฟเทป 150ม้วน	11,0000	-ประชาสัมพันธ์จังหวัด -สวท.สุพรรณบุรี -สวท.กรุงเทพฯ

แผนการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดประจำปี 2547

23 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2547

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วิธีดำเนินการ	การใช้สื่อ	ระยะเวลาดำเนินการ				งบประมาณ		ผู้รับผิดชอบ
				พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	เป้าหมาย	จำนวนเงิน	
4	สปอตโทรทัศน์	-ประสานผู้สนับสนุน -กำหนดข้อความ -เตรียมภาพ -ประสานหน่วยงานติดต่อภาพ -ประสานผู้บันทึกเสียง -จัดทำสำเนา -ติดตามผล	-โทรทัศน์ -เคเบิลทีวี		-	-	-	-สปอตโทรทัศน์ เผยแพร่ทางช่อง 5,7,9,ITV -สปอตโทรทัศน์เผยแพร่ ทางช่อง 11 และเคเบิลทีวี สุพรรณบุรี	10,500	-ประชาสัมพันธ์จังหวัด -สทท.11 กาญจนบุรี
5	จัดทำข่าวเผยแพร่และ สารคดี	-ประสานคณะกรรมการ ฝ่ายต่าง ๆ เพื่อเตรียมข้อมูล -เขียนข่าว -ทำสำเนา -ส่งข่าวให้สื่อมวลชน -ติดตามผล	-วิทยุ -โทรทัศน์ -หนังสือพิมพ์ บุคคล		-	-	-	วัสดุถ่ายเอกสาร	10,895	-ประชาสัมพันธ์จังหวัด

แผนการประชาสัมพันธ์งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดประจำปี 2547

23 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2547

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วิธีดำเนินการ	การใช้สื่อ	ระยะเวลาดำเนินการ				งบประมาณ		ผู้รับผิดชอบ
				พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	เป้าหมาย	จำนวนเงิน	
6	-ถ่ายภาพวิดีโอ -ถ่ายภาพนิ่ง	-เก็บภาพกิจกรรมเพื่อประกอบ และเก็บไว้ในปีต่อไป -เก็บภาพกิจกรรมประกอบข่าว ข่าวให้สื่อมวลชน -จัดทำบอร์ดข่าว -บันทึกเหตุการณ์เพื่อเป็นข้อมูล ในปีต่อไป	-วิดีโอเทป -ภาพนิ่ง -หนังสือพิมพ์ -บอร์ดภาพ			-	-	-ข่าวโทรทัศน์ 10 ครั้ง -ม้วนวิดีโอ VHF,5 ม้วน -เบต้าแคม 2 ม้วน -ฟิล์มสีโกดัก -ค่าล้าง -ขยายภาพ	4,824	-ประชาสัมพันธ์จังหวัด -ประชาสัมพันธ์จังหวัด
7	-จัดตั้งฝ่ายประชาสัมพันธ์ ในกองอำนวยการและ ประชาสัมพันธ์หน้า บริเวณการแสดงยุทธ หัตถี		-เครื่องขยายเสียง -เอกสารเผยแพร่ -บุคคล			-	-	-ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่อยู่เวร วันละ 100 บาท 4 คน 10วัน -ป้ายประชาสัมพันธ์ -ที่เสียบเอกสาร -ที่เก็บเอกสาร -น้ำดื่ม	6,000 ภาคเอกชน สนับสนุน	-ประชาสัมพันธ์จังหวัด

แผนการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดประจำปี 2547

23 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2547

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วิธีดำเนินการ	การใช้สื่อ	ระยะเวลาดำเนินการ				งบประมาณ		ผู้รับผิดชอบ
				พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	เป้าหมาย	จำนวนเงิน	
8	แถลงข่าว 1 ครั้ง	-จัดทำแผนปฏิบัติการ -ประสานฝ่ายต่าง ๆ -ประสานผู้สนับสนุน -จัดทำเอกสารเผยแพร่ -จัดเตรียมของที่ระลึก -ประสานสื่อมวลชน -ประสาน ททท.	-วิทยุโทรทัศน์ -วิทยุกระจายเสียง -นักจัดรายการ วิทยุและโทรทัศน์ -ผู้สื่อข่าว หนังสือพิมพ์ -นิตยสาร -ผู้สนใจ	-	-	-	-	-ผู้ร่วมรับฟังแถลงข่าว 150 คน -ของที่ระลึก 150 ชุด -เอกสาร 150 เล่ม -แฟ้มเอกสาร 150 ชุด -ค่าอาหารเครื่องดื่ม -ค่าทำป้ายเวที -ค่าตกแต่งเวที -จ้างเหมา	62,280.-บาท	-ประชาสัมพันธ์จังหวัด -ผู้สนับสนุน -สำนักงานจังหวัด -ฝ่ายแสดงยุทธหัตถี -ฝ่ายบันเทิง
9	ถ่ายทอดเสียงวิทยุ	-ประสานงานสถานีวิทยุ กองทัพภาคที่ 1 สุพรรณบุรี -สวท.สุพรรณบุรี	-วิทยุกระจายเสียง -วิทยุกระจายเสียง	-	-	-	-	-พิธีเปิด	25,000	-สภท.1 -ประชาสัมพันธ์จังหวัด
10.	ประชาสัมพันธ์ ATM	-ประสานธนาคารกรุงไทย -จัดทำข้อความ -ติดตามผล	-ตู้ ATM ธ.กรุงไทย ธ.กรุงเทพฯ ธ. ออมสิน ธ.กรุงศรีอยุธยา	-	-	-	-	-หนังสือขอความร่วมมือ	4,000	-สำนักงานจังหวัด -ประชาสัมพันธ์จังหวัด

แผนการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดประจำปี 2547

23 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2547

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วิธีดำเนินการ	การใช้สื่อ	ระยะเวลาดำเนินการ				งบประมาณ		ผู้รับผิดชอบ
				พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	เป้าหมาย	จำนวนเงิน	
11	รายการวิทยุ/โทรทัศน์	-ประสานงานกับรายการต่าง ๆ -ส่งข้อมูลเอกสารให้ -ร่วมรายการโดยตรง -จัดรายการเอง	-วิทยุกระจายเสียง -วิทยุโทรทัศน์ -เคเบิลทีวี -คู่มือ	-	-	-	-	-รายการบ้านเลขที่ 5 TV5 -รายการช่อง 11 -รายการวิทยุชุมชน -รายการร่วมด้วยช่วยกัน -รายการที่นี้ประเทศไทย		-ททท -ประชาสัมพันธ์จังหวัด ประสานกับสื่อ

แผนการประชาสัมพันธ์งานอนุสรณ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดประจำปี 2547

23 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2547

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วิธีดำเนินการ	การใช้สื่อ	ระยะเวลาดำเนินการ				งบประมาณ		ผู้รับผิดชอบ
				พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	เป้าหมาย	จำนวนเงิน	
12	บริหารแผนปฏิบัติการ	-จัดทำแผนปฏิบัติการ -ประชุมชี้แจงกรรมการ -ติดต่อประสานงานฝ่ายที่เกี่ยวข้อง	-หนังสือราชการ -โทรศัพท์		-	-	-	-ค่าโทรศัพท์ -ค่าน้ำมันรถยนต์ -ค่าไปรษณีย์	8,001	-ประชาสัมพันธ์จังหวัด
13	จัดทำสูจิบัตร	-ประสานกรรมการฝ่ายพิธีการ -ประสานกรรมการฝ่ายแสดง ยุทธหัตถี -ประสานฝ่ายแสดงวัฒนธรรม -ประสานฝ่ายบันเทิง -ออกแบบสูจิบัตร -จ้างพิมพ์ -แจกจ่าย	-สูจิบัตร		-	-	-	3,000 แผ่น	ภาคเอกชน สนับสนุน	-ประชาสัมพันธ์จังหวัด

แผนการประชาสัมพันธ์งานอนุรักษ์ดอนเจดีย์และงานกาชาดประจำปี 2547

23 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2547

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วิธีดำเนินการ	การใช้สื่อ	ระยะเวลาดำเนินการ				งบประมาณ		ผู้รับผิดชอบ
				พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	เป้าหมาย	จำนวนเงิน	
14	จัดทำแผ่นพับ	-ออกแบบข้อความ -ออกแบบแผ่นพับ -จัดหาภาพ -จ้างพิมพ์	--แผ่นพับ		-	-	-	3,000 แผ่น	ภาคเอกชน สนับสนุน	-ประชาสัมพันธ์จังหวัด -ผู้สนับสนุนในจังหวัด สุพรรณบุรี
								รวม	142,500.-	

DRU