



ศึกษาการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
ที่วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

โดย

นางสาว คุณัญญา จินตนา

วันที่ - 4 S.A. 2552
เลขทะเบียน 011817 ฉ.๑

อพ.

415.9304

ด ๖๒๒ ๗

ม.ก.๖๕๓ท.

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ.2552

**A Study of Media Use to Promote Cultural Tourism at  
Wat Phrabuddhabat Saraburi**

**By**

**Miss Kununya Chintana**

**A Study Report in Partial Fulfillment of the  
Requirements for the Master Degree of Communication Arts  
Department of Tourism and Entertainment Communication**

**Faculty of Communication Arts**

**KRIRK UNIVERSITY**

**2009**

มหาวิทยาลัยเกริก

คณะนิเทศศาสตร์

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวคุณัญญา จินตนา

เรื่อง

การศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กรณีศึกษา วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

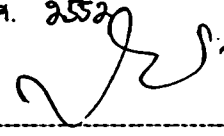
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

เมื่อวันที่ 30 เดือน มกราคม พ.ศ. 2552

ประธานกรรมการสารนิพนธ์

  
-----  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

  
-----  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น)

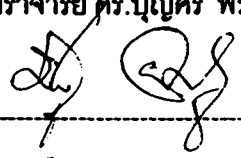
กรรมการสารนิพนธ์

  
-----  
(รองศาสตราจารย์อรทัย ศรีสันติสุข)

กรรมการสารนิพนธ์

  
-----  
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

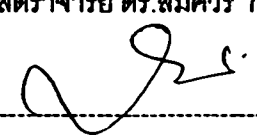
กรรมการสารนิพนธ์

  
-----  
(อาจารย์มูทิตา อารยะเศรษฐากร)

หัวหน้าสาขาวิชา

  
-----  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

  
-----  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	ศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา: วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี
ชื่อผู้เขียน	นางสาวคุณัญญา จินตนา
สาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/ คณะนิเทศศาสตร์/ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2551

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา : วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา. เพื่อศึกษาข้อมูลการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี 2. เพื่อศึกษาการปฏิบัติการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษาวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี 3. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

วิธีดำเนินการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม

การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

(1) ผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาข้อมูลการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว เกี่ยวกับทัศนคติในการพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่าความคิดเห็นทัศนคติทักษะในการทำงานในด้านของการประสานร่วมกันระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติ ยังขาดการทำงานอย่างมีแบบแผนและมีระบบขั้นตอนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ต้องมีการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มากยิ่งขึ้น

(2) ผลการศึกษาการนำแผนไปปฏิบัติ เกี่ยวกับการปฏิบัติการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ ในการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์พบว่า ยังขาดในส่วนงบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม ประเพณีที่ทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จัดขึ้นนั้นยังต้องเพิ่มความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนให้มากยิ่งขึ้น

(3) ผลการศึกษาเกี่ยวกับ การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จากค่านสื่อมวลชนที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของวัดนั้น พบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ทั้งทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อบุคคล ในการบอกต่อของชาวบ้านในท้องถิ่น ล้วนแต่มีความสำคัญในการให้นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารและเข้ามาท่องเที่ยวทางด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น

(4) ผลการศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆที่ทางวัดจัดขึ้นนั้น พบว่า ยังขาดความร่วมมือของผู้นำในองค์กรท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงานผู้บริหารที่เกี่ยวข้องต้องเล็งเห็นความสำคัญของความร่วมมือและประสานงานกัน เพื่อให้กิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดอบรมเข้าค่ายพระพุทธศาสนา การจัดงานในวันสำคัญทางศาสนา เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากยิ่งขึ้น

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความสามารถของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งได้กรุณาใช้เวลาอันมีค่ายิ่งในการให้คำปรึกษาแนะนำตลอดจนข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่ายิ่ง อีกทั้งได้กรุณาตรวจสอบปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องในประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้สารนิพนธ์มีความถูกต้องสมบูรณ์มากขึ้น ผู้ศึกษาฯ ซึ่งในพระคุณเป็นอย่างยิ่ง ด้วยความเคารพเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และให้ประสบการณ์ต่าง ๆ มากมายแก่ผู้ศึกษาตลอดระยะเวลาการศึกษาในสถาบันแห่งนี้ และขอบพระคุณท่านอาจารย์ มุทิตา อารยะเศรษฐากร ผู้ซึ่งเปิดหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารการท่องเที่ยว และบันเทิง

ขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโททุกท่าน ที่ให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอดรวมทั้งขอบพระคุณ ผู้บริหารองค์กรท้องถิ่น และผู้ปฏิบัติ ผู้นำชุมชน ในอำเภอพระพุทธบาท ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นอย่างดี และทุกท่านที่มีได้กล่าว นามไว้ ณ ที่นี้ ที่มีส่วนผลักดันทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

นางสาวคุณัญญา จินตนา

มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2551

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญแผนภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	4
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	24
2.3 แนวคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	27
2.4 แนวคิดการจัดการท่องเที่ยว	28
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารองค์กร	32
2.6 แนวคิดเกี่ยวข้องกับทัศนคติ	35
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย	41
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	42
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
3.4 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	45
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล	46

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	47
4.1 เพื่อศึกษาข้อมูลการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี	47
4.2 เพื่อศึกษาการนำแผนไปปฏิบัติด้านสื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี	48
4.3 เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี	48
4.4 ผลการสัมภาษณ์	49
บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	57
5.1 สรุปผล	57
5.2 การอภิปรายผล	61
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย	64
ภาคผนวก	66
ก ประวัติความเป็นมา	67
ข บทสัมภาษณ์	79
ค ตัวอย่างโครงการจัดงาน เทศบาลเมืองพระพุทธบาท	83
ง รูปภาพประกอบ	98
บรรณานุกรม	111
ประวัติผู้ศึกษา	113



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลให้ความสำคัญ เนื่องจากประเทศไทยได้รับรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมหาศาลในแต่ละปี และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แม้ว่าการท่องเที่ยวจะดึงเม็ดเงินจำนวนมหาศาลเข้าประเทศ แต่ก็ใช่ว่าเราจะไม่สูญเสียอะไรเลย จากปัญหาขยะล้นเมือง ปัญหาคินเลือน้ำเสีย ความหลากหลายทางชีวภาพหายไป สูญเสียเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ปัญหาการค้าประเวณี ผลกระทบในแง่ลบเหล่านี้ มีต้นเหตุมาจากการเดินทางท่องเที่ยวอย่างขาดจิตสำนึก แต่ทว่าปัญหาเหล่านี้ใช้จะเกิดจากนักท่องเที่ยวเพียงแต่ฝ่ายเดียว (แต่มาจากภาครัฐ ภาคเอกชน ท้องถิ่น ประชาชน) ในฐานะเจ้าบ้าน ก็มีส่วนไม่น้อย เนื่องจากยังขาดความรู้ในด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ขาดกลไกพลวัตที่เข้มแข็ง ขาดการทำงานเชิงเครือข่าย ขาดข้อมูลหรือองค์ความรู้ที่มีคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว และที่สำคัญเรายังขาดแผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์และการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพซึ่งเปรียบเสมือนเข็มทิศที่จะชี้นำเราไปยังเป้าหมาย การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นอันดับต้นๆ และมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจสังคม เช่น ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้า, ช่วยสร้างอาชีพ, ก่อให้เกิดการกระจายรายได้, ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต เป็นต้น

จากการมีทิศทางและมาตรการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ชัดเจนเช่นนี้ ทำให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างรวดเร็วและก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การสร้างงานให้แก่ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่น (พรหมเมธ นาดมทอง 2539,30) แต่ในทางตรงกันข้ามการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก็ส่งผลกระทบในด้านลบคิดตามมา เช่น ผลกระทบต่อความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ความไม่เป็นระเบียบของสิ่งปลูกสร้าง ปัญหาการทำลายสิ่งก่อสร้างทางโบราณสถานและ โบราณวัตถุ ตลอดจนผลกระทบทางด้านวัฒนธรรม เช่น ปัญหาอาชญากรรม การค้าประเวณี เป็นต้น

สุรินทร์ กล้ายจินดา (2539,3-5) ได้กล่าวว่าปัจจุบันลักษณะของการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย อยู่ในสภาพที่เน้นดำเนินการไปในแนวทางแห่งการอนุรักษ์และเน้นความสำคัญในความเป็นธรรมชาติ ซึ่งหากมีทิศทางในการพัฒนาเป็นเช่นนี้แล้ว วัฒนธรรมย่อมจะมีความสำคัญในวงการท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะความเป็นธรรมชาตินั้นเป็นแหล่งกำเนิดของวัฒนธรรม ซึ่งการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปกับธรรมชาตินั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีความเข้าใจในวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น จึงอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจะมีบทบาทยิ่งขึ้นต่อการท่องเที่ยวในอนาคตและมีผลต่อเนื่องให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยว และอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากขึ้น ความสำคัญที่ประชาชนในท้องถิ่นจำเป็นต้องมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งก็คือ ประชาชนท้องถิ่นคือผู้ที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมที่สามารถกำหนดทิศทางของการเปลี่ยนแปลง ได้ทั้งทางด้านบวกและด้านลบ ต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น ได้ นั่นเอง

ปัญหาของการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในประเทศไทย ในส่วนของโบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ตลอดจนวิถีชีวิตของการดำรงชีพของคนท้องถิ่นนั้น โดยรวมแล้วเกิดจากการกระจายอำนาจหน้าที่จากส่วนกลางลงสู่ท้องถิ่นยังมีอยู่น้อยเกินไป ส่งผลให้มาตรการในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไม่ชัดเจน และยังให้ความสำคัญกับผู้คนในสังคมท้องถิ่นน้อยเกินไปทำให้ผู้คนท้องถิ่น ไม่รู้จักการตัดสินใจและขาดความรู้ ขาดความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม ซึ่งบางครั้งการขาดความรู้ในการอนุรักษ์วัฒนธรรมจะนำไปสู่การทำลายแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ (ศรีศักร วัลลิโภคม 2535,208-209)

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความรู้สึกรักใคร่ การสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เข้าใจ ซาบซึ้ง ต่อวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของชุมชนในท้องถิ่นอื่น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นการท่องเที่ยวที่ลดความเสียหายและผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชุมชน จากการท่องเที่ยวในรูปของมวลชน ซึ่งประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ ยังมีส่วนร่วมในการเป็นทูตเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว และอนุรักษ์วัฒนธรรมอันเป็นสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้

สระบุรี เป็นเมืองสำคัญเมืองหนึ่งแต่โบราณสันนิษฐานว่าตั้งขึ้นประมาณ พ.ศ. 2092 ในรัชสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ การตั้งเมืองนี้ สันนิษฐานว่าพระองค์โปรดเกล้าฯ ให้แบ่งพื้นที่เขตเมืองลพบุรีกับเมืองนครนายก บางส่วนมารวมกัน ตั้งขึ้นเป็นเมืองสระบุรี ทั้งนี้เพื่อต้องการให้เป็นศูนย์ระดมพลเมืองในยามศึกสงคราม เพราะฉะนั้นตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นต้นมา จึงมักพบเรื่องราวของจังหวัดสระบุรีเกี่ยวกับการศึกสงครามอยู่เสมอ สำหรับที่มาของคำว่า “สระบุรี” สันนิษฐานว่า เพราะเหตุที่ทำเลที่ตั้งครั้งแรกมีบึงอยู่ใกล้ คือ “บึงหนองโจ้ง” เมื่อตั้งเมืองขึ้นจึงได้

นำเอาคำว่า “สระ” มารวมเข้ากันกับคำว่า “บุรี” เป็นชื่อเมือง “สระบุรี”(สระบุรีอยู่ห่างจาก กรุงเทพฯ ประมาณ 107 กิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง หนอง แสง เสาไห้ บ้านหมอ พระพุทธบาท หนองโคน แก่งคอย มวกเหล็ก วังม่วง วิหารแดง หนองแค คอนพุด และเฉลิมพระเกียรติ มีพื้นที่ทั้งสิ้นประมาณ 3,576 ตารางกิโลเมตร (อ้างอิงจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย :Tourism Authority of Thailand)เสน่ห์ของจังหวัดสระบุรีก็คือ มีแหล่ง ที่ท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยแหล่งอารยธรรมต่างๆ และความเป็นกันเองของคนในจังหวัดสระบุรี รวมถึงวัฒนธรรมอันดีงาม ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ รู้จักให้เกียรติซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพราะ ได้รับการปลูกฝังจากครอบครัว ทำให้ต่างนับถือกันและกัน อยู่ร่วมกันอย่างพี่น้อง และนี่ก็ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่นใจและปลอดภัยเหมือนกับการได้อยู่ท่ามกลางญาติสนิทมิตรสหาย

วัด ถือได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศไทย และกรุงเทพมหานคร เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมและ ศิลปกรรมต่างๆ ที่สนใจ ทำให้มีผู้เดินทางมาเที่ยวชมเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดรายได้หมุนเวียน ในระบบเศรษฐกิจเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวกันนั้นมัก อยากรู้อะไรและวัฒนธรรมแล้ว ยังมาผ่อนคลายความเคร่งเครียดต่างๆ ด้วย

วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ตั้งอยู่ที่ อำเภอพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี ตามพระ ราชพงศาวดารกล่าวว่า มีพระภิกษุไทยคณะหนึ่ง เดินทางไปยังลังกาทวีป เพื่อนมัสการรอยพระ พุทธบาท พระสงฆ์ลังกาบอกว่า ประเทศไทยก็มีรอยพระพุทธบาทอยู่แล้วที่เขาสุวรรณบรรพต จึง ได้นำความกราบทูลสมเด็จพระเจ้าทรงธรรมให้ทรงทราบ และได้สืบหาจนพบรอยพระพุทธบาท เพื่อเป็นที่สักการบูชา เป็นศูนย์รวมแห่งพลังศรัทธาอันยิ่งใหญ่ พระพุทธบาทสระบุรีเป็นพระ อารามหลวงที่พระมหากษัตริย์แทบทุกพระองค์ทรงทำนุบำรุงและเสด็จไปนมัสการตลอดมา ตั้งแต่ สมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงรัตน โกสินทร์

วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ตั้งอยู่ที่ตำบลขุนโขลน ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 28 กิโลเมตร มีทางเลี้ยวซ้ายก่อนถึงอำเภอพระพุทธบาทเข้าไป ประมาณ 1กิโลเมตร ปุชนิยมสถานที่สำคัญคือ "รอยพระพุทธบาท" ที่ประทับไว้บนแผ่นหินเหนือ ไหล่เขาสุวรรณบรรพต หรือเขาสังพันทศิรี รอยพระบาทมีความ กว้าง 21 นิ้ว ยาว 5 ฟุต ลึก 11 นิ้วค้นพบในสมัยพระเจ้าทรงธรรม พระองค์ทรงเห็นว่าเป็นรอยพระบาทตามลักษณะ 108ประการ จึงโปรดฯ ให้สร้างมณฑปชั่วคราว ครอบรอยพระบาทไว้ ต่อมาได้มีการสร้างต่อเติมกันอีกหลาย สมัย (อ้างอิงจากวิถีพิเศษ สารานุกรมเสรี)

ลักษณะของพระมณฑป เป็นอาคารรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ประกอบเครื่องยอดรูปปราสาท 7 ชั้น มุงกระเบื้องเคลือบสีเขียว มีซุ้มบันแถลงประดับทุกชั้น มีเสาข้อมุมไม้สิบสอง ปิดทองประดับกระจกโดยรอบ ฝาผนังด้านนอกปิดทองประดับกระจกเป็นรูปเทพพนม มีพุ่มข้าวบิณฑ์บานประดับพระมณฑปเป็นงานศิลปกรรมประดับมุกชั้นเยี่ยมของเมืองไทย พื้นภายในปูด้วยเสื่อเงินสาน ทางขึ้นพระมณฑปเป็นบันไดนาคสามสาย ซึ่งหมายถึง บันไดเงิน บันไดทอง และบันไดแก้วที่ทอดลงจากสวรรค์ หัวนาคที่เชิงบันไดหล่อด้วยทองสำริด เป็นนาค 5 เศียร บริเวณรอบมณฑปมีระฆังแขวนเรียงรายเพื่อให้ผู้ที่มานมัสการ ได้ตีเป็นการแผ่ส่วนกุศลแก่เพื่อนมนุษย์ทั้งหลาย พระอุโบสถและพระวิหารต่างๆที่อยู่รายรอบล้วนสร้างตามแบบศิลปกรรมสมัยกรุงศรีอยุธยาและตอนต้นกรุงรัตนโกสินทร์

ในอดีตรัฐบาลประชาสัมพันธการทองเทียวในจังหวัดสระบุรีมีการทำอย่างต่อเนืองด้วยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ทำให้มีนักท่องเที่ยวรับรู้กิจกรรมการทองเทียวที่ทางวัดพระพุทธบาทจัดขึ้น และนักท่องเที่ยวสนใจจึงมาเที่ยวงานประจำปีของทางวัดพระพุทธบาท ราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี แต่เนื่องจากในปัจจุบัน การรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวสนใจในแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมนั้นต้องใช้งบประมาณในการประชาสัมพันธ์การทองเทียวเป็นจำนวนมาก รวมทั้งเจ้าหน้าที่และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ในจังหวัด จะต้องมีการวางแผนและร่วมมือกัน หากไม่มีความร่วมมือกันก็อาจจะทำให้เกิดปัญหาขึ้นได้

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเห็นสมควรที่จะต้องศึกษาถึง การศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา: วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีศิลปวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าและงดงามอย่างยิ่ง โดยผลที่ได้จากการศึกษาจะสามารถนำไปประยุกต์หาแนวทางพัฒนา ปรับปรุงแก้ไขการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวภายในวัด ทั้งในเรื่องการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ส่งผลให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจต่อแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการกำหนดคน โฆษการประชาสัมพันธ์การทองเทียว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี
2. เพื่อศึกษาการนำแผนไปปฏิบัติด้านสื่อการประชาสัมพันธ์การทองเทียววัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การทองเทียว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

### 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาคำใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา : วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งเฉพาะกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร โดยทำการสัมภาษณ์ระดับผู้บริหารนักการเมืองท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวัด และระดับผู้ปฏิบัติ รวมทั้งพ่อค้า/แม่ค้า
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี
  - ศึกษาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเฉพาะด้านกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์
  - ศึกษาผลการประชาสัมพันธ์ทางด้านการรับทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
3. ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ระดับผู้บริหารนักการเมืองท้องถิ่นและระดับผู้ปฏิบัติ ในระหว่างเดือนเมษายน 2551

### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงนโยบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ที่มีคือ การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การกำหนดเป็นแผนแม่บทในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ต่อไป
2. ทำให้ทราบถึงแนวทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี ว่ามีปัญหาใดบ้างที่นำไปสู่การแก้ไขปัญหาได้ถูกจุด ทั้งด้านผู้ผลิตสื่อและนักท่องเที่ยว
3. ทำให้ทราบถึงการเผยแพร่แหล่งความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่งดงามของไทย อันเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ และเสริมรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น
4. เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานต่างๆ ได้ศึกษาและนำไปใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

## 1.5 นิยามศัพท์

**การประชาสัมพันธ์** หมายถึง วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ได้เผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานที่วัดได้ปฏิบัติไปแล้ว ให้แก่ประชาชน กลุ่มเป้าหมายได้ทราบ และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

**การรับรู้ข่าวสาร** หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวที่ได้รับรู้จากสื่อต่างๆ เกี่ยวกับกิจกรรมประเพณีประจำปีที่ทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี จัดขึ้น

**สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ในงานวิจัย** หมายถึง การประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปยังผู้รับ โดยพิจารณาตามหลักของสื่อได้ 6 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ สื่อกิจกรรม และสื่อสมัยใหม่

**การกำหนดนโยบาย** หมายถึง นโยบายของหน่วยงานองค์กรท้องถิ่นที่กำหนดขึ้นมาเพื่อใช้เป็นหลักในการดำเนินความสัมพันธ์กับการประสานเพื่อพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระพุทธบาท ทั้งนี้เพื่อให้เป้าหมายสูงสุดของการกำหนดและดำเนินนโยบาย

**การกำหนดแผนปฏิบัติ** หมายถึง แผนพัฒนาจังหวัด ที่แสดงทิศทางหรือแนวทางการพัฒนาจังหวัดในอนาคตเป็นการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติในรูปของโครงการ

**แผนแม่บท** หมายถึง การจัดทำแผนนโยบายการพัฒนาเสริมสร้างการพัฒนาท้องถิ่น แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาค้านการท่องเที่ยว แผนแม่บทการพัฒนาหน่วยงานหรือแผนปฏิบัติงาน เพื่อให้มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยว มีความทันสมัยและมีความสมบูรณ์

**แหล่งความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรม** หมายถึง แหล่งความรู้ทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับสิ่งที่มนุษย์ได้สร้างหรือกำหนดขึ้นทั้งในอดีตและปัจจุบัน มีคุณค่าในทางศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และเทคโนโลยีทางการท่องเที่ยว

**การสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างอาชีพ** หมายถึง การส่งเสริมให้มีการประกอบอาชีพเสริม การลดจำนวนผู้ว่างงาน การส่งเสริมให้การเกษตร เช่น การทำนา สามารถที่จะทำได้อย่างมีประสิทธิภาพคือ มีการเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนในการผลิต ส่งเสริมการรวมกลุ่มในการประกอบอาชีพ ซึ่งมีโครงการต่างๆ สนับสนุน

**ศักยภาพการท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นหรือเพื่อหาความรู้

**ประเพณีตักบาตรดอกไม้** หมายถึง ประเพณีที่สำคัญของอำเภอพระพุทธบาท โดยถือเอาวันเข้าพรรษา ในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 8 ของทุกปี

**การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสระบุรี** ในที่นี้หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรมของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบัน

**การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ** หมายถึง การรวมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอนุรักษ์เข้าด้วยกัน

**วิสาหกิจชุมชน** หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง การศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา : วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี นั้นผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าแนวความคิดทฤษฎี จากเอกสารและผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.3 แนวคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดการจัดการท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารองค์กร
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวข้องกับทัศนคติ
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

##### ความหมายของการประชาสัมพันธ์

นักวิชาการและนักวิชาชีพ ด้านการประชาสัมพันธ์ได้ให้ความหมายของคำว่า การประชาสัมพันธ์ ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมาย "การประชาสัมพันธ์" ว่า การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

(วิรัช ลภีรัตนกุล, 2535.) คำว่า "การประชาสัมพันธ์" หากวิเคราะห์ตามรูปศัพท์แล้ว เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า "Public Relations"

Public แปลว่า ประชา ได้แก่ ประชาชน สาธารณชน กลุ่มชน

Relations แปลว่า สัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวข้องด้วยหรือการผูกพัน



ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน สาธารณชนหรือกลุ่มชน

หนังสือศัพทานุกรมสื่อสารมวลชนได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า หมายถึง กิจกรรมที่ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือ ศรัทธาในบุคคล และสถาบัน การประชาสัมพันธ์อาจแบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น การประชาสัมพันธ์ โรงเรียน การประชาสัมพันธ์สำหรับโรงพยาบาล การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล เป็นต้น ซึ่งการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย การบวนการ 4 ประการ คือ การค้นคว้าหาข้อมูล การวางแผน การสื่อสารและการติดตามผลประเมินผล

#### ความหมายของนักวิชาชีพ

ไอวีแอล ลี (Ivy Ledbetter Lee) นักวิชาชีพทางด้าน การประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือเป็นบิดาของการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การดำเนินงานอะไรก็ตาม ได้มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนเผยแพร่ออกไปให้ประชาชนได้เข้าใจถึงการดำเนินงานให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย ประชาชนจะให้การสนับสนุนผลงานนั้น

#### ความหมายของนักวิชาการ

เอ็ดเวิร์ด แอล เบอร์เนย์ (Edward L. Bernays) นักประชาสัมพันธ์ที่นำผลงานประชาสัมพันธ์เข้าสู่ สถาบันการศึกษาในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ.1923 แสดงความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์มีความหมาย 3 ประการด้วยกัน (วิรัช ลภีรัตนกุล,2535)

1. เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
3. ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

สะอาด คัมสุภผล (อ้างในวิรัช ลภีรัตนกุล,2535)ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ในอันที่จะสร้างหรือพึงให้เกิด ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้สถาบัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดี สมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย

จากคำจำกัดความดังกล่าว อธิบายได้ ดังนี้

1. คำว่า สถาบัน (Institution on organization) คือ กิจการที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้นโดยประสงค์ที่จะดำเนินการใด ๆ ในสังคมให้ลุล่วงไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น กิจการต่าง ๆ เช่น กิจการด้านการปกครอง สถาบันก็อาจมีรูปเป็นรัฐบาล กระทรวง ทบวง กรม และหน่วยราชการต่าง ๆ ถ้าเป็นกิจการด้านสังคมสงเคราะห์ ได้แก่ องค์กรการสาธารณกุศลต่าง ๆ เช่น มูลนิธิ หรือสภาสงเคราะห์ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีกิจการด้านธุรกิจ เช่น บริษัท ห้างร้าน ธนาคาร รวมทั้งสถาบันการศึกษาด้วย เช่น มหาวิทยาลัย วิทยาลัย โรงเรียน เป็นต้น หน่วยงาน และองค์กรสถาบันเหล่านี้จะต้องดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายของสถาบันดังกล่าวข้างต้นจะต้องดำเนินงานถูกต้องตามกฎหมายมีระเบียบกฎเกณฑ์ ข้อบังคับและเป็นสถาบันที่เกี่ยวข้องกับประชาชน

2. คำว่า กลุ่มประชาชน (The Public) หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน กลุ่มประชาชน อาจแบ่งตามลักษณะต่าง ๆ เช่น ความสนใจ ระดับการศึกษา ความรู้ เพศ วัย ฐานะ และรายได้ ฯลฯ กลุ่มของประชาชนจะเป็นกลุ่มใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของสถาบันนั้น ๆ

กลุ่มของประชาชน แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

2.1 กลุ่มประชาชนภายนอก (External Public) ได้แก่ กลุ่มประชาชนภายนอก องค์กร หรือสถาบันและสถาบันที่เกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้า ประชาชน ผู้บริโภค ลูกหนี้ เจ้าหนี้ ฯลฯ

2.2 กลุ่มประชาชนภายใน (Internal Public) ได้แก่ กลุ่มประชาชนภายในองค์กร หรือสถาบัน เช่น เจ้าหน้าที่ขององค์กร กลุ่มพนักงาน

กลุ่มประชาชนดังกล่าวข้างต้น มีความสำคัญต่อสถาบันมากเพราะมีอิทธิพลที่จะทำให้สถาบันเจริญก้าวหน้า ถ้าเขาให้ความร่วมมือและสนับสนุน ตรงกันข้าม ถ้าไม่ให้ความร่วมมือ สถาบันก็ไปไม่รอด ดังนั้น สถาบันจะต้องยืดหยุ่น เปลี่ยนแปลงให้เข้ากับกลุ่มประชาชนและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อความเจริญรุ่งเรืองของกิจการ

3. คำว่า ความสัมพันธ์อันดี (Good Relationship) ได้แก่ ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่าง องค์กร สถาบันกับกลุ่มประชาชนของคน กิจการใด ๆ ของสถาบันที่ได้จัดทำขึ้นนับตั้งแต่เริ่มจัดตั้งสถาบัน จนกระทั่งได้ดำเนินงานใด ๆ ของสถาบันไป ควรจะให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกล่าวคือ ทำให้กลุ่มประชาชนมีความนิยม เกิดความพึงพอใจความเข้าใจในนโยบาย

และการดำเนินงานของสถาบัน รวมทั้งเต็มใจที่จะให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วย การที่จะให้ดำเนินงานได้ผลดีเช่นนั้น องค์การสถาบันจำเป็นต้องศึกษาถึงสภาพของกลุ่มประชาชนตลอดจนความรู้สึกรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อสถาบันและกิจการของสถาบัน สรุปแล้วก็คือ ทำให้เกิดความเข้าใจอันดี (Good Understanding) ซึ่งกันและกันนั่นเองเมื่อเกิดความเข้าใจอันดี หรือความสัมพันธ์อันดีแล้ว โอกาสที่จะได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนก็จะติดตามมา

4. คำว่า ประชามติ (Public Opinion) คือความคิดเห็นของกลุ่มประชาชน ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญร่วมมือ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลย่อมมีความเห็นต่อสิ่งเดียวกันหรือสถาบันแตกต่างกันหรือเหมือนกัน ดังนั้นสถาบันควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชน สนใจหรือเห็นด้วยให้ความสนับสนุนหรือไม่สนับสนุน โดยการคัดค้านหรือมีปฏิกริยาโต้ตอบ เมื่อสถาบันได้ศึกษาสภาพความคิดเห็นของประชาชนแล้วก็จะได้หาทางแก้ไขความขัดแย้ง หรือความเข้าใจผิดของประชาชนบางคนในกลุ่มให้หมดไป

#### ความหมายของสมาคม

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (Public Relation Society of America; PRSA) อ่างในวิรัช ลภีรัตนกุล ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นอาชีพที่ให้บริการผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมายแก่บรรดาลูกค้าและผู้ว่าจ้าง อาชีพการประชาสัมพันธ์จึงมีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่ความ เข้าใจร่วมกัน และความ ร่วมมือกันระหว่าง สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งสหราชอาณาจักร (The British in Stitute of Public Relations) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำที่มีการวางแผนอย่างสุขุมรอบคอบและมีความหมายไม่ลดละ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงไว้ซึ่งความ เข้าใจอันดีร่วมกัน ระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

#### นิยามของการประชาสัมพันธ์

คำว่า การประชาสัมพันธ์ แปลมาจากคำในภาษาอังกฤษ คือ Public Relations โดยคำว่า Public แปลเป็นภาษาไทยคือ ประชา ซึ่งหมายถึง หมู่คน และคำว่า Relations แปลเป็นภาษาไทยคือ สัมพันธ์ ซึ่งหมายถึง การผูกพัน ดังนั้นคำว่า การประชาสัมพันธ์เมื่อแปลตามตัวอักษร ก็จะได้ความหมายว่า “การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน”

Bemays (1952) ผู้บุกเบิกงานประชาสัมพันธ์ ให้ความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์มีความหมาย 3 ประการ ด้วยกัน คือ 1) เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ 2) ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย ตลอดจนเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินงานของสถาบัน 3) ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมาย และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

สะอาด อ่าง โดย วิรัช (2535) ให้คำจำกัดความว่า “การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแบบแผนและการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย”

นอกจากนี้ ยังมีสมาคม สถาบัน ตลอดจนนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์อีกเป็นจำนวนมาก ต่างก็ให้ความหมายและคำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างหลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่จะมีความแตกต่างกันในถ้อยคำและรายละเอียดปลีกย่อย แต่แนวความคิดและความหมายจะอยู่ในแนวเดียวกันทั้งสิ้น ดังนั้นกล่าวโดยสรุป “การประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนนั่นเอง” (วิรัช, 2535)

### วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน
2. เพื่อปกป้อง และรักษาชื่อเสียงสถาบันมิให้เสื่อมเสีย
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน

### วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ หน่วยงาน สถาบัน องค์กรต่างๆ

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินธุรกิจของหน่วยงานนั้นๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (management) ได้ทราบถึง ทรรศนคติ มติ หรือความรู้สึก นึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
3. คาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน

4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชน เช่น บริษัทห้างร้าน เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทคน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่ ทั้งมีส่วนเพิ่มปริมาณการขายทางอ้อม
5. เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหาต่างๆ ภายในหน่วยงาน
6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

### **วัตถุประสงค์และความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ**

1. เพื่อดึงดูดความสนใจ
2. เพื่อสร้างความเชื่อถือ
3. เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจ

ซึ่งทั้งสามประการนี้จะทำให้องค์การสถาบันสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ นั่นคือ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสนใจ เชื่อถือ และความเข้าใจให้แก่ประชาชนพร้อมทั้งโน้มน้าวชักจูงให้ประชาชนเห็นด้วยกับการกระทำขององค์การสถาบัน

### **องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์**

#### **หน่วยงาน องค์การ สถาบัน**

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ในอันดับแรกและสำคัญมากคือ ต้องมีหน่วยงาน องค์การ สถาบัน ถ้าไม่มีแล้ว ก็ไม่ทราบว่าจะทำการเผยแพร่ข่าวสารของใคร ซึ่งถ้าเปรียบเทียบประกอบของการสื่อสารก็คือ ผู้ส่งสาร (Sender)

ภายในหน่วยงาน องค์การ สถาบัน มีปัจจัยที่สำคัญที่จะทำหน้าที่เป็นผู้เผยแพร่หรือเป็นผู้ส่งสาร นั่นคือนักประชาสัมพันธ์ นั่นเอง

### **ความหมายของคำว่า “นักประชาสัมพันธ์”**

วิรัช ลภีรัตนกุล ได้ให้ความหมายของคำว่า นักประชาสัมพันธ์

“นักประชาสัมพันธ์ คือ บุคคลผู้ดำเนินงานเพื่อสร้างสรรค์และธำรงไว้ ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่าง หน่วยงาน องค์การ สถาบันกับกลุ่มประชาชน”

### คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

เอ็ดเวิร์ด แอล เบอ์เนย์ (Edward L. Bernays) อ้างในวิช ฤทธิรณกุล อธิบายถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

1. ต้องเป็นผู้ที่มีนิสัยรักหรือชอบในอาชีพนี้
2. ต้องเป็นคนที่มีความตั้งใจในการทำงานด้านนี้อย่างแน่วแน่
3. ต้องเป็นที่มีความสุขรอบคอบ
4. มีความอยากรู้อยากเห็นและกระตือรือร้นเสมอ
5. มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

### งานของนักประชาสัมพันธ์

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (PRSA) ได้จำแนกประเภทงานของนักประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่ทำงานด้านนี้ไว้ดังนี้ คือ

1.งานด้านการเขียน (Writing) นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความสามารถในด้านการเขียนเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเขียนทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรือการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์

2.งานบรรณาธิการ (Editing) นักประชาสัมพันธ์ อาจต้องรับหน้าที่ในการผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สำหรับเผยแพร่ประชาชนทั้งกลุ่มประชาชนภายในและภายนอกหน่วยงาน

3.งานการกำหนดตำแหน่งหน้าที่ (Placement) นักประชาสัมพันธ์ จะต้องติดต่อกับสื่อมวลชนต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารต่างๆ ฯลฯ นักประชาสัมพันธ์จะต้องทราบถึงตำแหน่งหน้าที่ต่างๆ ในการส่งข่าวหรือติดต่อกับสื่อมวลชนเหล่านี้

4.งานด้านการส่งเสริม (Promotion) นักประชาสัมพันธ์จะต้องจัดงานต่างๆ เป็น เช่น งานเหตุการณ์พิเศษ (special events) งานนิทรรศการ งานฉลองครบรอบปี งานแสดงพิเศษต่างๆ งานเลี้ยงและแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน งานเปิดสำนักงานหรือเปิดบริษัทใหม่

5.งานด้านการพูด (Speaking) นักประชาสัมพันธ์จะต้องพร้อมเสมอที่จะพูดแถลงชี้แจงกับประชาชนซึ่งเป็นการติดต่อกับ

6.งานด้านการผลิต (Production) นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อหรือเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์บางประเภท เช่น โปสเตอร์ และจุลสาร

7.งานด้านการวางโครงการ (Programming) นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักการวางโครงการประชาสัมพันธ์ตามที่ประสงค์ เพื่อให้สอดคล้องกับจุดหมายขององค์การ

8.งานด้านการโฆษณาสถาบัน (Institutional Advertising) นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising) หรืออีกในหนึ่งก็คือ การโฆษณาเพื่อหวังผลทางด้านการประชาสัมพันธ์ ในด้านชื่อเสียง ทรัพย์สิน และ ภาพลักษณ์ (Image) ของหน่วยงาน

### หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์

1. ทำหน้าที่เป็นผู้รับฟังความคิดเห็น (Listener) นักประชาสัมพันธ์จะต้องการสำรวจวิจัยหรือรับฟังความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน เพื่อจะได้สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับประชาคมติ

2. ทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษา (Counselor) นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำในด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management) ของหน่วยงานเพื่อให้องค์การสถาบันกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

3. ทำหน้าที่เป็นผู้ติดต่อสื่อสาร (Communicator) นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่เป็น “สื่อกลาง” หรือผู้ติดต่อสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงความเข้าใจแก่กลุ่มประชาชนทั้งภายในสถาบันและนอกองค์การสถาบัน

4. ทำหน้าที่เป็นผู้ประเมินผล (Evaluator) นักประชาสัมพันธ์ต้องติดตาม ประเมินผลทุกครั้งที่ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปแล้วว่าได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่

### จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

จริยธรรม หรือจรรยาบรรณ กำหนดมาตรฐานวิชาชีพ การประชาสัมพันธ์ของสมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (CODE OF PROFESSIONAL STANDARDS FOR THE PRACTICE OF PUBLIC RELATIONS SOCIETY OF AMERICA) กล่าวไว้ดังนี้

1. สมาชิกมีหน้าที่ประพฤติปฏิบัติตนในทางที่ซอบธรรมต่อลูกค้าของตน หรือค่อนายจ้าง ไม่ว่าจะป็นในอดีตหรือปัจจุบันก็ตาม อีกทั้งต้องให้ความเป็นธรรมค่อเพื่อนสมาชิกด้วยกันและค่อประชาชนด้วย
2. สมาชิกจะค่อค่านิยมชีวิตในการประกอบวิชาชีพนี้ เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนโดยส่วนรวม
3. สมาชิกมีหน้าที่ยึดมั่นในมาตรฐานแห่งวิชาชีพนี้ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องแม่นยำ การยึดมั่นในสัจจะและการมีรสนิยมที่ดี

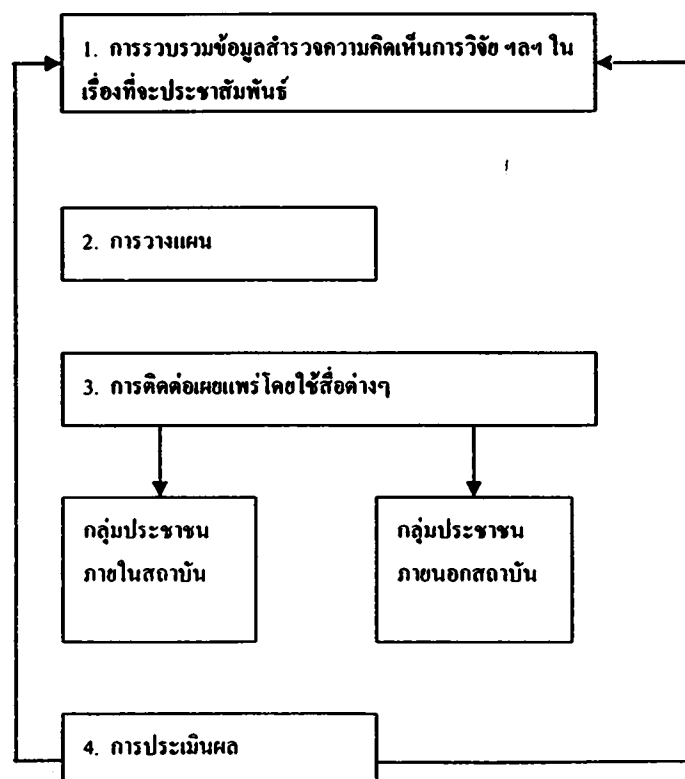
4. สมาชิกจะต้องไม่ทำตนเป็นผู้ฝักใฝ่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งที่มีผลประโยชน์แข่งขันหรือขัดกันอยู่ โดยมิได้รับคำยินยอมจากคู่กรณีที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้สมาชิกยังมีบังคับตนเองเข้าไปอยู่ในฐานะหาประโยชน์ใส่ตนหรือใช้ตำแหน่ง หน้าที่ กระทำการอันเป็นการขัดกับภาระหน้าที่และความรับผิดชอบที่ตนมีอยู่กับลูกค้า นายจ้าง เพื่อนสมาชิก หรือประชาชน โดยมิได้ชี้แจงข้อเท็จจริงทั้งหลายอันเกี่ยวกับผลประโยชน์ของตนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ
5. สมาชิกจะต้องประพฤติและปฏิบัติแต่สิ่งที่จะสร้างหรือธำรงไว้ซึ่งความมั่นใจให้แก่ลูกค้าหรือนายจ้างของตน ทั้งในอดีตและปัจจุบัน และจะต้องไม่รับรางวัลสินจ้างหรือรับจ้างทำงานซึ่งอาจมีผลทำให้ต้องเปิดเผยหรือความลับดังกล่าวมาเปิดเผยจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายหรือเกิดอคติแก่ลูกค้าหรือนายจ้างของตน
6. สมาชิกจะต้องไม่ปฏิบัติคนไปในทางที่ทุจริตต่อบุรณภาพ และช่องทางแห่งการติดต่อสื่อสารไปยังประชาชน
7. สมาชิกจะต้องไม่จงใจที่จะเผยแพร่ข่าวสารที่ผิดพลาดหรือชี้แนะให้เกิดความเข้าใจผิดขึ้น และสมาชิกจะต้องระมัดระวังด้วยการหลีกเลี่ยงมิให้มีการเผยแพร่ข่าวสารที่ผิดพลาดจากความเป็นจริงหรือข่าวสารที่ชวนให้เกิดการเข้าใจผิดกันขึ้น
8. สมาชิกจะต้องพร้อมที่จะระบุให้ประชาชนทราบว่าแหล่งที่มาของข่าวสารที่ตนเป็นผู้รับผิดชอบนั้นมาจากแหล่งใด ซึ่งหมายรวมถึงชื่อของผู้เป็นลูกค้าหรือนายจ้างที่เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาข่าวสารนั้นๆ ให้ด้วย
9. สมาชิกจะไม่ใช้บุคคลหรือองค์การที่ตนฝักใฝ่มาปฏิบัติงานเป็นตัวแทน ในกิจการใดกิจการหนึ่งที่คุณได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้เป็นการแน่นอนแล้ว หรือปฏิบัติคล้ายกับว่าจะดำเนินการ โดยอิสระ ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่โดยแท้จริงแล้วกลับแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวหรือประโยชน์อันไม่เปิดเผยของคนหรือลูกค้าหรือนายจ้างของตน
10. สมาชิกจะไม่กระทำการใดๆ อันเป็นการจงใจที่จะทำให้ชื่อเสียงหรือการปฏิบัติงานของสมาชิกผู้อื่นเกิดความเสื่อมเสียหมวมอง แต่ถ้าหากปรากฏว่าสมาชิกมีหลักฐานว่าสมาชิกผู้อื่นเป็นผู้กระทำผิดกฎหมาย หรือปฏิบัติขัดต่อจรรยาบรรณหรือมีการกระทำอันไม่ชอบธรรม ซึ่งหมายรวมถึงการประพฤติกเลมิดจรรยาบรรณนี้ สมาชิกมีหน้าที่จะต้องแจ้งให้เจ้าหน้าที่ของสมาคมทราบเพื่อให้ดำเนินการอันควรแก่กรณีตามที่ได้กำหนดระบุไว้ในกฎข้อบังคับของสมาคมมาตราที่ 13
11. สมาชิกจะต้องไม่ใช้วิธีการใดๆ ที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ลูกค้าของสมาชิกผู้อื่น หรือนายจ้าง หรือแก่ผลิตภัณฑ์ ธุรกิจ หรือบริการของลูกค้า หรือนายจ้าง



12. ในการจัดเสนอบริการแก่ลูกค้า หรือนายจ้าง สมาชิกจะต้องไม่รับค่าตอบแทนหรือค่านายหน้าหรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการนั้นๆ จากบุคคลอื่นใด นอกจากลูกค้าหรือนายจ้างของตนเท่านั้น เว้นแต่ลูกค้าหรือนายจ้างจะยินยอมให้ทำเช่นนั้นได้
13. สมาชิกจะต้องไม่ให้ข้อเสนอแนะบริการแก่ผู้ที่มาซึ่งผลที่หวังบางประการและสมาชิกไม่บังคับที่จะเจรจาให้ลูกค้าหรือนายจ้างทำสัญญาจ่ายค่าตอบแทนแก่คนในรูปแบบนั้น
14. สมาชิกจะต้องไม่แทรกแซงก้าวก่ายการรับจ้างคามวิชาชีพของสมาชิกผู้อื่นในกรณีที่ได้รับจ้างดำเนินงานสองแห่งพร้อมๆ กัน งานทั้งสองแห่งนั้นจะต้องไม่ขัดผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน
15. สมาชิกจะต้องละเว้นไม่เกี่ยวข้องกับองค์การใดๆ ทันทีเมื่อทราบหรือรับทราบว่าการปฏิบัติงานให้แก่องค์การนั้นต่อไป จะยังผลให้สมาชิกผู้นั้นจะต้องละเมิดหลักการแห่งจรรยาบรรณนี้
16. สมาชิกผู้ได้รับเชิญให้มาเป็นสักขีพยานในการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ข้อบังคับของจรรยาบรรณนี้ จะต้องมาปรากฏตัวตามคำเชิญ ยกเว้นในกรณีที่มีเหตุสุดวิสัยจึงจะขออนุญาตให้ขาดจากการมาเป็นพยานได้
17. สมาชิกจะต้องให้ความร่วมมือกับเพื่อนสมาชิกอื่นๆ ในการช่วยกันธำรงรักษาให้มีการประพฤติปฏิบัติตามหลักแห่งจรรยาบรรณนี้

#### กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

แผนภาพที่ 1 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์



### การรวบรวมข้อมูล (Fact – Finding)

การรวบรวมข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ เริ่มต้นด้วยแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยได้มาจากคำถาม 4 ข้อดังนี้

1. หน่วยงาน องค์การ สถาบัน ประสบปัญหาอะไรในการศึกษาข้อมูล ทั้งจากภายในและภายนอก หน่วยงาน องค์การและสถาบัน ควรอาศัยหลักดังนี้

1. นักประชาสัมพันธ์เฝ้าดูความเป็นไปในหน่วยงานด้านความสัมพันธ์และในสภาวะแวดล้อม ด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ ในการเฝ้าดูควรจะทำให้ลักษณะ “Radar Scanning” คือคอยเฝ้าระวังเหตุอยู่ตลอดเวลาทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทั้งในการเตรียมตัวแก้ปัญหา และเมื่อเวลาเกิดปัญหาขึ้นจะสามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที

2. นักประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถตัดสินใจได้ว่าจะหาข้อมูลด้วยวิธีไหนจึงจะเหมาะสม หาในเรื่องอะไร ประเด็นปัญหาว่าอะไร เป็นต้น

3. รวบรวมข้อมูล

4. วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้ไปใช้กับหน่วยงานได้โดยตรง

5. นำข้อมูลนั้นไปไว้ในมือของผู้ที่จะใช้โดยตรง

6. ข้อมูลที่จะเก็บไว้ใช้ควรเก็บอย่างมีระบบ เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้ได้อีกเมื่อต้องการ

7. มีระบบในการนำข้อมูลกลับมาใช้

8. นำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกับข้อมูลอื่น ถ้าสามารถทำได้

9. นำข้อมูลที่ได้ไปเปรียบเทียบกับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น

นอกจากข้อมูลที่ทำกรหาแล้วนักประชาสัมพันธ์ยังควรจัดทำแฟ้มข้อมูลซึ่งส่วนใหญ่ประกอบด้วย

1. ตัวเลขต่าง ๆ เกี่ยวกับหน่วยงานสถิติทุกชนิดที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน
2. กฎระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับหน่วยงาน
3. สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ รวมทั้งสุนทรพจน์ที่หน่วยงานเผยแพร่ออกไป
4. ภาพถ่ายขนาดต่าง ๆ ทั้งภาพสีและขาวดำ ภาพที่มีไว้ได้แก่ภาพเกี่ยวกับอาคารของหน่วยงาน อุปกรณ์ที่ผลิตต่าง ๆ หรือผลงานต่าง ๆ กิจกรรมที่ผ่านมา เป็นต้น
5. ประวัติและภาพผู้บริหารคนสำคัญ

6. เอกสารต่าง ๆ หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ ฯลฯ ที่หน่วยงานได้จัดทำขึ้น
7. รายงานการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรจากสื่อมวลชนต่าง ๆ
8. หนังสืออ้างอิงที่จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน
9. รายชื่อคนที่สนใจในหน่วยงานของเรา
10. รายชื่อองค์กรที่น่าสนใจ
11. รายชื่อหน่วยงานราชการต่าง ๆ และข้าราชการที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน
12. รายชื่อบุคคลในวงการสื่อสารมวลชน ทั้งที่เป็นบรรณาธิการ นักข่าวและนักวิจารณ์ทั่วไป
13. ข่าวสารเกี่ยวกับบุคคลและสถาบันที่มีความเห็นเป็นปฏิปักษ์หน่วยงาน

2. จำนวนและแหล่งที่มาของทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร มีอะไรบ้าง และทรัพยากรอะไรที่เอื้อต่อการทำงานอะไร

3. เวลา นักประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านเวลา ว่าเรามีเวลามากน้อยแค่ไหน นอกจากนี้เวลาซึ่งมีความสำคัญมากในการวางแผน เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของหน่วยงาน ระยะสั้นระยะยาว

4. ปัญหาทั้งในหน่วยงานและปัญหาภายนอกที่อาจมีต่อหน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อนำมาเป็นองค์ประกอบในการวางแผนเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ เพื่อดำเนินงานต่าง ๆ และเพื่อทางเทคนิคทางด้านประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพที่สุดมาใช้ในการวางแผนและดำเนินงาน

### **ศาสตร์และศิลป์ของการประชาสัมพันธ์**

การประชาสัมพันธ์อาจพิจารณาได้ว่าเป็นทั้งศาสตร์และศิลปะไปพร้อมๆกัน ในตัวเอง โดยสามารถอธิบายความละเอียด ได้ดังนี้

#### **การประชาสัมพันธ์ที่เป็นศาสตร์**

ศาสตร์ในที่นี้หมายถึงวิทยาการ ความรู้ ความเชื่อถือที่กำหนดไว้เป็นระบบระเบียบที่พึงเชื่อถือได้ และสามารถศึกษาค้นคว้าหาความจริงได้อย่างมีระเบียบแบบแผนและมีระบบ

วิทยาการประชาสัมพันธ์ เป็นวิชาที่มีระเบียบแบบแผน มีเหตุผลผลและอาจศึกษาเรียนรู้ได้จากตำรับตำราต่างๆ เป็นการศึกษาค้นคว้าหาหลักและทฤษฎีที่น่าเชื่อถือได้ไว้ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีการศึกษาค้นคว้าถึงกระบวนการในการสื่อสารประชาสัมพันธ์

ของมนุษย์ เพื่ออธิบายและวิเคราะห์พฤติกรรมของมนุษย์ที่มีปฏิริยาสัมพันธ์ต่อกันในสังคม รวมทั้งการศึกษาวิจัยถึงประชาคมติ และความสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มบุคคลกับองค์กรสถาบันที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้สามารถศึกษา เรียนรู้วิธีการ และถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้อื่นได้ ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่า วิชาการประชาสัมพันธ์อยู่ในขอบเขตของศาสตร์ทางด้านสังคมวิทยา

### การประชาสัมพันธ์ที่เป็นศิลปะ

การประชาสัมพันธ์มีลักษณะการดำเนินงานที่ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ รวมทั้งประสบการณ์และทักษะของแต่ละบุคคล ทั้งยังต้องประกอบด้วยเทคนิคการประชาสัมพันธ์ บางอย่างที่เป็นความสามารถเฉพาะตัว เช่น ความสามารถและทักษะในการสื่อสาร ซึ่งถ่ายทอดและลอกเลียนแบบกัน ได้ยาก ทั้งนี้เนื่องจากความสามารถเฉพาะตัวของแต่ละคนย่อมไม่เหมือนกัน เทคนิคอย่างหนึ่งที่นักประชาสัมพันธ์คนหนึ่งนำไปใช้แล้วประสบผลสำเร็จ หากนักประชาสัมพันธ์อีกผู้หนึ่งนำไปใช้อาจไม่ได้ผลและประสบความล้มเหลวก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถเฉพาะตัว ความเหมาะสมของสถานการณ์ สภาพแวดล้อม เวลา และสถานที่ เป็นต้น

โดยที่การประชาสัมพันธ์เป็นการนำเอาหลักการ ความรู้ที่ได้ศึกษามา ไปประยุกต์ใช้ จึงมีลักษณะเป็นศิลปะ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะยึดถือกฎเกณฑ์ หรือระเบียบแบบแผนที่ตายตัวไม่ได้ แต่จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และวิธีการให้สอดคล้องเหมาะสมกับเงื่อนไขของสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในขณะนั้น ทั้งนี้ ศิลปะของการประชาสัมพันธ์จะต้องใช้ความสามารถพิเศษเฉพาะตัวเป็นหลัก ดังนั้นคุณสมบัติส่วนตัวของผู้ทำงานประชาสัมพันธ์ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของงานประชาสัมพันธ์นั้นๆ

### การติดต่อสื่อสาร

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนนั่นเอง ซึ่งความเข้าใจอันดีและความสัมพันธ์จะเกิดขึ้นได้ก็ ต้องอาศัยการติดต่อสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อนำข้อมูลหรือเนื้อหาสาระ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง



### นิยามของการติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารคือ “กระบวนการในการส่งผ่านหรือสื่อความหมายระหว่างบุคคล” หรือคือ “ศิลปะแห่งการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ สึกนิกคึกและทัศนคติจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง” (วิรัช, 2535)

สังคมมนุษย์เป็นสังคมที่สมาชิกมีพฤติกรรมความต้องการเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน ทั้งนี้โดยที่มนุษย์มีความสามารถในการสื่อความหมายให้ผู้อื่นเข้าใจได้ โดยแสดงออกในรูปของความ ต้องการ ความปรารถนา ความรู้ สึกนิกคึก ความรู้และประสบการณ์ต่างๆ จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง การติดต่อสื่อสารจึงมีความสำคัญยิ่งในการดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมของมนุษย์

### สื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ คือหนทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก อย่างไรก็ตามความสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น 5 ประเภทคือ

#### 1. สื่อบุคคล

หมายถึงตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ โน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสาร โดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การได้วาที การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร หากแก่การตรวจสอบและอ้างอิง นอกจากจะมีผู้บันทึกคำพูดนั้นๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้

#### 2. สื่อมวลชน

จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532)

วันที่..... - 4 S.A. 2552
เลขทะเบียน..... ๐๑๑๘๑๗ ๑๒

ณพ:  
๑๑๕.๑๓๐๔  
๓ ๒๒๒  
ม.ก.ค.๒๕๓๗.

ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออก

ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้ แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้นหากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์

สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

### 3. สื่อสิ่งพิมพ์

เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ที่ไม่ได้เย็บเล่ม เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว เป็นต้น หรือที่เย็บเป็นเล่ม เช่น วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีอยู่มากและมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปลอก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

### 4. สื่อโสตทัศน

เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และหรือเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศนแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุ และส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดิทัศน์ फिल्मภาพยนตร์ แผ่นดิสเก็ต แผ่นซีดีรอม เป็นต้น ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ได้แก่ เครื่องเล่นเทปบันทึกเสียง เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

โดยภาพรวมแล้ว สื่อโสตทัศนมีข้อดีคือมีความน่าสนใจ เป็นสื่อที่ทรงคุณค่า นำมาใช้ได้บ่อยครั้ง และสามารถคัดลอกเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้อุปกรณ์ซึ่งบางประเภทมีราคาแพง และต้องมีความรู้ในการใช้ และจำเป็นต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ เป็นแหล่งพลังงาน

ในปัจจุบันนี้ คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (Multi-media) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดีเนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ที่สมจริงเป็นธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือมีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์ พอสคคว และต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน

นอกจากนี้ ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้นี้ โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดีคือสามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

## 5. สื่อกิจกรรม

ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแสดงข่าว การสาธิต การจัดรีวขบวน การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัด เฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

## 6. สื่อสมัยใหม่ (Modern Media)

สื่อสมัยใหม่ เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุคสารสนเทศ (Information Age) ที่กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

1. ดาวเทียม (Satellite) หรือ สถานีทวนสัญญาณ ไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการสื่อสารระหว่างประเทศ

2. อินเทอร์เน็ต (Internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก ตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงาน อาชีพต่างๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์ก็นำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ที่น่ามาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ผ่านทาง E-mail หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจาก World Wide Web (WWW.) โดยการจัดทำเป็น Website มองแต่ละแห่งให้ผู้เปิดดูเข้าไปดู และติดตามข้อมูลต่างๆ ได้

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Mcintosh and Goldner (1986) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์ก็เพื่อที่จะสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในท้องถิ่นอื่นๆ หรือประเทศอื่นๆ เพื่อที่จะเข้าใจและซาบซึ้งต่อวัฒนธรรมของประชาชนเหล่านั้น ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้ และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต”

Philip Feifan Xie Geoffrey Wall (2000) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม และนำพาผู้คนจากดินแดนและชาติพันธุ์ที่แตกต่างกันมาพบปะซึ่งกันและกัน”

Reisinger (1994) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความสนใจพิเศษในการสืบค้นและแสวงหาประสบการณ์การมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความงาม สติปัญญา อารมณ์ และจิตใจ”

Smith (1989) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวได้ซึมซับและมองเห็นถึงวิถีชีวิตของสังคมในอดีตผ่านสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏให้เห็น เช่น แบบบ้าน งานหัตถกรรม เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำมาหากิน และการแต่งกาย เป็นต้น”

Pigram (1993) กล่าวว่า “สิ่งจูงใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องของความแตกต่างในวิถีชีวิต การแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดซึ่งกันและกัน”

Greenwood (1982) กล่าวว่า “ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวทางมนุษยชาติ (Ethnic Tourism) ล้วนแล้วแต่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงโดยมีโอกาสดูแลสัมผัสวัฒนธรรมที่แท้จริงของชาติต่างๆ อย่างใกล้ชิด”



Howell (1993) กล่าวว่า “ผู้คนที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เพื่อที่จะเรียนรู้หาประสบการณ์ และความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเห็นว่า คนท้องถิ่นที่มีวัฒนธรรมที่แปลก และโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวได้เช่นกัน สิ่งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้โดดเด่นก็คือ การที่นักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มพูนประสบการณ์ ความรู้และมุมมองทางด้านวัฒนธรรมที่กว้างไกล”

ศุข ชุมสาย และ ญิบพัน พรหมโยธี (2527) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงหรือในประเทศที่น่าสนใจก็เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มุมมานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมศิลปะนานาชาติหรือศิลปกรรม เพื่อสัมผัสศาสนาศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหกรรม งานฉลอง และเพื่อชมการแสดงศิลปะครั้งสำคัญๆ”

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2537) กล่าวว่า “เมื่อสังคมมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม งานศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมบางอย่างก็ถูกปล่อยปะละเลยให้สูญหาย ด้วยสาเหตุของประ โขชน์ใช้สอยน้อย ความไม่จำเป็นหรือไม่สะดวกต่อวิถีชีวิตสมัยใหม่ ตลอดจนอิทธิพลของความเจริญหรือความเป็นเมือง (Civilization) แต่เมื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาสู่ท้องถิ่นนั้น ก็จะกระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูวัฒนธรรมพื้นบ้านขึ้นมาเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว จึงก่อประ โขชน์ขึ้น 2 ทาง คือ การอนุรักษ์หรือสืบทอดวัฒนธรรมพื้นบ้าน และการพัฒนาวัฒนธรรมพื้นบ้านให้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว”

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม”

บริษัท มรดกโลก จำกัด (2537) ได้สรุปไว้ในรายงาน โครงการศึกษาความเหมาะสมและออกแบบรายละเอียดการให้แสงสว่าง โบราณสถานในตัวเมืองเชียงใหม่ ว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นกลไกที่แยก “นักท่องเที่ยว” ออกจาก “นักท่องเที่ยว” ได้อย่างชัดเจน ตั้งแต่อาชีพ ฐานะเศรษฐกิจ โลกทัศน์ รสนิยม และความสนใจที่ค่อนข้างไปทางการศึกษา ทำให้อายากรู้ อยากเห็นความแตกต่าง และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของสถานที่ที่ไปพบเห็น เพื่อเปรียบเทียบกับของบ้านเมืองคน สะท้อนถึงความเป็นนักคิด นักจัดการที่แสวงประสบการณ์เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตมากกว่าจะ “สนุก” อย่างเดียวแบบ “นักท่องเที่ยว” ทั้งหมด ที่เอาความพึงพอใจของตนเองเป็นที่ตั้ง โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบอย่างหนึ่งอย่างใดต่อชุมชนหรือประเทศที่ตนเข้าไปเที่ยว

สภาระหว่างชาติว่าด้วยอนุสรณ์สถานและแหล่ง (International Council on Monuments and Sites) หรือมีชื่อเรียกย่อว่า ไอคอมอส (ICOMOS) ซึ่งเป็นหน่วยงานเอกชนที่ช่วยยูเนสโกพิจารณาตัดสินแหล่งต่างๆ เข้าบัญชี “มรดกโลก” (อ้างในบริษัท มรดกโลก จำกัด, 2537) ได้ให้ข้อสังเกตว่า นักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น จะเป็นผู้พร้อมจ่ายค่าบริการต่างๆ มากกว่า และในอัตราที่มากกว่า “นักท่องเที่ยว” ทั่วไป ไม่ว่าจะป็นทางด้านการพักอาศัยซึ่งจะพิดิพิดันกับเรื่องความสะดวกเรียบร้อยมากกว่าราคา หรือการเดินทางด้วยพาหนะใดๆ อาหารใดๆ สินค้าที่ระลึกฝีมือดีมีเอกลักษณ์เพื่อเป็นอนุสรณ์ของประสบการณ์ หรือของแจกญาติมิตรที่บ้าน สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ นักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น มักเป็นผู้รู้ มีอายุ และประสบการณ์ชีวิตมากแล้ว จึงให้ความสนใจต่อผลกระทบทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของสถานที่เขาเข้าไปเยี่ยมชม

โครงการวิถีทรรศน์: วิถีไทยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (2540) ได้กล่าวถึงส่วนประกอบที่สำคัญ 3 ประการ สำหรับการท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังต่อไปนี้

ประการแรก ต้องเปลี่ยนการท่องเที่ยว (Tourism) เป็นการเดินทาง (Travel) ให้คนกลุ่มเล็กสร้างภูมิปัญญาของกลุ่ม ไปศึกษา ไปดู ตามความสนใจของตนเอง เป็นการเดินทางไปรู้จัก การเดินทางต้องเป็นโลกส่วนตัว ไปอย่างเกรงใจ ไปอย่างเคารพต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นและชุมชน มีความสุขจากการเดินทางเป็นเป้าหมาย ไม่ใช่การไปบุกรุกพิธีกรรมความเชื่อของชาวบ้าน ไปซื้อทุกอย่างที่ขวางหน้า

ประการที่สอง ต้องให้การศึกษาโดยเฉพาะกับเด็กๆ ให้เรียนรู้และเข้าใจการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพราะในโลกปัจจุบันนี้เราไม่มีทางเลือกหนีนักท่องเที่ยวไปได้ เพราะโลกมันเล็กและเปิดกว้างมากขึ้น การเดินทางสะดวกและผู้คนนิยมเดินทางกันมาก โดยเฉพาะในประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะเป็นคนในเอเชียด้วยกันมากขึ้น เราจึงควรให้การศึกษาแก่เด็กๆ และเยาวชนว่า เขาจะเผชิญกับสถานการณ์เช่นนี้อย่างไร จะได้ประโยชน์ และเกิดการเรียนรู้และเปลี่ยนวัฒนธรรมกันได้อย่างไร หลักสูตรการเรียนการสอนวิชาการท่องเที่ยว ควรมีหลักสูตรที่สร้างภูมิคุ้มกัน ไม่ให้มีการเสพยาขายที่ไม่เคารพผู้อื่น และต้องเร่งสร้างบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ รู้เรื่องวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ไม่ใช่รู้ภาษาอย่างเดียว มัคคุเทศก์ต้องเป็นผู้มีความรู้ เป็นวิทยากร ไม่ใช่คนรับใช้ของนักท่องเที่ยวที่ต้องบริการทุกอย่าง

ประการที่สาม เราต้องเรียนรู้ที่จะเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน ของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของเราเองด้วย เราต้องมีพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้มาเยือนจะละเมิดมิได้ เพราะหากเราไม่เคารพวัฒนธรรมของเรา นักท่องเที่ยวชาติอื่นก็ไม่เคารพเช่นกัน

จากข้อมูลดังกล่าวโครงการวิถีทรรศน์จึงได้ให้ข้อสังเกตว่า ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมก็คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเอง อย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสรรพสิ่งในโลกที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้

จากความหมายของ “การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม” ดังกล่าวข้างต้นพอสรุปได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งความสนใจพิเศษ โดยเฉพาะในเรื่องของ การศึกษาและการเข้าร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ศิลปะ วัฒนธรรม โบราณวัตถุสถาน วิถีชีวิตของชุมชนและอื่นๆ เคารพวัฒนธรรมของกันและกัน ก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจ และความซาบซึ้งในวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ

### 2.3 แนวคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลายๆ อย่างผสมผสานกัน

Mill & Morison (1992) กล่าวโดยสรุปว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ในด้านความสวยงาม ความน่าประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หรือบริการอื่นๆ ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในเรื่องระบบการสื่อสาร และสาธารณูปโภค การขนส่ง (Transportation) และการต้อนรับอย่างมิตรไมตรี (Hospitality)

Mcintosh & Goeldner (1986) ได้ให้ความเห็นตรงกันว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยพื้นฐาน ระบบการขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวก การต้อนรับอย่างมิตรไมตรี และทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม

Mill (1990) ได้กล่าวคล้ายคลึงกันว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการ คือ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่ง และการต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรี

Burkart & Medlik (1981) กล่าวโดยสรุปว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ (Amenity)

บุญเลิศ จิตต์วัฒนา (2542) กล่าวโดยสรุปว่า การที่จะให้มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวใดๆ ก็ตามขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีบริการอำนวยความสะดวก น้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พักแรม อาหาร นำเที่ยว จำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง เป็นปัจจัยสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ องค์ประกอบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบด้านการคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ รวมทั้งความเป็นมิตรไมตรีของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ด้วย เพื่อช่วยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และมีความสุข

## 2.4 แนวคิดการจัดการท่องเที่ยว

Adriana (อ้างในเฉชา โด่งสูงเนิน, 2543) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เป็นเครื่องมือที่มีอำนาจให้มีการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ได้อย่างมาก ถ้าการท่องเที่ยวมีการจัดการและการบริหารที่ดี ก็จะสามารถใช้พื้นที่ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาตินั้นได้ โดยไม่ได้ทำให้มันเสื่อมโทรมลง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีการวางแผนนโยบายที่ชัดเจน และมีความสอดคล้องกับความคิดเห็นและเหตุผลของคนในท้องถิ่น เพื่อจะได้ให้การส่งเสริมในระดับชาติ นโยบายควรเจาะจงไปในแต่ละด้าน โดยพิจารณาปัจจัยที่สำคัญพื้นฐานของชุมชน ถ้าเป็นไปได้ก็ควรจะให้มีการแข่งขันเพื่อเพิ่มจุดเด่นในตลาด การสร้างแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนตลอดไป การตอบสนองนั้นต้องไม่มีการกีดกันในการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ด้วย

Adhikary, M. (อ้างในเฉชา โด่งสูงเนิน, 2543) ได้เสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว (7's Model) เพื่อมาปรับใช้กับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ดังนี้

Strategy หมายถึง กลยุทธ์ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความผสมผสานกลมกลืนกันระหว่างวัตถุประสงค์ การจัดลำดับความสำคัญ การควบคุม และขอบเขตของกิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งต้องประกอบไปด้วยกลยุทธ์ในการ

วางแผนดำเนินงานที่สามารถปฏิบัติได้ และต้องเป็นไปตามนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งชาติด้วย เช่น บริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อที่จะสามารถหากลยุทธ์ที่เหมาะสมที่นำไปสู่เป้าหมายนั้น

Structure หมายถึง โครงสร้างในองค์กรซึ่งควรจะเกี่ยวข้องกับการจัดลำดับชั้นและการแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสม เพราะมีโครงสร้างที่ดีจะเป็นกุญแจที่สำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว ไปบางประเทศจะกระทรวงการท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นผู้จัดการ และดูแลทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งองค์กรการท่องเที่ยวระดับชาติ เจ้าของธุรกิจการนำเที่ยว ตัวแทนการท่องเที่ยวของภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมทั้งกลุ่มเจ้าของโรงแรม ที่พัก ขานพาหนะ มัคคุเทศก์ โดยแต่ละหน่วยจะทำงานในลักษณะ เชื่อมโยงกัน มีเครือข่ายจัดการที่เหมาะสม เช่น ถ้ามีแนวคิดทางด้านระบบนิเวศ แนวคิดนี้ก็จะสามารถเข้าไปในนโยบายของกระทรวง และสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในทุกระดับทั้งภาครัฐและเอกชน ดังนั้นการมีโครงสร้างที่ดีและเป็นรูปธรรมก็สามารถทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จได้ อย่างไรก็ตามโดยที่โครงสร้างองค์กรยังขึ้นอยู่กับรูปแบบของ RASI ด้วย ซึ่งหมายถึง ความรับผิดชอบ (Responsibility) อำนาจหน้าที่ (Authority) การสนับสนุน (Support) และข่าวสารข้อมูล (Information) เพราะการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ก็เหมือนกับธุรกิจอื่นๆ ที่จะต้องมีอำนาจควบคุมดูแลแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ ไปตามลำดับชั้น มีผู้นำ มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในเรื่องต่างๆ และที่สำคัญคือการให้ข่าวสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งควรเริ่มตั้งแต่จุดแรกที่นักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ และสถานีขนส่ง

System หมายถึง ระบบในการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งมีความหมายที่ครอบคลุมไปถึงระบบการจัดการข้อมูล ระบบการดำเนินงาน การปฏิบัติการ การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาดและระบบอื่นๆ ด้วย โดยทุกระบบต้องมีการประสานความร่วมมือกันและมีความสัมพันธ์กันในทุกขั้นตอน

Staff บุคลากรนับเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การดำเนินการต่างๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยเฉพาะบุคคลที่ทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยคัดสรรบุคคลที่มีความละเอียดรอบคอบ มีความผูกพันกับงาน มีความรับผิดชอบ ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ มีความจริงใจซื่อสัตย์ ทำงานดีประสบผลสำเร็จและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจเป็นสำคัญ

Skill ในการทำงานทุกอย่างจะต้องอาศัยความชำนาญ งานจึงจะดีและมีประสิทธิภาพ โดยขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 อย่าง คือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติต่องาน ความรู้ในงานเป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรกในการที่จะทำให้การทำงานต่างๆ มีประสิทธิภาพ ความรู้ไม่ได้หมายถึงเพียงแต่รู้ว่าจะทำอะไร

แต่ต้องรู้ทุกอย่างว่าคืออะไร ที่ไหน อย่างไรและทำไม รวมทั้งเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ซึ่งความรู้นั้นอาจเป็นความรู้ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ในการทำงานก็ได้ ดังนั้นผู้ที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวควรมีทั้งความรู้และทักษะในงานที่เกี่ยวข้องเฉพาะสาขาด้วย เพราะธุรกิจด้านการท่องเที่ยวต้องการผู้มีความรู้และทักษะเฉพาะทางเป็นพิเศษ

Style หมายถึง รูปแบบในการดำเนินการซึ่งแต่ละพื้นที่จะมีรูปแบบในการดำเนินงานที่แตกต่างกันในการจัดการ

Share หมายถึง การแบ่งปันการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความคิดเห็น ความรู้ซึ่งนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศจะมีความแตกต่างกันในหลายๆ ด้าน การแลกเปลี่ยนประสบการณ์จะทำให้ได้รับความรู้และประสบการณ์มากมายที่เป็นประโยชน์ นับว่าเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น โดยเฉพาะผู้ที่เริ่มจะทำธุรกิจทางการท่องเที่ยวได้นำข้อมูลต่างๆ มาวางแผนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

โครงการศึกษาวิจัยมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมและสถาบันดำรงราชานุภาพ (2541) ยังได้เสนอถึงหลักการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวว่า ประกอบด้วย

- ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดศักยภาพ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน โดยพิจารณาจากที่ตั้ง กิจกรรมความพร้อมและความต้องการของชุมชน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปของการเป็นคณะกรรมการ การรับผิดชอบดำเนินการ การสนับสนุนภาครัฐ เป็นต้น

- องค์กรต่างๆ ในพื้นที่ เช่น สมาคม อีโคโนมิกส อีโคโนมิกส ส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้านและผู้นำท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการสนับสนุนแผนงาน โครงการ และกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งการสนับสนุนการดำเนินการองค์กรประชาชนอื่นๆ

- ภาครัฐกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม และรัฐมีหน้าที่จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาคกัน

- ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

กล่าวโดยสรุปการจัดการการท่องเที่ยว ก็คือการกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านี้ต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นการจัดการการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไร้ทิศทาง ประสบความล้มเหลว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2537) ได้มีนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 2545 – 2546 ดังต่อไปนี้

- ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว และคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบไป

- ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมมือแก้ไขหรือป้องกันปัญหาการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

- สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยการให้บริการ นวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในสอดคล้องกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสาร โดยโครงข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ

- ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาระบบเครือข่ายการคมนาคมขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้

- ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรัก ความห่วงใยและช่วยทำนุบำรุงทรัพย์สินมรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีความโอบอ้อมอารีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรี อันค้ำจุนสืบไป

- ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ เพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีด้านการค้าบริการ ตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นกำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้รับความคุ้มครอง พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535

- ผลักดันให้มีการกวดขันมาตรการต่างๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังต่อเนื่องตลอดไป

- ส่งเสริมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น พักอยู่นานวัน ใช้จ่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้น และเดินทางกระจายไปทั่วภูมิภาค โดยคำนึงถึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

สร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและจับจ่ายใช้สอยภายในประเทศกระจายไปทั่วภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น และเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะเป็นผลดีการพัฒนาทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

- พิจารณาประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็น และเหมาะสมในลักษณะของการลงทุนร่วมทุน หรือให้การส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนเพื่อประโยชน์โดยส่วนรวม

การพิจารณาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายนั้น จำเป็นต้องพิจารณาระบบย่อยและองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย ระบบการท่องเที่ยวที่สำคัญจำแนกได้ 3 ระบบ ดังนี้ คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) อันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะหมายถึงสภาพทางกายภาพของทรัพยากรซึ่งอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่น

2. กิจกรรมที่มีผลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ

3. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายถึงกิจกรรมรูปแบบหรือกระบวนการการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารองค์กร

### ความหมายของการบริหาร

การให้ความหมายของการบริหารเป็นเรื่องยุ่งยาก เนื่องจากไม่มีคำนิยามของการบริการใดๆ เป็นที่ยอมรับกัน โดยทั่วไป แต่อย่างไรก็ตาม ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่าบริหารไว้เช่น

ไซมอน (1960:3) ให้ความหมายว่า การบริหาร คือกิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมมือกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างร่วมกัน

พินัส หันนาคินท์ (2524:3) ให้ความหมายว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารใช้อำนาจและทรัพยากรต่างๆ ซึ่งมีอยู่ดำเนินงานในสถาบันให้ไปสู่จุดหมายที่ต้องการ



สมยศ นาวิก (2538:18) ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร คือกระบวนการของการวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการและการควบคุมกำลังความพยายามของสมาชิกขององค์กรของสมาชิก และการใช้ทรัพยากรอื่นๆเพื่อความสำเร็จในเป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (ศิริวรรณ,2535:17) ได้ศึกษาและชี้แจงไว้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการจัดการหรือที่นิยมเรียกในปัจจุบันว่า การบริการจัดการ ถือว่าเป็นศาสตร์อย่างหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากมาจากการแข่งขันในยุคไร้พรมแดนหรือยุคโลกาภิวัตน์ ที่จะต้องจัดระบบการบริหารจัดการให้องค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ผู้บริหารองค์กรทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นระดับต้น ระดับกลางและระดับสูงอยู่ในองค์กรของรัฐ เอกชน องค์กรที่มุ่งหวังกำไร องค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไรหรือองค์กรอิสระต่างๆ ล้วนต้องการใช้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการเป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของผู้บริหาร บุคคลต่างๆ ทั้งที่เป็นผู้บริหารและไม่ใช่ว่าผู้บริหารสามารถนำความรู้หรือศาสตร์เหล่านี้มาใช้ในการวางแผนการดำเนินชีวิตของตนเอง ครอบครัวและบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีอนาคตที่ดีขึ้นได้ ซึ่งก็จะมีชีวิตที่ดีกว่าบุคคลที่ไม่มีการบริหารจัดการชีวิตของตนเอง โดยปล่อยให้ชีวิตขาดการวางแผนและการควบคุมในทางถูกต้องและเหมาะสม

องค์ประกอบกิจกรรมและกระบวนการในการบริหาร

ภิญโญ สาร (2517:3-4) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบสำคัญในการบริหารงานทุกชนิด มี 4 องค์ประกอบคือ

1. คน หรือบุคคล หรือบุคลากร (Man)
2. เงิน หรือทุน หรืองบประมาณ (Money)
3. วัสดุ อุปกรณ์ อาคารและสถานที่ (Material)
4. การจัดการหรือเทคนิคในการบริหาร (Management)

ผู้บริหารคือผู้ที่ตัดสินใจใช้องค์ประกอบทั้ง 4 ดังกล่าวแล้วเกิดประโยชน์แก่หน่วยงานให้มากที่สุด ประหยัดที่สุด และภายในเวลาน้อยที่สุด หน้าที่หลักของผู้บริหารคือ การรักษาหน่วยงานให้ดำรงอยู่อย่างมั่นคง

กระบวนการบริหาร

สมยศ นาวิก (2538:23-25) ได้กล่าวถึงกระบวนการบริหารไว้ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) แผนงานต่างๆ จะบรรลุเป้าหมายขององค์กรนั้นวิธีปฏิบัติงานที่ดีที่สุด เพื่อความสำเร็จของเป้าหมายดังกล่าวนี้ ยิ่งกว่านั้นการวางแผนงานจะทำให้้องค์กรสามารถรวบรวมทรัพยากรที่องค์กรนั้นต้องการสำหรับกิจกรรมต่างๆและความก้าวหน้าของ

องค์กรสามารถตรวจสอบและวัดได้ เพราะการแก้ไขจะเกิดขึ้น ถ้าหากว่าอัตราของความก้าวหน้าไม่เป็นที่พอใจ

2. การจัดองค์การ (Organizing) เมื่อผู้บริหารได้กำหนดเป้าหมาย และพัฒนาแผนงานหรือโปรแกรมต่างๆขึ้นมา เพื่อความสำเร็จของเป้าหมายแล้ว พวกเขาต้องออกแบบและพัฒนาองค์การขึ้นมา เพื่อดำเนินงานตาม โปรแกรมเหล่านี้ให้เกิดความสำเร็จเป้าหมายที่แตกต่างกัน ข้อมจะต้องการประเภทขององค์การที่ไม่เหมือนกัน

3. การสั่งการ (Directing) การสั่งการเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการเป็นผู้นำและการจูงใจอยู่ ผู้ได้บังคับบัญชา ให้ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย

หน้าที่การสั่งการจะถูกปฏิบัติโดยผ่านทางความคิดต่อสื่อสาร การสั่งการส่วนใหญ่เกิดขึ้นภายในสภาพแวดล้อมของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยอยู่บนพื้นฐานของการเผชิญหน้าการคิดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะมีความสำคัญต่อหน้าที่การสั่งการ

โดยสรุป หน้าที่การสั่งการ จะเกี่ยวข้องกับการใช้อิทธิพลและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อยู่ได้ บังคับบัญชาในการปฏิบัติงาน โดยผ่านทางความเกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคล

4. การควบคุม (Controlling) ผู้บริหารต้องมีความมั่นใจว่าการกระทำต่างๆของสมาชิก องค์กรกำลังทำให้องค์การมุ่งไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ผู้บริหารต้องปฏิบัติหน้าที่ควบคุม การควบคุมเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ 3 อย่างคือ

4.1 การกำหนดมาตรฐานของผลการปฏิบัติงาน

4.2 การวัดผลการปฏิบัติงานและทำการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดไว้

4.3 การแก้ไขผลการปฏิบัติงานใดๆ ที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานดังกล่าวนี้

ในการปฏิบัติหน้าที่การควบคุมผู้บริหารสามารถทำให้องค์การอยู่บนหนทางที่ถูกต้องได้ การแบ่งกระบวนการบริหารเป็นหน้าที่ต่างๆนั้น เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ ในการส่งเสริมความเข้าใจ แต่อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติจะ ไม่มีการแบ่งที่ชัดเจนระหว่างหน้าที่เหล่านี้ในเวลาใดเวลาหนึ่ง กิจกรรมต่างๆ ของผู้บริหารอาจจะเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหารอย่างใดอย่างหนึ่งหรือมากกว่า

ในทางทฤษฎีหน้าที่การบริหารทั้งสี่จะถูกปฏิบัติตามลำดับและพิจารณาการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวนี้ในลักษณะของกระบวนการต่อเนื่องเป็นวงจรที่เริ่มต้นด้วยการวางแผนแต่ละหน้าที่ของการบริหารจะต้องเกี่ยวข้องกับหน้าที่ซึ่งเคยปฏิบัติมาก่อน แต่อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติแล้ว อาจจะเป็นสิ่งที่ยุ่งยากในการสังเกต เพราะว่าไม่มีผู้บริหารคนใดวางแผนกิจกรรมต่างๆ ของพวกเขาทั้งหมด จัดองค์การ สั่งการ และการควบคุมกิจกรรมทั้งหมดในเวลาใดเวลาหนึ่ง ผู้บริหาร อาจจะทำกรวางแผนบางสิ่งบางอย่าง จัดองค์การสิ่งอื่นหรือสั่งการสิ่งอื่น เป็นต้น

## 2.6 แนวคิดเกี่ยวข้องกับทัศนคติ

### ความหมายของทัศนคติ

สุบิน บุระรัช (2540) ความหมายที่แน่ชัดของคำว่า “ทัศนคติ” ยังไม่เป็นที่ยอมรับกัน โดยทั่วไปในกลุ่มนักจิตวิทยา หรือกลุ่มผู้ที่ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติ ดังนั้น แต่ละกลุ่มที่ทำการศึกษาค้นคว้าต่างก็ให้คำจำกัดความตามความเข้าใจของตนเอง ซึ่งได้ประมวลมากล่าวไว้เป็นตัวอย่าง ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525:393) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ หมายถึง แนวความคิดเห็น

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520:3) ได้กล่าวว่า ทัศนคติเป็นความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

นวลศิริ เปาโรหิตย์ (2527:131) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นผลรวมของความเข้าใจ ความรู้สึก และแนวโน้มในการตอบโต้ของเราต่อบุคคล วัตถุ หรือเรื่องราวทั้งปวง

ถิตตา กิติวิภาต (2532:2) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติเป็นความคิดที่มีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ ซึ่งทำให้เกิดความพร้อมที่จะมีปฏิกิริยาโต้ตอบในทางบวกหรือในทางลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

สันติ ฅ พัทลุง(2545) อ้างถึง เรมเมอร์ (Remmer, 1954) ได้ศึกษาความคงที่ของทัศนคติ และได้กล่าวว่า ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่ในบางกรณีมีการเปลี่ยนแปลงน้อยมากหรือเปลี่ยนแปลงได้ยากมาก และยังคงกล่าวอีกว่า ทัศนคติแสดงในพฤติกรรม 2 ลักษณะ คือ

1. ทัศนคติเชิงนิมาน หรือทางบวก เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในลักษณะพึงพอใจ เห็นด้วย หรือชอบ อยากทำ อยากได้ อยากเข้าใกล้สิ่งนั้น
2. ทัศนคติเชิงนิเสธ หรือทางลบ เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในลักษณะไม่พอใจ ไม่เห็นด้วย เบื่อหน่าย ชิงชัง อยากหนีไปให้พ้นสิ่งนั้น

สันติ ฅ พัทลุง(2545)อ้างถึง ชูดา จิพิทักษ์(2525 : 65) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นแกนกลางของจิตวิทยาสังคมยุคปัจจุบัน ซึ่งถือว่าทัศนคติมีความสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมในสังคม และได้อธิบายเกี่ยวกับทัศนคติ โดยการแยกอธิบายความหมายของทัศนคติออกเป็น 5 ลักษณะย่อยๆ ดังนี้ คือ

1. เป็นภาวะทางจิตและประสาท ซึ่งอาจแสดงออกให้เห็นได้ทางพฤติกรรม เช่น โกรธเกลียด รัก เป็นต้น
2. เป็นความพร้อมที่จะตอบสนอง คือ เมื่อมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใดก็พร้อมจะตอบสนองต่อสิ่งนั้นตามลักษณะของทัศนคติที่เกิดขึ้น เช่น ชอบวิชาภาษาอังกฤษก็มีความต้องการที่จะเรียนหรือสนใจวิชาภาษาอังกฤษอยู่เสมอ
3. เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นระเบียบเกิดขึ้นเป็นกลุ่มและจัดระเบียบไว้แล้วในตัวเองคือ เมื่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดแล้วก็จะเกิดขึ้นต่อเนื่องกันและจะติดตามมาด้วยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น โกรธก็จะหน้าบึ้ง เป็นต้น
4. เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ หมายความว่า ประสบการณ์มีส่วนช่วยในการสร้างทัศนคติได้ดีหรือเลว
5. เป็นพลังสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออก

#### ลักษณะของทัศนคติ

พัชรภา เจริญจำ (2546 : 32) มีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสภาวะก่อนพฤติกรรมได้ตอบ (Predisposition to Respond) ต่อเหตุการณ์หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยเฉพาะหรือจะเรียกว่าเป็นสภาวะพร้อมที่จะปฏิบัติแล้ว
2. ทัศนคติจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา (Persistent Over Time) คือมีความมั่นคงถาวรพอสมควร เปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่ไม่ได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ทัศนคติเป็นตัวแปรที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรม กับความรู้สึกนึกคิดไม่ว่าจะเป็นรูปของการแสดงออกโดยวาจาหรือ การแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
4. ทัศนคติมีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินเหตุการณ์ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความว่า ไปถึงการกำหนดพฤติกรรมจริงด้วย

#### การสร้างทัศนคติ

สันติ ณ ทัทลุง(2544: 12) การสร้างทัศนคติ (formation of attitudes) ทัศนคติต่างๆ เช่น ทัศนคติทางด้านความรังเกียจเดียดฉันท์ ได้สร้างขึ้นจากสภาพการณ์อย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

1. มีการสะสม และรวบรวมประสบการณ์ที่สัมพันธ์กัน ไว้เป็นจำนวนมาก ตัวอย่างทัศนคติเชิงต่อต้านผิว อาจเกิดจากการมีประสบการณ์เป็นจำนวนมากกว่าพวกชนผิวดำ เหมือนกับคนไร้ที่ ไม่มีผู้ใดให้การยอมรับในความเสมอภาคทางสังคม เป็นต้น

2. เกิดจากประสบการณ์เฉพาะแตกต่างกันและแยกออกจากกัน ในขณะที่เกิดประสบการณ์ใหม่ขึ้น ประสบการณ์นั้นอาจจะมีการ โน้มน้าวให้สร้างทัศนคติ ที่ไม่ดีต่อสมาชิกของชนกลุ่มนั้นทั้งหมด

3. การลอกแบบทัศนคติที่ทำไว้พร้อมแล้วคนจะพัฒนาทัศนคติ โดยการมีปฏิสัมพันธ์กับคนที่ยึดถือทัศนคติเหมือนกันมากกว่าเป็นผลที่เกิดจากประสบการณ์ครั้งแรก

### องค์ประกอบของทัศนคติ

สันติ ฌ พัทลุง อ้างถึง สมบูรณ์ สุริยวงศ์ (2523:4-36) กล่าวว่าทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ

1. ความรู้ความเข้าใจ (cognitive component) เป็นประสบการณ์ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมถึงความคิด ความเชื่อ ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปรากฏการณ์ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะได้รับการยอมรับก่อนมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นๆ

2. ความรู้สึก (affective component) เป็นความรู้สึกโดยอัตโนมัติหรือสัญชาตญาณเกี่ยวกับความรัก ความโกรธ ความชอบ หรือความเกลียดว่าสิ่งนั้นดีหรือไม่ดีและมีผลทำให้บุคคลนั้นเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นขึ้นได้

3. ความพร้อมที่จะกระทำหรือพฤติกรรม (action tendency component) เป็นการประพฤติปฏิบัติพร้อมที่จะสนับสนุนหรือทำลายล้างทันทีที่ได้รับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง และเกิดความรู้สึกต่อสิ่งนั้น จะทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมออกมาตามทัศนคติที่เกิดขึ้น

องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ ไม่จำเป็นที่จะต้องสอดคล้องสัมพันธ์กันได้ เช่น บางคนจะมีความรู้ น้อยมากเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่กลับมีความรู้สึกรุนแรงมากเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ เป็นอย่างดี แต่ความรู้สึกและการกระทำก็ยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลงไปตามความรู้ที่ได้ทราบมา เช่น รู้ว่าการสูบบุหรี่เป็นโทษและเป็นอันตรายต่อสุขภาพแต่ก็ยังคงปฏิบัติอยู่คือ สูบบุหรี่ทุกวันเป็นต้น

### ปัจจัยที่ทำให้เกิดทัศนคติ(Attitude Formation)

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้มากกว่า เป็นสิ่งที่กำเนิดขึ้นเอง (พัชรภา เขียวขำ อ้างถึง ไพบูลย์ อินทรวินา, 2517: 17) สิ่งแวดล้อมต่างๆจึงมีอิทธิพลต่อทัศนคติซึ่งได้แก่ ศาสนา ความเชื่อในสังคม ขนบธรรมเนียมประเพณีของสังคม สื่อมวลชนต่างๆ ดังนั้นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดของบุคคลได้แก่

1. การเรียนรู้ ได้แก่ การอบรมสั่งสอน อันจะเป็นการสะสมและรวบรวมประสบการณ์เอาไว้เป็นจำนวนมากเช่นเด็กที่เกิดในครอบครัวศาสนาพุทธก็จะมีความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา เพราะได้รับอิทธิพลจากการอบรมสั่งสอนประสบการณ์ต่างๆ ไว้
2. ประสบการณ์ส่วนตัวของบุคคลโดยตรง เช่น บุคคลที่เคยรับประทานอาหารทะเลแล้วแพ้ ก็ย่อมจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่ออาหารทะเล
3. เหตุการณ์ประทับใจ ใน 2 ข้อแรกนั้น จะเป็นการสะสมประสบการณ์หลายๆครั้งและเกิดทัศนคติ แต่ทัศนคติเกิดขึ้นได้หากได้รับประสบการณ์เพียงครั้งเดียว และรู้สึกประทับใจ ซึ่งอาจจะประทับใจในทางบวกหรือทางลบก็ได้
4. การรับเอาแบบทัศนคติของผู้อื่น มาเป็นของตน โดยจะยอมรับทัศนคติของผู้ที่อยู่เหนือกว่ารับมาปฏิบัติต่อ เช่น รุ่นน้องรับทัศนคติบางเรื่องจากรุ่นพี่
5. เกิดจากลักษณะบุคลิกภาพของแต่ละคน เช่น คนมองโลกในแง่ร้ายก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งต่างๆ อยู่เสมอ
6. เกิดจากอิทธิพลของสื่อมวลชน สื่อมวลชนเป็นแหล่งข้อมูลที่ก่อให้เกิดทั้งความเข้าใจและอารมณ์ ชักจูงไปสู่การปฏิบัติได้

#### ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ

1. วัดเพื่อทำนายพฤติกรรม ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมเป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้น ไปในทางที่ดีหรือไม่ดี มากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งทัศนคติของบุคคลนี้เองจะเป็นเครื่องทำนายว่าบุคคลนั้นจะมีการกระทำต่อสิ่งนั้นไปในทำนองใด นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อบุคคลนั้น ได้อย่างถูกต้อง และอาจเป็นแนวทางให้ผู้อื่นสามารถควบคุมพฤติกรรมของบุคคลนั้น ได้ด้วย
2. วัดเพื่อหาทางป้องกัน การที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดนั้น เป็นสิทธิของแต่ละบุคคล แต่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข บุคคลในสังคมนั้นควรจะมีทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ คล้ายคลึงกัน ซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน และไม่เกิดความแตกแยกขึ้นในสังคม
3. วัดเพื่อหาทางแก้ไข การวัดทัศนคติจะทำให้เราทราบว่า บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งไปในทิศทางใด ดีหรือไม่ดี เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ดังนั้น การรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหนึ่งจะช่วยให้เราสามารถวางแผนและดำเนินการแก้ไขลักษณะที่ไม่เหมาะสมของบุคคลนั้น ได้
4. วัดเพื่อให้เข้าใจสาเหตุและผล ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เปรียบเสมือนเป็นสาเหตุภายในที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปได้ต่าง ๆ กัน ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมหรือสาเหตุภายนอกด้วยส่วนหนึ่ง

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนาวรัตน์ พลาายน้อยและคณะ (2538:9) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยว ภายในประเทศของชาวไทย พบว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่าย สำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ทั้งสาม องค์ประกอบนี้จะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญยิ่ง ต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทาง และขนาดของพฤติกรรมการท่องเที่ยวให้แตกต่างกันออกไปตามข้อจำกัดที่แต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อย หรือไม่ตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ก็จะท่องเที่ยวได้ในบริเวณใกล้ๆ หรือในระยะเวลาสั้นๆ เท่านั้น ขณะที่คนที่มีรายได้สูง มีเวลามาก และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวพร้อมสามารถท่องเที่ยวได้ไกลกว่า และนานกว่ารวมทั้งสามารถใช้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ทันสมัย และมีคุณภาพเหนือกว่า เป็นต้น

สุรินทร์ กล้ายจินดา (2539) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาจังหวัดสุโขทัย โดยทำการศึกษาประชาชนในหมู่บ้านจำนวน 10 หมู่บ้าน ในตำบลเมืองเก่าที่เป็นที่ตั้งของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยพบว่า มีปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ คือ การบริหารงานที่ขาดประสิทธิภาพ การข้อมูลการจัดการผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม การขาดการประสานงาน และความค่อนเียงในการปฏิบัติงาน

เมตตา เสวตเลข (2539:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ : ศึกษาเฉพาะกรณี สวนสัตว์คูสิต พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสวนสัตว์คูสิตในภาพรวมระดับปานกลาง เมื่อจำแนกความพึงพอใจออกเป็นแต่ละด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อระยะห่างจากกลุ่มช้างเคียงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวก ในระดับปานกลาง ผลการวิเคราะห์การผันแปร พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสวนสัตว์คูสิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสวนสัตว์คูสิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ระยะเวลาในการพักผ่อนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสวนสัตว์คูสิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

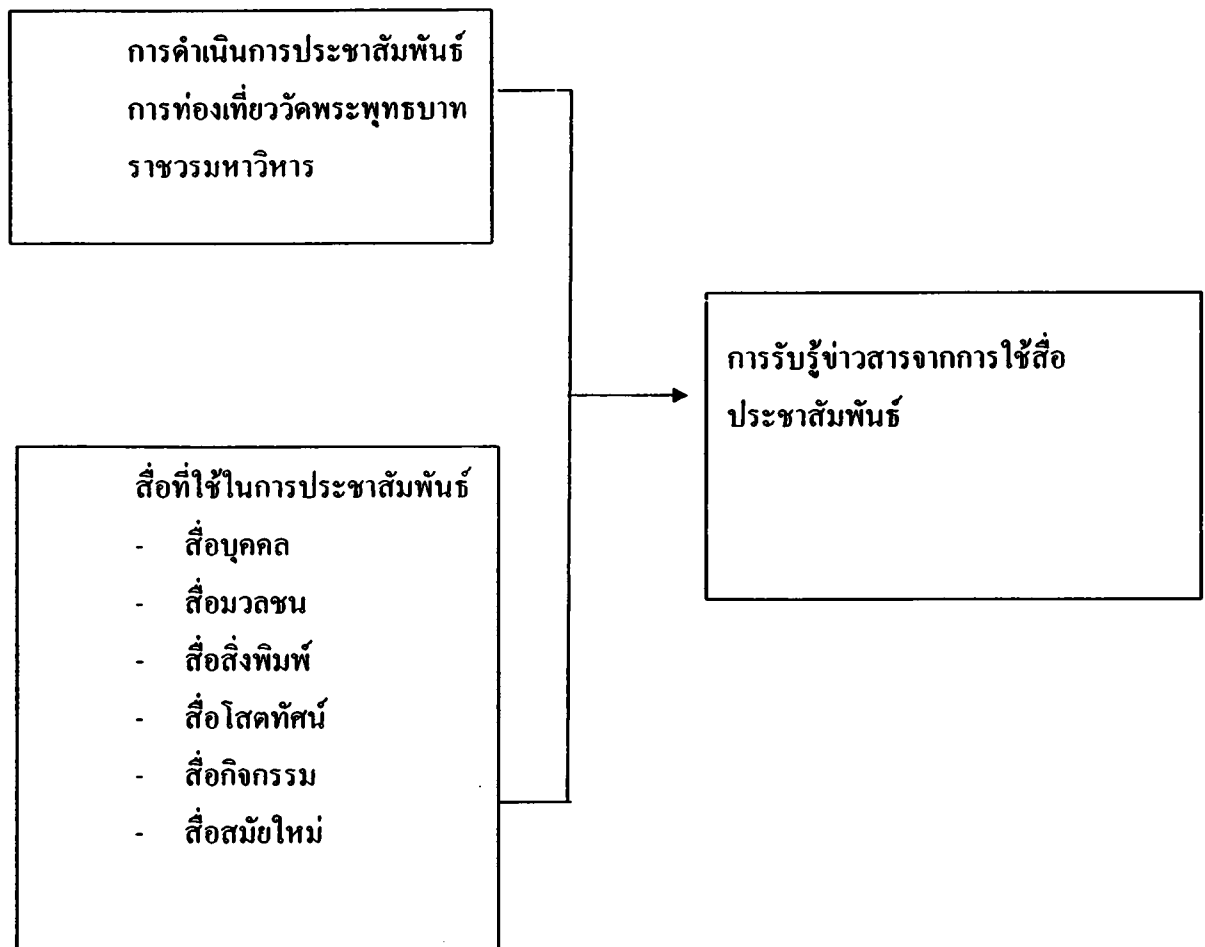
อารยา วรรณประเสริฐ (2542) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของประเทศไทย ในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ข่าวสาร และความสามารถในการจูงใจนักท่องเที่ยวของสื่อประเภทต่างๆ และความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากร การเปิดรับข่าวสารและภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตา นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จัดเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก ในระดับสูงคือ ประชาชนเป็นมิตรและมีน้ำใจไมตรี และประเทศไทยเต็มไปด้วยมลพิษเป็นภาพลักษณ์ที่เป็นกลางค่อนข้างลบมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวมี การเปิดรับข่าวสารจาก สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจในระดับต่ำมาก และมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลาง สื่อเฉพาะกิจสามารถจูงใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยได้สูงที่สุด รองลงมาคือ สื่อมวลชน และสื่อบุคคลตามลำดับ และทวีปที่เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อเฉพาะกิจ ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน

ปิยะวดี หิริกมล (2545:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง และเพศชายมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 23-30 ปี ส่วนใหญ่เป็น โสด การศึกษาระดับมัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ทำงานในบริษัท เอกชน 2) เดินทางไปจังหวัดสุโขทัยเพื่อศึกษาหาความรู้ทางประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน ประทับใจในความสวยงาม แต่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และจะกลับไปเที่ยวอีกแน่นอน 3) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานของประชากร กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานของประชากรกับมูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัย พบว่า อายุ และสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับมูลเหตุจูงใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างมูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่พบว่ามี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



## 2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา : วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี” เป็นการวิจัยที่ผู้วิจัยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการแจกแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างประกอบการสัมภาษณ์ ในกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่ม เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ประกอบการวิจัยเชิงคุณภาพ

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพนี้เก็บข้อมูลด้วยการศึกษาจากเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาภายใต้กรอบการประชาสัมพันธ์ที่ทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ได้จัดทำขึ้น ซึ่งวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาข้อมูลการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การนำแผนไปปฏิบัติด้านสื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาวิจัยนี้จึงใช้ลักษณะการวิจัยในเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปวิเคราะห์ข้อมูล สามารถนำมาประยุกต์ใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติจริงได้

#### 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ คือ

1. กลุ่มระดับนโยบาย
2. กลุ่มระดับปฏิบัติ
3. กลุ่มสื่อมวลชน
4. กลุ่มผู้ประกอบการ

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยที่เลือกสัมภาษณ์ ได้แก่

1. กลุ่มระดับนโยบาย คือ  
นายณรงค์ จันทร์ประสิทธิ์ นายอำเภอพระพุทธบาท  
นายจรศักดิ์ นันทปัญญา นายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท

พระครูพิศาลธรรมโมลีติ ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร  
 นายเฉลิม วงษ์ไพโร นายกองจัดการบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี

เพื่อขอความรู้เกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหารในปัจจุบัน และนโยบายการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ทั้งในด้านการสัมภาษณ์และเอกสารต่างๆอันเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยในการทำวิจัยเกี่ยวกับนโยบายการวางแผนการประชาสัมพันธ์

2. กลุ่มระดับปฏิบัติ คือ

นายชนัดด์ นันทปัญญา รองนายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท  
 นายคำรงค์ศักดิ์ มานะกุล ปลัดอำเภอพระพุทธบาท  
 นายชัชวาลย์ แสงประพาพ ปลัดเทศบาลเมืองพระพุทธบาท

3. กลุ่มสื่อมวลชน ที่ทำวารสารและหนังสือเกี่ยวกับ วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร  
 จำนวน 3 คน ได้แก่

ถนอม กลิ่นแก้ว ทำวารสารงานนมัสการพระพุทธบาท สระบุรี  
 บุญเลิศ เสนานนท์ ทำหนังสือคู่มือนักท่องเที่ยวพระพุทธบาท สระบุรี

4. กลุ่มพ่อค้า/แม่ค้า ที่เข้ามาขายของบริเวณวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร

นายณรงค์ งามสะอาด เจ้าของร้านของฝาก ร้านสุมาลี  
 นางสมศรี สุดสกุล เจ้าของร้านขายยานวดสมุนไพร  
 นางทองอยู่ นายทวี สังขะพงษ์ เจ้าของร้านแม่ลิคค์ณพิช  
 นางสาวพิมพ์ลวรรณ मुखารา ขายของฝาก

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างระดับบริหารและระดับปฏิบัติ มีประเด็นหลักดังนี้

1. นโยบายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์
2. การกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
3. การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ

### แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อทำการเก็บข้อมูล ซึ่งข้อมูลในแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างประกอบด้วยคำถามปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเพื่อทราบเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของระดับนโยบาย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเพื่อการวางแผนและการดำเนินงานของระดับผู้ปฏิบัติ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเพื่อทราบเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นและสื่อมวลชน

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาค้นคว้าทางเอกสาร โดยทำการศึกษาจากแนวคิด วิทยานิพนธ์ ผลการวิจัย ตลอดจนเอกสารประกอบการประชุมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.1 เอกสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ตัวอย่างดังนี้

- เอกสารแสดงเส้นทางท่องเที่ยววัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร
- เอกสาร โครงการจัดงานประเพณีแห่พระเจี๊วแก้ว ประจำปี 2551
- เอกสาร โครงการจัดงานประเพณีสงกรานต์และพระราชพิธีสงกรานต์ประจำปี 2551
- เอกสาร โครงการจัดงานประเพณีดับบาตรดอกไม้ และถวายเทียนพรรษา ประจำปี 2551
- เอกสาร โครงการจัดงานประเพณีลอยกระทง ประจำปี 2550

1.2 วารสาร บทความ นิตยสาร โบว์ซัวร์ รายงานและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

- วารสาร นำเที่ยวพระพุทธบาท สระบุรี
- วารสาร คู่มือนำเที่ยวพระพุทธบาท สระบุรี
- วารสารงานนมัสการพระพุทธบาท สระบุรี
- โบว์ซัวร์ ท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรี

1.3 ประวัติความเป็นมาของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี มีเว็บไซต์ดังต่อไปนี้

- <http://www.vironnet.in.th>
- <http://guru.sanook.com>
- <http://www.watphrabuddhabat.com>
- <http://www.tkc.go.th>
- <http://www.tongtaresort.com>
- <http://www.dnp.go.th>
- <http://farmdev.doae.go.th>
- <http://www.thailex.info>

2. การสำรวจ (Survey Research) เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามโดย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก

ในการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(ในตำแหน่งหน้าที่)และสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ (Key Information Interview) เนื่องจากผู้ถูกสัมภาษณ์เหล่านี้เป็นผู้ให้ข้อมูลที่ดี ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ด้านนโยบายการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ ได้แก่ นายอำเภอพระพุทธบาท นายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระพุทธบาท นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี รองนายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท ปลัดอำเภอพระพุทธบาท ปลัดเทศบาลเมืองพระพุทธบาท มัคทายกวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ผู้นำชุมชนในเขตเทศบาลเมืองพระพุทธบาท ชาวบ้าน พ่อค้า แม่ค้า

### 3.4 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

สำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา : วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินงานดังนี้

1. ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาระหว่างเดือน มีนาคม-เมษายน 2551 เดินทางไปยังวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร เพื่อ ไปดูภายในบริเวณวัด สภาพแวดล้อมภายใน พร้อมทั้งมีการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่บางส่วนก่อนการสัมภาษณ์เชิงลึก

2. ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายและสังเกตการณ์ เพื่อทำการสรุปถึงผลการวางแผนนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ในการสื่อประชาสัมพันธ์ของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ว่าสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวมากน้อย

เพียงใด โดยผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึกตลอดจนทำการสังเกตการณ์ในช่วงระหว่างเดือน มีนาคม ถึงเดือนเมษายน 2551 โดยได้เดินทางไปสังเกตทั้งในวันหยุดและวันธรรมดา เพื่อใช้เวลา สังเกตการณ์กลุ่มพ่อค้า/แม่ค้า

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร การสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการ วิเคราะห์เนื้อหา เพื่อศึกษาสื่อในการประชาสัมพันธ์ โดยการนำข้อมูลจากเอกสารต่างๆ และเทป สัมภาษณ์ที่บันทึกจากการสนทนาภาคสนาม ถอดข้อความแบบคำต่อคำ ออกมาเป็นบทสนทนาที่ เป็นตัวอักษร และนำมาจัดประเด็นย่อย สรุป ประเด็นที่มีเนื้อหาอยู่ในกลุ่มเดียวกันไว้ด้วยกันเป็น ประเด็นหลัก นำเสนอข้อมูล โดยการเขียนพรรณนาสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแยก ออกเป็นข้อๆ ตามประเด็นสำคัญ

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา: วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเก็บข้อมูลโดยการศึกษาเนื้อหาสาระจากเอกสารและบทความการสังเกต รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มระดับนโยบาย และกลุ่มระดับปฏิบัติ โดยได้แสดงผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนา เพื่อที่จะให้การอภิปรายผลการวิจัยเข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยนำเสนอผลการศึกษาวิจัยออกเป็น 3 ส่วนคือ

4.1 เพื่อศึกษา ข้อมูลการกำหนดคน โขบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหารจังหวัดสระบุรี

4.2 เพื่อศึกษาการนำแผนไปปฏิบัติด้านสื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

4.3 เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

4.1 เพื่อศึกษาข้อมูลการกำหนดคน โขบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหารจังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาวิจัยในส่วนนี้ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์และข้อมูลจากเอกสารที่ได้รับจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดคน โขบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

จากการสังเกตพบว่า การกำหนดคน โขบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทั้งระดับนโยบายและระดับปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร อาจกระทำการร่วมมือระหว่างองค์กรท้องถิ่นกับองค์กรภาคเอกชน ในลักษณะดังนี้

- จัดหาบุคคลเพื่อปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร โดยตรง

- ประชาสัมพันธ์ด้านการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

- มีการร่วมมือกันหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อให้ วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

4.2 เพื่อศึกษาการนำแผนไปปฏิบัติด้านสื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

ผลการศึกษาพบว่า เมื่อมีการนำแผนไปปฏิบัติทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ นั้นต้องมีการใช้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานพอสมควร แต่งบประมาณที่ได้มามีค่าไม่พอกับการดำเนินการ ทำให้การจัดกิจกรรมมีข้อบกพร่องในหลายด้าน

รวมทั้งสื่อในการประชาสัมพันธ์ไปยังสถาบันการศึกษา และองค์กรต่างๆ ไม่ดึงดูดใจเท่าที่ควร ก็จะไม่ได้รับความสนใจในการนำกลุ่มนักศึกษา หรือพนักงานมาท่องเที่ยวในการวางแผน คือ เนื่องจากการจัดทำแผนตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร เพื่อนำไปปฏิบัตินั้นจะต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

การขาดการประสานงานที่ดี ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ จะเห็นได้จากการวางแผนในการดำเนินงานด้านการและที่สำคัญเป็นในเรื่องของการจัดสรรงบประมาณที่ใช้เพื่อสนับสนุนสื่อทางการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ทำให้ขาดการต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ การมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจึงเป็นไปในลักษณะของนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมที่เคยมาเที่ยวแล้ว และกลับมาเที่ยวซ้ำอีกโดยไม่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่เพิ่มขึ้น ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวน้อย ซึ่งถ้าหากเปรียบเทียบจากในสมัยก่อน จะมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องจากกิจกรรมต่างๆที่ทางวัดจัดขึ้น โดยผ่านทางสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่นมีการถ่ายทำผ่านสื่อโทรทัศน์ มีการลงหนังสือทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

4.3 เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์มีส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อมวลชน ช่วยได้มากทำให้กระตุ้นคนไทยสนใจท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

- สื่อบุคคล ปัจจุบันวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรีมีชื่อเสียงมานานทำให้ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวเกิดความศรัทธาและมีการบอกต่อกันไป ทำให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของนักท่องเที่ยว



- สื่อมวลชน การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อมวลชน ทำให้ได้นักท่องเที่ยวรู้จักมากยิ่งขึ้น แต่ปัจจุบันทางวัดพระพุทธบาทยังขาดความต่อเนื่องและการสนับสนุนในการใช้สื่อมวลชนเพื่อทำการประชาสัมพันธ์

- สื่อสิ่งพิมพ์ ทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี มีการจัดทำหนังสือวารสาร แจกกับบรรดาชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว เป็นประจำทุกปีที่มีการจัดงานประเพณี เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลประวัติความเป็นมาของวัดพระพุทธบาท และประวัติความเป็นมาของ ประเพณีต่างๆอีกด้วย

- สื่อโสตทัศนฯ วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี ยังขาดการสนับสนุนงบประมาณในการใช้สื่อโสตทัศนฯเพื่อการประชาสัมพันธ์

- สื่อกิจกรรม ทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี มีการจัดกิจกรรมต่างๆขึ้นทางศาสนา เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกิจกรรมที่ทางวัดได้จัดขึ้น และเป็นการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

- สื่อสมัยใหม่ จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และข้อมูลที่ได้รับจะเห็นได้ว่า วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหารมีการใช้สื่อสมัยใหม่จากสื่ออินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆของทางวัด หลายเว็บไซต์ด้วยกัน เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่มมากกว่าสื่ออื่น

#### 4.4 ผลการสัมภาษณ์

##### กลุ่มที่ 1 กลุ่มระดับนโยบาย

1. นายอำเภอพระพุทธบาท ชื่อ นายณรงค์ จันทร์ประสิทธิ์ ตำแหน่งนายอำเภอ มีหน้าที่ในการดูแลความเรียบร้อยทั่วไปของอำเภอพระพุทธบาท ทั้งในเรื่องการเดินทาง ความปลอดภัย และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว แจกจ่ายงานและประสานงานให้เจ้าหน้าที่ดูแลเรื่องความปลอดภัย ประสานงานกับ อีกทางหนึ่งด้วย สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2551

“การท่องเที่ยวชุมชนเป็นโอกาสการพบกันระหว่างคนต่างถิ่น ต่างวัฒนธรรม ซึ่งมีวิถีชีวิต วิถีคิด วิถีปฏิบัติที่ต่างกัน ทำอย่างไรให้เป็น “กำไรชีวิต” ของทั้งสองฝ่าย เป็นอะไรที่ให้มากกว่าเงิน ให้คุณค่าของความเป็นคน จากกันแล้วคิดถึงกัน มีความสุขที่ได้รู้จักกันด้วยเหตุนี้ นโยบายก็คือทั้งสองฝ่ายต้องปรับตัวเข้าหากัน ต้องเรียนรู้จักกัน รู้จักวัฒนธรรมของกันและกัน ไม่ให้เกิดความเครียด ความขัดแย้งที่ไม่พึงปรารถนา ต่างคนต่างเคารพให้เกิดรักกัน ชุมชนเรียนรู้ว่า คนที่มาเยือนที่มาจากต่างบ้านต่างเมือง ต่างประเทศ มีวิถีชีวิตแตกต่างออกไป การกิน การอยู่ การนอน การ

ทำงาน ไม่เหมือนกัน สภาพร่างกายจิตใจก็ไม่เหมือนกัน ภูมิคุ้มกันก็ไม่เหมือนกัน อาจจะต้านทานเชื้อโรคบางชนิดไม่ได้ เพราะไม่มีภูมิคุ้มกันตัวนั้น ด้วยเหตุนี้ความสะอาดจึงสำคัญ ที่นอน ห้องน้ำ อาหาร เครื่องดื่ม สิ่งแวดล้อม อากาศ (ไม่มีควันพิษ ควันไฟ ฝุ่น) เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด (นักท่องเที่ยวที่เข้าไปในชุมชนก็ต้องเคารพจารีตประเพณี วิถีชุมชนด้วย บางแห่งเขาบอกไว้ชัดเจนว่า "ไม่ให้ใส่ "สายเดี่ยว" แต่งตัวประเจิดประเจ้อ หรือกอดจูบก้นในที่สาธารณะ(ฝรั่งบางคนอาจจะลืมตัว เพราะบรรยากาศโรแมนติก) ชุมชนหลายแห่งร่วมมือกับบริษัททัวร์จัดทำ "Do & Don't" อะไรที่ควรและไม่ควรทำเมื่อเข้าไปในชุมชน นักท่องเที่ยวอยากมีส่วนร่วมใน "กิจกรรม" ของชุมชน การละเล่น การแสดงทางวัฒนธรรมหลายคนก็อยากแสดงว่าบ้านเขามีอะไร เขาร้อง เขารำกันอย่างไร อยากแลกเปลี่ยนอยากกรอกร่างกับชาวบ้าน ประทับใจอย่างสุดซึ้งกับพิธีบายศรีสู่ขวัญ ซึ่งจะจดจำไปไม่รู้ลืม อยากมีส่วนร่วมในการทำอาหารในบางกรณี เก็บผัก เก็บเห็ด เก็บหน่อไม้ จับปลา เรียนรู้วิธีทำอาหารแบบพื้นบ้าน เรียนวิธีทอผ้า จักสาน ปั่นหม้อ อยากเล่นกับเด็กๆ อยากพูดคุยด้วย อยากสัมผัสความยากลำบากในการทำงาน เช่น เกี่ยวข้าว นวดข้าว แบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นอะไรที่อาจจะหาได้ยากแล้ว สิ่งเหล่านี้ก็เป็นอีก "เสน่ห์" หนึ่งของชุมชนที่ให้โอกาสผู้มาเยือนที่สนใจได้สัมผัสกับวิถีชุมชน การทำมาหากิน การอยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ การได้นั่งเกวียน ได้ขี่ควาย กลายเป็นประสบการณ์ที่หาได้เฉพาะในชุมชนเท่านั้น

สิ่งเหล่านี้จัดการแบบธรรมชาติ ไม่มีปรุงแต่ง ไม่มีการจัดการให้สวยงาม กลายเป็นมหรหรรรม เป็นอะไรที่ทำเพื่อนักท่องเที่ยว ทำให้เสน่ห์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นเสียไป ไว้วิญญาณกลายเป็นธุรกิจท่องเที่ยว" ที่จัดขึ้นเพื่อผลประโยชน์อย่างอื่น ไม่ใช่เพื่อชุมชน ซึ่งน่าจะทำให้ผลตรงกันข้ามในท้ายที่สุดเพราะนักท่องเที่ยวซึ่งเข้าหมู่บ้านแล้วเห็นการจัดฉากพิธีแต่งงาน หรือจัดฉากพิธีกรรมอื่นๆ จนหมดเสน่ห์ พวกเขาอาจจะสรุปว่า ถ้าจะดูแบบนี้ไปที่สวนสามพรานก็ได้ไม่ต้องไปหมู่บ้านให้ยุ่งยาก"

2. นายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท ชื่อ นายจรศักดิ์ นันทปัญญา ตำแหน่ง นายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท มีหน้าที่ในด้านของการประสานกับคนในท้องถิ่น ในชุมชน ให้มีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และตรวจตราสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกวัดพระพุทธบาท สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2551

"วัดพระพุทธบาท ตอนนี้เรียกได้ว่ามีศักยภาพการท่องเที่ยวที่ดี ได้อยู่ในระดับดียังไม่ถึงขั้นแย่ แต่ถ้าขาดการประชาสัมพันธ์ให้ต่อเนื่องมากกว่านี้ก็จะถึงขั้นแย่เลยก็ได้ ซึ่งเราต้องมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมไปยังสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น และที่สำคัญต้องมีในเรื่องงบประมาณที่จะนำมาปรับปรุงให้วัดพระพุทธบาทเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แฝงไปด้วยศิลปวัฒนธรรมอย่างแท้จริง"

“นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของวัดพระพุทธรบาท ก็คือเมื่อมาเที่ยวแล้ว จังหวัดสระบุรีก็ยังส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง เช่น งานประเพณีตัดบวชดอกไม้และถวายเทียนพรรษาประจำปี ที่วัดพระพุทธรบาทราชวรมหาวิหาร แล้วทางเราก็แถมการล่องเรือตามลำน้ำป่าสัก เพื่อชมวิถีชีวิตของพี่น้องชาวไทย-พวน คือเพิ่มการจัดการท่องเที่ยวแบบ “แพ็คเก็จทัวร์” เพื่อเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดในภูมิภาคเดียวกัน เป็นต้น จังหวัดมั่นใจว่าการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแนวทางดังกล่าว จะสามารถสร้างงาน สร้างรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของพี่น้องประชาชนได้เป็นอย่างดี”

3. นายกองค้ำการบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ชื่อ นายเฉลิม วงษ์ไพโร ดำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี มีหน้าที่ประสานกับทุกฝ่ายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวัดพระพุทธรบาท ให้มีความพร้อมกับการต้อนรับนักท่องเที่ยว สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2551

“ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว จะเน้นการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงบูรณาการ โดยจะรวมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนส่งเสริมประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ประเพณีตัดบวชดอกไม้ ซึ่งมีหนึ่งเดียวในโลก ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับนานาชาติส่งเสริมทำนุบำรุงโบราณสถาน เป็นแหล่งเรียนรู้อารยธรรม ปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวให้มีสภาพที่ดีและปลอดภัย สะดวกสบาย สำหรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดสระบุรี พร้อมทั้งจะร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริม และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ให้มีศักยภาพที่จะรองรับการท่องเที่ยวต่อไปด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ส่งเสริมนโยบายของรัฐบาล และของจังหวัดสระบุรี ในการต่อสู้กับปัญหาอาชญากรรมและการปราบปรามอาชญากร ทุกประเภท ส่งเสริมให้ชุมชนให้เข้มแข็งเพื่อเกราะป้องกันภัยทุกประการทั้งนี้ ในการดำเนินการตามนโยบาย กระผมพร้อมด้วยคณะผู้บริหารขอสัญญาว่าจะทุ่มเทกำลังกาย สติปัญญาตลอดจนความรู้ ความสามารถอย่างจริงจัง จริงใจ รอบคอบประหยัด และรวดเร็ว เพื่อให้บังเกิดผลเป็นรูปธรรม ด้วยความเชื่อมั่นว่าจะได้รับพลังแห่งความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจจากท่านสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรีผู้ทรงเกียรติทุกท่าน เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนเจตนารมณ์ ให้บังเกิดกับพี่น้องประชาชนชาวจังหวัดสระบุรี ต่อไป”

4. ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระพุทธรบาทราชวรมหาวิหาร พระครูพิศาลธรรม โฉมสิด ดำแหน่งผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระพุทธรบาทราชวรมหาวิหาร มีหน้าที่รับผิดชอบการบริหารงาน

ภายในวัด เป็นหน้าที่ของผู้ช่วยเจ้าอาวาส ดูแลความเรียบร้อย ความสะอาด ตรวจสอบทรัพย์สินที่เป็นของวัดไม่ให้เกิดความสูญหาย สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2551

“ศักยภาพการท่องเที่ยวของวัดพระพุทธรบาท อยู่ในระดับที่ถือว่าดี มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี และแต่ละปีก็มีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง นโยบายในการท่องเที่ยวที่นั่น อยากให้การท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไม่ใช่ทำไปไม่นานก็ล้ม ชุมชนแตกแยก สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม เสียหายทุกฝ่าย ชุมชนต้องจัดการ “ทุน” ของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการเรียนรู้จักทุนนั้นสำคัญยิ่ง ทุนไม่ได้หมายถึงแค่เงิน แต่หมายถึงทรัพยากร ธรรมชาติ ประเพณีวัฒนธรรม ความรู้ภูมิปัญญาที่แสดงออกทางปัจจัยสี่และวิถีชุมชน”

## กลุ่มที่ 2 ระดับปฏิบัติ

1. รองนายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธรบาท ชื่อ นายชนัดด์ นันทปัญญา ตำแหน่งรองนายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธรบาท มีหน้าที่ประสานงานกับนายกเทศมนตรีอีกครั้ง รับคำสั่งแผนงานในการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ให้ต่อเนื่อง สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2551

“นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ สนับสนุนการประชาสัมพันธ์จากทางสื่อต่างๆ การวางแผนและปฏิบัติจากนโยบายคือ ในส่วนของสื่อ เช่น เอกสารความรู้ภายในวัดที่แจกให้กับนักท่องเที่ยว ในเอกสารนอกจากมีข้อมูลความรู้ประวัติเกี่ยวกับสถานที่แล้วเพิ่มเติมประชาสัมพันธ์ในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของวัดที่จะจัดขึ้นไม่ว่าในช่วงเดือนใดที่มีการจัดเทศกาลดอกบวบดอกไม้อื่นๆ การจัดเข้าค่ายพระพุทธศาสนา เป็นตารางเพิ่มเติมให้กับนักท่องเที่ยวได้ทราบ”

2. ปลัดอำเภอพระพุทธรบาท ชื่อ นายดำรงศักดิ์ มานะกุล ตำแหน่ง ปลัด อำเภอ (เจ้าพนักงานปกครอง 8 ว) มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินงานประสานกับนายอำเภอในเรื่องกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นภายในวัด และวางแผนโครงการกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2551

“นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับวัดพระพุทธรบาท คือการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น เก็บข้อมูล ใช้ประกอบการพัฒนาการจัดรูปแบบการจัด Events ศึกษาวิจัยการรับรู้ ความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่นกิจกรรมที่ทางวัดจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีอยู่แล้ว การเข้าค่ายพระพุทธศาสนา เป็นการสร้างศรัทธาในจิตใจให้กับเยาวชน ทำให้นักท่องเที่ยวยอมรับและศรัทธาในวัดพระพุทธรบาทมากยิ่งขึ้น จากประสบการณ์ของตนเองที่ได้มา

เข้าค่าย หรือจากประสบการณ์จากผู้อื่นที่ได้มีโอกาสมาเข้าค่ายที่วัด ซึ่งก็เป็นการบอกต่อกันนั่นเอง ก็ถือว่ากิจกรรมนี้เป็นการประชาสัมพันธ์ได้ดีเช่นกัน”

3. ปลัดเทศบาลเมืองพระพุทธบาท ชื่อ นายชัชวาลย์ แสงประพาฬ ตำแหน่ง ปลัดเทศบาลเมืองพระพุทธบาท มีหน้าที่รับผิดชอบเรื่องงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่างๆ คอยตรวจสอบค่าใช้จ่ายที่ต้องขออนุมัติเพิ่มจากส่วนกลาง งานกิจกรรมใดยังขาดความพร้อม ไม่มีงบประมาณในการดำเนินงาน จัดเตรียมแผนงานนำเสนอเพื่อขออนุมัติ สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2551

“นโยบายการประชาสัมพันธ์ คิดว่าน่าจะเพิ่มการประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ให้มากขึ้นกว่าเดิม ต้องเพิ่มงบประมาณในด้านการประชาสัมพันธ์ และเพิ่มงบประมาณในด้านการเพิ่มเจ้าหน้าที่ในการดูแลสถานที่ด้วย ในส่วนพูดถึงการประชาสัมพันธ์ ควรวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้กว้างขึ้น นอกจากนักท่องเที่ยวชาวไทยแล้ว ต้องไปให้ถึงชาวต่างประเทศด้วย”

### กลุ่มที่ 3 สื่อมวลชน

1. ชื่อ นายถนอม กลิ่นแก้ว ได้ให้สัมภาษณ์ที่ ศูนย์หนังสือวารสารของทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2551 ได้กล่าวถึงการเข้าไปมีส่วนในการประชาสัมพันธ์ว่า

“ปกติแล้วอำเภอพระพุทธบาท มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผ่านทางวารสารท้องถิ่นของอำเภออยู่แล้ว ซึ่งเป็นข้อดีอย่างหนึ่งที่ทำให้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูล กิจกรรม ประเพณีของอำเภอพระพุทธบาท และยังรวมไปถึงความรู้เกี่ยวกับประเพณีต่างๆ ของอำเภอพระพุทธบาท ซึ่งทางเราพยายามจะใส่เนื้อหาให้มีประโยชน์ที่สุดสำหรับผู้อ่าน แต่สื่อวารสารท้องถิ่นบางทีก็ยังไม่ถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ๆ ได้มากนัก ยังต้องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนอื่นๆ ด้วยเพื่อสร้างความดีและความต่อเนื่อง”

2. ชื่อ นายบุญเลิศ เสนานนท์ ประชาสัมพันธ์วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ผู้จัดทำหนังสือคู่มือท่องเที่ยววัดพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2551 ว่า

“ปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์จะขาดการประชาสัมพันธ์สถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็น วัด สถานที่เชิงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสื่อมวลชนต้องทำหน้าที่สำคัญในการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียม ประเพณี และศาสนาให้อยู่คู่คนไทยต่อไป จึงจำเป็นต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ ให้ มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม เพราะสื่อมีบทบาทในการที่จะเปิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้เกิดการเปิดรับ ข้อมูลต่างๆ และเกิดทัศนคติกับแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับศาสนาในแง่มุมมองที่ดียิ่งขึ้น”

#### กลุ่มที่ 4 กลุ่มพ่อค้า แม่ค้า/ผู้ประกอบการ/ชาวบ้าน

1. ชื่อนายณรงค์ งามสะอาด เจ้าของร้านของฝาก ร้านสุมาลี ขายมา 16 ปี ให้สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2551

“ผมคิดว่า นักท่องเที่ยวลดลงจากปีก่อนมาจากการประชาสัมพันธ์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาท เป็นหน้าที่ของทุกคนในชุมชนที่ต้องมีการประสานงานร่วมมือกัน ด้วยการ ช่วยกันประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมประเพณีท้องถิ่นที่ทางอำเภอ พระพุทธบาทจัดขึ้น เหมือนเป็นการบอกต่อกันไปในหมู่บ้าน ชุมชนอื่นๆ ให้เข้ามาเที่ยวในอำเภอพระพุทธบาท”

2. ชื่อนางสมศรี สุดสกุล เจ้าของร้านขายยานวดสมุนไพโร ขายมา 10 ปี ให้สัมภาษณ์เมื่อ วันที่ 3 เมษายน 2551

“รู้สึกว่าการท่องเที่ยวมีจำนวนเท่าเดิมแต่ใช้จ่ายเงินน้อยลง น่าจะเป็นมาจากเศรษฐกิจ ในปัจจุบัน ส่วนการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์วัดพระพุทธบาทราชมหาวิหารนั้น ควรจะเป็น สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ครอบคลุมนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งชาวไทยและต่างประเทศ และคนในท้องถิ่นเองก็สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ได้ นอกเหนือจากสื่อมวลชนที่ทางวัด ต้องใช้ งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ แต่ทางคนในท้องถิ่นร่วมมือกันพัฒนา โดยการสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีให้กับชุมชนก็จะสร้างชื่อเสียงไปยังนักท่องเที่ยวได้”

3. นางทองอยู่ นายทวี สังขะพงษ์ เจ้าของร้านเมล็ดธัญพืช ขายมาประมาณ 30 ปี ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2551

“นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินน้อยลง ส่วนมากนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มครอบครัว เพื่อนฝูง มา เป็นหมู่คณะ การประชาสัมพันธ์ของทางวัดที่มีให้เห็นก็เป็นวารสารท้องถิ่นนะ แต่อยากให้ ประชาสัมพันธ์ผ่านทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์เลย จะได้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากขึ้น”

4. นางสาวพิมพ์วรรณ มุขคารา ชายของฝาก ขายมา 10 ปี ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2551

“ปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวหายไปเยอะ อาจเป็นเพราะเศรษฐกิจด้วย แต่ถ้ามีกิจกรรมดึงดูดใจ ก็อาจจะมีย่านนักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะ อยากให้มีการถ่ายทอดรายการผ่านโทรทัศน์ ที่คนดูเยอะๆ นักท่องเที่ยวจะได้รู้จักมากขึ้น เพราะสระบุรีเดินทางสะดวกไม่ไกลจากกรุงเทพฯ”

**สรุปผลการสัมภาษณ์ และข้อมูลจากเอกสารที่ได้รับ ได้ดังนี้**

การประชาสัมพันธ์ของทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรีที่ดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทางวัดฯ ใช้คือ

- สื่อวารสารคู่มือนำเที่ยววัดพระพุทธบาท
- แผ่นพับ, โบว์ชัวร์ และนำสถานที่เที่ยวในจังหวัดสระบุรี และวัดพระพุทธบาท แจกฟรีกับนักท่องเที่ยว
- Website ชื่อ <http://www.watphrabuddhabat.com> ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประวัติ

ความเป็นมาของวัดพระพุทธบาท และประเพณีประจำปีที่สำคัญ

ในส่วนด้านการดำเนินงาน โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวมีการวางแผนนโยบายและมอบหมายงานให้แก่ผู้รับผิดชอบในการดำเนินงาน จากข้อมูลที่ได้ทุกหน่วยงานที่รับผิดชอบจะมีสื่อที่ใช้เป็นสื่อหลักและสื่อรองในการทำการประชาสัมพันธ์ เพราะต่างมองเห็นความสำคัญของสื่อที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการกระตุ้นนักท่องเที่ยวรู้สึกอยากจะทำท่องเที่ยวและรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น กล่าวคือการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ทุกองค์กรจะมีแบบแผน นำเสนอในสื่อต่างๆที่มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าสื่อต่างๆ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีเพียงไร

ด้านระดับนโยบาย ส่วนใหญ่เน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

ด้านระดับปฏิบัติ สนับสนุนการประชาสัมพันธ์จากทางสื่อต่างๆ การวางแผนและปฏิบัติจากนโยบายคือ ในส่วนของสื่อ เช่น เอกสารความรู้ภายในวัดที่แจกให้กับนักท่องเที่ยว เพิ่มเติมประชาสัมพันธ์ในส่วนข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของวัดที่จะจัดขึ้นและเน้นการประชาสัมพันธ์ในส่วนของการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น พัฒนาการจัดรูปแบบการจัด Events ศึกษาวิจัยการรับรู้ ความสนใจของนักท่องเที่ยว

ด้านสื่อมวลชน เน้นการเพิ่มเติมในเรื่องของความดี และความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และจากการสัมภาษณ์ ปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์จะขาดการประชาสัมพันธ์สถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัด สถานที่เชิงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสื่อมวลชนต้องทำหน้าที่สำคัญในการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี และศาสนาให้อยู่คู่คนไทยต่อไป จึงจำเป็นที่ต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม เพราะสื่อมีบทบาทในการที่จะเปิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้เกิดการเปิดรับข้อมูลต่างๆ และเกิดทัศนคติกับแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับศาสนาในแง่มุมมองที่ดียิ่งขึ้น

ด้านพ่อค้า /แม่ค้า ส่วนใหญ่มองว่าทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ควรสนับสนุนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม จากที่ปัจจุบันจำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลงไปมาก



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กรณีศึกษา: วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษา ข้อมูลการกำหนดคน โขบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี
2. เพื่อศึกษา การปฏิบัติการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษา วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

#### 5.1 สรุปผล

จากการศึกษาพบว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กรณีศึกษา: วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี สรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการกำหนดคน โขบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี พบว่ามีนโยบาย ดังนี้

##### ระดับผู้บริหาร

การร่วมมือกัน โดยการปรับตัวเข้าหากัน รู้จักวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ของแต่ละท้องถิ่น เน้นในเรื่องความสะอาดของสถานที่ และการเคารพจารีตประเพณีของท้องถิ่น และสร้างการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วมกับชุมชน เช่น การละเล่น การแสดงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเสน่ห์ของชุมชนที่ให้โอกาสผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว ได้สัมผัสกับวิถีชุมชน

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง เพิ่มการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดในภูมิภาคเดียวกัน

พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยจะรวมกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนส่งเสริมประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับนานาชาติส่งเสริมทำนุบำรุงโบราณสถาน เป็นแหล่งเรียนรู้อารยธรรม ปรับปรุง

เส้นทางท่องเที่ยวให้มีสภาพที่ดีและปลอดภัย สะดวกสบาย สำหรับประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยว พร้อมทั้งปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพที่จะรองรับการท่องเที่ยวต่อไปในด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินอีกด้วย

### นโยบายระดับปฏิบัติ

การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นเก็บข้อมูลใช้ประกอบการพัฒนาการจัดรูปแบบการจัด Events ศึกษาวิจัยการรับรู้ ความสนใจของนักท่องเที่ยว

นโยบายการประชาสัมพันธ์ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อต่างๆ ให้มากขึ้นกว่าเดิม ต้องเพิ่มงบประมาณในด้านการประชาสัมพันธ์ และเพิ่มงบประมาณในด้านการเพิ่มเจ้าหน้าที่ในการดูแลสถานที่ด้วย

คนในท้องถิ่นร่วมมือกันทำการประชาสัมพันธ์ ใช้การบอกต่อปากต่อปาก ตามหมู่บ้านและชุมชนต่างๆ เพราะหน่วยงานหรือผู้บริหารที่ดูแลในเรื่องนี้มีนโยบายที่กว้าง และสามารถประชาสัมพันธ์ได้ทั่วถึงอยู่แล้ว ในส่วนของชุมชนเน้นในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับอำเภอเมืองพระพุทธบาท

2. การวิเคราะห์ข้อมูลและการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการปฏิบัติกำหนดยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี พบว่ามีการกำหนดยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ดังนี้

#### ระดับผู้บริหาร

ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดงานประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรี ส่วนด้านส่วนการจัดระเบียบภายในวัด คือจัดสถานที่พื่อค้า แม่ค้า ในการขายสินค้าเป็นสัดส่วน ไม่เข้ามาวุ่นวายภายในวัด ทำให้ดูไม่สะอาดตา และยังทำให้สถานที่พื้นที่ภายในวัดเกิดความสกปรกอีกด้วย

มีการประชุมประจำเดือน ผู้บริหารทุกฝ่าย นำนโยบายไปประสานงานกันและทำงานตามการวางแผนที่วางไว้ และเพิ่มการประชาสัมพันธ์เจาะลึกกลุ่มเป้าหมายเกือบทุกกลุ่ม ให้สนใจการท่องเที่ยวในด้านของพุทธศาสนามากยิ่งขึ้น

มีการมอบหมายให้กับหน่วยงานผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง ไม่ได้มอบหมายโดยตรง แต่เป็นการชี้แจงและขอความร่วมมือมากกว่า ให้มองการท่องเที่ยวในอีกแง่มุมหนึ่ง เพื่อให้การท่องเที่ยวในวัดพระพุทธบาทเป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่ออนุรักษ์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของจิตใจ ก็หวังว่าจะเป็นอย่างนั้น

### ระดับปฏิบัติ

การวางแผนและการกำหนดการปฏิบัติ คือ มีการวางแผนในเรื่องตารางการจัดทำกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยจัดทำเป็นโครงการฝึกอบรม หรือ โครงการเข้าค่ายพระพุทธศาสนา การประมาทในเรื่องงบประมาณค่าใช้จ่ายต่างๆ ซึ่งต้องทำเป็นรายงานเพื่อนำเสนออีกครั้งหนึ่ง

เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่บุคลากรที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษให้มากขึ้น เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เอกสาร แผ่นพับ ใบปลิว ที่แจกต้องทำเป็นเอกสารภาษาอังกฤษด้วย และต้องมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำชี้แจงอีกด้วย พร้อมทั้งมีการปรับปรุง Website ให้ข้อมูลข่าวสาร ที่หลากหลาย ง่ายต่อการเปิดใช้

3. การวิเคราะห์ข้อมูลและการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี พบว่าการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีดังนี้

#### ระดับผู้บริหาร

กิจกรรมที่ทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จัดขึ้น มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับกิจกรรมที่ทางวัดจัดขึ้น เพราะมีการประชาสัมพันธ์ออกทางสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง

กิจกรรมที่ทางวัดจัดขึ้น สร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มากเลยทีเดียว การประชาสัมพันธ์ในเบื้องต้น เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยววัดพระพุทธบาทแล้วให้กลับมาเที่ยวซ้ำ แต่จุดมุ่งหมายของเราคือต้องการให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมา เริ่มรับรู้ข่าวสารของทางวัดพระพุทธบาท และให้ความสนใจมาท่องเที่ยว

### ระดับปฏิบัติ

การจัดทำสื่อเอกสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลในสื่อนี้อาจจะไม่ได้ผลกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งหมด เพราะนักท่องเที่ยวบางคนอาจจะไม่มีเวลาได้อ่าน อาจจะไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร

การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่างๆนั้นต้องมีการใช้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานพอสมควร แต่งบประมาณที่ได้มีล่าช้า ไม่พอกับการดำเนินการ ทำให้การจัดกิจกรรมมีข้อบกพร่องในหลายๆด้าน

สื่อในการประชาสัมพันธ์ไปยังสถาบันการศึกษา และองค์กรต่างๆ ไม่ดึงดูดใจเท่าที่ควร ก็จะไม่ได้รับความสนใจในการนำกลุ่มนักศึกษา หรือพนักงานมาท่องเที่ยวในการ

วางแผนคือ เนื่องจากการจัดทำแผนตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตามนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จะต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งยังขาดในเรื่องการแต่งตั้งคณะกรรมการในการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำแผนพัฒนาการประชาสัมพันธ์นำเสนอในระดับจังหวัด และปัญหาที่พบคือการวางแผนต้องมีการเตรียมในเรื่องงบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การว่างงบประมาณค่าใช้จ่ายไม่มีความชัดเจน ทำให้การทำงานในภาคปฏิบัติไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากงบประมาณไม่เพียงพอกับการใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รวมทั้งปัญหาในการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดฝึกอบรมบุคลากรด้านภาษานั้น งบประมาณในการใช้จ่ายค่าฝึกสอนก็ต้องใช้เพิ่มมากขึ้นด้วย ปัญหาอุปสรรคในการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ คือการร่วมมือกันจากนักการเมืองท้องถิ่น เนื่องจากมีแนวคิด การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดปัญหาในด้านขาดการประสานความร่วมมือจากฝ่ายต่างๆ เช่น ผู้ประกอบการ ชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว นักการเมืองท้องถิ่น เป็นต้น และในด้านของการพัฒนาวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว นั้นยังขาดในเรื่องการพัฒนาบุคลากร/ฝ่ายที่รับผิดชอบในเรื่องของความรู้ในเรื่องของภาษา ความรู้ในเรื่องข้อมูลประวัติของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหารที่อาจเป็นข้อมูลที่ไม่ตรงกัน การอธิบายให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาจึงเกิดความคลาดเคลื่อนกัน

#### กลุ่มพ่อค้า แม่ค้า ผู้ประกอบการ

การประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาท เป็นหน้าที่ของทุกคนในชุมชนที่ต้องมีการประสานงานร่วมมือกัน ด้วยการช่วยกันประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมประเพณีท้องถิ่นที่ทางอำเภอ พระพุทธบาทจัดขึ้น เหมือนเป็นการบอกต่อกันไปในหมู่บ้าน ชุมชนอื่นๆ ให้เข้ามาเที่ยวในอำเภอพระพุทธบาท การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์วัดพระพุทธบาทฯ นั้น ควรจะเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ครอบคลุมนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งชาวไทยและต่างประเทศ และรวมถึงการ สนับสนุนให้นักเรียน ได้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมที่อยู่คู่กับอำเภอเมืองพระพุทธบาทนั้น คือปลูกฝังให้นักเรียนรักในท้องถิ่นช่วยกันอนุรักษ์และพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังอำเภอพระพุทธบาท ให้มากขึ้น

การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผ่านทางวารสารท้องถิ่นทำให้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ได้ทราบข้อมูล กิจกรรมประเพณีของอำเภอพระพุทธบาท และยังรวมไปถึงความรู้เกี่ยวกับประเพณีต่างๆ ของอำเภอพระพุทธบาท ซึ่งทางเราพยายามจะใส่เนื้อหาให้มีประโยชน์ที่สุดสำหรับผู้อ่าน แต่สื่อวารสารท้องถิ่นบางที่ก็ยังไม่ถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ๆ ได้มากนัก ยังต้องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนอื่นๆ ด้วยเพื่อสร้างความถี่และความต่อเนื่อง

การวิเคราะห์ข้อมูลและการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การ  
ท่องเที่ยว กรณีศึกษาวัดพระพุทธรูปมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี พบว่าปัญหาอุปสรรคมา  
จากนักท่องเที่ยวยังรับรู้ข่าวสารจากการจัดกิจกรรมงานของวัดพระพุทธรูปมหาวิหาร ไม่  
ชัดเจนเท่าใดนัก เนื่องจากทางวัด ขาดในเรื่องงบประมาณที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์โดยผ่าน  
ทางสื่อต่างๆ ซึ่งต้องใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายมาก ทำให้ข่าวสารกระจายไปยังนักท่องเที่ยวไม่ทั่วถึง  
การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่างๆนั้นต้องมีการใช้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน พอสมควร  
แต่งบประมาณที่ได้มาล่าช้า ไม่พอกับการดำเนินการ ทำให้การจัดกิจกรรมมีข้อบกพร่องในหลายๆ  
ด้าน ส่วนในด้านการใช้สื่อเพื่อสร้างการรับรู้ข่าวสารนั้น ต้องมีการปรับปรุงเว็บไซต์ต้องมี  
เจ้าหน้าที่ด้านไอทีโดยตรงที่มีความชำนาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ ส่วนการมีส่วนร่วมของ  
ประชาชนนั้นส่วนใหญ่ได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านในการช่วยกันพัฒนาประชาสัมพันธ์อำเภอ  
เมืองพระพุทธรูปเป็นอย่างดี แต่ยังคงขาดการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ในการช่วยอบรมในเรื่อง  
ความรู้ความเข้าใจให้กับชาวบ้าน และในเรื่องวารสารท้องถิ่น จำเป็นในเรื่องของงบประมาณ  
เช่นเดียวกันที่ต้องจัดสรรไว้ในการประชาสัมพันธ์ให้มีความต่อเนื่องเพื่อเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว  
ให้มากที่สุด

## 5.2 การอภิปรายผล

### 1. การกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว  
วัดพระพุทธรูปมหาวิหาร ผู้ให้ข้อมูลต่างระบุว่า การทำงานของผู้นำท้องถิ่นในเมือง  
พระพุทธรูป มีความพร้อมในการกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ แต่ยังคงขาดทักษะในการ  
บริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยบางท่านระบุว่าขาดบุคลากรที่มีความรู้ บางท่านระบุว่าบุคลากร  
มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลต่างๆของวัดพระพุทธรูปมหาวิหารไม่ชัดเจน บางท่าน  
ระบุว่าบุคลากรเจ้าหน้าที่ขาดความเอาใจใส่ในการเรียนรู้เรื่องภาษาต่างถิ่น ภาษาต่างประเทศที่ต้อง  
ใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยว และที่สำคัญการที่เมืองพระพุทธรูปขาดแนวทาง ในการบริหารจัดการ  
ด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพราะถ้าอำเภอเมืองพระพุทธรูปมีแนวทางการบริหาร  
จัดการด้านการประชาสัมพันธ์ ปัญหาดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้น และในส่วนเรื่องความพร้อมในอำเภอ  
เมืองพระพุทธรูป โดยเฉพาะความพร้อมในเรื่องทรัพยากรบุคลากรที่จะนำมาเพื่อปฏิบัติตาม  
นโยบายการประชาสัมพันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่างระบุว่า อำเภอเมืองพระพุทธรูป มีปัญหาเรื่องของ  
งบประมาณที่ใช้ในการปฏิบัติ ตามนโยบายการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนใหญ่

ที่เป็นเช่นนั้นเพราะจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต่างระบุว่า อำเภอเมืองพระพุทธบาทมีปัญหาในแง่ของงบประมาณที่ไม่เพียงพอ และยังมีปัญหาในเรื่องขาดบุคลากร ที่จะมาทำหน้าที่ปฏิบัติตามนโยบายการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดขึ้น

สรุปโดยรวมในการกำหนดนโยบายก็คือหน่วยงานทั้งหมดต้องปรับตัวเข้าหากัน ต้องเรียนรู้จักกัน รู้จักวัฒนธรรมของกันและกัน ไม่ให้เกิดความเครียด ความขัดแย้งที่ไม่พึงปรารถนา นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของวัดพระพุทธบาท ก็คือเมื่อมาเที่ยวจังหวัดสระบุรีแล้ว ยังช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง การปรับปรุงภูมิทัศน์ด้วย จังหวัดสระบุรี ได้กำหนดให้ปี 2551 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรี โดยกำหนดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรีทุกเดือนตลอดปี 2551 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ได้กล่าวไว้ว่า ความรู้เกี่ยวกับการจัดการหรือนิยามเรียกในปัจจุบัน ว่า การบริการจัดการถือว่าเป็นศาสตร์อย่างหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากมาจากการแข่งขันในยุค ไร้พรมแดนหรือยุค โลกาภิวัตน์ ที่จะต้องจัดระบบการบริหารจัดการให้องค์การมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ สุรินทร์ คล้ายจินดา (2539) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วม ของประชาชนในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาจังหวัดสุโขทัย โดยทำการศึกษา ประชาชนในหมู่บ้านจำนวน 10 หมู่บ้าน ในตำบลเมืองเก่าที่เป็นที่ตั้งของอุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัยพบว่า มีปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ คือ การบริหารงานที่ขาดประสิทธิภาพ การข้อมูลการจัดการผลประ โยชน์ที่ไม่เป็นธรรม การขาดการประสานงาน และความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน

## 2. การกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์

ผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาการปฏิบัติการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษา วัดพระพุทธบาท ราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ในการปฏิบัติการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนใหญ่ผู้นำท้องถิ่นและบุคคลที่เกี่ยวข้องได้มีการ จัดทำแผนงาน โครงการส่งเสริมสนับสนุนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระ พุทธบาทอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากส่วนใหญ่ให้ความสนใจในเรื่องการปฏิบัติตามแผนการ ประชาสัมพันธ์ ศักยภาพของการท่องเที่ยวภายใน วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร โดยเฉพาะ ศักยภาพทางด้านการรองรับการท่องเที่ยวที่ศักยภาพเหล่านี้ยังไม่กว้างขวาง เพราะดังได้กล่าว มาแล้วว่า ทรัพยากรของอำเภอเมืองพระพุทธบาท ไม่ว่าจะเป็นงบประมาณ บุคลากร มีปัญหา การ ชักจูงให้ชุมชน องค์กรชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมกับองค์กรท้องถิ่น ยังทำได้ไม่ดีผลจึงทำให้ขีด ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวตามแผนการประชาสัมพันธ์ จึงทำได้ยังไม่ดีนัก ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎี ของ สะอาด ตันสุขผล (อ้างในวิรัช สภีร์ตันกุล, 2535) ให้คำจำกัด

ความว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ในอันที่จะสร้างหรือพึงให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้สถาบัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงาน ไปได้ผลดี ชัดแจ้งกับปิยะวดี หิริกมล (2545:บทคัดย่อ) ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษาพบว่า การเดินทางไปจังหวัดสุโขทัยเพื่อศึกษาหาความรู้ทางประวัติศาสตร์ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน ประทับใจในความสวยงาม แต่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และจะกลับไปเที่ยวอีกแน่นอน ระหว่างมูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวนั้นพบว่า มูลเหตุจูงใจด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า จังหวัดสุโขทัยมีความพร้อมในเรื่องของสถานที่ เป็นสิ่งโดดเด่นที่ดึงดูดใจสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

### 3. การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกรณีศึกษาวัดพระพุทธบาท ราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี พบว่า ทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ใช้สื่อมวลชนเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆที่ทางอำเภอเมืองพระพุทธบาทจัดขึ้น แต่ในขณะที่เกี่ยวกับการใช้สื่อ ในการประชาสัมพันธ์ยังเข้าไม่ถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากนัก เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่องและขาดการประสานงานที่ดีกับสื่อมวลชน ขาดงบประมาณ ขาดบุคลากรที่ช่วยประสานงาน การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนยังขาดคุณภาพมาตรฐาน ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทำให้ไม่ได้รับความสนใจจากสื่อเท่าที่ควร จะเห็นได้ว่าปัญหาอุปสรรคดังกล่าวที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ เกิดจากการความรู้ของผู้นำท้องถิ่นในด้านการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎี ของ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2532) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อบุคคลไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ ดังนั้น การที่นักท่องเที่ยวจะสามารถรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวัดพระพุทธบาทเพิ่มขึ้นนั้น ต้องเพิ่มงบประมาณเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆให้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ฮารยา วรณประเสริฐ (2542) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของประเทศไทย ในสายตานักท่องเที่ยวชาว

ต่างประเทศนักท่องเที่ยว มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจในระดับต่ำมาก และมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลาง สื่อเฉพาะกิจสามารถจูงใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยได้สูงที่สุด รองลงมาคือ สื่อมวลชน และสื่อบุคคลตามลำดับ และทวีปที่เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับ การเปิดรับข่าวสาร จากสื่อเฉพาะกิจ ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

### 5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ที่มีคือนักท่องเที่ยว ควรมีการอบรมเชิงปฏิบัติการกับบุคลากรเจ้าหน้าที่ในการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้แก่ บุคลากรของอำเภอเมืองพระพุทธบาท ที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ของอำเภอเมืองพระพุทธบาท โดยสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐ และเอกชนในท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมืองพระพุทธบาท ตั้งอยู่เป็นผู้ให้การอบรมเชิงปฏิบัติการดังกล่าว รวมไปถึงการจัดทำคู่มือการให้ความรู้ ทักษะประสบการณ์แก่ผู้นำท้องถิ่น อำเภอเมืองพระพุทธบาท บุคลากรของอำเภอเมืองพระพุทธบาท เจ้าหน้าที่ภายในวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในชุมชนควบคู่กันไป โดยคู่มือดังกล่าวอาจจะมีการจัดทำโดยทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่นร่วมกันรับผิดชอบ

2. การสร้างความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี ควรมีการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เหมาะสมและตรงกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด โดยจัดสรรในเรื่องของงบประมาณเพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อมวลชน เพื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มากที่สุดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องให้มีการประสานงานกับทางสื่อมวลชน และอธิบายถึงวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนต่อการเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ให้กับสื่อมวลชนเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันทั้งสองฝ่าย

3. เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งความรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่งดงามของไทย อันเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ และเสริมรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับเรื่องนี้แนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ ทางหน่วยงานองค์กรท้องถิ่นประสานงานกับทาง



สำนักงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองพระพุทธบาท และทางผู้นำชุมชนเองต้องมีการจัดสรรงบประมาณของชุมชน โดยเป็นการส่งเสริมรายได้ ผลผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อเป็นการส่งเสริมรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นอีกด้วย

4. ข้อเสนอด้านนโยบายที่มีการกำหนดขึ้นมาจากการศึกษานี้ ควรนำมาปรับใช้เป็นแผนแม่บทต่อไป แม้แต่มีการเปลี่ยนผู้บริหารองค์กรท้องถิ่น แต่ยังสามารถนำนโยบายนี้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์อำเภอเมืองพระพุทธบาทต่อไปให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

#### **ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป**

1. ควรทำการวิจัยเรื่องศักยภาพการทำงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ใน อำเภอเมืองพระพุทธบาทขององค์กรท้องถิ่น กรณีศึกษา วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่างๆ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรีอโยธยา ชุมชนเกาะเกร็ด เป็นต้น ว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีรูปแบบการสื่อสารการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางใด เพื่อนำมาเป็นแนวทางประยุกต์ใช้กับวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหารต่อไป

## ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**  
**ประวัติความเป็นมา**

## ประวัติความเป็นมา วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

จังหวัดสระบุรี เมืองอันเป็นที่ประดิษฐานรอยพระพุทธบาทที่คนทั้งหลายรู้จักกันดีนั้น มีประวัติความเป็นมาของเมืองที่ได้บันทึกไว้ว่า สร้างเมื่อประมาณ พ.ศ. 2092 ในรัชกาลสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ กษัตริย์องค์ที่ 16 สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ถ้านับเวลาจนถึงปัจจุบันเป็นเวลาได้ 440 ปีเศษมาแล้ว เป็นเมืองที่สร้างไว้เพื่อใช้เป็นที่รวบรวมผู้คนในเวลาเกิดศึกสงคราม ตัวเมืองเก่าเดิมตั้งอยู่ที่ตำบลศาลารี (ขณะนี้เรียกว่าตำบลเมืองเก่า) อยู่ในท้องที่อำเภอเสนาให้ ครั้นต่อมา พ.ศ. 2439 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าฯ เสด็จอยู่หัว รัชกาลที่ 5 แห่งบรมราชจักรีวงศ์ โปรดให้เปิดทางรถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือขึ้นไปยังจังหวัดนครราชสีมา จึงโปรดให้ย้ายที่ตั้งศาลากลางจังหวัดสระบุรี มาตั้ง ณ ตำบลปากเพรียว อำเภอเมือง ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งจังหวัดในปัจจุบัน

ชื่อของเมืองสระบุรี มีปรากฏในหนังสือพระราชพงศาวดารเป็นครั้งแรกในแผ่นดินสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ เมื่อคราวที่พระเจ้าหงสาวดียกทัพมาล้อมกรุงศรีอยุธยา พระเจ้ากรุงศรีสัตนาคินหุดยกกองทัพเมืองเวียงจันทน์ลงมาช่วยไทย เคนกองทัพเลียบลำน้ำป่าสักลงมา พระเจ้าหงสาวดีให้พระมหาอุปราชคุมกองทัพไปข่มเพื่อคอยโอบคอบอยู่ที่เมืองสระบุรี แล้วตีกองทัพกรุงศรีสัตนาคินหุดแตกกลับไปเมื่อ พ.ศ. 2112 เพราะฉะนั้น จึงทำให้เข้าใจว่าเมืองสระบุรี น่าจะก่อตั้งก่อน พ.ศ. นี้

สมเด็จพระยาคัณธาราชานุภาพ ทรงสันนิษฐานไว้ในหนังสือเที่ยวตามทางรถไฟว่า ดังนี้

“เมื่อในแผ่นดินสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ พระราชบิดาของสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ นั้น พระเจ้าหงสาวดียกกองทัพเข้ามาตีกรุงศรีอยุธยา เมื่อ พ.ศ. 2091 ในสมัยนั้น มีเมืองป้อมปราการเป็นเขื่อนขัณฑ์กันราชธานีอยู่ทั้ง 4 ทิศ คือ เมืองสุพรรณบุรีอยู่ทางทิศตะวันตก เมืองลพบุรีอยู่ทางทิศเหนือ เมืองนครนายกอยู่ทางทิศตะวันออก และเมืองพระประแดงอยู่ทางทิศใต้ กองทัพพระเจ้าหงสาวดี ยกเข้ามาทางด่านเจดีย์สามองค์ ข้างทิศตะวันตก กองทัพไทยจึงไปตั้งอยู่ที่เมืองสุพรรณบุรีรับข้าศึกไม่อยู่ต้องถอยเข้ามาเอาพระนครศรีอยุธยาเป็นที่ตั้งมั่นจึงได้ชัยชนะ เป็นเหตุให้เห็นว่าเมืองที่ตั้งเป็นเขื่อนขัณฑ์กันพระนครนั้น หาเป็นประโยชน์ดังคาดมาแต่ก่อนไม่ ที่สร้างป้อมปราการไว้ ถ้าข้าศึกเอาเป็นที่มั่นสำหรับทำการสงครามแรมปีตีพระนคร ก็จะกลับเป็นประโยชน์แก่ข้าศึก จึงให้รื้อป้อมปราการเมืองสุพรรณบุรี เมืองลพบุรี และเมืองนครนายกเสียทั้ง 3 เมือง คงไว้แต่ที่เมืองพระประแดง ซึ่งรักษาปากทางน้ำ อีกประการ 1 เห็นว่าที่รวบรวมผู้คนในเวลา

เกณฑ์ยังมีน้อยแห่งนัก จึงได้ตั้งตัวเมืองเพิ่มเติมขึ้นอีกหลายเมืองสำหรับเป็นที่รวบรวมผู้คน เพื่อจะได้เรียกกระดมมารักษาพระนครได้ทันทั่วทั้งในเวลาการสงครามมีมาอีก เมืองที่ตั้งใหม่ครั้งนั้น ระบุชื่อไว้ในหนังสือพระราชพงศาวดารแต่ทางทิศใต้กับทิศตะวันตก คือเมืองนนทบุรีเมือง 1 เมืองสาครบุรี (สมุทรสาคร) เมือง 1 และเมืองนครไชยศรีเมือง 1 แต่ทางทิศอื่นหาได้กล่าวไม่ เมืองสระบุรี (และเมืองฉะเชิงเทรา) เห็นจะตั้งขึ้นในครั้งนี้นั่นเอง คือตั้งเมื่อราว พ.ศ. 2092 ก่อนปรากฏชื่อในหนังสือพระราชพงศาวดารเพียง 20 ปี เหล่าเมืองที่ตั้งครั้งนั้นเป็นแต่สำหรับรวบรวมผู้คนดังกล่าวมา จึงกำหนดแต่เขตแดนมิได้สร้างบริเวณเมือง ผู้รังตั้งจวนอยู่ที่ไหนก็ชื่อว่าเมืองตั้งอยู่ตรงนั้น ไม่เห็นเหมือนเมืองที่ตั้งมาแต่ก่อน เช่น เมืองราชบุรีและเมืองเพชรบุรี เป็นต้น เมืองตั้งสำหรับรวบรวมคนเช่นว่ามานี้ก็หลายเมือง เพิ่งมาตั้งบริเวณเมืองประจำที่ทั่วกันต่อเมื่อรัชกาลที่ 5 กรุงรัตนโกสินทร์”

หลังจาก พ.ศ. 2112 นี้ไปแล้ว ก็ไม่มีเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองสระบุรีอีก นอกจากเรื่องการพบรอยพระพุทธรูปในแขวงเมืองสระบุรี ในรัชกาลของสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม ซึ่งสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม โปรดให้กำหนดเขตท้องที่โดยวัดแค่รอยพระพุทธรูปออกไปด้านละ 1 โยชน์ (16 กิโลเมตร) แล้วทรงตั้งเป็นเมืองพระพุทธรูปขึ้น จัดเป็นเมืองชั้นจัตวาขึ้นกับกรุงศรีอยุธยา และเป็นเมืองเรื่อยมาจนถึงรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เมื่อคราวที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าฯ เสด็จอยู่หัว โปรดให้จัดการปกครองหัวเมืองแบบใหม่ โดยจัดตั้งเป็นมณฑลเทศาภิบาลขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2437 จึงยุบเมืองพระพุทธรูปตกลงเป็นอำเภอ และโปรดให้ขึ้นอยู่กับเมืองสระบุรีตามเดิม

ในแผ่นดินสมเด็จพระเพทราชา ได้เกิดขบถขึ้นทางเมืองสระบุรี คือมีชาวมืองนครนายก ชื่อ “ธรรมเสถียร” ปลอมเป็นเจ้าฟ้าอภัยทศ พระราชอนุชาของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เข้าไปรวบรวมผู้คนอยู่ในเมืองนี้ เมื่อได้กำลังไพร่พลพอสมควรแล้วก็ยกเป็นกองทัพเข้าไปยังกรุงศรีอยุธยา แต่ถูกทหารรักษากรุงในความควบคุมของหลวงสรศักดิ์ตีพ่ายกลับไป และต่อมาในรัชกาลนั้น พระยาชมราช เจ้าเมืองนครราชสีมาเป็นขบถตั้งแข็งเมืองไม่ยอมขึ้นกรุงศรีอยุธยา กองทัพกรุงศรีอยุธยายกขึ้นไปปราบปราม ปรากฏว่าเดินกองทัพทางเมืองสระบุรีขึ้นทางคงพญาไฟ (คงพญาเย็น) เป็นครั้งแรก เนื่องจากทางนี้เป็นทางใกล้กว่าทางอื่น แม้จะปรากฏว่าทางคงพญาไฟนี้จะป็นทางที่มีระยะสั้นกว่าทางอื่นก็ตาม แต่ในสมัยโบราณไม่ปรากฏว่าเคยเดินทัพผ่านทางเมืองสระบุรีเข้าทางคงพญาไฟนี้เลย ทั้งนี้คงจะเป็นด้วยในสมัยนั้น เมืองสระบุรีคงจะเป็นเมืองกันดารและมีไข้ชุกชุมก็ได้ เรื่องราวเกี่ยวกับเมืองสระบุรี ในสมัยกรุงศรีอยุธยาเท่าที่ปรากฏในหนังสือพระราชพงศาวดารมีเพียงเท่านี้

ต่อมาในสมัยกรุงธนบุรี มีข้าศึกยกมาตีเมืองเวียงจันทน์ซึ่งเป็นราชธานีของกรุงศรีสัตนาคณหุด พวกชาวเมืองเวียงจันทน์พากันอพยพหนีพม่าลงมาเมืองนครราชสีมาเป็นอันมาก สมเด็จพระเจ้า ขกลมมาทางเมืองนครราชสีมา เมื่อ พ.ศ. 2369 ลวงเจ้าเมืองกรมการรายทางว่า มีท้องตราขึ้นไปให้ลงมาช่วยต่อสู้อังกฤษรักษาพระนคร เจ้าเมืองกรมการรายทางสำคัญว่าจริง ก็จ่ายเสบียงอาหารให้กองทัพเมืองเวียงจันทน์จนลงมาถึงเมืองนครราชสีมา ขณะนั้นเสด็จพระขานนครราชสีมา กับพระยาปลัด ไปจัดราชการอยู่ทางเมืองขุนขันธ์ทั้ง 2 คน เจ้าอนุก็เข้ายึดเอาเมืองนครราชสีมาไว้แล้วให้เจ้าราชวงศ์ยกกองทัพลงมาถึงเมืองสระบุรี ด้วยเข้าใจว่าพวกลาวชาวเมืองสระบุรีจะเข้าด้วยทั้งหมด ชาวที่เจ้าอนุคิดมิชอบทราบถึงกรุงเทพฯ ไม่ช้ากองทัพเจ้าราชวงศ์ก็ลงมาถึงเมืองสระบุรีทางกรุงเทพฯ ยังไม่ได้ความตระหนักว่ากองทัพพวกเหล่าร้ายขกลมมากน้อยเท่าใด ต้องเตรียมการป้องกันพระนครเป็นการด่วน คั้งค่ายรายมาแต่ทุ่งสามเสนจนถึงทุ่งวัวลำพอง (คือตำบลหัวลำโพงในปัจจุบันนี้) แต่ครั้งนั้น พวกลาวชาวเมืองสระบุรีหาเข้ากับเจ้าอนุทั้งหมดไม่ เจ้าราชวงศ์เห็นจะทำการ ไม่สมประสงค์ ก็ให้เก็บทรัพย์จึ่งราษฎรชาวเมืองสระบุรีเป็นเชลย กวาดค้อนกลับไปยังเมืองนครราชสีมา ฝ่ายกรุงเทพฯ เมื่อเตรียมกองทัพพร้อมแล้ว พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดให้กรมพระราชวังบวรมหาดคีฬเสพเป็นจอมพลยกกองทัพขึ้นไปปราบพวกเหล่าร้ายเวียงจันทน์ กรมพระราชวังบวรฯ ไปตั้งประชุมพลที่ท่าเรือพระพุทธบาท แล้วเสด็จยกขึ้นไปเมืองนครราชสีมาทางเมืองสระบุรีและคงพญาไฟ มีกองทัพยกไปทางอื่นด้วยอีกหลายทาง แต่เจ้าอนุหารอดต่อสู้ไม่ พอรู้ว่ากองทัพกรุงเทพฯ เตรียมจะยกขึ้นไปก็รีบถอยหนี กองทัพกรุงเทพฯ ติดตามขึ้นไปตีได้เมืองเวียงจันทน์ และจับตัวเจ้าอนุ ได้ในที่สุด การเดินทางเมืองสระบุรีตามแบบโบราณเช่นกล่าวมานี้ มีมาจนถึงรัชกาลที่ 5 กองทัพเจ้าพระยามหินทรศักดิ์ธำรงยกขึ้นไปคราวปราบฮ่อเมื่อ พ.ศ. 2418 ไปตั้งประชุมพลที่ตำบลหาดพระยาตดแล้วเดินทางขึ้นไปทางคงพญาไฟเป็นครั้งสุดท้าย

อนึ่ง จังหวัดสระบุรี เป็นที่พระเจ้าแผ่นดินเสด็จประพาสมาแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยา เพราะมีมหาเจดีย์สถานและอยู่ใกล้ราชธานี แต่มาถึงชั้นกรุงรัตนโกสินทร์ ราชธานีอยู่ห่างลงมาข้างใต้ จึงมิได้เป็นที่เสด็จประพาสดังแต่ก่อน เป็นแต่ที่ประชุมชนไปนมัสการพระพุทธบาทและพระพุทธฉายในเวลาเทศกาลประจำปีมิได้ขาด มาจนถึงรัชกาลที่ 4 จึงกลับเป็นที่เสด็จประพาสมาจนทุกวันนี้ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้เสด็จไปหลายครั้ง พระบาทสมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดทำเล ที่ประพาสจังหวัดสระบุรีจนถึงสร้างวังขึ้นที่ตำบลสีทา ทางฝั่งตะวันตกแม่น้ำป่าสัก แล้วเสด็จขึ้นไปประทับสำราญพระอิริยาบถแทบทุกปีจนตลอดพระชนมายุ ได้ทรงสร้างเครื่องแต่งถ้ำและสิ่งอื่นๆ ไว้ที่เขาคอกข้างหลังบ้านสีทา ยังปรากฏอยู่จนบัดนี้ก็มี ในรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ก็เสด็จไปประพาสจังหวัดสระบุรีเนื่องๆ เมื่อยัง

ไม่ได้ทำทางรถไฟได้เสด็จไปโดยทางบก แต่เขาพระพุทธบาทไปทางจังหวัดสระบุรี นครนายก จนถึงจังหวัดปราจีนบุรีครั้ง 1 ได้เสด็จไปทางเรือ ประพาสลำน้ำป่าสักขึ้นไปจนถึงตำบลหินซ้อครั้ง 1 ในเวลาเมื่อกำลังสร้างทางรถไฟ และเมื่อสร้างทางรถไฟแล้ว ก็เสด็จ ไปอีกหลายครั้ง พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลปัจจุบันนี้ (พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6) ก็ได้โปรดเสด็จไปประพาสจังหวัดสระบุรีมาตั้งแต่ดำรงพระยศเป็นสมเด็จพระยุพราช ได้เคยเสด็จประพาสคงคณาไฟ และที่ที่เขาค้ออื่นแทบทั่วทุกแห่งตั้งแต่มีทางรถไฟแล้ว ยังมีผู้ชอบเที่ยวจังหวัดสระบุรีมากขึ้นกว่าแต่ก่อน เป็นต้นว่า ในเวลาเทศกาลขึ้นนมัสการพระพุทธบาทและพระพุทธราย จำนวนคนมากขึ้นกว่าแต่ก่อน จนถึงต้องเดินรถไฟพิเศษรับส่งคนโดยสารทุกปี”

มีเรื่องเกี่ยวกับจังหวัดสระบุรี ซึ่งสมควรนำมากล่าวรวมไว้ในที่นี้อีกอย่างหนึ่ง คือน้ำเบญจสุทธคงคาที่พระมหากษัตริย์ราชวงศ์ของประเทศไทยทรงใช้สร้างมูรธาภิเษกแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ได้ใช้น้ำในแม่น้ำสำคัญ 5 สาย ด้วยกัน และได้เลือกดักที่ตำบลซึ่งเห็นว่า มีน้ำใสสะอาด คือแม่น้ำป่าสัก ซึ่งอยู่ในเขตจังหวัดสระบุรี ดักที่ตำบลท่าราบ แม่น้ำบางปะกงดักที่ตำบลดาวดึงส์ แม่น้ำเพชรบุรีดักที่ตำบลท่าไชย และแม่น้ำเจ้าพระยาดักที่ตำบลบางแก้ว และในพระราชพิธีบรมราชาภิเษกพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบันก็ใช้ดักน้ำในแม่น้ำทั้งห้านี้เหมือนกัน (บุญเลิศ เสนานนท์, 2538:9-19)

### พระพุทธบาท : เมืองพระพุทธศาสนา

พระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี ประดิษฐาน ณ ไหล่เขาสุวรรณบรรพต ปัจจุบันเรียกว่าเขาตั้งพันศรี หรือเขาโพธิลังกา ตั้งอยู่ในท้องที่ตำบลขุนโขลน อำเภอพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี พบสมัยกรุงศรีอยุธยา รัชกาลของสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม (ระหว่าง พ.ศ. 2163 — 2171) คือประมาณ 370 กว่าปีมาแล้ว เรื่องราวเกี่ยวกับพระพุทธบาท ได้กล่าวไว้แล้วโดยละเอียด ในหนังสือประวัติวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ในที่นี้จะกล่าวโดยย่อพอเป็นสังเขป

ตามพระราชพงสาวดารกรุงศรีอยุธยา กล่าวว่าในสมัยพระเจ้าทรงธรรม มีพระภิกษุสงฆ์ไทยคณะหนึ่ง เดินทางไปประเทศลังกา เพื่อไปบวชเรียนพระพุทธบาทที่เขาสุมนภู พระสงฆ์ชาวลังกาสอบถามพระสงฆ์ไทยว่า เหตุใดจึงต้องเดินทางมาถึงลังกาทวีป ในเมื่อประเทศไทยเองก็มีรอยพระพุทธบาทอยู่แล้ว ที่เขาสุวรรณบรรพต พระภิกษุสงฆ์คณะนั้น เมื่อเดินทางมาจึงได้นำความทูลพระเจ้าทรงธรรม พระองค์จึงโปรดเกล้าฯ ให้หัวเมืองต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสอบค้นตามภูเขา

ต่อมา ผู้ว่าราชการเมืองสระบุรี สืบความได้จากนายพรานบุญว่า พบรอยพระพุทธบาทอยู่บนไหล่เขาสุวรรณบรรพต พระเจ้าทรงธรรมจึงเสด็จออกไปทอดพระเนตรด้วยพระองค์เอง เห็น

รายนันแล้วก็ทรงแน่พระทัยว่า เป็นรอยพระพุทธรูป เพราะมีลักษณะต่างๆ ตรงกับที่พระสงฆ์  
ลังกาแจ้งมา ก็ทรงมีพระทัยโสมนัสศรัทธายิ่งนัก โปรดเกล้าฯ ให้ช่างก่อสร้างเป็นคฤหาสน์น้อย  
สวมรอยพระพุทธรูปไว้ชั่วคราวก่อนแล้ว เสด็จกลับกรุงศรีอยุธยา จึงทรงเริ่มงานสถาปนาคฤหาสน์ที่  
พระพุทธรูปขึ้นเป็น “พระมหาเจดีย์สถาน” โปรดให้สร้างเป็นมณฑปยอดเศวตฉัตร ๗ รอยพระ  
พุทธรูป กำหนดเป็น พุทธเจดีย์ และสร้างปูชนียวัตถุต่างๆ เช่น พระพุทธรูป พระอุโบสถ พระ  
วิหาร เป็นต้น และยังทรงพระราชอุทิศที่ดินโชนหนึ่งโดยรอบรอยพระพุทธรูป ถวายเป็นพุทธ  
บูชา โปรดให้สร้างพระราชนิเวศน์ที่เชิงเขา สำหรับเป็นที่ประทับเวลาเสด็จไปทรงนมัสการพระ  
พุทธรูป อีกทั้งยังโปรดเกล้าฯ ให้ตัดทางสร้างถนนตั้งแต่ท่าเรือขึ้นไปจนถึงเขาสุวรรณบรรพต  
เพื่อให้มหาชนทั้งหลายเดินทางไปนมัสการได้โดยสะดวก แม้ในรัชสมัยต่อๆ มา จนถึงกรุง  
รัตนโกสินทร์ พระพุทธรูปก็ได้รับพระบรมราชูปถัมภ์ก่อสร้างปฏิสังขรณ์เพิ่มเติมอีกมากมาย อีกทั้ง  
เป็นที่เสด็จพระราชดำเนินไปทางนมัสการพระพุทธรูปแทบทุกรัชกาล รวมความว่าพระพุทธรูป  
บาทสระบุรีนี้ เป็นปูชนียสถานอันสำคัญประจำประเทศไทย เป็นมรดกสมบัติชิ้นเอกของชาติและ  
พระศาสนา เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย เป็นที่เคารพสักการะของพุทธศาสนิกชนโดยทั่วไป

พระพุทธรูป อยู่ห่างจากตัวจังหวัดสระบุรีไปตามถนนพหลโยธินประมาณ 29 กิโลเมตร  
มีถนนสายคู่ซึ่งตัดแยกจากถนนพหลโยธินเข้าไปอีกประมาณ 2 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางจาก  
จังหวัดสระบุรีเพียง 40 นาทีเท่านั้น ก็ไปนมัสการได้ หรือถ้าไปจากกรุงเทพฯ จะตรงไปยังพระ  
พุทธรูปที่เดียวก็ได้ ซึ่งปัจจุบันการคมนาคมสะดวกรวดเร็ว ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง  
ครึ่งเท่านั้น

รอยพระพุทธรูป มีลักษณะเป็นรอยอยู่ในศิลารูปลักษณะเหมือนรูปเท้าของมนุษย์ มีขนาด  
กว้าง 21 นิ้ว ยาว 5 ฟุต ลึก 11 นิ้ว ประดิษฐานภายในมณฑปน้อยอันมีพระมณฑปใหญ่ครอบไว้อีก  
ชั้นหนึ่ง เมื่อเดินทางมาตามถนนสายคู่ จะมองเห็นยอดพระมณฑปตั้งเด่นเป็นสง่าอยู่บนไหล่เขา  
นับเป็นสถาปัตยกรรมที่พระมหากษัตริย์ราชเจ้าของไทย ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงสมัยกรุง  
รัตนโกสินทร์นี้ ทรงโปรดให้สร้างและซ่อมด้วยฝีมือช่างอันประณีตยิ่งนัก ภูมิประเทศในบริเวณ  
พระพุทธรูปสวยงามน่าชม มีแมกไม้ชานาพันธุ์ปลูกไว้ให้ความร่มรื่นอยู่ทั่วบริเวณ นอกเขต  
บริเวณออกไปก็มีห้วยละหานลำธารเขาตลอดจนถ้ำต่างๆ มากมาย เหมาะแก่การทัศนอาบ  
อย่างยิ่ง



## งานเทศกาลนมัสการพระพุทธบาท

เทศกาลงานไหว้รอยพระพุทธบาท เมื่อพระเจ้าทรงธรรม ทรงสร้างพระมณฑปและพระอารามขึ้นแล้ว ทรงกำหนดงานเทศกาลสำหรับมหาชนไปนมัสการพระพุทธบาทในเดือน 3 ครั้งหนึ่ง เดือน 4 ครั้งหนึ่ง เป็นประเพณีแต่นั้นมา

ปัจจุบันกำหนดว่า ปีใดวันตรุษจีนตรงกับเดือน 3 ปีนั้น เปิดงานนมัสการในวันขึ้น 1 ค่ำ เดือน 3 ไปสิ้นสุดวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 รวม 15 วัน ถ้าตรุษจีนเลื่อนไปเดือน 4 จะเปิดงานวันขึ้น 1 ค่ำ เดือน 4 ถึงวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 4 รวม 15 วัน เช่นเดียวกับเดือน 3 ที่ประจวบกับวันตรุษจีน ดังกล่าวนั้น ชาวจีนไปนมัสการแต่วันขึ้น 1 ค่ำเป็นต้นไป ถึงกลางเดือน ขึ้น 8 ค่ำ โดยมากเป็นชาวไทย ในช่วงงานเทศกาลประจำปีจะมีประชาชนทั้งในจังหวัดสระบุรี จังหวัดใกล้เคียง หรือแม้แต่จังหวัดที่ไกลออกไปเป็นจำนวนหลายแสนคนพากันหลังไหล ไปนมัสการพระพุทธบาทกันอย่างคับคั่ง พระมหากษัตริย์ในกรุงศรีอยุธยา ตั้งแต่พระเจ้าทรงธรรมลงมาตลอดจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ ปรากฏว่าได้เสด็จไปนมัสการพระพุทธบาทกันทุกพระองค์ นับว่าพระพุทธบาทเป็นปูชนียสถานอันสำคัญที่สามารถเรียกร้อยประชาชนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ไปนมัสการและไปชมทุกปี

ในสมัยโบราณถือกันว่า ถ้าผู้ใดไปนมัสการพระพุทธบาทที่จังหวัดสระบุรีนี้ ครบ 3 ครั้งแล้ว เมื่อตายไปก็จะได้ขึ้นสวรรค์ทุกคน แต่คดีอันนี้ในปัจจุบันได้เลือนรางไปหมดแล้ว เพราะการไปนมัสการพระพุทธบาทในปัจจุบันไม่ลำบากยากเย็นเหมือนแต่ก่อน การเดินทางจากกรุงศรีอยุธยาไปยังพระพุทธบาทในสมัยนั้นจะต้องใช้เวลาตั้ง 2 วัน จะต้องเดินทางทั้งทางเรือและทางบก ซึ่งนับว่าเป็นทางทุรกันดารอย่างยิ่ง และในบริเวณพระพุทธบาทก็เป็นป่าดง จะหาบ้านคนสักหลังก็หาได้ยาก แต่ถึงกระนั้นทุกคนก็มุ่งที่จะไปนมัสการพระพุทธบาท ผู้ที่เข้าไปภายในพระมณฑปด้วยกุศลเจตนา ย่อมได้พุทธานุสติ แม้เดินทางไปด้วยเหนื่อยยากลำบาก หากได้สักการบูชาแล้ว ก็หายเหนื่อยได้ ผลดีในด้านจิตใจ ปัจจุบันพระพุทธบาทไม่เปลี่ยวเหมือนแต่ก่อน เนื่องจากมีบ้านช่องผู้คนอาศัยอยู่เนืองแน่นเต็มไปหมด และยิ่งกว่านั้นท่านยังสามารถนั่งรถยนต์ไปได้จนถึงลานพระพุทธบาททีเดียว ปัจจุบันทางวัดได้อำนวยความสะดวกจัดสถานที่บริการอย่างสุขอนามัย ห้างน้ำห้องส้วม บริเวณจอร์แดนมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลรักษา อาคารร้านค้าสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ จัดไว้อย่างเป็นสัดส่วนน่ารื่นรมย์ยิ่งนัก

การตกแต่งเสริมแต่งบริเวณพระพุทธบาท เพื่อให้สวยงามสมกับเป็นปูชนียสถานที่สำคัญของประเทศนั้น ได้ทำติดต่อกันมาหลายรัชกาลนับแต่สมเด็จพระเจ้าทรงธรรมลงมา ในสมัยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง (พ.ศ. 2173 — 2198) โปรดให้ตัดแปลงและตกแต่งภูมิประเทศในบริเวณ

พระพุทธบาทหิังคฆาม เช่น ที่ธารทองแดง แล้วโปรดให้สร้างพระตำหนักที่ประทับเพิ่มขึ้นอีกแห่งหนึ่งที่ธารเกษม เพื่อทรงใช้ในเวลาเสด็จประพาส และโปรดให้ขุดบ่อน้ำทำศาลารายตามริมถนนที่จะไปยังพระพุทธบาท สำหรับให้ประชาชนได้พักอาศัยและรับประทานน้ำด้วยความกระหายเป็นระยะๆ ไป

โดยเหตุที่ในบริเวณพระพุทธบาทมีพื้นเป็นที่ดอน ไม่มีแม่น้ำลำคลองไหลผ่าน เพราะฉะนั้น หน้าแล้งจึงกันดารน้ำ ไม่สะดวกแก่ประชาชนจำนวนมากที่จาริกไปชมนมัสแสงบุญกันอยู่ในบริเวณนั้น สมเด็จพระนารายณ์มหาราช จึงโปรดให้สร้างอ่างแก้วเก็บน้ำขึ้นที่เชิงเขาพระพุทธบาทแห่ง 1 เรียกกันว่า อ่างแก้ว และก่อดันน้ำตามไหล่เขา ให้น้ำฝนไหลลงไปในอ่างนั้น เพื่อให้ประชาชนได้อาศัยใช้บริโภค อ่างเก็บน้ำและคันกันน้ำซึ่งสร้างขึ้นในครั้งนั้นยังคงปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน

## อำเภอพระพุทธบาท

### อำเภอที่มีคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรม

วันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ.2499 ได้มีพระราชกฤษฎีกา ประกาศยกฐานะกิ่งอำเภอพระพุทธบาท ขึ้นเป็น อำเภอพระพุทธบาท มีโบราณสถานที่ยุทธศิลปากร ได้จัดเป็นแหล่งศึกษาความรู้และสถานที่ท่องเที่ยวอันทรงคุณค่าอย่างยิ่งซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว ดังนี้

#### ตำบลขุนโขลน

ที่ตั้งวัดพระพุทธบาท ราชวรมหาวิหาร

1. พระพุทธบาท รอยพระพุทธบาท พระมณฑป พระวิหาร ฯลฯ
2. พระราชวังโบราณ (ตำหนักท้ายพิภูล) รากฐานพระที่นั่งต่างๆ
3. คันกันน้ำ (ท่านบศรีชนนชัย) รากกำแพงและท่อ
4. ธารทองแดง เขื่อนกันน้ำ
5. ตำหนักธารเกษม รากฐานตำหนักและรากเกย
6. ตำหนักสระขอบ รากฐานตำหนักและรากเกย
7. ถ้ำวิมานจักรี พระปรมาภิไธยย่อ จปร. ที่ผนังถ้ำ
8. ถ้ำประทุน พระเจดีย์ พระพุทธรูปพระฉาย
9. ถ้ำระฆัง พระพุทธรูปศิลา

10. ถ้ามหาสนุก เทวรูปปูนปั้น พระสังกัจจายน์ พระปรมาภิไธย จปร. เหนือปากถ้ำ
11. เจ้าพ่อเขาคอก เทวรูปปูนปั้น 2 องค์

#### ตำบลพูกว่าง

12. ถ้ำพระบาทใหญ่ พระพุทธรูปทำด้วยหินทราย ชิ้นส่วนพระพุทธรูปหินทราย ศิลากำหลักนูนสูง รูปบุคคลชี้หงส์ (ชำรุด)

โบราณสถานที่สำคัญทั้ง 12 แห่ง บำรุงรักษาดูแลโดยกลุ่มอาสาสมัครท้องถิ่นในการดูแลรักษามรดกทางศิลปวัฒนธรรม (อส.มศ.) และ โรงเรียนเมธาวิรุฬหวิทยาคม

### ชุมชนข้างวัดพระพุทธรูปราชวรรมหาวิหาร

สำหรับนักท่องเที่ยว ที่มีโอกาสเที่ยวชมวัดพระพุทธรูปราชวรรมหาวิหาร หากท่านมีเวลาพอที่จะชื่นชมและรับรู้ถึงวิถีชีวิตของชุมชนชาววัดพระพุทธรูปราชวรรมหาวิหาร สถานที่ที่น่าสนใจมีอยู่ด้วยกันหลายชุมชน คือ

วัดพระพุทธรูปฯ มีพื้นที่ 6,268ไร่ 24ตารางวา ดังนั้น สถานที่ราชการ ที่ว่าการอำเภอพระพุทธรูป สำนักงานเทศบาลเมืองพระพุทธรูป บริษัท ร้านค้า อาคารบ้านเรือน จึงอยู่ในพื้นที่ของวัดพระพุทธรูปราชวรรมหาวิหาร ทั้งสิ้น

การปกครองของทางราชการ เทศบาลเมืองพระพุทธรูป มีชุมชนรวมกันทั้งสิ้น 28 ชุมชน ประกอบด้วย

ชุมชนร่วมใจพัฒนา	ชุมชน ป.การ์เด็นท์
ชุมชนนันทปัญญา	ชุมชนเมืองทอง
ชุมชนท้ายพิบูล 1	ชุมชนอินทร์พิทักษ์
ชุมชนท้ายพิบูล 2	ชุมชนหมู่ 3 ชุน โขลอน
ชุมชนประชาบำรุง	ชุมชนเขาเงิน
ชุมชนภักดีศรี	ชุมชนหลังโรงพยาบาล
ชุมชนกุ่มภักดีทนต์น้ำ	ชุมชนธารทองแดง
ชุมชนอินทร์ศึกษาสามัคคี	ชุมชนชัยชะอม
ชุมชนชุน โขลอนพัฒนา	ชุมชนอาสาพัฒนา

ชุมชนราชพฤกษ์	ชุมชนหมู่ 5 พระพุทธบาท
ชุมชนยุคลธร	ชุมชนธารเกษมพัฒนา
ชุมชนขุน โขลกนสามัคคี	ชุมชนปทุมกรสุขสำราญร่วมใจ
ชุมชนศรีรักษา	ชุมชนศรีสุขพัฒนา
ชุมชนตลาดนิคมพระพุทธบาทพัฒนา	ชุมชนถ้ำกระบอก

วิถีชีวิตของชาวพระพุทธบาท มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ดำเนินชีวิตไปตามปกติ มีกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มธารน้ำใจ กลุ่มพ่อค้า กลุ่มผู้สูงอายุ ฯลฯ แต่ละกลุ่มมีวัตถุประสงค์ที่จะช่วยเหลือเกื้อกูลกันในกลุ่มและทำกิจกรรม เพื่อประโยชน์เพื่อส่วนรวม อาชีพของชาวพระพุทธบาท ส่วนใหญ่ค้าขาย รับจ้าง รับราชการ และอาชีพการเกษตร

ชุมชนท้ายพิภูล 1 และชุมชนท้ายพิภูล 2 เป็นชุมชนที่จัดทำไม้ตะพคของดี ของฝากจากชาวพระพุทธบาท เป็นสัญลักษณ์สำคัญมีมาแต่โบราณ

ชุมชนอาสาพัฒนา ชุมชนซำชะอม ชุมชนขุน โขลกนสามัคคี ชุมชนขุน โขลกนพัฒนา 4 ชุมชนหลัก ตัดเย็บเสื้อผ้าส่งโรงงานอุตสาหกรรม หรือ ตัดเย็บเสื้อผ้าตามบุคคลที่สั่งจอง

ชุมชนยุคลธร ชุมชนหมู่ 3 ขุน โขลกน ทำขนมชาลาเป่า ขนมปัง และขนมทุกชนิด

ชุมชนราชพฤกษ์ กลุ่มรับทำอาหาร ไต่เงิน

ของที่ระลึก หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์หลากหลาย หากจะนำคุณค่าสถานที่ท่องเที่ยวของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร เป็นหนึ่งตำบล ต่อหนึ่งผลิตภัณฑ์ ต้องถือว่ารอยพระพุทธบาท โบราณสถานปูชนียสถานมีคุณค่าสูงเกินกว่าหนึ่งตำบล ต่อหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างแน่นอน

อาหารการกิน ของใช้มีไว้แนะนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อเป็นของฝากนำกลับไปให้คนที่อยู่บ้านได้ระลึกถึงมีมากมาย ชุมชนท้องถิ่นได้ร่วมจิตตั้งใจ หุ่มเท คิดและบรรจงผลิตขึ้น เพื่อให้บุคคลเกียรติยศได้รำลึกถึงพระพุทธบาทไปตราบนานเท่านาน

## ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยววัดพระพุทธรบาทฯ

วัดพระพุทธรบาทฯ ตั้งอยู่ห่างริมถนนพหลโยธินประมาณ 1 กิโลเมตร เปิดให้เข้าชมทุกวัน ระหว่างเวลา 18.00 - 17.00 น. ชาวต่างชาติจะต้องซื้อบัตรเข้าชมและศึกษาคนละ 30 บาท นักท่องเที่ยวต้องแต่งกายสุภาพ สุภาพสตรีห้ามสวมกางเกงขาสั้นเหนือเข่า และเสื้อไม่มีแขนเข้าไปเที่ยวชม

วัดพระพุทธรบาทราชวรมหาวิหาร มีกิจกรรมงานประเพณีที่สำคัญ ดังนี้

1. งานประเพณีตักบาตรข้าวสารอาหารแห้ง วันที่ 1 มกราคม ของทุกปี บริเวณว่าการอำเภอพระพุทธรบาท
2. งานเทศกาลนมัสการรอยพระพุทธรบาท กำหนดจัดงานช่วงเดือนสามและเดือนสี่หรือช่วงตรุษจีนของ ทุกปี
3. งานประเพณีแห่พระเขี้ยวแก้ว วัดพระพุทธรบาทฯ กำหนดจัดงานเดือนสี่ ขึ้น 7 ค่ำ ของทุกปี
4. งานประเพณีสงกรานต์ วันที่ 13 เมษายน ของทุกปี ที่วัดพระพุทธรบาทราชวรมหาวิหาร
5. งานพระราชพิธีสงกรานต์ เดือนพฤษภาคม ของทุกปี ที่รอยพระพุทธรบาท พระพุทธรูปดำวิมานจักรี (พิพิธภัณฑฯ) และหลวงพ่อดโต (ถ้าประทุน)
6. งานแห่เทียนพรรษาพระราชทาน และถวายเทียนพรรษาพระราชทานแด่พระภิกษุสงฆ์ที่จำพรรษาช่วงเดือนกรกฎาคมของทุกปี ที่วัดพระพุทธรบาทราชวรมหาวิหาร
7. งานประเพณีตักบาตรดอกไม้ กำหนดจัดงานในวันเข้าพรรษาของทุกปี
8. พิธีถวายผ้ากฐินพระราชทาน ช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี ที่พระอุโบสถวัดพระพุทธรบาทราชวรมหาวิหาร
9. ประเพณีลอยกระทงประจำปี ช่วงเดือนพฤศจิกายนของทุกปี ที่เขื่อนกุ่มภักดิ์ทคณน้ำ

วัดพระพุทธรบาทราชวรมหาวิหาร ได้จัดสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย อาคาร หอพัก (โรงเจเก่า โรงเจใหม่) มีประมาณ 120 ห้อง ห้องอาบน้ำ ห้องสุขา มีประมาณ 150 ห้อง

ช่วงงานสำคัญวัดพระพุทธรบาทราชวรมหาวิหาร จัดบริการให้เข้าชมพิเศษระหว่างเวลา 06.00 - 24.00 น.

### การเดินทางมีรถประจำทางผ่านตลอดวัน

1. รถประจำทางธรรมดา
2. รถประจำทางปรับอากาศ ปอ.1 ปอ.2

วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร มีอาสาสมัครเจ้าบ้านที่ดี กลุ่มผู้ใหญ่ กลุ่มเยาวชน ในช่วงวันหยุด วันเสาร์ วันอาทิตย์ จะมีอาสาสมัครเจ้าบ้านที่ดีๆ บริการนักท่องเที่ยวตอบข้อซักถาม อธิบายความรู้ตลอดจนสาระน่ารู้ต่างๆ บริการนำเที่ยวประหนึ่งคุณาติมิตร การเดินทางท่องเที่ยวของท่านจะได้รับความสะดวกยิ่งขึ้น หากท่านแจ้งให้วัดพระพุทธบาทฯ ทราบล่วงหน้า อาสาสมัครเจ้าบ้านที่ดีๆ จะรอด้อนรับท่านด้วยความยินดีและความเต็มใจเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ นางสาวสุรฉัญฉวี ฤกษ์พุลทวีพร บุคคลในท้องถิ่นได้เปิดประเด็นนำเสนอความคิดโครงการเจ้าบ้านที่ดี เพื่อสืบสานรอยพระพุทธบาทประสงค์ที่จะพบเห็นเยาวชนหรือนักเรียนในพื้นที่มีความสามารถบอกกล่าวนำชมหรือเล่าเรื่องราวให้นักท่องเที่ยวจากต่างถิ่น ได้ชื่นชมความงามของวัดพระพุทธบาทฯ และจดจำภาพแห่งความดีงามไปตลอดชีวิต (พระครูพิศาลธรรม โฆสิต,2545)

**ภาคผนวก ข**  
**บทสัมภาษณ์**

## บทสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

### 1. ระดับนโยบาย

1. วัดพระพุทธบาท มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงใด ในสายตาของท่าน
2. ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาท่องเที่ยววัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี มากน้อยเพียงไร
3. ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารระดับสูงท่านมีนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยววัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรีอย่างไร
4. ท่านได้มีการประชุมและมอบหมายนโยบายในการพัฒนาอย่างไร (เช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์ การประชาสัมพันธ์ การจัดระเบียบภายนอกและภายในบริเวณวัด ฯลฯ)
5. ผลของการมอบหมายงานในส่วนของนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร
6. ท่านคิดว่ากิจกรรมต่างๆที่ทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรีจัดขึ้นนั้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงไร

### 2. ระดับปฏิบัติ

1. มีนโยบายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์อย่างไร
2. มีการวางแผนและกำหนดวิธีการปฏิบัติอย่างไร
3. ผลการดำเนินการเป็นอย่างไร
4. มีปัญหาอุปสรรคด้านการประชาสัมพันธ์อย่างไรบ้าง
5. มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างไร



### แบบสัมภาษณ์สื่อมวลชน

1. สื่อมวลชนมีส่วนในการเผยแพร่ด้านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี อย่างไร
2. ลักษณะรูปแบบการประชาสัมพันธ์งานประเพณี กิจกรรมของทางวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี เป็นอย่างไร
3. การดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของทาง วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรีเป็นอย่างไร มีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง

### แบบสัมภาษณ์ที่ใช้สอบถามพ่อค้า /แม่ค้าที่เข้ามาของบริเวณ วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

1. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหารที่จัดทำขึ้นมีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างไร และสื่อใดที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร และกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว
2. ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไรบ้างเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี
3. ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไรบ้างเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยว

## ผู้ให้การสัมภาษณ์

นายเฉลิม วงษ์ไพโร	ตำแหน่ง นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี
นายณรงค์ จันทรประสิทธิ์	ตำแหน่ง นายอำเภอพระพุทธบาท
นายดำรงศักดิ์ มานะกุล	ตำแหน่ง ปลัดอำเภอ (เจ้าพนักงานปกครอง 8 ว)
นายจรศักดิ์ นันทปัญญา	ตำแหน่ง นายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท
นายชนัดต์ นันทปัญญา	ตำแหน่ง รองนายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท
นายชัชวาลย์ แสงประพาฬ	ตำแหน่ง ปลัดเทศบาลเมืองพระพุทธบาท
พระครูพิศาลธรรมโมสิต	ตำแหน่ง ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระพุทธบาท ราชวรมหาวิหาร

### ร้านค้า

นายณรงค์ งามสะอาด

เจ้าของร้านของฝาก ร้านสุมาลี ขายมา 16 ปี

นางสาวพิมพ์วรรณ มุขคารา

ขายของฝาก ขายมา 10 ปี

นางสมศรี สุดสกุล

เจ้าของร้านขายขนานวดสมุนไพโร ขายมา 10 ปี

นางทองอยู่ นายทวี สังฆะพงษ์

เจ้าของร้านเมล็ดธัญพืช ขายมาประมาณ 30 ปี

**ภาคผนวก ค**  
**ตัวอย่างโครงการจัดงาน เทศบาลเมืองพระพุทธบาท**

**โครงการจัดงานประเพณีแห่พระเขี้ยวแก้ว ประจำปี 2551**  
**เทศบาลเมืองพระพุทธบาท**

**1. หลักการและเหตุผล**

อำเภอพระพุทธบาท นอกจากจะมีรอยพระพุทธรบาท ที่พุทธศาสนิกชน ได้มานมัสการเป็นประจำแล้ว ยังมี “พระเขี้ยวแก้ว”(พระทันตต์ของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า) ประดิษฐานอยู่ ณ วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ซึ่งประชาชนชาวพระพุทธบาท มีความเชื่อว่า ทุก ๆ ปี (ขึ้น 7 ค่ำ เดือน 4) จะต้องกัญชัญพระเขี้ยวแก้วขึ้นบุษบก และจัดขบวนแห่ที่สนุกสนาน สวยงาม แห่ไปรอบอำเภอพระพุทธบาท เพื่อความอยู่เย็นเป็นสุข และความร่มเย็นของชาวพระพุทธบาท

เทศบาลเมืองพระพุทธบาท เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่พัฒนาท้องถิ่น พร้อมกับการรักษานามธรรมนิยม วัฒนธรรม และประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น จึงได้จัดงานประเพณีแห่พระเขี้ยวแก้ว ประจำปี 2551 ขึ้น ในวันที่ 13 มีนาคม 2551

**2. วัตถุประสงค์**

- 2.1 เพื่ออนุรักษ์ไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และประเพณีของชาวพระพุทธบาท
- 2.2 เพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับประชาชนในท้องถิ่น
- 2.3 เพื่อเป็นการรณรงค์ให้ประชาชนในท้องถิ่นได้ร่วมกันอนุรักษ์ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมและประเพณี รวมถึงพระพุทธศาสนา ประจำชาติไทย

**3. เป้าหมาย**

การจัดงานประเพณีแห่พระเขี้ยวแก้ว ประจำปี 2551 ซึ่งตรงกับวันที่ 13 มีนาคม 2551 จะมีประชาชนให้ความสำคัญในการจัดงานครั้งนี้ไม่ต่ำกว่า 5,000 คน

**4. วิธีดำเนินการ**

- 4.1 เสนอโครงการเพื่อขออนุมัติ
- 4.2 จัดทำคำสั่งในการมอบหมายหน้าที่รับผิดชอบ
- 4.3 ประชุมเพื่อวางแผนจัดเตรียมงาน
- 4.4 ดำเนินการตามโครงการ
- 4.5 สรุปผลการดำเนินการเพื่อรายงานผู้บังคับบัญชาทราบ

**5. ระยะเวลาในการดำเนินการ**

วันพฤหัสบดีที่ 13 มีนาคม 2551

**6. สถานที่ดำเนินการ**

วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร

## 7. งบประมาณ

งบประมาณกองการศึกษา แผนงานการศาสนาวัฒนธรรมและนันทนาการ งานศาสนา-วัฒนธรรมท้องถิ่น หมวดค่าใช้จ่าย ประเภทค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการรับรองและพิธีการ โครงการจัดงาน ประเพณีแห่พระเขี้ยวแก้ว ประจำปี 2551 ตั้งไว้ จำนวน 100,000 บาท โดยประมาณการดังนี้

1. ค่าสนับสนุนขบวนแห่โรงเรียนต่างๆ จำนวน 7 ขบวนๆละ 1,000 บาท	เป็นเงิน 7,000 บาท
2. ค่าจ้างคนตรีไทยและค่าเช่าเครื่องแต่งกาย	เป็นเงิน 4,000 บาท
3. ค่าจ้างกลองยาว	เป็นเงิน 3,500 บาท
4. ค่าจ้างมหรสพ	เป็นเงิน 50,000 บาท
5. ค่าเครื่องไทยทานสำหรับพระภิกษุสงฆ์	เป็นเงิน 6,000 บาท
6. ค่าจ้างแต่งรถขบวนพระเขี้ยวแก้ว	เป็นเงิน 8,000 บาท
7. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	เป็นเงิน 7,000 บาท
8. ค่าเช่าเค็นท์ เก้าอี้	เป็นเงิน 8,000 บาท
9. ค่าเช่าเครื่องขยายเสียง	เป็นเงิน 6,000 บาท
10. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน	เป็นเงิน 500 บาท

รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 100,000 บาท(หนึ่งแสนบาทถ้วน)

หมายเหตุ โดยทุกรายการขอตัวจ่าย

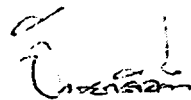
## 8. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองการศึกษา เทศบาลเมืองพระพุทธบาท

## 9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 9.1 ประชาชนชาวพระพุทธบาทได้อนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีไว้ให้ดำรงอยู่คู่กับพระพุทธบาท ตลอดไป
- 9.2 ประชาชนมีขวัญและกำลังใจที่ดี ในการดำเนินชีวิต
- 9.3 เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับประชาชนและเยาวชนรุ่นหลังสืบไป

(ลงชื่อ)

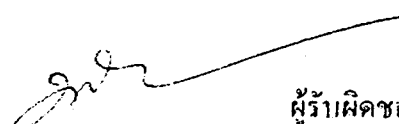


ผู้เขียนโครงการ

(นางรัชชยาภรณ์ มงคลชัย)

ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่สำนักงานการ

(ลงชื่อ)



ผู้รับผิดชอบโครงการ

(นายภาพรรัตน์ โพธิ์แก้ว)

ผู้อำนวยการสำนักงานการศึกษา

(ลงชื่อ).....

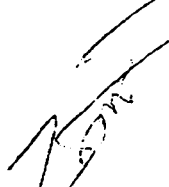
(ลงชื่อ)



ผู้รับผิดชอบโครงการ

(นายปรีดา นนท์มณี)  
ผู้อำนวยการกองการศึกษา

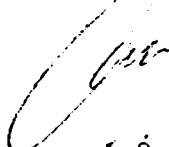
(ลงชื่อ)



ผู้ตรวจสอบโครงการ

(นายวิชาวลย์ แสงประภาพ)  
ปลัดเทศบาล

(ลงชื่อ)



ผู้เห็นชอบโครงการ

(นายอนุพงษ์ กิ่งแก้ว)  
รองนายกเทศมนตรี

(ลงชื่อ)



ผู้เห็นชอบโครงการ

(นางเบญจรัตน์ วงษ์ประยูร)  
รองนายกเทศมนตรี

(ลงชื่อ)



ผู้เห็นชอบโครงการ

(นายจรศักดิ์ นันทปัญญา)  
รองนายกเทศมนตรี

(ลงชื่อ)



ผู้อนุมัติโครงการ

(นายจรศักดิ์ นันทปัญญา)  
นายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท

## โครงการจัดงานประเพณีสงกรานต์ และพระราชพิธีสงกรานต์ ประจำปี 2551

### เทศบาลเมืองพระพุทธบาท

\*\*\*\*\*

#### 1. หลักการและเหตุผล

ด้วยในวันที่ 13 เมษายนของทุกปี ถือเป็นประเพณีสงกรานต์อันสืบเนื่องต่อกันมาแต่สมัยโบราณ ซึ่งเป็นประเพณีที่เปิดโอกาสให้ลูกหลานได้รดน้ำดำหัวขอพรจากบิดา มารดา ญาติผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ เพื่อความเป็นสิริมงคลในการดำเนินชีวิต

ในการนี้ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้จังหวัดเชจูเครื่อง ราชสักการะที่ทรงพระราชทานอุทิศถวายเป็นพุทธบูชา เนื่องในพระราชพิธีสงกรานต์ พุทธศักราช 2551 ณ เจดีย์สถานและพระอารามหลวงต่างๆ ในจังหวัดสระบุรี รวม 4 แห่ง คือ วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร วัดพระพุทธฉาย พระพุทธรูปถ้ำประทุน และพระพุทธรูปถ้ำวิมานจักรี กองการศึกษา เทศบาลเมืองพระพุทธบาท จึงได้จัดทำโครงการจัดงานประเพณีสงกรานต์ และพระราชพิธีสงกรานต์ ประจำปี 2551 ขึ้น

#### 2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์ไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และประเพณีของชาติไทย
- 2.2 เพื่อจัดให้ประชาชนได้แสดงความเคารพ และแสดงนุกิตาจิต ต่อผู้สูงอายุ
- 2.3 เพื่อส่งเสริมสร้างความสามัคคีให้กับประชาชนในท้องถิ่น
- 2.4 เพื่อให้ประชาชนได้มีโอกาสรื่นเริงตามสมควร
- 2.5 เพื่อความเป็นสิริมงคลต่อประชาชน เจดีย์สถานและพระอารามหลวงต่างๆ

#### 3. เป้าหมาย

- 3.1 ประชาชนร่วมงานประเพณีสงกรานต์ ประมาณ 5,000 คน
- 3.2 ประชาชนร่วมงานพระราชพิธีสงกรานต์ ประมาณ 5,000 คน

#### 4. ระยะเวลาดำเนินการ

- 4.1 งานประเพณีสงกรานต์ วันอาทิตย์ที่ 13 เมษายน 2551
- 4.2 งานพระราชพิธีสงกรานต์ วันที่

#### 5. วิธีดำเนินการ

- 5.1 เสนอโครงการเพื่อขออนุมัติ
- 5.2 ประชุมหารือการจัดงานฯ
- 5.3 มอบหมายหน้าที่ ที่รับผิดชอบ
- 5.4 ดำเนินการจัดงานฯ
- 5.5 ประเมินผลการจัดงานฯ รายงานผู้บังคับบัญชา

6. สถานที่ดำเนินการ.....

## 6. สถานที่ดำเนินการ

- 6.1 งานประเพณีสงกรานต์ ณ บริเวณลานจอดรถวัดพระพุทธบาทธาราธรรมมหาวิหาร
- 6.2 งานพระราชพิธีสงกรานต์ ณ วัดพระพุทธบาทธาราธรรมมหาวิหาร พระพุทธรูปดำประทุพ และ พระพุทธรูปดำวิมานจักรี

## 7. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองการศึกษา เทศบาลเมืองพระพุทธบาท

## 8. งบประมาณ

งบประมาณรายจ่ายทั่วไป ประจำปี 2551 แผนงานการศาสนาวัฒนธรรมและนันทนาการ งานศาสนา วัฒนธรรมท้องถิ่น หมวดค่าใช้จ่าย ประเภทรายจ่ายเกี่ยวกับการรับรองและพิธีการ ค่าใช้จ่ายในการจัดงานประเพณี สงกรานต์ และพระราชพิธีสงกรานต์ ประจำปี 2551 ซึ่งมีงบประมาณตั้งไว้ 500,000 บาท โดยประมาณการ ค่าใช้จ่ายดังนี้

### 1. งานประเพณีสงกรานต์ งบประมาณ 470,000 บาท ตามรายการดังนี้

- 1.1 ค่าจ้างเหมาแต่งรถขบวนแห่ทางสงกรานต์ และรถพระพุทธรูป เป็นเงิน 50,000 บาท
- 1.2 ค่าสนับสนุนขบวนฯ จำนวน 17 ขบวนๆละ 7,000 บาท เป็นเงิน 119,000 บาท
- 1.3 ค่าสนับสนุนการแต่งตัวนางสงกรานต์,นางประจำปี และผู้ถือป้ายงานประเพณี จำนวน 36 คนๆละ 1,500 บาท เป็นเงิน 54,000 บาท
- 1.4 เงินรางวัลการประกวดขบวนแห่ทางสงกรานต์ และการแข่งขันกีฬาพื้นเมือง เป็นเงิน 14,500 บาท
- 1.5 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เป็นเงิน 50,000 บาท
- 1.6 ค่าปัจจัยถวายพระ เป็นเงิน 30,000 บาท
- 1.7 ค่าของที่ระลึกนางฟ้า นางสงกรานต์ นางประจำปี และของรางวัลกีฬาพื้นเมือง เป็นเงิน 50,000 บาท
- 1.8 ค่าเช่าเต็นท์ เก้าอี้ เป็นเงิน 19,000 บาท
- 1.9 ค่าเครื่องไฟฉายเสียง 2 จุด เป็นเงิน 15,000 บาท
- 1.10 ค่าพวงมาลัยดอกไม้สด 200 พวง เป็นเงิน 16,000 บาท
- 1.11 ค่าน้ำอบน้ำหอม เป็นเงิน 1,500 บาท
- 1.12 ค่ามหรสพ เป็นเงิน 50,000 บาท
- 1.13 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน เป็นเงิน 1,000 บาท

ทุกรายการขอตัวเลขจ่าย รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 470,000 บาท (สี่แสนเจ็ดหมื่นบาทถ้วน)

2. งานพระราชพิธีสงกรานต์ .....




2. งานพระราชพิธีสงกรานต์ งบประมาณ 30,000 บาท ตามรายการดังนี้

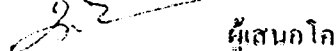
2.1 ค่าอาหารกลางวัน อาหารว่าง พร้อมเครื่องดื่มสำหรับแขกที่มาร่วมงาน จำนวน 3,000 คน	เป็นเงิน	15,000 บาท
2.2 ค่าเช่าเครื่องไฟขยายเสียง	เป็นเงิน	5,000 บาท
2.3 ค่าเช่าเต็นท์ และเก้าอี้	เป็นเงิน	5,000 บาท
2.4 ค่าตกแต่งสถานที่	เป็นเงิน	4,000 บาท
2.5 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	เป็นเงิน	1,000 บาท


ทุกรายการขอถัวเฉลี่ยจ่าย รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 30,000 บาท (สามหมื่นบาทถ้วน)

9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ประชาชนที่มาร่วมงานประเพณีสงกรานต์ และพระราชพิธีสงกรานต์ ได้ร่วมกันอนุรักษ์ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม ได้รับความสนุกสนานรื่นเริง และเกิดความเป็นสิริมงคลในการดำเนินชีวิต

(ลงชื่อ)  ผู้เขียนโครงการ  
(นางฉันทชาลิคน์ มงคลชัย)  
ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่สำนักงานการ

(ลงชื่อ)  ผู้เสนอโครงการ  
(นางนาพารัตน์ โพธิ์แก้ว)  
หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการศึกษาฯ

(ลงชื่อ)  ผู้รับผิดชอบโครงการ  
(นายปริดา นนท์มณี)  
ผู้อำนวยการกองการศึกษา

(ลงชื่อ) .....

(ลงชื่อ)

ผู้ตรวจสอบโครงการ

(นายชัชวาลย์ (สงประภาพ)

ปลัดเทศบาล

(ลงชื่อ)

ผู้เห็นชอบโครงการ

(นายจongsong กิ่งแก้ว)

รองนายกเทศมนตรี

(ลงชื่อ)

ผู้เห็นชอบโครงการ

(นางเบญจรัตน์ วงษ์ประบูร)

รองนายกเทศมนตรี

(ลงชื่อ)

ผู้เห็นชอบโครงการ

(นายชนัดดี นันทปัญญา)

รองนายกเทศมนตรี

(ลงชื่อ)

ผู้อนุมัติโครงการ

(นายชอรัสดี นันทปัญญา)

นายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท

## โครงการจัดงานประเพณีตักบาตรดอกไม้ และถวายเทียนพรรษา ประจำปี 2551

### เทศบาลเมืองพระพุทธรบาท จังหวัดสระบุรี

#### 1. หลักการและเหตุผล

ประเพณีตักบาตรดอกไม้ เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น (อำเภอพระพุทธรบาท) ที่ถือปฏิบัติสืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยพระเจ้าทรงธรรม โดยถือเอา วันแรม 1 ค่ำ เดือน 8 ซึ่งตรงกับวันเข้าพรรษา ของทุกปี โดยมีความเชื่อว่าการตักบาตรด้วยดอกไม้ โดยเฉพาะ "ดอกเข้าพรรษา" ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำฤดูกาล ด้วยแล้วยังเป็นความโดดเด่นในวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์

ฉะนั้น เพื่อเป็นการรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมอันล้ำค่าของท้องถิ่นทั้งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสระบุรีอีกทางหนึ่งด้วย และสำหรับในปีพุทธศักราช 2551 เป็นปีเทศบาลเมืองพระพุทธรบาท จึงได้กำหนดให้มีการจัดงานประเพณีทำบุญตักบาตรดอกไม้และถวายเทียนพรรษา จังหวัดสระบุรี ประจำปี 2551 เป็นอีกงานหนึ่งที่ร่วมเฉลิมฉลองแด่องค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ โดยกำหนดจัดงานระหว่างวันที่ 15-18 กรกฎาคม 2551 ณ บริเวณวัดพระพุทธรบาทราชวรมหาวิหาร

#### 2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่ออนุรักษ์ และส่งเสริมขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม อันดีงามไว้ให้อยู่คู่ อำเภอพระพุทธรบาทตลอดไป
- 2.2 เพื่อให้อนุชนรุ่นหลังได้มีโอกาสศึกษาศิลปวัฒนธรรม และประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น
- 2.3 เพื่อสนองนโยบายแห่งรัฐฯ ในด้านการสืบสานความเป็นไทยอันเป็นเอกลักษณ์ของชาติอย่างแท้จริง
- 2.4 เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสระบุรี
- 2.5 เพื่อเปิดโอกาสให้นโยบายแห่งรัฐฯ ในด้านการสืบสานความเป็นไทยอันเป็นเอกลักษณ์ของชาติอย่างแท้จริง
- 2.6 เพื่อสร้างความรัก ความสามัคคี และสัมพันธภาพอันดี ระหว่างคนในท้องถิ่นและคนต่างท้องถิ่นที่เดินทางมาชมงานประเพณีตักบาตรดอกไม้

#### 3. เป้าหมาย

- 3.1 จัดให้มีขบวน 13 อำเภอ และหน่วยงานภาครัฐ เอกชน เข้าร่วมประมาณ 20 ขบวน
- 3.2 มีประชาชนและนักท่องเที่ยวได้มาร่วมงานประมาณ 100,000 คน

#### 4. วิธีดำเนินการ

- 4.1 ประชุมวางแผนการดำเนินงานและกำหนดแนวทางการจัดงาน
- 4.2 จัดทำโครงการเพื่อขออนุมัติ
- 4.3 จัดทำกำหนดการและประชาสัมพันธ์การจัดงาน
- 4.4 ดำเนินงานตามแผนงาน
- 4.5 ประเมินผลการดำเนินการ

#### 5. ระยะเวลาในการดำเนินการ

ระหว่างวันที่ 28 - 30 กรกฎาคม 2550

#### 6. สถานที่ดำเนินการ

- 6.1 วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร อำเภอพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี
- 6.2 บริเวณหน้าสำนักงานเทศบาลเมืองพระพุทธบาท (ใช้เป็นสถานที่จัดเตรียมขบวน)

#### 7. กิจกรรมที่จัดให้มี

- 7.1 พิธีบวงสรวงดวงพระวิญญาณสมเด็จพระเจ้าทรงธรรมและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จำนวน 6 แห่ง  
ในอำเภอพระพุทธบาท
- 7.2 จัดขบวนวัฒนธรรม แสดงถึงชีวิตความเป็นอยู่ของชาวสระบุรี แสดงถึงการถวายสักการะ  
แด่องค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าและพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
- 7.3 จัดขบวนพยุหยาตราของสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม
- 7.4 จัดแสดงนิทรรศการ “ดอกเข้าพรรษา” เพื่อการร่วมมือกันอนุรักษ์เป็นดอกไม้ประจำเมือง
- 7.5 จัดการประกวดการประดิษฐ์งานดอกไม้ ใบทอง
- 7.6 จัดการประกวดธิดาคัดกบาครดอกไม้
- 7.7 จัดการประกวดขบวนรถบุปผชาติและขบวนวัฒนธรรม
- 7.8 จัดการแข่งขันบาสเกตบอล 3 คน
- 7.9 จัดการแข่งขันกีฬาฟุตบอล
- 7.10 จัดพิธีตัดกบาครดอกไม้ และล้างเท้าพระ
- 7.11 จัดพิธีถวายเทียนพรรษา
- 7.12 จัดพิธีกวนข้าวทิพย์
- 7.13 จัดแสดงมหรสพสมโภช
- 7.14 จัดให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตำบล 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์
- 7.15 กิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### 8. ผู้รับผิดชอบโครงการ

- 8.1 จังหวัดสระบุรี
- 8.2 เทศบาลเมืองพระพุทธบาท

๑๑. งบกำไรสุทธิ


๑๑.๑ งบกำไรสุทธิรวม (รวมกำไรสุทธิ) ๑๖,๖๖๖,๖๖๖.๖๖๖ บาท  
๑๑.๒ งบกำไรสุทธิสุทธิ (กำไรสุทธิ) ๑๖,๖๖๖,๖๖๖.๖๖๖ บาท  
๑๑.๓ งบกำไรสุทธิสุทธิ (กำไรสุทธิ) ๑๖,๖๖๖,๖๖๖.๖๖๖ บาท

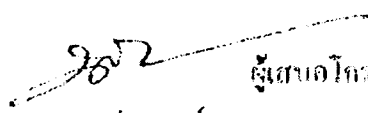
๑๒. งบกำไรสุทธิสุทธิ (กำไรสุทธิ) ๑๖,๖๖๖,๖๖๖.๖๖๖ บาท

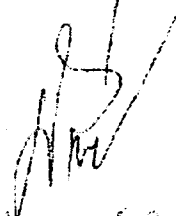
๑๓. งบกำไรสุทธิสุทธิ (กำไรสุทธิ) ๑๖,๖๖๖,๖๖๖.๖๖๖ บาท  
๑๓.๑ งบกำไรสุทธิสุทธิ (กำไรสุทธิ) ๑๖,๖๖๖,๖๖๖.๖๖๖ บาท  
๑๓.๒ งบกำไรสุทธิสุทธิ (กำไรสุทธิ) ๑๖,๖๖๖,๖๖๖.๖๖๖ บาท

๑๒. งบกำไรสุทธิสุทธิ

๑๒.๑ งบกำไรสุทธิสุทธิ (กำไรสุทธิ) ๑๖,๖๖๖,๖๖๖.๖๖๖ บาท  
๑๒.๒ งบกำไรสุทธิสุทธิ (กำไรสุทธิ) ๑๖,๖๖๖,๖๖๖.๖๖๖ บาท  
๑๒.๓ งบกำไรสุทธิสุทธิ (กำไรสุทธิ) ๑๖,๖๖๖,๖๖๖.๖๖๖ บาท  
๑๒.๔ งบกำไรสุทธิสุทธิ (กำไรสุทธิ) ๑๖,๖๖๖,๖๖๖.๖๖๖ บาท

(ลงชื่อ)  ผู้สอบบัญชี  
(นายสมชาย ใจดี)  
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

(ลงชื่อ)  ผู้สอบบัญชี  
(นายสมชาย ใจดี)  
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

(ลงชื่อ)  ผู้สอบบัญชี  
(นายสมชาย ใจดี)  
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

(ลงชื่อ)



(นายวินัย เจริญกิจเจริญ)

รองปลัดเทศบาล

ผู้ตรวจสอบโครงการ

(ลงชื่อ)



(นายชัชวาลย์ นสภประภาพร)

ปลัดเทศบาล

ผู้ตรวจสอบโครงการ

(ลงชื่อ)

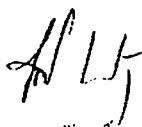


(นายดนุนงษ์ กิ่งแก้ว)

รองนายกเทศมนตรี

ผู้เห็นชอบโครงการ

(ลงชื่อ)



(นางเบญจรัตน์ วงษ์ประยูร)

รองนายกเทศมนตรี

ผู้เห็นชอบโครงการ

(ลงชื่อ)



(นายชนัดธ์ นันทปัญญา)

รองนายกเทศมนตรี

ผู้เห็นชอบโครงการ

(ลงชื่อ)



(นายจรศักดิ์ นันทปัญญา)

นายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท

ผู้เห็นชอบโครงการ

(ลงชื่อ)



(นายวิชชัย เทอดเผ่าไทย)

ผู้ว่าราชการจังหวัดสระบุรี

ผู้อนุมัติโครงการ

**โครงการจัดงานประเพณีลอยกระทง ประจำปี 2550**  
**เทศบาลเมืองพระพุทธบาท**

**1. ชื่อโครงการ**

โครงการจัดงานประเพณีลอยกระทง ประจำปี 2550

**2. หลักการและเหตุผล**

ประเพณีลอยกระทง เป็นประเพณี วัฒนธรรมอันดีงามของไทยมาแต่โบราณกาล ซึ่งมีความเชื่อว่าสมัญสุขโขทัย บรมนพมาศหรือเจ้าศรีจุฬาลักษณ์ ได้ประดิษฐ์กระทงเป็นรูปดอกบัวลอยในคืนเพ็ญเพ็ญพุทธบูชาแด่องค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า โดยนำไปลอยในลำน้ำ ในวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 ของปี ซึ่งเป็นการขอขมาแด่พระแม่คงคา ในโอกาสที่ เสด็จกลับได้ตระหนักถึงความสำคัญขอประเพณีลอยกระทงอันดีงามนี้ เป็นการสืบทอดวัฒนธรรม ประเพณีของไทยสืบไป เทศบาลจึงจัดให้มีโครงการนี้ขึ้น

**3. วัตถุประสงค์**

1. เพื่อรื้อมาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และประเพณีอันดีงาม
2. เพื่อเสริมสร้างแนวคิดด้วยศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น
3. เพื่อสร้างแนวคิดในการร่วมมือกันอนุรักษ์แหล่งน้ำในท้องถิ่น
4. เพื่อให้ประชาชนมาร่วมงานนี้ ด้วยความสุขและสนุกสนานกับงานประเพณีลอยกระทง

**4. เป้าหมาย**

ข้าราชการ พ่อค้า ประชาชน และองค์กรต่าง ๆ เข้าร่วมงานประมาณ 10,000 คน  
ประชาชนร่วมงานประมาณ 20,000 คน

**5. วิธีดำเนินการ**

1. ประชุมหารือเพื่อเตรียมการจัดงาน
2. จัดทำโครงการเพื่อเสนอขออนุมัติ
3. ออกคำสั่งมอบหมายหน้าที่
4. ประชาสัมพันธ์การจัดงานประเพณีลอยกระทง ประจำปี 2550 ให้ประชาชนได้ทราบ
5. ดำเนินการตามโครงการ
6. สรุปผล และประเมินผลการดำเนินงานประเพณีลอยกระทง ประจำปี 2550

**6. ระยะเวลาและสถานที่ดำเนินการ**

วันเสาร์ที่ 24 พฤศจิกายน 2550 เริ่มเวลา 16.00 น. ณ บริเวณศูนย์วัฒนธรรม

## 7. งบประมาณดำเนินการ

งบประมาณขอจ่ายทั่วไป ประจำปี 2550 แผนงานศาสนาวัฒนธรรมและประเพณีของงานศาสนาวัฒนธรรมท้องถิ่น หมวดค่าตอบแทนใช้สอยและวัสดุ ประเภทค่าใช้จ่ายในสำนักงาน ประกอบด้วย ลอยกระทง จำนวน 500,000 บาท (ห้าแสนบาทถ้วน) โดยแยกเป็นค่าใช้จ่ายดังนี้

1. ค่าสนับสนุนขบวนแห่กระทง จำนวน 19 ขบวน ๆ ละ 6,000 บาท เป็นเงิน 114,000 บาท
2. เงินรางวัลสำหรับกิจกรรมการประกวดนางนพมาศ ประกวดกระทง และ ประกวดแห่ เป็นเงิน 69,500 บาท
3. ค่าของขวัญ ของรางวัล ของที่ระลึกสำหรับนางนพมาศ ขบวนแห่และเข้าร่วมชม คณะกรรมการตัดสิน เป็นเงิน 18,000 บาท
4. ค่าสนับสนุนนางนพมาศ จำนวน 25 คน ๆ ละ 2,000 บาท เป็นเงิน 50,000 บาท
5. ค่ามหรสพ เป็นเงิน 155,000 บาท
6. ค่าดอกไม้ไฟ, พลุ ตะโพน, ไฟทะเลโชน เป็นเงิน 30,000 บาท
7. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เป็นเงิน 15,000 บาท
8. ค่าจ้างเครื่องเสียง เต็มที่เก้าอี้ และไฟฟ้าประดับบริเวณงาน เป็นเงิน 50,000 บาท
9. ค่าวัสดุตกแต่ง บริเวณงาน เป็นเงิน 3,500 บาท
10. ค่าจ้างเหมาทำกระทงสำหรับผู้บริหารและแขกผู้มีเกียรติ เป็นเงิน 4,000 บาท
11. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานจัดงานฯ เป็นเงิน 1,000 บาท

โดยทุกรายการจ่ายเฉลี่ยจ่าย รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 500,000 บาท (ห้าแสนบาทถ้วน)

## 8. กิจกรรมที่จัดให้มี

1. จัดให้มีการแสดงมหรสพ
2. การจัดประกวดขบวนแห่กระทง
3. การประกวดกระทงใหญ่ และกระทงใบตองดอกไม้สด
4. การประกวดนางนพมาศ
5. พิธีลอยกระทง และการจุดดอกไม้ไฟ พลุ ๆ

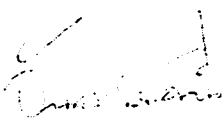
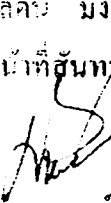
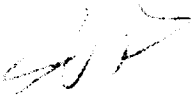



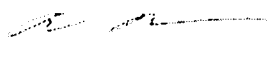

## 9. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองการศึกษา เทศบาลเมืองพระพุทธบาท

## 10. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ประชาชนในท้องถิ่น ได้ร่วมงานประเพณีลอยกระทง ประจำปี 2550 โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมและประเพณี ได้มีอนาคตของชาติไทยสืบไป



- (ลงชื่อ)  ผู้บริหารโครงการ  
 (นางวันฉาย นงกุลชัย)  
 ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่สหภาพการ
- (ลงชื่อ)  ผู้รับผิดชอบโครงการ  
 (นายปรีชา นนทภูมิ)  
 ผู้อำนวยการโครงการศึกษา
- (ลงชื่อ)  ผู้รายงานผลการดำเนินงาน  
 (นายคเชศ กลิ่นสุกนธ์)  
 รองปลัดเทศบาล
- (ลงชื่อ)  ผู้รายงานผลการดำเนินงาน  
 (นายชัชวาลย์ เสงประพาฬ)  
 ปลัดเทศบาล
- (ลงชื่อ)  ผู้เห็นชอบโครงการ  
 (นายอนุพงษ์ กิ่งแก้ว)  
 รองนายกเทศมนตรี
- (ลงชื่อ)  ผู้เห็นชอบโครงการ  
 (นางเบญจรัตน์ วงษ์ประยูร)  
 รองนายกเทศมนตรี
- (ลงชื่อ)  ผู้เห็นชอบโครงการ  
 (นายชาติ นันทไญญา)  
 รองนายกเทศมนตรี
- (ลงชื่อ)  ผู้อนุมัติโครงการ  
 (นายชวรงค์ นันทไญญา)  
 นายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท

**ภาคผนวก ง**  
**รูปภาพประกอบ**



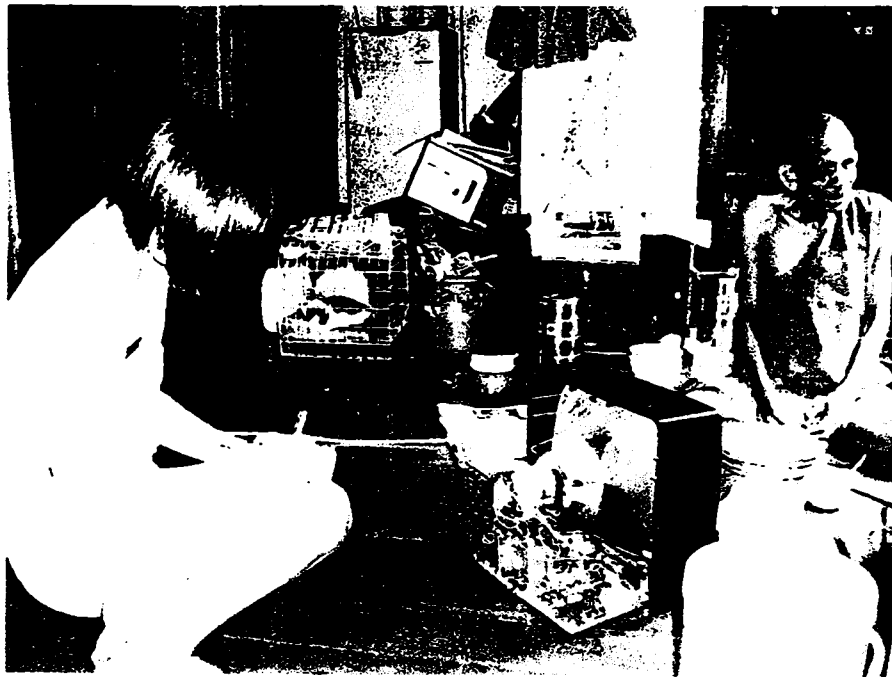
**นายดำรงศักดิ์ มานะกุล ตำแหน่งปลัดอำเภอ (เจ้าพนักงานปกครอง 8 ว)**



**นายจรศักดิ์ นันทปัญญา ตำแหน่งนายกเทศมนตรีเมืองพระพุทธบาท**



**นายชวัลย์ แสงประภาพร ตำแหน่งปลัดเทศบาลเมืองพระพุทธบาท**



**พระครูพิศาลธรรมโฆสิต**

**ตำแหน่งผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี**



นายณรงค์ งามสะอาด เจ้าของร้านของฝาก ร้านสุมาลี



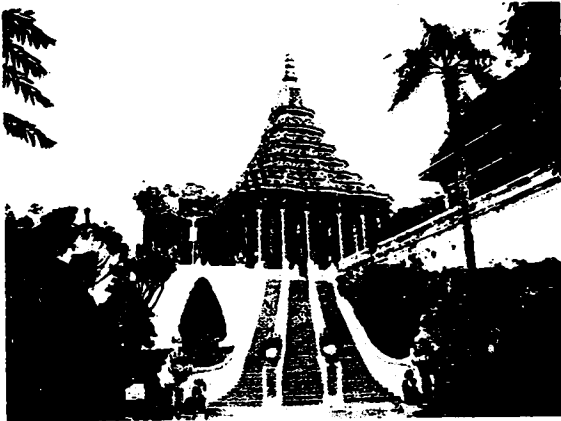
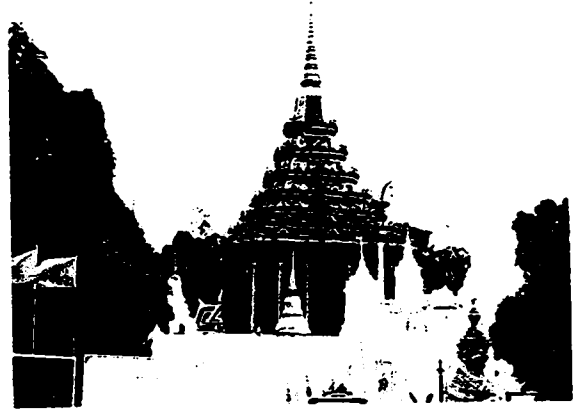
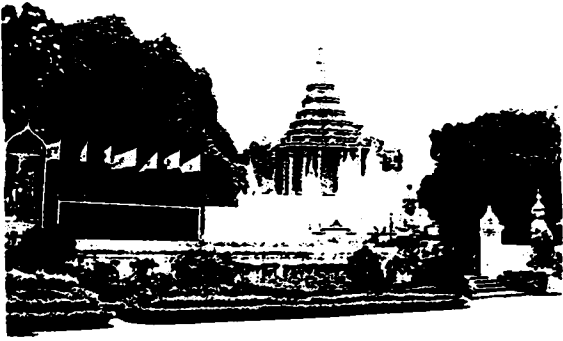
นางสมฤดี สุดสกุล เจ้าของร้านขายยานวดสมุนไพร



นางสาวพิมลวรรณ मुखดารา ร้านขายของฝาก



นางทองอยู่ นายทวี สังกะพงษ์ เจ้าของร้านเมล็ดชัยพืช



**ภาพวัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี**



# ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร จังหวัดสระบุรี

**Ban Phibunsri**  
Ban Phibunsri is a traditional Thai village located in the heart of the temple grounds. It offers a unique experience of traditional Thai architecture and culture. Visitors can enjoy the traditional Thai food and the traditional Thai dance performance.

**Traditional & Parade Runs**  
Traditional & Parade Runs are held regularly at the temple. These runs are held in a traditional Thai style, with participants wearing traditional Thai clothing. The runs are held in a traditional Thai style, with participants wearing traditional Thai clothing.

**Farm Tour Farm Stay**  
Farm Tour Farm Stay is a unique experience for visitors. Visitors can enjoy the traditional Thai food and the traditional Thai dance performance. The farm stay is held in a traditional Thai style, with participants wearing traditional Thai clothing.

**Adventure & Eco-Tour**  
Adventure & Eco-Tour is a unique experience for visitors. Visitors can enjoy the traditional Thai food and the traditional Thai dance performance. The eco-tour is held in a traditional Thai style, with participants wearing traditional Thai clothing.

**Map of the Temple Grounds**  
A detailed map of the temple grounds showing various points of interest and activities. The map is labeled with various points of interest and activities.

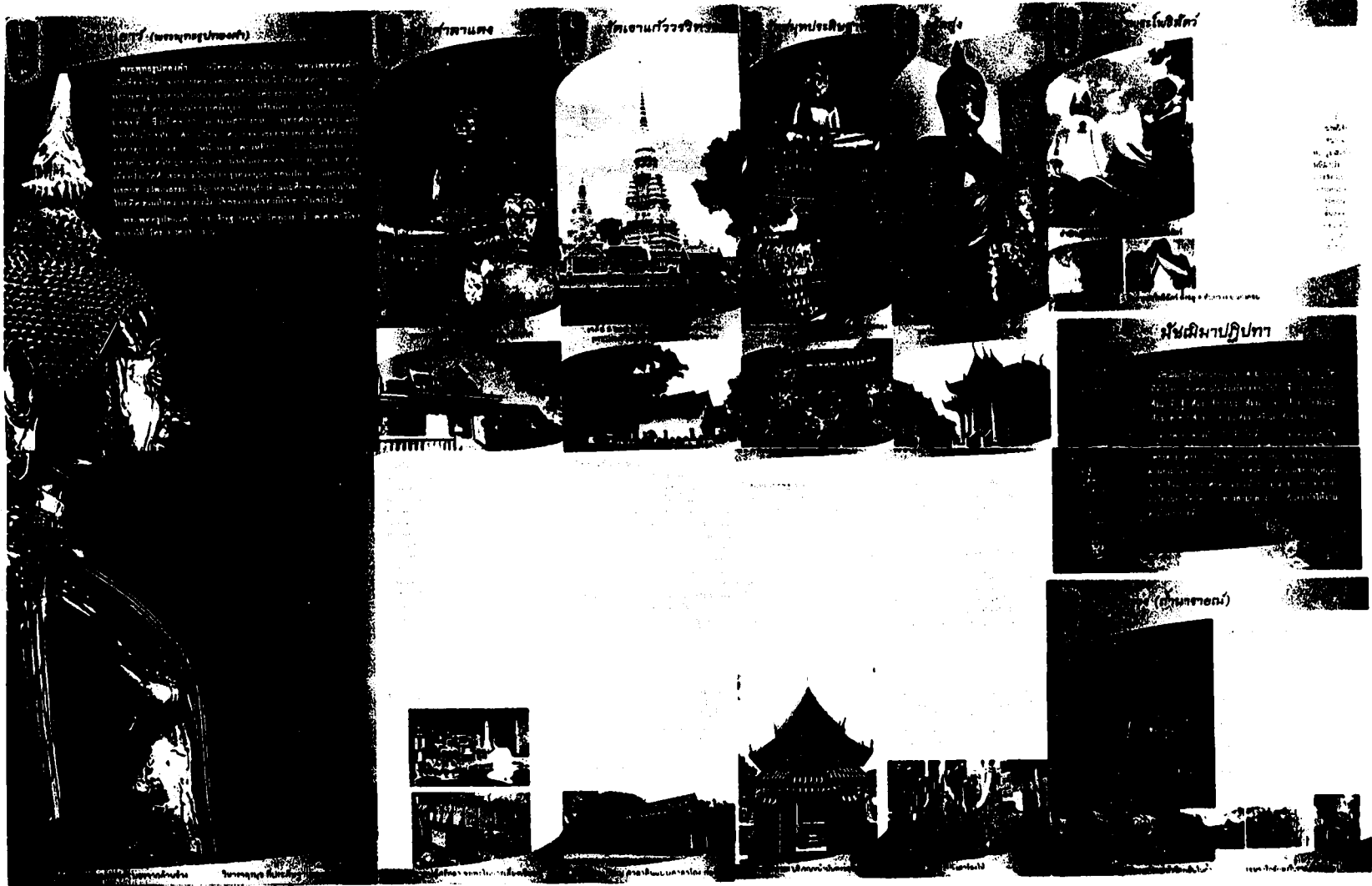
**Traditional Thai Building**  
A photograph of a traditional Thai building, likely a part of the temple grounds. The building is a traditional Thai style, with a traditional Thai roof and traditional Thai architecture.

**Activities List**  
A list of activities available at the temple. The list includes various activities such as traditional Thai dance, traditional Thai food, and traditional Thai architecture.









(พระพุทธรูปปางไสยาสน์)

พระพุทธรูปปางไสยาสน์ หรือ พระพุทธรูปปางนอน หมายถึง พระพุทธรูปที่ประดิษฐานอยู่ในท่ามกลางพุทธศาสนิกชน ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในพระพุทธศาสนา เพราะเป็นปางที่แสดงถึงความเป็นอมตะของพระพุทธเจ้า และยังเป็นปางที่แสดงถึงความเป็นอมตะของพระพุทธเจ้าอีกด้วย

วัดเขมาภิรตาราม

พระเจดีย์แก้ว

พระพุทธรูป

พระพุทธรูป

วัดเขมาภิรตาราม

(พระพุทธรูป)



## บรรณานุกรม

### หนังสือและบทความในหนังสือ

ถนอม กลิ่นแก้ว. งานนมัสการพระพุทธบาท สระบุรี. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ประชурวงศ, 2532.

บุญเลิศ เสนานนท์. นำเที่ยวพระพุทธบาท สระบุรี. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ศรีอนันต์การพิมพ์, 2538.

\_\_\_\_\_ คู่มือนำเที่ยวพระพุทธบาท สระบุรี. กรุงเทพมหานคร : บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2545.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, ความหมายของทัศนคติ, 2525.

ศิริรัตน์ มีเดช. ความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. e-TAT Tourism Journal. ฉบับที่ 2/2549 (เมษายน-มิถุนายน), 2549.

สมควร กวียะ. ทฤษฎีความต้องการ. กรุงเทพฯ, 2547. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

สุบิน ชูระวัช. ความหมายของทัศนคติ, 2540. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

### เอกสารอื่นๆ

ดวงดาว โพนทอง. "การพัฒนางานด้านการบริหารของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์." วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก, 2545.

ปิยวรรณ นาสกุล. “พฤติกรรมกาเปิดรับ กับทัศนคติและการใช้ประโยชน์จากสื่อโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการสื่อสาร หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก,2548.

พัชรภา เขียวจำ “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการตราสินค้าไทย ของกรมส่งเสริมการส่งออก”วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2546

เมตตา เสวดเลข “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ : ศึกษาเฉพาะกรณี สวนสัตว์ดุสิต” วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยมหิดล2539.

วัฒนา เพ็ชรวงศ์. “พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ” กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,2542.

### **Books**

Edward L. Bernays,1923.

Public Relation Society of America; PRSA อ้างถึงในวิรัช ลภีรัตนกุล,2535.

### **เว็บไซต์**

[http //www.environnet.in.th](http://www.environnet.in.th)

<http // guru.sanook.com>

<http //www.watphrabuddhabat.com>

<http // www.tkc.go.th>

<http //www.tongtaresort.com>

<http //www.dnp.go.th>

<http //farmdev.doae.go.th>

<http //www.thailex.info>



## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ - สกุล	นางสาวคุณัญญา จินตนา
วัน เดือน ปี เกิด	25 มีนาคม 2525
ที่อยู่	174/2 หมู่ 12 ตำบลธารเกษม อำเภอพระพุทธรบาท จังหวัดสระบุรี 18120
ประวัติการศึกษา	- บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ แขนงวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ปีการศึกษา 2547 - ประกาศนียบัตรวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี ปีการศึกษา 2548
ประวัติการทำงาน	นักพัฒนาชุมชน
สถานที่ทำงาน	สำนักงานเทศบาลเมืองพระพุทธรบาท ตำบลขุนโขลน อำเภอพระพุทธรบาท จังหวัดสระบุรี 18120