

การพัฒนาแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี

Development of a Public Relations Model for Tourism at Ban Kao National Museum, Kanchanaburi Province

ติกาหลัง สุขกุล* และ ฌวีพร โตวนิช

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

*Email: willy_bajang@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบการประชาสัมพันธ์ และเพื่อประเมินผลรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ที่สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามี 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 หัวหน้าและเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จำนวน 2 คน ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา และกลุ่มที่ 2 ได้แก่ กลุ่มผู้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จำนวน 17 คน ใช้การสัมภาษณ์กลุ่มนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา กลุ่มที่ 3 ได้แก่ นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมประมวลผลวิเคราะห์ สถิติที่ใช้คือ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 40 ปี และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-30,000 บาท โดยมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี กิจกรรมยามว่างส่วนใหญ่ใช้เวลาด้วยการท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รองลงมา คือ เดินห้างสรรพสินค้าและเล่นอินเทอร์เน็ต ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์มากกว่า 3 เดือน /ครั้ง ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์คือแผ่นพับและสื่อบุคคล ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เข้าชมเพียง 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า ในเรื่องความรู้และความสะดวกสบายของลานจอดรถ ตามลำดับ

การพัฒนาแบบแผนการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า ต้องมีการพัฒนา 3 ด้านคือ ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์ วิธีและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ ผลการประเมินค่าดัชนีความเหมาะสมของแบบแผนการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า เพื่อการท่องเที่ยว จากผู้เชี่ยวชาญ 19 คน เป็นอาจารย์สาขาวิชานิเทศศาสตร์ และนักประชาสัมพันธ์ เท่ากับ 0.88 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมากที่สุด

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า

Abstract

This research used qualitative and quantitative methodology to investigate the development of a public relations model for Ban Kao National Museum, Kanchanaburi and evaluate the model's ability to increase the number of tourists. Three groups of participants were involved in the study. Group 1 consisted of a leader and staff member of the museum using in-depth interviews and the qualitative data were analyzed using content analysis. Group 2 contained 17 individuals who analyzed data of the public relations model of the museum in a focus group. Group 3 consisted of 400 tourists. A questionnaire was used to collect data. Analysis of quantitative data was by averages, percentages, and standard deviations. The study found that most of the participants were female, aged between 21 and 40 years, had a bachelor degree, were students, earned between 15,001 and 30,000 baht per month, and lived in Kanchanaburi. Their major leisure activities were travelling, shopping, and surfing the internet. In terms of media exposure, it was found that the participants obtained news and information three times per month, mostly from brochures and personal media. They reported that they visited the museum once and most were pleased with the pleasant atmosphere and convenience of the car park. The study believed that the public relations model of the museum should be developed in three major ways, public relations planning, public relations methods, and public relations media. Evaluation of the model's ability to increase the number of tourists was carried out

by 19 specialists who worked in universities and public relations. The result of the index of the model was 0.88

Keywords: Public relations: Tourism: Ban Kao National Museum

บทนำ

พิพิธภัณฑ์จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันกับสถานการณ์โลก ซึ่งเดิมพิพิธภัณฑ์เป็นองค์กรทางวัฒนธรรมที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน และได้ผ่านการเปลี่ยนแปลงบทบาททางสังคมมาในหลายยุคสมัย ในสังคมยุโรปซึ่งเป็นแม่แบบทางวัฒนธรรมของโลกช่วงเวลาราชวงศ์ศตวรรษที่ผ่านมานั้น พิพิธภัณฑ์มีกำเนิดมาจากคลังเก็บสมบัติและวัตถุสิ่งของที่มั่งคั่ง หรือแลกเปลี่ยนประหลาด เพื่อสนองตอบความสุขและความกระหายใคร่ครอบครองของชนชั้นสูงผู้มีความมั่งคั่ง ในยุคที่ประเทศมหาอำนาจยุโรปมีอาณานิคมในดินแดนต่างๆ ของโลก พิพิธภัณฑ์เป็นที่รวมของสมบัติล้ำค่าและวัตถุสิ่งของแปลกจากดินแดนไกลโพ้น เพื่อเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมที่จะแสดงอำนาจอันเกรียงไกรของประเทศผู้ปกครอง และเป็นแหล่งสะสมวัตถุเพื่อการค้นคว้าและความก้าวหน้าทางความรู้

ในเวลาต่อมา พิพิธภัณฑ์ได้เปลี่ยนแปลงบทบาททางสังคมไปจากเดิม เมื่อมีการพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและอุตสาหกรรม เกิดการเปลี่ยนแปลงของระบบสังคม การเมือง และการขยายตัวของการศึกษาของประชากรจำนวนมาก พิพิธภัณฑ์เริ่มทำหน้าที่สนับสนุนการศึกษาของสังคมโดยการเผยแพร่ความรู้ไปยังสาธารณชน กระบวนการเหล่านี้ทำให้เกิดการตื่นตัวในการสร้างกระบวนการจัดระบบ วัตถุสิ่งของอย่างเป็นระเบียบและเน้นการศึกษาค้นคว้าวิจัย รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้และสร้างสรรค์ของประชาชนที่มากขึ้น

พิพิธภัณฑ์สถานเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่ให้ความรู้ในพื้นที่ หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคมสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีไม่ให้เกิดเลือนหายไป

พิพิธภัณฑ์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ มีคุณค่าในสังคม โดยประเทศไทยมีพิพิธภัณฑ์ทั้งหมดรวม 1,341 แห่ง (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2557) แต่ดูเหมือนว่า

พิพิธภัณฑ์กลับไม่ได้รับความนิยมจากประชาชน ภาพความทรงจำอาจจะเป็นกองของเก่า มีฝุ่นเกาะ ห้องจัดแสดงที่มีมืดและดูไม่น่าเข้าชม โดยมีป้าหรือลุงสูงอายุทำหน้าที่ขายตั๋ว นั่งหลังตามมุมห้อง หรือบ้างก็อาจจะว่าพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเป็นเหมือนที่เก็บซากของเก่า ไม่มีชีวิตชีวา ขาดการประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจำนวนน้อยมาก เมื่อดูสถิติผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า ย้อนหลัง 7 ปีงบประมาณ (พ.ศ.2550-2556) มีจำนวนเฉลี่ย 19,054 คน (พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า, 2556) ทำให้เกิดประเด็นปัญหาของการศึกษาวิจัยว่า เพราะเหตุใดนักท่องเที่ยวจึงไม่เข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า มากนัก หรือ เพราะการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ทั่วถึง เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นศาสตร์ที่ช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ทราบ เสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อหวังผล ในความร่วมมือและสนับสนุน (วิรัช ลภรัตนกุล, 2553) การขาดการวางแผนและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ดี จึงอาจทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่ามีพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่าตั้งอยู่ในบริเวณนั้น อันส่งผลให้พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่ไม่ได้รับความนิยมมากเท่าที่ควร

อีกทั้งการสื่อสารไม่เพียงแต่เป็นส่วนสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กรในปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังพบว่าการศึกษาที่มีประสิทธิภาพเป็นพื้นฐานขององค์กรที่ทันสมัย หากองค์กรใดองค์กรหนึ่งมองข้ามหรือละเลยความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ประชาชนย่อมมีแนวโน้มที่จะไม่ชอบ ไม่ยอมรับ ไม่สนับสนุน ตลอดจนไม่ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งย่อมหมายความว่าองค์กรนั้นจะไม่สามารถตั้งอยู่ในสังคมได้อย่างมั่นคงอีกต่อไป (Von & Ikujiro, 2000)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี และเพื่อประเมินผลรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี ที่สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยมีพื้นที่ในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเฉพาะเจาะจง (purposive selective sampling) โดยทำการเลือกเก็บข้อมูลที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า เนื่องจากเป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์

ระดับชาติให้นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดของระเบียบวิธีการวิจัยทั้ง 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลจำนวน 19 คน แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ ได้มาด้วยวิธีการเจาะจง (purposive selective sampling) ได้แก่ หัวหน้าและเจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า รวมจำนวน 2 คน กลุ่มผู้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ ได้มาด้วยวิธีการเจาะจง (purposive selective sampling) ประกอบด้วยผู้ว่าราชการ จ.กาญจนบุรี ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน จ.กาญจนบุรี นักประชาสัมพันธ์ จ.กาญจนบุรี นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวของสถาบันอุดมศึกษาใน จ.กาญจนบุรี นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาใน จ.กาญจนบุรี ครู/อาจารย์ผู้เสนอโครงการหรือเป็นผู้ตัดสินใจพานักเรียน/นักศึกษาเข้าชม ภัณฑารักษ์ผู้มีประสบการณ์ทำงานในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า มาก่อน บริษัททัวร์/มัคคุเทศก์ท้องถิ่น รวมจำนวน 17 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เจาะลึก เป็นคำถามข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า และแบบการสัมภาษณ์กลุ่มในกลุ่ม ผู้บริหาร นักวิชาการ ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ในปัจจุบันและแนวทางในอนาคต

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามในลักษณะ check list และ 5-point scale มีคำถามประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
4. ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี
5. ข้อเสนอแนะ

ทั้งนี้เมื่อได้ผลการวิจัยแล้วมีการนำโมเดลการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่าพร้อมข้อมูลสรุปไป ให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องทางด้านสาขาวิทยาศาสตร์ประเมินหาข้อดีความเหมาะสม โดยมีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการประเมินผลรูปแบบการประชาสัมพันธ์ด้วยการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี เพื่อการท้องเที่ยว แล้วทำการแบ่งคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์เป็น 4 ส่วน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ด้วยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยตรง การประชาสัมพันธ์ด้วยพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า การประชาสัมพันธ์ด้วยหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนอื่นๆ รวมทั้งข้อเสนอแนะ โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 19 คน เป็นอาจารย์สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ในสถาบันอุดมศึกษา และนักประชาสัมพันธ์ เพื่อหาคำตัดสินความเหมาะสมของแบบประเมินการพัฒนา รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า เพื่อการท้องเที่ยว

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า โดยผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกหัวหน้าและเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า สามารถสรุปผลได้ตามประเด็นดังต่อไปนี้

1. สภาพปัจจุบันและปัญหาการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า มีปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเก่า ด้านงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จได้ เนื่องจากไม่สามารถเลือกใช้กิจกรรมและสื่อได้หลากหลาย มีการนำเสนอการประชาสัมพันธ์ด้วยรูปแบบเดิมๆ เช่น ใช้วิธีการจัดนิทรรศการสัญจรไปยังสถานศึกษาต่างๆ เผยแพร่ด้วยสื่อแผ่นพับและสื่อบุคคลเป็นหลัก อีกทั้งไม่มีการพัฒนาเว็บไซต์ให้เป็นของตนเอง คงอาศัยเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติส่วนกลางและเว็บไซต์การท่องเที่ยวต่างๆ และขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ไปที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาเป็นหลักเท่านั้น โดยบุคลากรของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า ยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องการประชาสัมพันธ์อันทำให้เสนอในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมีไม่มาก ตลอดจนการปรับองค์กรให้มีความกระตือรือร้นที่จะแข่งขันนั้นยังมีน้อย เนื่องจากเป็นวัฒนธรรมขององค์กรไทยที่ได้รับการอุมัชและสนับสนุนจากภาครัฐ

2. การวางแผนการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้าน

เก่า จ.กาญจนบุรี

มีการวิเคราะห์และสำรวจสถานการณ์ขององค์กร ด้วยวิธีการทำ SWOT Analysis คือทำการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดขององค์กร และมีขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการสำรวจและวิเคราะห์องค์กร
2. ขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์
3. ขั้นตอนการจัดกิจกรรมเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย
4. ขั้นตอนการวิเคราะห์และประเมินผล

ซึ่งเป็นแผนลักษณะเชิงรุกคือทำการประชาสัมพันธ์โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา โดยการทำกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปยังสถานศึกษา เพราะกลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียน นักศึกษา และมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไปที่กลุ่มดังกล่าว เพราะเป็นผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุด โดยมุ่งใช้สื่อแผ่นพับและจัดนิทรรศการสัญจรไปยังสถานศึกษา มีการกำหนดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ตามความเหมาะสมของแต่ละกิจกรรม และบุคลากรของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ทำหน้าที่ในการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการสังเกตเพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมให้มากขึ้น โดยปัจจัยที่นำมาพิจารณาการวางแผนการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ได้แก่ งบประมาณ เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ บุคลากร และกลุ่มเป้าหมาย

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเก่า เดิมมีการให้บริการในส่วนของการจัดแสดง การบรรยายให้ความรู้ และการจำหน่ายหนังสือวิชาการด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี และ ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งยังไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ จึงได้มีการวางแผนจัดทำสื่อเพิ่มเติม ได้แก่ การจัดทำหนังสือนำชม ในรูปแบบของหนังสือภาพ 4 สี เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวสำหรับเป็นของที่ระลึก และสำหรับผู้ที่ต้องการค้นคว้า ข้อมูลเกี่ยวกับโบราณวัตถุในความดูแลของพิพิธภัณฑ์ฯ การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ ประจำเดือนโดยส่งไปยังสื่อในจังหวัด รวมถึงสื่อกลางอื่น ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการจัดนิทรรศการเฉพาะกิจในช่วงเทศกาลพิเศษเพิ่มเติม เนื่องจากที่ผ่านมาทางพิพิธภัณฑ์เองได้มีการจัดนิทรรศการเฉพาะกิจขึ้นบ้างแต่ไม่ได้ทำในลักษณะเป็นทางการ และไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกทราบจึงไม่เป็นที่รู้จัก รวมถึงการทำกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี

จากการศึกษาพบว่า ทั้งหัวหน้าและเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า ให้ความสำคัญเห็นว่าการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อองค์กร เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นหัวใจของการพัฒนางาน เป็นวิธีในการดึงดูดผู้สนใจให้เข้าชมส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จึงควรดำเนินงานโดยคำนึงถึงปัจจัยที่จะทำให้การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ขององค์กรประสบความสำเร็จ อันได้แก่ ความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย งบประมาณ เนื้อหาของกิจกรรม/นิทรรศการ ระยะเวลาในการเผยแพร่ ความหลากหลายของช่องทางประชาสัมพันธ์ โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเตรียมความพร้อมของบุคลากรแนวทางการสื่อสาร การตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า ในอนาคต

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่าในปัจจุบันและแนวทางในอนาคต ที่มาจากผู้บริหาร นักวิชาการ และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเกี่ยวข้องกับทุกฝ่าย จากการศึกษาข้อมูล พบว่างานวิจัยครั้งนี้ มีกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องแบ่งเป็นสามส่วนหลัก คือ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น รัฐบาล กระทรวงวัฒนธรรม กรมศิลปากร สำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สถาบันการศึกษา คนในชุมชน วัด สื่อมวลชน ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว นักวิชาการสาขาต่าง ๆ นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่าปัจจุบันมุ่งเน้นทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้วยการจัดนิทรรศการสัญจรตามโรงเรียนต่างๆ ในจังหวัดกาญจนบุรี เน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียน นักศึกษา เพราะเป็นกลุ่มที่เคยมาท่องเที่ยวมากที่สุดและอาจจะเป็นเพราะคิดว่าเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและการเรียนรู้ เนื่องจากพิพิธภัณฑ์เป็นสถานที่แห่งการเรียนรู้ การเข้าไปทำกิจกรรมกับสถานศึกษาเป็นสิ่งที่ต้องทำต่อไปโดยให้เพิ่มความถี่ขึ้น และต้องทำอย่างต่อเนื่อง และในอนาคตควรเพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางขึ้นเป็นประชาชนทั่วไป อันหมายถึงกลุ่มข้าราชการ พนักงานของรัฐอย่างเช่นครู ผู้บริหารของโรงเรียน ฯลฯ เพราะ คำว่าการเรียนรู้นั้นอาจจะทำให้

หมายถึงคนที่เรียนในสถานศึกษา แต่ผู้ที่ต้องการศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมบ้านเก่าที่ไม่ใช่ นักเรียน นักศึกษายังมีอยู่ด้วยทำให้ไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นควรกำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียน นักศึกษา และประชาชนที่สนใจศึกษาวัฒนธรรมบ้านเก่าเพื่อจะได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การสร้างองค์ความรู้ผ่านพิพิธภัณฑ์ด้วยการจัดนิทรรศการภายในพิพิธภัณฑ์ พร้อมป้ายนิเทศที่อธิบายเรื่องราวเป็นสิ่งที่ดี ในอนาคตควรมีการจัดนิทรรศการหมุนเวียนในอาคาร ซึ่งพิพิธภัณฑ์ต้องเข้าไปร่วมมือกับชุมชนด้วยการทำกิจกรรมกับครู กับนักเรียน นักศึกษา รวมถึงผู้บริหารเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีวิสัยทัศน์ในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง พยายามสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนอย่างแน่นแฟ้น

การจัดทำแผนงานประจำปีของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่าเป็นสิ่งที่ทำได้มาโดยตลอด เพื่อจะได้จัดทำตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และต้องกระทำต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ ถึงแม้งบประมาณนั้นจะมีจำกัดแต่ในการประชาสัมพันธ์ให้จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรเงินเสมอ ยังสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่สร้างภาพลักษณ์ที่ดี เช่น การต้อนรับด้วยรอยยิ้ม เอาใจใส่ การดูแลความสะอาดแก่นักท่องเที่ยวด้วยลานจอดรถที่เพียงพอ มีห้องน้ำที่สะอาดอยู่เสมอ การตกแต่งบริเวณอาคารและภายนอกให้สะอาดร่มรื่น สำหรับวิธีการจัดการความรู้มุ่งเน้นให้เกิดความรู้ สามารถใช้การจัดนิทรรศการแบบถาวร นิทรรศการหมุนเวียนบางครั้ง โดยสอดแทรกกิจกรรมที่นำความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายได้ ควรหาวิธีจัดการความรู้ที่พอเหมาะเพราะการฝึกคนให้คิดเป็นเป็นเรื่องที่สำคัญ เช่น ทดลองใช้ของจำลอง การชมวีดิทัศน์นำเรื่องราวที่น่าสนใจของวัตถุที่จัดแสดง โดยไม่ไปผูกขาดในวิธีคิดใดเพียงอย่างเดียว

เมื่อบุคลากรของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า มีความเข้าใจ ความตระหนักถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ บุคลากรจะทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจะแสดงออกถึงความเตรียมพร้อมของเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลอย่างมืออาชีพ สำหรับกลวิธีการประชาสัมพันธ์ที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า สามารถนำไปใช้งานได้หลายสื่อ ได้แก่ สื่อมวลชน เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดแถลงข่าว การส่งข่าวหรือแจกข่าวประชาสัมพันธ์ สื่อเฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์โฆษณา ป้ายผ้าโฆษณา ป้ายสติ๊กเกอร์ คู่มือการท่องเที่ยว สื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์องค์กร เฟซบุ๊ก ยูทูป ไลน์ และ สื่อกิจกรรม เช่น การสัมมนา การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การจัดงานตามเทศกาล

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.25 รองลงมา คือเพศชาย คิดเป็น

ร้อยละ 37.75 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมา คืออายุ 11-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.75 และอายุ 41-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 มีระดับการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา คือระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็น ร้อยละ 28.50 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็น ร้อยละ 15.50

อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมา คืออาชีพ อิสระ/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 21.50 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็น ร้อยละ 20.50 สถานภาพการสมรสส่วนใหญ่เป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมา คือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 31.75 และหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 14.50 ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.75 รองลงมา คือ รายได้น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 26.00 และรายได้ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.50 โดยมีภูมิลำเนาอยู่ใน จังหวัดกาญจนบุรี คิดเป็นร้อยละ 71.75 รองลงมา คือจังหวัดอื่น ๆ (กรุงเทพฯ 44 คน สุพรรณบุรี 17 คน นนทบุรี 11 คน ราชบุรี 8 คน สมุทรปราการ 7 คน เพชรบุรี 6 คน นครปฐม 5 คน ประจวบคีรีขันธ์ 4 คน นครนายก 3 คน สมุทรสงคราม 2 คน สุรินทร์ 2 คน จันทบุรี 2 คน ชุมพร 2 คน) คิดเป็นร้อยละ 28.25

กิจกรรมยามว่างของนักท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างด้วยการท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ใน ระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.76 รองลงมา คือ เดินห้างสรรพสินค้าและเล่นอินเทอร์เน็ต ใน ระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.75 และถ่ายภาพ ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.72 ตามลำดับ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ของ นักท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนเข้าชม ส่วนใหญ่มาเที่ยว 1-2 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา คือ 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และมากกว่า 10 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ตามลำดับ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ของ นักท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการรับทราบข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่ รับทราบข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเก่า มากกว่า 3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 71.75 รองลงมา คือ 3 เดือน/1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.75 และ 2 เดือน/1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

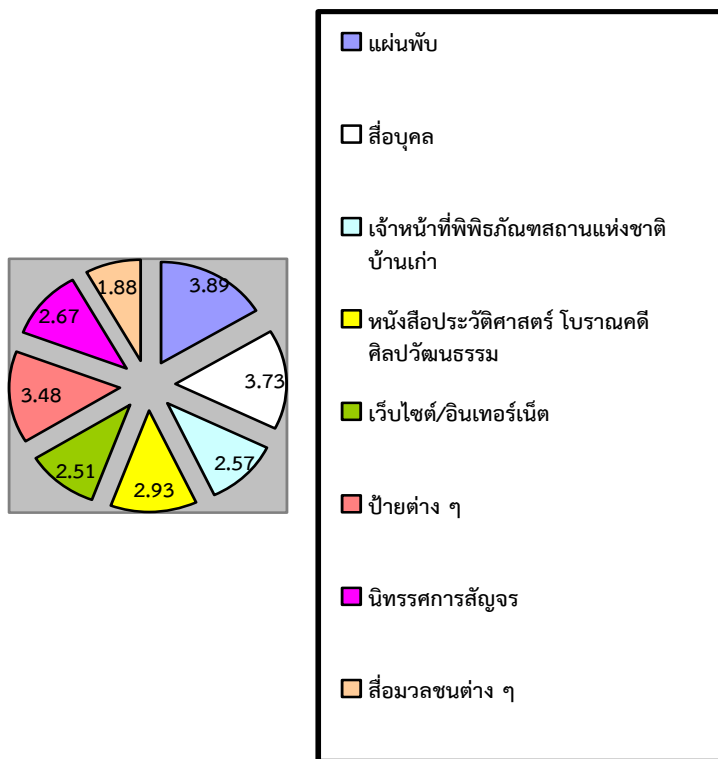
พฤติกรรมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ของ นักท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยเข้าชม ส่วนใหญ่เข้าชม 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ

74.00 รองลงมา คือ เข้าชม 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.50 และเข้าชม 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความตั้งใจจะมาพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า ในอนาคต ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมา คือ มา คิดเป็นร้อยละ 14.50 และมาอย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเก่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ คือแผ่นพับ ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.89 รองลงมาคือ สื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว เพื่อน ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.73 และป้ายต่างๆ ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.48 ตามลำดับ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 3.84 และหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในเรื่อง ความรู้ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า และบริเวณโดยรอบ ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 4.23 รองลงมา คือ ความสะดวกสบายของลานจอดรถ ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 4.13 และการจัดแสดงของห้องพัฒนาการสังคมก่อนประวัติศาสตร์เกี่ยวกับวิวัฒนาการทางสังคมของคนกาญจนบุรี ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยที่ 4.10 ตามลำดับ



แผนภาพที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี
ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของ
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า

จากผลการวิจัยข้างต้นนั้นสามารถสรุปเป็นตารางการพัฒนารูปแบบการ
ประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า
ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1 การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวของ
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า**

รูปแบบการ ประชาสัมพันธ์	หน่วยงาน		
	หน่วยงานภาครัฐที่ เกี่ยวข้องโดยตรง	พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติบ้านเก่า	หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนอื่น ๆ
การวางแผน การประชาสัมพันธ์	วางนโยบายการส่งเสริม การท่องเที่ยวให้ชัดเจน โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ประเภท และรูปแบบการ ท่องเที่ยว โดยเน้นให้การ ท่องเที่ยว สถานที่ เชิง ประวัติศาสตร์ เป็นวาระ ของ จ.กาญจนบุรี	กำหนดนโยบายด้าน การประชาสัมพันธ์เพื่อ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ไว้ในแผนงานประจำปี ของหน่วยงาน	จัดตั้งองค์กรความร่วมมือ ระหว่างภาครัฐและเอกชนของ ธุรกิจท่องเที่ยว และการ ประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบและ เกิดรูปธรรมได้
วิธีและกิจกรรมใน การประชาสัมพันธ์	1. ใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแบบใหม่ กำหนดจุดแข็งที่รองรับ ตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ กลุ่มสนใจประวัติศาสตร์ ซึ่งแนวทางนี้จะทำให นักท่องเที่ยวมีความ ต้องการที่จะเพิ่มวันพักค้าง คืนในแหล่งท่องเที่ยวมาก ขึ้น รายได้เฉลี่ยต่อหัว เพิ่มขึ้น 2. สำนักงานการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย ส่งเสริม การขายในแต่ละเดือน เช่น สมุดแสมดำ, ขายตัว 1 ใบ เที่ยวได้ 5 ที่, ซื้อ 500 บาท เที่ยวในจังหวัด กาญจนบุรีได้ทุกที่ในสอง วัน, จัดวอคเกอร์, ทั้งนี้คน ในจังหวัดควรสามารถเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด ไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยใช้บัตร ประชาชน ทำให้คนใน จังหวัดรู้เรื่องของตัวเอง ก่อนที่จะประชาสัมพันธ์แก่นัก ท่องเที่ยว	1. ปรับปรุงให้สอดคล้อง กับค่านิยมท่องเที่ยวใน ปัจจุบัน ที่เน้น การ ถ่ายภาพ จัดมุมให้ น่าสนใจ ชูเอกลักษณ์ ของพิพิธภัณฑ์ เช่น จัด มุมถ่ายภาพจำลองหม้อ 3 ขา ขนาดใหญ่, มุม ถ่ายภาพที่สร้างจำลอง เหตุการณ์ขึ้นมาใหม่ 2. มีร้านค้าอาหาร มุม เครื่องดื่ม และนำของ ข้าวสวยมาไว้ที่ทางออก เพื่อเป็นที่ระลึกหรือจะ ขายของที่ระลึกต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้อีกทางหนึ่ง	1. ส่งเสริมความรู้และทักษะ ให้กับบุคลากร ในหน่วยงาน การท่องเที่ยวได้รับความรู้ใหม่ เช่น อบรมการประชาสัมพันธ์ อบรมผู้ประกอบการด้านการ ท่องเที่ยว อบรมมัคคุเทศก์ ท้องถิ่น อบรมยุวมัคคุเทศก์ 2. กำหนดในหลักสูตร การศึกษาและประชาสัมพันธ์ ช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวยังมีความ แข็งแกร่ง ที่เกี่ยวข้องกับ บริการด้านการท่องเที่ยว เช่น พัฒนาหลักสูตร ภาษาอังกฤษ ภาษาพม่า

รูปแบบการ ประชาสัมพันธ์	หน่วยงาน		
	หน่วยงานภาครัฐที่ เกี่ยวข้องโดยตรง	พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติบ้านเก่า	หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนอื่น ๆ
	3. จัดแพ็คเกจพาน้ำเที่ยว ในเทศกาลเป็นกลุ่มเสริม กับสำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจัดกิจกรรมเปิด เส้นทางท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมและวิถีชีวิต 4 จังหวัดภาคกลาง	3. การนำเสนอที่ น่าสนใจ เช่น มีชุด เสื้อผ้าย้อนยุคที่แสดงวิถี ชีวิตบ้านเก่าให้ นักท่องเที่ยวใส่ ฝ่าย ต้อนรับแต่งตัวให้เข้ากับ บรรยากาศ สถานที่	3. ดำเนินการฝึกอบรมทำคู่มือ ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี และแผนผังประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว
	4. ควรจัดจุดประชาสัมพันธ์ บริการนักท่องเที่ยวใน บริเวณสถานีขนส่งตัวเมือง กาญจนบุรี พร้อมสมุด ลงทะเบียนเพื่อเก็บสถิติ และมีเอกสารอ้างอิงจำนวน ผู้มาท่องเที่ยวใน จ. กาญจนบุรี	4. เตรียมความพร้อม ของสถานที่ เช่น ไฟ ป้ายทางเดินให้มีเส้นทาง สายตา โดยมีการจัด ทางเข้าออกเพียงทาง เดียวเพื่อควบคุมให้ชม นิทรรศการจนจบ	4. ทำข้อตกลงความร่วมมือ กับโรงเรียน (MOU) โดยครู และผู้บริหารของโรงเรียน นับว่าเป็นแรงสนับสนุนที่ สำคัญ
	5. ในเรื่องของรถประจำ ทาง ควรมีจุดการให้บริการ ความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	5.เตรียมลานจอดรถให้ เพียงพอ ดูแลห้องน้ำให้ สะอาดและมีกลิ่นหอม การตกแต่งบริเวณ อาคารภายใน ภายนอก ให้สะอาดร่มรื่น	5.ชุมชนบ้านเก่าพัฒนาผลผลิต ทางการเกษตรและหัตถกรรม เป็นสินค้า OTOP เพื่อ เสริมสร้างรายได้ และร่วมมือ กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิง เกษตรและประวัติศาสตร์ให้ สามารถเลือกซื้อ เลือกชม
		6. จัดแสดงภาพเสียง เน้นให้เห็นถึงขั้นตอน การใช้วัตถุสมัยนั้นเพื่อ เกิดความรู้ความ เพลิดเพลิน	
		7. สร้างประสบการณ์ อันมีคุณค่าด้วยการมี ส่วนร่วม เช่น การปั่น หม้อ 3 ขา,ทดลองใช้ อุปกรณ์จำลองนั้น ร่วม ร้อยเครื่องประดับจำลอง	
		8. ควรทำให้เป็น พิพิธภัณฑ์มีชีวิตด้วย เทคโนโลยี ซึ่ง งบประมาณได้มาจาก การสนับสนุนจาก	

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2558

รูปแบบการ ประชาสัมพันธ์	หน่วยงาน		
	หน่วยงานภาครัฐที่ เกี่ยวข้องโดยตรง	พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติบ้านเก่า	หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนอื่น ๆ
		ภาครัฐโดยตรง และ งบประมาณแฝงจาก ผู้สนับสนุนต่าง ๆ เช่น เมื่อมีการชูประเด็นของ ดีเมืองกาญจน์บุรี รายการวิทยุโทรทัศน์ก็ จะตามมาเอง และการ สนับสนุนจากสื่อที่มาทำ รายการ	
สื่อประชาสัมพันธ์ ที่สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย และ ก่อให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงด้าน พฤติกรรม	1. ต่า เน น ก า ร ประชาสัมพันธ์ การ ท่องเที่ยว จ.กาญจน์บุรี ผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือ คู่มือ แผ่นพับ เว็บไซต์ ป้าย ข่าวก แก สราคดี การ จัด Road Show 2.ประสานกับสื่อมวลชน ผ่านรายการวิทยุ เคเบิลทีวี	1. สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ เข้าถึงได้ง่ายและมีการ ใส่ข้อมูลทันสมัยรวดเร็ว สร้างกระแสให้คนสนใจ แชร์ภาพต่อ ๆ กันได้ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ 2. สื่อต่างๆ ที่เหมาะสม คงต้องดำเนินการอย่าง ต่อเนื่อง ควรมีการ ติดตั้งป้ายคัทเอ้าท์ ตลอดเส้นทางจากตัว เมืองกาญจน์บุรีและ จังหวัดใกล้เคียงเพื่อ เชิญชวนคนที่ขับรถ ท่องเที่ยวให้เกิดความ สนใจและขับมาถูก เส้นทาง แผ่นพับ นิทรรศการสัญจร หนังสือประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลป- วัฒนธรรมบ้านเก่ายังคง ต้อง มี เพื่อ ให้ นักท่องเที่ยว ดึงกลับไป อัน จะ เป็ น ก า ร ประชาสัมพันธ์ต่อไปได้ ระหว่างคนในครอบครัว และเพื่อน	1.สื่อบุคคลในชุมชนที่มีมิตร ไมตรีด้วยรอยยิ้มและแสดง ศิลป วัฒนธรรมบ้านเก่า ต้อนรับ 2. นิทรรศการหมุนเวียน โดย ออกบูธ งานต่าง ๆ เช่น สัปดาห์สะพานแม่น้ำแคว

รูปแบบการ ประชาสัมพันธ์	หน่วยงาน		
	หน่วยงานภาครัฐที่ เกี่ยวข้องโดยตรง	พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติบ้านเก่า	หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนอื่น ๆ
	3.ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ บุคคล เช่น การเชิญ ผู้สื่อข่าว นักเขียน นิตยสาร หนังสือพิมพ์ สื่อ ท้องถิ่น กลุ่มช่างภาพ โดย จัดทริปท่องเที่ยวสัมผัส แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด กาญจนบุรี รวมถึง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า ซึ่งสื่อมวลชนและ กลุ่มเหล่านี้จะมีการสื่อสาร ผ่านสังคมออนไลน์	3. ของที่ระลึก ควรเป็น ตราสินค้า (brand) ที่ แสดงออกถึงเอกลักษณ์ เช่น พวงกุญแจ หม้อ 3 ขา	3. แผ่นพับ หนังสือโปสเตอร์ เว็บไซต์ แฟนเพจ ป้ายที่ หน่วยงานอุดมศึกษาและ หน่วยงานอื่น ๆ ช่วยออกแบบ ให้
	4. นิทรรศการเผยแพร่ ความรู้ตามจังหวัดต่าง ๆ ที่ มีการออกบูธเป็นประจำทุก เดือนของสำนักงานการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกาญจนบุรี		

ทั้งนี้จากความร่วมมือของ 3 ฝ่ายข้างต้นนั้นจะขาดความร่วมมือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมิได้
เนื่องจากจะทำให้ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ลดน้อยลงไป โดยภายในรูปแบบนี้
จะมีการดำเนินงานเริ่มจากการวางแผน วิธีและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์สอดคล้อง
และสนับสนุนวัตถุประสงค์ การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถาน
แห่งชาติบ้านเก่า สามารถสรุปเป็นโมเดลได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 โมเดลการพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี

การประเมินผลรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ได้ดำเนินการโดยมีผู้เชี่ยวชาญ 19 คน เป็นอาจารย์สาขาวิชานิเทศศาสตร์ ในสถาบันอุดมศึกษา และนักประชาสัมพันธ์ โดยขั้นตอนก่อนทำการประเมินผลมีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการประเมินผลรูปแบบการประชาสัมพันธ์ด้วยการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี แล้วทำการแบ่งคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์เป็น 4 ส่วน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ด้วยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยตรง การประชาสัมพันธ์ด้วยพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า การประชาสัมพันธ์ด้วยหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนอื่น ๆ รวมทั้งข้อเสนอแนะ ซึ่งผลการประเมินค่าดัชนีความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า เท่ากับ 0.88 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมากที่สุด

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี มีปัญหาและอุปสรรคในด้านงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ประสพผลสำเร็จได้ เนื่องจากไม่สามารถเลือกใช้กิจกรรมและสื่อได้หลากหลาย มีการนำเสนอการประชาสัมพันธ์ด้วยรูป

แบบเดิมๆ เช่น การจัดนิทรรศการสัญจรไปยังสถานศึกษาต่างๆ การใช้สื่อแผ่นพับ และสื่อบุคคลเป็นหลัก อีกทั้งไม่มีการพัฒนาเว็บไซต์ให้เป็นของตนเอง และขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์

ผู้บริหารให้ความสำคัญเรื่องของการประชาสัมพันธ์โดยมีการระบุไว้ในแผนประจำปี ด้วยการจัดนิทรรศการสัญจรไปยังโรงเรียนต่างๆ ในจังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากวางกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียน นักศึกษา ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวได้รับสื่อประชาสัมพันธ์คือ แผ่นพับ สื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว เพื่อน และป้ายต่าง ๆ แต่รูปแบบการนำเสนอแบบเดิมไม่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ จึงจำเป็นต้องมีที่พิพิธภัณฑ์ต้องมีการปรับปรุงการจัดแสดงนิทรรศการให้เป็นนิทรรศการที่มีชีวิต และผลิตหนังสือคู่มือ แผ่นพับ เว็บไซต์ ป้าย สารคดี Road Show การส่งเสริมสินค้าด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ฯลฯ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า ในส่วนสถานที่นั้นมีความได้เปรียบเพราะตั้งอยู่ริมน้ำแคว สามารถสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเพื่อสร้างการจดจำได้ด้วยการเล่าเรื่องสร้างนิทาน มีตำนานของพื้นที่สามารถดึงดูดคนให้เข้ามาเที่ยว ตลอดจนสามารถจัดทำพื้นที่ขายของที่ระลึกหลังจากได้รับชมด้วยความประทับใจ อีกทั้งร่วมมือกับคนในชุมชนแสดงศิลปวัฒนธรรมบ้านเก่า อันเป็นการแสดงศักยภาพของชุมชน อันสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพชรา บุตสีหา (2553) ที่กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่น่าสนใจอันจะพัฒนาชุมชนนครชุมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนด้วยการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน รวมถึงสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตแก่ผู้มาท่องเที่ยว

ซึ่งพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่าและคนในชุมชนสามารถจัดนิทรรศการหมุนเวียนเพื่อให้คนเข้าชมงานได้รับทราบข้อมูลและมีความสุขจากการชม โดยสามารถเริ่มด้วยการออกฐานในงานต่างๆ เช่น สัปดาห์สะพานแม่น้ำแควเช่นเดียวกับงานวิจัยของ สกฤตพงษ์ พงษ์พิจิตร (2553) ที่นำกลยุทธ์จัดเหตุการณ์พิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์สร้างชื่อเสียง แต่เนื่องด้วยบุคลากรยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องการประชาสัมพันธ์อันทำให้เสนอให้การจัดดูนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมีไม่มาก จึงควรเพิ่มการอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคลากร

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า เป็นสถานที่การเรียนรู้ที่นักท่องเที่ยวไม่นิยมมาเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวไทยมีพฤติกรรมชอบ ชม ชิม ช้อป ฉี่ แชะ การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่ออัตราการประชาสัมพันธ์จากปากต่อปาก หรือในโลกออนไลน์ก็คือการแชร์ส่งต่อกันเพื่อให้เกิดสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายและมีการใส่ข้อมูลทันสมัยรวดเร็วสร้างกระแสให้

คนสนใจแชร์ภาพต่อๆ กันได้ ดังนั้นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่าควรมีมุมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นให้แก่นักท่องเที่ยวสามารถถ่ายภาพได้ อาจจะมีชุดเสื้อฝ้ายองค์ประกอบที่แสดงวิถีชีวิตของคนบ้านเก่า เมื่อใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยภาพถ่ายจะทำให้ผู้ชมคนอื่นรู้สึกอยากไป ทั้งนี้พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่าควรสร้างสถานที่เหตุการณ์จำลองเพื่อการถ่ายรูปลงในสื่อสังคมออนไลน์ อันสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ หงสไกร (2552) ซึ่งได้เสนอแนะว่า พิพิธภัณฑ์ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อใหม่ คือ อินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถสร้างความสัมพันธ์การโต้ตอบระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ผู้บริโภคกับผู้บริโภคและผู้บริโภคกับผู้บริโภคซึ่งมีรูปแบบหลากหลาย

การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อต่างๆ ที่เหมาะสมยังคงต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องตามหลักสำคัญที่ผู้สื่อสารจะต้องคำนึงถึง เพื่อให้การสื่อสารที่ได้ทำการส่งข่าวสารแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Cutlip, Center, & Broom, 1994) เช่น ป้ายคัทเอ้าท์ แผ่นพับ ควรมีการติดตั้งตลอดเส้นทางจากตัวเมืองกาญจนบุรีและจังหวัดใกล้เคียงเพื่อเชิญชวนคนที่ขับรถท่องเที่ยวให้เกิดความสนใจและขับมาถูกเส้นทาง แผ่นพับจะต้องใช้ในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่มารวมทั้งใช้ในทรรศการสัญจรด้วยเช่นกัน นอกจากนี้หนังสือประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรมบ้านเก่า ยังคงต้องมีเพื่อให้นักท่องเที่ยวซื้อติดกลับไปหาภักศนใจอันจะเป็นการประชาสัมพันธ์ต่อไปได้ระหว่างคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง

การดูแลสิ่งอำนวยความสะดวกและความสะอาดภายในและภายนอกอาคารอย่างสม่ำเสมอเป็นการสร้างความประทับใจได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเตรียมลานจอดรถให้เพียงพอ การดูแลความสะอาดห้องน้ำและควรมีกลิ่นหอม การตกแต่งบริเวณอาคารและภายนอกให้สะอาดร่มรื่นเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งมีงานวิจัยของศิริประภา แก้วอุดม (2553) ที่กล่าวว่าปัจจัยด้านจุดอ่อนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่ คือ การบริการการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้จากผลของงานวิจัยเชิงปริมาณทางพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานอันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ในสายตานักท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของร่มรื่น ความสะอาดสบายของลานจอดรถ ห้องน้ำ สถานที่ อยู่ในเกณฑ์ที่ดี แสดงถึงความเอาใจใส่ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ ซึ่งต้องรักษาและดำเนินการต่อไป

สื่อบุคคลเป็นสิ่งที่ควรให้ความสนใจ ในงานวิจัยของ นันทิพา บุษปวรพรณะ (2553) ระบุว่า สื่อที่มีความน่าเชื่อถือมากในการให้ข้อมูลคือสื่อบุคคลและสื่ออินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในเรื่องรูปแบบ บุคลากร เนื้อหาและสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่ง

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า ถือว่าเป็นหน่วยงานที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว เช่นเดียวกัน ดังนั้นการที่ผลวิจัยเชิงปริมาณแสดงว่านักท่องเที่ยวรับข้อมูลจากสื่อบุคคลมากที่สุด จึงจำเป็นที่ต้องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลที่มาเยี่ยมชมให้ได้รับการบริการจนเกิดความประทับใจไปบอกต่อคนในครอบครัวและเพื่อน ตลอดจนใช้การสื่อสารผ่านตัวบุคคล คือ นำนักสื่อมวลชนทั้งหลายให้มาร่วมการเดินทางท่องเที่ยวด้วย ประสบการณ์จริงเพื่อนำไปเขียนประชาสัมพันธ์ในสื่อมวลชนต่อไป

หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนอื่นๆที่สามารถให้การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ให้พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งการเรียนรู้ ผสมผสานความเพลิดเพลินได้ ควรต้องมียุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางประวัติศาสตร์ พร้อมมีการส่งเสริมการขายที่ดี อีกทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชน ในการนำสินค้าทางการเกษตรกรรม หัตถกรรมร่วมสร้างแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาในพื้นที่ ซึ่งรูปแบบที่น่าเสนอให้ชุมชนมีส่วนร่วมนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของวรวิญญู สัจจาภิรัตน์ และ กฤษ จรินทร์ (2555) เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา ชุมชนทุ่งเพล ตำบลฉฉะ อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ที่ส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มมากขึ้นด้วยการสนับสนุนให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า ต้องอาศัยความร่วมมือจาก 3 ฝ่ายที่สำคัญ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น รัฐบาล กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมศิลปากร สำนักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนอื่นๆ ที่สามารถให้ความร่วมมือได้ เช่น คนในชุมชน วัด สื่อมวลชน ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา นักวิชาการ นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อนำความร่วมมือของ 3 ฝ่ายข้างต้นมาสังเคราะห์ก่อให้เกิดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้นได้ สิ่งที่สามารถเริ่มต้นอย่างเป็นรูปธรรมได้แก่การที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องคือ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาวางนโยบายให้ชัดเจนเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ มีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้คนตื่นตัวท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์

ในส่วนของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่าดำเนินการจัดทำแผนประจำปีเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ ด้วยสื่อที่เหมาะสมกับ

กลุ่มเป้าหมายได้ เช่น กลุ่มนักเรียนสามารถใช้สื่อนิทรรศการหมุนเวียนที่มีชีวิต แผ่นพับ บ้ายหรือกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวควรใช้สื่อเจ้าหน้าที่ที่ให้ข้อมูลน่าประทับใจ มีของที่ระลึกสวยงามทรงคุณค่าทางจิตใจ รวมถึงการใช้หนังสือประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรมบ้านเก่า ตลอดจนมีการจัดมุมที่น่าสนใจเพื่อการถ่ายภาพและเป็นที่เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก ไลน์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอื่นเข้ามาเยี่ยมชม ทั้งนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชนและชุมชนอื่นๆ ในการอบรมความรู้ให้แก่เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวที่รวดเร็วขึ้น ตลอดจนต้องอาศัยชาวบ้านใกล้เคียงและกลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรหรือกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าพื้นเมืองของจังหวัดกาญจนบุรีเพื่อเรียกความสนใจในการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้สื่อต่างๆ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า ต้องมีการพัฒนา 3 ด้านคือ ด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์ด้านนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว นโยบายการประชาสัมพันธ์ และจัดตั้งองค์กรความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน วิธีและกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ ด้วยการส่งเสริมการขายแต่ละเดือน จัดแพ็คเกจเที่ยวในเทศกาล จัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ในสถานขนส่ง จัดมุมถ่ายภาพที่น่าสนใจ มีชุดแต่งกาย ย้อนยุคให้นักท่องเที่ยว วิทยากรมีการแต่งตัวเข้ากับบรรยากาศ มีความเตรียมพร้อมของสถานที่ เช่น จัดแสงไฟ บ้ายทางเดิน เส้นนำสายตา มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า เครื่องดื่ม ของชำร่วย ห้องน้ำ ลานจอดรถ มีการอบรมความรู้และทักษะแก่บุคลากรในหน่วยงานการท่องเที่ยว การทำข้อตกลงความร่วมมือกับโรงเรียน การให้ชุมชนนำผลผลิตมาขายเป็นสินค้า OTOP และสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ หนังสือ คู่มือ แผ่นพับ เว็บไซต์ บ้าย ชาวแจก สารคดี Road Show วิทยุ เคเบิลทีวี บ้ายคัทเอาท์ โปสเตอร์ สื่อบุคคล สื่อออนไลน์ การออกร้าน ของที่ระลึก และนิทรรศการหมุนเวียน

ผลการประเมินค่าดัชนีความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า เท่ากับ 0.88 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมากที่สุด ดังนั้นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอื่น และหน่วยงานที่มีลักษณะใกล้เคียงสามารถนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ไปใช้เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการศึกษาเลือกรูปแบบที่เหมาะสมในการดำเนินงานสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า

2. ควรทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า
3. ควรทำการศึกษาเรื่องรูปแบบของการจัดแสดงนิทรรศการถาวร และนิทรรศการหมุนเวียนของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย
4. ควรทำการทำแผนแม่บทของพิพิธภัณฑ์เพื่อเป็นร่างพิมพ์เขียวดำเนินการต่อเนื่องในระยะสั้นและยาวได้

เอกสารอ้างอิง

- นันทิพา บุชพรพรรณ. 2553. โครงการศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ธุรกิจบริการสปา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- พรพรรณ หงสไกร. 2552. แผนงานพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ช้างต้น. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม (สหสาขาวิชา): จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพชร บุดสีทา. 2553. การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- วิรัช ลภิตนกุล. 2553. การประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริประภา แก้วอุดม. 2553. ทางเลือกกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนย่านตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). 2557. ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย. www.sac.or.th/museumdatabase/.10 กุมภาพันธ์ 2557.
- สกลพงษ์ พงษ์พิจิตร. 2553. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์วัดร่องขุน จังหวัดเชียงราย ของอาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Cutlip, S.M., Center, A.H., and Broom G.M. 1994. **Effective Public Relations. (7th ed.)**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Von, K.K.I., and Ikujiro, N. 2000. **Enabling Knowledge Creation: How to Unlock the Mystery of Tacit Knowledge and Release the power of Innovation**. UK: Oxford University Press.